

**KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ \* SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI**

**KAMU YÖNETİMİ PROGRAMI**

**SİYASAL DAVRANIŞ ÜZERİNE BİR KARŞILAŞTIRMA:  
BAYBURT ÖRNEĞİ**

**DOKTORA TEZİ**

**İsmail DURSUNOĞLU**

**EKİM - 2017**

**TRABZON**

**KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ \*SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI**

**KAMU YÖNETİMİ PROGRAMI**

**SİYASAL DAVRANIŞ ÜZERİNE BİR KARŞILAŞTIRMA:  
BAYBURT ÖRNEĞİ**

**DOKTORA TEZİ**

**İsmail DURSUNOĞLU**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Atila DOĞAN**

**EKİM - 2017**

**TRABZON**

## ONAY

İsmail DURSUNOĞLU tarafından hazırlanan “Siyasal Davranış Üzerine Bir Karşılaştırma: Bayburt Örneği” adlı bu çalışma 13/11/2017 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Kamu Yönetimi Anabilim dalında **doktora tezi** olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Nezahat ALTUNTAŞ DUMAN (Başkan)

Prof. Dr. Bünyamin KOCAOĞLU (Üye)

Doç. Dr. Atila DOĞAN (Danışman)

Doç. Dr. Adil ŞAHİN (Üye)

Doç. Dr. Nihat YILMAZ (Üye)

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylım.

Prof. Dr. Yusuf SÜRME  
Enstitü Müdürü

## **BİLDİRİM**

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada orijinal olmayan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını, aksinin ortaya çıkması durumunda her tür yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ediyorum.

**İsmail DURSUNOĞLU**

**03/10/2017**

## ÖNSÖZ

Siyasal davranış, önemi günden güne artan ve birçok araştırmada farklı yönleriyle ele alınmış bir kavramdır. Bu kavram, bireyin siyasal alana dair ortaya koyduğu tutum ve davranışları içermektedir. Kişisel ve çevresel faktörlerle şekillenen bu davranışların, yeni bir siyasal kültürle sonuçlanan göç üzerinden ele alınması fikri çalışmanın başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Çalışma, siyasal davranışların tüm yönlerini göç üzerinden bir karşılaştırma yaparak ortaya koymaktadır. Gerek teorik altyapı gerekse uygulama sonuç ve analizleriyle siyasal davranışın anlaşılabilmesi çalışmanın en temel amacıdır. Bu açıdan düşünüldüğünde çalışma, açık ve anlaşılır bir üslupla kaleme alınmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmanın hazırlanmasında birçok kişinin manevi desteği bulunmaktadır. Öncelikle doktora eğitimim süresince desteklerini gördüğüm saygıdeğer hocam Doç. Dr. Atila DOĞAN'a teşekkür ediyorum. Ayrıca, çalışmanın veri toplama sürecinde destek sağlayan sevgili Sibel ve Hüdanur'a, gerek bu çalışma döneminde gerekse hayatımın her anında yanımda bulunan ve desteğini hiç esirgemeyen değerli anne ve babama, kıymetli eşim Şeyma Betül'e çok teşekkür ediyorum.

Ekim, 2017

İsmail DURSUNOĞLU

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	IV
İÇİNDEKİLER.....	V
ÖZET.....	VIII
ABSTRACT .....	IX
TABLolar LİSTESİ.....	X
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XIII
GRAFİKLER LİSTESİ.....	XIV
KISALTMALAR LİSTESİ .....	XVI
GİRİŞ.....	1-3

## BİRİNCİ BÖLÜM

<b>1. SİYASAL DAVRANIŞLAR .....</b>	<b>4-102</b>
1.1. Kavram Olarak Siyasal Davranış .....	4
1.2. Siyasal Davranışlara Teorik Yaklaşımlar .....	15
1.2.1. Sosyolojik Yaklaşım .....	15
1.2.2. Sosyo-Psikolojik Yaklaşım .....	16
1.2.3. Rasyonel Tercih Yaklaşımı .....	18
1.3. Siyasal Davranışların Katılım Boyutu: Siyasal Katılma .....	20
1.3.1. Kavram Olarak Siyasal Katılma .....	20
1.3.2. Siyasal Katılmanın Nedenleri .....	22
1.3.3. Siyasal Katılmanın Düzeyleri .....	23
1.3.4. Siyasal Katılmanın Biçimleri .....	27
1.4. Siyasal Davranışların Tercih Boyutu: Seçmen Tercihi .....	29
1.4.1. Kavram Olarak Seçmen Tercihi.....	29
1.4.2. Seçmen Tercih Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar .....	30
1.4.3. Seçmen Tercihini Etkileyen Faktörler .....	33
1.4.3.1. Kişisel Faktörler.....	33

1.4.3.1.1. Yaş .....	33
1.4.3.1.2. Cinsiyet .....	37
1.4.3.1.3. Gelir .....	41
1.4.3.1.4. Meslek .....	44
1.4.3.1.5. Eğitim .....	49
1.4.3.2. Sosyo-Kültürel Faktörler .....	52
1.4.3.2.1. Yerleşme Yeri .....	52
1.4.3.2.2. Din .....	56
1.4.3.2.3. Aile .....	59
1.4.3.2.4. Sosyal Çevre ve Çıkar Grupları .....	61
1.4.3.2.5. Toplumsal Travma ve Geçmişe Yönelik Oy Verme .....	64
1.4.3.3. Siyasal Faktörler .....	65
1.4.3.3.1. Siyasal Parti .....	65
1.4.3.3.2. Parti Lideri .....	68
1.4.3.3.3. Aday .....	70
1.4.3.4. İletişim Faktörleri .....	73
1.4.3.4.1. Siyasal Seçim Kampanyaları .....	73
1.4.3.4.2. Yüz yüze İletişim (Canvassing) .....	79
1.4.3.4.3. Kitle İletişim Araçları .....	80
1.4.3.4.4. Kamuoyu Araştırmaları .....	85
1.4.3.5. Psikolojik Faktörler .....	87
1.4.3.6. Gündem(Konu) Faktörü .....	90
1.4.3.7. Ekonomik Faktörler .....	92
1.5. Siyasal Davranış ve Göç .....	95
1.5.1. Göç Kavramı .....	95
1.5.2. Göçün Nedenleri .....	96
1.5.3. Göçün Sonuçları ve Ortaya Çıkardığı Sorunlar .....	98
1.5.4. Göçün Siyasal Davranışlar Üzerindeki Etkisi .....	99

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. SİYASAL DAVRANIŞLARIN KARŞILAŞTIRILMASINA YÖNELİK BİR

UYGULAMA ..... 103-183

2.1. Tarihsel, Sosyo-Kültürel ve Siyasal Yönüyle Bayburt.....	103
2.2. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi .....	109
2.2.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı.....	109
2.2.2. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları .....	110
2.2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	111
2.2.4. Araştırmanın Veri Toplama Yöntem ve Analizi.....	112
2.2.5. Araştırmanın Hipotezleri.....	112
2.3. Analiz ve Bulgular.....	113
2.3.1. Kişisel Bulgular.....	113
2.3.2. Siyasi Bulgular .....	117
2.3.3. Sosyo-Kültürel Bulgular .....	150
2.3.4. Siyasal Davranışlarla İlgili Bulgular .....	158
2.3.5. Göçle İlgili Bulgular .....	163
<b>SONUÇ .....</b>	<b>184</b>
<b>YARARLANILAN KAYNAKLAR .....</b>	<b>190</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>202</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>206</b>



## ÖZET

Birey, hayatın her alanında kendine özgü davranışlar sergilemektedir. Bu davranışların siyasi alandaki görünürlüğü ise “siyasal davranış” olarak tanımlanmaktadır. Siyasal davranış, en basit ifadesiyle bireyin siyasi alanda ortaya koyduğu tutum ve faaliyetler bütünüdür. Bireyin, toplumsal bir kurum olan siyasete karşı sergilediği basit bir beğeniden ileri düzeydeki katılıma kadar her şey bu çerçevede ele alınmaktadır. Birey, bu davranışları sergilerken kişisel faktörlerden ekonomik faktörlere, iletişim faktörlerinden sosyo-kültürel faktörlere kadar birçok unsurun etkisi altındadır. Göç ise, ortaya çıkardığı yeni siyasal kültürle birlikte siyasal davranışların şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır.

Göç, çeşitli nedenlerle ortaya çıkan ve insanoğlunun tarihten bugüne elde ettiği tecrübeler arasında yer alan sosyolojik bir olgudur. Göçle birlikte yeni yaşam alanları, hayata karşı yeni bakış açılarını ortaya çıkarmaktadır. Bireyin siyasal davranışlarının oluşmasında göç sonrası ortaya çıkan bu yeni bakış açılarının etkisi bulunmaktadır. Dolayısıyla, siyaset bilimi literatüründe göç ve siyasal davranışların ilişkisini ele alan çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. “Siyasal Davranış Üzerine Bir Karşılaştırma: Bayburt Örneği” adlı çalışma bu ilişkiyi ortaya koymaktadır. Bu çalışmada göç üzerinden bir siyasal davranış karşılaştırması yapılarak ortaya çıkan sonuçların tartışılması hedeflenmiştir. Çalışmada, göç ve siyasal davranış arasındaki ilişki tüm boyutlarıyla ele alınmış ve göçün siyasal davranışlar üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Siyasal Davranış, Göç, Siyasal Katılma, Seçmen Tercihi

## **ABSTRACT**

The individual exhibits his own behaviors in every aspect of his life. The political aspect of these behaviors is defined as "political behavior". Political behavior, in its simplest form, is defined as the sum of the attitudes and activities of the individual in the political arena. Any attitude of an individual from a the simplest enjoyment to an advanced agreement is handled within this framework. Individuals are exposed to many factors, from personal factors to economic factors, from communication factors to socio-cultural factors when exhibiting these behaviors. Migration plays an important role in shaping political behavior with the emerging political culture.

Migration is a sociological phenomenon that emerges for various reasons and is among the experiences that human beings have gained from history. With migration, new habitats reveal new perspectives on life. The political behavior of the individual is influenced by these new perspectives that emerged after the migration. Therefore, there is a need in the literature of political science for studies dealing with the relation of migration and political behavior. "A Comparison on Political Behavior: Bayburt Sample" reveals this relationship. In this study, it was aimed to discuss the outcomes of a comparison of political behavior over migration. In the study, the relationship between migration and political behavior was addressed in all dimensions and the result was that immigration had an effect on political behavior.

**Keywords:** Political Behavior, Migration, Political Participation, Voter Preference

## TABLolar LİSTESİ

<u>Tablo Nr.</u>	<u>Tablo Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	2002 Sonrası Genel Seçimler ve Katılım Düzeyleri.....	26
2	Yaş ve Seçmen İlişkisi (30 Mart 2014 Yerel Seçimleri).....	37
3	Yıllara ve Cinsiyete Göre Milletvekili Dağılımı .....	40
4	Hane Geliri ve Seçmen İlişkisi (7 Haziran 2015 Genel Seçimler).....	43
5	1 Kasım 2015 TBMM Milletvekili Meslek Dağılımı .....	48
6	Meslek ve Seçmen İlişkisi (30 Mart Yerel Seçimler) .....	48
7	Eğitim ve Seçmen İlişkisi (7 Haziran 2015) .....	51
8	Aday ve Kişisel İmaj Bileşenleri.....	71
9	2015 Yılı Bayburt İli Nüfus Dağılımı (Yerleşim Yeri ve Cinsiyet).....	105
10	Bayburt İli Göç Bilgileri.....	106
11	Bayburt İli Genel Seçim Sonuçları (1991-2015).....	107
12	Demografik Özellikler.....	114
13	Siyasi Kimlik Tanımlamaları .....	117
14	1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Parti Tercihleri .....	118
15	Gelecek Seçimlerdeki Parti Tercihleri.....	119
16	Yaş ve Oy Tercihi.....	121
17	Genel Oy Oranları ile Yaş Tercih Oranlarının Karşılaştırılması.....	124
18	Cinsiyet ve Oy Tercihi .....	125
19	Genel Oy Oranları ile Cinsiyet Tercih Oranlarının Karşılaştırılması.....	126
20	Meslek ve Oy Tercihi .....	127
21	Genel Oy Oranları ile Meslek Tercih Oranlarının Karşılaştırılması .....	132
22	Medeni Durum ve Oy Tercihi .....	133
23	Genel Oy Oranları ile Medeni Durum Tercih Oranlarının Karşılaştırılması ...	134
24	Eğitim ve Oy Tercihi .....	135
25	Genel Oy Oranları ile Eğitim Durumu Tercih Oranlarının Karşılaştırılması...	138
26	Gelir ve Oy Tercihi.....	139
27	Genel Oy Oranları ile Gelir Durumu Tercih Oranlarının Karşılaştırılması .....	142

28	Yerleşim Yeri ve Oy Tercihi .....	142
29	Genel Oy Oranları ile Yerleşim Yeri Tercih Oranlarının Karşılaştırılması .....	144
30	Desteklenen İkinci (Alternatif) Parti .....	145
31	Siyasete İlgi Düzeyleri .....	146
32	Parti/Sendika/Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği .....	147
33	Cumhurbaşkanlığı Referandumu Oy Tercihleri .....	148
34	1 Kasım 2015 Genel Seçimleri ve Cumhurbaşkanlığı Referandumu Karşılaştırması .....	149
35	Oy Kullanma Nedenleri .....	151
36	Parti Tercih Nedenleri .....	152
37	Oy Tercih Karar Zamanı .....	153
38	Siyasi Düşüncede En Çok Etkilenen Faktörler .....	154
39	Siyasi Gelişmeleri Takip Araçları .....	155
40	Türkiye'nin Sorunları .....	157
41	Seçmen Tercihini Etkileyen Faktörler .....	159
42	Siyasal Katılma .....	162
43	Göç Nedenleri .....	163
44	İstanbul'da Yaşama Süreleri .....	164
45	Göç Sonrası Akraba/Hemşeri İlişkileri .....	164
46	Hemşeri/Köy Dernekleri ve Siyasi Tercih İlişkisi .....	165
47	Göçten Sonra Siyasete İlginin Değişimi .....	165
48	Göç Sonrası Siyasal Davranışların Değişimi .....	166
49	Yaşa Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi .....	167
50	Cinsiyete Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi .....	168
51	Mesleğe Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi .....	169
52	Medeni Duruma Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi .....	171
53	Eğitime Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi .....	172
54	Gelire Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi .....	174
55	Yerleşim Yerine Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi .....	175
56	Yaşanılan Süreye Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi .....	176
57	Göç Sonrası Akraba/Hemşeri İletişimine Göre Siyasal İlgi ve Siyasal Davranış Değişimi .....	178
58	Göçten Önce (Bayburt'ta) Kullanılan En Son Oylar .....	179

59	Bayburt'ta Kullanılan En Son Oy ile Gelecek Seçimde Kullanılacak Oyların Karşılaştırılması.....	180
60	Bayburt'ta Kullanılan En Son Oy ile Gelecek Seçim Kullanılacak Oylar Arasındaki İlişki .....	181
61	İstanbul'da Yaşanılan İlçeler .....	182
62	Yaşanılan İlçe ve Oy Tercihleri Arasındaki İlişki.....	183



## ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Şekil Nr.</u>	<u>Şekil Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Siyasal Davranış .....	7
2	Siyasal İletişim Unsurları .....	13
3	Sosyo-Psikolojik Yaklaşım .....	18
4	Çıkar Grupları Tipolojisi .....	63
5	Seçim Kampanyası .....	74
6	Seçim Kampanyası Örgütlenmesi .....	78
7	Seçim Afişlerinden Örnekler .....	79

## GRAFİKLER LİSTESİ

<u>Grafik Nr.</u>	<u>Grafik Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Yaş ve Siyasal Katılma Davranışı .....	35
2	1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Bayburt İl Sonuçları .....	119
3	Gelecek Seçimlerde Oy Tercihleri .....	120
4	18-29 Yaş Aralığının Oy Tercihlerinin Dağılımı .....	121
5	30-49 Yaş Aralığının Oy Tercihlerinin Dağılımı .....	122
6	50-64 Yaş Aralığının Oy Tercihlerinin Dağılımı .....	122
7	65 Yaş ve Üzeri Aralığının Oy Tercihlerinin Dağılımı.....	122
8	Cinsiyet (Kadın) ve Oy Tercihleri Dağılımı.....	125
9	Cinsiyet (Erkek) ve Oy Tercihleri Dağılımı.....	125
10	Meslek (İşçi) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	127
11	Meslek (Memur) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	128
12	Meslek (Esnaf) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	128
13	Meslek (Emekli) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	128
14	Meslek (Ev Hanımı) ve Oy Tercihleri Dağılımı.....	129
15	Meslek (Öğrenci) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	129
16	Meslek (Serbest Meslek) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	129
17	Meslek (İşsiz) ve Oy Tercihleri Dağılımı.....	130
18	Medeni Durum (Bekâr) ve Oy Tercihleri Dağılımı.....	133
19	Medeni Durum (Evlî) ve Oy Tercihleri Dağılımı.....	133
20	Eğitim (Okur Yazar Değil ve İlkokul) ve Oy Tercihleri Dağılımı.....	135
21	Eğitim (Ortaokul) ve Oy Tercihleri Dağılımı.....	136
22	Eğitim (Lise) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	136
23	Eğitim (Yüksek Okul/Üniversite) ve Oy Tercihleri Dağılımı.....	136
24	Eğitim (Yüksek Lisans/Doktora) ve Oy Tercihleri Dağılımı.....	137
25	Gelir (Asgari Ücret Altı ve Asgari Ücret) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	139
26	Gelir (1405-2500 Arası) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	140
27	Gelir (2501-5000 Arası) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	140

28	Gelir (5001 ve Üzeri) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	140
29	Yerleşim Yeri (İl Merkezi) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	143
30	Yerleşim Yeri (İlçe) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	143
31	Yerleşim Yeri (Köy) ve Oy Tercihleri Dağılımı .....	143
32	16 Nisan 2017 Cumhurbaşkanlığı Sistemi Referandumu Bayburt İl Sonuçları.....	148





## KISALTMALAR LİSTESİ

AK Parti	: Adalet ve Kalkınma Partisi
ANAP	: Anavatan Partisi
Asg.	: Asgari
AÜ	: Ankara Üniversitesi
AÜSBF	: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
çev.	: Çeviren
DP	: Demokrat Parti
DSP	: Demokratik Sol Parti
ed.	: Editör
FP	: Fazilet Partisi
HDP	: Halkların Demokratik Partisi
MHP	: Milliyetçi Hareket Partisi
RP	: Refah Partisi
S. Meslek	: Serbest Meslek
SHP	: Sosyaldemokrat Halkçı Parti
SP	: Saadet Partisi
STK	: Sivil Toplu Kuruluşları
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
Y.O.	: Yüksek Okul
YL	: Yüksek Lisans
YSK	: Yüksek Seçim Kurulu

## GİRİŞ

İnsanlığın başlangıcından bugüne toplumsal yapıyı oluşturan bireyler yöneten ve yönetilen şeklinde ayrılmışlardır. Bu ayrım, iktidar kavramının ortaya çıkmasıyla sonuçlanmıştır. İktidarın kullanım biçimleri de yönetim sistemlerini oluşturmuştur. Buna göre monarşi tek kişinin, aristokrasi bir sınıfın, oligarşi bir grubun ve demokrasi ise halkın yani çoğunluğun yönetimi şeklinde tanımlanmıştır. Demokrasi, bireyi referans alan bakış açısıyla günümüz modern dünyanın tartışmasız en gerçekçi ve en yaygın yönetim sistemidir. Demokrasinin üzerinde yükseldiği değerler sistemi ise ulaşılması amaçlanan ve ulaşıldığında da korunması hedeflenen bir olgudur. Bu değerler sisteminin unsurlarından biri de siyasal katılımdır.

Siyasal katılma, bireyin siyasi otoriteyi etkileme amacıyla karar alma süreçlerinde rol alması, faaliyetlerde bulunmasıdır. Bireyin siyasi alanda küçük bir algıdan eyleme geçmesine kadar ortaya koyduğu davranışlar bütünü ise siyasal davranış olarak tanımlanmaktadır. Siyasal davranış, siyasal sistem üzerindeki etkisi nedeniyle seçmenin; iktidarı ele geçirmek veya elde edilen iktidarı korumak sebebiyle de siyasal partilerin önemsendiği ve son yıllarda siyaset bilimi çalışmalarında sıkça yer verilen bir konudur. Siyasal davranışların tüm boyutlarıyla ele alınması, kavramın bilimsel çalışmalardan seçim kampanyalarına kadar ilgili her alanda ve herkes tarafından üzerinde önemle durulmasının bir gereğidir. Çünkü iktidara uzanan yol, seçmenin siyasal davranışlarını doğru anlama ve yorumlama başarısından geçmektedir.

Demokratik her ülkede olduğu gibi Türkiye’de de seçmenler belli aralıklarla genel ve yerel seçimler için sandığa gitmekte ve kendilerini yönetecek olan kişileri seçmektedir. Bu seçimlere, halkoylamalarını da eklemek mümkündür. Çünkü referandumda da seçmenin ortaya koyduğu bir tercih söz konusudur. Sandığa uzanan süreçte birey, parti veya aday tercih ederken farklı değişkenlerin etkisiyle karar vermektedir. Bu değişkenlerin türü ve etki derecesi, kişiden kişiye değişmektedir. Seçmen tercihi üzerinde etkili olan faktörler ise yaş, cinsiyet, meslek gibi demografik faktörler; aile, sosyal çevre,

din gibi sosyo-kültürel faktörler, siyasal parti, parti lideri, aday gibi siyasal faktörler, kitle iletişim araçları, kamuoyu araştırmaları, canvassing gibi iletişim faktörleridir. Bunların yanında psikolojik faktörler, gündem faktörü ve ekonomik faktörler seçmen tercihi üzerinde etkili olmaktadır.

Siyasal davranışları sadece seçmenin oy tercihi ile ilişkilendirmek eksik bir yaklaşımdır. Siyasal davranış, bireyin siyasal sisteme karşı ortaya koyduğu davranışlar bütünüdür. Bu davranış biçimi, siyasete karşı küçük bir merak olabileceği gibi seçimlerde aday olma gibi ileri bir siyasal katılma düzeyinde de görülebilir. Hatta siyasal sisteme karşı duyarsız olma veya sistemin tamamen dışında yer alma dahi siyasal davranış çerçevesinde yorumlanmalıdır. Bireyin, kişisel ve çevresel faktörleriyle biçimlenen siyasal davranış için siyasal kültür ve siyasal toplumsallaşmanın ayrı bir önemi bulunmaktadır. Bu iki kavram siyasal davranışı etkileyen ve bu davranışla şekillenen bir noktada yer almaktadır.

Siyasal davranış, bireye ve topluma özgü bir nitelik taşımaktadır. Bireyin siyasal davranışlarını şekillendiren kişisel özellikleri, davranışlarında farklı faktörlerden farklı düzeylerde etkilenmesi ve toplumların farklı siyasal kültürlere sahip olmaları bu özgünlüğün kaynaklarıdır. Birey, hayatının her döneminde aynı siyasal davranışları sergilemediği gibi yaşadığı farklı yerlerde de farklı tip siyasal davranışlar sergilemesi muhtemeldir. Çünkü farklı yer, aynı zamanda farklı bir siyasal kültürü de içinde barındırmaktadır. İşte bu noktada siyasal davranış incelemelerinde yeni bir kavram ortaya çıkmaktadır: Göç. Göç, çeşitli nedenlerle bireyin yaşadığı yerden başka bir yere gitmesidir. Genelde bu gidişin yönü kırsal kesimden kentlere doğru olmaktadır. Göç, beraberinde birçok sorun, yenilik ve farklılık getirmektedir. Bireyin yeni yaşam alanında değişim ve dönüşüm yaşayacağı konulardan biri de siyasal davranışlardır. “Siyasal Davranış Üzerine Bir Karşılaştırma: Bayburt Örneği” adlı bu çalışmada mevcut siyasal kültürde yaşayan kişiler ile yeni bir siyasal kültüre göç eden kişilerin siyasal davranışlarını belirlemek için Bayburt ve İstanbul (Bayburtlu) arasında bir karşılaştırma yapılmıştır. Çalışmanın temel amacı iki farklı bölgede yaşayan Bayburtluların siyasal davranışlarını ölçmek ve göç eden kişilerin siyasal davranış değişikliklerini belirlemektir. Çalışmada, Bayburt’ta yaşayan seçmen ile Bayburtlu olup bir dönem burada yaşadıkdan sonra İstanbul’a göç eden seçmen grubu örneklem olarak seçilmiş ve siyasal davranış karşılaştırması göç olgusu üzerinden yapılmıştır. Bu siyasal davranış karşılaştırmasının yanında göçle birlikte siyasal davranış

değişikliğini ölçmek için de İstanbul'a göç eden seçmenlere yönelik ilave sorular yöneltilmiştir. Yargısal örneklem metodu kullanılarak yapılan çalışmada gerçekte iki farklı karşılaştırma yer almaktadır. Bunlardan birincisi Bayburt'ta yaşayan Bayburtlular ile İstanbul'a göç eden Bayburtluların siyasal davranış karşılaştırması; ikincisi ise İstanbul'a göç eden Bayburtluların göçten önceki ve sonraki siyasal davranışlarının karşılaştırılmasıdır. İstanbul'daki katılımcılara yöneltilen ilave sorular üzerinden göçün siyasal davranışları değiştirdiğine ilişkin sonuçlar elde edilmiş ve bunlar da aynı çerçevede değerlendirilmiştir.

Bu çalışma, iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ilk olarak siyasal davranış kavramsal düzeyde ele alınmıştır. Daha sonra siyasal davranışın katılım boyutu ve seçmen tercihi boyutu incelenmiştir. Yine bu bölümde seçmen tercihlerini etkileyen tüm faktörlere yer verilmiştir. Bu bölüm içerisinde son olarak siyasal davranış ve göç ilişkisi değerlendirilmiştir. Genel çerçevede birinci bölüm siyasal davranış kavramının teorik alt yapısını ortaya koymaktadır. İkinci bölümünde ise siyasal davranışların sahadaki karşılığını ölçen bir araştırmaya yer verildiği görülmektedir. Bu bölümde ilk olarak örneklem seçilen Bayburt ilinin tarihsel, sosyo-kültürel ve siyasal durumuna yönelik bilgi ve veriler ortaya konulmuş, ardından araştırmanın kapsamı ve yöntemi, analiz ve bulguları açıklanmıştır. Yapılan analizler Bayburt ve İstanbul'a göç etmiş Bayburtlular şeklinde karşılaştırmalı olarak yapılmış ve konunun anlaşılabilirliği hedeflenmiştir. Çalışma, göç penceresinden siyasal davranışın teorik ve pratik yönünü ortaya koyması açısından önemli bir misyon üstlenmektedir. Dolayısıyla siyaset bilimi literatüründe özgün bir nitelik taşımaktadır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1. SİYASAL DAVRANIŞLAR

#### 1.1. Kavram Olarak Siyasal Davranış

Siyasal davranış, siyaset bilimi literatüründe özellikle son yıllarda sıkça ele alınan ve tartışılan bir kavramdır. Davranış, en basit biçimiyle canlıların dış dünyaya karşı gösterdikleri tepkiler bütünü olarak ifade edilmektedir. Buna göre, siyasal davranış ise bireylerin siyasal konularda ortaya koyduğu davranışlar bütünüdür.

Siyasal davranış, bireylerin kişisel veya bağlı oldukları gruplar ile siyaset alanında var olmalarıdır. Bu varoluş, oy kullanma davranışından daha fazlasını ifade etmektedir (Schoultz, 2015: 343). Siyasal davranış, bireylerin/vatandaşların siyasi otoriteyi etkilemek amacıyla giriştikleri yasal eylemlerdir (Nie vd., 1989: 1). Özbudun'a göre (1975: 4) ise siyasal davranış, bireylerin merkezi veya yerel devlet organlarının kararlarını ve/veya personelini etkilemek için bizzat bireyin kendisi tarafından veya başkaları tarafından tasarlanmış hukuki veya hukuk dışı faaliyetlerdir. Bu iki tanıma bakıldığında, hukuk dışı faaliyetlerin siyasal davranış olarak kabul edilip edilmemesi öne çıkan en önemli fark olarak görülmektedir. Ancak siyasi otorite üzerinde etkili olma gayesi taşıyan ve bireyi siyasal açıdan bir davranışa sevk eden her durumun siyasal davranış olarak kabul edilmesi doğru olacaktır. Bu davranışının hukuki veya hukuk dışı olması ayrı bir tartışma konusudur.

Siyasal davranış, algı, tutum, tavır ve eylemler bütünüdür. Öncelikle siyasal davranışta bulunacak bir kişi konuyla ilgili farklı kaynaklardan elde edeceği bilgiler ışığında bir algı edinir. Ardından bu konuda nasıl bir yol, yöntem izleyeceğini yani tutumunu belirler. Daha sonra belirlenen bu tutuma göre bir tavır, pozisyon alır. En nihayetinde eyleme geçerek siyasal davranışını sonuçlandırır. Bütün bu süreçlerin tamamı siyasal davranış olarak kabul edilmelidir. Bazı çalışmalarda ortaya konulduğu gibi

seçmenin herhangi bir partiyi tercih etmesi siyasal davranışın tamamı değil sadece bir aşamasını ifade etmektedir. Dolayısıyla siyasal davranışı bu çerçevede ele almak kavramın makro düzeyde tartışılması için de bir gerekliliktir.

Bireyin çevresinden gelen etkilere yönelik gösterdiği reaksiyonlar davranış olarak tanımlandığında, siyasal alandan kendisine yönelik gelen her etkiye gösterdiği tepki de siyasal davranış olarak kabul edilmektedir. Bu etki-tepki sürecinde birey uyma veya uymamama biçiminde bir cevap vermekte uyma davranışı da itaat, özdeşleşme ve benimseme şeklinde ortaya çıkmaktadır. İtaat, ceza veya ödül güdüsüyle; özdeşleşme beğenilen gibi olma güdüsüyle ve benimseme doğru şeyi yapma güdüsüyle ortaya çıkmaktadır. Uymama davranışının güdüsü ise özgürlük olmaktadır. Siyasal kurum ve siyasal iktidar süreçlerinden gelen etkilere yönelik sergilenen davranışların yani siyasal davranışların kişilik yapısı ve çevresel faktörler ile ilgisi söz konusudur. Ancak kişilik faktörünün hemen her durumda aynı kişilik özelliğine sahip bireylerden aynı siyasal davranışları beklemesi güvenilebilir bir yaklaşım olmanın ötesinde ispata ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla siyasal davranışların şekillenmesinde çevresel faktörleri dikkate almak daha doğru olacaktır. Bunlar ise bireyin siyasal davranışlarının oluşmasında rol oynayan siyasal, ekonomik ve kültürel unsurlardır (Dursun, 2014: 213-216).

Siyasal davranış, bireyin siyasal sistem karşısındaki durumunu, tutumunu ve eylemlerini içeren bir kavramdır (Daver, 1993: 203). Bireyler siyasal davranışta bulunurken öncelikle göz önünde bulundurduğu iki şey vardır. Bunlardan birincisi eyleme geçmeye karar vermek ikincisi ise karar verdiği bu eylemin yönünü belirlemektir. Dolayısıyla kişi bir seçim yapacağı zaman oy vermeyi ve kime oy vereceğini kararlaştırmaktadır (Koçak, 2002: 97). Bireyin siyasal sistem karşısında gösterdiği diğer davranışlar ise şu şekilde sıralanabilir (Birch, 1993: 81; Turan ve Temizel, 2015: 9):

- Oy kullanma
- Referanduma katılma
- Seçimlerde propaganda ya da diğer kampanyalara katılma
- Siyasal parti veya baskı grupları/STK'lara üye olma

- Kamu politikalarını değiştirmeye yönelik siyasi gösterilere vb. faaliyetlere katılma
- Sivil itaatsizliğin farklı normlarında yer alma
- Siyasi mercilerin danışma birimlerinde yer alma
- Sosyal politikaların uygulanmasına yönelik farklı şekillerde müdahalede bulunma
- Toplumsal eylemlerde yer alma

Siyasal davranışın sadece oy verme ile sınırlandırılmayacağı siyasi ilgi ve siyasi etkinliğin de bu başlık altında değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmelidir. nk siyasi tutumlar ile sergilenen davranışlar arasında yakın ilişki söz konusudur. Bütün bunlar göz önüne alındığında siyasi davranış kavramı şu şekilde özetlenebilir: “Siyasal davranış, bireylerin siyasi sistem içerisinde, sisteme ilişkin olarak sahip oldukları tutumsal duruşlarını, yönelimlerini ve yine sistemin işleyişine ilişkin otorite mercilerini etkilemek, alınan kararları yönlendirmek amaçlı girişilen tüm faaliyet ve eylemleri bir arada ifade eden bir kavramdır.” (Turan ve Temizel, 2015: 10). Benzer biçimde sosyal bilimler sözlüğünde de siyasi davranış “Bireyi siyasi etkinliklere iten temel güdü, his, inanç ve düşüncelerin meydana getirdiği davranış biçimleri, bunları konu edinen disiplin” şeklinde tanımlanmaktadır (Acar ve Demir, 2005: 367).

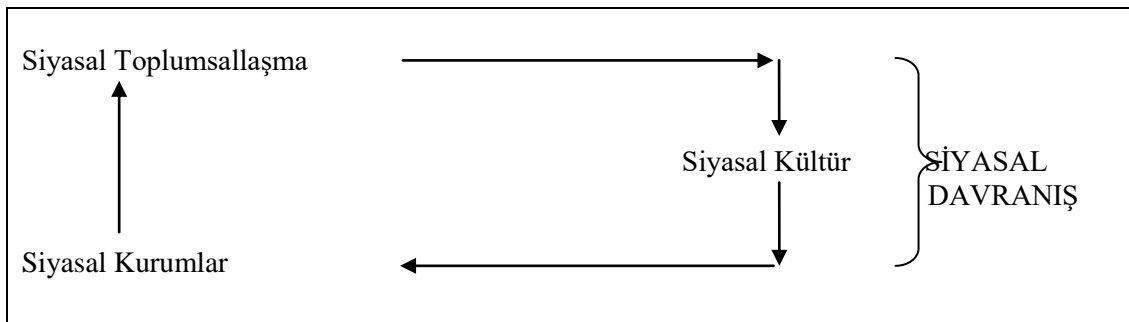
Siyasal davranışlar, bireyin yaşamının ilk yıllarından itibaren oluşmaya başlar. Farklı ülkelerde yapılan araştırmalar 7 yaşından itibaren bireyin genel siyasi davranışlara sahip olduklarını ve yaşadıkları yerdeki siyasi kültürle yoğrulduklarını göstermektedir. Bireylerin, ocuk yaşlarında bütünleşme ve farklılaşma aşaması şeklinde görülen siyasi davranış oluşum sürecinin ilk aşamasında kişi, ulusal kahraman, anıt ve kurumlara bağlanma şeklinde bir bütünleşme davranışı sergilemektedir. 7 yaşına kadar bayramlar, törenler vs. vasıtasıyla ulusal kahramanlar ve anıtlar ile duygusal bir bağ kuran çocukların 10 yaşından itibaren kahramanlardan kurumlara doğru geçiş yaptıkları gözlemlenmiştir. Buna göre yeni referanslar, cumhuriyet, demokrasi, meclis gibi yapılarıdır. Farklılaşma aşaması ise aile, okul, arkadaş çevresi gibi sosyal alanlarla tanışan bireyin siyasi davranışlarındaki değişimi ifade etmektedir (am, 2011: 176-177). Siyasi davranış, toplumsal yapıya ve yönetim anlayışına göre yer yer farklılık göstermektedir. Toplumsal

yapıda yer alan farklı sosyo-ekonomik değişkenler üstyapı olarak siyasal davranışları da şekillendirmektedir. Siyasal davranışlar için önemli olan kanaatlerin oluşması, sanayi toplumundan tarım toplumuna doğru gidildikçe farklılıklar gösterecektir. Değişime kapalı, yatay-dikey toplumsal hareketsizliğin, tarımsal üretimin, feodal siyasi yapının, kadcrci anlayışın vb. unsurların hâkim olduğu toplumlarda siyasal kültür de bu nitelikte olacak ve bu durum toplumun siyasal davranışına bir temel oluşturacaktır. Benzer şekilde gelişmiş ekonomi ve teknolojiye sahip, iş bölümü güçlü şekilde belirlenmiş, yatay-dikey hareketliliğin görüldüğü, yerel/bölgesel çıkarların ulusal düzeye taşındığı toplumlarda siyasal davranış biçimi daha etkili, yoğun, kapsayıcı ve karmaşık şekilde ortaya çıkacaktır (Yücekök, 1969: 176).

Siyasal davranış, birey ve grupların davranışlarına odaklanmaktadır (Kayode, 2013: 5). Dolayısıyla birey, toplum ve devlet ile yakından ilgilidir. Ancak bu konuda birey öncül olmalıdır (Farrel ve Petersen, 1982: 405). Bireyin ve toplumun sahip olduğu siyasal kültür, bu kültür çerçevesinde şekillenen siyasal toplumsallaşma ve devletin sahip olduğu yönetim anlayışı siyasal davranışları doğrudan belirleyen unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bunlara ek olarak siyasal davranışın şekillenmesine katkı sağlayan siyasal iletişim kavramının da üzerinde durmak gerekmektedir.

Siyasal kültür, siyasal toplumsallaşma ve siyasal kurumlar arasındaki ilişki siyasal davranışı şekillendirmektedir. Buna göre, siyasal toplumsallaşma siyasal kültürü biçimlendirir. Siyasal kültür siyasi kurumları; siyasi kurumlarda siyasal toplumsallaşmayı etkiler. Bütün bu etki-tepki süreci siyasal davranışı meydana getirir. Kavramlar arasındaki döngü şu şekilde gösterilebilir:

**Şekil 1: Siyasal Davranış**



**Kaynak:** Yücekök: 1969: 179



Siyasal kültür, siyaset bilimi çalışmalarında fazlaca yer verilen bir kavramdır. Bu kavram, 1940'lı yıllardan beri bu alanda bir açıklama yöntemi olarak kullanılmaktadır. Hızla değişen ve bu nedenle toplumsal ve siyasal yapının paralel şekilde yeniden biçimlendiği dünyada, siyasal kültür bu dönüşümün anahtar kavramlarından biri haline gelmiştir. Kavram olarak siyasal kültür, herhangi bir toplumun siyasal düzenini şekillendirmede rol oynayan inançlar, değerler ve tutumlar bütünüdür (Sitembölükbaşı, 1997: 249-254). Almond ve Verba'nın tanımına göre (1963: 13) ise, "Siyasal tutumların, duyguların, bilgi ve becerilerin toplum içinde belirli bir biçimde dağılımı, siyasal yönelimler, sisteme yönelik tutumlar" siyasal kültürü ifade etmektedir. Siyasetle ilgili sübjektif yönelimler olarak kabul edilen bu kavram için Diamond da siyasal sistemle ilgili, insanlarda hâkim olan inanç, tutum, ideal, duygu ve değerlendirmelerin bütünü şeklinde bir tanım yapmıştır (Diamond, 1994: 7).

Bir siyasal topluluğun (grup, ulus vb.) siyasal düşünüş ve davranışlarını, siyasal kurumlarını, en geniş ifadesiyle "siyasetini" belirleyen, siyasal geleneklerin, eğilimlerin, duyguların ve temel düşünsel kategorilerin toplamı siyasal kültür olarak kabul edilmektedir (Parla, 2008: 10). Siyasal kültürü biçimlendiren ise siyasal sistem karşısında bireylerin ortaya koyduğu eylem biçimleri, inanç ve tutumlardır (Duverger, 1982: 128, aktaran: Erzen ve Yalın, 2011: 51). Siyasal kültür, nesnel kavramsallaştırma, öznel kavramsallaştırma, bulgusal kavramsallaştırma ve içlemsel kavramsallaştırma şeklinde ele alınmıştır. Nesnel kavramsallaştırmaya göre siyasal kültür, toplumdaki bireylerden bağımsız, üstün ve onları bir arada tutan davranış kalıpları inançlar ve kurallardır. Öznel kavramsallaştırma ise siyasal kültürü, toplum içinde yer alan bireylerin, siyasal yaşama ilişkin tutum ve eğilimleri şeklinde ifade etmektedir. Siyasal kültürü bulgusal olarak açıklayanlar ise, her siyasal kültürün kendine has bir özgürlük içerdiğini varsaymakta, siyasal kültürü o toplumun gelenekleri, kamu kurumlarındaki ruh, yurttaşlık bağı gibi daha özgün ve özel verilere dayandırmaktadır. Siyasal kültürün içlemsel kavramsallaştırılması ise bireyin davranışları ile zihin yapısı arasındaki ilişkiyi hem somut davranışlar hem de bu davranışlara yön veren ruhsal etkenlerle açıklama durumudur (Erzen ve Yalın 2011: 51-52).

Siyasal kültür, en net ifadesiyle kültürün siyasal yönüdür. Kültür, toplumların tarihten bugüne, kuşaklar boyunca aktardıkları duygu, düşünce ve davranışlar bütünü olarak kabul edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında siyasal kültürü, bir toplumda, toplumun

fertleri tarafından siyaset alanıyla ilgili genel kabul görmüş değerler bütünü şeklinde ifade etmek gerekir. Siyasal kültürün bilme-algılama-inanma boyutu, duygusal boyut ve değerlendirme boyutu şeklinde üç evresi vardır. Bunlardan bilme-algılama-inanma boyutu, bireyin yaşadığı toplumdaki siyasal kurumlar, bu kurumlarda rol oynayan kişiler, siyasal partilerle ilgili içerikler ve bu partilerin tutumları hakkındaki bilgi düzeyini ifade etmektedir. Kısaca bireyin siyasal yapı hakkında bilgi sahibi olması, siyasal kültürün bu evresini oluşturmaktadır. Bireyin siyasal yapı veya siyasal aktörlere karşı oluşturduğu duygu siyasal kültürün duygu evresini; bireyin siyasal gelişmelerle ilgili önceden sahip olduğu bilgi ve değerlerden yola çıkarak bir yargıya ulaşması da siyasal kültürün değerlendirme boyutunu oluşturmaktadır (Çam, 2011: 200-201).

Siyasal kültür, toplum üyelerinin siyasal alana ait tutum ve değer yargılarıdır. Zamanla toplumsal, ekonomik ve siyasal alanda yaşanan değişimler siyasal kültürün içeriğini değiştirmekte, bu durum da toplumsal, ekonomik ve siyasal alandaki dönüşümü biçimlendirmektedir. Bu yönüyle siyasal kültür, toplumsal değişme, toplum üyelerinin siyasal alanla kurduğu ilişkiler ve siyasal yapı açısından anahtar bir kavramdır.

Siyasal kültür, demokrasiye paralel biçimde mahalli kültür, tabiyet kültürü ve katılımcı kültür şeklinde değişkenlik göstermektedir. Bireylerin siyasal alana ilgisinin ulusal düzeye erişmemesi yani yerel seviyede kalması mahalli kültürü; bireylerin siyasal sistem karşısında pasif bir tavır takınması tabiyet kültürünü; son olarak bireylerin siyasal sisteme dair bilgilerle donanması, sistemi etkileyecek inanca sahip olması ve bundan hareketle de aktif bir tavır sergilemesi katılımcı kültürü ifade etmektedir (Heywood, 2014: 264-265).

Nasıl bir siyasal kültür demokrasiye katkı sunar? Bu soru oldukça önemlidir. Her şeyden önce toplumsal hoşgörü demokrasi için gereklidir. Bunun yanında, siyasal kurum ve kurallara güven, vatandaşların birlikte hareket edebilme yeteneği ve son olarak bireylerin sürekli siyaset alanını denetlediği bir anlayış söz konusu olmalıdır (Gökçe vd., 2001: 6-7). Demokratik siyasal kültürün yerleşmediği bir ortamda siyasal katılım oldukça düşük seviyelerde kalacaktır. Bu açıdan, toplumların veya devletlerin siyasal kültürü gerek ulusal gerekse yerel düzeyde önem arz etmektedir. Türkiye örneğinde zaman zaman değişiklikler olsa da her seçimde seçim haritasına yansıyan görüntüler bölgeler arası

siyasal kültürü çok güzel özetlemektedir. Bu yönüyle Türkiye, farklı siyasal kültürlere sahip bireylerin ortak siyasal alandan yönetildiği bir ülkedir. Siyasal katılım noktasında, siyasal kültürün bilgi boyutunda kendisini geliştirmiş birey ve toplumlardaki katılımın daha yüksek olacağı bir gerçekliktir. Bu da, demokrasinin gelişmesine katkı sağlayacak bir durumdur.

Siyasal kültür, bireyin siyasal davranışlarını şekillendirmesinde başat faktörlerden biridir. Birey, yaşadığı topluma dayanak oluşturan siyasal kültür ile siyaset alanını yorumlamakta ve tercihlerini/eylemlerini ona göre belirlemektedir. Demokratik siyasal kültüre sahip olmayan toplumlarda bireyin siyasal davranışları düşük seviyede ortaya çıkacak ve sergilenen bu davranışlar da daha az değer görecektir. Böyle toplumlarda birey siyasal davranışı sadece oy verme ile ilişkilendirecek ve diğer katılım türlerine ilgi göstermeyecektir. Bir başka örnek üzerinden lider-başkan-kanaat önderi vs. anlayışının güçlü olduğu toplumlarda birey siyasal davranışta bulunurken lider odaklı bir yaklaşım sergileyecektir. Dolayısıyla sergilenecek bu siyasal davranış özerk-katılımcı bir anlayıştan ziyade bağımlı bir anlayışı yansıtacaktır. Bu şekilde siyasal kültür üzerinden bir davranış sergilenecek ve bu davranışta siyasal kültürü güçlendirecektir.

Siyasal davranış ile ilişkili bir diğer kavram siyasal toplumsallaşmadır. Toplumsallaşma, bireyin toplumsal değerlere uyum sağlaması, meşru ve gayri meşru şeylerin neler olduğunu belirlemesi sürecidir. Siyasal toplumsallaşma ise siyasal sistemin birey tarafından öğrenilmesini, özümsemesini ve davranışta bulunulmasını ifade etmektedir. Siyasal toplumsallaşma sürecinde bireyin kazandığı değerlerin etkisiyle siyasal tercihte bulunacağı varsayılmaktadır (Güllüpunar, 2010: 30). Dursun'a göre (2014: 220) toplumsallaşma, bireyin içinde bulunduğu toplumun değerlerini, kurallarını, inançlarını, eğilimlerini ve davranışlarını benimseme sürecidir. Siyasal kültürün edinilmesi ve içselleştirilmesi olarak tanımlanan (Mutlu, 2004: 258) siyasal toplumsallaşma, siyasal çevre, toplum ve birey arasında yaşam boyu süren doğrudan ve dolaylı etkileşim neticesinde bireyin siyasal sistemle ilgili bilgi ve görüş edinmesi, tutum takınması ve davranış sergilemesi şeklinde ifade edilmektedir (Alkan, 1979: 8).

Bireyi toplumsal varlık haline getiren alanlardan biri de siyasettir. İnsanlığın başlangıcından günümüze bütün toplumların bir siyaset anlayışı, sistem ve uygulaması

olduğuna göre bireyin bulunduğu toplumla uyum içinde yaşaması için bu alan oldukça önemlidir. Günümüzde siyasal olanın toplumsal olandan ayrılması oldukça zordur. Siyaset alanı ve seçmen arasındaki siyasal iletişim süreci, bireyin toplumsallaşmasına katkı sağlamaktadır (Damlapınar ve Balcı, 2014: 60-62). Bu süreçte, bireyin siyasal sistem hakkında bilgilendirilmesi, oy tercihi yönlendirilerek veya siyasal tavır alması sağlanarak sisteme dahil edilmesi, bireyin aynı zamanda toplumsallaşmasını da sağlamaktadır. Siyasal toplumsallaşma, aile, medya, eğitim, STK, kanaat önderleri, çıkar grupları gibi sosyal araçlarla sağlanmakta ve bireye siyasi altyapı kazandırmaktadır.

Siyasal toplumsallaşma kuramları, psikanalitik, işlevselci ve çatışmacı yaklaşım Şeklinde üç çerçeveden değerlendirilmektedir. Psikanalitik yaklaşım, bireyin davranış kalıplarının oluşmasında çocukluk döneminin önemli rolünün olduğunu ileri sürmektedir. Bu yaklaşıma göre, çocukluk döneminde otoriter, saldırgan, uyumlu, paylaşımcı vb. davranış kalıplarına göre Şekillenen bireyde bu durum, yaşamı boyunca devam etmektedir. Ancak bu yaklaşım diğer faktörleri göz ardı ettiği için eleştirilmektedir. İşlevselci yaklaşım ise bireyin toplumsallaşma sürecine girdi-çıktı ilişkisi Şeklinde bakmaktadır. Her siyasal sistem bireyleriyle uyum içinde olmak ister ve bireyler de buna olumlu veya olumsuz cevap verir. Bu yaklaşıma göre birey, sistemin devamlılığı açısından kendisini düşen rolleri öğrenmekte ve bu rolleri sistemin ortaya koyduğu ilkeler doğrultusunda yerine getirmektedir. Dolayısıyla toplumsal alanda bir bütünlük ve uyuşma ortaya çıkmaktadır. Son olarak çatışmacı yaklaşım ise toplumsal grupların farklılıklarından kaynaklanan taleplerini siyasal sistem içerisinde dile getirdiği ve bu durumun çatışmaya yol açtığını ancak bu Şekilde de toplumsal değerrişim ve dönüşümün sağlandığını ifade etmektedir. Bu yaklaşıma göre çatışmanın bittiği yerde siyasette bitecektir. Dolayısıyla siyasal toplumsallaşma açısından toplumsal çatışma gerekli bir unsurdur (Güllüpınar, 2010: 32-35).

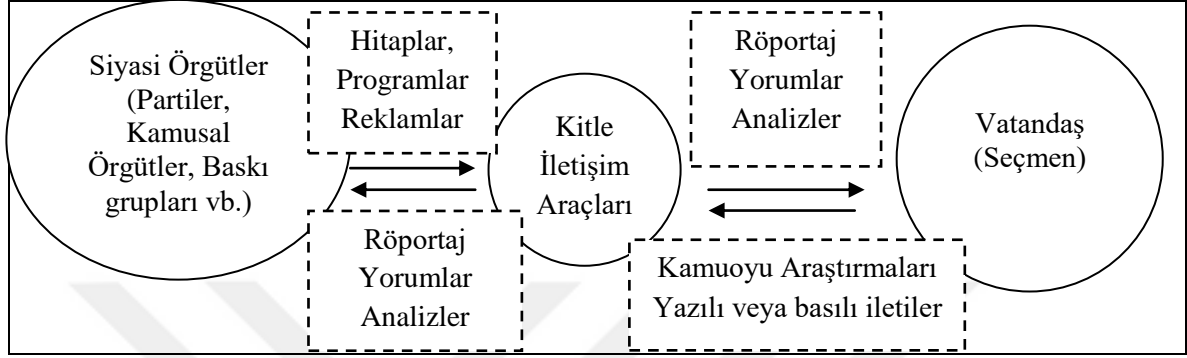
Siyasal toplumsallaşma açısından aile oldukça önemlidir. Bireyin, dünyaya açılan kapısı olan ailedeki değerler, inançlar, kurallar vs. doğrudan bireye öğretilir veya birey bunları öğrenerek yaşama hazırlanır. Dolayısıyla siyasal açıdan bakıldığında ailenin benimsediği siyasal değerler veya desteklediği siyasal parti, aday veya ideolojiler bireyin bu alanda kendisine sunulan ilk tercihler olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple olsa gerek aile bireylerinin tamamının aynı siyasal görüşe sahip olduğu aileler oldukça fazladır.

Siyasal toplumsallaşma açısından bir diğer araç ise eğitim yani okuldur. Bireyin aileden sonra dış dünyayı anlama, algılama ve yorumlaması açısından eğitim oldukça önemlidir. Bu alanın bir diğer özelliği ise aile çizgisinden ayrı olarak farklı düşünce ve görüşlerle tanışma fırsatı sağlamasıdır. Bu açıdan bakıldığında birey eğitim alanında ilerledikçe aileden bağımsız bir toplumsallaşma sürecine de adım atmaktadır. Siyasal toplumsallaşmanın bir diğer unsuru medyadır. Medya, bireye sunduğu haberleşme imkanı ile farklı siyasal görüş, ideoloji ve partilerin birey tarafından anlaşılmasına ve tartışılmasına katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla birey medya aracılığıyla siyasal sisteme dahil olmakta bir nevi toplumsallaşmaktadır. Bunlar dışında, iş çevresi, siyasal partiler, sivil toplum kuruluşları vb. yapılar, siyasal toplumsallaşma için önemli birer unsurdur. Bütün bu öğeler ve süreçler bireyin toplumsallaşmasına katkı sağlarken diğer yandan toplumda bir siyasal kültürün oluşmasına ve siyasal davranışların şekillenmesine imkan oluşturmaktadır. Dolayısıyla siyasal davranışların ortaya çıkmasında ve ortaya çıkış biçiminde bireyin toplumsallaşmasının rolü oldukça fazladır.

Siyasal davranışlar açısından ele alınması gereken bir diğer başlık siyasal iletişimidir. İletişim, insanlar arasındaki her türlü ilişkinin temelini oluşturur (Tokgöz, 2010: 518). İletişim, kişiler arasındaki alış-veriş sürecidir. Daha geniş ifadeyle kişiler arası duyguların, düşüncelerin, haberlerin, bilgilerin, söylemlerin vs. farklı yöntemlerle karşı tarafa aktarılmasını ifade eden iletişim, siyasal alan içinde geçerli bir olgudur. Siyasal iletişim, siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını belli grup, ülke, kitle veya bloklara kabul ettirmek, gerektiğinde eyleme dönüştürmek ve uygulamaya koymak üzere farklı iletişim tür ve tekniklerinin kullanıldığı süreç biçiminde tanımlanmaktadır (Aziz, 2007: 3-4). Siyasal iletişim, bilginin, siyasetçiler ve seçmen arasında medya yoluyla aktarılmasına ilişkin interaktif bir süreçtir. Bu etkileşim sürecinde bilgi, politikacılardan seçmenlere, seçmenlerden politikacılara doğru çift yönlü iletilmektedir. Siyasal iletişimin üretim, uygulama ve etki şeklinde üç boyutu vardır. Üretim, siyasal iletişim stratejilerinin tasarlanması, uygulama, tasarlanan stratejilerin hayata geçirilmesi, etki ise kampanya sonucunda iletişim sürecinin etkisinin ölçülmesi evresidir. Siyasal iletişim süreçlerinde, hükümet, siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları, baskı grupları, kamusal alana etki etmek isteyen unsurlar ve seçmen yani vatandaş yer almaktadır (Çağlar ve Özkır, 2015: 7). Siyasal iletişimde, bireylerin destek ve güvenini kazanmak için yapılan halkla ilişkiler, reklam gibi ikna etmeye dayalı yöntemler kullanılmakta (Damlapınar ve Balcı, 2014: 33),

bu süreçte özellikle kitle iletişim araçları önem kazanmaktadır. Bu konuda McNair (2015: 6) siyasal iletişimi, siyasal örgütler, kitle iletişim araçları ve seçmen arasında bir ilişki olarak değerlendirmektedir.

**Şekil 2: Siyasal İletişim Unsurları**



**Kaynak:** McNair Brian, 2005: 6 ve Damlapınar ve Balcı, 2014: 34

Siyasal iletişim, özellikle propaganda kavramıyla yakın ilişki içindedir. Bu yönüyle benzer kavramların sıkça aynı anlamda kullanılması söz konusudur. Ancak siyasal iletişim bazı yönleriyle propagandadan ayrılmaktadır. Propaganda, mesajların otoriter üslupla, tek taraflı ve yoğun biçimde karşı tarafa aktarılmasını ifade eden bir kavramdır. Bu tanımdan hareketle tek taraflı, yoğun ve otoriter bir üslup siyasal iletişimle bağdaşmayan unsurlardır. Her ne kadar iki kavramda karşı tarafı etkileme amacıyla mesajların farklı araçlarla iletilmesi olarak ifade edilse de siyasal iletişim, daha demokratik, tek taraflı değil geri bildirimli ve yoğun değil kısa süreli bir iletişim yaklaşımıdır (Doğan ve Göker, 2013: 5).

Siyasal iletişim, sadece siyasal kampanya ve seçim dönemiyle ilişkilendirilse de seçim öncesi ve sonrası her türlü siyasal süreçte değerlendirilmesi gereken bir kavramdır. Dolayısıyla siyasal iletişimi, siyasal alandaki bütün faaliyetlerde tarafların katıldığı bir iletişim süreci olarak kabul etmek gerekmektedir. Siyasal iletişim, siyasal partiler ve adaylar açısından seçim başarısı için üzerinde durulması gereken bir alandır. Bu noktada, siyasal iletişimcilerin seçim kampanyasının tüm boyutlarını bilen, iletişim ve siyasetle ilgili yeterli altyapıya sahip, mesleki köken itibarıyla organizatör, gazeteci, halka ilişkiler uzmanı, akademisyen veya reklamcı gibi yüzü halka dönük kişiler olması, bunun yanında kurumsal ve teşkilatlanmış bir anlayışı benimsemesi gereklidir (Damlapınar ve Balcı, 2014: 34-35). Siyasal iletişim, ikna etmeye yönelik her türlü mesaj stratejilerini kavramsal

temele yerleştirmektedir. Siyasal iletişim sürecinde öncelikle seçmenin dikkatini çekme daha sonra bu dikkati ilgiye çevirme ve son olarak bir siyasal davranış biçimi olan oy vermeye sevk etme amaçlanmaktadır (Doğan ve Göker, 2014: 6). Bu amaca ulaşmak için seçmenleri ikna etmeye yönelik mesaj stratejilerinden en çok kullanılanlar korku çekiciliği, kapıyı aralama tekniği ve tekrarlama (Özkan, 2004: 167 ve Kalender, 2000: 132-135). Bu tekniklerden korku çekiciliği, daha çok duygusal öğelere hitap eden korku uyandırılarak insanların ikna edilmesini sağlayan bir tekniktir. Destek istenen partiye veya adaya oy verilmediğinde nelerin olacağına sıralanarak karşı tarafta bir korku oluşturulması ve bu şekilde seçmenin ikna edilmesi bu duruma örnektir. Kapıyı aralama tekniğinde ise davranışa yönelik bir durum söz konusudur. Herhangi bir seçmenin parti mitingine katılması sağlanarak oy tercihi öncesinde kapının aralanması bu tekniğe örnek gösterilebilir. Son olarak tekrarlama ise siyasal mesajların sürekli vurgulanarak karşı tarafın ikna edilmesi süreci olarak ifade edilebilir (Kalender, 2000: 134-136).

Siyasal iletişim, siyasal parti veya aday ile seçmenin iletişim alanını oluşturmaktadır. Bu alanın sivil toplum kuruluşları, medya, baskı grupları vb. diğer unsurları olsa da temeldeki iki unsur, siyasetçi ve seçmendir. Her parti veya adayın kendilerine destek sağlaması için seçmen ile kurduğu ilişkinin bütünü olarak kabul edilen kavram, özellikle son yıllarda seçimlerde amaçlanan başarıya ulaşma açısından değerli görülmekte ve üzerinde yoğunlaşılacak bir alan haline dönüşmektedir. Bu açıdan bakıldığında siyasal iletişim günden güne değer kazanmakta ve alanla ilgili farklı yaklaşımlar ortaya çıkmaktadır. Örneğin siyaset alanı ve seçmen arasında iletişim köprüsü oluşturan kitle haberleşme araçlarının yanı sıra son dönemdeki sosyal medya bu noktada yeni bir alan oluşturmaktadır. Siyasal iletişimin, reklamdaki, propagandaya, yüz yüze iletişimden, halkla ilişkilere, lobicilikten siyasal kampanyalara kadar birçok boyutunun bulunması, kavramın siyasal süreçle alakalı geniş, kapsayıcı ve sayılan bu kavramların üzerinde yer almasını sağlamaktadır. Çünkü siyasal iletişim, siyaset alanı ve seçmen arasındaki her şey olarak kabul edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında siyasal davranışların biçimlenmesinde en önemli etkenlerden birinin de siyasal iletişim süreci olduğu ortaya çıkmaktadır.

## **1.2. Siyasal Davranışlara Teorik Yaklaşımlar**

Seçim süreci ve seçmen davranışı modern yönetim anlayışının önemli bir unsuru olmuştur. Batı’da seçim süreciyle ilgili analizler 1940’larda başlamış ve II. Dünya Savaşı sonrası önemli bir ivme kazanmıştır. Bu süreçte seçmen davranışı ile ilgili incelemeler siyaset sosyolojisinin önemli konularından biri haline dönüşmüştür (Akgün, 2000: 76-77).

Siyasal davranışları analiz etmek için çeşitli teoriler ortaya konulmuştur. Bu teorileri genel hatlarıyla üç başlıkta ele almak mümkündür. Bunlardan birincisi Columbia Ekolü olarak da adlandırılan Sosyolojik Yaklaşım; ikincisi Michigan Ekolü olarak kabul gören Sosyo-Psikolojik Yaklaşım; üçüncüsü ise Rasyonel Tercih Yaklaşımı veya diğer adıyla Ekonomik Yaklaşımdır.

### **1.2.1. Sosyolojik Yaklaşım**

Columbia Üniversitesi’ndeki bir grup araştırmacının ortaya çıkardığı sosyolojik yaklaşımda, seçmenlerin parti tercihleri dini bir aidiyet veya vazgeçilmez bir alışkanlık gibi tanımlanmakta ve seçmenlerin kullandıkları oy bu değişmez kimliğin bir parçası olarak görülmektedir (Akgün, 2000: 77). Lazarsfeld, Berolson ve Guadet tarafından 1940 yılındaki ABD Başkanlık seçimlerinde Ohio ve Erie County’deki seçmenler üzerinde yapılan çalışmada, bireylerin oy tercihinin tıpkı mağazadaki bir ürünü seçmek gibi kişisel bir tercih olduğu ve radyo/basının bu tercihi yönlendirmede etkisi olduğu varsayımlarıyla hareket edilmiş ancak durumun böyle olmadığı sosyolojik öğelerin seçmen davranışı üzerinde oldukça etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kalender, 2000: 52).

Columbia Ekolü olarak ta adlandırılan sosyolojik yaklaşımda odak noktası seçmen yani birey değil, bireyin içinde yer aldığı grup veya siyasi partidir. Bu yaklaşımın üzerinde durduğu şey “bireyler neden oy kullanır?” sorusudur. Bu kapsamda seçmen tutum ve davranışlarını bireyci anlayıştan ayrı ele alarak din, sosyo-kültürel yapı, coğrafi yapı, seçmenin ait olduğu grup veya gruplar gibi sosyolojik unsurlardan oluşan bir çerçevede değerlendirmektedir (Damlapınar ve Balcı, 2014: 104-105, Harrop ve Miller, 1987: 157).



Sosyolojik yaklaşımın temel varsayımı şu şekildedir. Birey, toplumun yani grubun bir üyesidir. Her grubun kendine özel norm ve değerleri vardır. Bunlara uymayan kişilerin de çeşitli şekilde cezalandırılması söz konusudur. Birey, oy verme sürecinde grup normlarına ters düşmemek dolayısıyla cezai yaptırımlarla karşılaşmamak düşüncesiyle hareket edecektir. Bu nedenle sosyolojik yaklaşımın oy sürecinde yer alan “niçin?” sorusu bu çerçevede değerlendirilmelidir (Kalender, 2000: 52).

Sosyolojik yaklaşım bireyden çok grubu referans alan bir yaklaşımdır. Dolayısıyla bu yaklaşımda kişisel özelliklerden ziyade grubun değerlerine yönelik bir eğilim söz konusudur. Birey, en küçük toplumsal grup olan aileden, arkadaş çevresine, komşuluk ilişkilerinden iş hayatına kadar birçok grupta yer almakta ve bu grupların değerleriyle sık sık karşılaşmaktadır. Öyle ki bu değerler, bireyin dünya görüşünü etkilemektedir. Bu durum, siyasal davranış içinde geçerli olmaktadır. Kısacası birey, grup içinde siyasallaşmaktadır. Dolayısıyla böyle bir noktada bireyin siyasal davranışında ait olduğu grubun etkisini göz ardı etmek gerçekçi bir yaklaşım olmayacaktır.

Sosyolojik yaklaşımı günümüz gerçekliğinde bütünüyle kabul etmek doğru değildir. Bireyin siyasal davranışını sadece ait olduğu grup üzerinden açıklamak veya yorumlamak yanlış olmasa da eksik bir yaklaşımdır. Birey, demokratik sistemlerde özgür bir statüde yer almakta ve bağlı olduğu çevre dışında kişisel özelliklerinden de beslenmektedir. Bir kişi, bağlı olduğu gruptan farklı düşünebilir. Grup değerlerinin ötesinde başka bir beklenti ve çıkar ile siyasal davranışta bulunabilir. Grup iletişiminden ayrı olarak günümüzde oldukça gelişen kitle iletişim ve haberleşme araçlarıyla siyasal süreci değerlendirebilir. Bütün bunlar düşünüldüğünde siyasal davranışı salt sosyolojik yaklaşıma indirgemekten ziyade sosyolojik yaklaşımı, seçmen davranışının parçalarından biri olarak yorumlamak daha doğru olacaktır.

### **1.2.2. Sosyo-Psikolojik Yaklaşım**

Seçmen tercihlerine yönelik teorik yaklaşımlardan biri de sosyo-psikolojik yaklaşımdır. Bu yaklaşım partiyle özdeşleşme şeklinde ve Michigan Üniversitesi'nden Campell, Conserve, Miller ve Stokes tarafından geliştirildiğinden dolayı Michigan Ekolü şeklinde de ifade edilmektedir. Bu yaklaşıma göre, birey bir partiye yönelik psikolojik

bağlılık duymaktadır. Bu bağlılık bir futbol takımını tutmak gibi düşünülebilir. Sosyo-psikolojik yaklaşımı savunanların temel varsayımı, siyasi davranışların psikolojik unsurların yönüne ve gücüne bağlı olduğudur (Kalender, 2000: 57).

Sosyo-psikolojik yaklaşımın diğer varsayımları şu şekilde özetlenebilir (Budge ve Farlie, 1997: 40-41):

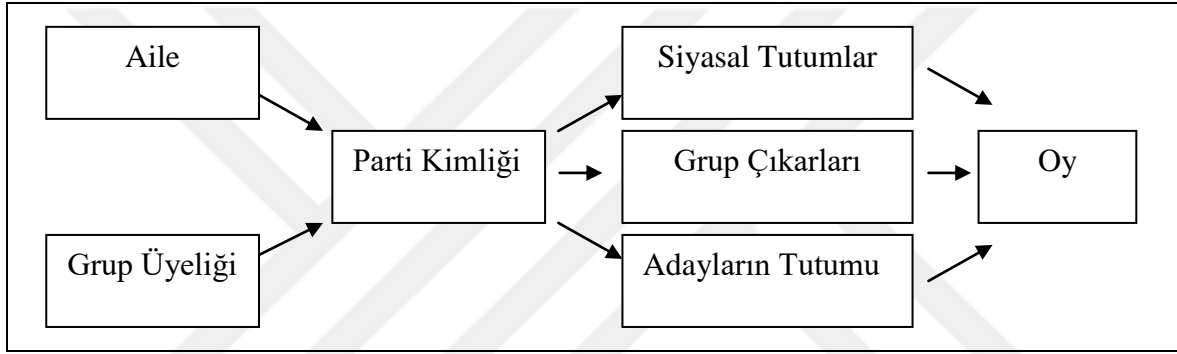
- Seçmenlerin büyük bir bölümü herhangi bir partiye karşı güçlü bağlılık göstermektedir.
- Bu bağlılık, bireyin ailedeki sosyalleşmesiyle oluşmaktadır.
- Seçmenlerin çoğu, hayatları boyunca aynı partiye bağlı kalmaktadır.
- Sadece küçük bir azınlık için bağlılıktan sapma söz konusu iken bu durumun sebebi de aile bağlarının zayıf olması veya hiç olmaması ve ilk gelişen parti bağlılığının referans grupların parti bağlılığı ile farklı olmasıdır.
- Seçmen kendisine seçenekler sunulduğunda parti bağlılığını göstermekte ve bunu da güçlü bağlılık biçiminde ifade etmektedir.
- Parti bağlılığına sahip bir seçmenin diğer faktörlerden bağımsız olarak oy kullanması güçlü bir ihtimaldir.
- Parti bağlılığına sahip seçmenlerin oy verme eğilimleri yüksek olduğundan bu durum siyasal katılım oranını da artırmaktadır.
- Seçmenin parti bağlılığında herhangi bir konunun veya adayın etkisi olmakla beraber bu durum geçicilik arz etmekte ve kısa süre sonra seçmen partiye bağlılık çizgisine dönmektedir.
- Bir siyasal partiye bağlılık geliştiren seçmen aynı partizan tutumu göstereceği diğer partileri takip etmekte ve değerlendirmektedir.

Sosyo-psikolojik yaklaşım siyasi literatüre *parti kimliği* kavramını kazandırmıştır. Bireyler küçük yaşlardan itibaren ailesi ve yakın çevresinin etkisiyle herhangi bir partiye yakınlık duymakta ve bu bağlılık hayat boyu artarak devam etmektedir (Akgün, 2000: 78). Yukarıda belirtildiği gibi aday, ekonomik sorunlar vb. faktörler nedeniyle bireylerin herhangi bir seçimde farklı partiye oy vermesi söz konusu olsa da bu durum geçici olmak

ta ve birey sonraki dönemde yine bağlı olduğu partiye dönüş yapmaktadır (Norris, 1998: XV).

Partiyle özdeşleşme modeli, siyasal partiye yakınlığın oy verme sürecini etkilediği bir yaklaşımdır. Seçmenler sahip olduğu parti kimlikleri sayesinde siyasetin karışık durumunu bağlılık duydukları parti penceresinden izlemekte ve yorumlamaktadır. Bu durum yeterli bilgiye sahip olmayan seçmenin dahi siyaseti yakından takip etmesini sağlamaktadır (Akgün, 2000: 78).

**Şekil 3: Sosyo-Psikolojik Yaklaşım**



**Kaynak:** Evans, 2004: 26

Sosyo-psikolojik yaklaşım, günümüzde göreceli bir çerçevede ele alınmaktadır. Seçmenlerin bir kısmı kendini herhangi bir partiye bağlı veya yakın görmemekle birlikte, ekonomik, siyasi, güncel sorunlar vb. çeşitli nedenlerle sandığa gitmektedir. Ancak yine de siyasi davranışlarını parti kimliğine göre belirleyen seçmenlerin varlığı da bir gerçektir. Bu kişilerin ne sebeple olursa olsun partisinden uzaklaşmadığı ve partiye bağlılık çerçevesinde tutum takındıkları görülmektedir. Türkiye’de seçmen eğilimlerine bakıldığında sosyo-psikolojik yaklaşıma örnek olarak Cumhuriyet Halk Partisi’ni göstermek yanlış olmayacaktır. Partinin seçim sonuçları, iç ve dış dinamiklere rağmen aynı seviyelerde kalması bu örneği destekleyici bir göstergedir.

### 1.2.3. Rasyonel Tercih Yaklaşımı

Rasyonel tercih veya ekonomik oy verme son yıllarda önem kazanan bir yaklaşım modelidir. Bu yaklaşıma göre, bireyler seçimlerde kendi amaçlarını gerçekleştirmek için

uygun gördükleri partiye yönelmektedir. Bu teori, seçmen tercihlerinin “maddi çıkara” göre belirlendiği bir fayda maksimizasyonunu varsaymaktadır. Downs’ın 1957 yılında yayınladığı “An Economic Theory of Democracy” adlı çalışmasında yer verdiği şu ifade bu yaklaşımı özetlemektedir: “Her bir vatandaş oyunu kendisine diğer bütün partilerden daha fazla fayda sağlayacağına inandığı partiye verir.” (Akgün, 2000: 78). Downs’ın rasyonel tercihle ilgili varsayımları şu şekildedir (Downs, 1957: 49-50):

Rasyonel bir vatandaş ücretsiz ve tam bilgilendirildiğinde;

- Mevcut iktidar yönetiminde devlet faaliyetlerinden elde ettiği hizmet akışıyla diğer muhalefet partilerinin hükümette olması durumunda sahip olacağı hizmet akışını karşılaştırarak aradaki farka ulaşacak ve bu farktan yola çıkarak bir tercihte bulunacaktır.
- Siyasal sistemde eğer iki parti var ise seçmen tercih ettiği parti için oy kullanacaktır. Ancak eğer üç veya daha fazla parti tercih konusu ise diğer seçmenlerin eğilimlerini tahmin edecek ve şu şekilde davranacaktır:
  - Desteklediği partinin kazanma şansı yüksek ise o partiye oy verecektir.
  - Eğer desteklediği partinin kazanma şansı yok ise diğer iki parti arasında desteklemediği veya uzak olduğu partinin kazanmaması için diğerini tercih edecektir.
  - Seçmen uzun vadeli düşünüyorsa desteklediği partinin kazanma olasılığı düşük olsa bile gelecek seçimlerde alternatifleri geliştirmek için yine kendi partisine oy verecektir.
- Seçmen, tercih sıralamasında iktidar partisi ile muhalefette yer alan bir partiyi aynı seviyede görüyorsa şu şekilde davranacaktır:
  - Farklı platformlarda yer almalarına ve başkaca politikalarına rağmen partiler kilitlenmiş durumdaysa yani birbirlerini geçemiyorlarsa çekimser kalacaktır.
  - Eğer partilerin platformları ve politikaları aynı ise ve bu durumda bir kilitlenme yaşanmış ise seçmen iktidar partisinin icraat oranını öncekileriyle karşılaştıracak ve pozitif bir sonuca ulaşmış ise iktidar partisine, negatif bir sonuca ulaşmış ise muhalefetteki partiye yönelecektir.

Rasyonel tercih yaklaşımının temel varsayımı, seçmenin kendi çıkarını iyi bilmesi, bu çıkarlara en yakın şekilde hizmet edecek aday veya partiyi değerlendirmesi ve bu değerlendirme sonucunda tercihte bulunmasıdır. Bu yaklaşımın destekçileri, kişinin amaç ve isteklerini ön planda tutarak oy verme sürecini matematiksel formüllerle açıklama eğiliminde olmuşlardır (Kalender, 2000: 61).

### **1.3. Siyasal Davranışların Katılım Boyutu: Siyasal Katılma**

#### **1.3.1. Kavram Olarak Siyasal Katılma**

Günümüz modern toplumları için en ideal yönetim biçimi demokrasidir. Özelliği gereği bireysel talep ve beklentilere duyarlı olan bu yönetim anlayışı içerisinde birçok özellik barındırmaktadır. Demokrasinin en önemli özelliklerinden biri siyasal katılma. Çünkü demokrasi, bireyin aktif olarak sisteme katılmasıyla meşruiyetini güçlendirmektedir (Russell, 2000: 927). Siyasal katılma, çeşitli yaklaşımlarla ele alınacak bir kavramdır. Dar anlamda sadece seçimlere yönelik bir oy kullanma davranışı olarak tanımlandığı gibi geniş anlamda siyasal karar alma süreçlerinin her aşamasında yer alma şeklinde de ifade edilmektedir (Çukurçayır, 2000: 30). Siyasal katılma daha geniş bir biçimde sosyal bilimler sözlüğünde “Bireylerin veya örgütlerin içinde yer aldıkları siyasal sistemin karar alma süreçlerini etkilemek, yönlendirmek, yönetimde görev almak veya nüfuz sahiplerini desteklemek amacıyla siyasal etkinliklere katkıda bulunmaları. Seçmek veya seçilmek amacıyla seçimlere katılmaya seçim yoluyla katılım; işçi sendikaları işveren örgütleri gibi örgütlenmiş baskı grupları yoluyla katılıma da örgütsel katılım denir.” şeklinde tanımlanmaktadır (Acar ve Demir, 2005: 367).

Siyasal katılma, demokratik toplumlar için hayati niteliktedir (Mangenelli vd., 2012: 1476). Siyasal katılma, özel şahısların ve onların oluşturduğu kapsamlı birimlerin kendilerini yöneten kadroların seçim ve eylemlerini etkilemeye yönelik çabalarıdır (Turan, 1986: 37). Geçmişten günümüze siyasal hayatın gittikçe karmaşık bir hal alması nedeniyle bireyler için etkili bir katılmanın boyutları da değişmiştir. Artık her seviyede siyasal olayların yakından izlenmesi, değişik konularda siyasal tavır takınılması, seçimlerde görev almak, dernek veya partilere üye olmak gibi siyasal eylemlere girişilmesi günümüzde siyasal katılmanın ulaştığı noktadır (Baykal, 1970: 27).

Öztekin'e göre (2007: 229) siyasal katılma, seçimlerde oy kullanmanın yanında her türlü siyasal olay ve siyasal kararlar karşısında bireylerin basit bir meraktan, yoğun kitlesel eylemlere kadar uzanan davranış şekilleri olarak tanımlanmaktadır. Siyasal katılma kamu yöneticilerinin seçimine ve seçilen kişilerin karar alma süreçlerine yönelik bireysel tutum ve davranışları ifade etmektedir (Çam, 2011: 204).

Siyasal katılma, kamu siyasalarının belirlenmesinde uygulanmasında ve denetlenmesinde yer alma veya iktidarı kullanan kişi ve kurumların kararlarını etkilemeye yönelik faaliyette bulunma şeklinde tanımlanabilir (Çitçi 1996: 10). Siyasal katılma toplumdan topluma değişiklik gösterdiği gibi aynı toplumda dönemsel olarak da farklılaşabilmektedir. Geleneksel toplumlar ile günümüz modern toplumlarda siyasal katılımın yoğunluk ve düzeyi birbirinden ayrılmaktadır. Sanayileşmiş, kentsel kimliğe sahip toplumlarda katılım kırsal ve ilkel toplumlara göre daha fazladır (Çam, 2011: 204). Modern sanayi toplumlarında, siyasi iktidarların belirlenmesinde ve denetlenmesinde, siyasi iradenin değişmesinde, gerek seçimlerde gerekse seçimler dışında bireylerin ve bunların oluşturduğu örgütsel yapıların, oldukça önemli olduğunu belirtmek gerekir (Öztekin: 2007: 230).

Siyasal katılma, bireylerin siyasi sistem karşısındaki durumlarını, tutumlarını ve davranışlarını belirleyen bir kavramdır (Akkaya, 1994: 66). Oy verme işleminden siyasi adaylığa kadar geniş yelpazede düşünülmesi gereken bir unsurdur. Siyasal katılım ile ilgili değişik kaynaklarca ve farklı yazarlarca birçok tanım yapılmıştır. Bu tanımlar ışığında siyasal katılmanın temel öğelerini şu şekilde ifade etmek mümkündür:

- Siyasal katılıma uygun demokratik bir sistemin varlığı
- Bireysel/toplumsal karar alma ve faaliyette bulunma
- Siyasal otoritenin varlığı ve onu etkilemeye yönelik düşünce
- Demokratik değerlerin ruhuna bağlı kalma

Siyasal katılma, çeşitli nedenlerle demokratik yönetişimin merkezinde yer alır. Fakat bu nedenlerin ikisi önem bakımından ön plana çıkmaktadır. Birincisi, siyasi katılma bireylere, karar alma süreçlerinin sonuçlarını etkileme fırsatı sunmakta böylece bu kişiler kendi çıkarlarını veya ait olduğu grupların çıkarlarını savunabilmektedir. İkincisi, ortak

bağlayıcı kararlara katılım, yurttaşların aidiyet duygularını ve paylaşılan kimlikleri zenginleştirmek açısından bir toplumsallaşma işlevine sahip olmaktadır (Lindekilde, 2009: 3). Her iki boyut da, toplumsal entegrasyon, uyum ve çeşitliliğin artması ile karakterize, dinamik bir demokratik siyasetin gelişimini sağlamaktadır (Zapata-Barrero vd., 2013: 7).

Siyasal katılma seçim dönemleriyle sınırlandırılmaması gereken bir olgudur. Bireylerin seçimler dışında yürüttükleri faaliyetler toplumun demokratik değerlerinin yükseltilmesine yönelik eylemler olarak değerlendirilmelidir. Günümüzde çağdaş demokrasiler siyasal katılmanın düzeyi, yaygınlığı ve etkinliği ile önem kazanmaktadır. Yöneten-yönetilen arasında öteden beri süregelen ilişkiler çerçevesinde siyasal katılmanın araçsal rolü günden güne artmaktadır. Bireyin ve ülkenin demokratik kazanımlarına paralel ve siyasal kültürle de ilişkili olarak başka biçimlerde ortaya çıkan siyasal katılma, özellikle demokratik ülkelerde vazgeçilmez bir kavram haline dönüşmüştür. Bu açıdan bakıldığında siyasal katılma, sadece bireysel tutum ve davranışlar ile ilgili bir kavram olarak değil aynı zamanda insanoğlunun yönetsel anlamda en büyük kazanımı olan demokrasi için de oldukça büyük önem arz etmektedir.

### **1.3.2. Siyasal Katılmanın Nedenleri**

Siyasal katılma bireyle ilgili bir kavramdır. Siyasal sistem içinde var olma amacı taşıyan birey, farklı boyutlarda katılma gerçekleştirmektedir. Siyasal katılmanın çeşitli nedenleri söz konusudur. Toplumdan topluma farklılık göstermesine rağmen bireylerin siyasal katılımı şu beş başlıkta ele alınabilir (Öztekin, 2007: 236-237):

- İnsanlar, bireysel ve örgütsel çıkarlarını muhafaza etmek, kendisine ve çevresine çıkar sağlamak, bulunduğu toplumu, ülkesini hatta dünyayı daha yakından tanıyarak yaşanan gelişmeleri anlamak ve anlamlandırmak için siyasete ilgi duymakta ve bu sebeple sisteme katılmayı hedeflemektedir.
- Bireyler, mesleki ve örgütsel olarak yeni çevre edinmek ve bu çevrede gündemle ilgili tartışmalarda bulunmak için katılım gerçekleştirmektedir.
- Bireyler, siyasi konularda bilgi sağlamak ve kültürel kazanımlar elde etmek, bununla birlikte çevresine karşı kültür seviyesini öne çıkararak kendini

kanıtlamak, böylece kişisel ve psikolojik tatmin sağlamak amacıyla katılımıda bulunmaktadır.

- Bireyler, farklı düzeylerde siyasal katılımıda bulunarak siyasal kültürünün geliştiğini kanıtlayıp zamanla toplum içinde bir yer edinmek ve belli mevkilere gelmek düşüncesiyle siyasal sisteme katılmaktadır.
- Bireyler, ülkesindeki ve dünyadaki gelişmeleri takip ederek, çevresine yabancılaşmanın önüne geçmek için siyasal sisteme katılmaktadır.

Siyasal katılmaya yönelik kişileri motive eden dört başlıktan söz edilebilir. Bunlardan birincisi kişisel bağlılık; ikincisi dayanışma duygusu; üçüncüsü çıkar ve son olarak dördüncüsü ise yurttaşlık düşüncesidir. Bu unsurlardan yola çıkarak siyasal sisteme katılan bireyin beklentileri ise çıkarlarını korumak, sosyal dayanışma içinde yer almak, dünyada yaşananları takip etmek ve bu gelişmeleri anlamak, toplum içinde itibar görmek, statü kazanmak, takdir edilme beklentisi ve psikolojik tatmin şeklinde sıralanmaktadır (Anık, 2000: 161). Geleneksel toplumlarda kanaat önderlerine yönelim kişisel bağlılığa; bireyin bağlı olduğu gruba aidiyeti dayanışma katılımına; ekonomik saiklerle hareket etme araçsal katılıma; ahlaki yükümlülük veya görev duygusu ise yurttaşlık katılımına örnek gösterilebilir (Yücel, 2013: 10-11).

Siyasal katılma bireyin davranış ve tercihlerini içeren bir süreçtir. Bireysel talep ve şikayetler ekseninde siyasal otoriteyi etkilemeye yönelik ortaya konulan bu tutum ve faaliyetler farklı nedenler ile ortaya çıkmaktadır. Psikolojik, sosyo-kültürel, ekonomik kaygı, ideolojik vb. nedenlerle katılım sağlayan bireyler bu katılımları farklı düzey ve biçimlerde gerçekleştirmektedir.

### **1.3.3. Siyasal Katılmanın Düzeyleri**

Siyasal faaliyete katılma değişik düzeylerde ortaya çıkmaktadır. Bunları kendi içerisinde bir kademe şeklinde ele almak mümkündür. En alt kademe, gazete, dergi, radyo, televizyon vs. aracılığı ile siyasal gelişmeleri izlemek, dinleyici olarak mitinglere katılmak, özel temaslarda siyasi meseleleri ele almak şeklinde görülen faaliyetleri kapsamaktadır. Bu kişiler siyasal sahnenin seyircileri olarak tanımlanmaktadır. İkinci kademede siyasal konularda açıkça tavır almak, bu noktada eyleme geçmek söz konusudur. Bu kademedeki



katılım örnekleri arasında siyasi partilere para yardımı yapmak, radyo ve mitinglerde konuşmak, siyasi liderleri etkilemeye yönelik faaliyette bulunmak yer almaktadır. Üçüncü ve en ileri kademedede ise, açık biçimde siyasetin içinde yer almak, olaylarda aktif rol üstlenmek söz konusudur. Bir siyasi partiye üye olmak, seçimlerde aday olmak, seçim kampanyalarında fiili olarak çalışmak bu kademedeki siyasi katılma örneklerindedir (Kapani, 2013: 145). Öztekin'e göre (2007: 238-240) siyasi katılma, politikacılarla ilişkiler, seçimlerde oy kullanma ve siyasi partiler için çalışma, siyasi literatürü takip etme, siyasi tartışmalara katılma, siyasi örgütlere üye olma, siyasi eylemlere katılma ve bağışta bulunma şeklinde yedi başlıkta sıralanabilir.

Siyasal katılma, vatandaşların siyasi sistem karşısındaki durumlarını, tutumlarını ve davranışlarını belirleyen bir kavramdır. Katılmanın, sadece seçimlerde oy kullanmak olarak değerlendirilmesi eksik bir tanım içermektedir. Çünkü siyasi sistem içerisinde basit bir meraktan yoğun bir eyleme kadar ortaya çıkan her şey katılma faaliyeti sayılmaktadır. Siyasi katılmanın boyutları ise merak, ilgi, bilgi ve eylem şeklinde dört başlıkta ele alınmaktadır (Dahl 1963'ten aktaran: Baykal, 1970: 31). Siyasi katılmanın bu dört farklı boyutu birbirinden bağımsız değil aksine birbiriyle ilişki içindedir. Örneğin herhangi bir siyasi partide aktif üyesi bulunan bir kişi, aynı zamanda siyasi konulara ilgi duyan veya onları yakından takip eden bir kişidir. Bu sebeple iç içe geçmiş siyasi katılmanın bu boyutları bizlere siyasi katılmanın seviyesi ile ilgili net bilgiler vermemektedir. Bu noktada siyasi katılma seviyelerinin belirlenmesi için başkaca verilere ihtiyaç duyulmaktadır.

Baykal'a göre (1970: 32), siyasi katılma seviyesi konusunda en çok kabul gören "seçime katılıp katılmama" arasındaki farkın ortaya konulması, ikili bir ayrımın ötesinde detaylı bir şekilde katılma seviyesini açıklayamadığı için eleştirilmektedir. Bu sebeple her siyasi sistem için anlam taşıyan siyasi faaliyet biçimleri tespit edilmeli ve bunlar yoğunluğuna göre sınıflandırılmalıdır. Burada özellikle vurgulanması gereken faaliyet tiplerinin farklı siyasi sistemlerde aynı yoğunlukta ortaya çıkmasının mümkün olmayacağıdır. Örneğin Amerika'da sıkça kullanılan adaylara veya partilere para yardımında bulunma şeklindeki siyasi katılım, her ülkede görülmemektedir. Ancak hemen hemen her ülkede siyasi katılma;

- Siyasal olayları izleme
- Siyasal olaylar ile ilgili tavır alma
- Siyasal olayların içine dahil olma

şeklinde üç farklı boyutta görülmektedir. İzleme faaliyetleri, dergi, gazete, televizyon vb. haberleşme organlarınınca gündemdeki siyasi gelişmeleri takip etmeyi, dinleyici olarak parti programlarında yer almayı vb. örnekleri içermektedir. Bu kategoride yer alan kişilerin, her ne kadar siyasi tercihleri söz konusu olsa da bu tercihlerini çevrelerine yaymak gibi bir düşünceleri bulunmamaktadır. Bu kişilerin temel amacı sadece siyasi gelişmelerden haberdar olmak ve bu sebeple izleyici pozisyonunda yer almaktır. İkinci kategoride yer alan siyasi olaylar ile ilgili tavır alma boyutunda herhangi bir siyasi gelişme ve olay karşısında tepki verme veya bir tutum takınma söz konusudur. Kişisel ortamlarda veya kitle iletişim araçları vasıtasıyla kamuoyu önünde kişinin siyasi bir konu ile ilgili düşüncesini açıklaması bunun örneğidir. Üçüncü kategoride ise kişiler bizzat siyasi olayların içinde yer almaktadır. Bu başlıkta yer alan siyasi katılıma örnek olarak siyasi partilere üye olmak, buralarda görev yapmak, aday olmak vb. sayılabilir (Baykal: 1970: 33-34).

Çam'a göre (2011: 174), siyasi katılma, gözlemci eylemler, aracı eylemler ve siyasi mücadeleye yönelik eylemler şeklinde üç düzeyde görülmektedir. Gözlemci eylemler, siyasi uyarılara açık olmak, oy kullanmak, tartışmalara girmek vb. faaliyetleri içermektedir. Aracı eylemler ise, siyasi liderlerle ilişki kurmak, bir partiye ya da adaya parasal yardımda bulunmak, mitinglere katılmak şeklinde görülmektedir. Siyasi mücadeleye yönelik eylemlere de seçim kampanyasında çalışmak, partiye üye olmak, aday olmak örnek verilebilir.

Kalaycıoğlu (1984: 517) ise siyasi katılmayı üç düzeyde incelemiştir. Bu düzeylerden ilki oy verme faaliyeti ikincisi ise tartışma-görüşme düzeyidir. Bu düzey, bireyin toplumsal sorun ve ülke meseleleri ile ilgili çevresiyle iletişim halinde olmasını içerir. Üçüncü ve son düzey ise seçim kampanyası ile ilgili faaliyetler, örgüt üyeliği, hükümet yetkilileri ile temaslardır. Buna, siyasi katılmanın seçim kampanyasını etkileme ve örgütsel faaliyet düzeyi denilmektedir.

Verba ve Nie (1972: 74) “Participation in America: Political Democracy and Social Equality” adlı çalışmalarında altı farklı sınıflandırma öne çıkararak siyasal katılma düzeylerinden bahsetmektedir. Bu altı başlık şu şekildedir:

- Siyasal sürece hiç katılmayanlar
- Oy kullananlar
- Kişisel sorunlarıyla sınırlı katılanlar
- Topluluk düzeyinde katılanlar
- Kampanyacılar
- Siyasal partilerde görev almanın yanında diğer siyasal etkinliklere de faal katılanlar

Siyasal katılma ile ilgili bir diğer sınıflandırma da Milbrath ve Goel yapmıştır. Bu kişilere göre katılım, hiyerarşik şekilde ve zorluk/kolaylık ölçüsüne göre gladyatör faaliyetler, geçiş faaliyetleri, izleyici faaliyetler ve kayıtsızlar şeklinde sıralanmaktadır. Gladyatör faaliyetlere örnek olarak siyasi bir partiden aday olmak, partinin önemli toplantılarına katılmak, seçim kampanyalarında aktif rol almak gibi ileri katılım biçimleri gösterilebilir. Bu biçimden daha kolay noktada yer alan geçiş faaliyetleri arasında mitinglere katılmak, siyasi parti veya adaya para yardımıyla bulunmak vb. sayılmaktadır. İzleyici faaliyetler ise oy vermek, siyasi uyarılara açık olmak, politik tartışmalarda bulunmak vb. eylemlerdir. Son olarak siyasal sisteme hiç katılmayanlar ise kayıtsızlar şeklinde ifade edilmektedir (Milbrath ve Goel, 1977: 18-19).

**Tablo 1: 2002 Sonrası Genel Seçimler ve Katılım Düzeyleri**

Yıl	Toplam Seçmen Sayısı (Milyon)	Seçime Katılan Seçmen Sayısı (Milyon)	Seçime Katılmayan Seçmen Sayısı (Milyon)	Katılım Oranı
2002	41,4	32,7	8,7	%79,1
2007	42,7	36	6,7	%84,2
2011	52,8	43,9	8,9	%83,2
2015 (Haziran)	56,6	47,5	9,1	%83,9
2015 (Kasım)	56,9	48,5	8,4	%85,2

**Kaynak:** <http://rapory.tuik.gov.tr/>

### 1.3.4. Siyasal Katılmanın Biçimleri

Siyasal katılma, olağan ve olağandışı katılma biçiminde ikiye ayrılmaktadır (Barnes ve Kease, 1979: 42-49). Olağan katılma, hukuki temelde siyasi otorite tarafından ortaya konulmuş kural ve normlara uygun olarak yürütülen katılma biçimidir. Olağandışı katılma ise kurulu düzeninin yasal normlarının dışında ortaya çıkan bir durumdur. Bu katılma biçiminde bireyin siyasi amacına ulaşmak için fiziksel güç kullanması ve eylemlerde bulunması söz konudur (Çukurçayır, 2000: 59).

Demokratik değerlerin yüksek olduğu ve bireylerin siyasi sisteme yabancı olmadığı toplumlarda siyasi katılma genel olarak yasal çerçevede ve olağan şekilde gerçekleşmektedir. Toplumsal hareketliliğin yüksek beklenti ve taleplerin ileri seviyede olduğu durumlarda istek ve şikayetlerin demokratik kanallarla yöneticilere ulaştırılması mümkün ise birey ve toplum için olağan katılım söz konusudur. Ancak birey veya toplumun istekleri gerekli mercilere ulaşmada engellerle karşılaşılıyorsa veya cevap alınmada sorunlar yaşıyorsa bireyler, olağandışı katılım biçimlerine yönelebilir. Olağandışı katılım genelde yasal olmamakla beraber izinli gösteri yürüyüşü gibi yasal örnekleri de mevcuttur. Olağan/olağandışı katılım biçimi arasında özellikle belirtilmesi gereken nokta yasal/yasal olmayan ayrımından ziyade genel/istisnai ayrımının göz önünde bulundurulması gerekliliğidir. Bu açıklamalar örneklendirilirse olağan katılımın en yaygın şekli oy verme faaliyetidir. Bunun dışında siyasi partilere üyelik, seçimlerde aday olma, siyasi partiye yardım, mitinglere katılma vb. eylemler olağan katılım örnekleridir. Olağandışı katılıma örnek olarak da yasal olmayan gösteriler, boykot, sivil itaatsizlik, silahlı mücadele, ayaklanma, izinsiz bildiri yayınlama vb. eylemler gösterilebilir.

Turan'a göre (1986: 38-41), olağan katılma biçimleri; oy verme, bireyin kendi adına kamu otoritesinden istekte bulunması, topluluk adına kamu yetkilileri ile temas, gönüllü kuruluşlara üye olma ve eylemlerine katılma, partilere üye olma ve partilerin düzenledikleri faaliyetlere katılma, seçimlerde aday olma eylemlerinden oluşmaktadır. Olağandışı katılma biçimleri ise grev, toplu dilekçe, ayaklanmalar, çete savaşları, ihtilal yapmak, kamu görevlilerini tehdit etmek vb. faaliyetlerdir. Olağan ve olağandışı katılım biçimleri her siyasi sistem için aynı geçerlilikte olmayabilir. Katılma biçimleri, ülkeden ülkeye, toplumdan topluma değişiklik gösterebilir niteliktedir. Örneğin kamuoyunu

ilgilendiren bir konuda referandum yapmak İsviçre’de olağan bir katılım biçimidir. Bu durum her ülke için geçerli bir durum değildir. Benzer şekilde grev veya boykot bir ülkede siyasal sisteme katılmanın bir örneği haline dönüşmüşse bu eylem, olağan katılımı ifade etmektedir. Oysa grev ve boykot Türkiye özelinde olağandışı katılım biçimleri arasında yer almaktadır. Ancak ileri düzeyde yer alan silahlı mücadele, ayaklanma vb. katılımlar dünyadaki tüm ülkeler nezdinde olağandışı katılım örnekleri arasında gösterilmektedir.

Olağan/olağandışı katılım biçimleri dışında siyasal katılma; aktif ve pasif katılma, açık ve gizli katılma, zorunlu ve bağımsız katılma, sürekli ve süreksiz katılma, siyasal sisteme veren ve siyasal sistemden alan katılma, amaçsal (açıklayıcı) ve araçsal katılma, sözlü ve sözsüz katılma, sosyal olan ve sosyal olmayan katılma biçiminde sınıflandırılmaktadır. Bu katılma türleri kısaca açıklanırsa (Çam, 2011: 172-173);

- Aktif ve pasif katılma: Kişilerin siyasal olay karşısında aktif bir tavır takınmaları veya pasif pozisyonda kalmalarını ifade etmektedir. Kişinin kendisini veya çevresini ilgilendiren bir konuda aktif olarak siyasal sistemin içinde yer alması düşünülmektedir.
- Açık ve gizli katılma: Kişilerin siyasal sisteme katılmaları bazı durumlarda açık ve kamuoyu önünde ortaya çıkmakta bazen de kişinin gizliliğinde kalmaktadır.
- Zorunlu ve bağımsız katılma: Siyasi katılma, bazen zorunlu bazen de isteğe bağlı olabilir. Örneğin Türkiye’de 1987 yılında yapılan bir düzenleme ile oy verme zorunlu hale getirilmiştir. Bağımsız siyasi katılmaya örnek olarak da bir kişinin herhangi bir siyasi partiye üye olması gösterilebilir.
- Sürekli ve süreksiz katılma: Sürekli katılma bir kişinin siyasi parti üyeliği gibi devamlılık arz eden katılma biçimidir. Süreksiz katılma ise oy verme gibi sadece seçim zamanında görülen bir durumdur.
- Siyasal sisteme veren ve siyasal sistemden alan katılma: Kişinin oy vermek, üye olmak, eylem yapmak gibi siyasal sisteme etki eden davranışları siyasal sisteme veren bir katılma modeli; siyasal sistemden hizmet talep etmek ise siyasal sistemden alan bir katılma modelidir.
- Amaçsal (açıklayıcı) ve araçsal katılma: Bu iki katılma biçimi arasında net bir ayırım yapmak oldukça güçtür. Çünkü siyasal katılma, şekli duruma ve kişiye

göre açıklayıcı veya araçsal nitelikte olabilir. Açıklayıcı katılma bir amaç ifade eder. Araçsal siyasal katılma ise o amaca ulaşmak için yürütülen çalışmalarını içerir. Yani araçsal katılım bir nevi amaçsal katılmanın parçasıdır. Örneğin seçimlerde oy kullanmak amaçsal bir katılma iken seçim kampanyalarını takip etmek araçsal bir katılma biçimidir.

- Sözlü ve sözsüz katılma: Örnek olarak, siyasal konuları tartışmak sözlü katılma; protesto yürüyüşü yapmak sözsüz katılmadır.
- Sosyal olan ve sosyal olmayan katılma: Katılma türü, kişisel veya toplumsal düzeyde ortaya çıkabilir. Eğer katılma, yoğunluk olarak toplumun diğer üyelerini içine alıyorsa sosyal bir katılma söz konusudur. Her eylem asgari seviyede sosyallik içerir. Ancak bunun yoğunluk seviyesi, sosyal olan ve sosyal olmayan katılmayı belirlemektedir. Örneğin mektup yazarak siyasal protestoda bulunmak düşük yoğunlukta bir katılmadır. Bir mitingde yer almanın ise yoğunluk seviyesi oldukça yüksektir.

#### **1.4. Siyasal Davranışların Tercih Boyutu: Seçmen Tercihi**

##### **1.4.1. Kavram Olarak Seçmen Tercihi**

Siyasal davranışların en çok üzerinde durduğu konu seçmen tercihidir. Seçmenin, sandıkta ortaya koyacağı tavır doğrudan iktidarı belirlediği için bu tercihler siyasal davranışların en önemli boyutu olarak kabul edilmektedir. Seçmen davranışı, oy verme süreciyle ilgili bireylerin ilgi, tutum ve tercihlerinden oluşan bir süreçtir. Siyasi partilerin ve yöneticilerin, iktidar mücadelesinde bireylerin bu tür davranışlarını dikkatle izlemeleri, tutum ve tercihlerini analiz etmeleri son olarak da seçmeni kendi siyasi eksenine yönlendirme çabaları geçmişte olduğu gibi günümüzde de önemini korumaktadır. Dolayısıyla seçmen davranışları öteden beri siyasi mücadelenin önemli unsurları arasında yer almıştır.

Demokrasiler, özgür seçimler ile yöneticilerin belirlendiği bir sistemlerdir. Bireylerin, belirlenmiş zamanlarda sandığa giderek kendilerini yönetecek kişileri seçmesi demokrasinin erdemleri arasında yer almaktadır. Ancak seçmek kavramı, iki veya daha fazla şey arasından birini işaret etmek veya tercih etmek anlamına geldiği için

demokrasilerin seçmenin karşısına en az iki parti çıkarmak gibi bir yükümlülüğü bulunmalı ve seçmenin bu şekilde tercih yapması sağlanmalıdır. Bu açıdan bakıldığında seçmen tutum ve davranışları, daha anlaşılabilir ve açıklanabilir bir durumu ifade edecektir.

Seçmen tercihi, en basit tanımıyla oy verme sürecinde bireylerin ulaştığı sonuçtur. Herhangi bir partiye oy vermek gibi oyun boş kullanılması veya sandığa gitmeme durumu da seçmen tercihi olarak yorumlanmalıdır. Burada şu husus özellikle belirtilmelidir. Bir kişi oy kullanmadığında, herhangi bir seçim yapmadığı için bu durumun seçmen davranışından ayrı düşünülmesi tartışılabilir olmakla beraber ilgili kişinin çeşitli nedenlerle bu eğilimde bulunmasını “seçmemeyi seçen” bir davranış olarak açıklamak daha doğru olacaktır.

Seçimler, sırasıyla seçen, sandık ve seçilenden oluşan bir süreçtir. Bu sürecin en önemli unsuru başlangıçta yer alan seçmendir. Seçim, esasen iki aşamadan oluşmaktadır. Birey, öncelikle herhangi bir siyasi parti veya adayı tercih edip etmemeye yani oy kullanıp kullanmayacağına karar verir. İkinci aşamada, eğer oy kullanmaya karar vermiş ise hangi yönde oy kullanacağını belirlemektedir. Dolayısıyla ilk aşama oyu kullanmayla ilgili iken ikinci aşama oyu hangi yönde kullanmayla ilgili bir karar sürecidir (Gülmen, 1979: 18-21).

Bireylerin oy kullanması bir karar verme durumudur. Karar verme, çeşitli faktörlerin etkisi saklı olmak kaydıyla herhangi bir konuda sonuca ulaşma sürecidir. Bu süreç temelde karar vermenin öncesi, karar verme anı ve karar verme sonrası şeklinde üç döneme ayrılmaktadır. Karar verme öncesi, ihtiyaç, amaç ve beklentilerin belirlenmesi ve bu yönde alternatiflerin ortaya konulması, karar anı alternatiflerin bire indirilmesi ve karar sonrası ise verilen kararın değerlendirilmesinden oluşmaktadır (Kalender, 2000 47-49).

#### **1.4.2. Seçmen Tercih Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar**

Seçmen, herhangi bir siyasi partiyi tercih ederken farklı sorunlarla karşılaşabilir. Karar vermeyi, dolayısıyla siyasal davranışları etkileyen bu durum gerek seçmen açısından gerekse siyasetin düzeni açısından önem arz etmektedir. Yaşanılan sorunların çözümü yine aynı şekilde seçmenin kendisine ve siyaset kurumu temsilcilerine düşmektedir. Turan ve Temizel'e göre (2015: 84-107) karar alma sürecinde karşılaşılan sorunlar şunlardır:

- Seçmen bilgisizliği
- Seçmen ilgisizliği
- Seçmen miyopluğu
- Depolitizasyon

*Seçmen bilgisizliği*, karar alma sürecinde karşılaşılan ilk sorundur. Seçmenin siyaset alanıyla ilgili bilgi sahibi olmamasını ifade eden kavram, bazı durumlarda seçmenin kendi iradesi dışında bilgi sahibi olamaması bazı durumlarda da kendi tercihiyle bilgiden kaçınması şeklinde görülmektedir. Bunlardan ilki doğal bilgisizlik ikincisi rasyonel bilgisizliktir. Gerek siyasetal parti ve adaylarla ilgili gerekse yürütölen kampanya ve politikalarla ilgili bilgi sahibi olmayan seçmenin rasyonel bir tercihte bulunması söz konusu değildir. Aktan ve Dileyici'ye (2005: 107-175) göre seçmen bilgisizliğinin nedenleri; bazı seçmenlerde siyasetal etkinlik duygusunun düşük olması, kamusal kararların tek tek değil de bir paket şeklinde seçmene sunulmasıyla yeterli bilginin elde edilememesi, seçmenlerin bilgi elde etme konusundaki isteksizliği, bazı seçmenlerin eğitim seviyesinin düşük olması ve bilgiye erişme noktasındaki sınırlılıklardır. Bütün bunlar seçmenin rasyonel bir karar almasının önüne geçerek siyaset açısından sorunlu bir ortam oluşturmaktadır.

*Seçmen ilgisizliği*, seçmen karar süreçlerinde karşılaşılan bir diğer sorundur. Kişilik gereği yani doğal ilgisizlik olabildiği gibi rasyonel ilgisizlikte söz konusudur. Siyasetal ilgi, kişilerin bağımsız bir biçimde siyasetal makamlarda bulunanları veya buralara talip olanları etkileme amacıyla yaptıkları eylem ve faaliyetlerdir. Seçmenlerin siyasete ilgi göstermemelerinin çok farklı nedenleri olabilir. Örneğin seçmenin eğitim seviyesinin düşük olması bu durum için önemli bir etkidir. Yine refah seviyesi ile siyasetal ilgi arasında ters orantı bulunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının yetersiz olması, seçmenin seçim sistemine ve demokrasiye olan inancının zayıf olması, seçmenin aday veya partiler arasında dikkate değer farklar görmemesi, seçim sonucunun önceden belli olduğunu düşünmesi, kendi düşüncesine uygun aday veya partinin olmadığını varsayması, son olarak fayda ve maliyet çerçevesinde oy kullanmasa da devlet hizmetlerinden yararlanacağını bilmesi seçmenin siyasete ilgisini azaltan etkenler arasında sayılmaktadır (Turan ve Temizel, 2015: 90-95). Bu veya buna benzer örnekler neticesinde siyasetten uzak duran seçmen, öncelikle siyasetal katılma düzeyini düşürecektir. Oy kullanma noktasında ise ya hiç



sandığa gitmeyecek ya da bilinçsiz oy kullanacaktır. Bu durum, ilgisizlik sorunu neticesinde ortaya çıkan sonucun yeni bir sorun olarak siyasi tartışmalarda yer almasını sağlayacaktır.

*Seçmen miyopluğu*, siyasetçilerin uyguladığı politikalarla kamusal mal ve hizmetlerin kısa dönemli ve sonuçları hemen görülecek şekilde seçmene sunulmasını böylelikle seçmenin uzağı değil yakını görerek siyasi tercihte bulunmasını ifade eden ve bu yönüyle tercih sürecinde karşılaşılan bir sorundur. Özellikle ekonomi başta olmak üzere toplumu ilgilendiren diğer tüm alanlarda seçim öncesinde seçmene sunulan politikalar ve vaatler seçmen tercihleri üzerinde oldukça etkilidir. Seçim öncesi kısa vadeli düşünen seçmen bu politika ve vaatleri rasyonel açıdan değerlendirmemekte olaya daha faydacı bakmaktadır. Bu konuda da ayrıca ayrıntılı bir bilgi toplama gereği duymamakta neticede miyop bir bakışla sandığa gitmekte ve kararını vermektedir. Seçmen miyopluğunun bir başka boyutu olan unutkanlık ise seçmenin, parti veya adayın geçmişteki icraatlarını unutarak o an verilen sözleri ve vaatleri değerli kabul etmesini ifade etmektedir. Ayrıca gelecek önemli olduğu için seçmen, geçmişe yönelik ayrıca bir araştırmada bulunmamaktadır. Bu da, seçmenin rasyonel bir tercihte bulunmasının önüne geçmektedir (Turan ve Temizel, 2015: 97-99).

Seçmen karar sürecinde karşılaşılan sorunlardan son olarak *depolitizasyon* seçmenin siyasetten uzaklaşması anlamına gelmektedir. Daha geniş bir ifadeyle, bireyin siyasal çıkar ve eylemlerini terk etmesi ya da bir grubun, kurumun veya eylemin siyasal kimliğini kaybetmesi, siyasal süreçler dışında kalma, siyasallaşma ediminden uzaklaşma, siyasetten soğuma, siyasal gelişmelere karşı ihtiyatlı ve mesafeli olma durumu depolitizasyon olarak tanımlanmaktadır (Acar ve Demir, 2005: 99). Depolitizasyon bireyin kendi isteğiyle ortaya çıkabileceği gibi devletin uyguladığı politikalar neticesinde bireyin siyasal sistemden uzak tutulması şeklinde de görülebilir. Örneğin siyasal katılmayı sınırlayacak bir takım önlemlerin alınması veya yasakların uygulanması bu kapsamda değerlendirilebilir. Siyasal iktidarların seçmene yanlış veya aşırı bilgi vermesi depolitizasyona neden olabilir. Seçmeni ilgilendiren veya seçmenin çıkarına olacak konularda değil de politika dışındaki alanlarda seçmene bilgi verilmesi yani kamuoyunun dikkatinin başka yöne çekilmesi ve seçmene politikalarla alakalı aşırı derecede bilgilendirme yapılarak seçmenin bezdirilmesi depolitizasyonu teşvik etmektedir (Turan ve

Temizel, 2015: 104-105). Bu şekilde seçmen siyasal olaylara karşı ilgisiz kalmakta, siyaset dışı bir tavır takınmaktadır. Böylece siyasetten uzak kalan seçmen ile siyaset mekanizması arasında temsil ve temsilin meşruiyeti sorunu ortaya çıkmaktadır.

Seçmenin özgür bir biçimde sandığa giderek oyunu kullanması, demokratik kültürün bir gereğidir. Bu konuda, seçmen üzerinde herhangi bir baskı veya tehdit unsuru söz konusu olmamalıdır. Ancak kendi içerisinde bakıldığında özgür olan seçmenin karar verme sürecinde yaşadığı sorunlar ortaya koyduğu tercihin alanını rasyonel çizgide daraltmakta veya bir tercih ortaya koymasının önüne geçmektedir.

### **1.4.3. Seçmen Tercihini Etkileyen Faktörler**

Bireyin siyasal tercihinin etkileyen birçok faktör vardır. Bu faktörlere bakıldığında cinsiyetten gelir durumuna, aileden inanç yapısına, lider faktöründen propaganda çalışmalarına kadar gerek bireyin şahsı gerekse dış dünyası ile ilgili fazlaca unsura rastlamak mümkündür. Literatürdeki ilgili çalışmalarda bu faktörler bazen her biri ayrı başlık şeklinde ele alınmış bazen ekonomik, sosyo-kültürel, siyasal, kitle iletişim şeklinde üst başlıklar ortaya konularak biçimlendirilmiştir. Bu çalışmada, yaş, cinsiyet, gelir, meslek ve eğitim *kişisel faktörler* başlığı altında; yerleşme biçimi, din, aile, sosyal çevre ve çıkar grupları ile toplumsal travma ve geçmişe yönelik oy verme *sosyo-kültürel faktörler* başlığı altında; siyasal parti, parti lideri ve aday *siyasal faktörler* başlığı altında; siyasal seçim kampanyaları, yüz yüze iletişim (canvassing), kitle iletişim araçları, kamuoyu araştırmaları *iletişim faktörleri* başlığı altında ele alınmıştır. Ayrıca *psikolojik faktörler*, *gündem (konjonktür) faktörü* ve *ekonomi faktörler* ayrı başlıklarda değerlendirilmiştir.

#### **1.4.3.1. Kişisel Faktörler**

##### **1.4.3.1.1. Yaş**

Bireyin, çocukluğundan yaşlılığına kadar elde ettiği bilgi, duygu ve düşünceler ile bunların değişik dönemlerdeki değişimi yaş faktörü ile seçmen davranışı arasında ilişki kurulmasını sağlamaktadır (Sitembölükbaşı, 2001: 75). Çocukluk döneminde 4-5 yaşlarında aile dışında polis, öğretmen gibi aile dışı otoritelerin keşfedilmesi, daha sonra

devletin tanınması, yaş ilerledikçe sınırlı ölçüde siyasal faaliyetlerde bulunulması söz konusudur. 13 yaşında dış etkilere en açık olduğu dönemde birey, düşünsel olgunluğa geçmektedir. 15 yaşında ise bu biçimsel düşünme yeteneğini olgunlaştırmakta ve yeterli bilgiye sahip olduğu sürece soyut konularda fikirlerini ifade edebilmektedir. 15 yaş sonrasında ise soyut düşüncede nitelik değişikliği olmamasına rağmen, elde edilen yeni bilgilerle düşüncenin zenginleştiği ve basit kavrayış düzeyinin karmaşık, ideolojik ve bilişsel bir düzeye ulaştığı görülmektedir (Alkan, 1989: 27-34).

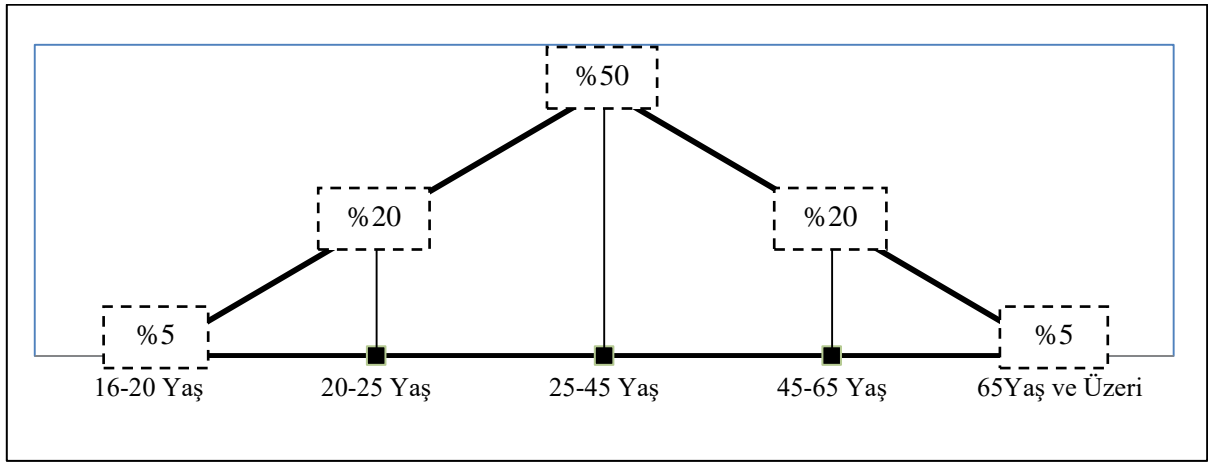
Birey, gençlikten olgunlaşma dönemine geçtikten sonra kişiliğinde bir ılımlaşmanın olduğu kabul edilmektedir. Bernard Shaw tarafından dile getirilen “Eğer yirmi yaşında komünist değilseniz, kalbiniz yok demektir; kırk yaşına geldiğinizde halen komünist iseniz aklınız yok demektir.” ifadesi kuşağa göre siyasal davranış farklılığını ortaya koyan bir örnektir. Kuşaklar arasındaki bu tutum farklılığının en önemli nedeni enerji düzeyidir. Gençliğin enerjisinin ileriki yaşlarda kaybolmasıyla birey, köklü değişikliklerden kaçınmaktadır. Ayrıca yıllar boyu elde edilen birikimlerin kaybedilmesi korkusu da yaşlıların tutucu bir anlayışa sahip olmasını sağlamaktadır (Kışlalı, 1992: 114). Bu durum, genç yaşlarda bireyin değişim ve yenilikten yana olacağını, bu yönde siyasal davranışta bulunacağını; orta ve ileri yaşlarda ise istikrardan yana tavır koyacağını işaret etmektedir. Ancak bu konuda topyekun bir genelleme yapmak, yenilik veya değişime verilecek olan anlam ve siyasal davranışı belirleyen diğer faktörlerin de söz konusu olması nedeniyle mümkün değildir.

Siyasal davranışta, yaş faktörünü etkileyen başka unsurlar da söz konusudur. Örneğin ekonomik krizin olduğu bir toplumsal zeminde yukarıda bahsedildiği gibi dönemler veya kuşaklara göre belirlenen bir yaş faktörünün kabul edilebilirliği tartışmaya açıktır. Çünkü böyle bir durumda orta ve ileri yaştaki seçmeninde yenilikten veya değişimden yana tavır koyacağı çok güçlü bir ihtimaldir. Benzer şekilde güçlü bir ideolojiye sahip seçmen, yaş durumu ne olursa olsun çoğunlukla aynı yönde siyasal tercihte bulunacaktır. Ancak bütün bu örnekler yaş faktörünün seçmen tercihleri başlığı altında ele alınması gerekliliğini ortadan kaldırmamaktadır.

Öztekin'e göre (2007: 235) yaş ve bir siyasal davranış unsuru olan siyasal katılma arasında yakın ilişki vardır. Bireylerin, iş arama, eğitim, meslek edinme ve sorumluktan

uzak olmaları nedeniyle 16-20 yaş arası siyasete ilgi düzeyleri düşüktür. Bu durum, yaş ilerledikçe artmakta ve 25-45 yaş arasında zirveye ulaşmaktadır. 45 yaşından itibaren bu düzey azalmakta ve 65 yaşından itibaren en alt seviyelere inmektedir. İleri yaşlardaki bu düşüşün nedeni ise bireylerin toplumdaki beklentilerinin azalması, kendileri açısından değişecek veya değiştirilecek bir şeylerin kalmadığına inanmaları ayrıca fiziki olarak da gençliğin güç, enerji ve dinamikliğini kaybetmeleridir.

**Grafik 1: Yaş ve Siyasal Katılma Davranışı**



**Kaynak:** Öztekin, 2007: 236

Bireylerin siyasete yönelik düşünce ve davranışlarının, yaş dönemlerinden nasıl etkilendiğini anlayabilmek için öncelikle iki farklı durumu birbirinden ayırmak gerekmektedir. Bunlardan ilki, bireylerin gelişme dönemine özgü duygusal, bilişsel ve davranışsal özellikleridir. İkinci olarak da her kuşağın, kendi dönemindeki toplumsal olayları, kitle iletişim araçlarından etkilenmeleri, farklı yaşamsal deneyimlerle şekillenen benzerlikleri veya farklılıklarıdır. Bu ikisinin birbirine karıştırılmaması gerekmektedir. Örneğin birçok araştırmada elde edilen verilere göre insanlar yaşlandıkça muhafazakârlaşmaktadır. Burada elde edilen sonuç, dindarlaşma, statüko taraftarlığı veya sahip olunan değerlerin pekişmesi şeklinde üç farklı anlama gelebilir. Dolayısıyla yaşlıların gençlere göre daha dindar olduğu şeklindeki bir bulgu, kuşak farklılıkları veya yaşlılığın ruhsal veya psikolojik özellikleri ile ilgili olabilir. Eğer yaşlı kuşak, daha dindar bir toplumda yetişmişse ve genç kuşak için bu toplumsal yapı daha seküler bir durum arz ediyorsa böyle bir sonucun ortaya çıkması kaçınılmaz olacaktır. Benzer şekilde yaşlıların ölümü düşünerek dine yönelmeleri veya evlenip yuva kuran bireylerin çocuklarını dış

dünyadaki tehlikelere karşı dini değerlerle yetiştirmesi bu çerçevede değerlendirilmelidir. Ancak muhafazakârlık, değişim karşıtı veya statüko taraftarlığı olarak yorumlanırsa bu durumu yaşlılığın karakteristik özelliği olarak değerlendirmekten ziyade yaş faktörünün etkisi şeklinde açıklamak gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında birçok araştırmada yaşlıların gençlere göre daha muhafazakâr oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Sitembölükbaşı, 2001: 76-77). Sahip olunan görüşlerin pekiştirilmesi şeklinde yorumlandığında ise muhafazakârlığın yaşlılık ile birlikte arttığı birçok araştırmada ortaya konulmuştur. Bu tarz bir muhafazakârlığın şartlara göre veya ülkeye göre pek de değişmediği söylenebilir. Hemen hemen her toplumda yaşlıların, gençlere göre daha az görüş değiştirdiği görülmektedir. Ayrıca gençlikten yaşlılığa doğru bireyin otoriter eğilimlerinin güçlenmesi de yine görüşlerin pekiştirilmesi olarak değerlendirilmektedir (Sitembölükbaşı, 2001: 80).

Seçmen davranışında yaş faktörünü açıklarken, her ülke için bir genelleme yapmak yanlıştır. Örneğin değişim karşıtlığı veya statükonun yaşlı seçmen için daha geçerli bir davranış olduğu kabul edilse de bazı araştırmalarda tam tersi sonuçlar ortaya çıkmıştır. Buna göre, Abadan'ın 1965 yılında yaptığı araştırmada genç kuşakların merkez gelenekçi partileri desteklediği görülürken dönemin radikal söylemlerine sahip Türkiye İşçi Partisi (TİP)'ni destekleyenlerin çoğunluğunun 40-50 yaş arasında olması şaşırtıcıdır (Abadan, 1965: 504-505). Bu durum, sanayi toplumu olması nedeniyle Avrupa ülkelerinde daha çok ortaya çıkmaktadır. İkincil ilişkilerin hakim olduğu bu toplumlarda gençler tarafından dışlanan, toplum tarafından unutilan yaşlıların, siyasal davranışlarında radikal kararlar aldığı ve sosyo-ekonomik çerçevede yeni arayışlar içinde olan sol partilere yöneldiği görülmektedir. Ancak Türkiye gibi geleneksel toplum yapısının ve kültürel değerlerin güçlü olduğu birincil ilişkilere sahip ülkeler için böyle bir durum söz konusu değildir. Türkiye'de yaşlı seçmenin çoğunlukla statükocu olması veya düzen karşıtı olmaması bu durumu destekleyici bir unsurdur. Dolayısıyla, yaşın psikolojik boyutu bir kenara bırakıldığında ülkeye, topluma, kültüre göre ortaya çıkan bu davranış farklılıklarını doğrudan yaş faktörü ile değil, yaşın bireyin yaşadığı şartlarla etkileşiminin dolaylı bir yansıması olarak yorumlamak gerekmektedir (Sitembölükbaşı, 2001: 79-80).

**Tablo 2: Yaş ve Seçmen İlişkisi (30 Mart 2014 Yerel Seçimleri)**

%	18-25	29-43	44 ve Üzeri
Türkiye	25	34	41
AK Parti	21	37	42
CHP	24	31	45
MHP	33	35	32
BDP	40	34	26
Bağımsız	22	32	46

**Kaynak:** KONDA, 2014: 16

Tablo 2'ye detaylı bakıldığında, AK Parti seçmeninin, orta ve ileri yaş düzeyinde yoğun olduğu görülmektedir. Benzer şekilde CHP seçmeninin neredeyse yarısını 44 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Genç seçmenler ise ideolojilerin güçlü olduğu MHP ve HDP'yi tercih etmektedir.

#### **1.4.3.1.2. Cinsiyet**

Cinsiyet, seçmen tutum ve davranışlarını etkileyen faktörlerden biridir. Siyasal alanı da içine alan hemen hemen her konuda kadın ve erkek arasındaki davranış farklılıkları ve bu farklılıkların nedenleri bugüne kadar tartışılmalı bir konudur. Genelde bu farklılıklar kültüre göre değişiklik gösterse de cinsiyete yüklenen roller büyük benzerlik taşımakta ve çoğunlukla kadınların aleyhine bir durum ortaya çıkmaktadır. Farklı kültürler üzerinde yapılan araştırmalarda bazı istisnalar dışında genel olarak toplumun, erkeklere başarı ve özgüven; kadınlara ise itaat ve sorumluluk duygusu yüklediği ortaya çıkmıştır. Hikaye kitaplarının incelendiği başka bir araştırmada ise erkekler bilgili, akıllı, güçlü ve hakim kişiler olarak tasvir edilmekte; kadınlar ise pasif, çekingen, yükselme isteğinden yoksun ve erkeklerin yardımına muhtaç kişiler olarak tanımlanmaktadır (Alkan, 1989: 124-125).

Kadın ve erkek arasında davranış farklılıklarının veya cinsiyet rollerindeki eşitsizliklerin nedenleri biyolojik, kültürel ve ekonomik nedenlerle açıklanmaktadır. Bu faktörlerden biyolojik görüş, erkeğin kadından daha güçlü olduğu varsayımı üzerinden hareket etmektedir. Buna göre, doğuştan gelen bedenin güçlü olması toplumda erkeklere üstünlük kazandırmaktadır. Ancak bu fiziki üstünlükle toplumda kadın ve erkek rollerinin

dağılımı ile ilgili nasıl bir ilişki kurulacağı belirsizdir. Burada ilk akla gelen erkeklerin güçlerini kullanarak toplumdaki zor görevleri kadınlara vermesi, kolay görevleri de kendilerinin üstlenmesidir. Ancak geleneksel toplumların çoğunda görülen evin geçimini sağlamak görevinin erkekler tarafından üstlenilmesi bu yaklaşımla bir çelişki oluşturmaktadır. Biyolojik faktörlerle ilgili bir başka durum da kadının biyolojik olarak çocuğa bağlı olması ve bunun neticesinde de evde kalması gerçeğidir. Bu durum, kadını ev işlerine yönlendirmekte, dışarı ile ilgili sorumluluğu da erkeğe yüklemektedir. Neticede toplumda bir kültür inşa edilmekte ve gelecek nesillere aktarılmaktadır. Tayin edilen cinsiyet rolleri kadını evin içinde erkeği evin dışında tanımlamaktadır. Ayrıca bu sürecin bir sonucu olarak, kadının ekonomik özgürlüğünü kazanamaması, ihtiyaçların alınması, harcamalar gibi ekonomik kararlarda kadının erkeğe bağımlılığına neden olmakta böylelikle kadının konumu erkeğe göre gerilemektedir. Bütün bunlar, cinsiyet rolleri üzerinde bir genelleme oluştursa da her bütünde olduğu gibi istisnai durumların olabileceği belirtilmelidir (Sitembölükbaşı, 2001: 60-62).

Kadın ve erkek arasında “siyaset” yukarıdaki açıklamalara göre dış çevre olarak tanımlanmaktadır. Kadının aile içindeki yönetilen rolü ve karar alma süreçlerinin dışında bırakılması, doğal olarak onun siyasal konumunu da belirlemektedir. Türkiye’de kadının oy verme davranışında kendi tercihinden ziyade, çevresinden özellikle eşi ve çocuklarından etkilendiği görülmektedir. Siyasal kamuoyu araştırmalarında “bilmiyorum”, “fikrim yok” gibi kararsızlık belirten ifadelerin kadınlar tarafından daha çok tercih edildiği tespit edilmektedir (Sitembölükbaşı, 2001: 63-64). Bu konuyu destekleyecek nitelikte Abadan’ın 1964 yılında yaptığı bir araştırmada dönemin siyasal partilerinin tamamını doğru bilenlerin oranı erkeklerde %81; kadınlarda ise bu oran sadece %19’dur. Bu oranlar, siyaset alanının erkeğin sorumluluğuna bırakıldığını destekler niteliktedir (Abadan, 1965: 499). Ancak günümüzde bu denli bir farkın olduğunu söylemek doğru değildir. Günden güne pozitif yönde siyaseti tanıyan veya siyasete katılan kadın gerçeğini belirtmek gerekir. KONDA araştırma şirketinin 2011 yılında 36 ilde yaptığı araştırmada katılımcıların, %86’sı kadınların toplumun her alanında var olması gerektiğini ifade etmiştir. Yine aynı çalışmada kadınların niçin siyasette düşük oranda kaldıkları sorulduğunda katılımcıların %39,2’si siyasette kadınlara yeterince destek verilmediğini, %26,5’i kadınların siyaset yapamayacağını, %20,3’ü kadınların aile sorumluluklarının ağır bastığını, %14,1’i ise seçmenin kadın milletvekili istemediğini belirtmiştir. Bir başka soruda ise “Hanenizdeki

bir kadının (siz, eşiniz, anneniz, kızınız) siyasete girmesini destekler misiniz?” sorusuna %69,8 oranında “desteklerim”, %10,8 oranında “en doğrusunu kendisi bilir”, %13,1 oranında “desteklemem” ve %6,3 oranında “izin vermem” şeklinde cevap alınmıştır (KONDA, 2011: 5-6). Araştırma sonuçlarına bakıldığında siyasette kadınların düşük düzeyde var olmasının nedeni olarak %26,5 oranında kadınların siyaset yapamayacağı, %20,3 ise kadınların aile sorumluluklarının ağır bastığı şeklinde görülmektedir. Bu iki ifade toplumda kadına yüklenen rolle doğrudan ilişkilidir. Birinci yargı siyaseti erkek işi olarak gören; ikinci yargı ise kadını aile içine yönelten bir anlam taşımaktadır. Bu nedenle günümüzde de kadın ve siyaset arasında toplumsal kültürün veya cinsiyet rollerinin etkisi olduğu söylenebilir. Ancak bu durum her geçen gün kadının lehine değişmektedir.

İlk seçim araştırmalarından itibaren kadınların erkeklerle karşılaştırıldığında daha düşük düzeyde oy verme davranışında buldukları görülmüştür. Bu düşük katılım düzeyi, kadının, eğitim, haberleşme araçlarına ulaşma, gelir seviyesi gibi diğer faktörler konusunda dezavantajlı olmadığı durumda da görülmektedir. Dolayısıyla, seçmen davranışını cinsiyet perspektifinden analiz etmek gerekmektedir. Kadının toplumsal rolü veya toplumsal imaj algısı siyasal davranışta cinsiyet farklılığını ortaya çıkarmaktadır. Toplumsal imaja göre, siyasetin erkek işi olduğu algısı, iktidar ilişkisi bakımından erkeğin güçlü, kuvvetli ve hakim; kadınınsa zayıf ve bağımlı olması kadını siyaset alanından uzak tutmaktadır. Bu düşünce, kadının siyasal katılım düzeyini azaltmakta, tutum ve davranışını etkilemektedir (Baykal, 2000: 61).

Cinsiyet rollerindeki fark önemli ölçüde toplumsal yapıdan gelen faktörlerce şekillenmektedir. Eğitim düzeyi, meslek, kentsel yaşam ve kitle iletişim araçlarını kullanma bu rollerin oluşmasında etkilidir (Kalaycıoğlu, 1983: 116). Oluşan bu rol kadının siyasal hayata katılımıyla yakından ilişkilidir. Ancak kadının siyasal davranışını sadece katılma düzeyine indirmek eksik bir yaklaşımdır. Yapılan araştırmalar, oy tercihinde kadınların erkeklere göre daha muhafazakâr eğilimde olduklarını ortaya koymaktadır. Bu muhafazakârlık aşırı sol partilerden uzak durmak ve dinsel nitelik taşıyan partilere yönelmek şeklinde gerçekleşmektedir. Ayrıca kadınların tercihleri erkeklere göre daha istikrarlı olmaktadır. Kadınların partilerine olan bu bağlılığın yanında oy verirken parti programlarından ziyade siyasetçilerin kişilik özelliklerinden etkilendikleri görülmektedir. Evlilik yapan kadın ise siyasal davranışında çoğunlukla eşiyile birlikte hareket etmektedir.



Yani, kadınların siyasete katılma düzeyi geçmişe oranla artmış olsa da bağımsız bir birey olarak oy kullanmaları için ayrıca çaba gösterilmelidir (Baykal, 1970: 65-66). Ayrıca kadınların, siyasal tercihlerde istikrar ve güven unsurunu dikkate alma düzeyleri erkeklere göre daha fazladır. Abadan'ın 1965 yılında yaptığı araştırmada tek partili bir yönetimi destekleyenlerin oranı kadınlarda %72'dir. Bu oran kadınların çatışma ve kavgadan uzak, istikrardan yana, güç ve güven aradıklarının göstergesi olarak yorumlanmaktadır (Abadan, 1965: 508).

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kadınlara seçme ve seçilme hakkının erkeklerden daha sonra verilmesi genel oy ilkesine aykırı bir durum oluşturmuştur. Bu cinsiyetçi yaklaşım, Türkiye'de 1930 Belediye seçimleri ile fiili olarak ortadan kaldırılmış ve 1934 yılında kadınların seçme ve seçilme hakkı anayasal niteliğe kavuşturulmuştur. Ancak eşitliğe kavuşturulan bu durum pratikte seçme noktasında olmasa bile seçilme durumunda kendini gösterememiştir. Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde 1 Kasım 2015 seçimleri sonrasında kadınların sandalye sayısına ve oranlarına bakıldığında Adalet ve Kalkınma Partisi 34 (%10,73), Cumhuriyet Halk Partisi 20 (%15,04), Halkların Demokratik Partisi 23 (%38,98), Milliyetçi Hareket Partisi 3 (7,5), Bağımsız 1 (%100) şeklinde görülmektedir. Genel toplama bakıldığında ise mecliste kadın milletvekili sayısı 81 (%14,7)'dir. Türkiye'de bazı yıllara ve cinsiyete göre parlamentodaki dağılım ise şu şekildedir.

**Tablo 3: Yıllara ve Cinsiyete Göre Milletvekili Dağılımı**

Yıl	Toplam Milletvekili	Erkek Sayı / (%)	Kadın Sayı / (%)
1935	399	381 / (%95,5)	18 / (%4,5)
1950	487	484 / (%99,4)	3 / (%0,6)
1961	450	447 / (%99,3)	3 / (%0,7)
1977	450	446 / (%99,1)	4 / (%0,9)
1987	450	444 / (%98,7)	6 / (%1,3)
1995	550	537 / (%97,6)	13 / (%2,4)
2007	550	500 / (%90,9)	50 / (%9,1)
2015 (1Kasım)	550	469 / (%85,3)	81 / (%14,7)

**Kaynak:** <http://www.tuik.gov.tr>

Yukarıdaki tabloya bakıldığında parlamentoda kadın milletvekili oranı artarak olumlu yönde ilerlemektedir. 1935 yılındaki oran ve tabloda yer verilmeyen bazı yıllardaki oranlar ayrı düşünüldüğünde genel olarak kadın temsil oranı sürekli artmaktadır. 7 Haziran 2015 seçimlerinde bu oran, 98 milletvekili ile %17,8 seviyesine kadar ulaşmıştır. Kadınların seçilme oranı istenilen düzeyde olmasa da oranların pozitif yönde seyretmesi, konu üzerinde farkındalığın oluşması, sivil toplum kuruluşları ve siyasi partilerin duyarlılığı bu oranın daha da yükseleceğini göstermektedir.

Seçmen davranışında cinsiyetin etkisini kültürel değerlerle veya cinsiyetlere yüklenen toplumsal rollerle açıklamak günümüzde önem kaybetmektedir. Çünkü eşitlikçi anlayışının güçlenmesi, kadınlar için erkeklere göre geç elde edilen seçme seçilme hakkının özümsemesi, toplumsal rollerin değişimi, cinsiyetçi yaklaşımların terk edilmesi, seçmen olarak kadınların davranışlarını da etkilemektedir. Siyasete katılma düzeyinde kadınların erkeklere yaklaşması, hemen hemen her partinin kadın kolları şeklinde teşkilatlanması, kadınların temel hak ve hürriyetlerini ele alan sivil toplum kuruluşlarının varlığı, kadınların sandığına gitmesindeki artış, yerel ve genel seçimlerde kadın adaylarının sayısal artışı, siyaset ve kadın ekseninde önemli gelişmeler olarak değerlendirilebilir.

#### **1.4.3.1.3. Gelir**

Gelir, bireylerin siyasal davranışlarını şekillendiren kişisel özelliklerinden biridir. Gelir düzeyinin seçmen davranışları üzerindeki etkisi, ilk bakışta basit ve doğrusal bir ilişki olarak düşünülmektedir. Çünkü oy verme eylemi bir noktada partileri mükafatlandırma veya cezalandırma aracı olarak kabul edilebilir. Bu durumda seçmen, ekonomik olarak iyiye gittiğinde tercihini ödüllendirmeden, kötüye gittiğinde ise tercihini cezalandırmadan yana kullanacaktır. Ancak yapılan birçok araştırmada durumun bu kadar basit olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu araştırmalarda ekonomik faktörlerin oy davranışında hiç etkisinin olmadığından en fazla etkiye sahip olan faktör olduğuna kadar değişik sonuçlara ulaşılmıştır. Bu örnekler ekonomik durum ve siyasal davranış ilişkisinin karmaşık ve çok boyutlu olduğunu işaret etmektedir. Ancak genel olarak yapılan çalışmalara bakıldığında, ekonomik faktörlerin, ülkelerin mevcut yapıları, ekonomik durum, seçmen algısı vb. unsurların farklılığına göre az ya da çok seçmen tercihini etkilediği söylenebilir (Sitembölükbaşı, 2001: 7-9). Bloom ve Price'e göre (1975: 69),

gelirin reel olarak düştüğü dönemde seçmenlerin ekonomik kaynaklı oy verme eğilimleri artmakta, gelirin arttığı dönemde ise bu eğilimler azalmaktadır. Özellikle bu durum, hükümet görevini üstlenmiş olan iktidar partisine yönelik bir davranış biçimini oluşturmaktadır.

Gelir, siyasal katılma davranışından seçmen tercihinine kadar uzanan geniş bir yelpazede ele alınmaktadır. Ekonomik yönden güçlü olanların siyasal olarak daha etkin olduğu ifade edilmektedir (Çukurçayır, 2000: 88). Ancak Türkiye’de her ne kadar siyasal katılmanın birçok boyutunda bu durum geçerli olsa da oy verme davranışında bir farklılık ortaya çıkmaktadır. Seçime katılım oranlarına bakıldığında ekonomik olarak daha düşük seviyede yer alan kırsal kesimin sandığa gitme oranı kentlere göre daha fazla olmaktadır. Dolayısıyla gelir-katılım arasında her zaman doğru bir ilişkinin olduğunu söylemek mümkün değildir.

Gelir ve katılım ilişkisini inceleyen Almond ve Verba’nın beş farklı ülkede yaptığı araştırmaya göre eğitim sabit tutulduğunda, ekonomik gruplar arasındaki siyasal katılma farklılıkları azalmaktadır. Ayrıca ekonomik hiyerarşide yukarılarda yer alan birinin tıpkı daha eğitilmiş bir birey gibi siyasal açıdan daha aktif olması muhtemeldir (Baykal, 1970: 40). Oy verme davranışına bakıldığında, gelir piramidinde üste ve altta yer alanların orta katmanda yer alanlara göre daha fazla katılımında buldukları görülmektedir. Üst gelir grubuna sahip olanların, siyasi olaylar karşısında sahip oldukları ilgi ve bilgi düzeyleri oy verme sürecini tetiklemektedir. Alt grupta yer alanlar ise mevcut durumu düzeltmek, ekonomik olarak daha ileriye ulaşmak ümidiyle oy kullanmaktadır (Abadan ve Yücekök, 1966: 107).

Gelir, seçmen davranışında daha çok katılım boyutuyla incelenmiştir. Seçmen tercihlerine yönelik yapılan araştırmalarda ise özellikle sanayileşmiş batı toplumlarında çiftçi ve işçi gibi alt gelir sınıfına ait olanların sol partilere; işveren, yönetici gibi üst gelir sınıfında yer alanların ise sağ partilere yöneldikleri görülmektedir (Lipset, 1986: 219). Ancak bu durumun Türkiye açısından çokta geçerli olduğu söylenemez. Bunun başlıca nedeni batıdaki yerleşik düzenin savunucusu “sağ” ve statükoyu hedef alan “sol” kavramlarının Türkiye için aynı anlam ifade etmediğidir. Bu açıdan bakıldığında

geleneksel olarak tanımlanmış siyasal kutupların yürütülen politikalar çerçevesinde yeniden revize edilmesi gerekmektedir.

Seçmen davranışında ekonomik bir faktör olan gelir, genellikle diğer faktörler ile birlikte ele alındığında daha anlamlı olmaktadır. Tek başına gelir kavramı üzerinden seçmen tercihlerini yorumlamak sabit veya tekrarlanabilir sonuçlar vermeyebilir. Ancak gelir dışında, ülkenin mevcut ekonomik durumu, ekonomik vaatler, geçmiş ekonomi vb. unsurların seçmenler üzerinde doğrudan etkisinin olduğu söylenebilir. Dolayısıyla gelir ve katılım düzeyinin daha somut zemine oturtulacağı düşünülse de gelir ve seçmen tercihleri için bu durum çokta kolay değildir.

**Tablo 4: Hane Geliri ve Seçmen İlişkisi (7 Haziran 2015 Genel Seçimler)**

%	Türkiye	AK Parti	CHP	MHP	HDP
700TL ve altı	7	7	6	6	13
701-1200TL	29	27	23	29	36
1201-2000TL	34	37	33	34	31
2001-3000TL	17	18	19	18	12
3001TL ve +	13	11	19	13	9

**Kaynak:** KONDA, 2015: 64

Tablo 4'te gelir ve seçmen tercihleri arasındaki ilişki ortaya konulmuştur. Tabloya göre, 1200TL ve altı alt gelir grubu, 1201-3000TL arası orta gelir grubu ve 3001TL ve üzeri de üst gelir grubu olarak belirlendiğinde Türkiye ortalamasının %36'sının alt gelir grubuna, %51'inin orta gelir grubuna ve %13'ün üst gelir grubuna ait olduğu görülmektedir. Alt gelir grubunda AK Parti %34, CHP %29 ve MHP %35 ile Türkiye ortalamasının altında; HDP ise %49 ile bu ortalamanın çok üzerinde yer almaktadır. Orta gelir grubunda ise AK Parti %55 ile zirvede yer alırken, bu oran CHP'de %52, MHP'de %52 ve HDP'de %43 şeklinde görülmektedir. 3001TL ve üzeri üst gelir grubunda ise, CHP seçmeninin %19 ile en yüksek oranda olduğu; yüksek gelirden en son sırada ise %9 ile HDP'nin yer aldığı tablodan çıkarılan sonuçlardır. Yüksek gelirden MHP, Türkiye ortalamasını yakalarken; AK Parti %11 ile bu oranın altında kalmaktadır.

Tabloya bakıldığında bazı araştırmalarda öne sürölen düşük gelir ise sol parti tercihi, yüksek gelir ise sağ parti tercihi sonucu doğrulanabilir değildir. Türkiye’de kendini sol çizgide tanımlayan CHP’nin yüksek gelir oranında en yukarıda yer alması ve Türkiye’de sağa yakın siyaset yürüten AK Parti ve MHP’nin alt gelir grubunda CHP’nin önünde yer alması bu varsayımın Türkiye için çokta geçerli olmadığını göstermektedir. Gelir ve seçmen tercihi ilişkisinde HDP biraz daha bu varsayımı destekleyecek verilere sahiptir. Sol çizgide yer alan parti, oy dağılımına bakıldığında neredeyse yarısının alt gelir grubuna ait olduğu görölmektedir. Ancak özellikle partinin yoğun oy aldığı Güneydoğu Anadolu Bölgesi’ndeki ekonomik seviyenin, Türkiye ortalamasının altında yer alması ve gelirden daha çok etnik aidiyet duygusuyla partiye yönelme durumu göz önüne alındığında bu tablonun, sadece gelir üzerinden yorumlanmaması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

#### **1.4.3.1.4. Meslek**

Seçmen davranışları üzerinde etkili olan meslek, yaş ve cinsiyet gibi doğrudan kişilik ile bütünleşen bir özellik değildir. Nitekim sonradan kazanıldığı gibi, kaybedilmesi veya değişebilirliği de söz konusudur. Dolayısıyla meslek için gelir ve eğitim gibi objektif kriterlere göre bir sınıflandırma yapmak oldukça zordur. Örneğin çiftçilik sahip olunan toprağa göre kendi içinde ayrılmakta, memurluk derecelere göre şekillenmekte, işçilik kamu ve özel sektöre göre değişmektedir. Bu sebeple meslek kavramını sosyal statü ekseninde ele almak gerçekçi sonuçlara ulaşmak için daha doğru olacaktır (Sitembölükbaşı, 2001: 42).

Seçmen davranışları üzerinde etkili olan meslek, bireyin sosyal statüsünü gösteren bir unsurdur. Mesleğin yanında eğitim ve gelir ile belirlenen sosyal statü doğrudan seçmen davranışını şekillendirmektedir. Bireyin sosyal statüsü yükseldikçe kamusal politikalara ilgi düzeyi artmakta, hükümet ve politikacılarla ilişkileri gelişmekte, oy verme, siyasal ve sosyal meselelere duyarlılığı artmaktadır (Çukurçayır, 2000: 84). Kalaycıoğlu (1983: 32), meslek ve eğitim değişkenlerini sosyo-ekonomik statü olarak tanımlamakta ve bu statü ile katılım arasında yakın bir ilişki kurmaktadır. İyi bir sosyal statüye sahip olanlar bu durumu korumak için siyasetle ilgilenmekte, siyasi olayları etkilemekte ve yönlendirmektedir.

Baykal'a göre ise (1970: 46) meslek ve siyasal davranış arasındaki ilişki beş başlık altında toplanmaktadır:

- Bireyin mesleği, kendisine siyasal önemde yetenekler kazandırabilir.
- Belli bir siyasi görüşe sahip kişiler bir araya gelerek siyasal etkileşim içinde bulunabilir.
- Birey, mesleği gereği hükümet ve hükümet politikalarına ilgi ve menfaat duyabilir.
- Bireyin mesleği, kendinden talep edilen roller çerçevesinde siyasal davranışı gerekli kılabilir.
- Bireyin mesleği, siyasal ilgi için boş zaman sağlayabilir.

Yukarıdaki maddeler örneklendirilecek olunursa, mesleğin, siyasi yetenek kazandırması bürokratlarla; mesleğin, bir araya gelerek siyasal davranış belirlemesi işçilerle; mesleği gereği siyasete ilgi memurlarla; mesleğin toplumsal rolleri öğretmenlerle ve mesleğin siyasete zaman bırakması ise serbest meslek mensuplarıyla ile ilişkilendirilebilir.

Yetenek ve ustalık geliştirme yoluyla siyasete katılmayı sağlayan avukatlık, gazetecilik gibi meslekler, gerek toplumla sıkı ilişkiler içinde olmaları gerekse toplumsal sorunlara aşina olmaları sebebiyle siyasal hayatı yakından takip eden, ona ilgi duyan ve hayata kolayca entegre olabilen mesleklerdir. Yüksek eğitim gerektiren ve bu yönüyle toplumsal sorunları kavrama, analiz etme ve o sorunlara çözüm üretme yeteneği geliştiren bu mesleklerden avukatların ayrıca sahip olduğu hukuk ve bürokrasi bilgisi kendilerine siyasal hayatta kolaylıkla var olabilmeye imkânını sağlamaktadır (Sitembölükbaşı, 2001: 48). Bu tür meslek grubuna akademisyenliği de eklemek yanlış olmayacaktır. Çünkü akademisyenlerin de mesleklerini icra ederken elde ettikleri yeteneklerin siyaset dünyasını algılayacak bir kazanıma dönüşebileceği söylenebilir.

Belli bir meslek grubuna sahip olanların etkileşimle siyasal davranış sergilemelerine örnek işçilerdir. İşçiler bazı özelliklerine göre memurlardan ayrılmaktadır. Öncelikle ücret ve eğitim düzeyi karşılaştırıldığında memurlara göre alt seviyede yer alan

işçilerin siyasal katılma durumunda ise düşük düzeyde kaldığı söylenemez. Özellikle fabrikalarda çalışan, sendikalara üye, örgütlü işçilerin siyasal ilgi ve katılımlarının yüksek olduğu görülmektedir. Birlikte çalışan işçiler, birbirlerini maksimum düzeyde etkilemekte ve içinde bulunulan şartlara cevap verebilecek bir ideoloji, düşünce veya siyasal eğilime yönelik topyekun bir destek oluşturmaktadır. Maden işçileri bunun en güzel örneğidir. Bu yerleşim yerlerinde yer alan bireylerin yüksek katılımda bulunması ve oyların büyük çoğunluğunun aynı yönde olması bu örneği desteklemektedir. Kısaca eğitim ve gelir açısından dezavantajlı olan bu meslek grubunun, ortaya çıkan ilgi ve bilgi eksikliğine rağmen siyasal davranışlarındaki yüksek katılım düzeyini örgütsel birliktelikle açıklamak mümkündür. Dolayısıyla aynı durum bireysel olarak çalışan işçiler için geçerli değildir. Bu kişilerin siyasal ilgi ve katılım düzeyi diğerlerine göre daha düşük olacaktır (Sitembölükbaşı, 2001: 45).

İşçilerin, iş güvence durumları, aldıkları ücretler, siyasal davranışlarını belirlemektedir. Buna göre kendilerine vaat edilen bir güvence veya ücret artışı olmadığında hükümete tepki gösterecekleri bir gerçektir. Ayrıca mevcut toplumsal düzende sosyal tabakanın altında yer alan işçilerin bu durumu koruyan, destekleyen veya görmezden gelen partilerden uzak durması kuvvetle muhtemeldir. Dolayısıyla işçiler tarafından statükocu sağ partilerden ziyade siyasal ve toplumsal düzende köklü değişiklikler vaat eden sol partilere destek daha fazla olacaktır.

Diğer meslek gruplarıyla karşılaştırıldığında eğitim düzeyi en yüksek meslek gruplarından olan memurların siyasete ilgi düzeyi yüksektir. Bunun en büyük nedeni ise hükümet icraatlarına ilgi ve menfaat varlığıdır. Memurlar için siyasal iktidar mensuplarının en üst düzeydeki hiyerarşik amirleri olması ve bu nedenle hükümete kimin geldiği, ne getirdiği, kendi durumuyla ilgili ne değişiklik yaptığı, özlük haklarıyla ilgili ne düzenlemeler sağladığı doğrudan siyasal farkındalığı canlı tutmaktadır. Ayrıca ekonomik olarak maaşlar üzerinde yapılacak düzenlemeler memurların siyasal davranışlarını etkilemektedir. Dolayısıyla bu düşünceden hareketle memurların özlük hakları ve ücret beklentilerine cevap verebilen partileri destekleyeceği görülecektir (Sitembölükbaşı, 2001: 44).

Bireyin mesleği, kendisinden talep edilen roller çerçevesinde siyasal davranışı gerekli kılabilir. Yani mesleğin gerektirdiği veya geliştirdiği bazı davranış özellikleri siyasal hayata katılma açısından bireye avantaj sağlayabilir. Buna örnek olarak bazı mesleklerin gerektirdiği müzakere, insanlarla doğru ve yakın iletişim kurma, tarafların arasını bulma gibi niteliklere sahip olan kişilerin siyaset alanında çokça görülmesidir. Avukatların siyasal alandaki görünürliğünde bu özellikleri taşımalarının rolü bulunmaktadır (Baykal, 1970: 48).

Meslek ve zaman arasındaki ilişki siyasal davranışı etkilemektedir. Memur ve işçi gibi mesaiye tabi olan mesleklerden ziyade, çalışma alanında belli bir saat düzenlemesi gerektirmeyen mesleklerde siyasete ilgi ve eğilimin yüksek olduğu söylenebilir. Çünkü buna imkan verecek bir zaman dilimi söz konusudur. Bunlara ticaretle uğraşan, serbest mesleğe sahip kişiler örnek olarak verilebilir. Ancak yine bu ilgi ve katılımın kendi içinde de eğitime göre değiştiği kabul edilmektedir (Sitembölükbaşı, 2001: 47).

Memur, serbest meslek ve işçilerden sonra çiftçilerin siyasal davranışlarına bakıldığında ise farklı bir sonuç ortaya çıkmaktadır. İşçiler gibi eğitim seviyesi düşük olan bu meslek grubunda siyasal ilgi ve katılım düşük seviyededir. Gerek bireysel hareket etmeleri gerekse toplumun diğer kesimleri ile farklılıklarını algılayabilecekleri kentlerden uzak kalmaları nedeniyle farkındalığı düşük olan çiftçilerin, köylerdeki toplumsal hayat gerekliliğinde ön plana çıkacak bir eğilim sergilemedikleri görülmektedir. Dolayısıyla bu meslek grubunun siyasete ilgi düzeyi sınıf bilincinden daha çok ürünlerine yönelik ekonomik değerlendirmelere göre şekillenmektedir. İşçilerden bir diğer farkı ise işçiler, genellikle sol partilere yönelik eğilim göstermelerine rağmen; çiftçilerin daha muhafazakâr partilere yönelmeleridir. Ekonomik ve eğitim olarak hemen hemen aynı seviyede olan bu iki meslek grubunun farklı tercihlerde bulunma sebebi sekülerlik ve dindarlık seviyesi, kolektif ve bireysel hareket etme düşüncesi, yaşam yerleri olan kır-kent arasındaki siyasal eğilim farklılığından kaynaklanmaktadır (Sitembölükbaşı, 2001: 48-52).

Genel bir değerlendirme yapıldığında meslek kavramını başlı başına seçmen davranışlarında referans almamak, eğitim ve gelire birlikte bireyin oluşturduğu sosyal statü ekseninde ele almak gerekmektedir. Çoğunlukla siyasal katılma düzeyi çerçevesinde araştırılan meslek faktörünün seçmen tercihleri üzerinde etkisini somut verilere



dayandırmak veya sonuçları sadece meslek ile ilişkilendirmek oldukça güçtür. Yine de mesleğinden, mesleğinin kazanımlarından memnun olanların mevcudiyetini devam ettirmek için statükocu bir eğilim sergileyecekleri öngörülebilir. Bu düşünceye memurlar, yüksek bürokratlar örnek olarak verilebilir. Yine benzer şekilde dinsel faktörlerin yaşamsal alana daha hâkim olduğu köylerde yaşayan çiftçilerin muhafazakâr partileri tercih edecekleri varsayılabilir. Buna rağmen, mevcut durumlarını daha iyi hale getirmek için çaba gösteren işçilerin, bu beklentileri vaat eden sol partilere yönelecekleri bir gerçektir. Toplumun diğer kesiminde yer alan esnaf, emekli, serbest meslek mensupları ise ekonomi başta olmak üzere diğer faktörlerin etkisiyle tercihte bulunacaktır.

**Tablo 5: 1 Kasım 2015 TBMM Milletvekili Meslek Dağılımı**

	AK Parti	CHP	MHP	HDP
Avukat	79	32	3	13
Akademisyen	16	5	9	10
Mühendis	45	12	4	5
Doktor	22	23	-	4
İş adamı	23	11	3	6
İktisatçı	-	-	5	-

**Tablo 6: Meslek ve Seçmen İlişkisi (30 Mart Yerel Seçimler)**

%	AK Parti	CHP	MHP	HDP/BDP	Diğer Bağımsız Kararsız
Türkiye	42	24	13	6	15
Memur	34	29	18	1	18
Özel Sektör	33	30	19	-	17
İşçi	40	23	17	13	7
Esnaf	42	16	16	11	15
Emekli	40	32	11	1	16
Ev Kadını	48	20	9	7	16
Öğrenci	25	32	18	10	15
İşsiz	39	20	20	9	12

**Kaynak:** KONDA, 2014: 22

Yukarıdaki Tablo 5 ve Tablo 6'ya bakıldığında milletvekili mesleklerinde avukatlığın ve akademisyenliğin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Listede yer almayan gazetecilik mesleği ayrı tutulduğunda bu tablonun siyasal katılım noktasında öne sürülen görüşleri desteklediği söylenebilir. Seçmen eğilimlerine bakıldığında ise teorideki varsayımlar kısmen değişmektedir. Özellikle muhafazakâr çizgide yer alan ve %42 oy almış AK Parti memur oylarının %34'ünü alabilmiştir. Bu oran CHP'de ise %29'dur. İşçilerin dağılımına bakıldığında ise AK Parti'nin %40; CHP'nin %23 gibi bir oranı yakaladığı görülmektedir. Bu iki veri karşılaştırıldığında memurların çoğunluğunun her ne kadar AK Parti'yi tercih ettiği görülse de iki parti arasındaki 5 puanlık farkın işçilerin eğilimlerinde 17 puana çıkması teoride ortaya konulan memurların sağa; işçilerin sola yöneldikleri varsayımı ile örtüşmemektedir. Türkiye'de 2014 yerel seçimlerinde Türkiye'de ki işçilerin yarıya yakını AK Parti'yi tercih etmişlerdir. Ancak tabloyu analiz ederken bunun bir genel seçim değil yerel seçim olduğu gerçeğini de unutmamak gerekir. Bu tablonun ortaya çıkmasında yine Türkiye özelindeki sağ ve sol kavramlarının değerlendirme biçimi etkili olmaktadır.

#### **1.4.3.1.5. Eğitim**

Eğitim, bireyin siyasal davranışları destekleyen bir unsurdur. Eğitimli bir birey, düşünen ve kendi kapasitesine güvendiği için de dışsal etkilerden fazlaca etkilenmeyen bir seçmendir. Bu yönüyle siyasal davranışta bulunurken sahip olduğu eğitimin etkisi ortaya çıkmaktadır. Öncelikle siyasal katılmayı artıran önemli bir faktör olan eğitim, siyasal gelişmelerin takip ve analiz sürecini kolaylaştırdığı gibi, toplumsal sorunlara karşı farkındalığı da yükseltmektedir (Çukurçayır, 2000: 83). Eğitim ve siyasal davranış arasındaki ilişki iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Birincisi siyasal kültürün bilişsel ve duygusal içeriği seçmene aktararak inanç ve tutumların güçlendirilmesi sağlanmaktadır. İkinci olarak da eğitim düzeyi yüksek kişiler, siyasal olayların gerçekliklerini daha iyi kavrayarak, algılama, sorgulama ve denetleme kapasitesine erişmekte, böylece etkinlik duygusu artmakta ve bu kişiler siyasal yaşamda daha fazla yer almaktadır (Turan: 1977: 49).

Herhangi bir konuda kavramsal ve kuramsal bilgiye sahip olan bir birey tek tip düşünceden ziyade olayları farklı perspektiflerden yorumlayarak detaylı ve farklı sonuçlara

ulaşabilir. Bu yaklaşımdan hareketle eğitim düzeyi düşük kişilerin seçmen davranışında statükonun ağır bastığı, her durumda ve her zamanda geçerli bir düşüncenin geliştiği, fikirlerinde esneklik düzeyinin düşük olduğu bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Eğitim düzeyi yüksek kişilerde ise demokratik değerlerin daha hâkim olduğu bir durum söz konusudur (Sitembölükbaşı, 2001: 31).

Eğitim, bireylerin siyasal sistemden daha fazla beklenti içinde olmalarını sağlar. Eğitimli kişilerin tatmin düzeyi düşük; hayal kırıklıkları, beklenti ve eleştiri düzeyleri ise yüksektir. Birey, aldığı eğitimle kendisini veya çevresini başkasıyla veya farklı çevrelerle karşılaştırmaktadır. Ortaya çıkacak farkları eleştirmekte ve bunun giderilmesi yönünde davranış geliştirmektedir (Sitembölükbaşı: 2001: 34). Günümüzde siyaset alanını işgal eden, o alana eleştiride bulunan ve belirlenen politikaları etkileme çabası gösteren kişi veya kurumlara bakıldığında genellikle eğitim seviyesinin yüksek olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi düşük insanların “ben bilmem büyüklerim bilir” şeklindeki yaklaşımları, kendilerini ilgilendiren konularda dahi siyasal davranış geliştirirken eğitimli kişilerden veya onların düşüncelerinden hareket ettikleri görülmektedir. Almond ve Verba’ya göre (1963: 317-318) Eğitim düzeyi yüksek kişiler:

- Siyasal organların birey üzerindeki etkisinden daha fazla haberdardır.
- Siyasal olayları ve seçim kampanyalarını daha fazla takip etmektedir.
- Siyasal konuları daha fazla konuşmaktadır.
- Siyasal organları etkileyeceğine daha fazla inanmaktadır.
- Siyasete daha fazla ilgi duymaktadır.
- Siyasal konularda daha bilgili olmaktadır.
- Siyasal konuları konuşabileceği daha çeşitli çevreye sahiptir.

Siyasal katılmayı doğrudan etkileyen eğitim faktörünün seçmen tercihleri üzerinde etkisinin ölçülmesi ise diğer kişisel faktörlerde (yaş, cinsiyet, gelir, meslek) olduğu gibi kolay değildir. Siyasal katılma davranışında eğitimli kişilerin daha fazla katılım sağladığı kabul edilse de Türkiye’de oy kullanma gibi önemli bir siyasal katılımın eğitim düzeyi daha düşük olan köy veya kırsal yerleşim yerlerinde daha fazla olduğu gerçeği bu düşünceyle uyuşmamaktadır. Ancak kırsal-kentsel yerleşim yerleri kendi içerisinde ayrı

ayrı değerlendirildiğinde siyasal katılma ve eğitim arasında doğrudan bir ilişki olduğu görülmektedir. Seçmen tercihlerine bakıldığında ise eğitim düzeyinin diğer faktörler ayrı tutulduğunda, siyaset alanında herhangi bir siyasal eğilim ile ilişkilendirilmesi oldukça zordur. Türkiye’de her partinin ayrı ayrı seçmen profiline bakıldığında okuma yazma bilmeyenlerden lisansüstü eğitime kadar her eğitim düzeyinden kişilerin olduğu görülmektedir. Ancak yine de eğitim ve eğitimin kişi üzerindeki etkisinden yola çıkarak köklü toplumsal değişiklikleri vaat eden, bunu çeşitli argümanlarla destekleyen, sürekli olarak siyasal sisteme eleştirilerde bulunan, değişim ve dönüşümleri tetikleyen sol partilerin bu politikalarına destek bulacağı seçmen profili, bunları kavrayabilecek olan eğitim düzeyi yüksek kişilerdir. Benzer şekilde eğitim düzeyi düşük olması nedeniyle siyasal alana yabancılaşmış bir seçmen, bireysel konumu da kendini tatmin ettiği sürece muhafazakâr statükocu partilere yönelecektir.

**Tablo 7: Eğitim ve Seçmen İlişkisi (7 Haziran 2015)**

%	Türkiye	AK Parti	CHP	MHP	HDP
Okuryazar Değil	6	7	2	1	16
Diplomasız Okur	3	3	3	2	5
İlkokul-Ortaokul	49	58	40	46	43
Lise	27	23	32	35	24
Lisans ve üstü	14	9	22	17	12

**Kaynak:** KONDA, 2015: 62

Tablo 7’de görüldüğü gibi AK Parti seçmeninin yaklaşık %91’i lise ve altı eğitim düzeyine sahip kişilerden oluşmaktadır. Bu orandan yola çıkarak eğitim düzeyi orta veya düşük olan seçmenin muhafazakâr bir parti olan AK Partiyi tercih ettiği söylenebilir. Türkiye ortalaması %14 olan lisans ve üstü eğitim düzeyine sahip kişilerin ise sol bir parti olan CHP içindeki oranı %22 gibi bu ortalamanın yaklaşık 8 puan üzerinde görülmektedir. Ancak eğitimin tek başına seçmen tercihini etkileyen bir faktör olmadığı gerçeği yine tablodaki HDP oylarına bakıldığında görülmektedir. HDP oyları ve eğitim arasındaki ilişkiye bakıldığında %16 gibi okuryazar olmayan seçmen oranına rastlanmaktadır. Bu oranı okuryazar olmayan seçmenin HDP’yi tercih ettiği şeklinde değil de etnik aidiyetle oy veren bölge halkının eğitim düzeyinin düşüklüğü şeklinde okumak daha doğru olacaktır.

### 1.4.3.2. Sosyo-Kültürel Faktörler

#### 1.4.3.2.1. Yerleşme Yeri

Bireyin yaşadığı yer veya yaşadığı toplum tipi siyasal davranışlarının şekillenmesinde önemlidir. Yaşadığı yerin kent veya köy olması gerek siyasal katılma düzeyini gerekse oy tercihlerini etkilemektedir. Bunun ortaya çıkmasında, kentlerde ve köylerde gelir, meslek, eğitim gibi diğer faktörlerin farklı olması başlıca etkindir. Ayrıca kitle iletişim araçlarının etkinliği, köy hayatının sosyolojik yapısı ve siyasal ilgiyi artıracak örgütlenmelerin köylere nazaran kentlerde daha yoğun olması bu farklılaşmanın diğer unsurlarıdır (Baykal, 1970: 66). Yerleşme yeri ile siyasal davranış arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu birçok araştırmada ele alınmıştır. Bu çalışmalarda, iki görüş ön plana çıkmıştır. Bunlardan ilki, yerleşim yerinin büyüklüğü arttıkça siyasal katılmanın artacağı düşüncesidir. İkincisi ise yerleşim yerinin özelliklerinin siyasal davranışın şekillenmesinde doğrudan ilişkisi olduğu fikridir. Dolayısıyla siyasal katılım açısından yerleşim yerinin önemi kırsal ve kentsel farklılıkla açıklanmaktadır (Turan ve Temizel: 2015: 112).

Siyasal katılma ile ilgili, siyasal olayları izleme, bu olaylar hakkında tavır takınma, örgütlenme ve siyasi yapının içinde yer alma gibi katılım biçimleri kentlerde daha yükündür. Ancak oy verme davranışında kentlerdeki katılımın daha fazla olduğu tartışmalı bir konudur (Baykal, 1970: 67). Örneğin Türkiye’de oy verme davranışıyla ilgili köylerdeki veya kırsal bölgelerdeki katılım oranının kentlerdeki katılım oranından daha yüksek olduğu bir gerçektir.

Kentleşme, sanayileşmeye ve ekonomik gelişmeye bağlı olarak kent sayısının artmasını ve bugünkü kentlerin büyümesini sağlayan, toplum yapısında artan biçimde işbölümü, örgütlenme ve uzmanlaşma sağlayan, insan davranışlarında ve sosyal ilişkilerde kente özgü değişiklikler oluşturan nüfus birikim süreci olarak tanımlanmaktadır (Keleş, 2013: 31). Kentleşme bir yönüyle modernleşme sürecidir. Kırsal bölgelerde gelenekçi yapı güçlü iken kentlerde bu yapının modern çizgiye doğru kaydığı görülmektedir. Bu süreç, bir yönüyle yaşam tarzı veya biçiminin değişmesi iken; bir başka yönüyle düşüncenin de farklılaşmasını ifade etmektedir. Dolayısıyla geleneksel toplum tipi ile modern toplum tipi arasında siyasal davranışların farklılaşacağı güçlü bir çıkarımdır. Kışlalı’ya göre (1987:

364-365) siyasal davranışlarla ilgili bu farklılaşma şu şekilde görülmektedir (Anık, 2000: 163-164):

- Geleneksel toplumlardan modern sanayi toplumlarına geçildikçe yerel ve bölgesel etkiler zayıflamakta, toplumsal sınıfların etkisi artmaktadır. Çözülen cemaat ilişkilerinin yerini “ben” kavramı almakta, buna bağlı olarak da çıkar ve bireysel ayrıcalıklar doğrultusunda siyasal bilinç güçlenmektedir.
- Modern sanayi toplumlarında ekonomik, sosyal ve siyasal açıdan adaletsizliklerin ortaya çıkması, siyasal davranışların bu yönde biçimlenmesine zemin hazırlamaktadır.
- Geleneksel toplumdan, modern sanayi toplumlarına doğru geçişte, toplumların ve bireylerin yaşam tarzları hızlı biçimde değişmekte, eski değerlerde aşınma ve çözümler meydana gelmektedir. Bu durum, dini ve milli duygulara dönüşle birlikte içe kapanmayı beraberinde getirmekte nihayet bu yönde ideolojik düzeyde siyasi eğilimler ortaya çıkmaktadır.
- Cemaat bağlarının güçlü olduğu kırsal kesimlerde, bölgenin kanaat önderlerinin siyasal tercihler üzerindeki etkisi söz konusudur. Kentlerde ise birey ve bireyselleşme vurgusuyla seçmen, medya veya propaganda gibi diğer faktörlerden etkilenmektedir.

Kentleşme, siyasal katılmayı önemli ölçüde etkileyen bir faktördür. Bu konuda, merkez-kenar, kent-kır ayrımları kullanılmaktadır. Kente özgü nitelikler arasında sayılan toplumsal iletişimin farklılaşması, yoğun iletişim ve grup dinamikleri siyasal yaşama daha fazla katılımı sağlamaktadır. Ayrıca kentsel yaşamın, eğitim olanaklarının fazla olması, örgütsel etkinliklerin kolay olması ve iletişim düzeylerinin yoğun olması siyasal katılımı teşvik etmektedir. Bu katılım, olağan biçimde olduğu gibi olağandışı bir şekilde de ortaya çıkmaktadır. Ayrıca katılım, kentlerde daha bağımsız ve bilinçli iken kırsal kesimlerde çevresel değişkenlere bağımlıdır. Bu yerlerde, bir taraftan ailenin, diğer taraftan toplumun kanaat önderlerinin bireyin siyasal davranışları üzerinde etkisi görülmektedir (Çukurçayır, 2000: 81-82). Özetle kırdan kente doğru gidildikçe, kişisel bağlılığa dayalı katılma yerini çıkar ve yurttaşlık bilincine dayalı katılıma bırakmaktadır (Özbudun, 1975: 11).

Bir modernleşme süreci olarak kentleşme, kente göç eden bireyin çevresinin değişmesine, yeni bir toplumsal statü kazanmasına, meslek ve dolayısıyla gelir düzeyinin değişmesine kısaca bireysel ve toplumsal açıdan bir değişime neden olmaktadır. Bu değişim sürecinin aktörleri olan yeni kentlilerin yani göç eden bireylerin doğal olarak siyasal katılımı da içine alan siyasal davranışları farklılaşmaktadır. Bu değişim iki aşamada gerçekleşmektedir. Kentsel ortamda öncelikle eski tutum ve alışkanlıklar etkisini kaybetmekte; ikinci aşamada ise yeni yerleşim yerine özgü davranış kalıpları benimsenmektedir. Bütün bu süreç siyasal davranışların da değişmesine yol açmaktadır. Kentleşen bireyin siyasal davranışlarında, sorumlulukların bilincinde olma, oy vermeyi vatandaşlık görevi sayma, siyasal kurumları demokrasi için gerekli görme, sivil toplum faaliyetlerini destekleme ve bunlara katılma, siyasi süreçlerde görev alma, toplumsal sorunlara karşı duyarlı ve tepkili olma gibi yeni davranış biçimleri görülebilmektedir (Turan ve Temizel, 2015: 113-114).

Kır ve kent arasındaki siyasal davranış farklılıkları sadece katılım düzeyi ile sınırlı değildir. Ayrıca bu yerlerde yaşayanların oy tercihleri arasında da farklar bulunmaktadır. Genellemeden uzak tutulmakla beraber kalabalık nüfusa sahip yerlerdeki seçmenler daha değişim yanlısı bir tercihte bulunurken, kırsal bölgelerde yaşayanların daha tutucu eğilimler sergiledikleri görülmektedir. Bunda en önemli etken eğitim faktörüdür. Eğitim düzeyinin daha düşük olduğu kırsal bölgelerde, dine ve geleneklere bağlılık, faaliyetlerin ve yaşam biçimlerinin birbirine benzerliği, dayanışma duygusunun güçlü olması, yüz yüze iletişimin yaygın olması temel özelliklerdir. Toplum paydasında benzerliklerin geniş olması nedeniyle başkasını anlama veya başkasının gözünden dünyayı algılama ve yorumlama oldukça zordur. Çünkü farklı olanı anlama diye bir gereksinime ihtiyaç duyulmamaktadır. Bu şekilde yapının ağır değiştiği toplumlarda, tutum ve davranışlarda paralel biçimde değişmektedir. Yenilik, farklılık, değişim gibi unsurlar bu ağır ilerlemenin gölgesinde ve bireylerin statükocu anlayışlarının gerisinde kalmaktadır (Kışlalı; 1992: 40-41). Dolayısıyla bu düşünceden yola çıkarak, kırsal bölgelerde yaşayan kişilerin daha fazla muhafazakâr, statükocu partilere yönelecekleri, kentli seçmenin ise bu kişilere nazaran daha değişim yanlısı partileri tercih edecekleri sonucuna ulaşılabilir. Türkiye örneğinde bakıldığında ise bu çıkarımı doğrulayacak neticeleri görmek mümkündür.

Kır ve kent yapısının bireylere sağladığı ayrı ayrı imkânlar vardır. Bu imkânlar, yani çevresel etkenler neticesinde siyasal davranışların şekillenmesi söz konusudur. Örneğin, kırsal bölgelerde geleneklere ve dini değerlere bağlılık veya bu değerlerin toplum üzerindeki etkisi kentlere göre daha fazladır. Dolayısıyla bu etken, bireyin oy tercihinde, daha muhafazakâr ve dini değerlere bağlı partiyi veya adayı seçmesini sağlayacaktır. Farklı şekilde kent yaşamında kitle iletişim araçlarının, siyasal reklam veya propagandanın kırsal bölgelere göre daha yoğun olduğu bir gerçekliktir. Bu gerçeklikten hareketle, kentlerde yaşayan seçmenlerin oy tercihlerinde, bu iletişim faktörlerin rolü kırsal seçmene göre daha fazla olacaktır. Bu açıdan bakıldığında, kır ve kent ayrımını sadece bir kültür farklılığı üzerinden yorumlamak dışında seçmene sağladığı avantaj ve dezavantajlar noktasında da değerlendirmek gerekir.

Yerel ve genel seçimlere katılım olarak bakıldığında, kentlerde kişiyle toplum arasındaki ilişkiler zayıf olduğundan yerel seçimlere katılım düşük; buna rağmen siyasal bilinç yüksek olduğundan genel seçimlere katılım daha yüksektir. Küçük yerleşim yerlerinde yöneticileri etkileme imkânı daha fazla olduğundan dolayı da buralarda yerel seçimlere ilgi daha yoğundur. Ayrıca kentlerde oy verme davranışı dışında farklı siyasal katılma araçlarını kullanan seçmenin, seçimlere verdiği değer kırsal alandaki seçmenden daha düşüktür. Kırsal bölgelerdeki, sosyal duyarlılık, çevresel baskılar ve yönlendirmeler neticesinde oy verme katılımı artmakta; kentlerde ise siyasal sistemden duyulan hoşnutsuzlukla katılım azalmaktadır (Turan ve Temizel, 2015: 115-116). Gerçekte siyasal katılmanın kentlerde daha fazla ve yoğun olduğu bilinmekle beraber oy verme sürecini bu genellemenin içine dâhil etmek doğru değildir. Çünkü kırsal bölgelerde, hakim siyasi görüşün bir baskı unsuru olması, aile ve sosyal çevre etkisi, sosyal baskılar ve kanaat önderlerinin yönlendirmeleri ile seçimlere katılım yüksek olmaktadır. Ayrıca büyük kentlerde kişiler, gerek siyasi olayları takip etmek gerekse bu olayların içinde farklı platformlarda yer almak kaydıyla siyasal sisteme dâhil olma fırsatı bulurken; kırsal bölgelerde bu tür imkânlar çoğu kez oy verme davranışıyla sınırlı kalmaktadır. Dolayısıyla nadir görülen bir şey daha değerli kabul edilmekte ve buna ilgi daha fazla olmaktadır. Kır-kent arasındaki oy verme katılımının farklı olmasının bir diğer nedeni de kırsal veya küçük yerleşim yerlerinde kullanılacak bir oyun daha belirleyici olmasıdır. Örneğin, İstanbul ilinde kullanılan bin oy ile Bayburt ilinde kullanılan bin oy arasında seçimin kazanılabilirliği açısından önemli bir fark vardır. Dolayısıyla küçük yerler veya kırsal



bölgelerde, seçmenin bu bakış açısına sahip olması veya sosyal çevrenin yönlendirmesiyle bu bakış açısını kazanması, oy verme katılımını artırmaktadır. Ayrıca siyasal sisteme tepki gösterdiği için sandığa gitmeyen seçmen kentlerde daha fazladır. Bu da, oy katılımında kır-kent arasında ortaya çıkan farkın bir başka sebebidir. Son olarak, farklı parti ve görüşlerin çapraz baskılarına maruz kalan kentli seçmenin bunun neticesinde siyasal tercihlerde kararsız kalması ve oy kullanmaması bu farkın oluşmasını sağlamaktadır.

Kır-kent ve siyasal katılım ilişkisinde iki farklı yaklaşım söz konusudur. Bu yaklaşımlardan birincisine göre, kentlerdeki modern yaşam doğal olarak siyasal katılımı beraberinde getirmektedir. Ayrıca kentin sağladığı eğitim ve iletişim olanakları ile ortaya çıkan siyasal bilinç katılımı artırmaktadır (Kalaycıoğlu, 1983: 557). Bu yaklaşıma göre, kentsel çıktıların bireye sunulması doğrudan katılımı artıran bir sonuç meydana getirmektedir. İkinci görüş ise, küçük yerleşim yerlerini yani kırsal bölgeleri önceleyen ve katılımı bu çerçevede ele alan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre, küçük yerlerdeki siyasal ilişkiler ve siyasal yapının karmaşıklıktan uzak olması seçmen için bir avantajdır. Dolayısıyla böyle yerlerde siyasal süreci anlama ve yorumlama artacak ve beraberinde katılım düzeyi yükselecektir. Seçmenin güdülenmesi, kalabalık ve büyük şehirlerdeki karmaşık ilişkiler karşısında zayıflayacağı dolayısıyla da etkinliği azalacağı için bu yerlerde katılım düşecektir (Turan ve Temizel, 2015: 116-117).

#### **1.4.3.2.2. Din**

Din, insanlık tarihiyle birlikte ortaya çıkan, değişik boyutlar kazanarak bugünlere ulaşan bir olgudur. Gerek bireyin kişisel hayatını gerekse sosyal yaşamını doğrudan etkileyen bu olgu, doğası gereği toplumsal yapı ve kurumlar üzerinde etkili olmaktadır. Sosyal bir varlık olan birey, kendisiyle alakalı birçok konuda olduğu gibi siyasal davranışlar noktasında da dinin etkisi altında kalmaktadır. Bu etkinin değeri toplumdan topluma ve bireyden bireye göre değişmektedir.

Dinin, toplumda birçok işlevi vardır. Siyasal anlamda dinin en büyük işlevi ise meşrulaştırma. Yani genelde siyasal sisteme, özelde ise siyasal iktidara meşruiyet kazandırma. Din bu meşrulaştırıcı yönü ile mevcut sosyal düzeni, kurumları ve bunların işleyişlerini dolayısıyla statükoyu geçerli kılmaktadır. Dinin bu denli meşruiyet gücünün

olması, kendisine siyasal iktidarı kutsallaştırıcı bir anlam atfedilmesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle her siyasi partinin veya liderin dini bir meşruiyet aracı olarak kullandığını söylemek mümkündür (Turan, 2014: 68-69; Turan ve Temizel, 2015b: 88). Bu meşruiyetin gücü yani toplum üzerindeki etkisi özellikle dini değerlerin güçlü olduğu gelenekçi toplumlarda daha fazla olurken; sekülerleşen toplumlarda ise daha az olmaktadır. Ancak yine de din faktörü, gerek siyasal iktidarlar açısından gerekse onları tercih eden seçmenler açısından her zaman dikkate alınan bir unsur olmuştur. Devletin laik yapıda olması dahi dinin etkisini tamamen ortadan kaldırmamakta, sadece etki düzeyini azaltmaktadır. Çünkü laisizm, öz itibarıyla dinin imha edilmesi değil özel hayat çizgisine çekilmesini ifade etmektedir (Öke, 2002: 383).

Seçmen davranışları üzerinde etkili olan faktörlerden din kavramı, konuyla ilgili bazı araştırmalarda ele alınmıştır (Doğan ve Göker, 2013: 33). Bu çalışmalarda sosyal bir olgu olan din kavramının siyasal davranışlar ile ilişkisine yer verilmiştir. Din ve siyasal davranışlarla ilgili yaklaşımlar kuramsal çerçevede açıklanmak istense de, çalışmanın yapıldığı toplumdaki önemine göre din faktörünün etki düzeyi değişmektedir. Özellikle az gelişmiş toplumlarda, toplumsal yapının farklılaşmaması nedeniyle tek yaygın değer olan din, gelişmiş toplumlara nazaran insan davranışları üzerinde daha etkilidir (Yücekök, 1987: 16). Bu davranışlardan biri olan seçmen tercihlerinde ise bireyin, dini ve sekülerliği nasıl algıladığı, kendisini ne kadar dindar gördüğü ve ne kadar dinin etkisinden uzaklaşarak farklılaştığı doğrudan etkili olmaktadır (Hülür ve Kalender, 2002: 3). Dine yönelik bu bakış açısı, siyasete yön veren en önemli konulardan birini oluşturmaktadır.

Dinler, genellikle içinden çıktıkları toplumun değerlerini yansıtırken evrensellik iddiası taşıdıkları için mevcut ortamları değiştiğinde dahi varlıklarını devam ettirirler. Dinin siyasal yaşama etkisinin tutucu yönde olduğu varsayılsa da gerçek manada dinler getirdiği kurallar ve inançlardan daha çok din adına konuşan ve yorum yapan kişilerin davranışlarına göre değerlendirilmektedir (Kışlalı, 1995: 51). Bu durum, aynı ideolojiden hareket eden siyasal yapılar arasında farkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Türkiye’de benzer ideolojilerden beslenen veya dine karşı bakış açıları benzer olan partilerin siyasal hayatta farklı noktalarda olmalarını bu çerçevede değerlendirmek gerekmektedir.

Dünyadaki birçok ülkede din, siyasete ve seçmen tercihlerine yön veren bir faktör olarak algılanmaktadır. Batı'da din veya bunu temsil eden kilise, toplumsal ve siyasal yaşamın içindedir. Din ve siyasetin kurumsal olarak ayrılması, kiliselerin olgusal olarak da ayrılmasına neden olmamıştır. Özellikle Katolik ülkelerde veya Katoliklerin etkin olduğu ülkelerde din faktörünün seçmen nezdinde diğer birçok faktörden daha etkili olduğu görülmektedir (Köktaş, 1997: 66). Türkiye'ye bakıldığında ise tarihsel perspektifte Batı'daki gibi kilise ve siyasal iktidar arasındaki mücadele, değişim ve dönüşüm yaşanmamış olsa da kendine özgü bir din ve siyaset ilişkisi söz konusudur. Özellikle Türk siyasetinde din olgusu siyasi literatürde sıkça kullanılan merkez-çevre ikileminde çevre partilerinin önemli argümanı olmuştur. Türk siyasetinde en çok tartışılan Laik-İslamcı kutuplaşması yukarıdan tabana yansımış ve seçmen tercihlerini etkilemiştir. Bu seçmenlerin bir kısmı, diğer tüm faktörlerden ayrı olarak, kendi dini hassasiyetlerine göre sandığa gitmiş ve düşüncelerine uygun partiye oy vermişlerdir. Bu hassasiyetler geleneksel yapıya daha yakın olan kırsal bölgelerde ve kapalı cemaat tipi toplumsal yapılarda daha fazla görülmüştür.

Siyaset, toplumun tüm değerlerine kendi bünyesinde yer veren veya bunu amaçlayan bir yapıdır. Bunun temel nedeni ise iktidar olma mücadelesidir. Dolayısıyla toplumda önemli bir değer olarak kabul edilen din olgusuna siyasetin kayıtsız kalması düşünülmemelidir. Din, bireyin kendini tanımlarken kullandığı kimliklerden bir tanesidir. Her ne kadar laik bir devletin dini otoriteden ayrılması genel bir gerçeklik olsa da, devletin bireylerin inançlarına duyarsız olması söz konusu değildir. Hele ki seçmen oylarıyla iktidara gelmeyi amaçlayan siyasal partiler için, bu durum mümkün değildir. Uygulamalara bakıldığında bunun sonuçları çok net biçimde görülmektedir. İslamcısından, milliyetçisine, sosyalistinden, laikçisine kadar her partinin siyasi mücadelesinde din ve dinsel yapılar ile ilgili söylemlerine rastlamak mümkündür. Bu, din kavramının seçmen tercihleri üzerindeki etkisinin bilinirliğinden kaynaklanmaktadır. Seçmen açısından bakıldığında ise, bir birey nasıl ki ekonomik kaygılarla sandığa gidiyorsa aynı sandığa inancının temeli olan dini kaygıyla da gidebilmektedir. Özellikle Türkiye gibi nüfusunun önemli bir kısmı Müslüman olan, daha da önemlisi bu kimliği sosyal yaşamının birçok noktasına yansıtma amacı güden ülkelerde, dinin seçmen tercihi üzerinde etkisi daha fazla olacaktır. Pratikteki uygulamalara bakıldığında ise, parti liderlerinin toplantı ve mitinglerdeki dini söylemleri, bazı partilerin dini kimliği bulunan adaylarla seçmen karşısına çıkması, dinsel otorite kabul edilen kişileri

ziyaretler ve bu kişilerin tercihlerinin kamuoyunda yer alması, bazı seçmenlerin ilahi iktidara şirk olacağı gerekçesiyle sandığa gitmemesi, özellikle kırsal bölgelerde din adamlarının seçmeni yönlendiren birer kanaat önderi olmaları bütün bunlar siyasal davranışlar noktasında din faktörünün önemini ortaya koyan örneklerdir.

### **1.4.3.2.3. Aile**

Aile, bireyin içinde yaşadığı sosyal bir kurumdur. Toplumsal yapı için önemli bir unsur olan aile, bireyin sosyalleşmesinde, beğeni ve tepkilerinin oluşmasında, kısaca davranışlarının şekillenmesinde etkilidir. Birey, dünyaya geldiği andan itibaren doğal üyesi olduğu aile içerisinde toplumsal yaşamla tanışmakta ve temel tutum, norm ve inanç kalıplarını öğrenmektedir. Aile, özellikle okul dönemine kadar birey için tek ve güçlü bir bilgi merkezidir. Bu açıdan bakıldığında uyguladığı bilinçli toplumsallaşma süreciyle aile, bireyin topluma ait değer kalıplarını öğrenmesine katkı sağlamakta, ayrıca somut ilişkilerle de belirli karar verme biçimlerini kendisine aşılacaktır. Bu nedenle aile hem seçme işlemini hem de davranış biçimini oluşturan bir faktör olarak sosyo-politik bir önem taşımaktadır (Uysal, 1984: 116; Turan ve Temizel, 2015: 143).

Seçmenin siyasal tercihlerinin belirlenmesinde aile oldukça önemlidir. Herhangi bir siyasal partiye duygusal bağ kuran bireyin bu davranışında ailesinin rolü olduğu birçok araştırmacı tarafından kabul edilmektedir. Ailede bireyler arasındaki siyasal bilgi alışverişi, çocukların ilerleyen yaşlarda siyasal tavır almalarına, bir siyasal partiye yakınlık duymalarına neden olmaktadır. Tercih edilen bu siyasal partinin, anne babanın desteklediği parti olma olasılığı ise oldukça yüksektir (Doğan ve Göker, 2013: 33).

Çocukluktan itibaren bireyin siyasete ilgisinin gelişimini inceleyen araştırmalarda, siyasete ilgiyi şekillendiren aile ve arkadaş grubu gibi çeşitli etki grupları, bu grupların birbirlerine kıyasla etkileri ve siyasal davranışı içeren diğer değişkenler (oy verme modelleri, siyasal katılım, siyasal ilgi vb.) üzerinde durulmuştur. Bu çalışmaların çoğu, birey ve ailenin siyasal davranışını şekillendiren birincil etki unsurun anne-baba ikilisi olduğu varsayımı üzerinden yapılmıştır (Ventura, 2001: 666; Aydın ve Özbek, 2004: 148).

Aile, siyasal tutum, değer, norm ve inançları doğrudan olduğu gibi dolaylı biçimde de üyelerine aktarabilir. Çocuk aileden öğrendiklerini siyasi düşünce ve ortamına taşıyabilir. Örneğin otoriter bir ailede yetişen birey daha itaatkâr, üstte yer alanlara karşı eleştiriden uzak, emirlere karşı daha bağlı vb. karakteristik özellikler taşıyacaktır. Bu durum siyasal alanda kendini gösterecek, seçmenin siyasal rekabetten rahatsız olması, hiyerarşik düzene bağlı olması, toplumda herkesin bir yerinin olduğuna inanması gibi bir takım tutum ve değer yargılarının oluşmasına neden olacaktır (Turan ve Temizel, 2015: 144). Özellikle ataerkil aile yapısında yetişen bireylerin, sorgulama ve eleştiriden uzak, güçlü parti ve liderleri tercih ettiği görülmektedir. Ayrıca bu kişiler statükocu bir tavır almakta ve ailede yer alan diğer bireylerin oy tercihleri üzerinde etkili olmaktadır. Daha özgürlükçü bir ailede yetişen bireyler ise daha eleştirel, bağımsız ve değişim yanlısı oy kullanmaktadır. Dolayısıyla aile yapısı ve tipi, toplumun her alanında olduğu gibi siyasal alanda da bireyin tercihleri üzerinde etkili olan bir faktördür.

Ailenin üzerinde en fazla etkili olduğu iki seçmen profili kadınlar ve gençlerdir. Özellikle yeni oy kullanacak olan gençler, babasından veya farklı bir aile bireyinden etkilenmektedir. Siyasi görüş ve düşüncenin henüz şekillendiği gençler üzerinde etkili olan bir diğer önemli faktör de ideolojilerdir. Bu iki faktöre bakıldığında sokağa yakın olan gençler ideolojilerden; eve yakın olan gençler ise aileden daha fazla etkilenmektedir. Kadınlar açısından ise özellikle muhafazakâr toplum veya ailede yaşayan kadınların tercihlerinde ailenin etkisi oldukça fazladır. Benzer şekilde kamusal alandan uzak ve ekonomik özerkliğe sahip olmayan kadınların tercihlerinde de bu etki daha net görülmektedir.

Ailenin birey üzerindeki etkisi toplumun yapısına göre değişmektedir. Bir toplumda aile kurumuna ne kadar önem verilirse bu kurumun etki alanı da o kadar geniş olacaktır. Türkiye gibi bu kurumun değerli kabul edildiği ülkelerde ailenin bireyin toplumsallaşmasındaki rolü oldukça önemlidir. Birey, dış dünya ile kurduğu ilişkide ailesinden elde ettiği kazanımlarla hareket etmektedir. Seçmen davranışı olarak bakıldığında da bu durum geçerli olmaktadır. Yerel seçimlerde daha fazla olmakla beraber sandığa gitmeden bir gün önce evde oyların kararlaştırılması, oyların partiler arası paylaşılması, özellikle büyük aşiretlerde aynı yönde oy kullanılacağına açıklanması gibi

örnekler aile ve seçmen davranışı arasındaki ilişkinin somut örnekleridir. Bütün bunlar, seçmen üzerinde etkili olan en önemli faktörlerden birinin aile olduğunu göstermektedir.

#### **1.4.3.2.4. Sosyal Çevre ve Çıkar Grupları**

Birey sosyal bir varlıktır. Hayatını devam ettirmek için çevresiyle iletişim kurmaktadır. Bu iletişim, kişinin duygu düşünce ve davranışlarını etkilemektedir. Benzer düşünce ve çıkarlar etrafında biraya gelen insanlar tarafından oluşturulan sivil toplum kuruluşları, çıkar grupları gibi yapılar özellikle kendi üyeleri olan seçmenlerin siyasal anlamda tutum ve tavır almalarına katkı sunmaktadır. Bu çerçevede düşünüldüğünde bireyin siyasal davranışları, sosyal çevre ve çıkar grupları etkisiyle şekillenmektedir.

Arkadaş grubu ve akraba üyeleri, aileden sonra bireyin en fazla iletişim kurduğu kişilerdir. Birey, sosyalleşme açısından neredeyse ailesi kadar arkadaş çevresiyle vakit geçirmektedir. Arkadaş grubu, kendi içinde hayatın herhangi noktasındaki beğeni ve eleştirileri dile getirdiği ve tartıştığı gibi zaman zaman siyasetle ilgili de paylaşımlarda bulunmaktadır. Dolayısıyla bu paylaşımlar grup üyesi bir kişinin siyasal davranışlarının grup çizgisine yakın bir biçimde şekillenmesini sağlayabilir. Arkadaş grubundan farklı siyasal davranışlar sergileyen birey zamanla bu aykırılık nedeniyle gruptan uzaklaşabilir veya uzaklaştırılabilir. Ancak bu varsayımlar genel bir kabul olarak düşünülemez. Çünkü farklı yaşam tarzları ve düşünceler etrafında sürdürülebilen arkadaşlık ilişkileri de mevcuttur. Yine de benzerliklerin uyumu ve dolayısıyla devamlılığı esas alındığında yukarıdaki varsayımların geçerliliği ortaya çıkacaktır. Arkadaş çevresinin siyasal davranışlar üzerindeki etkisi somutlaştırıldığında özellikle üniversiteli gençlerin siyasal anlamda gruplaşması, birlikte hareket etmesi, örgütlenme ve tercihte bulunması bu etkiye örnek gösterilebilir.

Bireyin hayata dair paylaşımlarında ve tercihlerinde arkadaş grubu kadar akraba çevresi de etkilidir. Özellikle doğu bölgelerinde bugün dahi varlığını sürdüren aşiretler başta olmak üzere birlikte hareket eden, herhangi bir meselede ortak tavır sergileyen akraba gruplarına rastlamak mümkündür. Siyasal davranış açısından bakıldığında, herhangi bir siyasi çizgiyle özdeşleşen bir akraba topluluğunun oy kullanma sürecinde üyelerine bu çizgiyi işaret etmesi sıkça görülmektedir. Dolayısıyla akraba içerisinde farklılaşmaktan

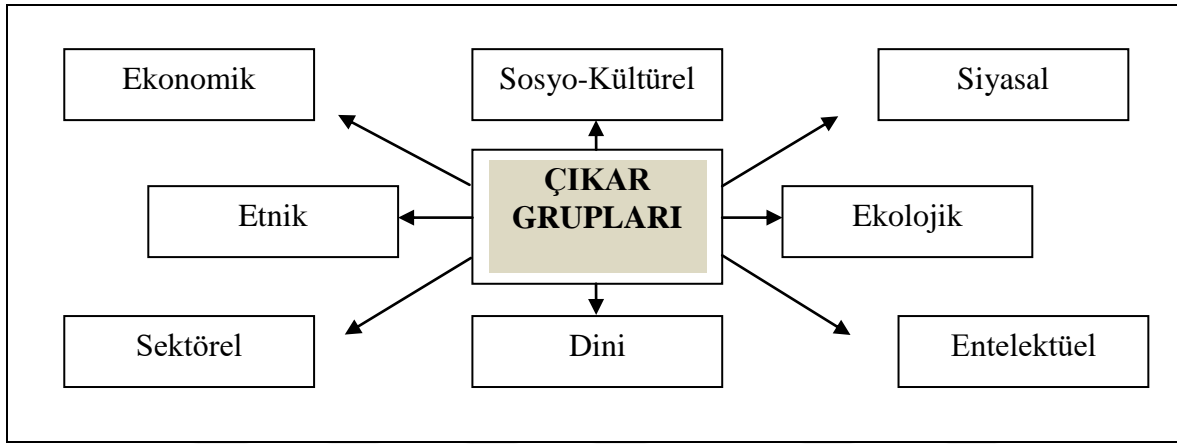
çekinen veya akrabanın ortak tavrının psikolojik baskısı altında kalan seçmen, oy tercihinde bu çizginin dışına çıkamamaktadır. Aşiretlere bakıldığında ise seçim öncesinde tüm üyeleri adına açıklama yapan aşiret liderinin hangi partiyi tercih edeceklerini kamuoyuna deklare etmesi aynı zamanda kendi içindeki kişilere de bir mesaj niteliğindedir. Bu açıdan düşünüldüğünde birincil-ikincil, kırsal-kentsel ilişkilere göre akrabanın seçmen davranışları üzerinde görece etkisi bulunmaktadır.

Birey, farklı nedenlerle bir parti, sivil toplum kuruluşu, cemaat veya sendikaya vb. üye olabilir. Bu örgütlenmelerin her biri bireyin tutum ve davranışlarını etkileyebilecek nitelikte olmakla beraber sivil toplum kuruluşlarının etkisi diğerlerine göre daha düşük olacaktır. Özellikle sivil toplum kuruluşlarının siyasal tercihleri etkileme gibi bir amacının bulunmaması bireyin bu konuda daha az etkiyle karşılaşmasını sağlamaktadır. Yine de herhangi bir örgüte üye olma, bireyin ilgi alanını belirlemekte, grubun diğer üyeleriyle özdeşleşmesini sağlamak ve aykırı davranışlar sergilediğinde dışlanma korkusuyla zorunlu bir eğitime imkân sunmaktadır (Çukurçayır, 2000: 88). Dolayısıyla bireyin bağlı olduğu örgüt ya da örgütler, bireye nasıl davranış sergileyeceğini açıktan veya zımni olarak belirtebilir ve bazı durumlarda bireyi ortak tavır almaya zorlayabilir. Bunlar olmasa bile birey örgüt içerisinde kalabilmek adına örgüt çizgisinde bir tavır takınmayı zorunlu görebilir. Bütün bunlar siyasal davranışlar açısından da geçerli olabilir. Örneğin Türkiye’de cemaat/tarikat örgütlenmelerinin seçimlerden hemen önce tercihlerini paylaşmaları, bazı siyasi parti üyelerinin bu cemaat liderleriyle görüşmeleri ve desteklerini istemeleri, bu cemaatlere yakın isimlerin milletvekili adayı olarak gösterilmesi bir örgütlenme olarak kabul edilen bu yapıların kendi üyeleri üzerindeki etkisinin bilinirliğinden ileri gelmektedir. Gerçekte de örgüt ve seçmen tercihi üzerindeki etkinin en net biçimde görüldüğü yapılar bu cemaat tipi örgütlenmelerdir.

Çıkar grupları, siyasal hayatın önemli bir parçasıdır. Çıkar grubu en basit tanımıyla bir çıkar etrafında oluşmuş veya oluşturulmuş örgütlenmelerdir. Daha geniş ifadeyle ortak maddi ve/veya manevi çıkarlar etrafında bir araya gelmiş ve bu çıkarlar çerçevesinde uzmanlığa dayalı bir şekilde örgütlenmiş, ortak çıkarlar etrafında siyasal yönetimden talepte bulunan toplumsal yapılar çıkar grupları olarak kabul edilmektedir. Bir çıkar grubu, siyasal karar alma süreçlerini doğrudan veya dolaylı olarak etkileme ve menfaat elde etme çabası içinde yer alıyorsa bu da siyasal literatürde baskı grubu olarak tanımlanmaktadır (Aktan vd.

2007: 201-203). Ancak çıkar grubu ve baskı grubu kavramları çoğu kez birbirinin yerine ve aynı anlamda kullanılmaktadır. Benzer şekilde sıkça karıştırılan sivil toplum kuruluşları ise dini, kültürel, ekonomik, sosyal vb. birçok alanda gönüllülük esasına göre oluşturulabilen, devlet otoritesinden uzak ve özerk statüde hareket eden örgütlenmelerdir. Bu örgütlenmeler, çoğunlukla siyasi hedef ve motivasyon taşımadıklarından seçmen davranışları üzerinde çok fazla etkili değildir.

**Şekil 4: Çıkar Grupları Tipolojisi**



**Kaynak:** Aktan vd., 2007: 209

Çıkar grupları, temel gayesi, üyelerinin ortak menfaatlerini siyasi mercilere iletmek ve ortaya çıkacak kararların kendi çıkarları doğrultusunda olmasını sağlamaktır. Çıkar grupları bunu da şu yöntemlerle yapmaktadır: Lobcilik, ikna, kamuoyunu etkileme, tehdit, rüşvet, sabotaj, başka partiyi destekleme, doğrudan hareket ve lokavt (Aktan vd., 2007: 210-211).

Çıkar grupları, seçmen tercihlerini etkilemekten ziyade üyesi olduğu seçmenin talep ve beklentilerini yukarılara taşıma işlevi görmektedir. Bu gruplar, kendilerine bağlı olan üyelerin menfaatlerini koruma amacıyla hareket ettikleri için üyelerin grup bağlılığı daha fazla olmaktadır. Çünkü birey, içinde bulunduğu örgütlenmenin kendi çıkarlarını savunduğu bilincinden hareketle o örgütlenmenin tutum ve davranışlarını kolayca kabullenmekte ve grupla benzer tavrı sergilemektedir. Örneğin herhangi bir sendikaya üye olan bir seçmen, siyasi davranışlar noktasında sendikanın açıklamalarından veya siyasi tutumundan etkilenecek ve tercihini o yönde yapacaktır. Ancak bu durum geçerli olmakla



beraber genelde bu gruplara üyelik bireyin siyasal görüşlerinin neticesinde olduğu için birey hazır biçimde örgüte katılmaktadır. Dolayısıyla bu örgütlenmeler bireyi siyasal davranışlarını etkilenmekten ziyade mevcut siyasal tutum ve tercihlerini daha da güçlendirmektedir. Bütün bunlarla beraber, çoğulcu demokrasinin önemli yapıtaşlarından olan sivil toplum ve çıkar guruplarının, siyaset alanını etkilemek kadar demokrasinin önemli bir unsuru olan seçmenle ilişkisi de demokratik kültürün inşası için oldukça önemlidir. Bu perspektiften bakıldığında çıkar grupları, seçmen ve siyasal alan arasında önemli bir araç olduğundan seçmen tutum ve davranışlarında etkili olmaktadır.

#### **1.4.3.2.5. Toplumsal Travma ve Geçmişe Yönelik Oy Verme**

Toplumsal travma etkisi, seçmenin geçmişteki olayların etkisiyle siyasal tercihte bulunmasıdır. Toplumların geçmişte yaşadıkları kötü olaylar çeşitli biçimlerde gelecek kuşaklara aktarılmaktadır. Geçmişin yükünün geleceğe taşınması bireylerin tercihlerini belirlemektedir. Yaşanan kötü ve kanlı tecrübeler, toplumun ortak hafızasında tekrar canlandırılarak her defasında suçlu kişiler tespit ve telin edilmektedir (Yılmaz vd., 2012: 15). Toplumsal travma etkisi, geçmişte yaşanan savaş, doğal afet, askeri darbe, ekonomik kriz gibi sıra dışı olayların toplumun hafızasında güçlü şekilde yer etmesi ve bunun siyasi kararlarda etkili olması şeklinde tanımlanmaktadır. Türkiye’de Kurtuluş Savaşı ve askeri darbeler buna örnek olarak gösterilebilir. Toplumsal travma etkisinin sahada ölçülmesine yönelik bir çalışma olmamasına rağmen özellikle Türkiye’de orta yaş üstü seçmenin siyasal tercihte bulunurken geçmişe dair yaşanmışlıkları anlatmasına ve kararını bu çerçevede verdiğini belirtmesine yönelik sayısız örnek mevcuttur. Dolayısıyla bu başlık altında toplumsal travma etkisine yakın bir kavram olan “geçmişe yönelik oy verme” konusunu da incelenmek gerekir.

Geçmişe yönelik oy verme, seçmen tercihlerinde belirlenmesinde etkili bir faktördür. Bu yaklaşıma göre, seçmen, adayların veya partilerin mevcut durumlarına veya geleceğe yönelik vaatlerine göre değil geçmişte yaptıklarına göre karar vermektedir (Lewis-Beck ve Paldam, 2000: 113-121). Aslında seçmen tercihte bulunurken iki yönlü bir değerlendirme yapmaktadır. Bir taraftan geçmişte yapılan icraatlar, diğer yandan geleceğe yönelik vaatler üzerinden sonuca ulaşmaktadır. Seçmenin geçmişe yönelik değerlendirme yapması, geçmişteki performansın, aday/partinin geleceğe yönelik yapacakları için bir

tahmin niteliği taşımasından ileri gelmektedir (Fiorina, 1981: 12 ve Turan ve Temizel, 2015: 126).

Türkiye’de birçok siyasetçi, miting ve toplantılarda rakip aday veya partinin geçmişteki icraatlarına dair açıklamalar yapmaktadır. Örneğin, AK Parti tarafından özellikle CHP’nin Tek Parti dönemine yönelik hatırlatmaları bu çerçevede ele alınabilir. Benzer örnekler diğer parti veya siyasi isimler üzerinden de gösterilebilir. Dolayısıyla bu örnekler aynı zamanda seçmenin kararlarını etkilemeye yönelik açıklamalar olarak değerlendirilmelidir. Bu değerlendirme beraberinde geçmişe yönelik oy vermenin seçmen tercihleri üzerindeki etkisini açıkça göstermektedir. Geçmişe yönelik oy verme genel seçimlerden daha çok yerel seçimler için geçerli olmaktadır. Bir köy muhtarı veya bir belediye başkanının geçmişte yaptığı icraatlar sandığa giden seçmen için neredeyse en önemli faktör olarak düşünülmektedir.

Birey, aday ve parti arasındaki ilişki geçmiş siyasi süreç üzerinde şekillenmektedir. Bir seçmenin, partiye olan desteği veya desteğini geri çekmesi -ideolojik bağlılık ayrı tutulduğunda- genelde geçmişte yürütülen bir politika neticesinde ortaya çıkmaktadır. Seçmen tarafından, partinin veya adayın geçmişiyile yargılanması Türk siyasi hayatında sıkça görülen bir durumdur. Ancak, herhangi bir aday veya partinin yaptığı icraat toplumun tamamı tarafından destek görmeyeceğinden her durumda eleştiriler olacaktır. Bu eleştiri, parti veya aday destekçisi olup olmamaya göre belirlenmektedir. Dolayısıyla seçmen “geçmişle yargılama” konusunda objektif olmaktan uzak partizanca bir tavır takınabilir. Yani seçmen, yapılacak bir siyasi tartışmada desteklediği partinin veya adayın geçmişinden daha çok karşı olduğu partinin veya adayın geçmişinden bahsedecektir. Bu durumda da, geçmişe yönelik kriter göz önüne alınarak bir partiye oy vermektense daha çok oy vermeme biçiminde bir sonuç ortaya çıkacaktır.

### **1.4.3.3. Siyasal Faktörler**

#### **1.4.3.3.1. Siyasal Parti**

Birey, siyasal davranışta bulunurken çeşitli faktörlerin etkisi ile bir siyasi partiye oy vermektedir. Burada nihai sonuç olarak görülen parti faktörü aynı zamanda seçmenin

tercihlerinde etkili olan bir sebep unsurunu da ifade etmektedir. Bazı seçmenlerin, partinin lideri, adayı, programı, icraatları, ideolojisi, amblemi, siyasi geçmişi, teşkilat yapısı, sosyal ve siyasi olaylara yaklaşımı, dini ve kültürel değerlere bakış açısı vs. etkenlerin bütünü üzerinden oluşturduğu siyasi parti imajı ve bununla özdeşleşmesi siyasi faktörü kendi başına seçmen tercihi üzerinde etkili bir unsura dönüştürmektedir. Özellikle bireyin kendisini bir siyasi partiyle özdeşleştirme durumunda ne parti politikası veya liderinde yapılan değişiklikler ne de siyasi konjonktür değişimleri bireyin partisiyle kurduğu bağı koparmamaktadır. Burada güçlü bir siyasi parti faktörü ön plana çıkmaktadır. Özellikle ideolojik temelleri güçlü olan MHP ve CHP tabanında bu durum daha fazla görülmektedir. Her ne olursa olsun üç hilalin gölgesinden ayrılmamak veya Atatürk'ün kurduğu partiden vazgeçmemek bu seçmenlerin, siyasi partinin bizzat kendisinden etkilendiğini göstermektedir.

Bazı seçmenlerin hayatları boyunca aynı partiye oy vermeleri veya destek verdikleri partinin herhangi bir sebeple siyaset alanından çekilmesi sonrasında aynı çizgide yerine kurulan partiye yönelmeleri partiyle özdeşleşmenin en açık göstergesidir. Bazı seçmenlerin çeşitli sebeplerle partisine küskün olması nedeniyle sandığa gitmemesi veya boş oy kullanması yine bu çerçevede değerlendirilebilir. “Ya partim ya hiç” anlayışı siyasi parti faktörünün seçmen üzerindeki etkisinin bir başka örneğidir.

Siyasi partiler, benzer siyasi düşünceye sahip kişilerin oluşturduğu ve ülkeyi yönetme amacı taşıyan örgütlerdir. Parti programı, parti yöneticileri, partinin ideolojisi, parti lideri, partinin adayı, partinin vaat ve söylemleri, partinin icraatları vb. bütün bunlar siyasi partinin bileşenleridir (Doğan ve Göker, 2013: 28-29). Bu çalışmada parti lideri ve aday faktörüne ayrı bir başlıkta yer verilmiştir.

Parti programı, partiyi benzerlerinden ayıran ve partinin iktidara geldiği takdirde yürürlüğe koyacağı, toplumun ihtiyaç ve beklentilerine nasıl cevap vereceğini gösteren eylem planıdır (İslamoğlu, 2002: 123). Bu programlar, temel hak ve hürriyetlerden ekonomiye, sosyal politikalardan dış politikaya kadar her alanda partinin düşüncesini yansıtır. Bu nedenle parti programlarında yer alan ifadeler her şeyden önce gerçekçi olmalıdır. Bu gerçeklikten uzaklaşan programlar partinin imajı açısından kötü izlenimler ortaya çıkaracaktır. Çünkü seçmen tercihi, geri bildirim olan bir davranış biçimidir. Parti

programı, değişen dünyaya ve yeni toplumsal taleplere duyarlı olmalı, bu yeniliklere ayak uydurmalıdır. Ayrıca ülkenin konjonktürel yapısına uygun ve dünya ile de uyumlu olmalıdır (Divanoğlu, 2008: 109). Bunlara ek olarak, başarılı bir siyasi parti programı şu özellikleri taşımalıdır (İslamoğlu, 2002: 125-126):

- Parti programı, milli olmalıdır.
- Parti programı, partinin felsefesi, ideolojisi ve kimliği ile tutarlı olmalıdır.
- Parti programı, ülkenin sorunları ve bunların öncelik sırasını vurgulamalıdır.
- Parti programı, ülke ve dünya gerçekliğine sahip olmalıdır.
- Parti programı, inandırıcı, tutarlı ve güven verici bir nitelik taşımalıdır.
- Parti programı, partinin ürünü olmalıdır.

Parti programı seçmen üzerinde etkilidir. Ancak lider yada adayın ön plana çıktığı durumlarda parti programı önem kaybetmektedir (Schröder, 2004: 52). Başka bir açıdan bakıldığında siyasi duruşu ve söylemi ile programı, kendisinde toplayan bir lider seçmenin ihtiyaç, beklenti ve sorularına cevap vermekte böylelikle parti programı seçmen açısından göz ardı edilmektedir. Yerel seçimlere bakıldığında ise adayın imajı ve vaatleri, bağlı olduğu partinin programından öncül bir faktör olarak görülmektedir. Ancak bütün bunlara rağmen özellikle eğitim seviyesi yüksek, siyasi konulara daha yatkın ve siyasi bilinci güçlü kişilerde parti programları oy tercihinde etkili olabilmektedir. Çünkü bu programlar, partinin iktidar olduğunda izleyeceği yol haritalarıdır.

Siyasi parti başlığı altında ele alınan bir diğer faktör ise ideolojidir. İdeoloji, dar kapsamlı olarak, belirli bir biçimde düşünmeyi ve davranmayı haklılaştırmak veya düşünce ve davranışları etkilemek amacı taşıyan inanç, tutum ve düşünceler bütünüdür. Geniş kapsamlı olarak da ideoloji, insan ve toplumun geliştirdiği, birey, toplum ve dünyaya ilişkin kapsamlı bilişsel ve ahlaksal inanç sistemlerinin bir biçimi olarak tanımlanmaktadır (Ergil, 1983: 69). İdeoloji, siyasal açıdan değerlendirildiğinde politik bir gerçekliğin birey tarafından algılanma biçimidir. Sosyal bir ortamda oluşturulan ideoloji, sürekli bir tanımlama ve yorumlama süreci gerektirmektedir (Güllüpunar, 2010: 80).

Toplumsal ve siyasal açıdan bir öğretiy ortaya koyan, bu yönüyle bir partinin, örgütün ya da toplumsal bir sınıfın düşünce ve davranışlarına yön veren ideoloji, seçmen açısından da önemli bir faktördür. Birey, sahip olduğu ideolojiyi en iyi şekilde yansıtan partiye yönelebileceği gibi siyasal partiler de kendi ideolojilerine sahip seçmen tabanını elde tutmak adına ideolojik kimliklerini güçlendirmektedir. Hatta bu partiler, seçim kampanyalarında ve parti programlarında sahip oldukları ideolojileri yansıtan söylemlerde bulunmakta böylece seçmen üzerinde etkili olmayı hedeflemektedir. Günümüzde ideoloji faktörünün bazı seçmen kitlesi üzerinde etkili olduğu kabul edilmekle birlikte ülkedeki ve dünyadaki gelişmelere paralel olarak etki düzeyinin değişeceği belirtilmelidir. Ayrıca bu etki düzeyi, seçmen üzerinde etkili olan diğer faktörlere göre de değişmektedir.

#### **1.4.3.3.2. Parti Lideri**

Bir siyasal parti lideri, partinin değerlerini, ilkelerini, politikalarını kendi kimliğinde temsil eden kişidir. Lider, seçmen açısından partinin yüzü, temsilcisi ve en yetkilisidir. Öyle ki bazı seçmenler için lider, partinin de önünde değerlendirilen, partiye değer kazandıran veya parti imajını zedeleyen kişi olarak görülmektedir. Özellikle oy verme davranışında bazı seçmenlerin lideri iktidara taşıma düşüncesi parti liderinin seçmen açısından ne denli önemli olduğunu göstermektedir.

Lider, meşruiyet temelinde saygın, bir otorite ve yaptırım gücü bulunan, siyasal olayları kavrama, analiz etme ve sonuçlandırmada üstün yeteneklere sahip olan kişidir. Bu nedenle liderin herhangi bir konuda nasıl bir politika izleyeceği, herhangi bir siyasal gelişmeye karşı nasıl bir tutum sergileyeceği parti yöneticileri, üyeleri ve destekleyicileri tarafından yakından takip edilmekte, liderin açıklamaları, tepkileri, yaklaşımları, parti yöneticilerinden seçmene kadar tüm teşkilat üzerinde etkili olmaktadır. Güçlü liderlerin parti üzerinde dolayısıyla da seçmen tercihleri üzerinde ki etkisine Türk siyasal hayatından örnekler verilebilir. Mesela Turgut Özal ve Anavatan Partisi ilişkisi yine benzer şekilde Recep Tayyip Erdoğan ve AK Parti ilişkisi, güçlü lider ve parti ikiliğine verilebilecek örneklerdir. Bunun neticesi olarak da güçlü bir seçmen desteğinin alındığı görülmektedir.

Lider, başkalarını belli bir amaca yönlendiren kişi (Uygur ve Göral, 2005: 125; Divanoğlu, 2008: 107); liderlik ise belirlenen amaçları gerçekleştirmek için başkalarının

faaliyetlerini etkileme ve yönlendirme sürecidir (Güney, 2001: 159). Parti liderinin, kişilik özellikleri, fiziksel özellikleri ve siyasi performansı liderliğinin imajı açısından son derece önemlidir. Bu imaj, mevcut liderliği güçlendireceği gibi liderliğin ortadan kalkmasına da yol açabilir. Bu nedenle ister kazanılan isterse yüklenilen imaj olsun, liderin siyasi alandaki performansı bu imajın sürdürülebilirliği ile doğrudan ilişkilidir. Bunun için, kişilik olarak lider, güçlü, iş bitirici, vizyon sahibi, hatip, zeki, mütevazî, güvenilir, dürüst, hoşgörülü vb. olumlu özelliklere sahip olmalıdır. Aynı şekilde lider, yalancı, hırçın, güvenilmez, bencil, ileri görüşlülükten yoksun vb. özellikleri taşımamalıdır (Anık, 2000: 181). Fiziksel olarak da lider, temiz ve şık giyimli, etkili beden diline sahip, sağlıklı ve dinç görümlü vb. olmalıdır.

Lider, siyasal kampanyalar için önemli bir unsurdur. Hatta bu kampanyaların öznesi sayılabilir. Günümüzde bu kampanyalar, ideoloji ve parti programlarının tanıtımından uzaklaşarak lider faktörünü öne çıkaran bir anlayışa dönüşmüştür. Dolayısıyla parti lideri, seçmen için karar verme sürecinde değerlendirme yapacağı ilk faktörler arasında yer almaktadır. Eğer seçmen lideri beğeniyorsa, partisine, parti programına, icraat ve vaatlerine yönelik bir tanıma çabası sergilemekte ve siyasal davranışını belirlemektedir. Kısacası lider, bir noktada temsil ettiği siyasal partinin vitrinini oluşturmaktadır.

Lider, örgüt üyelerinin yaptıkları işe anlam katarak onları daha aktif olma konusunda teşvik etmektedir. Ayrıca üyelerin kendilerini geliştirmesi ve hedeflerine ulaşması için onları yönlendirmektedir. Lider, çevresindeki kişilere, farklı bakış açısı kazandıran, karşılaşılan sorunlara çözüm yolları gösteren kişidir. Siyasi sistem içerisinde partinin çekirdeğini oluşturan lider, etki düzeyi değişmekle birlikte seçmen tercihi üzerinde etkilidir. Özellikle, Türkiye gibi lider-parti bütünleşmesinin güçlü olduğu ülkelerde lidere bağlı olarak oy verme daha yoğundur. Araştırmalarda seçmene hangi oyu kullandığı sorulduğunda parti ismi kadar lider isminin verildiği görülmektedir. Kısaca lider, seçimleri kazandıran ana faktörlerden biridir. Günümüzde güçlü ve etkin bir lider, iletişim tekniklerini etkin kullanan, geleceği hesaplayan, stratejik hedefleri olan bir kişi olmalıdır (Divanoğlu, 2008: 108-109).

Liderlik, siyasi parti açısından oldukça önemlidir. Siyasi parti liderinin nitelikleri, partisinin büyümesinde ve başarıya ulaşmasında son derece etkili olmaktadır. Günümüzde

siyasal partilerin merkeze yığılması, ideolojilerin etkisinin kaybolması, lider faktörünü daha da ön plana çıkarmaktadır. Çünkü partilerin birbirine benzemesi, benzer politikaları benimsemesi, ayırt edicilik noktasında seçmeni lider üzerinden tercihte bulunmaya yönlendirmektedir. Klasik anlamda lideri ön plana çıkaran unsurlar, güven, dürüstlük, çalışkanlık, doğallık iken (Yıldız, 2012: 128); günümüz siyasetinde bu özelliklere ek olarak, ileri görüşlü olması, vizyon sahibi olması, bağımsız kararlar verebilmesi, teşkilatına hakim olması, yaşam tarzıyla örnek olması, mütevazı olması, kararlı ve tutarlı olması gibi özellikler de sayılabilir.

#### **1.4.3.3.3. Aday**

Seçmen tercihleri üzerinde etkili olan aday faktörü özellikle yerel seçimlerde ön plana çıkmaktadır. Aday faktörü, parti ve seçmen açısından her geçen gün daha fazla önem kazanmakta ve siyasal iletişim araştırmalarında daha fazla yer almaktadır (Uztuğ, 2004: 66). Aday imajı ile ilgili araştırmalar, adayın seçmen tarafından algılanan imajı ve konular karşısındaki tutumu şeklinde ikili bir yapı ortaya koymaktadır. Yine bu araştırmalar, aday imajının, adaylar, seçmenler ve seçimler tarafından değiştirilebildiğini ve siyasal kampanyanın değişik aşamalarında seçmenin karar vermesinde adayın kişisel özellikleri ve konulara yaklaşımının etkili olduğunu göstermektedir (Hacker vd., 2000: 227).

Adayın, seçmen tercihi üzerinde etkili bir unsur olarak ortaya çıkması, Michigan grubunun aday veya partiye yönelik hoşlanma-hoşlanmama biçimindeki sorularına dayandırılmaktadır. Seçmenler adayların olumlu ve olumsuz yanlarını değerlendirerek bir sonuca ulaşmakta eşitlik olması halinde ise parti faktörü devreye girmektedir. Ayrıca seçmen adayı sadece rakipleriyle değil kendi zihnindeki aday imajı ile de karşılaştırmaktadır. Adayın kişisel özellikleri seçmen değerlendirmesinde başat bir rol üstlenmektedir. Bunun yanında adayın fiziksel özellikleri de seçmen tercihi açısından önemlidir. Bütün bunlarla birlikte seçimin türü (yerel/genel) aday faktörünün etki seviyesi ile doğrudan ilişkilidir (Damlapınar ve Balcı, 2014: 120).

Negiz ve Akyıldız'a göre (2012: 179-182), aday imajı açısından yedi farklı etken önemlidir. Bunlar kişisel özellikler, fiziksel özellikler, eğitim, iletişim becerisi, geleceğe dair projeler, ideoloji-parti ve hemşericiliktir. Kişisel özellikler, iş bitirme becerisi,

duygusal olması, güvenilir olması, ahlak seviyesi, mücadeleci yapısı gibi unsurlar iken; fiziksel özellikleri, dışarıdan görüntüsü yani görseelliğidir. Eğitim, adayın eğitim seviyesi ve bununla beraber mesleğini içeren bir etkidir. İletişim becerisi adayın, seçmenle sağlıklı ve etkili bir diyalog kurması; geleceğe dair projeler ise seçmene yönelik vaatleridir. Adayın ideolojisi-partisi sahip olduğu siyasi düşünce ve bunu temsil eden siyasi örgüttür. Son olarak hemşericilik ise adayla seçmenin aynı bölgenin insanı olmasıdır. Kılıç'a göre (2013: 189) ise aday imajı açısından, adayın kişisel özellikleri, seçmenle etkili iletişim kurabilme yeteneği, yönetim becerisi, zekâ ve bilgi düzeyi, ahlak anlayışı, yaptırım ve iş bitirme gücü, geçmiş dönemdeki icraatları ve sorunlar karşısındaki tavrı oldukça önemlidir. Seçmenlerin adayda aradıkları özelliklerden ayrı olarak, partiler de adaylarda kişisel oy potansiyelinin yüksek olması, toplumla ilişkilerinde ve iletişimde başarılı olması, iyi bir üne ve imaja sahip olması, yüz kızartıcı bir geçmişi olmaması gibi özellikler aramaktadır (Divanoğlu, 2008: 111; İslamoğlu, 2002: 130).

Aday faktörü, genel seçimlerden ziyade yerel seçimlerde daha değerlendirilebilir bir etkidir. Bu seçimlerde, partinin siyasi görüşü, politikası, kadrosu vb. unsurlar ikincil düzeydedir. Bu açıdan bakıldığında, bir siyasi partinin yerel seçimlerde özellikle halkın talep ve beklentilerini göz önünde tutarak, projeleri ile öne çıkan, yerel dinamiklerle barışık, güçlü bir imaja sahip adayları seçmenin karşısına çıkarması gerekmektedir. Çünkü yerel seçimlerde bir aday siyasi partinin temsilcisi olmanın yanında yaşanılan yerin sorunlarına çözüm sağlayacak olan kişi olarak da algılanmaktadır. Bu noktada, parti veya liderinin söylemleri seçmeni bir noktaya kadar etkilese de, birey bunların yanında vaat edilen veya sunulacak olan hizmetlerin parti adayı tarafından yapılabilirliğini test edecektir. Bunun için, aday fiziksel bir imajın yanında iş yapabilme kapasitesine de sahip olmalıdır.

**Tablo 8: Aday ve Kişisel İmaj Bileşenleri**

Konu	Özellikler
Görünüş	Fiziksel özellikler, giysi tercihi, uyumlu giyim
Şöhret	Çarpıcılık, ilerleme, çizgi, deneyim, vasıflar
Beden Dili	Tavırlar, poz, jestler, alan kullanımı, konum seçimi
Duruş	Karizma, özgüven, kendine inanma, özsaygı
İletişim Tarzı	Konuşma, yazma, dinleme, düşünme, sunum

**Kaynak:** Yıldız, 2002: 23; Dirlik ve Altunay, 2004: 60; Damlapınar ve Balcı, 2014: 120



Bir siyasetçinin, yöneticilik işlevinin bilgi ve becerisinden ziyade imajına göre belirlendiğini düşünen adaylar, seçmeni kendisine çekmek için rakiplerinden farklı bir imaj oluşturma çabası göstermektedir (Turan ve Temizel, 2015: 147). Son yıllarda partilerin program ve vaatlerinin giderek birbirine benzemesi, kararsız seçmenlerin artış göstermesi, ideolojik dönüşümler ve partiyle özdeşleşmenin zayıflaması, siyasal hayattaki değişim, kırılma ve çözümler, seçmen tercihi açısından aday faktörünü daha önemli hale getirmiştir (Tosun, 2003: 29). Dolayısıyla güçlü bir aday ve aday imajı, seçim başarısıyla doğrudan ilişkilidir. Siyasi partilerin, seçmen karşısına bu tip adaylarla çıkma düşüncesi uzun arayış ve değerlendirmeleri beraberinde getirmektedir. Bu yönde yapılan kamuoyu yoklamaları, nasıl bir aday istenildiğine yönelik seçmene yöneltilen açık uçlu sorular, adayların halk tarafından nasıl bir imajla algılandığının belirlenmesine yönelik çalışmalar tamamıyla aday faktörünün günümüzde kazandığı önemle alakalıdır. Bu kadar önemli olan aday imajının şekillenmesinde ise şu özellikler etkilidir (Christ vd., 1994: 252; Devran, 2003: 206-207; Damlapınar ve Balcı, 2014: 123):

- Adayın kişisel özellikleri
- Adayın konular ve sorunlar karşısında takındığı tavır
- Adayın çevresi (çalışma kadrosu, grup ilişkileri)
- Adayın partisi ve ideolojisi

Adayın kazanmak istediği seçimin yerel veya genel seçim olması, talep ettiği konuma daha önce gelip gelmediği, seçmenin adayı değerlendirmesi açısından önemlidir (Weitzel ve King, 1980: 97-98). Daha önce görev yapmış biri için, çalışkanlığı, iş bitiriciliği ve dürüstlüğü önemli iken; ilk kez bu göreve talip bir aday için ise dinamikliği, yenilikçiliği, projeciliği ve değişimciliği önemlidir (Devran: 2003: 206; Damlapınar ve Balcı, 2014: 128).

Adayın, konulara yaklaşımı ve sahip olduğu parti-ideoloji, seçmen açısından önemlidir. Ancak adayın herhangi bir konuya yaklaşımının etkili olabilmesi için öncelikle seçmenin o konuya ilgisinin ve o konuda bilgisinin olması, konuya bakış açısının rakiplerinden farklı olması ve seçmenlerin ihtiyaç ve beklentilerinin konuyla ilişkisinin olması gerekmektedir (Hacker vd., 2000: 228). Parti ve ideoloji açısından bakıldığında ise, her ne kadar adayın diğer özellikleri seçmen açısından önemli olsa da seçmen, bütün

bunları sahip olduğu ideolojinin veya partinin merceğinden süzerek değerlendirmektedir. Özellikle imaj açısından adayların birbirine yakın olduğu zaman, parti ve ideoloji daha belirleyici olmaktadır.

#### **1.4.3.4. İletişim Faktörleri**

##### **1.4.3.4.1. Siyasal Seçim Kampanyaları**

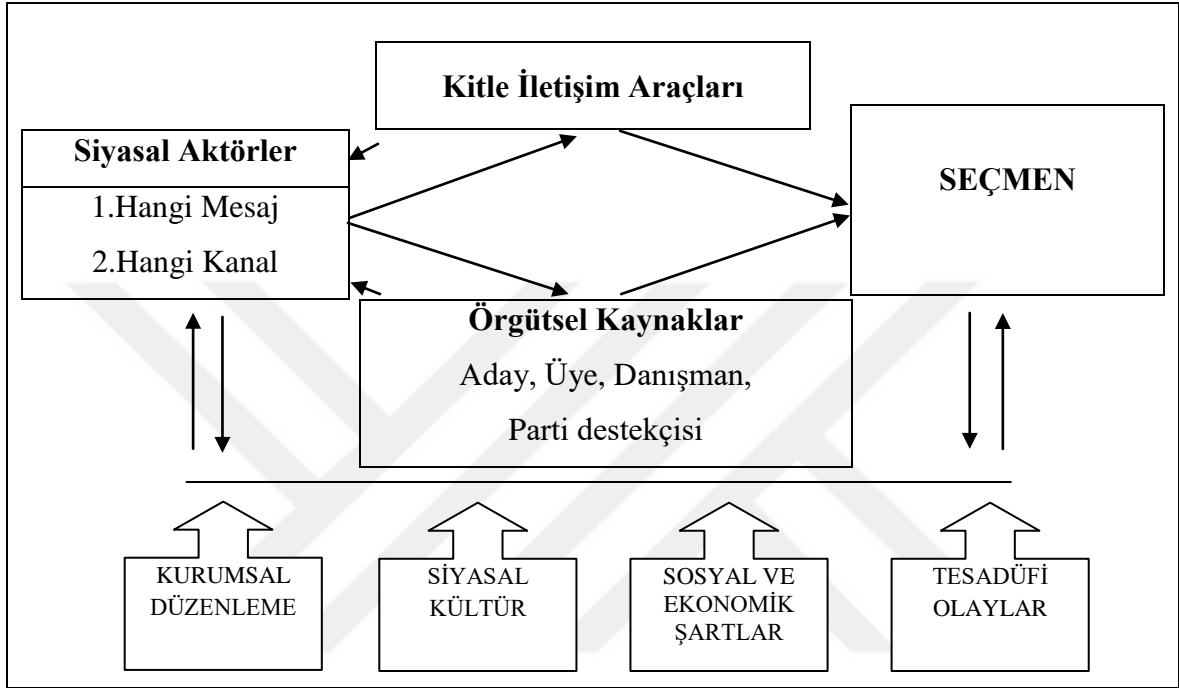
Seçim kampanyası, bir süreç yönetimi olarak, tanımlanan hedeflere ulaşmak için hangi araçların kullanılacağıın önceden belirlenmiş bir takvim esasına göre yürütülmesi işlemidir. Bununla birlikte bir stratejiye sahip olan kampanya süreci, başlangıç noktasını referans alarak seçmenlerin tercihlerini bir parti ya da aday lehine değiştirerek veya mevcut tercihi güçlendirerek sonuçlanmaktadır. Seçmenin kimlerden oluştuğu, kime hangi araçla hangi mesajın gönderileceği, seçmene ulaşan mesajın nasıl bir etki yapacağı, kitle iletişim araçlarının nerede ve ne zaman kullanılacağı bütün bu kampanya sürecinde detaylı olarak planlanmaktadır (Damlapınar ve Balcı, 2014: 81-82). Seçim kampanyası, siyasal aktörler tarafından başlatılan, teşkilatlı yapılanmalar (danışman, üye, parti destekçisi) ve kitle iletişim araçları üzerinden yürütülen ve seçmenlerin hedeflendiği bir süreçtir (Rüdiger ve David, 2004: 1).

Seçime yönelik çalışmalar öncelikle bir süreçten oluşmaktadır. Bu süreçte oluşturulan olumlu veya olumsuz her şey seçim kampanyası ile doğrudan ilişkilidir. Bu açıdan bakıldığında başarılı bir kampanyanın nasıl olması gerektiğine yönelik bilgi, sürecin başarısı ile paralellik gösterecektir. Başarılı bir kampanyanın özellikleri şunlardır (McQuail ve Windahl, 1994: 214):

- Kampanyada iletişim kaynağı kolektif bir örgütlenmeye sahip olmalıdır.
- Kampanya, açık şekilde belirlenmiş ve tanımlanmış bir amaca yönelik olmalıdır.
- Kampanyada kitle iletişim araçları aktif bir biçimde kullanılmalı ve kampanya sürecinin amaç, yöntem ve gerekleri yerine getirilmelidir.
- Kampanya, hedeflenen gruba veya geniş bir kamusal kesime mesaj verebilmelidir.

- Kampanya, kamusal zeminde yasal bir kaynaktan ortaya çıkmalı, sürecin doğasındaki geleneklere aykırılık göstermemeli ve tartışmalara yer bırakmayacak nitelikte olmalıdır.

**Şekil 5: Seçim Kampanyası**



**Kaynak:** Rüdiger ve David, 2004: s5'ten uyarlanmıştır.

Seçmen tercihlerini etkileyebilmek için çok başarılı bir seçim kampanyası, bu kampanyanın gerçekleşmesi için de iyi bir organizasyon gerekmektedir. Bu amaçla kampanyanın araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme aşamaları çok iyi şekilde belirlenmeli, mesaj ve ikna stratejileri doğru ve net biçimde ortaya konulmalıdır. Başarılı bir seçim kampanyası için öncelikle kampanyanın amacı açıkça ifade edilmelidir. Bir kampanyanın amacı oy artırmak olabildiği gibi barajı aşmak veya birinci parti olmak şeklinde de belirlenebilir. Ayrıca kampanyanın ana hedefi oluşturulmalı, seçmen bilgilendirilmeli, seçmene göre adayın imajı değiştirilmeli veya pekiştirilmeli, siyasal ilgi ve katılım artırılmalıdır. Bu süreçte halkla ilişkiler, propaganda ve reklam stratejilerinin nasıl olacağı kararlaştırılmalıdır (Kalender, 2000: 99; Özerkan-Altınal ve İnceoğlu, 1997: 109).

Siyasal seçim kampanyalarının, bilgi verme, ikna etme ve kamu seferberliği şeklinde üç temel amacı vardır (Devine ve Hirt, 1989: 230). Bir kampanya sürecinin ilk adımı olan bilgi vermede, seçmene parti ve adayla ilgili temel bilgilerin yanında niçin tercih edilmesi gerektiğine yönelik bilgiler de sunulmaktadır. Ancak bu bilgi verme işlemi sadece desteklenen parti veya adayla ilgili olarak düşünmemek gerekir. Çünkü muhalefete yönelik bilgilerin de bu süreçte seçmene aktarıldığı görülmektedir. Ayrıca gündemle ilgili bilgiler, geçmişe dair bilgiler, parti programı ve geleceğe yönelik vaatlerle ilgili bilgiler yine bu noktada seçmene verilmektedir. Bu bilgilerin aktarılmasından sonra ikinci adım olan ikna etme süreci devreye girmektedir. İkna sürecinde sunulan bilgiler ışığında seçmenin beklenti, eleştiri ve kabulleri göz önünde tutularak siyasi tercihlerini etkilemeye yönelik bir çaba sergilenmektedir. Bu süreçte de başarı sağlandığı anda seçmenin aday ve parti için mücadele etmesi, çevresine bilgi vermesi ve onları ikna etmesi için bir çağrıda bulunmaktadır. İşte bu son adım da kampanyanın kamu seferberliği sürecidir.

Günümüzde kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve diğer yeni teknolojilerin kullanılmasıyla birlikte seçim kampanyaları da bambaşka bir hal almış ve oldukça önem kazanmıştır. Özellikle televizyonun yaygınlaşması ile parti ve adaylar aynı anda milyonlarca kişiye ulaşmakta ve seçmenlerle kampanyasını paylaşmaktadır (Kalender, 2000: 92). Bunun dışında günümüzde sosyal medyanın ve internet haberciliğinin birçokları tarafından kullanılıyor olması, seçim kampanyalarını bu adreslere de kanalize etmektedir. Dolayısıyla bütün bu gelişmeler modern kampanya sürecinde yeni bakış açılarını, farklı tip örgütlenmeleri ve uygun personel yetiştirilmesini gerekli kılmaktadır. Zamanın özelliklerini doğru analiz eden ve ona uygun seçim kampanyası yürüten aday ve partinin başarılı olma olasılığı diğerlerine göre daha fazla olacaktır.

Norris, seçim kampanyalarını modern öncesi, modern ve post modern seçim kampanyaları şeklinde üçe ayırmaktadır. Modern öncesi dönem 19. yy'dan 1950'li yıllara kadar yüz yüze kampanyanın hâkim olduğu dönem iken; modern dönem bu tarihten 1990'lara kadar süren televizyonun etkin olduğu ve kampanyaların profesyonel niteliğe ulaştığı dönemdir. Son olarak postmodern dönem ise 1990'lardan günümüze dek uzanan, televizyon dışında özellikle internet gibi diğer kitle iletişim araçlarının yoğun olarak kullanıldığı dönemdir (Norris, 2000: 137-149; Çavuşoğlu ve Pekkaya, 2015: 95). Tekniği

ve dönemi ne olursa olsun seçim kampanyalarının tamamı etki seviyesi değişmekle birlikte parti ve aday için oldukça önem taşımaktadır. Seçmeni doğrudan hedef alan bu kampanyaların avantajları şu şekilde ifade edilebilir (Atkin ve Heald, 1976: 228; Damlapınar ve Balcı: 2014: 81; Denton ve Woodward, 1990: 7):

- Siyasal kampanyalar, seçmen tercihlerini yapılandırmakta, mevcut tercihleri güçlendirmekte ve siyasal katılmayı desteklemektedir.
- Siyasal kampanyalar, seçmenleri, parti, aday ve gündemle ilgili bilgilendirmektedir.
- Siyasal kampanyalar, ayrı siyasi görüşlerin seçmenler tarafından ayırt edilmesini sağlamaktadır.
- Siyasal kampanyalar, adayların ve partilerin tanınmasına ve meşrulaştırılmasına katkı sunmakta ve seçmenin ilgisini o yöne çekmektedir.
- Siyasal kampanyalar, seçim sürecinin en hareketli ve en yoğun aşaması olduğundan dolayı seçmenlerin siyasal sisteme bağlılığını güçlendirmekte ayrıca bilgilendirmek yoluyla uzlaşma kültürünü de desteklemektedir.
- Siyasal kampanyalar, kutuplaşmaya da yol açmaktadır. Farklı parti veya adayı destekleyen bir seçmen, ötekilerine şüpheyle yaklaşırken; taraftarı olduğu siyasal görüş, aday veya partiyle yüksek düzeyde bir özdeşleşme sağlamaktadır.

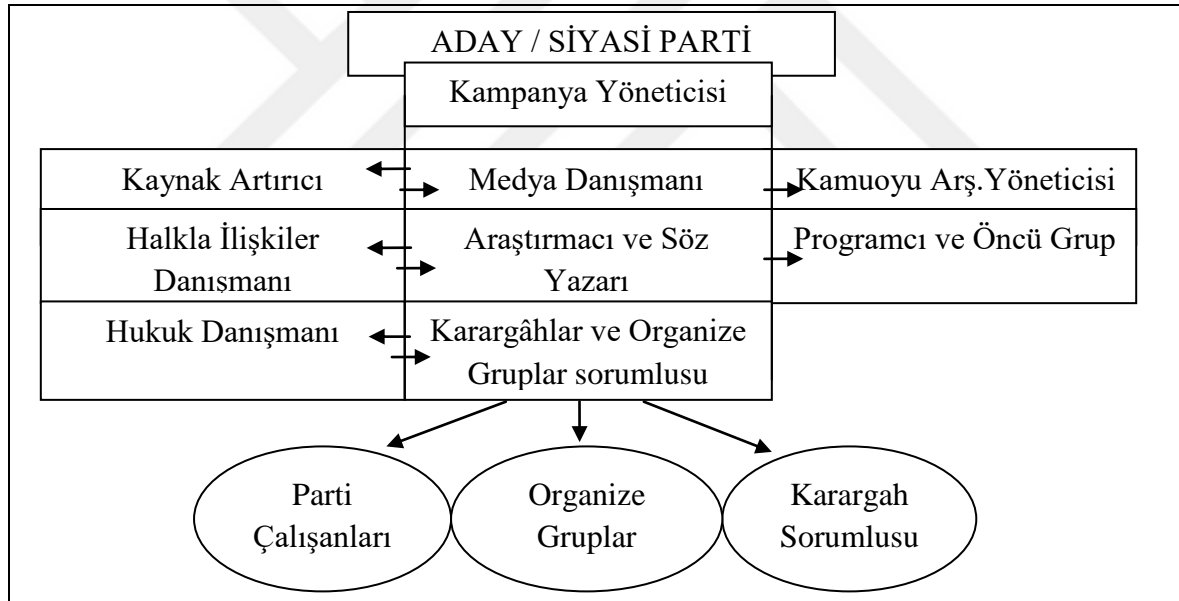
Seçim kampanyası süresince üç farklı tipte seçmen profili ile karşılaşmak mümkündür. Bunlardan birincisi başlangıçta oy kullanma niyeti olmayan ve yürütülen kampanya sonrası bir partiye yönelen seçmen yani *şekillenen seçmen* tipidir. İkincisi, başlangıçta bir partiye oy vermeyi düşünen fakat daha sonra bundan vazgeçen, kampanya sonrası ilk düşündüğü partiye geri dönen *yüzergezer seçmen* tipidir. Seçim kampanyalarındaki son seçmen tipi ise *parti değiştiren seçmendir*. Bunlar herhangi bir partiye oy vermeyi düşünürken kampanya sonrası yeni bir partiye yönelen kişilerdir (Özkan, 2007: 120; Karaçor ve Gözüm 2011: 411-412; Çavuşoğlu ve Pekkaya, 2015: 95). Dolayısıyla bir seçim kampanyasında hangi tip seçmenle ilişki kurulacağı veya kurulduğu dikkate alınarak hareket edilmelidir. Örneğin güçlü bir şekilde partisine bağlı bir kişi ile oy kullanmayı hiç düşünmeyen bir kişiye aynı teknik veya argümanlarla yaklaşılması doğru değildir. Önceki seçmen profilinde sadece kampanyası yürütülen aday ve partiyle ilgili

bilgi verilmemeli, desteklediği partiden vazgeçmesi için de o partiyle alakalı sunumlar yapılmalıdır. Oysa ikinci tip seçimde sadece kampanyası yürütülen aday veya partiyi niçin tercih etmesi gerektiğine dair bilgiler verilmesi yeterlidir. Kısacası seçmen profilinin belirlenmesi ve ona göre kampanya yürütülmesi başarılı bir kampanya süreci için oldukça önemlidir.

Modern seçim kampanyaları için bazı görevlilere ihtiyaç vardır. Bu kişiler, kampanya yöneticisi, kaynak artırıcı, medya danışmanı, kamuoyu araştırmaları yöneticisi, araştırmacı ve söz yazarı, programcı ve öncü grup, karargah ve organize gruplar sorumlusudur. Bu kişilerden ayrı olarak, kampanya sürecindeki hukuki gelişmeleri takip edecek bir hukuk danışmanı, seçmenlerle ilişkileri iyileştirmeye yönelik bir halkla ilişkiler uzmanının olması faydalı olacaktır. Kampanya yöneticisi, örgütlenmenin tepesinde yer alan ve kampanyanın bütün yönlerinden ve çalışanlarından adaya ve siyasal partiye karşı sorumlu olan kişidir. Kaynak artırıcı, kampanya ile ilgili finansman temin etmek ve elde edilen bu gelirleri uygun şekilde harcamakla görevlidir. Medya danışmanı, medya ile ilgili stratejileri, adayın medya ile ilişkisini düzenleyen, hangi mesajların hangi araçlarla verileceğini belirleyen görevlidir. Kamuoyu araştırmaları danışmanı, sürekli biçimde seçmenin nabzını tutan ve elde ettiği veriler ışığında değerlendirmede bulunan kişidir. Araştırmacı ve söz yazarı, gündemi ve muhatap alınacak seçmeni yakından takip ederek adaya konuşmalar hazırlayan kişidir. Programcı ve öncü grup sorumlusu, adayın ziyaret edeceği yerleri, katılacağı toplantı veya mitingleri, takip edeceği güzergâhı önceden belirleyen ve düzenleyen kişidir. Halkla ilişkiler danışmanı, seçmenle doğru ve etkin iletişim kurmayı sağlamakla birlikte, yüz yüze oy toplama tekniklerini ve düzenlenecek olan halk etkinliklerini organize etmekle sorumludur. Son olarak hukuk danışmanı ise kampanya sürecinin hukuka uygun yürütülmesinde ve karşılaşılabilecek olan problemlerin yasal çözümü konusunda yardımcı olmaktadır. Bütün bunlarla birlikte bir seçim kampanyasında ana karargâha bağlı olarak birçok seçim ofisi bulunmalıdır. Bu yerler, seçmeni etkileyecek şekilde dizayn edilmeli, aday ve parti posterleriyle donatılmalıdır. Buralarda görevli kişiler gelen seçmenle yakından ilgilenmeli, aday ve parti ile ilgili bilgiler vermelidir. Ayrıca yapılacak çalışmalar anlatılmalı ve ilgili dokümanlarla bu fikirler desteklenmelidir. Bu yerler, düzenli olarak açık tutulmalı hatta seçime yakın zamanlarda tüm gün görev yapmalıdır (Kalender, 2000: 100-103).

Seçim kampanyaları, parti ve aday reklamları, el ilanı ve broşürleri, açık alan tanıtım araçları gibi birçok faktörü içine almaktadır. Bunlara miting, toplantı ve ayrı bir başlıkta yer verilen yüz yüze görüşme (canvassing) de eklenebilir. Adayın veya partinin tanıtımının yapıldığı, bilgilendirme anonslarının yer verildiği ve seçim şarkılarının seslendirildiği araçlar, billboardlarda yer verilen parti lideri veya adayın resimleri, partiye yönelik sloganlar seçmen üzerinde etkili olmaktadır. Bunlar adayın tanınırlığına büyük katkı sağlamakta, özellikle kararsız seçmen açısından ilgi çekmektedir. Yine her eve ve her kişiye ulaşmak için basılan el ilanları ve broşürler seçmenin ikna edilmesini amaçlamaktadır. Günümüzde kitle iletişim araçlarının gelişmesinin de etkisiyle özellikle parti reklamları seçmenin tercihini etkilemektedir. Bütün bunlar seçim kampanyası sürecinde başvurulan iletişim ve ikna teknikleridir.

**Şekil 6: Seçim Kampanyası Örgütlenmesi**



**Kaynak:** Maisel, 1993: 190; Kalender, 2000: 101

Şekil 7: Seçim Afişlerinden Örnekler



#### 1.4.3.4.2. Yüz yüze İletişim (Canvassing)

Canvassing, seçim sürecindeki yüz yüze görüşme tekniğidir. Siyasi parti temsilcilerinin veya adayların seçmeni ikna etmek için kullandığı yöntemlerden biri olan canvassing tekniği seçmen tercihlerini etkilemede önemli bir etkidir. Bu yöntem, ilgililerce yoğun olarak kullanılmakta yaşam alanlarında, sokakta, işyerlerinde, evlerde seçmenlere ulaşılarak destek istenilmektedir (Topuz, 1991: 192).

Canvassing yönteminde aday ve parti yetkililerinin seçmenle iletişime geçebildikleri gibi özel görevlendirilen kişiler de temsil ettikleri aday veya parti adına görüşmelerde bulunabilmektedir. Gönüllü görev yapan bu kişiler *canvasser* olarak tanımlanmakta, genelde kadın ve erkek şeklinde iki kişiden oluşmaktadır. ABD ve İngiltere’de yoğun olarak görülen bu yöntem, ülkemizde ise özellikle son yıllarda hemen hemen tüm partilerce kullanılmaktadır (Nimmo, 1970: 21, Kalender, 2000: 112).

Canvassing yöntemi, seçmen tercihlerinde en etkili yöntemlerden biridir. Çünkü seçmen ile doğrudan iletişim sağlanarak ikna etme çabası gösterilmektedir. Bu noktada seçmene yaklaşım tarzı, aday veya partinin doğru şekilde tanıtılması, ifadelerin açık ve



anlaşılır olması, seçmenin cevap ve itirazlarının anlayışla karşılanması, görüşmenin başarıya ulaşması için önemli noktalaradır.

Yüz yüze görüşme imkanı olmadığında telefon veya diğer iletişim araçlarıyla seçmene ulaşmak mümkündür. Bu yöntem de canvassing olarak değerlendirilebilir. Çünkü seçmen ve canvasser/aday arasında başka unsur yoktur. Gönüllü kişilerin az olması ve kısıtlı zaman gibi nedenler, yüz yüze görüşme imkânı olmayan tarafların iletişim araçlarıyla bağlantıya geçmesini zorunlu kılmaktadır (Kalender: 2000: 113). Günümüzde, telefon kullanımının bireyselleşmesi, özellikle internet kullanımının artması bu yöntemin kullanılmasına katkı sağlamaktadır. Özellikle sosyal medyada seçmenle doğrudan irtibat kurulabilmektedir. Ancak bu yöntemde önemle vurgulanması gereken nokta seçmenin doğrudan muhatap alınması, onunla iletişim kurulmasıdır. Bu nedenle yöntemin canvassing olarak kabul edilebilmesi için seçmenle yüz yüze, telefonla veya internet üzerinden diyalog kurulması gerekmektedir.

#### **1.4.3.4.3. Kitle İletişim Araçları**

Birey, kendisiyle veya yaşadığı toplumla ilgili kararlar alabilmesi siyasal sosyalleşme sürecini yaşaması veya politize olması gerekir. Bunun için de kitle iletişim araçları ayrı bir önem arz etmektedir. Kitle iletişim araçlarını takip eden birey, çevresindeki olaylar hakkında bilgilenir ve bu bilgilenmeyle çevresini algılamaya başlar. Bu kişiler, diğerlerine nazaran siyasal yaşama daha fazla katılmakta ve bunların siyasete ilgileri daha yoğun olmaktadır. Ayrıca kitle iletişim araçları, bireyi sosyalleşmeye teşvik etmekte, bireyin siyasal alanla iletişim sağlamasına katkı sunmaktadır (Çukurçayır, 2000: 85-87). Kitle iletişim araçları, ilettikleri bilgilerle seçmenlerin siyasal davranışları üzerinde etkili olmaktadır. Bu araçlar, bireyin siyasal toplumsallaşma sürecine olumlu katkı sağlamakla birlikte siyasal bir bilginin seçmenin düşünce dünyasına yerleştirilmesi konusunda da oldukça başarılıdır (Tokgöz; 1978: 83; Doğan ve Göker, 2013: 31).

Seçmen, tercihlerini belirlerken, aday, parti, gündem vs. konularda bilgi sahibi olma ihtiyacı duymaktadır. Oy vereceği partiyle ilgili bilgileri elde edeceği en önemli mecra televizyon başta olmak üzere diğer kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçlarının insanları bilgilendirme boyutu (Gelman ve King, 1993: 449; Çavuşoğlu ve Pekkaya, 2015:

97), kendisini en önemli bilgi kaynağı yapmaktadır (Semetko, 2010: 163). Yine bu araçlarının gündem belirleme ve kamuoyu yönlendirme konusundaki başarısının unutulmaması gerekmektedir (Bal, 2004: 155). Bir konunun gündeme gelmesi kadar gündemde kalması da kitle iletişim araçlarının başarılarından (Walgrave ve Aelst, 2006: 91). Ayrıca bu iletişim araçları, bireyde yeni fikirlerin oluşmasına katkı sağlamakta ve özellikle kararsız seçmenin bir sonuca ulaşmasına yardımcı olmaktadır. Bütün bunlar göz önünde bulundurulduğunda, kitle iletişim araçlarının açık bir biçimde seçmen tercihlerini etkilediği sonucuna varılmaktadır (Doğan ve Göker, 2013: 31). Seçmenler üzerinde kitle iletişim araçlarının önem ve etki derecesi ise şu şekildedir (Harrop ve Miller, 1987: 221, Kalender, 2000: 127):

- Parti bağlılığı zayıfladığında kitle iletişim araçlarının etkisi artmaktadır.
- Kitle iletişim araçları yeni konuları ele aldığı ölçüde önem kazanmaktadır.
- Kitle iletişim araçlarının etki derecesi güvenilir bulunmasıyla yakından ilgilidir.
- İnsanlar, politikayla ilgili tartışmalarda bulduklarında kitle iletişim araçlarının önemi de artmaktadır

Kitle iletişim araçlarının seçmen tercihlerine yönelik etkileri konusunda temel yaklaşımlar yedi teori etrafında şekillenmektedir (Berger, 1995: 62). Bunlar sosyalleşme, eşik bekkiliği, yetiştirme, pekiştirme, kültür emperyalizmi, gündem kurma ve suskunluk sarmalıdır. *Sosyalleşme teorisi*, kitle iletişim araçlarının bireylerin sosyalleşmesine katkı sağladığını, tıpkı, aile, arkadaş çevresi vb. sosyal unsurlar gibi bu konuda etkisinin olduğunu ifade etmektedir. *Eşik bekkiliği teorisi*, medya örgütünün yayın için potansiyel değer taşıyan haberleri seçmesi ya da reddetmesidir. Bu teoriye göre, bir yayın kuruluşunda görevli olan kişiler haberleri toplama, seçme ve yayınlamada kendi düşünceleri uygun şekilde hareket etmekte, bazı olayları göz ardı etmekte ve bu durum bireyler üzerinde etkili olmaktadır. *Yetiştirme teorisi*, kitle iletişim araçları özellikle de televizyonun insanların sembolik dünyasını belirlemeye eğilimli olduğunu, kitle iletişim araçlarındaki gerçeklik imajının izleyicinin gerçeklik imajını büyük ölçüde etkilediğini belirtmektedir. Kısacası bireyin algısı üzerinde bir imaj oluşturmaktadır. *Pekiştirme teorisi*, kitle iletişim araçlarının birey davranışlarını, tutum ve kanaatlerini güçlendirmesidir. *Kültür emperyalizmi teorisi*, ABD ve Batı Avrupa ülkeleri gibi kapitalist devletlerin yönetim ve kültür biçimlerinin kitle iletişim araçları yoluyla özellikle az gelişmiş ülkelere

ve üçüncü dünya ülkelerine ihraç edilmesidir. *Gündem kurma teorisi*, kitle iletişim araçlarının belirli konulara verdiği önem ve ağırlığın, izleyicinin aynı konuya verdiği önem ve ağırlıkla test edilebildiği, insanların ne düşünmesi gerektiğini değil, ne hakkında düşünmesi gerektiğini ortaya koyan bir yaklaşımdır. Yani kitle iletişim araçları gündem oluşturma merkezleridir. Bu yönüyle oluşturacağı bir gündem üzerinden seçmen davranışlarını etkileyebilir. Ancak bu her zaman başarılı sonuçlar vermeyebilir. Çünkü bazı çalışmalar (Güz, 1996: 995-996) göstermiştir ki ekranın gündemi güvenlik iken; sokağın gündemi ekonomi olabilir. Son olarak *susuknluk sarmalı* teorisi ise, bireyin çevresini gözlemlediği ve kamuoyunda hangi fikrin güçlü olduğunu anlamak istediği düşüncesinden hareket etmektedir. Eğer birey, kendi düşüncesinin toplumun geniş bir kesimi tarafından destek bulunduğunu düşünürse yüksek sesle kendini ifade edebilecek aksi durumda susuknluk kalacaktır. Bu teori seçmen davranışı üzerinden somutlaştırılırsa birey, kitle iletişim araçları vasıtasıyla desteklediği partinin, toplumdaki çoğunluğun desteğini aldığını gördüğünde kendi düşünce ve görüşünü açıkça ifade etme cesaretine ulaşacaktır. Ters durumda desteklediği siyasal partinin kazanamayacağına inanacak, sonrasında ya susuknluk kalıp pasif hale geçecek ya da çoğunluğun desteklediği siyasi parti veya adaya yönelecektir. Bu teoride kitle iletişim araçlarının önemi, bireyin düşüncesine uygun söylemlerin olup olmamasına göre bireyi susuknluğa itecek olması veya bireye konuşma cesareti sağlayacak olmasıdır (Kalender: 2000: 118-121).

Seçim kampanyalarında, bireylere, gruplara ve kitlelere ulaşmak açısından farklı iletişim yöntemleri kullanılmaktadır. Bu noktada daha fazla insana ulaşmak, daha az zaman ve emek harcamak düşüncesi, siyasal iletişim açısından kitle iletişim araçlarını ön plana çıkarmaktadır (Güllüpunar, 2010: 117). Televizyon, bireyin ve toplumun siyasal kanaatlere ulaşması noktasında en yaygın kullanılan ve en etkili kitle iletişim aracıdır. Aynı zamanda ilettiği mesajlar sayesinde bireyin kişisel tutum ve düşüncelerini yönlendirebilme gücüne sahip olan bir propaganda unsurudur (Vural, 1994: 62). Ancak, kitle iletişim araçlarının sadece fikirleri değiştirdiklerini söylemek eksik bir yaklaşımdır. Çünkü bu tür araçların mevcut düşünceleri pekiştirmek gibi bir niteliği de söz konusudur (Alkan, 1989: 145). Televizyondaki, gerek gündemle ilgili gelişmelerin sunulduğu haber bültenleri, gerekse siyasal gelişmelerle alakalı açık oturum-tartışma programları, bireye siyasal konularda doğrudan bilgi sağlamaktadır. Ayrıca seçim dönemlerinde parti liderleri veya yöneticilerinin seçmene yönelik konuşmaları, siyasal parti reklamlarının bu ekranlarda

yer alması, bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun önemini ortaya koymaktadır. Hatta günümüzde çokça rastlanmasa da 90'lı yıllardaki parti liderlerinin açık oturumları birçok seçmenin nihai kararı için belirleyici olmaktadır. Günümüzde ABD başkanlık seçimlerinde adayların televizyondaki karşılaşmaları bu duruma örnek teşkil etmektedir.

Radyo işitsel bir iletişim aracıdır. Günümüzde televizyon ve internet karşısında ikincil durumda olsa da özellikle yerel radyolardan seçmenlere yönelik verilen mesajlar siyasal davranışları etkilemektedir. Radyo'nun yayın akışı içinde mesaj tekrarı, dinleyiciyle telefonda görüşme imkânı, soru alabilmesi, seçmen üzerinde etkisini artırmaktadır. Ancak yine de radyonun diğer araçlara göre etkisinin düşük olduğu söylenebilir. Kitle iletişim araçlarının bir diğeri, yazılı basın olarak adlandırılan gazete ve dergilerdir. Özellikle yüksek trajlı gazetelerin seçmenlere yönelik verdiği mesajlar, siyasal davranışların şekillenmesinde etkili olmaktadır. Ancak gazete ve dergiler, televizyon kadar yaygın olmayan, etki düzeyi okuma kültürüyle paralel olan iletişim faktörleridir. Dolayısıyla buradan yola çıkarak bir ülkede yazılı basının seçmen üzerindeki etki oranının okuma oranıyla doğrudan alakalı olduğu sonucuna ulaşılabilir. Bir gazetede parti veya adayın vermek istediği mesaj, resminin de yer aldığı bir reklam sayfası şeklinde olabileceği gibi, normal haber akışı içerisinde söylemlerin ön plana çıkarılması biçiminde de olabilir. Ayrıca gazetelerdeki köşe yazarlarının gündemle ilgili yorumları, kendilerine yakın hisseden birçok seçmen tarafından takip edilmektedir. Dergilerde ise daha çok ideolojik argümanlar ön plana çıkarılmakta, siyasi gündem dışında benimsenen siyasal görüşün tarihine yönelik bilgiler verilmektedir. Yazılı basının, televizyondan en büyük farkı ise uzun süreli değerlendirilebilmesi ve geri dönüş imkânının var olmasıdır. Bilindiği üzere televizyonda sürekli bir akış söz konuyken; yazılı basında bu durum yerini sabit siyasal bilgi ve mesaj içeriğine bırakmaktadır.

Bilim ve teknolojinin yüksek düzeye ulaştığı günümüz modern dünyada yeni bir kitle iletişim unsuru ortaya çıkmıştır: İnternet. İnternet, siyasi parti, aday ve seçmen için yeni bir siyasal iletişim alanı oluşturmakta ve her geçen gün önem kazanmaktadır. Günümüzde siyasi partilerin ve adayların, kendi bilgilerinin, program ve vaatlerinin yer aldığı internet adresleri, haber siteleri, twitter, facebook gibi sosyal medya platformları, bireyin siyasal gündemi takip edeceği yeni iletişim mecralarıdır. Dolayısıyla, internette yer alan bu bilgiler siyasal davranış üzerinde etkili olmaktadır. İnternet, vatandaşa, topluma ve

devlete adayın kendi programını anlatabilmesi, halkla bütünleşmesi, kamuoyu oluşturmaları, karşılıklı etkileşim sağlaması, merak edilen konulara açıklık getirmesi, hızlı iletişim kurabilmesi nedeniyle etkin kullanılan bir araçtır (Gürbüz ve İnal 2004: 95). İnternette siyasetçiler, seçmenlerle doğrudan iletişim kurabilmek için web sitelerinde online mesaj forumları oluşturabilmektedir (Stromer-Galley ve Jamieson, 2001: 175). Bu web sitelerinin kolay açılabilmesi, tasarımı, grafik ve animasyonların seçimleri, site isminin kolay hatırlanması, etkililik açısından oldukça önemlidir (Gürbüz ve İnal 2004: 96, Güllüpınar, 2010: 125). Yani web sitesinin niteliği ile seçmen üzerindeki etkisi arasında paralel bir ilişki söz konusudur (Latimer, 2007: 92). Yine internet üzerinden aday ve parti teşkilatları tarafından seçmenlerin telefonlarına özel gün kutlama, gündemle ilgili görüş, seçim kampanyasına yönelik bilgi mesajları gönderilmektedir. Bu da seçmeni değerli hissettirmekle beraber onun siyasal eğilimlerini etkilemeye yönelik bir çaba olarak değerlendirilmektedir.

Sosyal medya, günümüzün en etkin iletişim araçlarından biridir. İnternetle özdeşleşecek kadar etki alanını genişleten sosyal medya sadece gündemi takip etmek için değil gündem oluşturmak için de önemli bir adrestir. Sosyal medya siyasal iletişim için o kadar güçlü ve etkin bir hale dönüşmüştür ki parti liderlerinin, milletvekillerinin, adayların, gazetecilerin bizzat bu platformlardan halka bilgi verdiği görülmektedir. Gerek yerel gerek ulusal düzeydeki siyasetçiler politika, hedef ve icraatlarını buradan hedef kitlelere ulaştırmaktadır (Köseoğlu ve Al, 2013: 112). Bu kişilerin buradaki açıklamaları haber niteliği taşımakta, seçmen için doğrudan referans alınmaktadır. Sosyal medyanın seçmen üzerindeki etkinliğinin farkında olan partiler, siyasal kampanya süreçlerine bu platformlara hâkim, buraları aktif kullanan kişileri dahil etmektedir. Anlık olarak bilgilerin paylaşılabilirdiği ve takip edilebildiği twitter günümüzde sosyal yaşamın bir parçasını oluşturmaktadır. Bu sosyal paylaşım merkezinde örgütlenebilen toplumsal kesimler, protesto gösterileri ve mitingler gibi toplu siyasal davranış oluşturabilmektedir. Örneğin Gezi Parkı olaylarındaki güçlü örgütlenmede sosyal medyanın etkisi oldukça fazladır. Benzer şekilde “Arap Baharı” olarak adlandırılan Ortadoğu’daki gelişmelerde de sosyal medya önemli katkı sağlamıştır. Facebook ve twitter başta olmak üzere instagram, youtube gibi sosyal paylaşım mercileri, bölgedeki halk hareketlerinin öncesinde ve hareket esnasında, kitlelerin harekete geçmesinde ve sürecin kamuoyuna iletilmesinde önemli bir rol üstlenmişlerdir (Szajkowski, 2011: 428). Yine 15 Temmuz darbe girişimine karşı

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın halkı sokağa çağrısı televizyon ekranından olmakla birlikte, ilgili haber kanalına facebook periscope aracılığıyla bağlandığı düşünüldüğünde sosyal medyanın önemi açıkça ortaya çıkmaktadır.

Günümüzde bireyin siyasal davranışlarında etkin olan medya faktörü, başta televizyon olmak üzere diğer araçlarıyla birlikte bir parti veya aday için aynı zamanda bir propaganda adresidir. Propaganda bireylerin düşüncelerini etkileme amacı taşıyan mesajlar bütünü olarak düşünüldüğünde kitle iletişim araçlarının bu konudaki araçsal rolleri de ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, siyasal yaşamla ilgili bilgi verme adresi olan bu araçların, bilgiyi sunum şekliyle herhangi bir siyasi görüş veya düşüncenin propagandasını yapma amacına dönüşebileceğini de vurgulamak gerekir.

#### **1.4.3.4.4. Kamuoyu Araştırmaları**

Kamuoyu, bir mesele karşısında kamunun yani halkın ne düşündüğü, topluma hâkim kanı şeklinde tanımlanabilir. Çeşitli konularda halkın düşüncelerini ölçmek adına yapılan araştırmalar ise kamuoyu araştırmalarıdır. Bu araştırmaların bazıları da siyaset kurumu veya siyasal alanla ilgili yapılmaktadır. Bu kapsamdaki kamuoyu araştırmaları, seçimlerden önce ilgili anket şirketleri tarafından halkın düşünce kanaat ve tercihlerine yönelik verilerin ortaya konulduğu araştırmalardır. Teknik bir tanım olarak “Alt bir gruba veya daha büyük bir grubu genelleştirmek için kullanılan örneklemeden veya örneklemin elde edildiği popülasyondan sistematik, bilimsel ve tarafsız bilgi toplama işlevi” şeklinde ifade edilmektedir. Bu araştırmalar, seçmen davranışı üzerinde olumlu veya olumsuz bir etki yapmaktadır. Seçimler öncesinde partilerin oy oranlarını yayınlanmasının yani kamuoyu araştırma sonuçlarının seçmen tercihlerini etkilediği bir gerçekliktir (Atar, 2006: 219). Bu araştırmaların bir amacı seçmen eğilimleri ile ilgili bilgi vermek iken; bir diğer amacı da seçmeni yönlendirmektir (Doğan ve Göker, 2013: 32). Ayrıca bu kamuoyu araştırmaları, medya, sivil toplum örgütleri ve çıkar grupları üzerinde de etkili olmaktadır (Bektaş, 2000: 239).

Kamuoyu araştırmaları, dünyada ilk olarak 1824 ABD başkanlık seçimleri için Andrew Jackson tarafından Pennsylvania ve Kuzey Carolina'da yapılan, bilimsel olmayan nitelikte gazete kamuoyu araştırmasıyla seçim galibinin tahmin edilmesi şeklinde

yapılmıştır. İlk temsili örnekleme dayanan bilimsel kamuoyu araştırması ise yine ABD’de 1930’lu yıllarda gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de ise kamuoyu araştırmalarının tarihi 1960’lara kadar uzanmaktadır. İlk geniş çaplı kamuoyu araştırması 1975 yılında ara seçimler nedeniyle Ankara ilinde Nermin Abadan Unat, Ahmet Taner Kışlalı, Doğu Ergil ve Türker Alkan tarafından yapılmıştır (Kalender, 2000: 103-104).

Kamuoyu araştırmalarının, seçmen davranışı üzerinde iki farklı etkisi olabilir. Birincisi araştırma sonuçlarının birey üzerinde doğrudan etkili olmasıdır. Seçmen bazen çoğunluğun tercih ettiği partiye yakınlık duymaktadır. Bunun nedeni hem güçlü olan gruba ait olma duygusu, hem somut bir beklenti içine girmesi hem de oyun boşa gitmeme duygusu olabilir. İkincisi de birey, siyasi görüş olarak ait olduğu grubun (sağ/sol) önde giden partisi öğrenmek isteyebilir. Oyların bölünmemesi içinde bu araştırmalardan etkilenebilir (Doğan ve Göker, 2013: 32).

Kamuoyu araştırmaları, incelediği olay ve olguya bağlı olarak, siyasetin ve siyasal aktörlerin ortaya koyduğu her türlü çıktının, kitle iletişim araçlarının ve diğer toplumsal unsurların birey üzerindeki etkisini ele alan bu yönüyle de geniş bir alanda veri toplayan ve değişik bilimsel yöntemleri kullanan araştırmalardır (Damlapınar ve Balcı, 2014: 87). Bu tür araştırmalar, politikacıları kendi içerisinde bir hesap yapmaya ve siyaset alanını etkinleştirmeye teşvik ederken (Harrop ve Miller, 1987: 36); seçmene de siyasal davranışları net biçimde görüp bir değerlendirme yapma imkânı sağlamaktadır.

“Birey ve toplum ne düşünüyor?” sorusuna cevap bulmak adına yapılan kamuoyu araştırmalarının başarısı için öncelikle ölçmek istenilen şeyin net biçimde ortaya konulması gereklidir. İkinci olarak sorular açık, anlaşılır ve amaca uygun olarak hazırlanmalıdır. Katılımcıya konunun açıkça ifade edilmesi ve yaklaşım şekli yine bu araştırmalar için önem arz etmektedir. Son olarak elde edilen veriler bilimsellik ilkesine bağlı kalınarak işleme alınmalı ve sonuçlar analiz edilmelidir. Bütün bunlar başarılı bir kamuoyu araştırması için gereklidir. Bu araştırma sonuçları, siyasal gündemi medyadan takip eden, özellikle kararsız ve kolay parti değiştirebilen seçmen üzerinde etkili olmaktadır. Yine suskunluk sarmalındaki seçmen için bu araştırma sonuçları oldukça önemlidir. Çünkü desteklediği partinin önde olduğu bir sonuç kendisine cesaret verecektir. Türkiye gibi seçim barajı olan ülkelerde bu araştırmaların bir özelliği de baraj altında kalan partilerin

belirlenmesi sonrası gerek partinin gerekse parti seçmeninin yeni bir tutum takınmasını sağlamasıdır. Örneğin baraj altında kalması net biçimde görülen parti bağımsız adaylarla seçime girme gibi yeni bir politika belirleyebilir. Yine benzer biçimde destek verdiği partinin baraj altında kaldığını gören seçmen kendisine yakın hissettiği başka bir partiye yönelebilir. Bütün bunlardan ayrı olarak kamuoyu araştırmaları üzerinden ülke siyasetine yönelik hesaplamalar yapılabilir. Bunun en somut örneği yakın dönemde gerçekleşen 7 Haziran 2015 seçimleri öncesi yapılan araştırmalarda baraj bandında yer alan HDP'ye oy verilmesiyle yeni bir siyasi ortamın oluşturulmasıdır. Seçmen üzerinde bu kadar etkili olabilen kamuoyu araştırmalarının bu etkisi ideolojisine güçlü şekilde bağlı olan seçmenlere doğru yaklaşıldıkça azalmaktadır.

#### **1.4.3.5. Psikolojik Faktörler**

20.yy'da birçok araştırma siyasal davranışların psikolojik etkileri üzerine yoğunlaşmıştır. Bu çalışmalar, bireylerin politik inanç ve tutumlarıyla değişen siyasal davranışları incelemiştir (Holbrook vd., 2000: 226). Seçmen davranışı için diğer tüm faktörlerin yanında psikolojik faktörleri de ele almak gerekmektedir. Çünkü psikoloji, bireyin siyasal davranışları üzerinde oldukça önemlidir. Örneğin siyasal katılma davranışı bireyin etkinlik ve girişkenlik yapısıyla doğrudan ilişkilidir. Benzer şekilde yabancılaşma duygusunu taşıyan birey, siyasal sistemden uzak kalmakta bu da katılıma engel bir durum oluşturmaktadır. Birbirine yakın sosyo-ekonomik statüye sahip bireylerin farklı siyasal davranışlar sergilemeleri, bu davranış biçiminin ayrıca bir psikolojik boyutunun olduğunu göstermektedir.

Etkinlik duygusu ve teşebbüs ruhu bireyin siyasete katılmasında etkilidir. Bireyin kendi eylem ve davranışlarıyla çevresini etkileyebileceğine, geleceğini kendisinin belirleyebileceğine ve tespit ettiği sorunları çözebileceğine olan inancı yani etkinlik duygusu siyasal katılmayı teşvik etmektedir. Bu etkinlik duygusuna sahip kişiler, siyasal hayata daha kolay bir şekilde katılmakta her türlü gelişmeleri yakından takip etmekte ve siyasal otorite üzerinde etkili olmayı amaçlamaktadır. Aynı şekilde teşebbüs ruhu taşıyan kişiler, girişken yapılarıyla siyasal sisteme karşı daha ilgili olmaktadır. Bu kişiler, katılımdan çekinmeyen ve zaman zaman risk alan yapılarıyla siyasal sistem içinde aktif rol



üstlenmektedir. Yabancılaşma açısından bakıldığında ise, bireyin içinde bulunduğu topluma, çevresine ve siyasal sisteme karşı ilgisizleşmesi, siyasal süreci kendisi dışında bir yapı olarak görmesiyle ve dolayısıyla bu yapıdan uzak kalmasıyla sonuçlanmaktadır. Her ne kadar siyasal sisteme karşı ilgisiz olma aslında bir katılma biçimi olmakla beraber bu davranış pasif katılmanın bir örneğini oluşturmaktadır (Dursun, 2014: 249-250; Turan ve Temizel: 2015: 167-168).

Bireyin herhangi bir seçim yaparken hangi ölçülerle karar verdiği bugüne kadar tartışılmalı bir konudur. Yani bir kişi niçin A marka ürünü değil de B marka ürünü tercih etmekte veya niçin C partisi yerine D partisini seçmektedir? Bu soruya sosyo-psikolojik çerçevede tutum, değerler sistemi, vasıf-amaç-hedef ve motivasyon kavramlarıyla cevap aranmaktadır (Kalender, 2000: 28).

Tutum, bir fikir, bir obje veya bir davranış biçimine karşı tepkide bulunmaya hazır olma durumudur (Jowet ve O'donnel, 1992: 24). Tolan'a vd. göre (1985: 260), tutum bireyin benlik tanımının davranışlara yansıyan bölümüdür. En net ifadesiyle tutum, herhangi bir nesne, fikir veya kişiye karşı bilişsel, duygusal ve davranışsal öğeleri içinde barındıran bir sistemdir (Freedman vd., 2003: 338). Bu tanıma göre bilişsel öge, bireyin tutum nesnesine ilişkin düşünce bilgi ve inançlarını ifade ederken; duygusal öge ilgili objeye yönelik hisler; davranışsal öge ise sözle veya hareketlerle tavır gösterme şeklinde ortaya çıkmaktadır (Güllüpunar, 2010: 11-13). Seçmen davranışları üzerinden somutlaştırıldığında bir bireyin, A partisi iktidar olduğunda ülkeye hizmetlerinin daha fazla olacağına inanması veya bu partinin diğerlerine nazaran daha doğru tercih olacağını düşünmesi bilişsel öge; buna ek olarak A partisine yönelik sempati duyması duygusal öge; çevresini A partisine oy vermeye ikna etmesi bu yönde çaba göstermesi de davranışsal öge olarak değerlendirilmektedir.

Psikolojik açıdan bir diğer unsur değerler sistemidir. Bireyin sahip olduğu bilgi ve inançlar yani değer yargıları seçimlerinde etkili olmaktadır. Değerler sistemi, insanların düşünce tutum ve davranışlarında bir ölçüt olarak ortaya çıkmakta ve seçim işlemlerinde genellikle yaşanan toplum, kültür ve çevrenin değer yargılarına uygun tercihte bulunmaktadır. İyi-kötü, güzel-çirkin gibi çift kutuplu bir niteliğe sahip olan değerler sistemi, bilgi ve inanç ikiliğinde bazen eşit düzeyde bazen de taraflardan birinin lehine bir

genişleme göstermektedir. Örneğin ahlaki ve dini değerlerde inanç payı, bilgi payına göre daha fazladır. Bütün bunlarla beraber, birey taşıdığı veya referans aldığı değerler sistemiyle psikolojik açıdan seçmen tercihinde bulunmaktadır (Kalender: 2000: 31). Örneğin bazı seçmenler, sahip oldukları ahlaki veya dini değer yargılarına göre parti tercihinde bulunurken; bazı seçmenlerde kendilerine göre ekonomik veya hukuki değer yargılarına göre karar vermektedir. Bunlardan ilkinde değerler sisteminin inanç yönü ikincisinde ise bilgi yönü ağır basmaktadır. Ancak bazı seçmenler açısından ise değerler sisteminin oy tercihinde hiçbir etkisi bulunmayabilir. Bu durum, diğer tüm faktörlerde olduğu gibi değerler sistemi özelinde, üst başlıkta psikolojik faktörlerin de kişiden kişiye değişen etki gücünü göstermektedir.

Vasıflar, amaçlar ve hedefler karar vermenin bir başka sürecini oluşturmaktadır. Vasıf, dış dünyadaki kişi veya objenin sübjektif veya objektif olabilen özelliğidir. Amaçlar belli bir sürede gerçekleşmesi arzu edilen veya ulaşılmak istenen sonuçları; hedefler ise başarılabilir veya başarılamayacak istekleri ifade etmektedir. Çok yakın anlama gelen bu üç kavram için örneğin bir dağın büyüklüğü vasıf, dağın tepesine ulaşmak bir amaç, en kısa sürede ulaşmak ise bir hedefdir. Seçmen davranışları açısından bakıldığında ise rasyonel açıdan bir seçmen tercihte bulunurken, kişisel, toplumsal veya tüm ülke açısından belirlediği amaçlara uygun olarak, adayların veya partilerin vasıflarını incelemekte ve nihai kararı hedefleri doğrultusunda vermektedir (Kalender, 2000: 35-37). Son olarak, isteklendirme, ihtiyaçlandırma ve belli bir yönde davranış eğilimi oluşturma biçiminde tanımlanan (Varol 1993: 89) motivasyon ise, etki-tepki ve değer-beklenti teorileriyle karar alma sürecinin önemli bir unsurunu oluşturmaktadır. “İnsanlar niçin bir şeyi seçip diğer alternatifleri reddetmektedirler?” ve “Niçin bu tercihlerinde birçok engelleme ve güçlüğü rağmen ısrar etmektedirler?” soruları motivasyonun açıklanmasında iki temel soru olarak ortaya çıkmaktadır (Turhan, 1983: 111-112). Bu sorulara yönelik cevaplar ise etki-tepki ve zihinsel değer-beklenti yaklaşımları çerçevesinde açıklanmaktadır. Etki-tepki teorisi, 1940’larda ortaya çıkmış günümüzde geçerliliği kaybolmuş bir teoridir. Teoriye göre insan motivasyonu etki-tepki açısından ele alınmakta ve etki, insan davranışında değişime sebep olacak iç ve dış olaylar; tepki ise bu dış etkilere karşı insanın davranışlarındaki değişim olarak tanımlanmaktadır. Yani insan herhangi bir etkiye maruz kalmadığında tepkide bulunmayacaktır. Bu teoriden yola çıkarak bir seçmen için herhangi bir partiye yönelik oy verme kampanyası yürütülmediğinde o seçmenin oy kullanma tepkisini göstermeyeceğini

iddia etmek gerekir ki bu da gerçeklerle bağdaşmamaktadır. Zihinsel değer ve beklentiler teorisi ise daha gerçekçi ve anlaşılabilir bir nitelik taşımaktadır. Teoriye göre, birey zihnindeki değerler ile gelecek beklentilerinin etkileşimi neticesinde bir tercihte bulunmaktadır. Gerek geçmişteki birikimleri neticesinde elde ettiklerinin gerekse geleceğe yönelik beklentilerinin etkisi altında karar veren seçmen, eğer zihinsel değer ve beklentilerine cevap verebilecek bir seçenek yakalamışsa ona yönelecek, aksi durumda o seçenekten uzaklaşacaktır (Kalender, 2000: 37-40).

Siyasal katılım açısından vatandaşlık şuuru, siyasi ilgi, sosyal girişkenlik, siyasi etkinlik olumlu psikolojik faktörler; yabancılaşma, siyaset dışılık, anomi (toplumun/sistemin bireye yabancılaşması) ise olumsuz psikolojik faktörlerdir (Dilber, 2013: 4-7). Ayrıca bireysel soyutlanma (cynicism) olumsuz psikolojik faktörler arasında gösterilmektedir. Cynicism, güvensizlik, şüphecilik ve düşmanlık duyguları ile siyasi hayata karşı patolojik sayılacak derecede kökten ve aşırı olumsuz tavır takınılmasını ifade etmektedir. Bu tavır, herhangi bir muhalefete karşı değil siyasi sistemin tamamına karşı olmaktadır (Çukurçayır, 2000: 71).

Psikolojik faktörler, seçmen tercihinde çevrenin değil kendinin referans alınmasıdır. Karar verme sürecinde sahip olunan, bilgi ve değer yargılarına ek olarak motivasyonun, belirlenen amaç ve hedeflerin buna paralel vasıfsal değerlendirilmesinin parti veya aday tercihlerinde oldukça önemli olduğu görülmektedir. Türkiye’de özellikle ideolojik temelli partilere güçlü bağlılık (duygusal öge), yine seçmenlerin ahlaki, dini, hukuki vb. değer yargılarını göz önünde bulundurarak oy verme davranışında bulunmaları, girişimci ruhlu kişilerin siyasi sistemde daha fazla görünürlüğü bütün bunlar psikolojik faktörlerin siyasi davranışlar üzerindeki etkisini ortaya koyan örneklerdir.

#### **1.4.3.6. Gündem (Konu) Faktörü**

Gündem (konu) bir başka ifadeyle konjonktür faktörü, birey üzerinde oldukça etkilidir. Özellikle medyanın gündem oluşturma gücü kişilerin nasıl olmasa bile ne hakkında düşüneceklerini veya tartışacaklarını ortaya çıkarması açısından son derece önemlidir. Konjonktür burada kamuoyunun tartıştığı “konu”dur. Bu konular, özellikle kararsız seçmenin nihai bir sonuca ulaşması açısından önemlidir. Gündemin, -özelliği

gereği- bireyler üzerindeki etkisi geçici olduğu için, genelde seçimlere yakın dönemde kamunun gündeminde iz bırakacak büyük konular kamuoyuyla paylaşılmakta ve bu şekilde seçmenin oy tercihini etkileme amacı güdülmektedir (Anık 2000: 165).

Konuya oy verme, daha çok parti bağlılığı zayıf olan veya bu bağlılığa hiç sahip olmayan seçmen ile kararsız seçmen için geçerli bir faktördür. Ancak yine de, konunun seçmen davranışlarına etki edebilmesi için seçmenin konudan haberdar olması, konuyla ilgili bazı tutum ve kanaatlere sahip olması ve konu ile ilgili farklı partilerin ileri sürdüğü politikaları bilmesi gerekmektedir. Özellikle konuyla ilgili parti politikaları arasında bir fark görmeyen seçmenin tercihte bulunması güçleşecektir (Kalender, 2000: 71). Tüm parti ve adayların aynı bakış açısına sahip olması, aynı çözüm önerileri sunması veya tamamının konuya duyarsız kalması alternatif bir tercih noktası bulamadığı sürece seçmenin kararsız kalmasına yol açacak veya seçmeni diğer faktörlerin etkisiyle oy kullanmaya teşvik edecektir.

Konuya oy verme, bazı çalışmalarda seçmen davranışlarına yönelik teorik yaklaşımlar başlığı altında ele alınmıştır. Bu çalışmada teorik yaklaşımlara, ilgili bölümde de gösterildiği gibi 1-sosyolojik yaklaşım, 11-sosyo-psikolojik yaklaşım (partiyle özdeşleşme) ve 111-rasyonel tercih yaklaşımı (ekonomik yaklaşım) olmak üzere üç temel başlıkta yer verilmiştir. Konuya oy verme, kendi çıkarlarını bilen seçmenin bu çıkarlar üzerinden rasyonel hesaplamalar yaparak uygun aday ve partiye yönelmesi olan “rasyonel tercih yaklaşımı” çerçevesinde düşünüldüğünden ayrı bir teorik yaklaşım biçimi olarak değerlendirilmemiştir. Benzer şekilde ideolojik oy verme yaklaşımı da sosyo-psikolojik yaklaşım başlığı altında gösterilmiştir. Ancak bunlarla beraber bu iki kavram seçmen davranışı üzerinde etkili olan faktörler arasında kabul edilmiş, ideolojiye, siyasal faktörler (Siyasal Parti) başlığı altında, konu (gündem) faktörüne ise ayrı bir başlıkta yer verilmiştir.

Gündem veya konu faktörü, seçim dönemlerinde seçmenler için önemli görülen siyasal, ekonomik ve sosyal olaylar ile ilgilidir. Seçmenlerin gündeminde bulunan ve çözüm bekleyen herhangi bir soruna karşı aday veya partinin ortaya koyduğu tavır, seçmen tercihini doğrudan etkilemektedir (Doğan ve Göker: 2013: 30). Özellikle partiye olan sadakatin zayıflaması ve sınıf temelli oy vermenin azalmasıyla seçmenlerin oy tercihlerinde günlük konuların ve kısa dönemli faktörlerin etkisinin arttığı görülmektedir.

Kısa dönemli faktörler, kitle iletişim araçlarının siyasal olaylarla ilgili yayınları, güncel konuların değerlendirme biçimi ve siyasal liderlere yüklenen imajlar şeklinde sıralanmaktadır (Jandavd, 1997: 308; Sitembölükbaşı, 2005: 203). Bu kısa dönemli faktörler arasında gösterilen gündem faktörünün özellikle kitle iletişim araçlarıyla yakın bir ilişkisi söz konusudur. Çünkü gündemi oluşturan veya bir konunun gündemde kalmasını sağlayan en temel etken, görsel ve işitsel medyadır. Son yıllarda ise sosyal medyanın gündem oluşturmadaki rolü en güçlü araç haline dönüşmüştür. Türkiye’de ve dünyada son dönemde birçok konunun sosyal medyada örgütlenilerek gündeme getirildiğine yönelik birçok örnek göstermek mümkündür. Bu nedenle bazı siyasi partilerin teşkilatlarında sosyal medya için ayrı bir birim oluşturdukları görülmektedir.

Gündem faktörü gerek yerel gerekse genel seçimler için önemlidir. Bireyin seçim döneminde neyi konuşacağı, hangi tartışmalar üzerinden sandığa gideceği gündem faktörünün ta kendisidir. Türkiye’nin kronik sorunları arasında yer alan işsizlik ve terör konuları başta olmak üzere seçim öncesi dönemlerde siyasi partilerce kamuoyunda tartışmaya açılan konular, seçmenin tercihte bulunacağı aday veya partiyi bir ölçü de belirlemektedir. Türkiye’de 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 seçimleri göz önüne alındığında özellikle muhalefet partileri tarafından öne sürülen asgari ücret ve taşeron işçiler konuları kamuoyunda sıkça tartışılmış ve seçmen tercihi üzerinde etkili olmuştur. İktidar partisinin 1 Kasım seçimlerine gitmeden önce vaatleri arasında asgari ücret düzenlemesine yer vermesi bu durumu ispatlamaktadır. Ayrıca 7 Haziran seçimlerinden sonra bozulan “çözüm süreci” 1 Kasım seçimlerinden önce seçmen üzerinde terör konusunun etkisini artırmıştır. Bütün bunlar gündem (konu) faktörünün seçmen davranışı üzerindeki etkilerini göstermektedir.

#### **1.4.3.7. Ekonomik Faktörler**

Ekonomik faktörler, gelir ve partilerin ekonomi politikaları çerçevesinde ele alınan bir faktördür. Bu çalışmada gelir faktörü demografik faktörler başlığı altında ayrıca ele alındığı için burada sadece parti veya adayların ekonomi politikaları, ekonomik göstergeler, sosyal yardımlar gibi diğer ekonomik başlıklara yer verilmiştir.

Siyasal davranışların, düşüncelerin, kurumların ve örgütlenmelerin sosyo-ekonomik faktörlere göre değişmesi, ilgili alanda çalışma yapan kişilerce kabul edilmektedir. Tarım toplumundan sanayi toplumuna oradan da bilgi toplumuna geçiş siyasal davranışlar açısından da köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Siyasal katılma açısından bakıldığında geleneksel toplumlarda sınırlı bir katılımın olduğu, gelişmiş toplumlarda hem katılım imkanlarının fazla olduğu hem de bireylerin siyasal hayata ve süreçlere daha fazla katıldıkları görülmektedir. Ekonomi açısından değerlendirildiğinde sosyal ve ekonomik bakımdan gelişmiş, farklılaşmış, kentlileşmiş, karmaşıklaşmış toplumlarda; azgelişmiş, kırsal, ekonomik açıdan zayıf toplumlara göre siyasal ilgi ve katılımın daha yüksek olduğu görülmektedir (Dursun, 2014: 241).

Siyasal iktidara karşı halkın desteği ekonomik değişkenler tarafından şekillenmektedir (Niemi ve Weisberg, 1993: 138). Siyasetçilerin söylemlerinde ve vaatlerinde, parti programlarında, kampanya süreçlerinde, kamuoyu araştırma sorularında en fazla yer verilen konulardan biri olan ekonomi, halk için de en temel başlık ve oy tercihini etkileyen en önemli faktörler arasındadır.

Seçmenler tarafından ekonominin yönetimi siyasetçilerin en önemli sorumluluklarından biri olarak görülmektedir. Özellikle ekonominin kötüleştiği, üretim ve istihdamın düştüğü dönemlerde seçmenin ekonomi çizgisinde tercihte bulunduğu görülmektedir (Weatherford, 1986: 238). Diğer şartlar eşit kalmak kaydıyla seçimler refah dönemine denk geldiğinde seçmenin tercihi iktidar partisinden yana olurken, ekonomik krizlerin olduğu bir dönemde veya ekonominin stabil kaldığı dönemlerde de seçmen iktidar partisinden uzaklaşmaktadır (Sitembölükbaşı, 2001: 10). Bu tespit, Kramer'e göre (1983: 92-111) de doğru kabul edilmektedir. O'na göre seçimlerin başarısını belirleyen en önemli unsur seçimlerden hemen önceki ekonominin mevcut durumudur.

Seçmen, ekonomik durumu analiz ederken eğer bir sıkıntı yaşıyorsa bu sıkıntının hükümetten kaynaklanıp kaynaklanmadığına göre de bir değerlendirme yapabilir. İç dinamiklerin tetiklediği bir ekonomik kriz ile küresel bir kriz karşısında seçmen aynı tepkiyi göstermeyebilir. Çünkü nihai olarak oy kullanmayı bir cezalandırma şeklinde düşündüğünde ikinci şekilde ortaya çıkan bir ekonomik sıkıntıda hükümete karşı tavrı daha yumuşak olacaktır. Bir diğer belirtilmesi gereken durumda seçmenin geçmiş ekonomik

analize göre mi yoksa gelecekteki ekonomik vaatlere göre mi siyasal davranışta bulunacağı gerçeğidir. Bu konuda bazı çalışmaların geleceğe yönelik bir beklenti, bazı çalışmaların ise geçmişin değerlendirilmesi sonucuna ulaştığı görülse de günümüzde seçmen her iki unsurdan da etkilenen bir noktadadır. Son olarak şunu da belirtmek gerekir ki, ekonomik refah veya sıkıntı bir noktada seçmenin algısına göre şekillenen sübjektif bir özellik taşımaktadır.

Seçmenler için kendi ekonomik durumları ve ekonominin genel durumu önemlidir. Kendi ekonomik durumunu düşünerek, yani bireysel çıkarlarına göre oy veren seçmen olduğu gibi toplumu düşünen ve tercihini toplumun ekonomik durumuna göre yani ekonominin ulusal çerçevedeki başarısına göre yapanlar da bulunmaktadır. Bunlardan ilki cüzdancı seçmen ikincisi toplumcu seçmen olarak tanımlanmaktadır. Toplumcu seçmenler, kendi durumlarından bağımsız olarak ülke ekonomisinin iyiye gitmesi durumunda mevcut siyasi otoriteyi destekleyecektir. Cüzdan seçmeni ise ekonomik gelişmeden pay alması ölçüsünde hükümete destek verecektir. Ancak ifade etmek gerekir ki ekonominin etkisi biraz da seçmenin algılamasıyla ilgilidir. Ekonomi reelde iyiye gitmesine rağmen seçmen bu süreci olumsuz biçimde algılıyorsa desteği geri çekecek veya tam tersi kötüye giden bir ekonomide seçmen algısı olumlu ise iktidara destek devam edecektir. Dolayısıyla seçmenin sübjektif değerlendirmesi neticesinde ekonomin etkisi ters biçimde ortaya çıkabilmektedir. Bu algılama sürecinde de, medyanın, yönetici propagandalarının ve seçmenlerin partiye bağlılık derecelerinin önemi görülmektedir (Markus, 1993: 164; Sitembölükbaşı, 2001: 12-15).

Ekonominin mevcut durumu, partilerin ekonomi politikaları, ekonomik vaatler ve ekonomik kurmaylar kadar son dönemde Türkiye’de bu başlıkta değerlendirilmesi gereken bir diğer etkende sosyal yardımlardır. Özellikle kırsal bölgelerde yaşayan ekonomik yönden zayıf durumda olan seçmenler başta olmak üzere devlet tarafından verilen sosyal yardımların seçmen davranışı üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bunun net biçimde bilimsel çerçevede ölçülmesi için literatürde yeni çalışmalara ihtiyaç duyulmakla beraber kamuoyu araştırma şirketlerinin ve ilgili araştırmacıların sahadaki gözlemleri bunu ortaya koymaktadır.

AK Parti döneminde, sosyal devletin bir gereği iddiasıyla seçmenlere yönelik yapılan sosyal yardımlar önceleri eleştirilse de bugün muhalefet partileri tarafından da - seçmen tercihi üzerindeki etkisinden olsa gerek- benimsenmektedir. Kömür ve gıda başta olmak üzere yapılan sosyal yardımların yanında özellikle İŞKUR bünyesinde geçici süreli istihdam sağlamalar seçmenin siyasal tercihte bulunurken ekonomik çerçevede değerlendireceği bir başka konu olmaktadır. Dolayısıyla gerek ekonominin ulusal düzeydeki mevcut durumu gerekse bireysel ekonomik durum seçmenin oy verme davranışı üzerinde etkilidir.

## **1.5. Siyasal Davranış ve Göç**

### **1.5.1. Göç Kavramı**

Tarihin ilk dönemlerinden itibaren bireyler, çeşitli nedenlerle buldukları yerden başka bölgelere geçiş yapmışlar ve bu durum da göç olarak nitelendirilmiştir. Göç, sosyal bilimler sözlüğünde “Bir yerleşim biriminden gruptan ya da belli bir siyasal sınırı olan toprak parçasından başka bir birime doğru, kısmen sürekli birey ve kitle hareketi” şeklinde tanımlanmaktadır (Acar ve Demir, 2005: 170). Eğer bireylerin nüfus hareketleri ülke içerisinde ise iç göç, ülke sınırları dışına çıkıyorsa dış göç olarak kabul edilmektedir.

Göç, belirli bir süre veya daimi ikamet etmek için belirli bir sınırın ötesine insanların coğrafi hareketi olarak tanımlanmaktadır. Kır ve kent gibi yerleşme biriminden bir diğerine yerleşmek amacıyla yapılan nüfus hareketi şeklinde ifade edilen göç kavramının, her şeyden önce bir yer değiştirme olayı olduğu unutulmamalıdır. Bu yer değiştirmenin göç olarak kabul edilmesi için de, nüfus hareketinin mahalle veya semtler arasında değil farklı yerleşim yerleri arasında olması gerekmektedir. Her ne kadar yer değiştirmede süre önemli olsa da aslında temel amacın yeni bir yere yerleşme durumu olduğu bilinmelidir. Yerleşme amacı taşımayan kısa süreli göçler ise seyahat olarak kabul edilmektedir (Es ve Ateş: 2004: 211).

Göç, insanların buldukları yerden, ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel nedenlerle buldukları yerden başka bir yere hareket etmelerine verilen genel bir ad, evrensel bir olaydır. Göç olgusu, insanlığın en eski tarihlerinden bu yana süregelen ve



gelecekte de devam etmesi kesin olarak görülen bir olaydır (Koçak ve Terzi, 2012:164). Göç, toplum yapısını değiştiren bir nüfus hareketidir (Özer, 2004: 11). Göçler, eşitsiz biçimde dağıtılmış olan ekonomik fırsatlardan yararlanma isteğinin bir sonucu olabileceği gibi ekolojik dayatmalar veya devlet otoritesinin politika olarak ortaya koyduğu sürgünler, iskânlar ve savaşlar neticesinde de ortaya çıkabilmektedir (Kaygalak, 2009:9).

Göçler, kırdan kente başta olmak üzere, kırdan kıra, kentten kente veya kentten kıra doğru olabilmektedir. Türkiye’de çoğunlukla kırdan kente veya kentten kente nüfus hareketi şeklinde görülen göç, özellikle sanayileşme ve kentleşmeye paralel yaşanmıştır. 1950 sonrası kırdan kente yaşanan göç, 1980’lerden itibaren yoğun olarak kentten kente şeklinde gerçekleşmiştir. Türkiye’de göç çeşitleri ana başlıkta iç göçler ve dış göçler şeklinde sınıflandırılmaktadır. İç göçler, mevsimlik göçler, sürekli, göçler, emek göçleri, zorunlu-gönüllü göçler şeklinde ele alınırken, dış göçler, beyin göçleri, işçi göçleri ve mübadele göçleri şeklinde sıralanmaktadır (Koçak ve Terzi, 2012: 166-169).

Tarihsel gelişime bakıldığında, göçün toplumsal ve ekonomik dönüşümlerin bir sonucu olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu anlamda göç bir sonuçtur. Ancak göç aynı zamanda toplumsal ve ekonomik dönüşümlere katkı sağlayan bir etkidir. Bu yönüyle göç bir nedendir. (İçduygu ve Sirkeci, 1999: 250). Kane’e göre (1995:2) ise göç, negatif veya pozitif bir olgu olarak değerlendirilmemelidir. Göç yalnızca modern çağın ekonomik gelişmelerine, ulaşım ve iletişim sistemlerine, politik baskılarına ve bireysel dürtülere karşı gösterilen bir tepkinin yansımasıdır. İster neden isterse sonuç olarak nitelendirilsin veya hangi amaçla yapılırsa yapılsın göç, bir şekilde bağlı olduğu toplumda sosyal, ekonomik ve politik etkiler bırakmaktadır. Kısaca göç, neden ve sonuç boyutlarıyla ele alınması gereken bir kavramdır (Yılmaz, 2014: 1692).

### **1.5.2. Göçün Nedenleri**

Keleş’e göre (2013, 35-41), göçün nihai sonucu olarak görülen kentleşmenin nedenleri ekonomik, teknolojik, siyasal ve sosyo-psikolojik nedenler olmak üzere dört başlıkta toplanmaktadır. Ekonomik nedenleri kırsal bölgelerde tarımda makineleşmeyle birlikte atıl hale gelen insan gücünün ortaya çıkan ekonomik gereksinimlerini karşılamak için kentlere göç etmesidir. Teknolojik nedenler, sanayi ve teknik gelişmelere paralel

olarak, ulaşım ve erişim noktasında cazip hale gelen kentlere göçü sağlamıştır. Siyasal nedenler ise devlet politikasının bir gereği olarak kentleşmenin sağlanmasını ifade etmektedir. Son olarak sosyo-psikolojik nedenler, kırsal yaşamın tatmin düzeyinin düşük olması ve kentin sosyal cazibesi olarak ortaya çıkmaktadır. Keleş, Türkiye'ye özgü kentleşme nedenlerini ise itici, iletici ve çekici faktörler şeklinde ele almıştır. İtici etkenler, nüfusu kırsal bölgeden, tarımdan uzaklaştıran unsurlar iken, iletici etkenlerden kastedilen, köyden kente hareket eden nüfusu, yani göç olgusunu kente taşıyacak ulaşım araç ve imkânlarıdır. Son olarak çekici güçler ise, kentin ekonomik ve toplumsal cazibesini ifade etmektedir (Keleş, 2013: 68-71).

Türkiye'de iç göç olgusu genelde kırdan kente ve kentlerden de büyükşehirlerle doğru gerçekleşmektedir. Bu göçlerin temel nedenleri özetle şu şekildedir:

- Ekonomik faktörler
- İşsizlik
- Eğitim
- Daha iyi yaşam standardına ulaşma
- Kentin sosyal cazibesi
- Tarım sektörünün değer kaybı
- Tarımda makineleşme
- Doğal afet
- Terör
- Devlet politikası
- Ulaşım ve erişim kolaylığı
- Tayin

Göç, toplumsal bir olgudur. Bu nedenle göçün önlenmesi veya minimize edilmesi için sunulan çözüm önerileri toplumsal yapının korunmasını sağlayacaktır. Çünkü Türkiye'de göç, özellikle büyükşehirler için önemli bir sorun haline gelmiştir. Türkiye'de göçü önlemek için ilk olarak tersine göç politikaları hazırlanmalı ve uygulanmalıdır (Agallija ve Yazıcı, 2017: 84). Diğer çözüm önerileri şu şekilde sıralanabilir: İşsizlik sorununun çözülmesi, bölgelere yönelik eşit yatırım, dezavantajlı bölgelerin desteklenmesi,

tarım alanları ve ürünlerinin desteklenmesi, kırsal bölgelerdeki altyapı, ulaşım ve teknolojik imkânların geliştirilmesi, sağlık ve eğitim imkânlarının tüm bölgelerde erişilebilirliğinin sağlanması, kentin cazibesine karşı alternatif kırsal bölgelerin cazibelerinin ön plana çıkarılması, bazı büyükşehirlerle göç kotası uygulanması vb.

### **1.5.3. Göçün Sonuçları ve Ortaya Çıkardığı Sorunlar**

Çeşitli nedenlerle yapılan göçlerin sonuçları ve ortaya çıkardığı sorunlar bulunmaktadır. Bu sonuçlar arasında, kentleşememe olgusu, arabesk kültürün oluşması, gecekondulaşma, istihdam sorununun ortaya çıkması, düzensiz kentleşme vb. durumlar ortaya çıkmaktadır. Koçak ve Terzi'ye göre (2013: 168), göçün olumlu veya olumsuz sonuçları şunlardır:

- Göçler, ülkenin nüfus dağılımında dengesizliğe yol açabilir. Bu durum, yatırımların düzensiz olmasına neden olabilir.
- Göçle birlikte oluşan nüfus yoğunluğu, konut yetersizliğinden dolayı gecekondulaşmaya neden olabilir. Gecekondulaşma, çarpık kentleşme ve altyapı sorunlarını beraberinde getirebilir.
- Kentlerdeki aşırı nüfus artışı, imar, altyapı, sağlık, eğitim, ulaşım gibi hizmetlerde aksaklıklara neden olabilir.
- Göçle birlikte farklı kültürlerin bir arada yaşama zorunluluğu kültürel çatışmalara imkân sağlayabilir.
- Göç veren yerlerde nüfus kaybı yaşanır. Bu durum, istihdam ve işgücü başta olmak üzere farklı sorunlara neden olabilir.
- Kent nüfusunun artması neticesinde ortaya çıkacak işsizlik durumu, hırsızlık, gasp, anarşi gibi toplumsal problemlere zemin hazırlayabilir.

Göç, birçok sorunu beraberinde getirmektedir. Bu sorunlar, hem göç alan hem de göç veren kentler için geçerlidir. Bu çift yönlü etki neticesinde göç alan kentlerde aşırı nüfus, altyapı, imar, ulaşım ve çevre sorunları ortaya çıkmaktadır. Göç veren kentlerde de kaybolan nüfus kentlerin küçülmesine neden olmaktadır. Bunun sonucunda, kent ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayalı yerleşim yerlerinde oluşan ekonomik kayıp, ülke ekonomisini de aşağı doğru çekmektedir (Yazıcı, 2017: 241)

Göçün sonucu olarak ortaya çıkan değişimler kimileri tarafından modernliğin gereği olarak görülürken kimilerince de geleneksel hayatın bozulması, kentsel kültürün yozlaşması, kır-kent kültürü arasında sıkışmanın yaşanması şeklinde görülmektedir. Böylelikle kır kültürünü de kent kültürünü de olduğu gibi yansıtamayan yeni bir kültür, yani melez kültür ortaya çıkmaktadır (Bal, 2008: 106).

#### **1.5.4. Göçün Siyasal Davranışlar Üzerine Etkisi**

Göç kavramı Türkiye örneğinde olduğu gibi genelde kırdan kente şeklinde görülmektedir. Bu süreç, göç ve kentleşme kavramları arasında bir ilişki kurulmasını sağlamaktadır. Siyasal davranış açısından bakıldığında, kentleşme olgusu çerçevesinde bir değerlendirme yapmak gerekmektedir. Kente göçün siyasal davranışlar üzerindeki etkisi açıklanarak -az da olsa görülen- kentten kıra göçün de olası sonuçlarının çıkarımını yapmak mümkün olacaktır.

Siyasal katılma, çağdaşlaşmanın bir ölçüsü olarak kabul edilmektedir. Çağdaşlaşma, kitle iletişim, okuryazarlık, gelir, tarım-dışı çalışma hayatı gibi etmenlerin güç kazanmasını ifade eden ve bu yönüyle kentleşme kavramını gerekli gören bir kavramdır. Dolayısıyla, bir siyasal davranış olan katılım, kentler de daha fazla görülmektedir. Kentleşme, sadece katılımı sağlamayan bunun yanında siyasal davranışların yönünü de belirleyen bir olgudur. Bu konuda farklı görüşler olmakla birlikte ortak kanaat göçle birlikte ortaya çıkan kentlileşmenin siyasal davranış üzerinde etkisinin olduğudur. Bu etki, bazı durumlarda, -özellikle gecekondü bölgeleri- daha tutucu ve muhafazakâr, bazı durumlarda da yoksulluk ve ötekileştirmenin verdiği yabancılaşma duygusuyla devrimci ve değişimci sol çizgide görülebilmektedir (Keleş, 2013: 45-48).

Göçle birlikte bireyin karşılaşacağı ilk unsur yeni bir siyasal kültürdür. Göç etmeden önceki eski yerleşim yeri ile göçten sonraki yeni yerleşim yeri arasındaki siyasal kültür benzerliği veya farklılığı bireyin siyasal davranışlarını şekillendiren bir olgu olacaktır. Eğer benzer siyasal kültüre göç etmişse birey, yeni yerleşim yerinde kendini ifade etme ve toplumsallaşma sürecini daha kolay açacak aksi durumda siyasi konularda kendini bir çatışma ve inkâr sürecinin içinde bulacaktır. Özellikle ikinci durumda birey, yeni siyasi düşünce ve ideolojilerle karşılaştığında kendi siyasi görüşü ile bu yeni

karşılaşılan siyasal kültür arasında bir ikilem yaşayacak ve neticede ya dışarıya karşı daha korunaklı olmak için kendi siyasi görüşünü daha da kuvvetlendirecek ya da mevcut görüşünü tanıdığı siyasal kültüre göre revize edecektir.

Göçle birlikte ortaya çıkan bir başka olgu da kentlileşme durumudur. Bireyin göçten sonra kentlileşmesi veya bunu başaramaması siyasal davranışlarının şekillenmesinde oldukça etkilidir. Eğer birey özellikle kırsal bir bölgeden kente göç etmişse kentin kendisinden beklediklerine cevap vermesi ve davranışlarını ona göre şekillendirmesi gerekmektedir. Buna göre kırsal alanın birincil ilişkilerinin yerine ikincil ilişkilerin öne çıkması, güven duygusuyla benimsenen daha statükocu bir anlayışın yerine yenilik ve değişimden yana bir anlayışın benimsenmesi, aile ve topluma bağlı birey yerine daha özgür birey olunması, kentin insanlardan beklediği değişimlerdir. Bu değişimlere verilen cevaplar, tüm davranış alanlarında olduğu gibi siyasal davranışlarda da bireyin yaşayacağı değişim ve dönüşümü etkileyecektir. Örneğin kırdan kente göç eden bir bireyin kentlileşme ile birlikte kendisinden beklenen daha özgür bir birey olma karakterinin siyasal davranışlara yansması, bireyin siyasi tercihlerinde daha bağımsız karar vermesini beraberinde getirecektir.

Kır-kent kültürü siyasal davranışların şekillenmesinde bir diğer önemli husustur. Göç eden bireylerin kır kültürünü terk edip etmemeleriyle siyasal davranışlar arasında bir ilişki kurulabilir. Toplumsal konuların daha içinde ve bu konulara daha duyarlı bir kent kültürünün bireyi sevk edeceği siyasal katılma düzeyi ile daha kadercı bir kültüre sahip ve dışa kapalı kır kültürünün siyasi ilgi seviyesinin aynı olmasını beklemek mümkün değildir. Dolayısıyla siyasi konularda daha aktif, etki gücüne inanan, çeşitli siyasal katılma biçimleriyle kendini ifade edebilen kent kültürünün başlı başına bireyin siyasal davranışları üzerinde etkisi bulunmaktadır.

Bireyin siyasal davranışlarının değişiminde göçle ortaya çıkan yeni statü ve ekonomik durumu da ifade etmek gerekir. Ekonomi, bireyin siyasal tercihte bulunurken en fazla dikkate aldığı konular arasında yer almaktadır. Birey siyasal tercihini kendi ekonomik durumu, ekonomik vaatler, partilerin ekonomi politikaları ve kurmayları, ekonominin mevcut durumu vb. etkenlere göre de şekillendirmektedir. Dolayısıyla göç ile birlikte bireyde oluşacak yeni ekonomik durum doğrudan siyasal davranışları üzerinde etkili

olacaktır. Örneğin köyde tarıma dayalı bir gelir elde eden birey, göçten sonra yüksek gelirli bir işte istihdam edildiğinde siyasal tercihlerinde ekonomik kaygıların biraz daha arka plana düşeceğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Göçle birlikte siyasal davranışların şekillenmesinde bir diğer önemli başlık ise seçmen tercihleri üzerinde oldukça etkili olan kitle iletişim araçlarıdır. Kırdan kente göçle birlikte bireyin kitle iletişim araçlarına erişim imkanı da değişmektedir. Dolayısıyla yeni yerleşim yerindeki iletişim araçlarına ulaşma imkanının yüksek olması siyaseti bu araçlar üzerinden takip eden bireyin de siyasal davranışlarını etkilemektedir. Bugünün Türkiye'sinde TV/Radyo, ülkenin hemen hemen her yerinde insanlara hizmet sağlamasına rağmen internet/sosyal medya gibi bir öncelilere göre daha yeni iletişim ağlarının kentsel alanlarda daha yoğun olması, kırsal bazı bölgelerin bundan mahrum kalması, bu bölgelerden kente göç eden birey için kitle iletişim araçlarının etki düzeyini değiştirecektir. Bu iletişim ağlarının olmadığı kırsal yerdeki bir vatandaşın siyasi tercihlerinde sosyal medyadan etkilenmesi gibi bir şey söz konusu değilken aynı bireyin göçten sonra kendisine oluşturacağı ve erişim sağlayacağı sosyal medya hesabındaki siyasi bilgi, haber ve yorumlara göre davranışını şekillendirme imkanı bulunmaktadır. Dolayısıyla göçle birlikte ortaya çıkan bu yeni iletişim imkanları bireyin siyasal davranışları üzerinde etkilidir.

Literatürde yer alan bazı çalışmalara bakıldığında ise göç ve siyasal davranışlar arasındaki ilişkinin farklı şekillerde ele alındığı görülmektedir. Ancak bu çalışmaların tamamı siyasal davranışı, katılma boyutuna indirgeyerek ele almışlardır. Örneğin Çam'a (2011: 171) göre kırdan kente, yani tarımsal kesimden sanayi bölgesine göç eden bir kişi, yeni yerleşim yerinde ilk yıllarında oy kullanmaktan biraz uzak kalmakta geçen süre arttıkça siyasal davranışlarında daha katılımcı bir karakter sergilemektedir. Her şeyden önce kente göç, bozucu ve yıkıcı siyasal niteliğe sahiptir. Çünkü göçle birlikte geleneksel değer sistemleri yıkılmakta, sosyal kontroller zayıflamakta, aile ve soy bağları güç kaybetmekte ve böylelikle daha farklı ve karmaşık ilişkilerin olduğu, kurumlara ve bireylere güven düzeyinin değiştiği bir dönüşüm ortaya çıkmaktadır. Ayrıca göçle birlikte ortaya çıkan kentleşme süreci, eski alışkanlıklar, davranış kalıpları ve değerler sistemini değiştirerek bireyin bu değişimle beraber siyasi ilgi ve yaklaşımını belirlemesini sağlamaktadır (Karakoç, 2011: 250). Bütün bunların yanında;

- Kente göçle birlikte çeşitli nedenlerle örgütlenme veya örgütlenmiş birimlerin içinde yer alma düşüncesinin ortaya çıkması
- Kentte eğitim olanaklarının geniş ve çeşitli olması nedeniyle bireyde siyasal bilinç düzeyinin yükselmesi
- Kentte daha fazla değer gören demokrasi kavramının siyasal katılmayı teşvik eden ve bunu önemli gören bir anlayışa sahip olması
- Çok seslilik, çokkültürlülük ve çoklu ideoloji gibi unsurların kentlerde ön plana çıkması
- Nüfusu nedeniyle daha fazla siyasi ilgi, kampanya, afiş, ilan, miting gibi çalışmaların yine kentlerde fazlaca görülmesi

Bütün bunlar kırdan kente göç eden bireyin siyasal davranışları üzerinde etkili olmaktadır. Özetle göç, süreç ve ortaya çıkardığı yeni birikimlerle toplumsal bir varlık olan bireyin siyasal davranışlarını biçimlendirecek bir niteliğe sahiptir.

İkinci bölümde nüfusa oranla Türkiye'nin en fazla göç veren illerinden biri olan Bayburt ilinde yaşayanlar ile bu ilden İstanbul'a göç etmiş kişilerin siyasal davranışlarının karşılaştırılmasına yönelik bir uygulama yapılmıştır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. SİYASAL DAVRANIŞLARIN KARŞILAŞTIRILMASINA YÖNELİK BİR UYGULAMA

Siyaset bilimi literatüründe siyasal davranışlar, siyasal katılma, seçmen tercihi vb. başlıklar altında birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların bazılarında herhangi bir coğrafi bölge-yer, bazılarında ise ülkenin tamamı ele alınmıştır. Yine bazı çalışmalar siyasal davranışlara etki eden faktörlerin bir boyutunu incelerken bazı çalışmalarda da tüm faktörlere yer verilmiştir. Yapılan bu çalışmaların bir kısmında yerleşim yerleri arasında karşılaştırma yapılmıştır. Bu çalışma bölgesel bir karşılaştırmadan ziyade aynı bölge insanının siyasal davranışlarını göç eden ve etmeyen, göç öncesi ve sonrası şeklinde iki farklı çerçevede karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Bu yönüyle, literatürde yeni bir bakış açısı ortaya koymaktadır.

“Siyasal Davranış Üzerine Bir Karşılaştırma: Bayburt Örneği” adlı çalışmada Bayburt ilinde yaşayan seçmenler ile İstanbul’a göç etmiş Bayburtlu seçmenlerin siyasal davranışları karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Bu analiz sürecinde bilimsellik ilkesi ışığında, açık ve anlaşılır bir sonuç hedeflenmiştir. Bu hedefler doğrultusunda hazırlanan tablo ve grafikler karşılaştırmalı olarak sunulmuştur. Araştırma sonuçlarına geçmeden önce örneklem olarak seçilen Bayburt iliyle ilgili bazı bilgiler vermek, konunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

#### 2.1. Tarihsel, Sosyo-Kültürel ve Siyasal Yönüyle Bayburt

Bayburt, Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yer alan ve konumu itibariyle Erzurum, Gümüşhane, Trabzon, Rize ve Erzincan’a sınırı olan bir ildir. 3739 km kare yüzölçümü ile Türkiye’nin en küçük illerinden biri olan Bayburt, Çoruh nehri kenarında bir vadinin eteklerine kurulmuştur. 1550 metre rakıma sahip Doğu Anadolu’dan Karadeniz Bölgesi’ne geçiş güzergâhında yer alan ilin iklim özellikleri ise yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk ve



yağışlıdır. Sanayileşmenin çok az olduğu ilde ekonomi, tarım ve hayvancılığa dayalıdır. Bayburt şehrinin tarihi tam olarak bilinmemekle beraber M.Ö. 3000’li yıllara kadar uzanmaktadır. Bayburt Med’lerden İskitlere, Roma’dan Selçuklulara kadar birçok devlet ve medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bugün bilinen ismiyle Bayburt, Ortaçağ Ermeni kaynaklarında Payber, Baberd, Paybert; Marko Polo’nun seyahatnamesinde Painpurth, Baiburt; Arap kaynaklarında Babirt; II.Mesud adına 1291 yılında basılan bir parada Baypirt olarak geçmektedir. Burada kelimenin son hecesi olan “berd” yüksek kale anlamına gelirken ilk hecesine bir anlam verilememiştir. Evliya Çelebi, Bayburt adını zengin manasına gelen “bay” ve belde, mekân manasına gelen “yurt” kelimeleriyle ifade etmiştir. Osmanlı kaynaklarında ise Bayburt ilinin adı bugünkü ismiyle yer almaktadır (www.bayburt.gov.tr).

1927 yılına kadar Erzurum’a, bu tarihten 1989 yılına kadar da Gümüşhane’ye bağlı olan Bayburt, 1989 yılında il olmuştur. İdari yapı olarak Merkez, Demirözü ve Aydıntepe adında üç ilçeye sahiptir. Bayburt, sosyo-kültürel açıdan, tarihsel birikime sahip ve bunu yerleşim mimarisinden sosyal yaşama kadar sergileyen, milli ve manevi konulara duyarlı bir şehirdir. Bayburt kültürüne özgü en önemli öge mahalle odalarıdır. Bayburt mahalle odalarının, taziye, düğün, bayram gibi özel günlerde mahalle sakinlerine açılması, bireyin toplumsallaşmasına ve dayanışma kültürünün güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Bu odaların birincil görevleri arasında siyasal bilgi ve kültür aktarımları yer almamasına rağmen özellikle önceki yıllarda bu odaların bazılarında tarihte yer alan padişah ve devlet adamlarının fotoğraflarının bulunması, dine, devlete ve bayrağa bağlılığın bu odalarda sıkça işlenen konular arasında yer alması, son dönemde siyasal parti temsilcileri ve bürokratların bu odalarda halkla toplantı ve buluşmaları, bütün bunlar bireyin siyasal davranışını etkileyebilecek olan durumlardır. Bayburt’un toplumsal yapısında öne çıkan diğer bir kültürel özellik ise kentlileşmemenin verdiği kır-taşra kültürünün kente hâkim olmasıdır. Bunda Bayburt yerlisinin dışarıya göç etmesi ve boşalan yerlerin köyden kente doğru doldurulmasının etkisi bulunmaktadır. Ayrıca Bayburt, üniversite kurulana kadar çok az göç alan ve diğer kültürlerle tanışma ve kültürel kaynaşma düzeyi oldukça düşük, bu yönüyle uzun bir süre farklılıklardan uzak kalmış bir ildir. Bu kapalı toplum yapısı, değişime direnen, farklılığı algılamada zorlanan, statükocu bir toplumsal anlayışı beraberinde getirmiştir. Ancak Bayburt, kent nüfusunun neredeyse 4’te 1’ini oluşturan üniversite gençliği ile birlikte günümüzde hızlı bir değişim ve dönüşüm yaşamaktadır.

Bayburt ilinin yerleşim yeri profiline bakıldığında, nüfusun büyük çoğunluğunun kent merkezinde yaşadığı görülmektedir. 2015 yılı verilerine göre (nüfus: 78,550) il merkezi ve ilçe merkezlerinde yaşayan kişilerin toplam sayısı 51,298, köylerde yaşayan kişilerin sayısı ise 27,252'dir. Buna göre Bayburt'ta kentli nüfus oranı %65,3, köylü nüfus oranı ise %34,7 olarak görülmektedir. Son olarak nüfusun cinsiyet yapısına bakıldığında ise %50,9 erkek, %49,1 kadın profiliyle karşılaşılmaktadır.

**Tablo 9: 2015 Yılı Bayburt İli Nüfus Dağılımı (Yerleşim Yeri ve Cinsiyet)**

İlçe	Toplam Nüfus	Erkek Nüfusu	Kadın Nüfusu	Nüfus Yüzdesi
Merkez	40,738	31,412	30,139	%78,4
	20,813 (köy)			
Demirözü	5,689	4,352	4,313	%11
	2,976 (köy)			
Aydıntepe	4,871	4,171	4,163	%10,6
	3,463(köy)			
Toplam	51,298	39,935	38,615	%100
	27,252 (köy)			
<b>TOPLAM</b>	<b>78,550</b>			
Cinsiyet Oranı	Erkek: %50,9		Kadın: %49,1	
Kır-Kent Oranı	Kentli Nüfus: %65,3		Köylü Nüfus: %34,7	

**Kaynak:** [http://bayburt.yerelnet.org.tr/il\\_ilce\\_nufus.php?iladi=BAYBURT](http://bayburt.yerelnet.org.tr/il_ilce_nufus.php?iladi=BAYBURT)

Bayburt, ekonomik sıkıntılar ve işsizlik başta olmak üzere çeşitli nedenlerle göç veren bir ildir. Bu göçler genelde büyükşehirlere özelde ise İstanbul'a doğru gerçekleşmektedir. Tablo 10'da Bayburt ilinin göç hareketleri gösterilmiştir.

**Tablo 10: Bayburt İli Göç Bilgileri**

Yıl	Nüfus	Aldığı Göç	Verdiği Göç	Net Göç
1985-1990	96,7888	6,480	20,288	-13,808
1995-2000	87,386	6,027	11,387	-5,360
2007-2008	75,675	2,996	4,949	-1,953
2008-2009	74,710	3,101	4,420	-1,319
2009-2010	74,412	3,984	4,780	-796
2010-2011	76,724	3,997	4,570	-573
2011-2012	75,797	3,664	4,085	-421
2012-2013	75,620	4,787	4,677	110
2013-2014	80,607	8,912	5,583	3,329
2014-2015	78,550	7,150	9,281	-2,131
2015-2016	90,154	16,981	6,653	10,328

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr

Tablo 10'a göre özellikle 1985-1990 yılları arasında ilin çok büyük oranda göç verdiği görülmektedir. 2012 yılına kadar aralıksız her dönem göç veren Bayburt ilinin göç aldığı yıllara bakıldığında ise 2013-2014 ve 2015-2016 yılları dikkat çekmektedir. Ancak bu iki tarihte de ilde göçe yönelik bir müdahale ve çaba yürütülmüştür. 2013-2014 verileri tek milletvekiline düşme olasılığı bulunan Bayburt'ta buna engel olmak için kent dışından ikametgâh alımı yapılmasının; 2015-2016 yılında ise AK Parti ve MHP arasında milletvekili çıkarma rekabetine dönüşen siyasi süreçte aynı yöntemin uygulanmasının rolü büyüktür. Ancak bu iki durum dışında üniversitenin öğrenci sayısını artırması ve bu kişilerin ikametgâhlarını Bayburt'a almalarının etkisi de vardır.

Siyasal açıdan bakıldığında Bayburt, muhafazakâr sağ ve milliyetçi seçmen profiline hâkim olduğu bir şehirdir. Bu söylemi destekleyecek en önemli veri, 1 Kasım 2015 genel seçimlerinde AK Parti ve MHP'nin aldıkları oy oranının %94,3 olmasıdır. Buna %1,4 oranındaki SP oylarını da eklemek mümkündür. Ancak şehrin siyasi geçmişine bakıldığında bu görüntüden biraz farklı sonuçlarla karşılaşılmaktadır. Bayburt'un 1991-2015 genel seçim sonuçları Tablo 11'de gösterilmiştir.

**Tablo 11: Bayburt İli Genel Seçim Sonuçları (1991-2015)**

YIL	Partilerin Aldığı Oy Oranları			
1991	RP: %40,5	ANAP: %31,7	DYP: %19,1	SHP: %5
	DSP: %3,3	Diğer: %0,4		
1995	RP: %38,5	ANAP: %28,2	DYP: %14,5	MHP: %11,8
	CHP: %3,3	Diğer: %2,3	DSP: %1,4	
1999	FP: %26,6	MHP: %24,9	ANAP: %21,7	DYP: %18,4
	Diğer: %3,4	DSP: %2,2	BBP: %1,5	CHP: %1,3
2002	Bağımsız: %27,7	AK Parti: %26,7	DYP: %14,6	MHP: %12,2
	SP: %10,6	Diğer: %4,9	CHP: %2,5	ANAP: %0,8
2007	AK Parti: %60,8	MHP: %19,3	SP: %8,6	DP: %5,9
	CHP: %2,9	Diğer: %2,5		
2011	AK Parti: %63,5	MHP: %24,2	SP: %4,9	CHP: %3,7
	Diğer: %3,7			
2015 (Haziran)	AK Parti: %60,2	MHP: %32	SP: %2,8	Diğer: %2,6
	CHP: %2,4			
2015 (Kasım)	AK Parti: %73,3	MHP: %21	Diğer: %2,3	CHP: %2
	SP: %1,4			

**Kaynak:** <http://www.ysk.gov.tr/>

Tablo 11'e göre, 2007 ve sonrası AK Parti'nin seçmen tarafından büyük bir çoğunlukla tercih edildiği dikkat çekmektedir. 2002 seçimlerinde %26,7 oy alan AK Parti'nin bu düşük oranının nedeni Bayburt'ta çok sevilen ve bir değer olarak kabul edilen 53. Hükümette İçişleri Bakanlığı yapmış olan Ülkü Gökçalp Güney'in bağımsız olarak seçime girmesi ve oyların %27,7'sini alarak birinci sıradan mecliste yer almasıdır. Yine her ne kadar önceki gücü bulunmasa da bu seçimlerde DYP'nin %14,6 oranında oy aldığı dikkat çekmektedir. 1991, 1995, 1999 yıllarında sırasıyla %31,7, %28,2, %21,7 oy alan ANAP'ın 2002'de %0,8 gibi dramatik bir düşüş yaşadığı görülmektedir. ANAP'ın önceki yıllarda Bayburt'ta bu kadar destek görmesinin nedenlerinden biri Bayburt'un il olmasını sağlayan Turgut Özal'a ve partisine vefa göstermesidir. Ancak bu oranları sadece vefa duygusuyla açıklamak mümkün değildir. Bunda partinin yürüttüğü politikaların etkisi ve şehirde çok sevilen, ardından kendisine bakanlık verilen Ülkü Gökçalp Güney'in ANAP'tan aday olmasının etkisi de vardır. 1991-2015 arası Bayburt'ta oldukça düşük düzeyde olan sol çizginin yıldan yıla düştüğü görülmektedir. Bu çizgide yer alan, DSP, SHP ve CHP'nin oy oranları toplamı, 1991'de %8,3, 1995'te %4,4, 1999'da %3,5, 2002'de %2,5, 2007'de

%2,9, 2011’de %3,7 ve 2015 seçimlerinde sırasıyla %2,4 ve %2 şeklindedir. AK Parti öncesi milli görüş hareketinin partilerine bakıldığında ise şu sonuçlar görmek mümkündür. 1991 yılında %40,5 oy alan RP, birinci parti olarak ortaya çıkmıştır. Yine 1995’te RP’nin aldığı %38,5 oy oranı ve 1999’da yerine kurulan FP aldığı %26,6 oy oranı parti temsilcilerini birinci sıradan meclise göndermiştir. 2002 sonrası kurulan AK Parti’nin aldığı %26,7 bir önceki milli görüş hareketinin oy oranını yakalasa da, FP yerine kurulan SP’nin de bu seçimlerde %10,6 oy alması AK Parti’nin farklı siyasal çevreler tarafından da desteklendiğini göstermektedir. Yine SP’nin sonraki yıllarda aldığı düşük oy oranları milli görüş çizgisinin veya bu partileri destekleyen muhafazakâr sağ seçmenin bu çizgi üzerinde kurulan SP’de değil AK Parti çatısında buluştuğunu göstermektedir.

2002’de %27,7 olarak birinci sıradan meclise giden bağımsız milletvekilinin bu destek oranının büyük bir çoğunluğunu kendisinin önceden üyesi olduğu ve görev yaptığı ANAP seçmeninden aldığı söylenebilir. Çünkü ANAP’ın 1999’da %21,7 olan oy oranı 2002’de %0,8’e kadar gerilemiştir. MHP oylarına bakıldığında ise 2015 Haziran seçimlerinde tarihinin en büyük oy oranını (%32,0) yakaladığı, yine 1999 seçimlerinde %24,9 ile ikinci parti olduğu dikkat çekmektedir. Parti, 2002 sonrası %20-30 bandına yerleşerek Bayburt’ta AK Parti’ye alternatif tek parti durumuna yükselmiştir. Son olarak sağ çizgide yer alan Adalet Parti geleneğinin devamı olan DYP’nin oy oranlarına bakıldığında ise 1991’de %19,1, 1995’te %14,5, 1999’da %18,4 sonuçlarını görmek mümkündür. ANAP’ın aksine 2002 seçimlerinde %14,6 oy alan DYP, Bayburt’taki varlığını büyük oranda korumuştur. Daha sonra ANAP ve DYP birleşmesiyle kurulan yeni parti DP’nin 2007 seçimlerindeki oy oranı ise %5,9’da kalmıştır.

Tablo 11’e detaylı bakıldığında ve bir bütün olarak değerlendirildiğinde, 2002 öncesi ve sonrası üzerinden yorumlamak gerekmektedir. 2002 öncesi tüm ülkede olduğu gibi Bayburt ilinde de birbirine yakın çok fazla partinin ipi göğüslemek için mücadele ettiği bir siyasi çoğulculuk bulunmaktadır. Bu siyasi düzlemde, 2002 öncesi Bayburt’ta en güçlü parti muhafazakâr sağ seçmene hitap eden RP ve devamındaki FP’dir. 2002 seçimlerindeki bağımsız aday faktörü ayrı düşünüldüğünde 1991-2015 Kasım seçimlerine kadar Bayburt’ta birinci parti bu çizgiden çıkmıştır. 2002 öncesi Bayburt’ta en güçlü ikinci parti olan ANAP’ın ve %10-20 bandına sahip DYP ve MHP’nin varlığı göz önüne alındığında bu dönemi çok partili, çok sesli ve siyasi rekabetin yüksek olduğu bir siyasal

dönem olarak değerlendirmek gerekir. 2002 ve sonrasına bakıldığında ise AK Parti'nin ülkenin büyük çoğunluğunda olduğu gibi Bayburt'taki seçmeni de merkez söylemi üzerinden çatısında topladığı görülmektedir. Parti'nin 2007 ve sonrası aldığı oy oranlarına bakıldığında siyasal miadını dolduran DYP ve ANAP seçmenini de kucakladığı yorumunu yapmak yanlış olmayacaktır. Çünkü en fazla oy oranı olarak 1991 seçimlerinde %40,5'e ulaşmış olan RP'nin seçmen nezdinde devamı niteliğinde olan AK Parti, 2015 Kasım seçimlerinde %73,3'e kadar ulaşmıştır. Bu oy oranının sadece muhafazakâr seçmenle açıklamak mümkün değildir. Kısaca Bayburt özelinde AK Parti 2002 öncesi partilerin siyasal tabanının büyük bir çoğunluğunun desteğini almayı başarmıştır. Tabloda diğer dikkat çeken noktalar oldukça düşük düzeyde bulunan sol seçmenin giderek te zayıfladığı ve milliyetçi oyların az da olsa yükselerek varlığını koruduğudur. Günümüzde Bayburt'ta, AK Parti ve MHP gibi iki siyasi partinin mücadelesi bulunmaktadır. Ancak bu durumu sadece Bayburt özelinde düşünmemek gerekir. Türkiye'de siyasal parti rekabeti bazı illerde 3 (AK Parti-CHP-MHP), bazı illerde de 2 (AK Parti ve Diğeri) parti şeklinde görülmektedir.

## **2.2. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi**

### **2.2.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı**

Araştırmanın konusu, toplumların en önemli sosyolojik gerçekliklerinden biri olan göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırılmasıdır. Bu karşılaştırma için Türkiye'de nüfusa oranla en fazla göç veren illerden biri olan Bayburt ili tercih edilmiştir. Yine karşılaştırmanın diğer tarafı için de hem Bayburtluların en fazla göç ettiği hem de Türkiye'de en fazla göç alan İstanbul ili seçilmiştir. Bu karşılaştırma yapılırken seçmen davranışları, seçmen tercihlerine etki eden faktörler ve siyasal katılıma yönelik sorular sorulmuştur. İstanbul'da yaşayan Bayburtlu seçmenlere ayrıca göç, göç öncesi ve göç sonrasına yönelik ilave sorular yöneltilmiştir.

Bu çalışmada, seçmenin siyasal davranışlarına etki eden faktörler tüm yönleriyle ele alınmıştır. Bunun en önemli nedeni, göç üzerinden bir karşılaştırma yapılırken, siyasal davranış etkileyecek tüm faktörlerin ortaya konulması ve böylelikle bu etkenler arasındaki farkların da belirlenmesini sağlamaktır. Bu faktörlerden demografik bilgiler, kişisel

faktörler başlığı altında incelenirken, ayrıca seçmene sosyo-kültürel, siyasal, iletişim, psikolojik, gündem ve ekonomik faktörler başlığı altında sorular yöneltilmiş ve alınan cevaplar karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Bu çalışmanın temel sorusu “Bayburt’taki seçmen ile göç etmiş Bayburtlu seçmenin siyasal davranışları aynı mıdır?” sorusudur. İkinci olarak da çalışmada “Göç eden Bayburtlu seçmenlerin siyasal davranışları değişmiş midir?” sorusuna cevap aranmıştır. Çalışmanın amacı, Bayburt’ta yaşayan seçmenlerin siyasal davranışları ile bir dönem burada yaşadıkdan sonra İstanbul’a göç etmiş Bayburtluların siyasal davranışlarını karşılaştırmalı olarak ortaya koymak ve göç eden kişilerin siyasal davranış değişikliklerini analiz etmektir. Çalışmada, analizler üzerinden bir karşılaştırma yapılarak siyasal davranışların hangi boyutunun farklı olduğu hangi boyutunun benzer olduğunun ortaya çıkarılması ve bunun nedenlerinin irdelenmesi hedeflenmiştir. Bu çalışmanın anlaşılabilirliği için özellikle şu nokta belirtilmelidir. Çalışma göç eden seçmenlerin siyasal davranışlarındaki değişimi doğrudan ölçmeyi hedeflememekte yalnızca bir karşılaştırma ortaya koymaktadır. Ancak İstanbul’a göç eden seçmene yöneltilen ilave sorular üzerinden siyasal davranışların değişimi ile ilgili çıkarımlar yapmak mümkündür. Bu olasılık üzerinden de bazı analizler yapılmıştır. Siyasal davranış değişiminin doğrudan ölçülmesi, göçten önceki siyasal eğilimler ve siyasal katılım boyutu hatırlansa bile siyasal davranışlara etki eden faktörlerin hatırlanmasının zor olması nedeniyle pek mümkün değildir.

### **2.2.2. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları**

Araştırma, Bayburt ilinin merkezi, ilçeleri ve 2 köyünde (Dağtarla Köyü-Taşçılar Köyü) ve İstanbul ilinin 17 ilçesinde yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak yapılmıştır. Görüşmede kullanılan anket formu, bireyin, demografik özellikleri, siyasal davranışları ve bu davranışları etkileyen faktörlere yönelik Bayburt için toplam 64; İstanbul için toplam 72 sorudan oluşmaktadır. Aradaki fark İstanbul’a göç eden seçmenin göç sürecine yönelik ilave sorular sorulmasından kaynaklanmaktadır.

Araştırmada, cevaplayıcılara gerek anketin üzerinde yazılı olarak gerekse sözlü bir şekilde veri toplama ölçeğinde yöneltilen sorulara verilecek cevapların sadece bilimsel bir araştırmada istatistiksel analiz amacı ile kullanılacağı açıklanmış böylece olası kaygıların ortadan kaldırılması düşünülmüştür. Bu nedenle ankete verilen cevapların korku ve

endişeden uzak objektif ve içtenlikle verildiği varsayılmaktadır. Araştırmada Bayburt için 458; İstanbul için 500 anket uygulanmıştır. Dolayısıyla alınan veriler bu kişiler ile sınırlıdır.

Çalışmanın sınırlılıklarına bakıldığında, karşılaşılan ilk nokta tüm sosyal bilim araştırmalarında olduğu gibi bu çalışma da, insanı temel aldığından subjektif unsurların devreye girmesine engel olamamaktadır. Yine de güvenilirlik, sayısal veriler ve kullanılan anket tekniğinin özellikleriyle ortaya konulmaktadır. Çalışmanın ikinci sınırlılığı ise her ne kadar Bayburt'tan en fazla göç alan il İstanbul olsa da büyükşehirler başta olmak üzere Türkiye'nin birçok ilinde Bayburtlu yaşamaktadır. Dolayısıyla böyle bir çalışma, İstanbul'un yanı sıra göç alan diğer illerinde kapsam içine alınarak genişletilmesi hatta göç alan illerin kendi içinde karşılaştırılmaları şeklinde de yapılabilirdi. Ancak bu kapsam ve yöntem, karmaşık bir sonuç ortaya çıkaracağı için çalışmada tercih edilmemiştir.

### 2.2.3.Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evreni, Bayburt'ta yaşayan ve İstanbul'da yaşayan 18 ve üstü yaş grubundaki Bayburtlu seçmenler oluşturmaktadır. Çalışmada bu evreni en iyi şekilde temsil edecek bir örneklem grubu belirlenmiş, ardından bu grup üzerinde araştırma yapılmıştır. Örnek büyüklüğü %95 güven aralığı ve %5 hata payı ile "384" olarak belirlenmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50). Bu doğrultuda Bayburt ilinde toplam 483 anket yapılmış ancak hatalı ve eksik doldurulan anketler çıkarılarak 458 anket araştırmaya dahil edilmiştir. İstanbul ilinde ise nihai olarak 500 anket sisteme aktarılmıştır.

UYGULAMA YAPILAN YERLER		İstanbul					
		İlçe		İlçe		İlçe	
<b>Bayburt</b>		Eyüp	76	Kartal	30	Bağcılar	31
Yaşadığı Yer		Esenyurt	30	Pendik	15	Kadıköy	47
İl Merkezi	354	Fatih	15	Ataşehir	15	Kağıthane	15
İlçe	53	Gaziosmanpaşa	15	Tuzla	60	Güngören	30
Köy	51	Üsküdar	30	Ümraniye	31	Avcılar	15
		Beşiktaş	15	Maltepe	30		



#### 2.2.4. Araştırmanın Veri Toplama Yöntem ve Analizi

Araştırmada, veri ve bilgi toplama aracı olarak literatürdeki ilgili çalışmalar ışığında ve araştırmanın genel amacı doğrultusunda hazırlanan kapalı uçlu ve yazılı bir anket formu hazırlanmıştır. Anketteki sorular 3 aylık bir dönemde kararlaştırılmış ardından gerek Bayburt'ta gerekse İstanbul'da pilot çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar neticesinde bazı sorular ankettten çıkarılmış ilave bazı sorular da ankete eklenmiştir. Ardından alanında uzman kişilerce soruların anlam ve içerikleri kesinleştirilmiş daha sonra saha çalışmasına başlanmıştır. Bayburt'taki anketler bizzat yapılırken, İstanbul'daki anketlerin uygulanmasında profesyonel yardım alınmıştır. Araştırmada Bayburt'taki katılımcıların Bayburtlu olması, İstanbul'daki katılımcıların ise hem Bayburtlu hem de Bayburt'tan göç eden kişiler olması gerekliliğinden dolayı *yargısal örnekleme metodu* uygulanmıştır. Çalışma, 01.12.2016-30.03.2017 tarihleri arasında yapılmıştır.

Verilerin analizinde SPSS 20 istatistik programı kullanılarak ortalamalar, standart sapma, frekans dağılımları ve Ki-kare analizleri uygulanmıştır.

#### 2.2.5. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada yer alan hipotezler araştırmanın amacına uygun olarak ve siyasal davranışların göç üzerinden karşılaştırılmasını referans alan bir anlayışla ortaya konulmuştur. Siyasal davranışların, bağımsız değişkenlere göre farklılık göstereceği varsayımı üzerinden araştırmanın hipotezleri şu şekilde sıralanmıştır:

- H<sub>1</sub>: Seçmenlerin siyasal davranışları kişisel faktörlere göre (yaş, cinsiyet, gelir, meslek vb.) farklılık göstermektedir.
- H<sub>2</sub>: Siyasal faktörler (parti, lider, aday) seçmenin oy tercihleri üzerinde etkilidir.
- H<sub>3</sub>: Din faktörü, Bayburtlu seçmen için göç etmiş olsa da olmasa da oldukça önemlidir.
- H<sub>4</sub>: İletişim araçları, seçmen tercihi üzerinde etkili olmaktadır.
- H<sub>5</sub>: Ekonomik faktörler, seçmenin karar verme sürecinde önemlidir.
- H<sub>6</sub>: Bayburt'ta yaşayanlara göre İstanbul'daki Bayburtluların siyasete katılım düzeyleri daha çeşitlidir.

- H<sub>7</sub>: Göçle birlikte siyasal davranışlarda değişiklik olmaktadır.
- H<sub>8</sub>: Göç siyasete ilgi düzeyini değiştirmektedir.
- H<sub>9</sub>: Bayburt'taki seçmen ile İstanbul'daki Bayburtlu seçmenin aileden ve sosyal çevreden etkilenme düzeyi aynı değildir.
- H<sub>10</sub>: Parti lideri, aday, icraatlar gibi siyasal faktörlerin etki düzeyi diğer faktörlere göre daha fazladır.
- H<sub>11</sub>: Ekonomik faktörler, Bayburt'taki seçmen için de İstanbul'a göç eden seçmen için de önemlidir.
- H<sub>12</sub>: Seçmenin en fazla katılım gösterdiği siyasal davranış oy vermedir.
- H<sub>13</sub>: Bayburt'taki seçmen ile İstanbul'daki Bayburtlu seçmenin siyasete katılım düzeyi farklılık göstermektedir.
- H<sub>14</sub>: Hemşeri dernekleri göç etmiş seçmenin siyasal davranışlarında etkilidir
- H<sub>15</sub>: Bayburt'taki seçmen ile İstanbul'daki Bayburtlu seçmenin parti tercihleri birbirinden farklıdır.
- H<sub>16</sub>: Bayburt'tan İstanbul'a göç eden seçmen, siyasal partisini değiştirmektedir.
- H<sub>17</sub>: Göç edilen mahallede hemşeri/akraba olup olması ve bunlarla iletişim kurulup kurulmamasına göre siyasal davranış ilgi ve değişim düzeyleri değişmektedir.

## **2.3. Analiz ve Bulgular**

### **2.3.1. Kişisel Bulgular**

Tablo 12'de araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerine yer verilmiştir.

**Tablo 12: Demografik Özellikler**

		BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
		Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
YAŞ	18-29 arası	187	40,8	163	32,6
	30-49 arası	181	39,5	197	39,4
	50-64 arası	55	12	91	18,2
	65 ve Üzeri	35	7,6	49	9,8
CİNSİYET	Kadın	232	50,7	203	40,6
	Erkek	226	49,3	297	59,4
MESLEK	İşçi	58	12,7	49	9,8
	Memur	74	16,2	162	32,4
	Esnaf	53	11,6	124	24,8
	Emekli	32	7	34	6,8
	Ev Hanımı	110	24	64	12,8
	Öğrenci	100	21,8	41	8,2
	Serbest Meslek	19	4,1	20	4
	İşsiz	12	2,6	6	1,2
MEDENİ DURUM	Bekâr	177	38,6	152	30,4
	Evli	281	61,4	348	69,6
EĞİTİM	Okuryazar değil	15	3,3	-	-
	İlkokul	73	15,9	48	9,6
	Ortaokul	78	17	104	20,8
	Lise	147	32,1	166	33,2
	Y.Okul/Üni.	137	29,9	174	34,8
	YL /Doktora	8	1,7	8	1,6
GELİR	Asg. Ücret Altı	219	47,8	130	26
	Asgari Ücret	82	17,9	136	27,2
	1405-2500 arası	81	17,7	111	22,2
	2501-5000 arası	72	15,7	82	16,4
	5001 ve Üzeri	4	0,9	41	8,2
YERLEŞİM YERİ	İl Merkezi	354	77,3	159	31,8
	İlçe	53	11,6	85	17
	Köy	51	11,1	256	51,2
<b>Toplam</b>		<b>458</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 12'ye göre yaş değişkeni göz önüne alındığında, Bayburt'taki katılımcıların %40,8'i 18-29 yaş arası, %39,5'i 30-49 yaş arası, %12'si 50-64 yaş arası ve %7,6'sı 65 yaş ve üzerindedir. İstanbul'daki katılımcıların ise %32,6'sının 18-29 yaş aralığında, %39,4'ünün 30-49 yaş aralığında, %18,2'sinin 50-64 yaş aralığında ve son olarak %9,8'inin 65 yaş ve üzerinde olduğu saptanmıştır. Bu oranlara karşılaştırmalı olarak bakıldığında Bayburt'taki katılımcılarda 18-29 yaş aralığında daha fazla bir yoğunluk olduğu; İstanbul'daki katılımcılarda da 50-64 yaş arası ve 65 yaş ve üzeri seçmenin Bayburt'taki eşdeğer katılımcılara oranla daha fazla olduğu görülmektedir.

Cinsiyet değişkenine bakıldığında, Bayburt'taki katılımcıların %50,7'si kadın, %49,3'ü ise erkektir. İstanbul'daki katılımcıların ise %40,6'sı kadın, %59,4'ü ise erkektir. Bu oranlara bakıldığında Bayburt'taki kadın ve erkek katılımcıların neredeyse birbiriyle aynı sayıda olduğu; İstanbul'daki katılımcılarda ise erkeklerin sayısının daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durum, İstanbul'da Bayburtlu kadınlara ulaşmanın güçlüğünden kaynaklanmaktadır.

Meslek değişkenine bakıldığında, Bayburt'taki katılımcıların %12,7'sinin işçi, %16,2'sinin memur, %11,6'sının esnaf, %7'sinin emekli, %24'ünün ev hanımı, %21,6'sının öğrenci, %4,1'inin serbest meslek sahibi ve %2,6'sının işsiz olduğu gözlenmiştir. İstanbul'daki katılımcıların ise %9,8'inin işçi, %32,4'ünün memur, %24,8'inin esnaf, %6,8'inin emekli, %12,8'inin ev hanımı, %8,2'sinin öğrenci, %4'ünün serbest meslek sahibi ve %1,2'sinin işsiz olduğu belirlenmiştir. Bu oranlara bakıldığında hemen hemen meslek grubundan araştırmaya katılımın olduğu görülmektedir.

Medeni durum değişkenine bakıldığında, Bayburt'taki katılımcıların %38,6'sı bekâr, %61,4'ü ise evlidir. İstanbul'daki katılımcıların ise bekâr oranı %30,4, evli oranı ise %69,6'dır. Bu oranlara bakıldığında iki bölge içinde evli katılımcı oranının yüksek olduğu görülmektedir. Bunun en önemli nedeni de seçmen yaşını oluşturan 18 yaş ve üzerindeki kişilerin evli olma olasılıklarının daha yüksek olmasıdır.

Eğitim değişkenine bakıldığında, Bayburt'taki katılımcıların %3,3'ü okur-yazar değil, %15,9'u ilkökul, %17'si ortaokul, %32,1'i lise, %29,9'u yüksekökul-üniversite ve %1,7'si ise yüksek lisans-doktora eğitim düzeyindedir. İstanbul'daki katılımcıların ise

%9,6'sı ilkokul, %20,8'i ortaokul, %33,2'si lise, %34,8'i yüksekokul-üniversite ve %1,6'sı yüksek lisans-doktora eğitimine sahiptir. Bu oranlara bakıldığında katılımcıların lise, ön lisans ve lisans düzeyinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ayrıca Bayburt'taki katılımcıların %3,3'ünün okuryazar olmaması önemli bir veri olarak ortaya çıkmaktadır.

Gelir değişkenine bakıldığında, Bayburt'taki katılımcıların %47,8'inin asgari ücret altında, %17,9'unun asgari ücret tutarında, %17,7'sinin 1405-2500TL gelir düzeyinde, %15,7'sinin 2501-5000TL seviyesinde ve %0,9'unun 5001TL ve üzerinde gelire sahip olduğu görülmektedir. İstanbul'daki katılımcıların ise %26'sı asgari ücret altında, %27,2'si asgari ücret tutarında, %22,2'si 1405-2500TL gelir aralığında, %16,4'ü 2501-5000TL düzeyinde ve son olarak %8,2'si 5001TL ve üzerinde gelir elde etmektedir. Bu oranlara bakıldığında, özellikle Bayburt'taki seçmenin yaklaşık %65'inin asgari ücret ve altında gelire sahip olduğu dikkat çekmektedir. Bunun nedeni Bayburt'taki ekonomik gelir seviyesinin düşük olmasının yanı sıra katılımcıların % 21,8'inin öğrenci olmasından kaynaklanmaktadır. Oysa İstanbul'daki katılımcılarda öğrencilerin oranı yukarıda belirtildiği gibi %8,2 şeklindedir. Bu fark, gelir noktasında Bayburt'taki katılımcıların seviyesini aşağı çekmektedir. Ancak yine de Bayburt'taki katılımcıların ekonomik yönden daha düşük düzeyde yer alması sadece katılımcıların profilleriyle açıklanamaz. Bayburt'taki ekonominin düşük seviyelerde olması ve kişilerin gelir düzeyinin buna paralel şekilde ortaya çıkması bir gerçekliktir. Tablodaki 5001TL ve üzeri gelire sahip olanların oranına bakıldığında, İstanbul'daki katılımcıların Bayburt'taki katılımcılardan yaklaşık iki kat fazla olduğu görülmektedir.

Yerleşim yeri değişkenine bakıldığında, Bayburtlu katılımcıların %77,3'ünün il merkezinde, %11,6'sının ilçelerde, %11,1'inin köylerde yaşadığı görülmektedir. İstanbul'daki katılımcıların ise göç etmeden önce (Bayburt'tayken) %31,8'inin il merkezinde, %17'sinin ilçelerde, %51,2'sinin ise köylerde yaşadığı gözlenmiştir. Bu oranlara bakıldığında, İstanbul'a göç edenlerin yarısından fazlasının köylerden gittiği dikkat çekmektedir.

### 2.3.2. Siyasi Bulgular

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Kendinizi siyasi olarak nasıl tanımlıyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 13’te gösterilmiştir.

**Tablo 13: Siyasi Kimlik Tanımlamaları**

	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
Atatürkçü	43	9,4	76	14,1
Cumhuriyetçi	79	17,2	86	15,9
Muhafazakâr	218	47,6	193	35,7
Türk Milliyetçisi	270	59	264	48,9
Sosyal Demokrat	16	3,5	71	13,1
Liberal	9	2	97	18
Demokrat	67	14,6	140	25,9
Laik	37	8,1	124	23
Şeriatçı	50	10,9	36	6,7
Ülkücü	129	28,2	118	21,9
Ulusalıcı	13	2,8	47	8,7
Kürt Milliyetçisi	-	-	-	-
Diğer	1	0,2	16	3
<b>Toplam</b>	<b>458</b>		<b>500</b>	

Tablo 13’e göre Bayburt’taki katılımcıların %59’u kendisini Türk milliyetçisi, %47,6’sı muhafazakâr, %28’si ise ülkücü olarak tanımlamaktadır. Katılımcıların en az işaretlediği seçenekler ise %0 ile Kürt milliyetçiliği, %2 ile liberal ve %2,8 ile ulusalcı kimliklerdir. Bu oranlara bakıldığında, verilen cevapların Bayburt’un siyasal kültürü ile uyduğu görülmektedir. İstanbul’daki katılımcıların ise %48,9’u Türk milliyetçisi, %35,7’si muhafazakâr ve %25,9’u demokrat olarak kendini görmektedir. Düşük seviyedeki oranlara bakıldığında ise Kürt milliyetçisi seçeneğinin hiç işaretlenmediği, %6,7 oranında şeriatçı ve %8,7 oranında ulusalcı tanımlamaların yapıldığı gözlemlenmektedir. Her iki taraf için “Diğer” seçeneği açık uçlu olduğundan bu sıralamada dikkate alınmamıştır. Bayburt ve İstanbul’daki katılımcı profiline genel

çerçevede bakıldığında ise Türk milliyetçisi ve muhafazakâr kimliklerin Bayburt'taki oranları daha fazla olmakla birlikte her iki taraf için de ağırlıkta olduğu görülmekte ancak Atatürkçü, sosyal demokrat, laik, ulusalcı kimliklerinin İstanbul'daki katılımcılar tarafından daha fazla işaretlendiği göze çarpmaktadır.

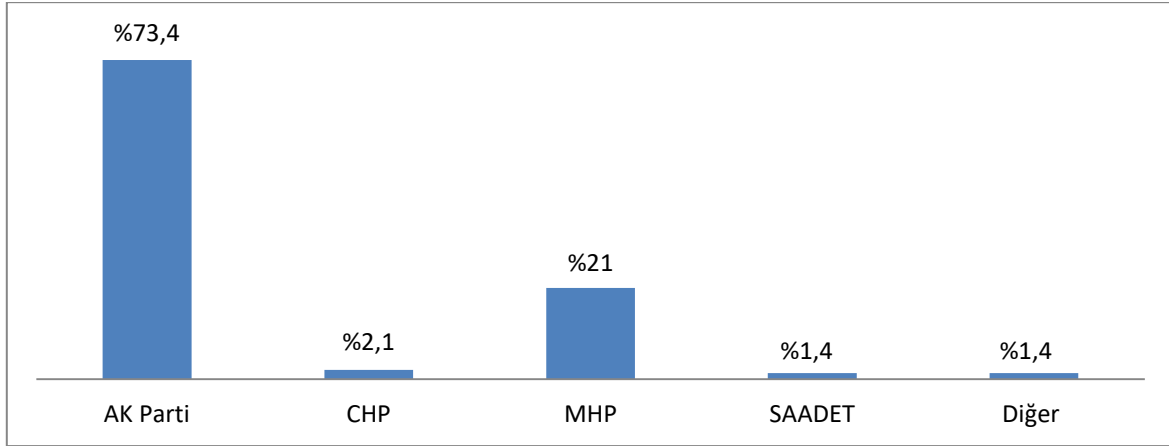
Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “En son yapılan 1 Kasım 2015 genel seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 14’de gösterilmiştir.

**Tablo 14: 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Parti Tercihleri**

	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
AK PARTİ	331	72,3	238	47,6
CHP	12	2,6	150	30,0
MHP	102	22,3	105	21,0
SP	8	1,7	2	0,4
DİĞER	5	1,1	5	1,0
Oy Kullanmadım	-	-	-	-
<b>Toplam</b>	<b>458</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 14’e göre Bayburt’taki katılımcıların, %72,3’ünün AK Parti’yi, %22,3’ünün MHP’yi, %2,6’sının ise CHP’yi tercih ettiği görülmektedir. Tabloda SP’nin oy oranı ise %1,7’dir. İstanbul’daki katılımcılarda ise AK Parti’ye oy verenler %47,6, CHP ve MHP’yi destekleyenler ise sırasıyla %30 ve %21’dir. İstanbul’daki katılımcıların SP’yi tercih oranı ise %1’in altında kalmaktadır. Öncelikle Grafik 2’de gösterildiği gibi 1 Kasım 2015 genel seçimleri Bayburt ili resmi sonuçlarıyla çalışmada elde edilen sonuçların benzerlik taşıdığı dikkat çekmektedir. Araştırmada MHP hariç diğer partiler için %1’in altında isabet elde edilmiştir. Bu durum, özellikle Bayburt’taki seçmen profilinin çalışmaya büyük oranda yansıtıldığını göstermesi açısından önem arz etmekte ve çalışmanın sonuçları için bir güvenilirlik oluşturmaktadır. Tabloya karşılaştırmalı olarak bakıldığında, dikkat çeken ilk nokta ise Bayburt’ta %2,6 olan CHP oranının İstanbul’da %30 seviyesinde görülmesidir. MHP ve SP oranlarının birbirine yakın olduğu bu durumda AK Parti oylarındaki fark bir diğer önemli sonuçtur.

**Grafik 2: 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Bayburt İl Sonuçları**



Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Önümüzdeki Pazar günü seçim olsa hangi partiye oy verirsiniz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 15’te gösterilmiştir.

**Tablo 15: Gelecek Seçimlerdeki Parti Tercihleri**

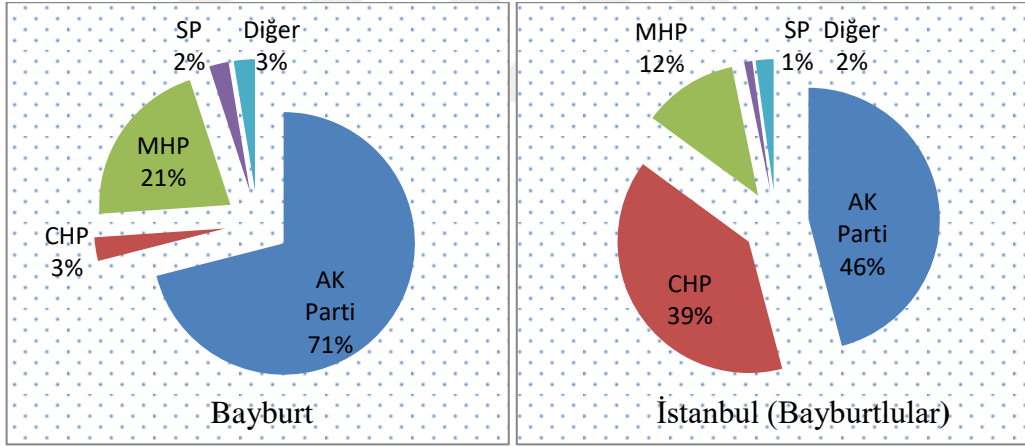
	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
AK PARTİ	316	69,1	226	45,3
CHP	13	2,8	193	38,7
MHP	94	20,5	58	11,6
SP	11	2,4	5	1,0
DİĞER	12	2,6	11	2,2
Oy Kullanmam	12	2,6	7	1,2
<b>Toplam</b>	<b>458</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 15’e göre Bayburt’taki katılımcıların %69,1’i AK Parti, %20,5’i MHP ve %2,8’i ise CHP cevabını vermektedir. Diğer seçeneklere bakıldığında ise %2,4’ünün SP’yi ve %2,6’sının diğer partileri tercih ettikleri görülmektedir. Bayburt’taki katılımcılar arasında sandığa gitmeyeceğini belirten %2,6 oranında bir seçmen de söz konusudur. Oy kullanmayacak olanlar çıkarıldığında ise yeni oy dağılımı **AK Parti:%70,8, MHP:%21,0, CHP:%2,9, SP:%2,4 ve Diğer:%2,6** şeklinde değişmektedir. “En son yapılan 1 Kasım 2015 genel seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?” sorusuna verilen cevaplarla karşılaştırıldığında AK Parti’nin yaklaşık %2, MHP’nin yaklaşık %1 oy kaybettiği buna



karşılık CHP'nin ve SP'nin az da olsa oylarını artırdıkları görülmektedir. Ancak genel itibariyle büyük bir değişikliğin olduğunu söylemek mümkün değildir. Olası bir seçimde İstanbul'daki katılımcıların ise %45,3'ünün AK Parti'yi, %38,7'sinin CHP'yi ve %11,6'sının MHP'yi destekleyeceği öngörülmektedir. Katılımcıların %1,2'sini oluşturan oy kullanmayacaklar çıkarıldığında yeni dağılım ise şu şekilde olacaktır: **AK Parti:%45,8, CHP:%39,1, MHP:%11,7, SP:%1 ve Diğer: %2,2**. Bu oranlar, 1 Kasım 2015 genel seçimlerinde verilen oylarla karşılaştırıldığında AK Parti'nin yaklaşık %2, MHP'nin yaklaşık %10 oy kaybettiği görülmektedir. Çok az da olsa oylarının artıran SP'nin yanı sıra yaklaşık %9 yükseliş gösteren CHP'nin, bu yeni oyların büyük çoğunluğunu MHP seçmeninden kazanacağı, tablodaki en net çıkarımlardan biri olarak görülmektedir. Araştırmada yer alan “**H15: Bayburt'taki seçmen ile İstanbul'daki Bayburtlu seçmenin parti tercihleri birbirinden farklıdır.**” hipotezi burada doğrulanmış ve geçerli olarak kabul edilmiştir.

**Grafik 3: Gelecek Seçimlerde Oy Tercihleri**



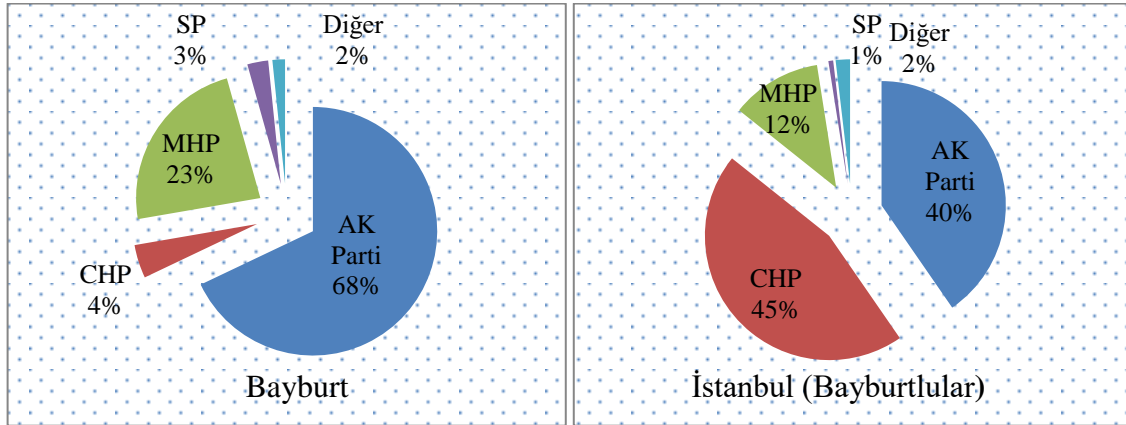
Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada yaş ile gelecek seçimdeki oy tercihi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 16'da gösterilmiştir. Tabloda yer alan “oy kullanmam” seçeneğini işaretleyen kişiler çıkarılarak yeni dağılımlar grafiklerle gösterilmiştir. Grafiklerdeki yüzdeler “yaklaşık” olarak alınmıştır.

**Tablo 16: Yaş ve Oy Tercihi**

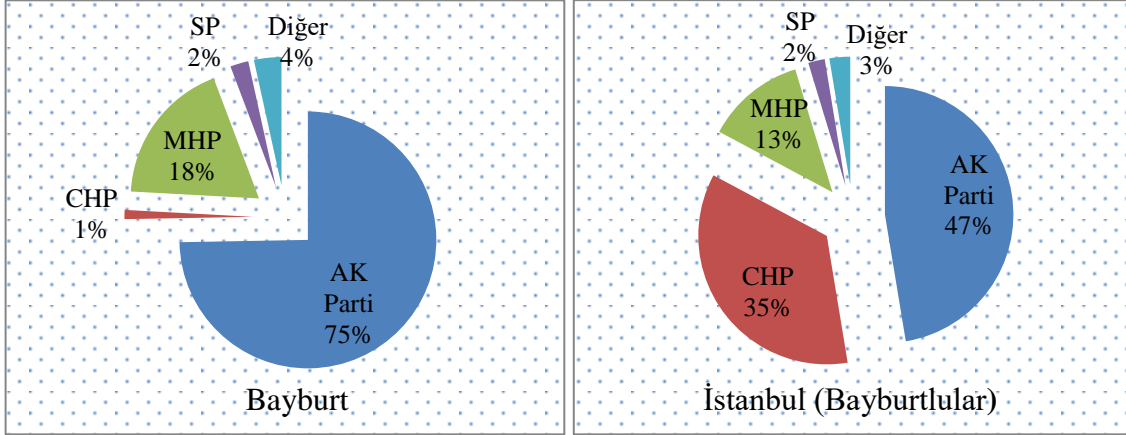
BAYBURT														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>18-29</b>	125	66,8	8	4,2	43	22,9	5	2,6	3	1,6	3	1,6	187	40,8
<b>30-49</b>	130	71,8	2	1,1	32	17,6	4	2,2	6	3,3	7	3,8	181	39,5
<b>50-64</b>	37	67,2	3	5,4	10	18,1	1	1,8	2	3,6	2	3,6	55	12
<b>65 ve +</b>	24	68,5	0	0	9	25,7	1	2,8	1	2,8	0	0	35	7,6
<b>Toplam</b>	<b>316</b>	<b>68,9</b>	<b>13</b>	<b>2,8</b>	<b>94</b>	<b>20,5</b>	<b>11</b>	<b>2,4</b>	<b>12</b>	<b>2,6</b>	<b>12</b>	<b>2,6</b>	<b>458</b>	<b>100</b>

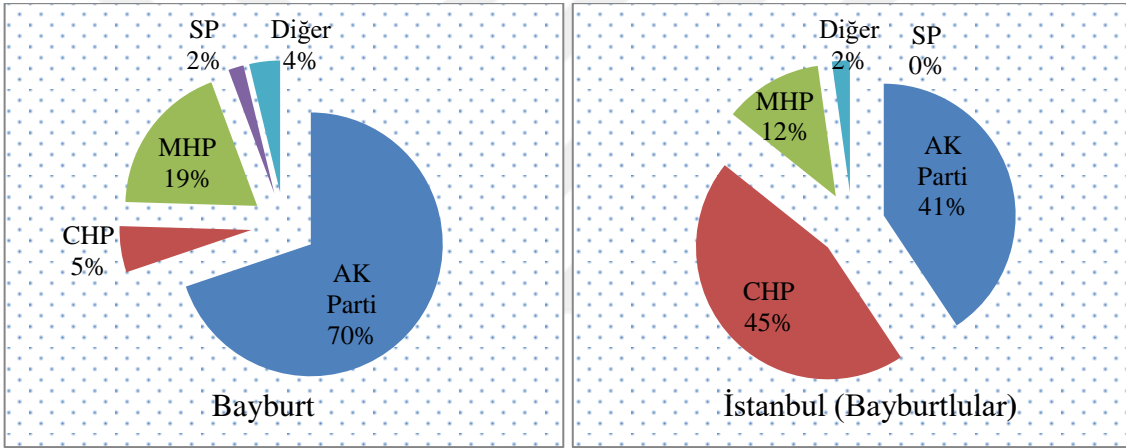
İSTANBUL (BAYBURTLULAR)														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>18-29</b>	65	39,8	73	44,7	19	11,6	1	0,6	3	1,8	2	1,2	163	32,6
<b>30-49</b>	91	46,1	68	34,5	24	12,1	4	2	6	3	4	2	197	39,4
<b>50-64</b>	37	40,6	41	45	11	12	0	0	2	2,1	0	0	91	18,2
<b>65 ve +</b>	33	67,3	11	22,4	4	8,1	0	0	0	0	1	2	49	9,8
<b>Toplam</b>	<b>226</b>	<b>45,2</b>	<b>193</b>	<b>38,6</b>	<b>58</b>	<b>11,6</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>2,2</b>	<b>7</b>	<b>1,4</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

**Grafik 4: 18-29 Yaş Aralığının Oy Tercihlerinin Dağılımı**

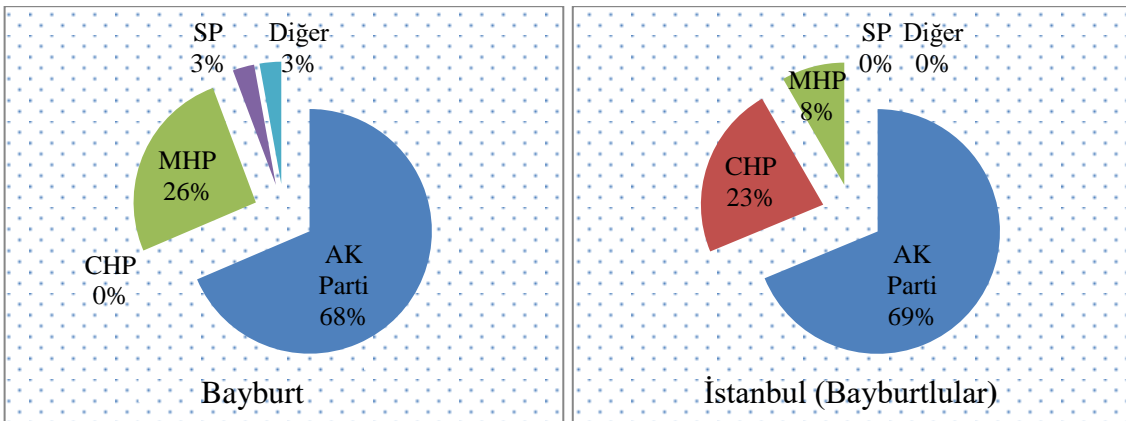
**Grafik 5: 30-49 Yaş Aralığının Oy Tercihlerinin Dağılımı**



**Grafik 6: 50-64 Yaş Aralığının Oy Tercihlerinin Dağılımı**



**Grafik 7: 65 Yaş ve Üzeri Aralığının Oy Tercihlerinin Dağılımı**



Grafik 4'de görüldüğü gibi Bayburt'taki katılımcılardan 18-29 yaş aralığında olanların %68'i olası bir seçimde AK Parti'yi tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Bu

katılımcılar arasında MHP'yi tercih edeceğini ifade edenlerin oranı %23, CHP'yi tercih edecek olanların oranı ise %4'tür. İstanbul'daki katılımcılara bakıldığında ise 18-29 yaş aralığında olanların olası bir seçimde %45 oranında CHP'yi, %40 oranında AK Parti'yi, %12 oranında ise MHP'yi tercih edecekleri görülmektedir.

Grafik 5'te görüldüğü üzere katılımcılardan 30-49 yaş aralığında olanların ise Bayburt için AK Parti'yi tercih oranı %75'tir. Bu kişilerden MHP'yi tercih edecek olanların oranı %18, CHP'yi tercih oranı ise %1'dir. Bu yaş aralığında yer alan İstanbul'daki katılımcılara bakıldığında ise AK Parti'nin %47, CHP'nin %35, MHP'nin ise %13 oranında oy alacağı görülmektedir.

Grafik 6'da görüldüğü gibi Bayburt'taki katılımcılar için 50-64 yaş aralığında olanların %70 oranında AK Parti'yi, %19 oranında MHP'yi, %5 oranında CHP'yi tercih edecekleri görülmektedir. İstanbul'daki katılımcılar içinse bu oranlar sırasıyla %41, %12 ve %45'tir.

Grafik 7'de gösterilen 65 yaş ve üzeri katılımcılara bakıldığında ise Bayburt için %68 AK Parti, %26 MHP destekçilerinin olduğu; İstanbul içinse AK Parti'nin %69, CHP'nin %23 ve MHP'nin %8 oranında oy toplayacağı görülmektedir.

Grafiklere detaylı bakıldığında Bayburt için, AK Parti'nin 30-49 yaş aralığını oluşturan orta yaş grubu başta olmak üzere, her yaş grubundan büyük destek gördüğü; İstanbul içinse en büyük desteği 65 yaş ve üzeri katılımcılar arasından elde ettiği görülmektedir. CHP'nin %2-3 düzeyinde destek gördüğü Bayburt'ta bu oranın üzerine 18-29 ve 50-64 yaş aralıklarında çıktığı; İstanbul içinse en güçlü olduğu yaş aralığının %45 ve %45 ile yine bu yaş aralıklarının olduğu görülmektedir. MHP'nin ise kendi içinde değerlendirildiğinde Bayburt için 18-29 ve 65 yaş ve üzeri katılımcılar arasında daha fazla desteklendiği; İstanbul'a bakıldığında ise her yaş grubunda %12-13 seviyelerinde olan oy oranının 65 yaş ve üzerinde %8 seviyesine düştüğü dikkat çekmektedir. Öncelikle karşılaştırmalı olarak bakıldığında, farklı sonuçlar veren yaş grubu ve seçmen tercihi ilişkisinin bölgelerin kendi içinde değerlendirilmesiyle daha anlaşılabilir bir hale geleceği açıktır. Bayburt'a bakıldığında, ideolojilerle yeni tanışan, dönemin verdiği enerji ile değişim taraftarı olan gençlerin siyasal açıdan bu düşüncelerini karşılayabilecek olan MHP

ve CHP'yi, bu partilerin oy oranlarının üzerinde tercih ettiği görülmektedir. AK Parti'nin en güçlü olduğu orta yaş grubunun yaş ile birlikte muhafazakârlaşan bir seçmen profilini yansıttığı ve bunun da normal olduğu kabul edilebilir. Ancak 50-64 yaş grubunda ve 65 yaş ve üzerinde MHP ve CHP oylarının yeniden toparlandığı görülmektedir. Bu yaş ilerledikçe insanların statükodan yana tavır koyan muhafazakâr bir kimliğe dönüşeceği varsayımıyla az da olsa ters düşmektedir. Bu tezatlık ise bu yaş grubunda olanların gençliklerinin Türk toplum yapısının ideolojik siyasal mücadelelerini yansıtan dönemlere denk gelmesi ve her iki partinin de yaşla veya başka bir değişkenle değişmesinin zor olduğu güçlü ideolojik dayanaklarının olmasıyla açıklanabilir. İstanbul'a bakıldığında ise katılımcıların yine genç yaş aralığı olan 18-29 kuşağında CHP ve MHP toplamına büyük destek sağladığı, AK Parti'nin 50-64 yaş aralığı hariç yaş ilerledikçe destekçilerini artırdığı görülmektedir. 18-29 ve 50-64 yaş aralığındaki katılımcıların CHP'ye desteğinin AK Parti'ye desteğinden fazla olduğu dikkat çekmektedir. Yukarıda Bayburt özelinde ifade edildiği gibi bunda ideolojik aidiyetin ve siyasal mücadeleler geçmişinin rolünün olduğu düşünülebilir.

**Tablo 17: Genel Oy Oranları ile Yaş Tercih Oranlarının Karşılaştırılması**

Önümüzdeki Pazar Seçim Olsa	Bayburt (Genel) %			İstanbul (Genel) %		
	AK Parti:70,8	CHP:2,9	MHP:21	AK Parti:45,8	CHP:39,1	MHP:11,7
<b>18-29</b>	%68	%4	%23	%40	%45	%12
<b>30-49</b>	%75	%1	%18	%47	%35	%13
<b>50-64</b>	%70	%5	%19	%41	%45	%12
<b>65 ve +</b>	%68	%0	%26	%66	%22	%8

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada cinsiyet ile gelecek seçimdeki oy tercihi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 18'de gösterilmiştir. Tabloda yer alan “oy kullanmam” seçeneğini işaretleyen kişiler çıkarılarak yeni dağılımlar grafiklerle gösterilmiştir. Grafiklerdeki yüzdeler “yaklaşık” olarak alınmıştır.

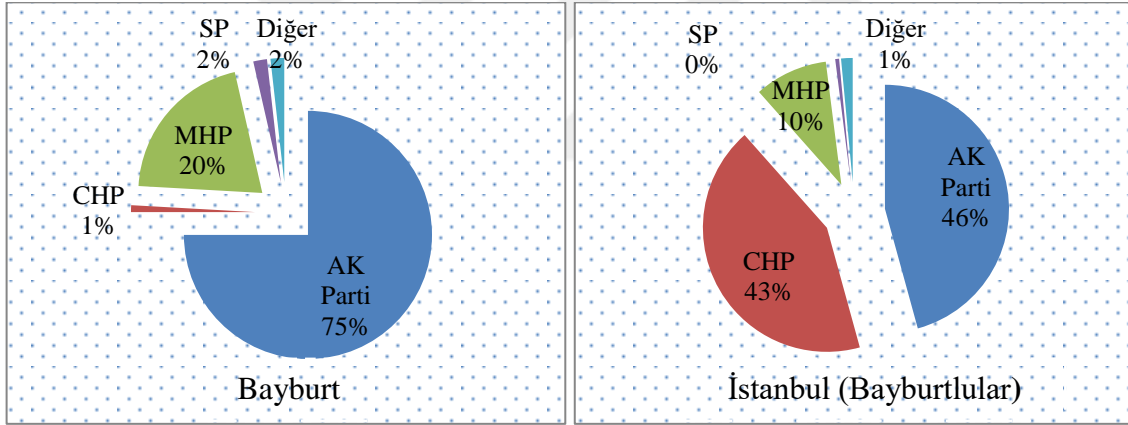
**Tablo 18: Cinsiyet ve Oy Tercihi**

BAYBURT														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>Kadın</b>	168	72,4	2	0,8	46	19,8	4	1,7	4	1,7	8	3,4	232	50,6
<b>Erkek</b>	148	64,6	11	4,8	48	21,2	7	3	8	3,5	4	1,7	226	49,3
<b>Toplam</b>	316	68,9	13	2,8	94	20,5	11	2,4	12	2,6	12	2,6	<b>458</b>	<b>100</b>

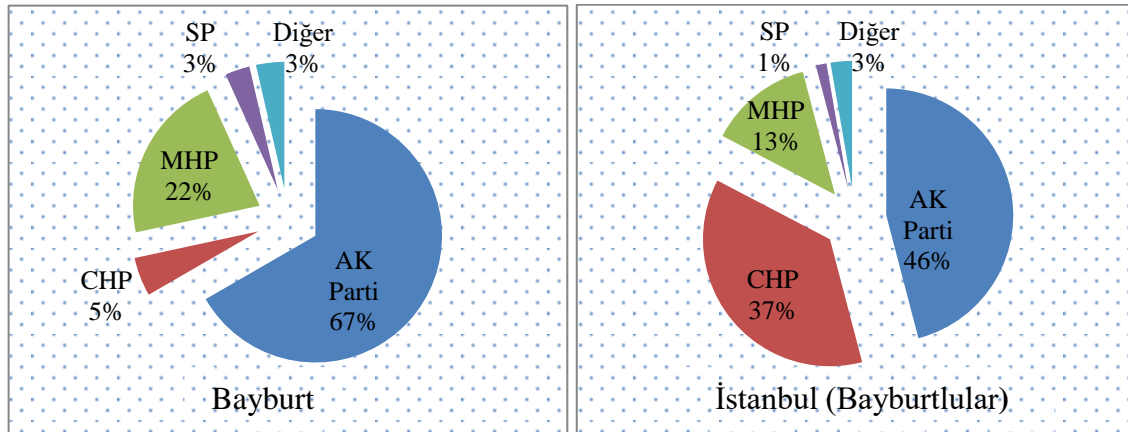
  

İSTANBUL (BAYBURTLULAR)														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>Kadın</b>	91	44,8	85	41,8	19	9,3	1	0,4	3	1,4	4	1,9	203	40,6
<b>Erkek</b>	135	45,4	108	36,3	39	13,1	4	1,3	8	2,6	3	1	297	59,4
<b>Toplam</b>	226	45,2	193	38,6	58	11,6	5	1	11	2,2	7	1,4	<b>500</b>	<b>100</b>

**Grafik 8: Cinsiyet (Kadın) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



**Grafik 9: Cinsiyet (Erkek) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



Grafik 8’de görüldüğü gibi olası bir seçimde Bayburt’taki kadın katılımcıların %75’inin AK Parti’yi, %20’sinin MHP’yi ve sadece %1’inin CHP’yi tercih edeceği görülmektedir. İstanbul’daki kadın katılımcıların ise %46’sının AK Parti, %43’ünün CHP ve %10’unun MHP lehinde oy kullanacakları analiz edilmektedir.

Grafik 9’da gösterilen erkek katılımcılara bakıldığında ise Bayburt için AK Parti’nin %67, MHP’nin %22 ve CHP’nin %5; İstanbul için AK Parti’nin %46, CHP’nin %37 ve MHP’nin %13 oy alacağı varsayılmaktadır. Karşılaştırmalı olarak analiz edildiğinde gerek kadın gerek erkek katılımcıların çoğunluğunun hem Bayburt’ta hem de İstanbul’da AK Parti’yi tercih ettiği ancak kadınlarda bu oranın daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durum, teoride belirtildiği gibi kadınların daha muhafazakâr ve statükodan yana siyasal davranış sergiledikleri varsayımıyla örtüşmektedir.

**Tablo 19: Genel Oy Oranları ile Cinsiyet Tercih Oranlarının Karşılaştırılması**

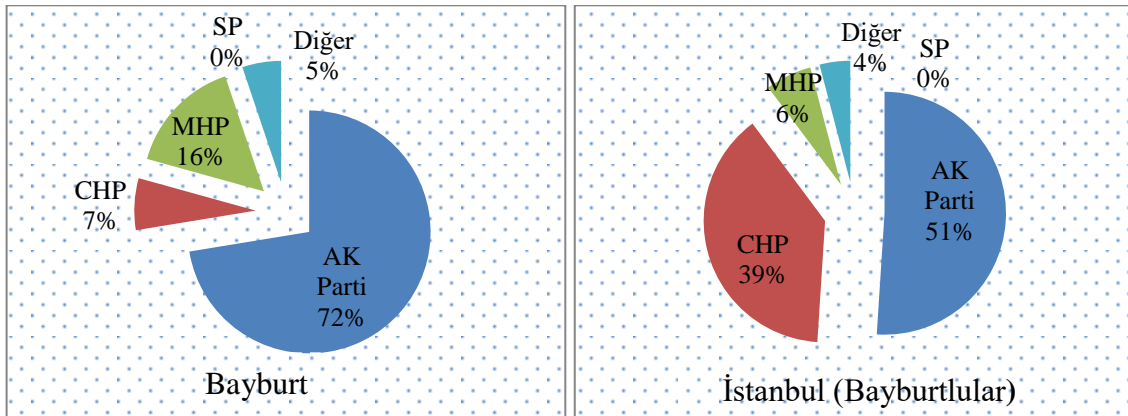
Önümüzdeki Pazar Seçim Olsa	Bayburt (Genel) %			İstanbul (Genel) %		
	AK Parti:70,8	CHP:2,9	MHP:21	AK Parti: 45,8	CHP: 39,1	MHP: 11,7
<b>Kadın</b>	%75	%1	%20	%46	%43	%10
<b>Erkek</b>	%67	%5	:%22	%46	%37	%13

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada meslek ile gelecek seçimdeki oy tercihi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 20’de gösterilmiştir. Tabloda yer alan “oy kullanmam” seçeneğini işaretleyen kişiler çıkarılarak yeni dağılımlar grafiklerle gösterilmiştir. Grafiklerdeki yüzdeler “yaklaşık” olarak alınmıştır.

**Tablo 20: Meslek ve Oy Tercihii**

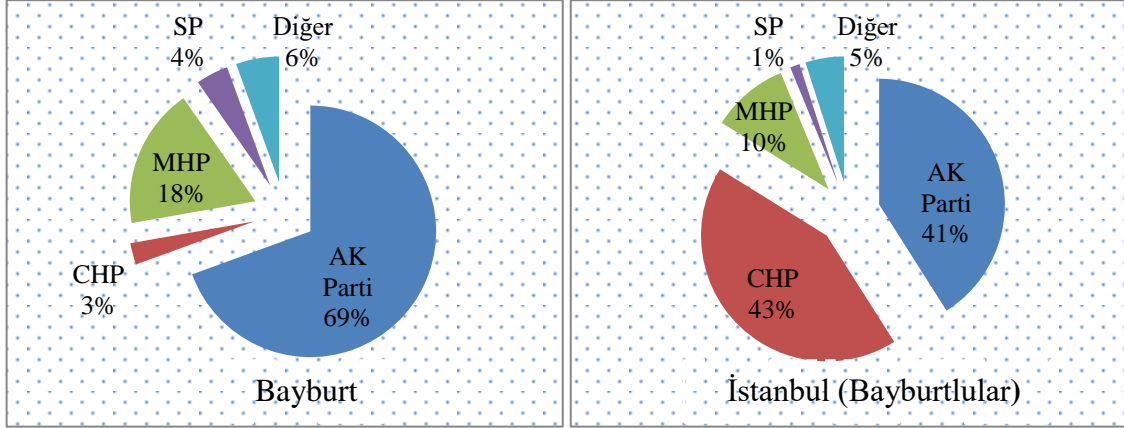
BAYBURT														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>İşçi</b>	42	72,4	4	6,8	9	15,5	0	0	3	5,1	0	0	58	12,6
<b>Memur</b>	50	67,5	2	2,7	13	17,5	3	4	4	5,4	2	2,7	74	16,1
<b>Esnaf</b>	32	60,3	0	0	16	30,1	3	5,6	1	1,8	1	1,8	53	11,5
<b>Emekli</b>	20	62,5	2	6,2	8	25	1	3,1	0	0	1	3,1	32	4,2
<b>Ev Hanımı</b>	84	76,3	0	0	18	16,3	0	0	3	2,7	5	4,5	110	24
<b>Öğrenci</b>	67	67	5	5	23	23	3	3	0	0	2	2	100	21,8
<b>S.Meslek</b>	10	52,6	0	0	7	36,8	0	0	1	5,2	1	5,2	19	4,1
<b>İşsiz</b>	11	91,6	0	0	0	0	1	8,3	0	0	0	0	12	2,6
<b>Toplam</b>	316	68,9	13	2,8	94	20,5	11	2,4	12	2,6	12	2,6	458	100
İSTANBUL (BAYBURTLULAR)														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>İşçi</b>	25	51	19	38,7	3	6,1	0	0	2	4	0	0	49	9,8
<b>Memur</b>	66	40,7	69	42,5	16	9,8	2	1,2	8	4,9	1	0,6	162	32,4
<b>Esnaf</b>	57	45,9	45	36,2	17	13,7	1	0,8	0	0	4	3,2	124	24,8
<b>Emekli</b>	16	47	14	41,1	4	11,7	0	0	0	0	0	0	34	6,8
<b>Ev Hanımı</b>	32	50	21	32,8	11	17,1	0	0	0	0	0	0	64	12,8
<b>Öğrenci</b>	16	39	23	56	0	0	2	4,8	0	0	0	0	41	8,2
<b>S.Meslek</b>	10	50	0	0	7	35	0	0	1	5	2	10	20	4
<b>İşsiz</b>	4	66,6	2	33,3	0	0	0	0	0	0	0	0	6	1,2
<b>Toplam</b>	226	45,2	193	38,6	58	11,6	5	1	11	2,2	7	1,4	500	100

**Grafik 10: Meslek (İşçi) ve Oy Tercihleri Dağılımı**

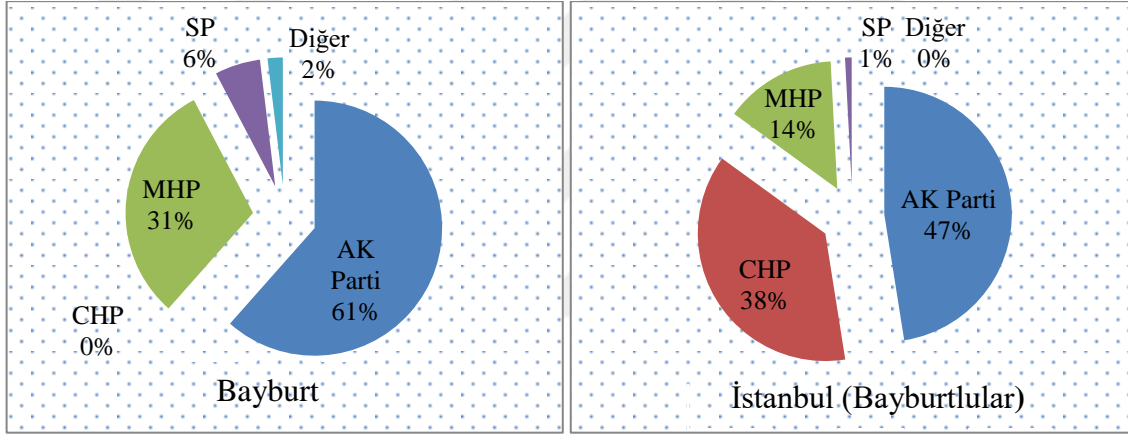




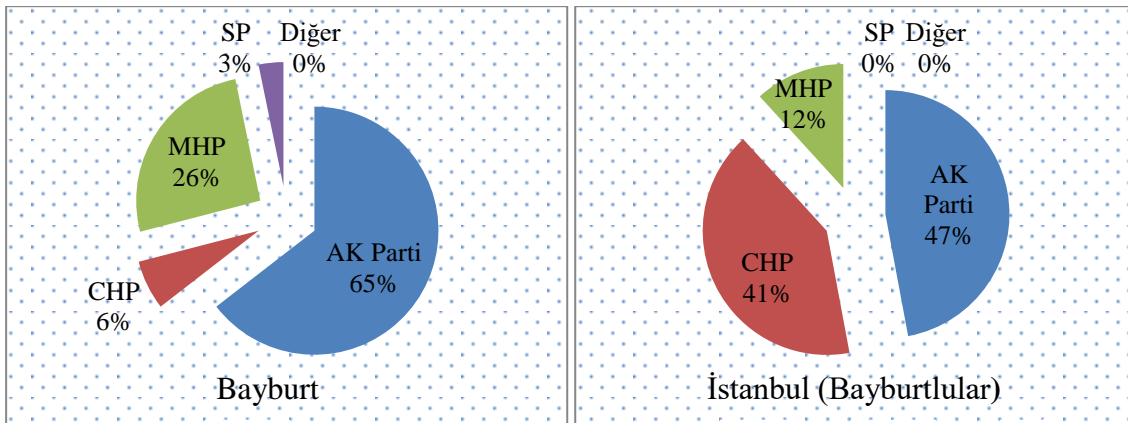
**Grafik 11: Meslek (Memur) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



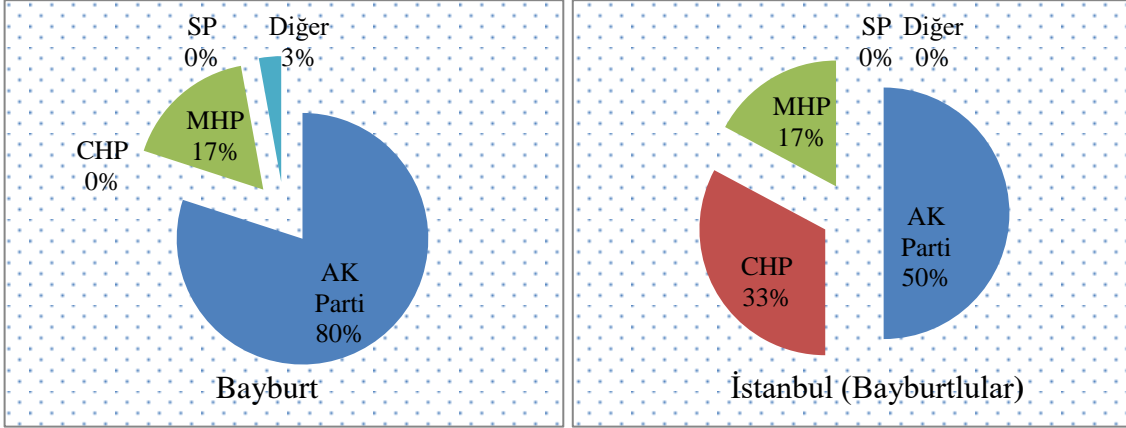
**Grafik 12: Meslek (Esnaf) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



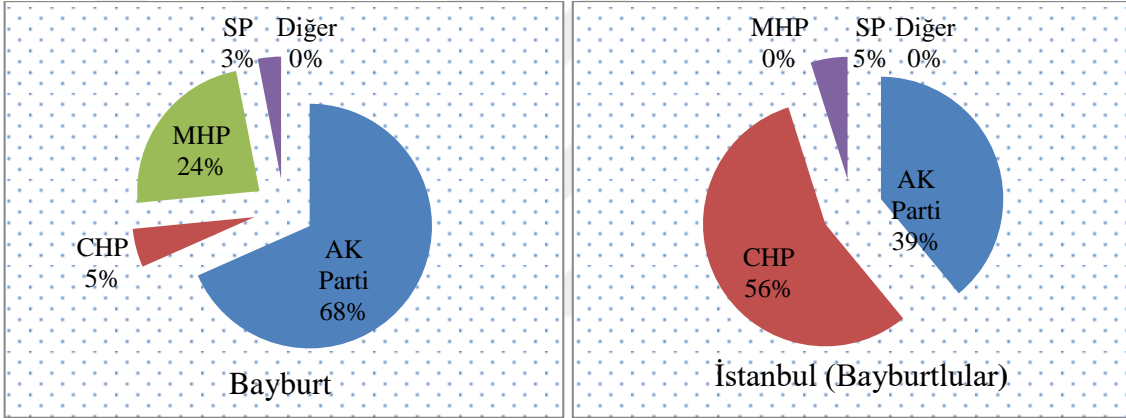
**Grafik 13: Meslek (Emekli) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



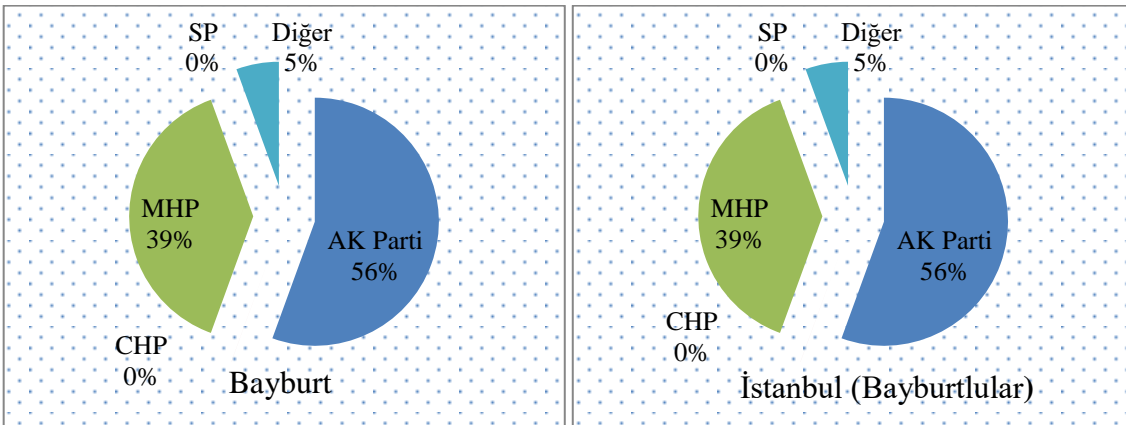
**Grafik 14: Meslek (Ev Hanımı) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



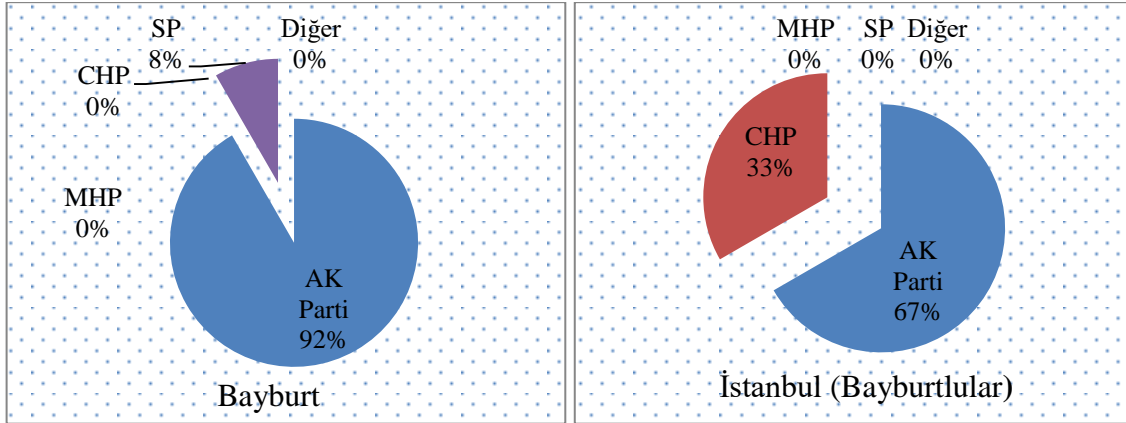
**Grafik 15: Meslek (Öğrenci) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



**Grafik 16: Meslek (Serbest Meslek) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



**Grafik 17: Meslek (İşsiz) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



Grafik 10'da görüldüğü gibi olası bir seçimde mesleği işçi olan katılımcılardan Bayburt'ta olanların %72 oranında AK Parti'yi, %6 oranında MHP'yi ve %7 oranında CHP'yi destekleyeceği analiz edilmiştir. İstanbul'daki katılımcıların ise olası bir seçimde %51'i AK Parti'yi, %39'u CHP'yi ve %6'sı MHP'yi tercih edecektir. İşçi sınıfının sosyal demokrasi çizgisinde siyaset yapan sol partileri tercih edeceği varsayılrsa da Bayburtlu işçiler için bu durumun geçerli olmadığı görülmektedir. Bunun nedeni diğer farklı değişkenlerin ve merkez sağda yer alan AK Parti'nin uyguladığı sosyal politikaların etkisi olabilir. Ancak yine de Bayburt'taki CHP oylarına bakıldığında işçilerin tercih oranlarının, genel tercih oranlardan yaklaşık 4 puan fazla olduğu görülmektedir.

Grafik 11'e bakıldığında, çalışmaya katılan Bayburt'taki memur katılımcıların %69 oranında AK Parti'yi, %18 oranında MHP'yi ve %3 oranında CHP'yi; İstanbul'daki memur katılımcıların %43 oranında CHP'yi, %41 oranında AK Parti'yi ve %10 oranında MHP'yi olası bir seçimde tercih edecekleri görülmektedir. Grafik 11'den dikkat çeken önemli bir detay İstanbul'daki katılımcılar için genel oranlarda AK Parti'nin gerisinde olan CHP'nin memur oylarında AK Parti'nin üzerinde yer almasıdır.

Grafik 12'ye bakıldığında, esnaf oylarının olası bir seçimde Bayburt için %61 oranında AK Parti'ye, %31 oranında MHP'ye; İstanbul için %47 oranında AK Parti'ye, %38 oranında CHP'ye ve %14 oranında MHP'ye gideceği varsayılmaktadır. Tabloda dikkat çeken önemli noktalardan biri Bayburt'taki esnafın MHP tercih oranının, genel MHP oranından yaklaşık 10 puan fazla olmasıdır. İşçi ve memur açısından genel

ortalamaya eşit veya bu ortalamadan fazla olan CHP oylarının esnaf açısından bu ortalamanın altında kaldığı görülmektedir.

Grafik 13'e bakıldığında, emeklilerin olası bir seçimde Bayburt'taki katılımcılar için %65 oranında AK Parti'yi, %26 oranında MHP'yi ve %6 oranında CHP'yi tercih edecekleri; İstanbul'daki katılımcılar içinse %47 oranında AK Parti, %41 oranında CHP ve %12 oranında MHP'yi tercih edecekleri görülmektedir.

Grafik 14'e bakıldığında olası bir seçimde Bayburt'taki ev hanımlarının %80 gibi yüksek bir oranda AK Parti'yi tercih edeceklerini belirtmeleri dikkat çekmektedir. Bu katılımcılar arasında MHP'yi tercih edecek olanların oranı ise %17'dir. İstanbul'daki Bayburtlu ev hanımlarının %50'sinin AK Parti'yi, %33'ünün CHP'yi ve %17'sinin MHP'yi tercih edecekleri görülmektedir. Bu veriler kamusal alandan uzak kalan kadınların daha tutucu ve muhafazakâr kimliğe sahip sağ seçmen profilinde olacağı varsayımıyla örtüşmektedir.

Grafik 15'e bakıldığında, olası bir seçimde Bayburt'taki öğrenci katılımcıların %68'inin AK Parti'yi, %24'ünün MHP'yi ve %5'inin CHP'yi tercih edecekleri ve bunun CHP ve MHP'deki küçük yükselişler göz ardı edildiğinde genel oranlara yakın olduğu ancak İstanbul'daki durumun oldukça farklı olduğu görülmektedir. İlginç şekilde öğrenci katılımcılar arasında MHP'yi tercih edeceklerin bulunmadığı İstanbul'da, öğrencilerin %56'sı tarafından CHP'nin tercih edileceği görülmektedir. AK Parti'de ise bu oran %39'dur.

Grafik 16'ya bakıldığında, olası bir seçimde Bayburt'taki ve İstanbul'daki serbest meslek mensubu katılımcıların tercih oranlarının benzer olduğu dikkat çekmektedir. Her iki bölgede de AK Parti'nin %56 ve MHP'nin %39 oy alacağı analiz edilmiştir. Serbest meslek sahiplerinin MHP'yi tercih etme oranları genel oranlarla kıyaslandığında yaklaşık olarak Bayburt için iki, İstanbul için üç katı fazla olduğu görülmektedir.

Grafik 17'e bakıldığında, olası bir seçimde işsiz katılımcıların Bayburt için %92'si AK Parti'yi tercih edeceği; İstanbul için ise %67 oranında AK Parti ve %33 oranında CHP'yi tercih edecekleri görülmektedir. Aslında işsiz olan vatandaşların yeni iş imkanları

için siyasi değişimden yana tavır koymaları yani iktidar dışında alternatif siyasi partilere yönelmeleri beklenirken bunun Bayburtlu işsizler için geçerli olmadığı görülmektedir. Bunun nedeni ise işsiz bireylerin, farklı etkenlerin de etkisi altında karar vermesi ve iş bulma açısından mevcut iktidarı alternatifsiz bir umut olarak görmesinden kaynaklanabilir.

**Tablo 21: Genel Oy Oranları ile Meslek Tercih Oranlarının Karşılaştırılması**

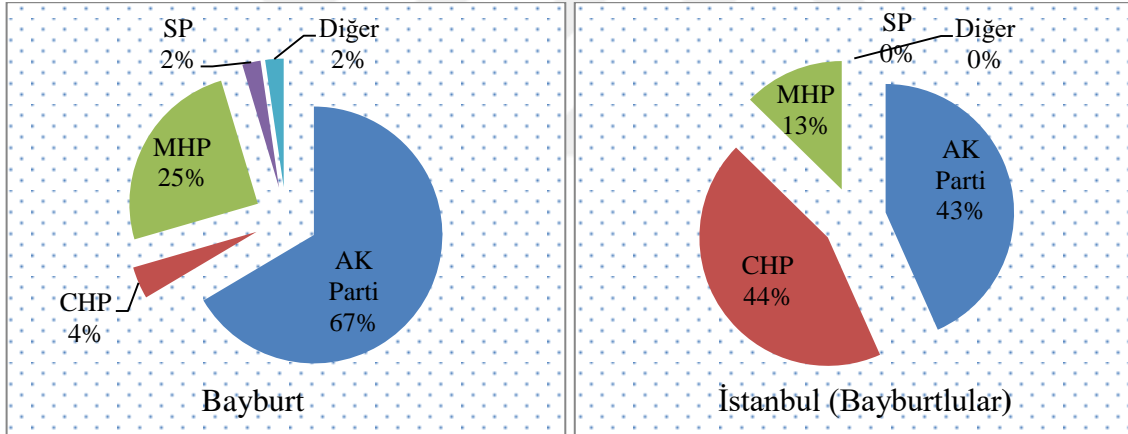
Önümüzdeki Pazar Seçim Olsa	Bayburt (Genel) %			İstanbul (Genel) %		
	AK Parti:70,8	CHP:2,9	MHP:21	AK Parti:45,8	CHP:39,1	MHP:11,7
<b>İşçi</b>	%72	%7	%16	%51	%39	%6
<b>Memur</b>	%69	%3	%18	%41	%43	%10
<b>Esnaf</b>	%61	%0	%31	%47	%38	%14
<b>Emekli</b>	%65	%6	%26	%47	%41	%12
<b>Ev Hanımı</b>	%80	%0	%17	%50	%33	%17
<b>Öğrenci</b>	%68	%5	%24	%39	%56	%0
<b>S. Meslek</b>	%56	%0	%39	%56	%0	%39
<b>İşsiz</b>	%92	%0	%0	%67	%33	%0

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada medeni durum ile gelecek seçimdeki oy tercihi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 22’de gösterilmiştir. Tabloda yer alan “oy kullanmam” seçeneğini işaretleyen kişiler çıkarılarak yeni dağılımlar grafiklerle gösterilmiştir. Grafiklerdeki yüzdeler “yaklaşık” olarak alınmıştır.

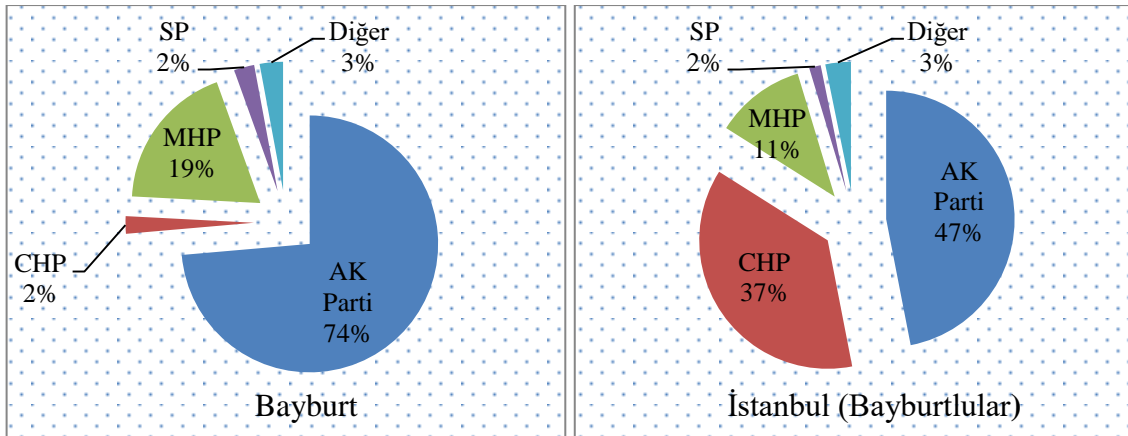
**Tablo 22: Medeni Durum ve Oy Tercihi**

BAYBURT														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>Bekâr</b>	115	64,9	7	3,9	43	24,2	4	2,2	4	2,2	4	2,2	177	38,6
<b>Evli</b>	201	71,5	6	2,1	51	18,1	7	2,4	8	2,8	8	2,8	281	61,3
<b>Toplam</b>	316	68,9	13	2,8	94	20,5	11	2,4	12	2,6	12	2,6	<b>458</b>	<b>100</b>
İSTANBUL (BAYBURTLULAR)														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>Bekâr</b>	65	42,7	66	43,4	19	12,5	0	0	0	0	2	1,3	152	30,4
<b>Evli</b>	161	46,2	127	36,4	39	11,2	5	1,4	11	3,1	5	1,4	348	69,6
<b>Toplam</b>	226	45,2	193	38,6	58	11,6	5	1	11	2,2	7	1,4	<b>500</b>	<b>100</b>

**Grafik 18: Medeni Durum (Bekâr) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



**Grafik 19: Medeni Durum (Evli) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



Grafik 18’de görüldüğü gibi oy kullanmayacaklar çıkarıldığında olası bir seçimde Bayburt’taki bekâr katılımcıların %67’si AK Parti’yi, %25’i MHP’yi ve %4’ü CHP’yi tercih edecekken; İstanbul’daki bekâr katılımcıların %43’ü AK Parti’yi, %44’ü CHP’yi ve %13’ü MHP’yi tercih edecektir.

Grafik 19’da gösterilen evlilere bakıldığında ise, Bayburt için %74 AK Parti, %19 MHP ve %2 CHP; İstanbul için %47 AK Parti, %37 CHP ve %11 MHP lehine oy kullanacağı tespit edilmiştir.

Tablo ve grafiklere detaylı bakıldığında, genel oranlara kıyasla evli katılımcıların biraz daha AK Parti’yi, bekâr katılımcıların ise biraz daha CHP ve MHP’yi tercih ettikleri analiz edilmiştir. Bunun farklı sebepleri olmakla birlikte en önemli nedenlerinden biri bekâr olma olasılığı yüksek 18-29 yaş grubunda bu iki partiyi destekleme oranlarının genel oy oranlarının üzerinde olmasıdır.

**Tablo 23: Genel Oy Oranları ile Medeni Durum Tercih Oranlarının Karşılaştırılması**

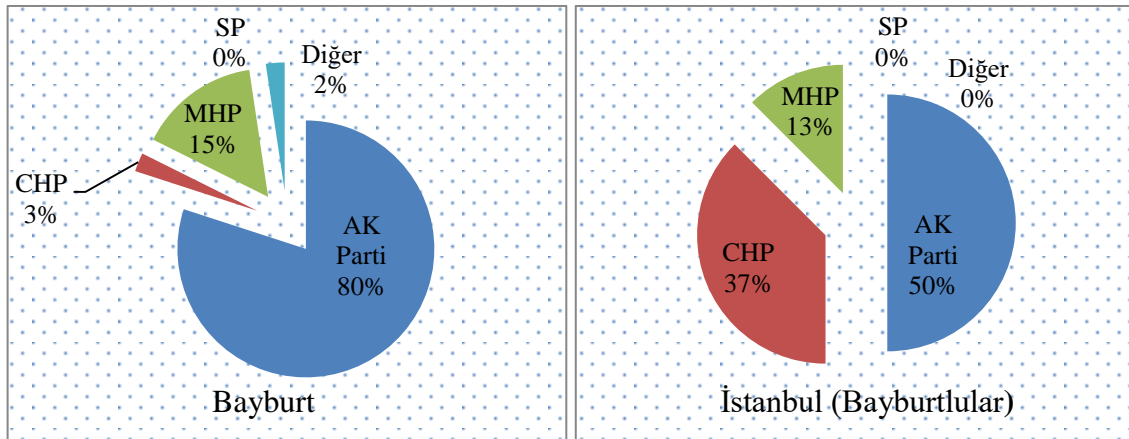
Önümüzdeki Pazar Seçim Olsa	Bayburt (Genel) %			İstanbul (Genel) %		
	AK Parti:70,8	CHP:2,9	MHP:21	AK Parti:45,8	CHP:39,1	MHP:11,7
<b>Kadın</b>	%67	%4	%25	%43	%44	%13
<b>Erkek</b>	%74	%2	%19	%47	%37	%11

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada eğitim ile gelecek seçimdeki oy tercihi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 24’te gösterilmiştir. Tabloda yer alan “oy kullanmam” seçeneğini işaretleyen kişiler çıkarılarak yeni dağılımlar grafiklerle gösterilmiştir. Grafiklerdeki yüzdelik dilimler “yaklaşık” olarak alınmıştır.

**Tablo 24: Eğitim ve Oy Tercih**

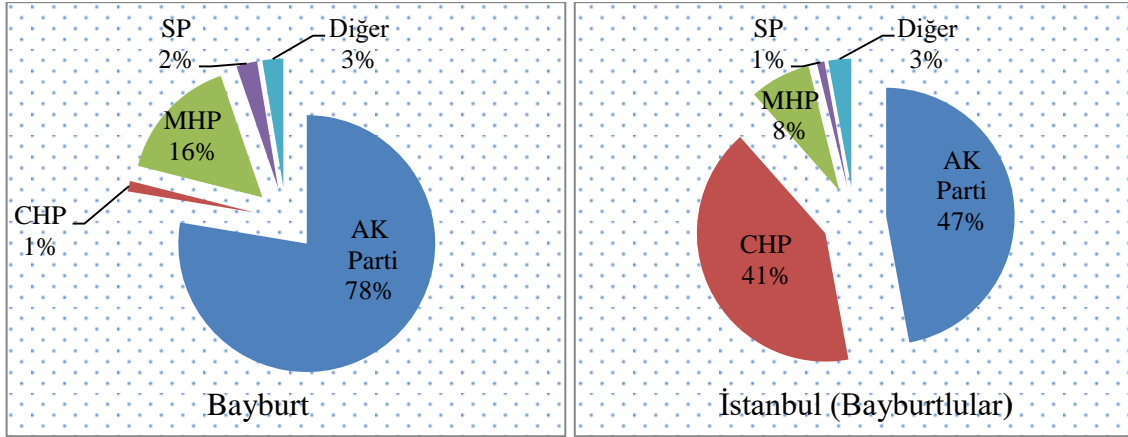
BAYBURT														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>OYD</b>	12	80	0	0	2	13,3	0	0	1	6,6	0	0	15	3,2
<b>İlkokul</b>	56	76,7	2	2,7	11	15	0	0	1	1,3	3	4,1	73	15,9
<b>OO</b>	59	75,6	1	1,2	12	15,3	2	2,5	2	2,5	2	2,5	78	17
<b>Lise</b>	93	63,2	7	4,7	36	24,4	5	3,4	5	3,4	1	0,6	147	32
<b>Y.O/Üni.</b>	90	65,6	3	2,1	33	24	4	2,9	2	1,4	5	3,6	137	29,9
<b>YL/Dok</b>	6	75	0	0	0	0	0	0	1	12,5	1	12,5	8	1,7
	316	68,9	13	2,8	94	20,5	11	2,4	12	2,6	12	2,6	458	100
İSTANBUL (BAYBURTLULAR)														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>OYD</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>İlkokul</b>	24	50	18	37,5	6	12,5	0	0	0	0	0	0	48	9,6
<b>OO</b>	49	47,1	43	41,3	8	7,6	1	0,9	3	2,8	0	0	104	20,8
<b>Lise</b>	77	46,3	46	27,7	36	21,6	1	0,6	5	3	1	0,6	166	33,2
<b>Y.O/Üni.</b>	72	41,3	83	47,7	8	4,5	3	1,7	2	1,1	6	3,4	174	34,8
<b>YL/Dok</b>	4	50	3	37,5	0	0	0	0	1	12,5	0	0	8	1,6
<b>Toplam</b>	226	45,2	193	38,6	58	11,6	5	1	11	2,2	7	1,4	500	100

**Grafik 20: Eğitim (Okur Yazar Değil ve İlkokul) ve Oy Tercihleri Dağılımı**

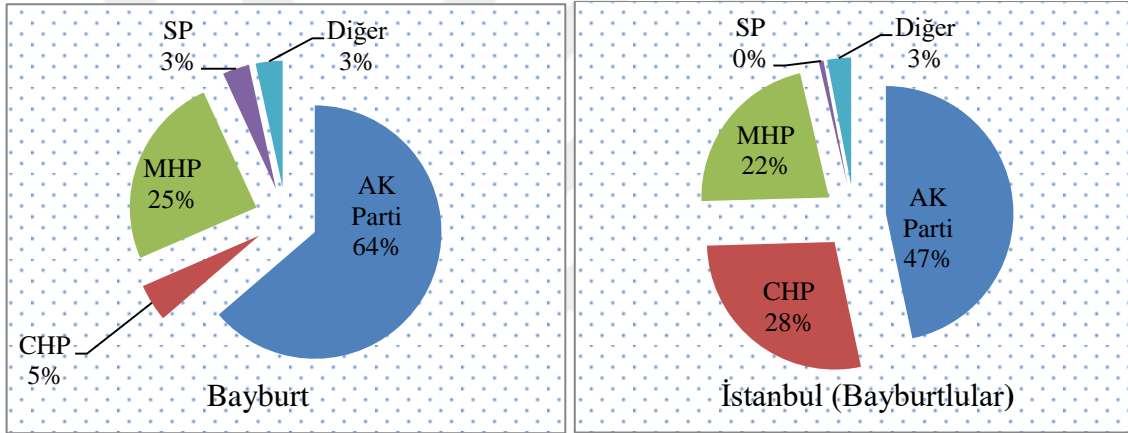




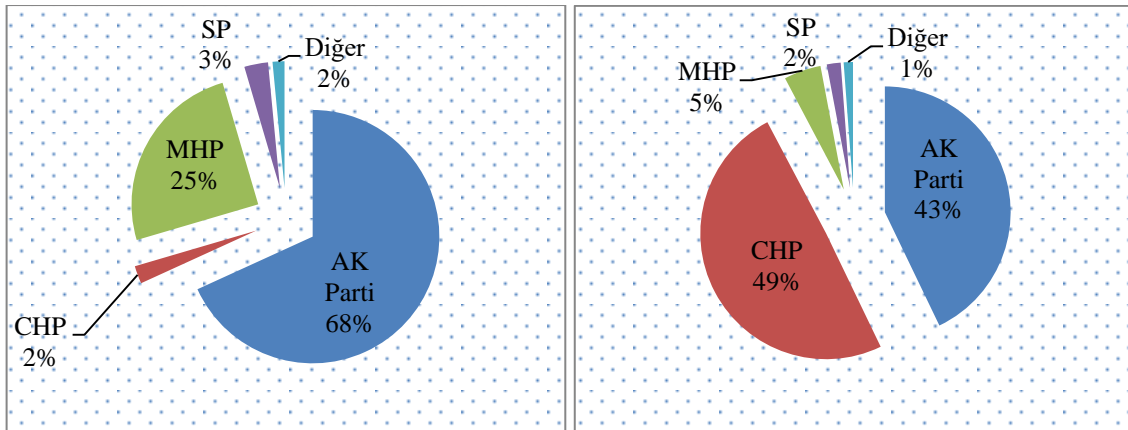
**Grafik 21: Eğitim (Ortaokul) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



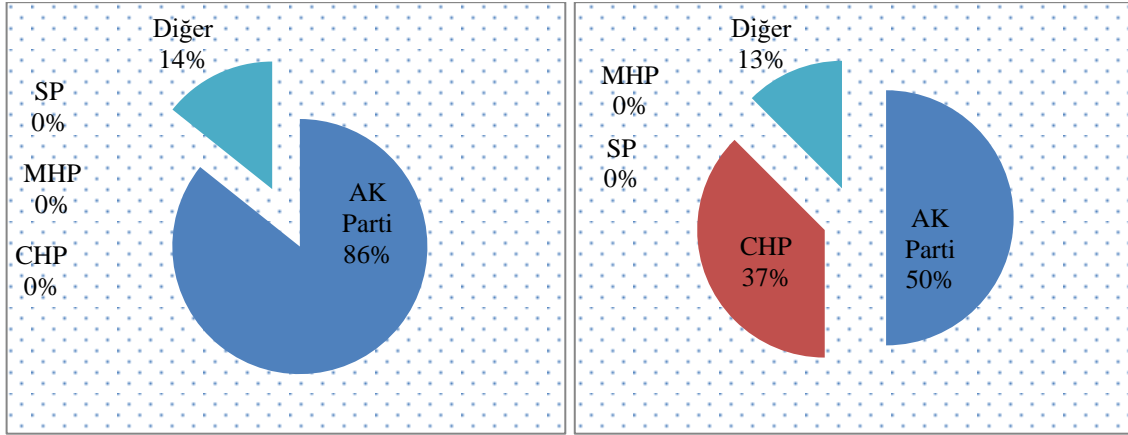
**Grafik 22: Eğitim (Lise) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



**Grafik 23: Eğitim (Yüksek Okul/Üniversite) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



**Grafik 24: Eğitim (Yüksek Lisans/Doktora) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



Grafik 20’de görüldüğü gibi olası bir seçimde okuryazar olmayan ve ilkokul mezunu olan katılımcılardan Bayburt için %80’i AK Parti’yi, %15’i MHP’yi ve %3’ü CHP’yi tercih edeceği tespit edilmiştir. İstanbul içinse bu oranlar AK Parti %50, CHP %37 ve MHP %13 şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu oranlar, genel oranla kıyaslandığında bu eğitim seviyesinde AK Parti destekçilerinin yüksek olduğu CHP ve MHP destekçilerinin ise daha düşük olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyinin düşük olduğu bireylerde, bireyin daha statükocu ve güven düşüncesiyle istikrardan yana tavır koyacağı varsayımının burada az da olsa geçerli olduğu söylenebilir.

Grafik 21’de gösterilen ortaokul eğitim düzeyine sahip katılımcılardan olası bir seçimde Bayburt için %78’i AK Parti’yi, %16’sı MHP’yi ve %1’i CHP’yi tercih ederken; İstanbul için bu oranlar sırasıyla %47, %8 ve %41 şeklinde değişmektedir. Bir önceki eğitim grubu gibi bu eğitim düzeyinde de çoğunluğun tercihi AK Parti’den yanadır. Ancak İlkokul ve okuryazar olmayan grupla karşılaştırıldığında az da olsa AK Parti oylarının düştüğü görülmektedir.

Grafik 22’de görüldüğü gibi lise eğitim düzeyine sahip katılımcılardan olası bir seçimde Bayburt için %64’ü AK Parti’yi, %25’i MHP’yi ve %5’i CHP’yi tercih edecektir. İstanbul içinse katılımcıların %47’si AK Parti, %28’i CHP ve %22’si MHP lehine oy kullanmayı düşünmektedir. Yine bu şekilde de AK Parti oylarının Bayburt için düştüğü, İstanbul için aynı kaldığı, MHP oylarının her iki bölge için de arttığı görülmektedir. CHP oylarıyla ilgili ise tutarlı bir yorum yapmak oldukça zordur.

Grafik 23'te görüldüğü gibi olası bir seçimde yükseköğretim/üniversite eğitim düzeyine sahip katılımcılardan Bayburt için %68 AK Parti'yi, % 25'i MHP ve %2'si CHP'yi tercih edeceklerini ifade etmişlerdir. İstanbul içinse katılımcılardan %43'ü AK Parti'ye, %49'u CHP'ye ve %5'i MHP'ye oy vereceğini belirtmiştir.

Grafik 24'de gösterildiği gibi lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcılardan olası bir seçimde Bayburt için %86'sı AK Parti'ye oy vereceğini belirtmişlerdir. İstanbul'daki aynı eğitim düzeyine sahip katılımcıların ise %50'si AK Parti'den ve %37'si CHP'den yana oy kullanacağını ifade etmişlerdir.

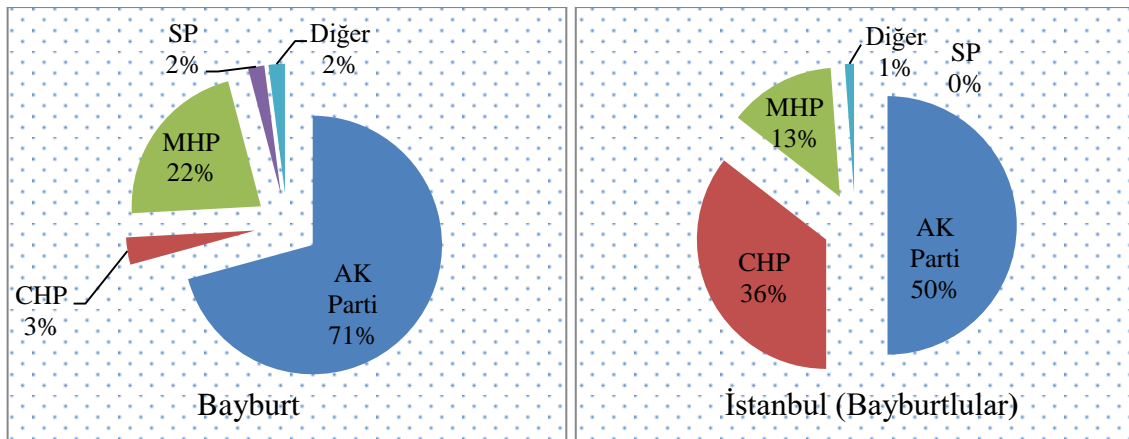
**Tablo 25: Genel Oy Oranları ile Eğitim Durumu Tercih Oranlarının Karşılaştırılması**

Önümüzdeki Pazar Seçim Olsa	Bayburt (Genel) %			İstanbul (Genel) %		
	AK Parti:70,8	CHP:2,9	MHP:21	AK Parti:45,8	CHP:39,1	MHP:11,7
<b>İlkokul ve -</b>	%80	%3	%15	%50	%37	%13
<b>OO</b>	%78	%1	%16	%47	%41	%8
<b>Lise</b>	%64	%5	%25	%47	%28	%22
<b>Y.O/Üni.</b>	%68	%2	%25	%43	%49	%5
<b>YL/Dok</b>	%86	%0	%0	%50	%37	%0

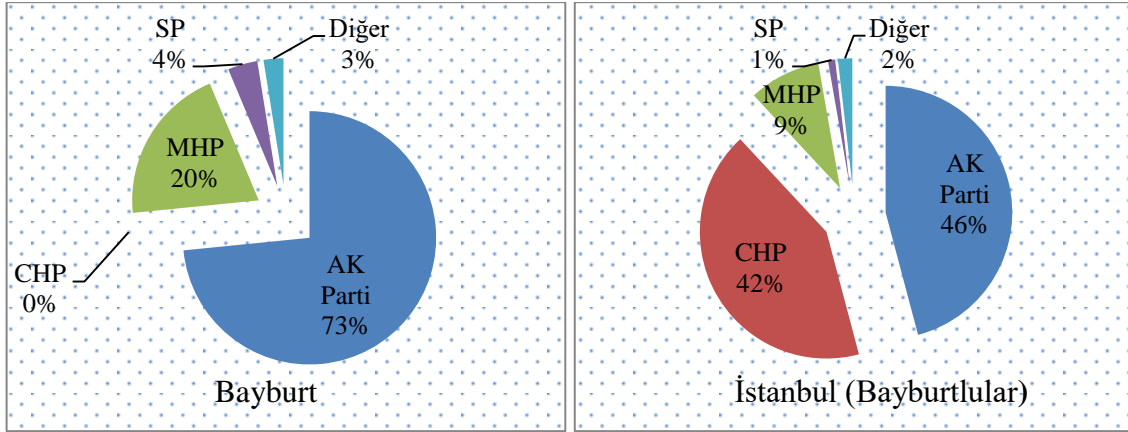
Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada gelir ile gelecek seçimdeki oy tercihi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 26'da gösterilmiştir. Tabloda yer alan “oy kullanmam” seçeneğini işaretleyen kişiler çıkarılarak yeni dağılımlar grafiklerle gösterilmiştir. Grafiklerdeki yüzdelik dilimler “yaklaşık” olarak alınmıştır.

**Tablo 26: Gelir ve Oy Tercihi**

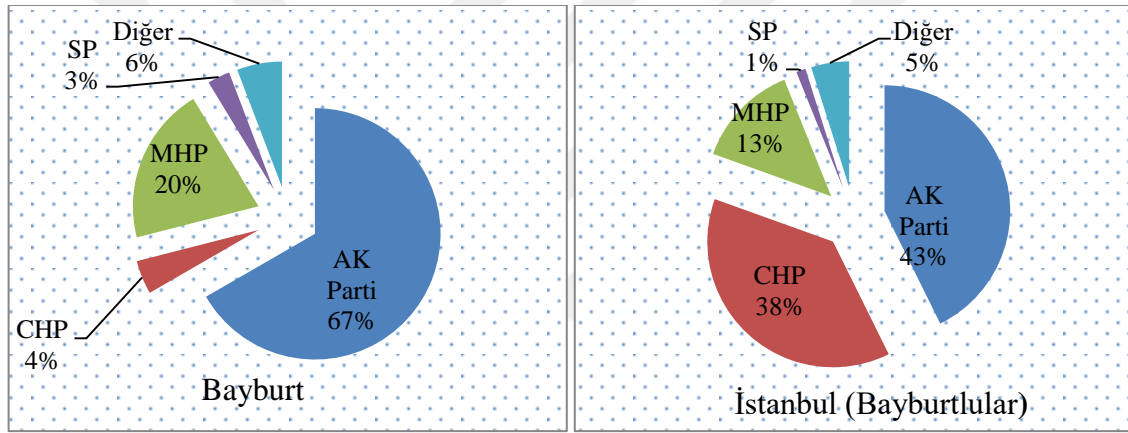
BAYBURT														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
AÜ (-)	154	70,13	7	3,1	43	19,6	5	2,2	4	1,8	6	2,7	219	47,8
AÜ	54	65,8	3	3,6	21	25,6	1	1,2	2	2,4	1	1,2	82	17,9
1405-2500TL	58	71,6	0	0	16	19,7	3	3,7	2	2,4	2	2,4	81	17,6
2501-5000TL	46	63,8	3	4,1	14	19,4	2	2,7	4	5,5	3	4,1	72	15,7
5001TL +	4	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0,8
Toplam	316	68,9	13	2,8	94	20,5	11	2,4	12	2,6	12	2,6	458	100
İSTANBUL (BAYBURTLULAR)														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
AÜ (-)	59	45,3	46	35,3	20	15,3	0	0	2	1,5	3	2,3	130	26
AÜ	72	52,9	47	34,5	15	11	0	0	1	0,7	1	0,7	136	87,2
1405-2500TL	50	45	46	41,4	10	9	1	0,9	2	1,8	2	1,8	111	22,2
2501-5000TL	35	42,6	31	37,8	11	13,4	1	1,2	4	4,8	0	0	82	16,4
5001TL +	10	24,3	23	56	2	4,8	3	7,3	2	4,8	1	2,4	41	8,2
Toplam	226	45,2	193	38,6	58	11,6	5	1	11	2,2	7	1,4	500	100

**Grafik 25: Gelir (Asgari Ücret Altı ve Asgari Ücret) ve Oy Tercihleri Dağılımı**

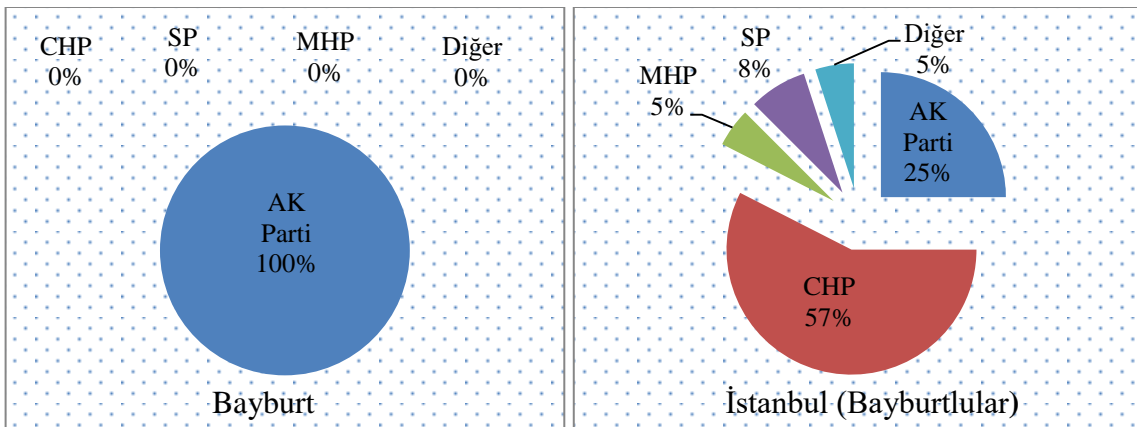
**Grafik 26: Gelir (1405-2500 Arası) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



**Grafik 27: Gelir (2501-5000 Arası) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



**Grafik 28: Gelir (5001 ve Üzeri) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



Grafik 25'te görüldüğü gibi olası bir seçimde asgari ücret ve altındaki katılımcıların Bayburt için %71'i AK Parti'yi, %22'si MHP'yi ve %3'ü CHP'yi tercih edeceğini belirtirken; İstanbul için %50 AK Parti, %36 CHP ve %13 MHP lehine oy vereceğini ifade

etmişlerdir. Ekonomik olarak toplumun alt sınıfında yer alan bu gelir grubunun yeni bir hükümetten yana değil de mevcut iktidardan yana tavır koymaları ilginç olsa da bunun farklı nedenleri olabilir. Örneğin bu kişilerin bir kısmını oluşturan öğrenci grubu için oy tercihinde daha farklı faktörlerin etkisinin olması, bir diğeri asgari ücret tutarında gelir elde eden katılımcıların bir kısmının İŞKUR vasıtasıyla iş bulmaları ve bunu hükümetin bir tasarrufu olarak görmeleri olabilir. Yine mevcut gelir durumunun hükümet değişikliği ile değişmeyeceğine olan inanç da mevcut iktidarın desteklenmesiyle sonuçlanabilir.

Grafik 26'da görüldüğü gibi olası bir seçimde 1405-2500TL arası gelir grubuna ait katılımcıların Bayburt için %73'ü AK Parti'yi, %20'si MHP'yi tercih edecektir. İstanbul için ise AK Parti'nin oy oranını %46, CHP'nin %42 ve MHP'nin %9 olacağı tahmin edilmektedir. Yine bu gelir grubunda da AK Parti'nin daha fazla tercih edildiği görülmektedir.

Grafik 27'de görüldüğü gibi olası bir seçimde 2501-5000TL arası gelir grubuna ait katılımcıların Bayburt için %67 oranında AK Parti'yi, %20 MHP'yi ve %4 CHP'yi tercih ederken; İstanbul için bu oranlar sırasıyla %43, %13 ve %38 şeklinde görülecektir.

Grafik 28'de görüldüğü gibi olası bir seçimde 5001TL ve üzeri gelir grubuna ait katılımcıların Bayburt için tamamı AK Parti'yi tercih ederken; İstanbul için bu gelir grubundakilerin AK Parti'yi destek oranı %25, CHP'yi destek oranı %57 ve MHP'yi destek oranı %5'tir. Burada dikkat çeken husus Bayburt için %100 gibi bir oranın çıkmasıdır. Ancak bu oranın Bayburt'taki katılımcılar arasında bulunan bu gelir grubuna ait toplam 4 kişi üzerinden hesaplandığı göz önünde tutulmalıdır. Bu sayı, bilimsel bir çalışmada istatistiksel bir veri için oldukça düşüktür.

**Tablo 27: Genel Oy Oranları ile Gelir Durumu Tercih Oranlarının Karşılaştırılması**

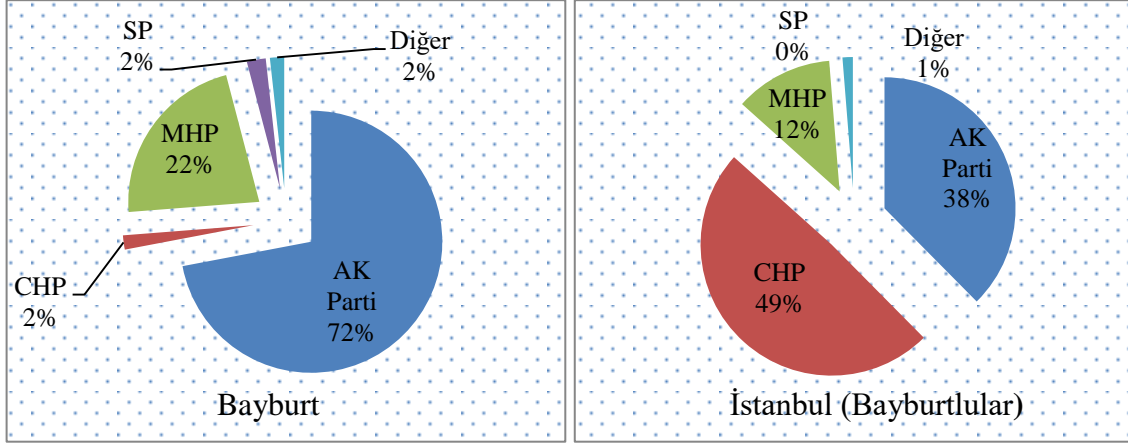
Önümüzdeki Pazar Seçim Olsa	Bayburt (Genel) %			İstanbul (Genel) %		
	AK Parti:70,8	CHP:2,9	MHP:21	AK Parti:45,8	CHP:39,1	MHP:11,7
AÜ ve AÜ -	%71	%3	%22	%50	%36	%13
<b>1405-2500TL</b>	%73	%0	%20	%46	%42	%9
<b>2501-5000TL</b>	%67	%4	%20	%43	%38	%13
<b>5001TL +</b>	%100	%0	%0	%25	%57	%5

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada yerleşim yeri ile gelecek seçimdeki oy tercihi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 28’de gösterilmiştir. Bu soruda Bayburt’taki seçmene “Bayburt’ta nerede yaşıyorsunuz?”; İstanbul’daki Bayburtlu seçmene de “Bayburt’tayken nerede yaşıyordunuz?” sorusu sorulmuştur. Tabloda yer alan “oy kullanmam” seçeneğini işaretleyen kişiler çıkarılarak yeni dağılımlar grafiklerle gösterilmiştir. Grafiklerdeki yüzdelik dilimler “yaklaşık” olarak alınmıştır.

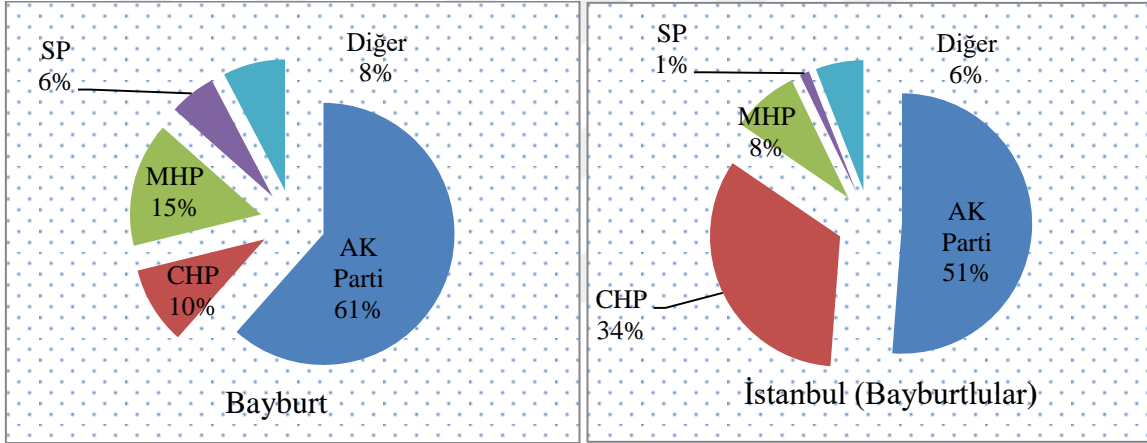
**Tablo 28: Yerleşim Yeri ve Oy Tercihi**

BAYBURT														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>İl</b>	247	69,7	6	1,6	76	21,4	8	2,2	6	1,6	11	3,1	354	77,2
<b>İlçe</b>	32	60,3	5	9,4	8	15	3	5,6	4	7,5	1	1,8	53	11,5
<b>Köy</b>	37	72,5	2	3,9	10	19,6	0	0	2	3,9	0	0	51	11,1
<b>Toplam</b>	316	68,9	13	2,8	94	20,5	11	2,4	12	2,6	12	2,6	<b>458</b>	<b>100</b>
İSTANBUL (BAYBURTLULAR)														
	AK Parti		CHP		MHP		SP		Diğer		Oy Kullanmam		Toplam	
	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%	kişi	%
<b>İl</b>	59	37,1	77	48,4	19	11,9	0	0	2	1,2	2	1,2	159	31,8
<b>İlçe</b>	43	50,5	28	32,9	7	8,2	1	4,7	5	5,8	1	1,1	85	17
<b>Köy</b>	124	48,4	88	34,3	32	12,5	4	1,5	4	1,5	4	1,5	256	51,2
<b>Toplam</b>	226	45,2	193	38,6	58	11,6	5	1	11	2,2	7	1,4	<b>500</b>	<b>100</b>

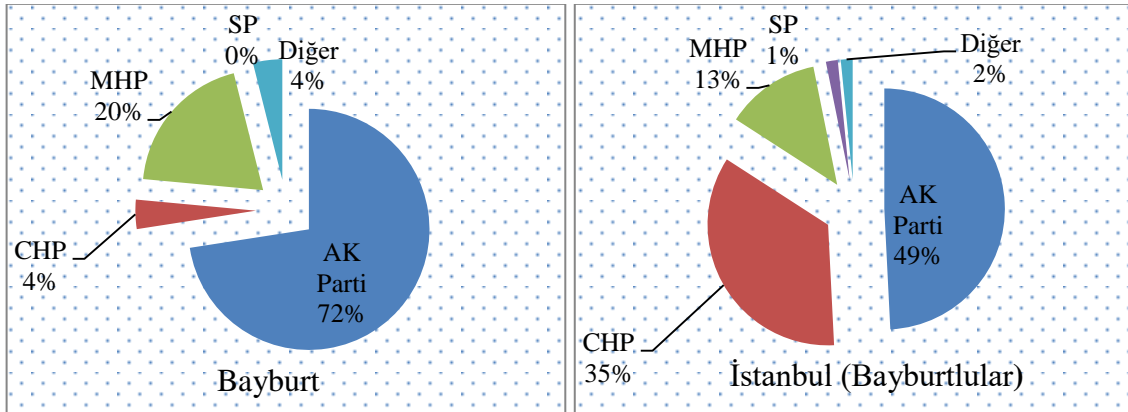
**Grafik 29: Yerleşim Yeri (İl Merkezi) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



**Grafik 30: Yerleşim Yeri (İlçe) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



**Grafik 31: Yerleşim Yeri (Köy) ve Oy Tercihleri Dağılımı**



Grafik 29’da görüldüğü gibi Bayburt için il merkezinde yaşayan katılımcıların olası bir seçimde %72’si AK Parti’yi, %22’si MHP’yi ve %2’si ise CHP’yi tercih edecektir.



İstanbul'daki katılımcılardan göçten önce il merkezinde yaşayanların ise %49'u CHP'ye, %38'i AK Parti'ye ve %12'si MHP'ye oy vereceğini belirtmişlerdir.

Grafik 30'da görüldüğü gibi Bayburt için ilçede yaşayan katılımcıların olası bir seçimde %61'i AK Parti'yi, %15'i MHP'yi ve %10'u ise CHP'yi tercih edecektir. İstanbul'daki katılımcılardan göçten önce ilçede yaşayanların ise %51'i AK Parti'den, %34'ü CHP'den ve %8'i MHP'den yana tercihte bulunacaklarını ifade etmişlerdir.

Grafik 31'de görüldüğü gibi Bayburt için köyde yaşayan katılımcıların olası bir seçimde %72'si AK Parti'yi, %20'si MHP'yi ve %4'ü ise CHP'yi tercih edeceğini belirtmiştir. İstanbul'daki katılımcılardan göçten önce köyde yaşayanların ise tercihini %49 oranında AK Parti'den, %35 oranında CHP'den, %13 oranında MHP'den yana kullanacağı görülmektedir. Tabloya detaylı bakıldığında Bayburt özelinde AK Parti'nin il merkezi ve köylerde, MHP'nin il merkezinde, CHP'nin ilçe ve köylerde genel oy oranlarının üzerine çıktıkları görülmektedir. İstanbul içinse AK Parti açısından ilçe ve köylerden göç edenler, CHP açısından il merkezinden göç edenler, MHP açısından da il merkezi ve köylerden göç edenler genel oy oranlarının üzerinde yer almaktadır.

**Tablo 29: Genel Oy Oranları ile Yerleşim Yeri Tercih Oranlarının Karşılaştırılması**

Önümüzdeki Pazar Seçim Olsa	Bayburt (Genel) %			İstanbul (Genel) %		
	AK Parti:70,8	CHP:2,9	MHP:21	AK Parti:45,8	CHP:39,1	MHP:11,7
<b>İl</b>	%72	%2	%22	%38	%49	%12
<b>İlçe</b>	%61	%10	%15	%51	%34	%8
<b>Köy</b>	%72	%4	%20	%49	%35	%13

Araştırmada yer alan “**H<sub>1</sub>**: Seçmenlerin siyasal davranışları kişisel faktörlere göre (yaş, cinsiyet, gelir, meslek vb.) farklılık göstermektedir.” hipotezinin doğruluğu ve geçerliliği yukarıdaki tablo ve grafiklerle doğrulanmıştır.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Desteklediğiniz parti herhangi bir nedenle seçime girmese hangi partiye oy verirsiniz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 30'da gösterilmiştir.

**Tablo 30: Desteklenen İkinci (Alternatif) Parti**

	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
AK Parti	95	20,7	55	11
CHP	6	1,3	50	10
MHP	224	48,9	23	4,6
SP	30	6,6	10	2
DİĞER	21	4,6	25	5
Oy Kullanmam	82	17,9	337	67,4
<b>Toplam</b>	<b>458</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 30'a göre Bayburt'taki katılımcıların, %48,9'unun MHP'yi, %20,7'sinin AK Parti'yi, %1,3'ünün ise CHP'yi olası bir seçimde ikinci parti olarak tercih edecekleri görülmektedir. Bayburt'taki katılımcıların %17,9'u ise destekledikleri parti seçime girmediğinde oy kullanmayacaklarını belirtmişlerdir. İstanbul'daki katılımcılara bakıldığında ise AK Parti %11, CHP %10 ve MHP %4,6 oranında alternatif parti olarak görülmektedir. Buradaki katılımcıların %67,4'ü ise destekledikleri partinin seçime katılmaması halinde sandığa gitmeyeceğini belirtmişlerdir. Bu oranın Bayburt'taki katılımcılarla karşılaştırıldığında oldukça fazla olduğu görülmektedir. Buradan desteklenen partiye sadakatin İstanbul'a göç etmiş katılımcılar için daha fazla olduğu sonucu çıkarılabilir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara "Siyasetle ne düzeyde ilgilenirsiniz? (Önem sırasına göre 1,2,3 şeklinde belirtiniz)" sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 31'de gösterilmiştir.

**Tablo 31: Siyasete İlgili Düzeyleri**

		BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
		Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
Oy Kullanırım	1.Seçenek	338	73,8	232	43
	2.Seçenek	38	8,3	64	11,9
	3.Seçenek	38	8,3	79	14,6
		<b>%95,4</b>		<b>%69,5</b>	
Mitinglere/Protesto Gösterilerine Katılımım	1.Seçenek	15	3,3	89	16,5
	2.Seçenek	80	17,5	113	20,9
	3.Seçenek	122	26,6	58	10,7
		<b>%47,4</b>		<b>%48,1</b>	
Medyadan Siyasi Olayları Takip Ederim	1.Seçenek	33	7,2	51	9,4
	2.Seçenek	189	41,3	137	25,4
	3.Seçenek	105	22,9	171	31,7
		<b>%71,4</b>		<b>%66,5</b>	
Siyasi Konularda Tartışmalarda Bulunurum	1.Seçenek	26	5,7	14	2,6
	2.Seçenek	77	16,8	59	10,9
	3.Seçenek	61	13,3	132	24,4
		<b>%35,8</b>		<b>%37,9</b>	
Siyasi Partilere Üye Olurum	1.Seçenek	15	3,3	66	12,2
	2.Seçenek	15	3,3	43	8
	3.Seçenek	10	2,1	26	4,8
		<b>%8,7</b>		<b>%25</b>	
Siyasi Partilerin Toplantılarına Katılımım	1.Seçenek	3	0,7	30	5,6
	2.Seçenek	11	2,4	57	10,6
	3.Seçenek	14	3,1	24	4,4
		<b>%6,2</b>		<b>%20,6</b>	
Parti/Adayın Seçim Çalışmalarına Destek Sağlarım	1.Seçenek	9	2	56	10,4
	2.Seçenek	13	2,8	55	10,2
	3.Seçenek	23	5	40	7,4
		<b>%9,8</b>		<b>%28</b>	
Aday Olurum	1.Seçenek	1	0,2	12	2,2
	2.Seçenek	4	0,9	1	0,2
	3.Seçenek	5	1,1	4	0,7
		<b>%2,2</b>		<b>%3,1</b>	
Siyasetle Hiç İlgilenmem	1.Seçenek	13	2,8	28	5,2
	2.Seçenek	15	3,3	42	7,8
	3.Seçenek	12	2,6	27	5,0
		<b>%8,7</b>		<b>%18</b>	

Tablo 31'e göre Bayburt'taki katılımcıların en fazla işaretlediği cevap %95,4 ile “oy kullanırım” seçeneği iken; İstanbul'daki katılımcıların en fazla işaretlediği seçenek %69,5 ile yine aynı seçenektir. İkinci en yüksek oranlara bakıldığında Bayburt'taki katılımcılar için %71,4 ve İstanbul'daki katılımcılar için %66,5 oranına sahip “medyadan siyasi olayları takip ederim” seçeneğidir. Üçüncü en yüksek siyasi ilgi düzeyi ise Bayburtlu katılımcılar için %47,4 ve İstanbul'daki katılımcılar için %48,1 oranındaki “mitinglere/protesto gösterilerine katırım” seçeneğidir. Tabloya detaylı ve karşılaştırmalı olarak bakıldığında her iki bölgesi içinde siyasi ilgi düzeyleri sıralaması aynı olmasına rağmen toplumda daha az görülen, siyasi tartışmalarda bulunma, siyasi partilere üye olma, siyasi parti toplantılarına katılma, seçim çalışmalarında görev alma gibi siyasi ilgi seçeneklerinin İstanbul'daki katılımcılar arasında daha fazla görüldüğü dikkat çekmektedir. Bayburt'ta ilk üç seçeneğe yoğunlaşan katılımcıların İstanbul'da diğer seçeneklere de dağılması, Bayburt'taki katılımcıların siyasi ilgi alanlarının daha sınırlı olduğunu göstermektedir. Bunun nedeni bireyin siyasi bilinç düzeyi olabileceği gibi Bayburt'un bireye sunduğu siyasi hareket alanı da olabilir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Herhangi bir parti, sendika, sivil toplum kuruluşu üyeliğiniz var mı?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 32'de gösterilmiştir.

**Tablo 32: Parti/Sendika/Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği**

	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
Var	132	28,8	192	38,4
Yok	326	71,2	308	61,6
<b>Toplam</b>	<b>458</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 32'ye göre Bayburt'taki katılımcıların %71,2'si bu soruya “yok” derken, %28,8'i “var” cevabı vermiştir. İstanbul'daki katılımcılar arasında ise %61,6'sının herhangi bir üyeliğinin bulunmadığı görülmektedir. Oranlara karşılıklı bakıldığında bir siyasal katılma davranışı olarak görülebilecek bu tür faaliyetlerin İstanbul'daki Bayburtlular için daha fazla olduğu görülmektedir. Bu oranları ifade ederken bir sivil toplum kuruluşu olan hemşeri derneklerini ve göç edenlerin bu derneklere üye olma

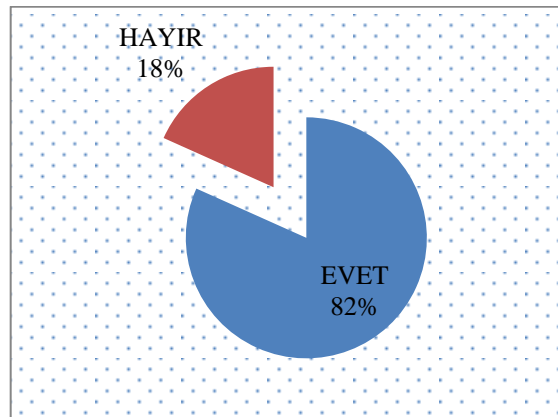
olasılıklarının yüksek olduğunu da hatırlatmak gerekir. Ancak her iki taraf için de büyük bir çoğunluğun bu tür katılma davranışlarından uzak kaldıkları dikkat çekmektedir. Bu durum da Bayburtlu seçmenin siyasal bilinç düzeyini yansıtmaktadır.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Yapılacak olan Cumhurbaşkanlığı referandumunda hangi oyu kullanacaksınız?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 33’de gösterilmiştir.

**Tablo 33: Cumhurbaşkanlığı Referandumu Oy Tercihleri**

	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
Evet	334	72,9	230	46
Hayır	69	15,1	157	31,4
Kararsızım	44	9,6	99	19,8
Oy Kullanmayacağım	11	2,4	14	2,8
<b>Toplam</b>	<b>458</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100</b>
<b>Oy kullanmayacaklar ve kararsızlar çıkarıldığında ve ardından kararsızlar orantılı dağıtıldığında</b>				
Evet	334+(36)	<b>82,7</b>	230+(59)	<b>59,4</b>
Hayır	69+(8)	<b>17,3</b>	157+(40)	<b>40,6</b>

**Grafik 32: 16 Nisan 2017 Cumhurbaşkanlığı Sistemi Referandumu Bayburt İl Sonuçları**



Tablo 33’e göre “oy kullanmayacağım” ve “kararsızım” seçenekleri çıkarıldığında ve “kararsızım” diyenler orantılı dağıtıldığında, referandumda Bayburt’taki katılımcıların %82,7’sinin Evet, %17,3’ünün ise Hayır oyu kullanacakları belirlenmiştir. Bu oranlar

İstanbul'daki katılımcılar için ise sırasıyla %59,4 ve %40,6'dır. Grafik 32'de de gösterildiği gibi 16 Nisan 2017 cumhurbaşkanlığı referandumu Bayburt ili resmi sonuçlarında ise Evet oranı yaklaşık %82'dir (%81,76). Bu oranlar karşılaştırıldığında, araştırmada bulunan sonuç ile resmi sonuç arasında %1'in altında bir fark olduğu görülmektedir. Bu durum, çalışmanın güvenilirliğini ortaya koyması açısından altı çizilmesi gereken bir noktadır. İstanbul'daki katılımcılara bakıldığında yarıdan fazlasının Evet cevabını verdiği ancak bu oranın Bayburt'taki katılımcılardan daha düşük olduğu görülmektedir. Bunun en önemli nedenleri arasında referandumda Hayır cephesinde yer alan CHP'nin, İstanbul'daki katılımcılar arasındaki %30 (1 Kasım 2015) varlığıdır. "1 Kasım 2015 seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?" sorusuna dönüldüğünde Bayburt için %94,6; İstanbul için %68,6 olan Evet cephesindeki AK Parti ve MHP toplamıyla, referandum sonuçları arasında yaklaşık (-%10)'luk bir fark olduğu görülmektedir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada 1 Kasım 2015 genel seçimlerinde kullanılan oy ile Cumhurbaşkanlığı sistemi referandum tercihi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 34'te gösterilmiştir.

**Tablo 34: 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri ve Cumhurbaşkanlığı Referandumu Karşılaştırması**

BAYBURT						
	AK Parti	CHP	MHP	SP	Diğer	Toplam
EVET	287	0	41	3	3	334
HAYIR	11	11	41	4	2	69
Kararsızım	29	0	15	0	0	44
Oy Kullanmayacağım	4	1	5	1	0	11
<b>Toplam</b>	<b>331</b>	<b>12</b>	<b>102</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>458</b>
İSTANBUL (BAYBURTLULAR)						
	AK Parti	CHP	MHP	SP	Diğer	Toplam
EVET	88	63	72	2	5	230
HAYIR	74	68	15	0	0	157
Kararsızım	72	13	14	0	0	99
Oy Kullanmayacağım	4	6	4	0	0	14
<b>Toplam</b>	<b>238</b>	<b>150</b>	<b>105</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>500</b>

Tablo 34'e göre Bayburt'taki katılımcılar için 1 Kasım 2015 seçimlerinde AK Parti'ye oy veren katılımcıların (331) yaklaşık %86,7'si referandumda Evet oyu kullanacağını belirtirken, %3,3'ü Hayır oyu kullanacağını ifade etmiştir. AK Parti seçmeninde kararsızların oranı %8,7, oy kullanmayacakların oranı ise %1,2'dir. Oy kullanmayacaklar ve kararsızlar çıkarıldığında ardından kararsızlar orantılı dağıtıldığında Bayburt'taki AK Partili katılımcıların yaklaşık %96,3'ünün referandumda Evet oyu kullanacakları görülmektedir. Diğer partiler içinde oy kullanmayacaklar ve kararsızların çıkarılması, ardından kararsızların orantılı dağıtılması işlemi yapıldığında da şu sonuçlara ulaşılmaktadır. Bayburt'taki CHP'li katılımcıların %100'ü referandumda Hayır tercihinde bulunurken, MHP'li katılımcıların %50'si Evet, %50'si Hayır oyu vereceklerini ifade etmişlerdir. İstanbul'daki katılımcılara bakıldığında ise Evet oranları AK Partililer için %54,2, CHP'liler için %48, MHP'liler için %83,1'dir. Sonuçlara bakıldığında Bayburt'taki sonuçların daha tutarlı ve açıklanabilir olduğu görülmektedir. Özellikle AK Parti ve CHP'li katılımcıların parti politikalarıyla yakın bir tercihte buldukları görülmektedir. MHP'nin referandumda muhalif bir kesimi içerisinde barındırması düşünüldüğünde Hayır firelerini anlamak mümkündür. Tablonun en çok dikkat çeken ve izaha muhtaç olan sonucu ise İstanbul'daki CHP'li katılımcıların %48 gibi yarıya yakın oranının referandumda Evet tercihinde bulunacaklarını söylemeleridir. Buradan çıkarılacak en gerçekçi yorum ise halkoylamalarında seçmenlerin parti kararlarından bağımsız oy verme olasılıklarının yüksek oluşudur. Dolayısıyla referandum sonrasında da sıkça tartışılan hangi parti tabanının ne yönde oy kullandığı konusu oldukça karmaşık bir durum arz etmektedir. Çıkan sonuçları da yorumlamak bir genel seçim veya yerel seçim sonuçlarını yorumlamaktan daha zor olmaktadır. Çünkü referandumlarda sandıkta tercih edilen bir siyasi parti değildir.

### **2.3.3. Sosyo-Kültürel Bulgular**

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara "Neden oy kullanıyorsunuz?" sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 35'te gösterilmiştir.

**Tablo 35: Oy Kullanma Nedenleri**

	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
Vatandaşlık Görevi	353	77,1	307	61,4
Yasal Zorunluluk	12	2,6	3	0,6
Desteklediğim Partinin İktidara Gelmesi İçin	71	15,5	172	34,4
Bireysel Çıkar ve Menfaatlerimi Korumak İçin	18	3,9	8	1,6
Ailevi/Toplumsal Baskı Nedeniyle	-	-	10	2
Diğer	4	0,9	-	-
<b>Toplam</b>	<b>458</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 35'e göre Bayburt'taki katılımcıların %77,1 gibi büyük bir çoğunluğu vatandaşlık görevi olduğu için, %15,5'i ise desteklediği partinin iktidara gelmesi için sandığa gittiğini ifade etmektedir. İstanbul'daki katılımcılara bakıldığında ise bu oran sırasıyla %61,4 ve %34,4'tür. Tablo 35 karşılaştırmalı olarak ele alındığında, İstanbul'daki katılımcıların Bayburt'takilere oranla vatandaş sorumluluğundan ziyade partilerini iktidara taşıma güdüsüyle oy kullandıkları görülmektedir. Tabloda göze çarpan bir diğer önemli nokta ise yasal zorunluluk seçeneğini işaretleyenlerin oranlarının (%2,6-%0,6) düşük olmasıdır. Buradan şu sonucu çıkarmak mümkündür. Seçmen, herhangi bir hukuki düzenleme olmasa da büyük bir katılımı sandığa gidecek ve kendilerini yönetecek kişileri belirleyecektir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara "Neden bu partiyi tercih ediyorsunuz? (Önem sırasına göre 1,2,3 şeklinde belirtiniz)" sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 36'da gösterilmiştir.



**Tablo 36: Parti Tercih Nedenleri**

		BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
		Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
Partinin Liderini Beğendiğim İçin	1.Seçenek	185	40,4	168	31,1
	2.Seçenek	43	9,4	76	14,1
	3.Seçenek	37	8,1	38	7
		<b>%57,9</b>		<b>%52,2</b>	
Milletvekili Adaylarımı Beğendiğim İçin	1.Seçenek	9	2	45	8,3
	2.Seçenek	56	12,2	55	10,2
	3.Seçenek	27	5,9	24	4,4
		<b>%20,1</b>		<b>%22,9</b>	
Partinin İcraatlarını Beğendiğim İçin	1.Seçenek	77	16,8	125	23,1
	2.Seçenek	111	24,2	101	18,7
	3.Seçenek	128	27,9	119	22
		<b>%68,9</b>		<b>%63,8</b>	
Parti Kadrosunu Beğendiğim İçin	1.Seçenek	10	2,2	35	6,5
	2.Seçenek	32	7	44	8,1
	3.Seçenek	24	5,2	47	8,7
		<b>%14,4</b>		<b>%23,3</b>	
İdeolojime Yakın Olduğu İçin	1.Seçenek	100	21,8	78	14,4
	2.Seçenek	84	18,3	83	15,4
	3.Seçenek	88	19,2	108	20
		<b>%59,3</b>		<b>%49,8</b>	
Düşüncelerime Uygun Başka Parti Olmadığı İçin	1.Seçenek	68	14,8	112	20,7
	2.Seçenek	115	25,1	120	22,2
	3.Seçenek	103	22,5	103	19,1
		<b>%62,4</b>		<b>%62</b>	

Tablo 36'ya göre Bayburt'taki katılımcıların en fazla işaretlediği seçenek %68,9 ile “partinin icraatlarını beğendiğim için” seçeneği iken; İstanbul'daki katılımcılar da %63,8 ile yine aynı seçeneği tercih etmişlerdir. İkinci en fazla tercih edilen seçenek ise Bayburtlu katılımcılar için %62,4 ve İstanbul'daki katılımcılar için %62 oranındaki “düşüncelerime uygun başka bir parti olmadığı için” seçeneğidir. Üçüncü olarak, Bayburt'taki katılımcıların en fazla işaretlediği seçenek % 59,3 ile “ideolojime yakın olduğu için” seçeneği iken; İstanbul'daki katılımcıların üçüncü seçeneği %52,2 ile “partinin liderini

beğendiğim için” seçeneğidir. Bu sonuçlar, parti lideri, parti icraatları ve partiyi alternatifsiz görmenin siyasal tercihler üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Bir siyasal partiye oy verme kararınız ne zaman şekillenir?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 37’de gösterilmiştir.

**Tablo 37: Oy Tercihi Karar Zamanı**

	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
Oy Vereceğim Parti Seçimlerin Öncesinde Bellidir	327	71,4	257	51,4
Adaylar Belirlendikten Sonra Karar Veririm	63	13,8	144	28,8
Seçim Kampanyalarından Sonra Karar Veririm	24	5,2	72	14,4
Aile ve Arkadaşarımla Konuşup Tartıştıktan Sonra Karar Veririm	32	7	15	3
Seçimden Bir Gün Önce Karar Veririm	5	1,1	12	2,4
Sandık Başında Karar Veririm	7	1,5	-	-
<b>Toplam</b>	<b>458</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 37’ye göre Bayburt’taki katılımcıların %71,4 gibi büyük bir çoğunluğu, seçimlerin öncesinde oy vereceği partinin belli olduğunu ifade ederken, %13,8’i adaylar belirlendikten sonra, %5,2’si seçim kampanyaları sonrasında ve %7’si aile ve arkadaşlarıyla görüşükten sonra karar verdiğini ifade etmiştir. Seçimden bir gün önce ve sandık başında karar verenler ise sırasıyla %1,1 ve %1,5’tir. İstanbul’daki katılımcılara bakıldığında ise %51,4’ü tercih edeceği partinin önceden belli olduğunu, %28,8’i adaylar belirlendikten sonra karar verdiğini, %14,4’ü karar vermek için seçim kampanyalarını beklediğini belirtmişlerdir. Bu katılımcılar arasında seçimden bir gün önce karar verenler ise %2,4’tür. Bu oranlara karşılaştırmalı olarak bakıldığında, her iki taraf için de katılımcıların yarıdan fazlasının seçimlerin öncesinde oy vereceği partiyi kafasında belirlediği ancak bu oranın Bayburt’taki katılımcılar için daha fazla olduğu görülmektedir. Adayların belirlenmesi ve seçim kampanya süreçlerinden sonra tercihini belirleyenlerin oranı ise Bayburt’takilere göre İstanbul’daki katılımcılar arasında daha fazladır. Bu durum,

Bayburt'taki katılımcılar için sosyo-psikolojik yaklaşım (partiyle özdeşleşme) ve İstanbul'daki katılımcılar için de rasyonel tercih yaklaşımı ile açıklanabilir bir sonuçtur.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Siyasi düşüncenizde en çok kimden/neyden etkilenirsiniz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 38’de gösterilmiştir.

**Tablo 38: Siyasi Düşüncede En Çok Etkilenen Faktörler**

	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
Ailem	97	21,2	71	14,2
Arkadaş Çevrem	10	2,2	41	8,2
Siyasetçiler	86	18,8	202	40,4
Medya	22	4,8	45	9
Hiç Kimseden Etkilenmem	239	52,2	137	27,4
Diğer	4	0,9	4	0,8
<b>Toplam</b>	<b>458</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 38’e göre Bayburt’taki katılımcıların, %52,2’si hiç kimseden etkilenmediğini ifade etmiş, %21,2’si ailesinden, %18,8’i ise siyasetçilerden etkilendiği belirtmiştir. Bu katılımcılar arasında medyadan etkilenenlerin oranı ise %4,8’dir. İstanbul’daki katılımcılara bakıldığında ise ilk sırada %40,4 oranıyla siyasetçiler seçeneği gelmektedir. Bunu hiç kimseden etkilenmem diyen %27,4’lük ve ailemden etkilenirim diyen %14,2’lik bir kesim takip etmektedir. İstanbul’daki katılımcıların medyadan etkilenirim seçeneğini işaretleme oranı ise %9’dur.

Tabloya karşılaştırmalı olarak bakıldığında, Bayburt’taki seçmenin tercihte bulunurken herhangi bir faktörün etkisiyle hareket etme oranının İstanbul’dakilere oranla daha düşük olduğu görülmektedir. Bu durum, bir önceki tabloda partiyle özdeşleşen seçmen profili şeklinde açıklanan Bayburt’taki katılımcıların bu yönünü destekler niteliktedir. Yine İstanbul’daki katılımcıların siyasetçi ve medyadan etkilenme oranının yüksek olması karar sürecinde çevresel faktörleri dikkate alan bir anlayışa sahip olduğunu göstermektedir. Aileden etkilenme oranının ise Bayburt’ta daha fazla olması, Bayburt’un

kapalı, muhafazakâr ve birincil ilişkilerin hâkim olduğu toplum yapısının bir sonucu olarak görülmelidir. Ancak aynı durumun arkadaş çevresinden etkilenim seçeneğinde ortaya çıkmadığı buradaki oranın Bayburt'taki katılımcılar arasında daha düşük olduğu görülmektedir. Bunu da İstanbul'a göç eden seçmenin kendisine yeni bir çevre oluşturma sürecinde arkadaşlarına duyduğu ihtiyaçtan ileri geldiği söylenebilir. Bu ihtiyaç aynı zamanda tarafların birbirinin düşünce ve görüşlerine daha fazla önem vermesini gerektirmektedir. Ayrıca bu arkadaş grubunun hemşeri olma olasılığı yüksektir. Bu durumda ortaya atılan düşüncelerin, güven duyulan fikirler olarak kabul görmesini sağlayabilir ve taraflarının birbirini etkileme olasılığını artırabilir. Yine İstanbul'daki katılımcılar arasında medya ve siyasetçilerden etkilenme oranlarının Bayburt'takilere göre daha yüksek olması, buradaki kişilerin siyasetle ilgili gelişmeleri çok yönlü ve farklı çevrelerden takip ettiğini göstermektedir. Bu durumu destekleyecek veriler Tablo 39'da yer almıştır.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Siyasetle ilgili gelişmeleri en çok nereden takip ediyorsunuz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 39'da gösterilmiştir.

**Tablo 39: Siyasi Gelişmeleri Takip Araçları**

	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
TV/Radyo	247	53,9	157	31,5
İnternet	64	14	123	24,6
Sosyal Medya	116	25,3	169	33,9
Gazete	5	1,1	26	5,2
Parti Teşkilatı	10	2,2	5	1
Aile/Sosyal Çevre	5	1,1	2	0,4
Takip Etmem	11	2,4	18	3,4
<b>Toplam</b>	<b>458</b>	<b>100</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 39'a göre Bayburt'taki katılımcılar arasında TV/Radyodan siyasi gelişmeleri takip edenlerin oranı %53,9, internet ve sosyal medyadan takip edenlerin toplam oranı %39,3, takip etmem diyenlerin oranı ise %2,4'tür. Bu katılımcıların gazete, parti teşkilatı

ve aile/sosyal çevreden siyasi olayları takip etme oranları ise sırasıyla %1,1, %2,2 ve %1,1'dir. İstanbul'daki katılımcılara bakıldığında ise siyasi gelişmeleri internet ve sosyal medyadan takip edenlerin toplam oranı %58,5, TV/Radyodan takip edenlerin oranı ise %31,5'tir. Bu katılımcılar arasında gazeteden siyasi gelişmeleri takip edenlerin oranı %5,2, siyasi gelişmeleri takip etmem diyenlerin oranı %3,4'tür. Parti teşkilatından ve aile/sosyal çevreden siyasi gelişmeleri takip edenlerin oranı ise oldukça düşüktür.

Tablo 39'daki oranlara karşılıklı olarak bakıldığında Bayburt'taki katılımcılar için TV/Radyonun çok önemli ve baskın bir seçenek olduğu; İstanbul'daki katılımcılar içinse TV/Radyonun yanında internet ve sosyal medyanın da siyasi gelişmelerin takibi noktasında hemen hemen eşdeğer araçlar olduğu görülmektedir. İstanbul'da gazeteden siyasi gelişmeleri takip edenlerin oranı, Bayburt'takilerin neredeyse beş katı büyüklüğündedir. Bu gazete okuma oranıyla doğrudan ilişkili ve tutarlı bir çıkarımdır. İstanbul'daki katılımcılar için Bayburt'takilere oranla internet ve sosyal medya oranının daha yüksek olması hem ilgili altyapının İstanbul'da daha güçlü olması hem de alternatif bir iletişim platformu olarak bu mecraların İstanbul'daki kişiler tarafından daha fazla kullanılmasından kaynaklanmaktadır.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara "Türkiye'nin en önemli sorunu nedir? (Önem sırasına göre 1,2,3 şeklinde belirtiniz)" sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 40'ta gösterilmiştir.

**Tablo 40: Türkiye'nin Sorunları**

		BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
		Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
Terör	1.Seçenek	334	72,9	315	58,3
	2.Seçenek	54	11,8	40	7,4
	3.Seçenek	26	5,7	11	2
		<b>%90,4</b>		<b>%67,7</b>	
İşsizlik	1.Seçenek	43	9,4	59	10,9
	2.Seçenek	155	33,8	93	17,2
	3.Seçenek	74	16,2	140	25,9
		<b>%59,4</b>		<b>%54</b>	
Rüşvet Yolsuzluk	1.Seçenek	12	2,6	21	3,9
	2.Seçenek	44	9,6	69	12,8
	3.Seçenek	60	13,1	88	16,3
		<b>%25,3</b>		<b>%33</b>	
Kürt Sorunu	1.Seçenek	5	1,1	4	0,7
	2.Seçenek	21	4,6	16	3
	3.Seçenek	31	6,8	24	4,4
		<b>%12,5</b>		<b>%8,1</b>	
Dış Tehditler	1.Seçenek	17	3,7	8	1,5
	2.Seçenek	39	8,5	36	6,7
	3.Seçenek	59	12,9	65	12
		<b>%25,1</b>		<b>%20,2</b>	
Hükümet Sistemi Sorunu	1.Seçenek	7	1,5	3	0,6
	2.Seçenek	14	3,1	10	1,9
	3.Seçenek	22	4,8	20	3,7
		<b>%9,4</b>		<b>%6,2</b>	
Eğitim	1.Seçenek	15	3,3	102	18,9
	2.Seçenek	43	9,4	30	5,6
	3.Seçenek	30	6,6	24	4,4
		<b>%19,3</b>		<b>28,9</b>	
Sağlık	1.Seçenek	1	0,2	1	0,2
	2.Seçenek	4	0,9	2	0,4
	3.Seçenek	23	5	14	2,6
		<b>%6,1</b>		<b>%3,2</b>	
Ekonomi	1.Seçenek	6	1,3	5	0,9
	2.Seçenek	29	6,3	23	4,3
	3.Seçenek	31	6,8	28	5,2
		<b>%14,4</b>		<b>%40,4</b>	
Yoksulluk	1.Seçenek	2	0,4	2	0,4
	2.Seçenek	13	2,8	12	2,2
	3.Seçenek	33	7,2	32	5,9
		<b>%10,4</b>		<b>%8,5</b>	
Yargı-Adalet	1.Seçenek	9	2	30	5,6
	2.Seçenek	31	6,8	50	9,3
	3.Seçenek	46	10	87	16,1
		<b>%18,8</b>		<b>%31</b>	
Hak ve Özgürlükler	1.Seçenek	2	0,4	30	5,6
	2.Seçenek	10	2,2	40	7,4
	3.Seçenek	16	3,5	19	3,5
		<b>%5,9</b>		<b>%16,5</b>	
Diğer	1.Seçenek	-	-	-	-
	2.Seçenek	1	0,2	-	-
	3.Seçenek	3	0,7	-	-
		<b>%0,9</b>		<b>-</b>	

Tablo 40'a göre Bayburt'taki katılımcılar %90,4'ü terörü en önemli sorun olarak görürken bu kişiler arasında terörü 1.seçenek olarak işaretleyenlerin oranı ise %72,9'dur. İstanbul'daki katılımcılar ise Türkiye'nin en önemli sorunu olarak 1.seçenekte 58,3, 2.seçenekte %7,4 ve 3.seçenekte %2 ve toplamda %67,7 ile işaretledikleri terörü görmektedir. Bakıldığında, Türkiye'nin gündeminde uzun yıllardır yer alan ve bugün küresel boyuta ulaşan terör meselesi, Bayburtlu seçmen için en önemli sorun olarak kabul edilmektedir. İkinci en önemli soruna bakıldığında, Bayburt'taki katılımcıların %59,4'ü ve İstanbul'daki katılımcıların ise %54'ü tarafından işaretlenen işsizlik cevabı ortaya çıkmaktadır. Üçüncü en önemli sorun ise Bayburtlu katılımcılar için %25,3 ile rüşvet/yolsuzluk İstanbul'daki katılımcılar için ise %40,4 ile ekonomidir. Türkiye'de hükümet sistemini sorun olarak gören katılımcı oranı, Bayburt'ta %9,4 ve İstanbul'da %6,2 olmasına rağmen sistem değişikliğini onaylayan referandumda Bayburt'un Türkiye'nin en yüksek oy oranına sahip olması da ilginç bir durum oluşturmaktadır.

Tabloya detaylı bakıldığında, her iki örneklem çevresinde de katılımcılar benzer konuları, sorun olarak görmektedir. Bunun en önemli nedeni bahsedilen konuların yerel değil ulusal düzeyde bir sorun olmasıdır.

#### **2.3.4. Siyasal Davranışlarla İlgili Bulgular**

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara siyasi tercihleri etkileyen bazı faktörler sunulmuş ve bunları 5'li likert ölçeğine göre cevaplamaları istenmiştir. Buna göre katılımcılardan 1-Hiç önemli değil, 2-Önemli değil, 3-Ne önemli ne önemsiz, 4-Önemli, 5-Çok önemli yargılarından kendilerine uygun olanı işaretlenmesi beklenmiş ve alınan cevapların ortalamaları Tablo41'de gösterilmiştir.

**Tablo 41: Seçmen Tercihini Etkileyen Faktörler**

	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Mean	Standart Sapma	Mean	Standart Sapma
Partinin Lideri	4,4978	,85041	4,0540	1,17722
Partinin İdeolojisi	4,5262	,71279	4,1720	1,06050
Partinin Yönetici Kadrosu	4,2686	,90218	4,3840	,71102
Partinin Önceki Yaptığı İcraatlar	4,3603	,84402	4,1660	1,04145
Partinin Seçim Vaatleri	4,0044	1,10498	4,1120	1,09994
Partinin Hedefleri ve Parti Programı	4,1441	,97954	4,2660	,93648
Partinin Dış Politika Yaklaşımı	4,1419	,95841	3,7340	1,28941
Partinin Dini Konulara Yaklaşımı	4,4170	,96248	4,0240	1,35761
Milletvekili Adayının Cinsiyeti	1,9236	1,24497	2,2440	1,47676
Milletvekili Adayın Hitabet ve İletişim Gücü	4,3319	,92326	3,8680	1,36466
Milletvekili Adayının Eğitim Seviyesi	4,2751	,98937	4,3820	,96225
Milletvekili Adayının Hemşerin Olması	3,0742	1,54259	3,1760	1,63167
Milletvekili Adayının Etnik Kökeni	3,5087	1,44972	3,6920	1,49184
Milletvekili Adayının Dini Değerlere Örf ve Adetlere Bağlılığı	4,2707	,98837	4,4400	,85549
Milletvekili Adayının Fiziksel Özellikleri	1,9738	1,30618	2,1200	1,32102
Milletvekili Adayının Güvenilir Olması	4,6747	,67225	4,7100	,55000
Milletvekili Adayının Dürüst Olması	4,7227	,62372	4,8020	,50528
Yaşadığım Yerdeki Hâkim Siyasi Görüş/Düşünce	3,1729	1,44894	3,3828	1,48479
Ailem	3,9956	1,30140	3,8880	1,41118
Arkadaş Çevrem	2,9323	1,38995	2,7020	1,43573
İş Arkadaşlarım	2,6638	1,38468	2,4260	1,38433
Dernek Vakıf vb. Sivil Toplum Kuruluşları	2,5218	1,33484	2,7360	1,47331
Sahip Olduğum İdeoloji	4,3974	,84158	4,4640	,78098
Sahip Olduğum İnanç ve Dini Değerler	4,5983	,77159	4,3920	1,02784
Seçim Zamanında Ekonominin Mevcut Durumu	4,2031	,99903	4,6200	,97648
Partinin Ekonomi Politikası	4,2031	,96788	4,2760	,90856
Seçim Öncesinde Yapılan Sosyal Yardımlar	3,2227	1,44277	3,0120	1,52857
Kamuoyu Araştırmaları ve Anket Sonuçları	2,8777	1,34046	2,6180	1,39426
Parti Temsilcilerinin ya da Milletvekili Adaylarımın Benimle Yüz Yüze Görüşmeleri	3,4236	1,41098	3,5780	1,41702
Seçim Sürecinde Radyo/TV'de Yapılan Lider Konuşmaları, Haberler, Açıkoturumlar vb. Prog.	3,5786	1,17567	3,1220	1,61379
Parti Toplantıları ve Mitingler	3,4694	1,18716	3,6960	1,17061
Parti veya Adayın Seçim Kampanyaları (Fotoğraf, İlan, Reklam, Afiş vb.)	3,1310	1,30488	3,3560	1,35977
Medya / Sosyal Medya	3,3908	1,20633	3,5940	1,21330
İnternette, Haber Sitelerinde, Parti Sitelerinde ve Sosyal Medyada Yer Alan Haber ve Bilgiler	3,3406	1,20435	3,5720	1,22630
Geçmiş Yıllardaki Siyasi Olaylar	4,1507	,97967	4,2420	,89947
Bir Siyasi Partinin veya Milletvekilinin Geçmişte Yaptıkları	4,3013	1,00155	4,3920	,91652



Tablo 41'e göre Bayburt'taki katılımcıların oy tercihlerinde "önemsiz" olarak gördüğü etkenler milletvekili adayının cinsiyeti ve milletvekili adayının fiziksel özellikleridir. Aynı katılımcılar milletvekili adayının hemşeri olmasının, arkadaş çevresinin, iş arkadaşlarının, dernek vakıf vb. STK'ların, yaşanılan yerdeki hâkim siyasi görüşün, seçim öncesi yapılan sosyal yardımların, kamuoyu araştırmaları ve anket sonuçlarının, parti temsilcisi veya adayın yüz yüze görüşmesinin, parti toplantı ve mitinglerinin, seçim kampanyalarının, medya/sosyal medyanın, internet haber ve parti sitelerinde yer alan haber ve bilgilerin siyasal tercihlerine etkisinin "ne önemli ne önemsiz" olduğunu ifade etmişlerdir. Bu ifadelere bakıldığında sosyo-kültürel ve iletişim faktörleri ile ilgili oldukları görülmektedir.

Bayburt'taki katılımcıların "çok önemli" gördükleri faktörler ise partinin ideolojisi, milletvekili adayının güvenilir olması, milletvekili adayının dürüst olması, sahip olduğu inanç ve dini değerlerdir. Bunun yanında katılımcılar, partinin lideri, parti icraatları, seçim vaatleri, partinin dini konulara yaklaşımı, milletvekili adayının hitabet gücü, milletvekili adayının dini değerlere/örf ve adetlere bağlılığı, aile, sahip olunan ideoloji, partinin ekonomi politikası, ekonominin mevcut durumu, geçmiş yıllardaki siyasi olaylar gibi faktörleri de siyasal tercihlerinde "önemli" görmektedir. Önemli ve çok önemli ifadelerine bakıldığında siyasal faktörlerin, ekonomik faktörlerin ve psikolojik faktörlerin öne plana çıktığı görülmektedir. Yine bir kısmı "ne önemli ne önemsiz" kabul edilen sosyo-kültürel faktörlerden bir kısmının da önemli olarak görüldüğünü belirtmek gerekir.

İstanbul'daki katılımcılara bakıldığında ise siyasal tercihlerde "önemsiz" olarak görülen seçenekler Bayburt'taki katılımcılarda olduğu gibi milletvekili adayının cinsiyeti ve milletvekili adayının fiziksel özellikleri ön plana çıkmakta ve bunlara iş arkadaşları faktörü de eklenmektedir. İstanbul'daki katılımcıların "ne önemli ne önemsiz" olarak gördüğü seçenekler ise milletvekili adayının hemşeri olması, yaşanılan yerdeki hâkim siyasi görüş, arkadaş çevresi, dernek vakıf vb. STK'lar, seçim öncesi yapılan sosyal yardımlar, kamuyu araştırmaları ve anket sonuçları, seçim sürecinde Radyo/TV'de yapılan lider konuşmaları haberler ve açık oturumlar ile seçim kampanyalarıdır. Bu sonuçlara bakıldığında, Bayburt'taki katılımcılar ile benzerlikler taşıdığı görülmektedir.

İstanbul'daki katılımcıların “çok önemli” gördükleri etkenler ise milletvekili adayının dürüst olması, milletvekili adayının güvenilir olması ve seçim zamanı ekonominin mevcut durumudur. Bu katılımcılar siyasi faktörler başlığı altında bulunun tüm ifadeleri “önemli” kabul ederken Bayburt'taki katılımcılar gibi sosyo-kültürel ve iletişim faktörlerinde ise önem ortalaması düşmektedir.

Tablonun kendi içerisinde tutarlığına bakıldığında her iki bölge için de “partinin ideolojisi” ve “sahip olduğum ideoloji” ifadelerinin, “milletvekili adayının dürüst olması” ve milletvekili adayının güvenilir olması” ifadelerinin, “partinin dini konulara yaklaşımı”, “milletvekili adayının dini değerlere, örf ve adetlere bağlılığı” ve “sahip olduğum inanç ve dini değerler” ifadelerinin aynı nitelikte ve benzer oranlarda sonuçlar ortaya koydukları görülmektedir. Yine “partinin önceki yaptığı icraatlar” ve “bir siyasi partinin veya milletvekilinin geçmişte yaptıkları” ifadelerindeki benzerliği de buna eklemek mümkündür. Bütün bunlar, çalışmanın tutarlılığını dolayısıyla güvenilirliğini destekleyen sonuçlardır.

Tablo 41 karşılaştırmalı olarak ele alındığında aile, arkadaş çevresi, iş arkadaşları, sahip olunan inanç ve dini değerler, partinin dini konulara yaklaşımı gibi sosyo-kültürel faktörlerin etkisi Bayburt'ta daha yüksektir. Bayburt'takilere göre İstanbul'daki katılımcıların yüksek oranları ise seçim kampanyaları, medya/sosyal medya, internette haber sitelerinde yer alan bilgiler gibi iletişim faktörleridir. Tabloda siyasi faktörlerin iki taraf için de birbirine yakın oranlarda olduğu görülmektedir. Araştırmada yer alan “**H<sub>2</sub>**: Siyasal faktörler (parti, lider, aday) seçmenin oy tercihleri üzerinde etkilidir.”, “**H<sub>3</sub>**: Din faktörü, Bayburtlu seçmen için göç etmiş olsa da olmasa da oldukça önemlidir.”, “**H<sub>4</sub>**: İletişim araçları seçmen tercihi üzerinde etkili olmaktadır.”, “**H<sub>5</sub>**: Ekonomik faktörler seçmenin karar verme sürecinde önemlidir.”, “**H<sub>9</sub>**: Bayburt'taki seçmen ile İstanbul'daki Bayburtlu seçmenin aileden ve sosyal çevreden etkilenme düzeyi aynı değildir.”, “**H<sub>10</sub>**: Parti lideri, aday icraatlar gibi siyasi faktörlerin etki düzeyi diğer faktörlere göre daha fazladır.” ve “**H<sub>11</sub>**: Ekonomik faktörler Bayburt'taki seçmen için de İstanbul'a göç eden seçmen için de önemlidir.” hipotezleri burada doğrulanmış ve geçerli kabul edilmiştir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara siyasal katılma düzeyleri ile ilgili bazı ifadeler sunulmuş ve bunları 5'li likert ölçeğine göre

cevaplamaları istenmiştir. Buna göre katılımcılardan 1-Hiçbir zaman, 2-Çok seyrek, 3-Ara sıra, 4-Genellikle, 5-Her zaman yargılarından kendilerine uygun olanı işaretlenmesi beklenmiş ve alınan cevapların ortalamaları Tablo 42’de gösterilmiştir.

**Tablo 42: Siyasal Katılma**

1-Hiçbir Zaman 2-Çok Seyrek 3-Ara Sıra 4-Genellikle 5-Her Zaman				
	BAYBURT		İSTANBUL (BAYBURTLULAR)	
	Mean	Standart Sapma	Mean	Standart Sapma
Oy Kullanırım	4,8035	,62465	4,7140	,79086
Siyasi Parti veya Siyasetle İlgili Bir Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olurum	1,9891	1,39783	2,2100	1,54229
Seçimlerde Aday Olurum	1,4389	1,06340	1,4860	1,13330
Siyasi Mitinglere ve Gösterilere Katılırim	2,8362	1,41012	3,1880	1,40164
Siyasetle İlgili Tartışmalarda Bulunurum	2,6747	1,49436	2,9800	1,53372
Medyadan Siyasetle İlgili Gelişmeleri Takip Ederim	3,9563	1,13346	4,2420	,91274
Bir Partinin Seçim Çalışmalarında Görev Alırım	1,8843	1,40868	2,0400	1,51889
Talep ve Şikâyetlerimi Siyasi Mercilere Bildirim	2,4869	1,53473	2,8800	1,65623

Tablo 42’ye göre hem Bayburt’taki katılımcıların hem de İstanbul’daki katılımcıların “oy kullanırım” seçeneğine verdikleri cevapların ortalaması her zaman şeklindedir. “Siyasi parti veya siyasetle ilgili bir STK’ya üye olurum” ifadesine de İstanbul’dakilerin oranı biraz fazla olmakla beraber her iki bölgedeki katılımcılar da çok seyrek cevabını vermişlerdir. Yine benzer şekilde seçimlerde “aday olurum” ifadesinin karşılığı her iki bölge için de hiçbir zamandır. Diğer ifadelerle bakıldığında da her iki bölgenin ortalamaları -son seçenek hariç- aynı sonucu vermektedir. Buna göre, “siyasi mitinglere ve gösterilere katılırim”: ara sıra, “siyasetle ilgili tartışmalarda bulunurum”: ara sıra, “medyadan siyasetle ilgili gelişmeleri takip ederim”: genellikle ve “bir partinin seçim çalışmalarında görev alırım”: çok seyrek sonuçlarına ulaşmak mümkündür. “Talep ve şikâyetleri siyasi mercilere bildirme” de ise Bayburt’taki katılımcıların ortalaması çok seyrek iken; İstanbul’daki katılımcıların oranı ara sıradır.

Tabloya detaylı bakıldığında, her ne kadar benzer sonuçların olduğu görülse de “oy kullanırım” seçeneği dışında diğer tüm seçeneklerde İstanbul’daki katılımcıların oranının yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, Tablo 31’de (siyasi ilgi düzeyleri) yer alan

sonuçlarla örtüşmektedir. Tabloya detaylı olarak bakıldığında, siyasal katılım düzey ve biçimlerinin İstanbul'daki katılımcılarda daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Araştırmada yer alan “**H<sub>6</sub>**: Bayburt'ta yaşayanlara göre İstanbul'daki Bayburtluların siyasete katılım düzeyleri daha çeşitlidir.”, **H<sub>12</sub>**: Seçmenin en fazla katılım gösterdiği siyasal davranış oy vermedir.”, “**H<sub>13</sub>**: Bayburt'taki seçmen ile İstanbul'daki Bayburtlu seçmenin siyasete katılım düzeyleri farklılık göstermektedir.” hipotezleri burada doğrulanmış ve geçerli kabul edilmiştir.

### 2.3.5. Göçle İlgili Bulgular

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “İstanbul'a neden göç ettiniz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 43'te gösterilmiştir.

**Tablo 43: Göç Nedenleri**

	Frekans	Yüzde %
Ekonomik Nedenler	150	30,0
Eğitim	51	10,2
Daha İyi Yaşam Standardına Ulaşma	101	20,2
Aile/Akraba İle Aynı Yerde Yaşama İsteği	83	16,6
Tayin	35	7,0
Doğal Afet	-	-
Evlilik	80	16,0
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 43'e göre Bayburt'tan İstanbul'a göç eden katılımcıların %30'u ekonomik nedenlerle, %20,2'si daha iyi bir yaşam standardına ulaşmak için göç etmişlerdir. Eğitim için gidenler, katılımcıların %10,2'sini oluştururken akraba/aile ile aynı yerde yaşama isteği %16,6 oranında cevaplanmıştır. Bu oran, Bayburt toplum yapısında aile ve akraba kavramına verilen önemi göstermesi açısından önemlidir. Sonuçlara bakıldığında Türkiye'nin birçok yerinde göçün en önemli nedeni olarak görülen ekonomik faktörlerin Bayburt özelinde de ilk sırada yer aldığı dikkat çekmektedir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada “Ne zamandır İstanbul’da yaşıyorsunuz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 44’te gösterilmiştir.

**Tablo 44: İstanbul’da Yaşama Süreleri**

	Frekans	Yüzde %
1 Yılden Az	140	28
1-5 Yıl	165	33
6-10 Yıl	90	18
11 Yıl ve Üzeri	105	21
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 44’e göre katılımcıların, %28’i 1 yıldan az bir süredir, %21’i ise 11 yıl ve üzerinde İstanbul’da yaşamaktadır. Diğer oranlarda göz önüne alındığında Bayburt’tan İstanbul’a göçün uzun süreler önce başladığı ve halen devam ettiğini söylemek mümkündür.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Göç ettiğiniz mahallede akraba veya hemşerileriniz var mı? Onlarla iletişim kuruyor musunuz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 45’te gösterilmiştir.

**Tablo 45: Göç Sonrası Akraba/Hemşeri İlişkileri**

	Frekans	Yüzde %
Var / İletişim Kuruyorum	162	32,4
Var / İletişim Kurmuyorum	90	18,0
Yok	248	49,6
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 45’e göre katılımcıların yarıya yakını göç ettiği mahallede bir akrabası veya hemşerisinin olmadığını ifade etmiştir. Mahallesinde akraba veya hemşerisi olan %50,4 oranındaki katılımcılara bakıldığında ise bu kişilerin %32,4’ünün bu kişilerle iletişim kurduğu görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların yaklaşık 2/3’ü göçten sonra herhangi bir şekilde akraba ve hemşerileriyle iletişim içinde bulunmamaktadır.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Hemşeri/Köy derneklerine gidiyor musunuz? Bu derneklerin siyasi tercihlerinizde etkisi var mı?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 46’da gösterilmiştir.

**Tablo 46: Hemşeri/Köy Dernekleri ve Siyasi Tercih İlişkisi**

	Frekans	Yüzde %
Gidiyorum/Etkisi Var	180	36,0
Gidiyorum/Etkisi Yok	203	40,6
Gitmiyorum	117	23,4
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 46’ya göre katılımcıların %76,6’sı bu derneklere gittiğini ve bu kişilerin de %36’sı bu derneklerin siyasi tercihlerinde etkisi olduğunu ifade etmiştir. Bu oran oldukça önemlidir. Hemşeri derneklerine gidenlerin yaklaşık yarısının siyasi tercihlerinde bu derneklerden etkilendiklerini beyan etmeleri, hem siyasal davranış incelemeleri için hem de siyasal parti ve adaylar için dikkatle üzerinde durulması gereken bir alan oluşturmaktadır. Ancak bununla ilgili daha detaylı çalışmalara ihtiyaç vardır. Araştırmada yer alan “**H<sub>14</sub>**: Hemşeri dernekleri göç etmiş seçmenin siyasal davranışlarında etkilidir.” hipotezi burada doğrulanmış ve geçerli kabul edilmiştir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Göçten sonra siyasete ilginiz nasıl değişti?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 47’de gösterilmiştir.

**Tablo 47: Göçten Sonra Siyasete İlginin Değişimi**

	Frekans	Yüzde %
Arttı	237	47,4
Değişmedi	129	25,8
Azaldı	134	26,8
Fikrim Yok	-	-
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 47’ye göre katılımcıların %25,8’i siyasete ilgisinin değişmediğini, %47,4’ü ilgisinin arttığını, %26,8’i ise azaldığını belirtmiştir. Tabloya bakıldığında, göç eden

katılımcıların yaklaşık 2/3'ü göçten sonra bir şekilde siyasete ilgisinin değiştiğini ifade etmişlerdir. Bu oran oldukça önemlidir. Buradan göç ile birlikte bireylerin siyasi düşüncelerinin değişme olasılığının mümkün hatta yüksek olduğu sonucuna ulaşmak söz konusudur. Araştırmada yer alan “**H<sub>8</sub>**: Göç siyasete ilgi düzeyini değiştirmektedir.” hipotezi burada doğrulanmış ve geçerli kabul edilmiştir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Göçten sonra siyasal davranışlarınızın (siyasal katılma, seçmen tercihini etkileyen faktörler vb.) değiştiğini düşünüyor musunuz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 48’de gösterilmiştir.

**Tablo 48: Göç Sonrası Siyasal Davranışların Değişimi**

	Frekans	Yüzde %
Değişti	187	37,4
Kısmen Değişti	131	26,2
Değişmedi	182	36,4
Fikrim Yok	-	-
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 48’e göre, katılımcıların %37,4’ü göçten sonra siyasal davranışlarının değiştiğini, %26,2’si ise kısmen değiştiğini belirtmişlerdir. Siyasal davranışlarının değişmediğini ifade eden katılımcı oranı ise %36,4’tür. Tabloya bakıldığında göçün siyasal davranışları değiştirme veya etkileme oranının %63,6 olduğu görülmektedir. Bir önceki tabloyla kıyaslandığında ise %74,2 siyasete ilginin değişme oranı ile %63,6 siyasal davranışların değişme oranı arasında tutarlı bir ilişkinin kurulabilmesi mümkündür. Araştırmada yer alan “**H<sub>7</sub>**: Göçle birlikte siyasal davranışlarda değişiklik olmaktadır.” hipotezi burada doğrulanmış ve geçerli kabul edilmiştir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada yaş ile göçten sonraki siyasete ilgi ve siyasal davranışların değişimi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin

hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 49’da gösterilmiştir.

**Tablo 49: Yaşa Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi**

Siyasete İlgi				
	Arttı	Değişmedi	Azaldı	Toplam
18-29	63	48	52	163
30-49	105	49	43	197
50-64	42	24	25	91
65+	27	8	14	49
<b>Toplam</b>	<b>237</b>	<b>129</b>	<b>134</b>	<b>500</b>
Siyasal Davranışların Değişimi				
	Değişti	Kısmen Değişti	Değişmedi	Toplam
18-29	50	51	62	163
30-49	85	47	65	197
50-64	37	21	33	91
65+	15	12	22	49
<b>Toplam</b>	<b>187</b>	<b>131</b>	<b>182</b>	<b>500</b>

Tablo 49’da görüldüğü gibi göçten sonra 18-29 yaş aralığında olanların %39’unun siyasete ilgisinin arttığı, %32’sinin siyasete ilgisinin azaldığını ve %29’unun ise siyasete ilgisinin değişmediği görülmektedir. Bu yaş grubunda olanların siyasal davranışlarının değişimine bakıldığında ise katılımcılardan %31’i siyasal davranışlarının değiştiğini, %31’i kısmen değiştiğini, %38’i ise bu davranışlarının değişmediğini beyan etmişlerdir.

30-49 yaş aralığına bakıldığında ise katılımcıların %53’ünün siyasete ilgisinin arttığı, %22’sinin ilgisinin azaldığı ve %25’inin siyasete ilgi konusunda herhangi bir değişim yaşamadığı görülmektedir. Bu yaş grubunun siyasal davranış değişimlerine bakıldığında ise katılımcıların %43’ü göçten sonra siyasal davranışlarının değiştiğini, %24’ü bu değişimin kısmen olduğunu ve %33’ü siyasal davranışlarının değişmediğini belirtmişlerdir.

50 yaş ve üzeri katılımcıların toplam oranlarına bakıldığında ise %49’unun siyasete ilgi düzeyinin arttığı, %28’inin siyasete ilgisinin azaldığı ve %23’ünün siyasete ilgisinin değişmediği görülmektedir. 50-64 yaş ve 65 yaş ve üzeri yaş grubu toplamının siyasal davranışlarla ilgili değişimi ise şu şekildedir. Katılımcıların %37’si göçten sonra siyasal



davranışlarının değiştiğini, %24'ü davranışlarının kısmen değiştiğini, %39'u ise göçten sonra siyasal davranışlarında bir değişiklik olmadığını düşünmektedir.

Oranlara bakıldığında siyasete ilgi düzeyinin (arttı/azaldı) yaş ilerledikçe değiştiği gözlemlenmektedir. Siyasal davranışların değişiminde ise, her yaş grubunda kısmen veya tamamen değiştiğini ifade edenlerin sayısı fazla olmakla beraber 30-49 yaş grubunda bu değişimin daha fazla olduğu görülmektedir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada cinsiyet ile göçten sonraki siyasete ilgi ve siyasal davranışların değişimi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 50'de gösterilmiştir.

**Tablo 50: Cinsiyete Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi**

Siyasete İlgi				
	Arttı	Değişmedi	Azaldı	Toplam
Kadın	99	48	56	203
Erkek	138	81	78	297
Toplam	237	129	134	500
Siyasal Davranışların Değişimi				
	Değişti	Kısmen Değişti	Değişmedi	Toplam
Kadın	75	59	69	203
Erkek	112	72	113	297
Toplam	187	131	182	500

Tablo 50'de görüldüğü gibi İstanbul'da yaşayan Bayburtlu kadınlardan %49'u göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını, %28 bu ilginin azaldığını, %23'ü ise ilgisinin değişmediğini ifade etmişlerdir. Aynı katılımcıların %37'si siyasal davranışlarının değiştiğini, %29'u bu değişimin kısmen olduğunu, %34'ü ise göçten sonra siyasal davranışlarının değişmediğini belirtmişlerdir.

Erkek katılımcılara bakıldığında ise göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını söyleyenlerin oranının %47, azaldığını söyleyenlerin oranının %26 ve siyasete ilgisinin

değişmediğini söyleyenlerin oranının ise %27 olduğu görülmektedir. Siyasal davranışlarının değişimi ile ilgili soruya verdikleri cevaplara göre ise bu kişilerin %38'i siyasal davranışlarının değiştiğini, %24'ü kısmen değiştiğini, %38'i ise siyasal davranışlarında herhangi bir değişimin olmadığını düşünmektedir. Tabloya karşılaştırmalı olarak bakıldığında gerek siyasi ilginin değişimi gerekse siyasal davranışların değişimi olsun her ikisinde de kadınların erkeklere göre daha fazla değişim gösterdikleri sonucu çıkmaktadır.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada meslek ile göçten sonraki siyasete ilgi ve siyasal davranışların değişimi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 51'de gösterilmiştir.

**Tablo 51: Mesleğe Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi**

Siyasete İlgi				
	Arttı	Değişmedi	Azaldı	Toplam
İşçi	12	16	21	49
Memur	82	40	40	162
Esnaf	61	32	31	124
Emekli	11	10	13	34
Ev Hanımı	38	12	14	64
Öğrenci	26	12	3	41
S.Meslek	6	5	9	20
İşsiz	1	2	3	6
<b>Toplam</b>	<b>237</b>	<b>129</b>	<b>134</b>	<b>500</b>
Siyasal Davranışların Değişimi				
	Değişti	Kısmen Değişti	Değişmedi	Toplam
İşçi	29	8	12	49
Memur	56	40	66	162
Esnaf	49	33	42	124
Emekli	12	6	16	34
Ev Hanımı	19	21	24	64
Öğrenci	10	15	16	41
S.Meslek	9	7	4	20
İşsiz	3	1	2	6
<b>Toplam</b>	<b>187</b>	<b>131</b>	<b>182</b>	<b>500</b>

Tablo 51’de görüldüğü gibi İstanbul’daki Bayburtlu katılımcılardan işçi olanların %24’ü göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını, %43’ü ilgisinin azaldığını, geriye kalanı ise siyasete ilgisinin değişmediğini belirtmişlerdir. Bu meslek grubundakilerin siyasal davranışlarla ilgili değişimi ise %59 değişti, %16 kısmen değişti ve %25 değişmedi şeklindedir.

Memurlara bakıldığında katılımcılardan %50’si siyasete ilgisinin arttığını, %25’i siyasete ilgisinin azaldığını geriye kalanı ise siyasete ilgisinin değişmediğini ifade etmişlerdir. Bu kişilere siyasal davranışlarının değişimi sorulduğunda ise %35 değişti, %25 kısmen değişti ve %40 değişmedi cevabı alınmıştır.

Araştırmada esnaf katılımcıların %49’u göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını, %25’i ilgisinin azaldığını ifade ederken geriye kalanlar ise ilgisinin değişmediğini düşünmektedir. Bu katılımcıların %39’u göçten sonra siyasal davranışlarının değiştiğini, %27’si bu değişimin kısmen olduğunu belirtirken, %34’ü siyasal davranışlarında herhangi bir değişim olmadığını söylemiştir.

Emekli katılımcıların siyasi ilgilerine bakıldığında %32 arttı, %38 azaldı, %30 değişmedi cevabı verdikleri görülmektedir. Aynı kişiler siyasal davranışların değişimi ile ilgili soruya ise şu cevabı vermişlerdir: %35 değişti, %18 kısmen değişti, %47 değişmedi.

Ev hanımlarında göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını veya azaldığını düşünenlerin oranı sırasıyla %59 ve %22’dir. Geriye kalan ev hanımları ise siyasi ilgilerinde bir değişiklik olmadığını belirtmişlerdir. Ev hanımların siyasal davranış değişimleri ise %30 değişti, %33 kısmen değişti ve %37 değişmedi şeklindedir.

Öğrenci katılımcılara bakıldığında ise göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını düşünenlerin oranı %63, azaldığını düşünenlerin oranı %7’dir. Geriye kalanlar ise siyasete ilgisinde bir değişiklik olmadığını ifade etmişlerdir. Bu kişilerin siyasal davranış değişimi ile ilgisi cevapları ise %24 değişti, %37 kısmen değişti ve %39 değişmedi şeklindedir.

Serbest meslek sahibi ve işsiz olan katılımcıların toplam oranlarına bakıldığında ise siyasi ilgi cevaplarının %27 arttı, %46 azaldı, %27 değişmedi, siyasal davranış değişimi



düşünenlerin oranının ise %24 olduğu tespit edilmiştir. Bu kişilerin siyasal davranış değişim oranları ise şu şekildedir: %41 değişti, %25 kısmen değişti, %34 değişmedi.

Tabloya detaylı bakıldığında siyasal ilgi değişiminde de siyasal davranış değişiminde de evli katılımcıların oranlarının yüksek olduğu görülmektedir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada eğitim ile göçten sonraki siyasete ilgi ve siyasal davranışların değişimi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 53'te gösterilmiştir.

**Tablo 53: Eğitime Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi**

Siyasete İlgi				
	Arttı	Değişmedi	Azaldı	Toplam
İlkokul ve Altı	24	8	16	48
Ortaokul	45	29	30	104
Lise	74	52	40	166
Y.Okul/Üni	87	39	48	174
YL/Doktora	7	1	0	8
<b>Toplam</b>	<b>237</b>	<b>129</b>	<b>134</b>	<b>500</b>
Siyasal Davranışların Değişimi				
	Değişti	Kısmen Değişti	Değişmedi	Toplam
İlkokul ve Altı	19	9	20	48
Ortaokul	41	24	39	104
Lise	76	36	54	166
Y.Okul/Üni	51	60	63	174
YL/Doktora	0	2	6	8
<b>Toplam</b>	<b>187</b>	<b>131</b>	<b>182</b>	<b>500</b>

Tablo 53'te görüldüğü gibi İstanbul'daki Bayburtlulardan eğitim açısından ilkökul düzeyi ve altında (okur-yazar değil) olanların "göçten sonra siyasete ilginiz nasıl değişti?" sorusuna verdikleri cevaplar şöyledir: %50 arttı, %33 azaldı, %17 değişmedi. Aynı kişilerin siyasal davranışların değişimi ise %39 değişti, %19 kısmen değişti ve %42 değişmedi şeklinde ölçülmüştür.

Ortaokul eğitim düzeyine sahip kişilerin ise göçten sonra siyasi ilgisinin %43 oranında arttığı, %29 oranında azaldığı, %28 oranında değişmediği görülmektedir. Aynı kişilerin siyasal davranış değişimine verdikleri cevaplar ise %39 değişti, %23 kısmen değişti ve %38 değişmedi şeklindedir.

Lise eğitim düzeyine sahip katılımcıların %45'i göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını, %24'ü ilgisinin azaldığını, %31'i ise siyasete ilgisinin değişmediğini belirtirken aynı kişiler siyasal davranışların değişimi sorusuna %46 değişti, %22 kısmen değişti, %32 değişmedi cevabını vermişlerdir.

Ön lisans ve lisans düzeyindeki katılımcılara bakıldığında ise bu kişilerin %50'sinin göçten sonra siyasete ilgisinin arttığı %28'sinin ise azaldığını tespit etmek mümkündür. Geriye kalan %22'sinin ise herhangi bir değişim yaşamadığı görülmektedir. Aynı kişilerin %29 oranında siyasal davranışlarının değiştiği, %36'sının kısmen değiştiği, %35'inin değişmediği tespit edilmiştir.

Son olarak lisansüstü eğitime sahip kişilerin oranlarına bakıldığında siyasete ilginin %88 arttı, %12 değişmedi şeklinde ortaya çıktığı görülmektedir. Aynı kişilerin siyasal davranış değişimleri ise %25 kısmen değişti ve %75 değişmedi şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Tabloya detaylı bakıldığında siyasi ilgi değişiminin (arttı/azaldı) en fazla olduğu eğitim grubunun lisansüstü katılımcılar, siyasal davranışların en fazla değiştiği eğitim grubunun ise lise düzeyi katılımcılar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada gelir ile göçten sonraki siyasete ilgi ve siyasal davranışların değişimi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 54'te gösterilmiştir.

**Tablo 54: Gelire Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi**

Siyasete İlgi				
	Arttı	Değişmedi	Azaldı	Toplam
Asg. Ücret Altı	58	31	41	130
Asg. Ücret	55	45	36	136
1405-2500	56	27	28	111
2501-5000	47	15	20	82
5001+	21	11	9	41
<b>Toplam</b>	<b>237</b>	<b>129</b>	<b>134</b>	<b>500</b>
Siyasal Davranışların Değişimi				
	Değişti	Kısmen Değişti	Değişmedi	Toplam
Asg. Ücret Altı	43	32	55	130
Asg. Ücret	59	37	40	136
1405-2500	46	25	40	111
2501-5000	26	26	30	82
5001+	13	11	17	41
<b>Toplam</b>	<b>187</b>	<b>131</b>	<b>182</b>	<b>500</b>

Tablo 54'te görüldüğü gibi İstanbul'daki Bayburtlulardan asgari ücret ve altında geliri olanların %42'si göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını belirirken, %29'u siyasete ilgisinin azaldığını ve %29'u ise ilgisinin değişmediğini ifade etmişlerdir. Aynı kişilerin %38'i göçten sonra siyasal davranışlarının değiştiğini, %26'sı kısmen değiştiğini, %36'sı ise değişmediğini belirtmişlerdir.

1405-2500TL gelir aralığına sahip kişilerin ise siyasi ilgi oranların %50 arttı, %25 azaldı %25 değişmedi, siyasal davranış değişim oranlarının ise %41 değişti, %23 kısmen değişti, %36 değişmedi şeklinde olduğu görülmektedir.

Araştırmada 2501-5000TL gelir grubu aralığındaki katılımcıların %57'si göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını ifade ederken bu kişilerin %25'i ise ilgisinin azaldığını belirtmiştir. Bu gelir grubunda ilgisinin değişmediğini söyleyenlerin oranı ise %18'dir. Aynı kişilerin siyasal davranışların değişimine yönelik verdikleri cevaplar ise şöyledir: %32 değişti, %32 kısmen değişti, %36 değişmedi.

Son olarak 5001TL ve üzerinde olan katılımcıların ise %51'i göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını, %22'si azaldığını, %27'si ise ilgisinin değişmediğini düşünmektedir.

Bu kişilerin siyasal davranış değişim oranlarına bakıldığında ise %32 değişti, %27 kısmen değişti ve %41 değişmedi sonuçlarına ulaşmak mümkündür.

Tabloya detaylı bakıldığında siyasete ilginin (arttı/azaldı) en fazla değiştiği gelir grubunun 2501-5000TL; siyasal davranışların en fazla değiştiği gelir grubunun ise %64 ile asgari gelir ve altı, 1405-2500TL ve 2501-5000TL şeklinde üç gelir grubu olduğu görülmektedir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada yaşadığı yer ile göçten sonraki siyasete ilgi ve siyasal davranışların değişimi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 55'te gösterilmiştir.

**Tablo 55: Yerleşim Yerine Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi**

Siyasete İlgi				
	Arttı	Değişmedi	Azaldı	Toplam
İl Merkezi	79	46	34	159
İlçe	41	14	30	85
Köy	117	69	70	256
Toplam	237	129	134	<b>500</b>
Siyasal Davranışların Değişimi				
	Değişti	Kısmen Değişti	Değişmedi	Toplam
İl Merkezi	46	49	64	159
İlçe	37	20	28	85
Köy	104	62	90	256
Toplam	187	131	182	<b>500</b>

Tablo 55'te görüldüğü gibi İstanbul'daki Bayburtlulardan il merkezinden İstanbul'a göç edenlerin %50'si siyaset ilgisinin arttığını, %21 ilgisinin azaldığını ve %29'u ilgisinin değişmediğini belirtmişlerdir. Aynı kişilerin siyasal davranış değişimleri ise %29 değişti, %31 kısmen değişti, %40 değişmedi şeklindedir.



Bayburt ilçelerinden İstanbul'a göç edenlerin ise %48'i siyasete ilgisinin arttığını, %35'i ilgisinin azaldığını ve %17'si ilgisinin değişmediğini ifade ederken aynı kişilerin %44'ü göçten sonra siyasal davranışlarının değiştiğini, %23'ü kısmen değiştiğini, %33'ü değişmediğini düşünmektedir.

Son olarak köyden göç edenlere bakıldığında siyasal ilgi oranlarının %46 arttı, %27 azaldı, %27 değişmedi; siyasal davranış değişim oranlarının %41 değişti, %24 kısmen değişti, %35 değişmedi şeklinde olduğu görülmektedir.

Tabloya detaylı bakıldığında siyasal ilgideki ve siyasal davranışlardaki en fazla değişimin de ilçeden göç eden katılımcılara da görüldüğü dikkat çekmektedir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada İstanbul'da yaşadıkları süre ile göçten sonraki siyasete ilgi ve siyasal davranışların değişimi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 56'de gösterilmiştir.

**Tablo 56: Yaşanılan Süreye Göre Siyasi İlgi ve Siyasal Davranışların Değişimi**

Siyasete İlgi				
	Arttı	Değişmedi	Azaldı	Toplam
1 Yıldan az	75	32	33	140
1-5 yıl	70	47	48	165
6-10 yıl	36	28	26	90
11 yıl +	56	22	27	105
<b>Toplam</b>	<b>237</b>	<b>129</b>	<b>134</b>	<b>500</b>
Siyasal Davranışların Değişimi				
	Değişti	Kısmen Değişti	Değişmedi	Toplam
1 Yıldan az	54	33	53	140
1-5 yıl	54	45	66	165
6-10 yıl	36	25	29	90
11 yıl +	43	28	34	105
<b>Toplam</b>	<b>187</b>	<b>131</b>	<b>182</b>	<b>500</b>

Tablo 56'ya bakıldığında İstanbul'da 1 yıldan az yaşayanların %22,8'i siyasete ilgisinin değişmediğini geri kalan %77,2'si ise artmak veya azalmak kaydıyla göçten sonra

siyasete ilgisinin değiştiğini belirtmişlerdir. Aynı kişiler siyasal davranışlarının değişmesine y6nelik ise %37,8 oranında değişmedi cevabı vermişlerdir. Değişti ve kısmen değişti diyenlerin oranı ise 62,2'dir.

1-5 yıl aralığında İstanbul'da yaşayanlara bakıldığında ise bu kişilerin %28,4'ü siyasete ilgisinin değişmediği, %40'ı ise g6çten sonra siyasal davranışlarında bir değişiklik olmadığı cevabını verdikleri g6r6lmektedir. 6-10 yıl arasında yaşayanların ise %68,8 oranında siyasete ilgisinin değiştiği ve %67,7 oranında ise siyasal davranışlarının değiştiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Son olarak İstanbul'da 11 yıl ve 6zerinde yaşayan katılımcıların değişim oranları ise siyasi ilgi %79 ve siyasal davranış %67,6'dır.

Tabloya detaylı bakıldığında siyasi ilginin en fazla değiştiği d6nem 11 yıl ve 6zeri iken siyasal davranışların en fazla değiştiği zaman aralığı 6-10 yıl ve ardından yine 11 yıl ve 6zeridir. Buradan zaman geçtikçe siyasete ilgi ve siyasal davranışların değişmesi daha fazla olur sonucuna ulaşmak m6mk6nse de diğer yıllar hesaba katıldığında dalgalı ve anlamsız bir sonuç ortaya çıkmaktadır. 6rneğin siyasal davranışların değişimi en az %60 ile 1-5 yıl aralığında, siyasete ilginin değişimi en az %68,8 ile 6-10 yıl aralığındadır. Ancak yine de tablodan çıkarılabilecek en net sonuç, g6çle birlikte İstanbul'a yerleşen Bayburtlular yaşadıkları s6re ne olursa olsun kısa veya uzun d6nemde siyasete ilgilerini de siyasal davranışlarını da değiştirmiştir.

G6ç 6zerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada g6ç edilen mahallede hemşeri veya akrabaların olup olmaması var ise bu kişilerle iletişim sağlanıp sağlanmaması durumu ile g6çten sonraki siyasete ilgi ve siyasal davranışların değişimi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 g6ven aralığı ve %5 6nem d6zeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 57'de g6sterilmiştir

**Tablo 57: Göç Sonrası Akraba/Hemşeri İletişimine Göre Siyasal İlgi ve Siyasal Davranış Değişimi**

Siyasete İlgi				
	Arttı	Değişmedi	Azaldı	Toplam
Var/ İletişim Kuruyorum	80	41	41	162
Var/İletişim Kurmuyorum	35	26	29	90
Yok	122	62	64	248
<b>Toplam</b>	<b>237</b>	<b>129</b>	<b>134</b>	<b>500</b>
Siyasal Davranışların Değişimi				
	Değişti	Kısmen Değişti	Değişmedi	Toplam
Var/ İletişim Kuruyorum	45	43	74	162
Var/İletişim Kurmuyorum	36	21	33	90
Yok	106	67	75	248
<b>Toplam</b>	<b>187</b>	<b>131</b>	<b>182</b>	<b>500</b>

Tablo 57'e bakıldığında göç ettiği mahallede hemşeri veya akrabası bulunan ve bunlarla iletişim halinde olan katılımcıların %49,3'ü göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını, %25,3'ü siyasete ilgisinin azaldığını ve yine %25,3'ise ilgisinin değişmediğini ifade etmişlerdir. Oranlara bakıldığında göç ettiği yerde hemşeri ve akrabalarıyla iletişim halinde bulunan katılımcıların %75'i artmak veya azalmak kaydıyla siyasete ilgisini değiştirmiştir.

Göç ettiği yerde akraba veya hemşerisi olmayan veya olsa bile onlarla iletişim kurmayan katılımcıların toplam oranlarına bakıldığında ise bu kişilerin %46,4'ü göçten sonra siyasete ilgisinin arttığını, %26'sı ilgisinin değişmediği ve %27,5'i ise ilgisinin azaldığını ifade etmişlerdir. Artmak veya azalmak kaydıyla siyasete ilgi değişim oranı da yine bir önceki gruba aynıdır. Daha somut çerçevede değerlendirilebilecek olan siyasal davranış değişimine bakıldığında ise şu sonuçlarla karşılaşmaktadır. Göç ettiği mahallede hemşeri veya akrabaları bulunan ve bunlarla iletişim kuran katılımcıların %54,3'ü göçten sonra siyasal davranışlarının değiştiğini veya kısmen değiştiğini belirtmişlerdir. Diğer gruba bakıldığında, yani göç ettiği mahallede hemşerisi veya akrabası olmayan olsa bile onlarla iletişim kurmayan katılımcıların ise %68'i siyasal davranışlarının tamamen veya kısmen değiştiğini ifade etmiştir.

Oranlara karşılaştırmalı olarak bakıldığında göçten sonra akraba ve hemşerileriyle iletişim kurmayan kişilerin siyasal davranış değişimlerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Diğer açıdan bakıldığında göç ettikten sonra aynı bölge insanı veya akrabasıyla iletişim halinde olan bir kişinin siyasal davranış kalıplarını değiştirme de daha tutucu davrandığı görülmektedir. Bunun temel nedeni bu kişiler tarafından farklı siyasal görüş ve bakış açıların bireye aktarılma ihtimalinin düşük olması olabileceği gibi bireyin bu kişilerle uyumlu hareket etmeyi kendisi için bir gereklilik olarak görmesi de olabilir. Özetle benzer olanların veya benzerlikler üzerinden hareket edenlerin farklılaşma olasılığı daha düşük olacaktır. Araştırmada yer alan “**H<sub>17</sub>**: Göç edilen mahallede hemşeri/akraba olup olması ve bunlarla iletişim kurulup kurulmamasına göre siyasal davranış ilgi ve değişim düzeyleri değişmektedir.” hipotezi burada doğrulanmış ve geçerli kabul edilmiştir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “Göçten önce (Bayburt’ta) en son hangi partiye oy vermiştiniz” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 58’de gösterilmiştir.

**Tablo 58: Göçten Önce (Bayburt’ta) Kullanılan En Son Oylar**

	Frekans	Yüzde %
AK PARTİ	161	32,2
CHP	72	14,4
MHP	89	17,8
SP	18	3,6
RP	31	6,2
Oy Kullanmadım	129	25,8
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>
<b>Oy Kullanmayanlar Çıkarıldığında</b>		
AK PARTİ	161	43,3
CHP	72	19,4
MHP	89	24,0
SP	18	4,9
RP	31	8,4
<b>Toplam</b>	<b>371</b>	<b>100</b>

Tablo 58’e göre katılımcıların %25,8’i Bayburt’ta oy kullanmadığını ifade ederken bu kişiler ayrı tutulduğunda oy kullananların %43,3’ü AK Partiyi, %19,4’ü CHP’yi, %24’ü ise MHP’yi tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bayburt’tayken en son oy kullandıklarında

SP'yi ve RP'yi tercih edenlerin oranı ise %13,3'tür. Katılımcıların göçten önceki parti tercihleri ve önümüzdeki pazar seçim olsa hangi partiye oy verecekleri arasında bir karşılaştırma yapmak siyasal tercih değişimini göstermesi açısından önem arz etmektedir. Bu karşılaştırma, Tablo 59'da gösterilmiştir.

**Tablo 59: Bayburt'ta Kullanılan En Son Oy ile Gelecek Seçimde Kullanılacak Oyların Karşılaştırılması**

	BAYBUR'TA KULLANILAN SON OY		ÖNÜMÜZDEKİ PAZAR SEÇİM OLSA	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde %
AK PARTİ	161	43,3	226	45,8
CHP	72	19,4	193	39,1
MHP	89	24,0	58	11,7
SP / RP	18 / 31	4,9 / 8,4	5/	1/
DİĞER	-	-	11	2,2
<b>Toplam</b>	<b>371</b>	<b>100</b>	<b>493</b>	<b>100</b>

Tablo 59'a bakıldığında katılımcıların göçten önce kullandıkları en son oyda AK Parti'yi tercih oranı %43,3 iken önümüzdeki Pazar seçim olduğunda bu partinin oy oranı %45,8'dir. CHP'de bu oran %19,4'ten %39,1'e ulaşmıştır. MHP'de ise %24'ten %11,7'ye düşmüştür. SP ve selefi RP'nin oy oranı ise göçten önce %13,3 ve olası bir seçimde %1 şeklinde görülmektedir.

Tablo analiz edildiğinde, dikkat çeken ilk nokta CHP oylarının yükselmesi ve MHP oylarının düşmesidir. Her ne kadar AK Parti oyları birbirine yakın gözükse de aynı siyasi gelenekten gelen SP ve RP'nin oylarıyla yani muhafazakâr sağ seçmenin oylarıyla toplandığında göçten önce %56,6 olan bu oranın %46,8'e gerilediği söylenebilir. MHP oylarındaki düşüş de göz önüne alındığında Bayburt'un siyasal kültürüne hâkim olan muhafazakâr-milliyetçi seçmenin göç ettikten sonra bu kimliklerini önemli ölçüde kaybettiği görülmektedir. Hangi parti tabanının nereye kaydığına dair bir açıklama yapmak içinse yeni bir analiz yapmak gerekmektedir. Bu kapsamda Tablo 60'ta İstanbul'daki seçmenlerinin Bayburt'ta kullandıkları ve gelecekte kullanmayı düşündükleri oyların çapraz ilişkisi ele alınmıştır.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada “Önümüzdeki Pazar seçim olsa hangi partiye oy verirsiniz?” sorusu ile “Bayburt’ta en son hangi partiye oy vermişsiniz?” sorusu arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 60’ta gösterilmiştir.

**Tablo 60: Bayburt’ta Kullanılan En Son Oy ile Gelecek Seçimde Kullanılacak Oylar Arasındaki İlişki**

Önümüzdeki Pazar seçim olsa hangi partiye oy verirsiniz?	Bayburt’ta en son hangi partiye oy verdiniz?						TOPLAM				
	AK PARTİ	CHP	MHP	SP	RP	Oy Kullanmadım					
AKP	99	37	29	11	8	42	226				
CHP	60	26	30	1	18	58	193				
MHP	1	8	21	6	0	22	58				
SP	0	0	2	0	0	3	5				
DİĞER	1	1	2	0	5	2	11				
Oy Kullanmam	0	0	5	0	0	2	7				
Toplam	161	72	89	18	31	129	500				
Oy Kullanmayanlar çıkarıldığında (129 kişi)											
	AK PARTİ		CHP		MHP		SP		RP		TOPLAM
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi
AKP	99	53,8	37	20,1	29	15,7	11	5,9	8	4,3	184
CHP	60	44,4	26	19,2	30	22,2	1	0,7	18	13,3	135
MHP	1	2,7	8	22,2	21	58,3	6	16,6	0	0	36

Tablo 60’a bakıldığında oy kullanmayanlar çıkarıldığında (129 kişi) önümüzdeki Pazar seçim olsa oyunu **AK Parti**’ye verecek olan katılımcıların, %53,8’i Bayburt’tayken en son oy verdikleri partinin AK Parti, %20,1’i CHP, %15,7’si MHP ve %10,2’si SP/RP olduğunu ifade etmişlerdir. Önümüzdeki Pazar seçim olsa oyunu **CHP**’ye verecek olan katılımcıların ise Bayburt’ta kullandıkları en son oylara bakıldığında %44,4 AK Parti, %19,2 CHP, %22,2 MHP, %14 SP/RP sonuçlarına ulaşmak mümkündür. **MHP** seçmeni ise Bayburt’tayken en son sandığa gittiğinde %2,7 oranında AK Parti’yi, %22,2 oranında CHP’yi, %58,3 oranında MHP’yi ve %16,6 oranında SP’yi tercih ettiğini belirtmişlerdir.

Tabloya detaylı bakıldığında hemen hemen tüm partiler arasında tercih değişikliklerinin bulunduğu, siyasi yelpaze de sağ-sol şeklinde ele alınan taraflar arasında dahi geçişlerin olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu tablo göçle birlikte seçmenin parti tercihlerinin değişebileceğini somut biçimde ortaya koymaktadır. Özellikle bugünkü CHP seçmeninin Bayburt'ta yaşıyorken %58,5 oranında (AK Parti ve SP/RP) muhafazakâr bir eğilim sergilemeleri yaşadıkları değişim ve dönüşümü açıklamaktadır. Tablo 59 ve Tablo 60'a göre araştırmada yer alan “**H<sub>16</sub>**: Bayburt'tan İstanbul'a göç eden seçmen, siyasal partisini değiştirmektedir.” hipotezi burada doğrulanmış ve geçerli kabul edilmiştir.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada katılımcılara “İstanbul'da nerede yaşıyorsunuz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 61'de gösterilmiştir.

**Tablo 61: İstanbul'da Yaşanılan İlçeler**

İlçe	Frekans	Yüzde %
Eyüp	76	15,2
Esenyurt	30	6,0
Fatih	15	3,0
Gaziosmanpaşa	15	3,0
Üsküdar	30	6,0
Beşiktaş	15	3,0
Kartal	30	6,0
Pendik	15	3,0
Ataşehir	15	3,0
Tuzla	60	12,0
Ümraniye	31	6,2
Maltepe	30	6,0
Bağcılar	31	6,2
Kadıköy	47	9,4
Kâğıthane	15	3,0
Güngören	30	6,0
Avcılar	15	3,0
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Tablo 61'e göre toplam 17 ilçeden araştırma katılan kişilerin birbirlerine yakın oranda oldukları görülmektedir. Eyüp ilçesi %15,2 oranıyla ilk sırayı alırken, %3 ile Fatih, Gaziosmanpaşa, Beşiktaş, Pendik, Ataşehir, Kağıthane ve Avcılar son sırayı

paylaşmaktadır. Tablodan çıkarılabilecek bir diğer sonuç ise Bayburtlular, İstanbul'un farklı ilçelerinde yaşamaktadır.

Göç üzerinden siyasal davranışların karşılaştırıldığı bu çalışmada İstanbul'daki katılımcıların yaşadıkları ilçe ile oy verdikleri parti arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının %95 güven aralığı ve %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Ki-kare analiz değerlerinin hesaplanması için çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Çapraz tablo sonuçları Tablo 62'de gösterilmiştir.

**Tablo 62: Yaşanılan İlçe ve Oy Tercihleri Arasındaki İlişki**

Yaşadığı ilçe	Önümüzdeki pazar seçim olsa hangi partiye oy verirsiniz?						Toplam
	AK PARTİ	CHP	MHP	SP	Diğer	Oy kullanmam	
Eyüp	37	26	10	0	3	0	76
Esenyurt	11	13	4	0	2	0	30
Fatih	6	4	3	0	2	0	15
Gaziosmanpaşa	6	5	2	0	2	0	15
Üsküdar	17	9	3	0	0	1	30
Beşiktaş	5	6	2	1	0	1	15
Kartal	13	13	4	0	0	0	30
Pendik	8	5	1	1	0	0	15
Ataşehir	9	4	0	1	0	1	15
Tuzla	25	28	6	0	0	1	60
Ümraniye	13	16	1	1	0	0	31
Maltepe	14	11	4	0	1	0	30
Bağcılar	12	14	5	0	0	0	31
Kadıköy	22	20	5	0	0	0	47
Kâğıthane	8	5	0	1	1	0	15
Güngören	13	11	4	0	0	2	30
Avcılar	7	3	4	0	0	1	15
<b>Toplam</b>	<b>226</b>	<b>193</b>	<b>58</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>500</b>

Tablo 62'ye bakıldığında CHP'nin 1. Parti olarak görüldüğü ilçeler, Esenyurt, Beşiktaş, Tuzla, Ümraniye, Bağcılardır. Kartalda ise AK Parti ve CHP'nin aynı oranda olduğu tespit edilmektedir. Tabloda Ataşehir ve Kağıthane'deki katılımcıların MHP'yi hiç tercih etmedikleri ve Avcılar'da MHP'nin AK Parti'den sonra ikinci parti olduğu sonuçlarına ulaşılmaktadır.



## SONUÇ

Siyasal davranış, bireyin siyaset üzerindeki basit bir meraktan ileri düzey katılımına kadar ortaya koyduğu algı, tutum, tavır ve faaliyetlerin tamamı olarak tanımlanmaktadır. Bu davranış, en yaygın biçimi olan oy kullanmadan miting ve gösterilere katılma, sivil itaatsizlikten siyaset dışı pozisyon almaya kadar geniş çerçevede ele alınmaktadır. Siyasal davranışların boyutları “siyasal katılma” ve “seçmen tercihi” gibi iki başlıkta değerlendirilmektedir. Siyasal katılma, bireylerin veya örgütlerin siyasi otoriteyi etkileme ve yönlendirme amacıyla ortaya koydukları eylemlerdir. Siyasal katılma, özünde oy davranışı olan seçmen tercihini de kapsayan ve geniş perspektiften düşünülmesi gereken bir kavramdır. Seçmen tercihi ise, bireylerin demokratik sistemlerde belli aralıklarla yapılan seçimlere katılarak oy kullanmaları ve siyasi partiler arasında tercihte bulunmalarıdır. Ancak bu tercih, mutlaka sandıkta ortaya konulan bir seçim olmanın ötesinde bir anlam taşıyabilir. Çünkü bir kişinin, oy kullanmaması çeşitli nedenlerle seçmemeyi “tercih” eden bir yaklaşımla yorumlanmalıdır.

Siyasal kültür ve siyasal toplumsallaşma, siyasal davranış kavramıyla yakından ilişkilidir. Siyasal kültür, bir toplumda veya grupta siyasete yönelik hakim olan inanç ve değerler bütünüdür. Siyasal toplumsallaşma ise sosyal bir varlık olan bireyin bu durumun gereği olarak toplumla uyum sağlaması, siyasal kültürün öğrenilmesi ve içselleştirilmesi sürecidir. Siyasal davranışların şekillenmesinde bu iki kavram oldukça önem taşımaktadır. Bireyin, içinde yaşadığı toplumun siyasal kültürüne ve aile, eğitim, sosyal çevre aracılığıyla sonuç aldığı toplumsallaşma sürecine karşı oluşturacağı bakış açısı, ortaya koyacağı siyasal davranışın da yönünü belirlemektedir. Dolayısıyla bir bireyin siyasal davranışını yorumlarken, yaşadığı toplumsallaşma sürecini ve siyasal kültürü göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Çünkü bu iki kavram, bireyin siyasal sistem karşısındaki başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Seçmen tercihlerini etkileyen faktörler, bu iki kavramla şekillenen siyasal davranışlar üzerinde etkili olmaktadır.

Bireyin siyasal davranışları nasıl oluşur? Araştırmacılar bu soruya yönelik üç farklı yaklaşım ortaya koymuşlardır. Bunlardan birincisi, bireyin davranışlarında din, aile, çevresel gruplar, sosyo-kültürel yapı gibi unsurları referans alan sosyolojik yaklaşımdır. İkinci olarak ortaya çıkan sosyo-psikolojik yaklaşım, şartlar ve etki faktörleri ne olursa olsun partiyle psikolojik bir bağ kuran bireyin güçlü şekilde partiyle bağlılığını sürdüreceğini ifade etmektedir. Bu yaklaşımda partiyle özdeşleşme ve parti kimliği ön plana çıkmaktadır. Son olarak, bireyin ekonomik ve bireysel çıkarlarını gözeterek, rasyonel bir hesaplama sonucunda ortaya koyacağı tercihler ise rasyonel tercih yaklaşımı olarak kabul edilmektedir. Bu üç temel yaklaşımın, pratikte doğruluğunu ispatlayacak farklı araştırma ve örnekler olmasına rağmen günümüzde herhangi bir yaklaşımı tek gerçek olarak kabul etmek doğru değildir. Çünkü alanda yapılan çalışmalarda, bireylerin bu üç yaklaşımı da içeren siyasal davranışlar sergiledikleri görülmektedir. Dolayısıyla siyasal davranış kavramı, çok yönlü ele alınması gereken sübjektif ve karmaşık bir nitelik taşımaktadır. Bireyin siyasi tercihte bulunurken çeşitli faktörlerden etkilenmesi de bu durumu desteklemektedir.

Seçmen, kendine özgü bazı özellikler taşımaktadır. Kişisel faktörler olarak çalışmada değerlendirilen bu özellikler, bireyin aynı zamanda siyasi tercihleri üzerinde de etkilidir. Bunlar, yaş, cinsiyet, medeni durum, meslek, eğitim ve gelir faktörleridir. Bireyin siyasal tercihte bulunurken etkisinde olduğu bir diğer faktör ise yerleşme biçimi, din, aile, sosyal çevre ve çıkar grupları, toplumsal travma ve geçmişe yönelik oy verme başlıklarını kapsayan sosyo-kültürel faktörlerdir. Bunlar dışında siyasal parti, parti lideri ve aday içeren siyasal faktörler; seçim kampanyaları, canvassing, kitle iletişim araçları ve kamuoyu araştırmalarından oluşan iletişim faktörleri bulunmaktadır. Psikolojik faktörler, gündem faktörü ve ekonomik faktörler yine seçmen tercihlerini etkileyen diğer faktörlerdir.

Çalışmada, Bayburtlu seçmenlerin siyasal davranışları göç olgusu üzerinden karşılaştırılmıştır. Buna göre Bayburt'ta yaşayan seçmen ile bir dönem Bayburt'ta yaşadından sonra İstanbul'a göç etmiş Bayburtlu seçmenin siyasal davranışlarının ölçülmesine yönelik bir uygulama yapılmıştır. Araştırmada İstanbul'a göç eden seçmene ilave sorular yöneltilerek göçle birlikte yaşanan siyasal davranış değişimleri de ortaya konulmuştur. Öncelikle ayrı siyasal kültürlere sahip Bayburt ve İstanbul ilinde yaşayan Bayburtlu katılımcıların kendilerini siyasi olarak tanımlarken ortaya çıkan farklı sonuçlar

dikkat çekmektedir. Buna göre Bayburt'ta yaşayan katılımcıların kendilerini büyük oranda muhafazakâr ve Türk milliyetçisi olarak tanımladıkları, İstanbul'daki katılımcıların ise bu kimlikleri daha az işaretledikleri ve ilave olarak Atatürkçü, sosyal demokrat, laik, liberal gibi kimlikleri Bayburt'taki katılımcılara oranla daha fazla tercih ettikleri görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, her iki bölgede yaşayan Bayburtluların siyasi kimlik tanımlamalarının farklı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Çalışmada siyasi parti tercih oranlarının da farklı olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelecek seçimleri oy tercihlerine bakıldığında AK Parti'nin Bayburt'ta %70,8 oy oranını yakalayacağı öngörülmektedir. Aynı partinin İstanbul'a göç etmiş Bayburtlular arasındaki destek oranı ise %45,8'dir. Diğer partilere bakıldığında, olası bir seçimde Bayburtlu seçmen tarafından CHP'nin Bayburt'ta %2,9, İstanbul'da %39,1 oranında destekleneceği düşünülmektedir. Bu oranlar, MHP içinse sırasıyla %21 ve %11,7 düzeyindedir. Çalışma, elde ettiği bu oranlarla Bayburt'ta yaşayan ve İstanbul'a göç eden Bayburtluların farklı siyasi tercihlerde bulduklarını ortaya koymaktadır. Sosyo-kültürel çerçevede yöneltilen cevaplara bakıldığında ise yine farklı sonuçları görmek mümkündür. Örneğin "Siyasi düşüncenizde en çok kimden/neyden etkilenirsiniz?" sorusuna Bayburt'taki katılımcıların %52,2'si hiç kimseden etkilenmediğini belirtmiş ve ikinci olarak ta %21,2 oranında aileden etkilendiğini ifade etmiştir. İstanbul'daki katılımcıların ise ilk sırada %40,4 oranında siyasetçilere yer verdiği görülmüştür. Bu kişiler arasında aileden etkilenme oranı Bayburt'ta yaşayanlardan daha düşük düzeydedir. Bu örnek, iki farklı bölgede yaşayan Bayburtluların değişik faktörlerin etkisiyle siyasal davranışlarını şekillendirdiklerini göstermektedir. Çalışmada dikkat çeken bir diğer nokta, cumhurbaşkanlığı referandumu öncesinde yapılan araştırmada resmi sonuçlara oldukça yakın sonuçlar elde edilmiş olmasıdır. Buna göre, Bayburt ili Cumhurbaşkanlığı referandumu resmi sonuçlarına (%81,76) büyük oranda yaklaşıldığı görülmektedir. Araştırmada bu oran, %82,7 olarak ölçülmüştür. Bu iki oranın yakınlığı, çalışmanın güvenilirliği açısından bir veri ortaya koymaktadır. Çalışmada literatüre katkı sunacak olan bir diğer önemli veri ise seçim sonrasında Türkiye'de sıkça tartışılan Cumhurbaşkanlığı sistemi referandumunda parti tabanlarının hangi yönde oy kullandığına dair bir araştırmadır. Araştırmada, Bayburt için 1 Kasım 2015 seçimlerinde AK Parti'ye oy vermiş katılımcıların yaklaşık %96,3'ü referandumda Evet oyu kullanırken, aynı parti tabanı için bu oran İstanbul'da %54,2'dir. Çalışmada elde edilen ilginç sonuçlardan biri de CHP seçmeninin, Bayburt özelinde referandumda %100 oranında Hayır oyu vereceği belirlenmesine rağmen İstanbul için bu

oranın %52’de kalmasıdır. Bu sonuçlara göre, gerek AK Parti gerekse CHP seçmeninin Bayburt’ta büyük oranda parti politikasına göre hareket ettiği, İstanbul’da ise daha bağımsız davranış sergilediği görülmektedir. MHP seçmeni ise Bayburt’ta %50 oranında; İstanbul’da ise %83,1 oranında referanduma destek vereceğini ifade etmiştir. Seçim öncesi MHP yöneticilerinin aldığı kurumsal tavrın dışında oluşan muhalif hareketin varlığı düşünüldüğünde bu oranlar gerçeklerle örtüşmektedir.

Çalışmada, Türkiye’nin sorunlarına bakış açılarının her iki bölge için de büyük oranda benzer olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre Bayburt’taki katılımcılar sırasıyla terör, işsizlik ve rüşvet/yolsuzluğu Türkiye’nin en önemli üç sorunu olarak görürken; İstanbul’dakiler için en önemli üç sorun sırasıyla terör, işsizlik ve ekonomi olarak belirtilmektedir. Bu iki benzerlik, Türkiye’nin değişik bölgelerinde yaşayan seçmenlerin sorun olarak gördüğü konuların aynı olduğunu göstermektedir. Bunun temel nedeni ise bahsedilen sorunların bölgesel değil ulusal nitelikte bir sorun olmasından ileri gelmektedir. Çalışmada, seçmen tercihlerini etkileyen faktörlere ve siyasal katılma düzeylerine yönelik 5’li likert ölçeğinde hazırlanan sorulara verilen cevaplar iki bölgenin kendi içinde benzer ve farklı siyasal davranışlar sergilediğini göstermektedir. Öncelikle benzerliklere bakıldığında, her iki bölgede yaşayan Bayburtlular da siyasal tercihte bulunurken, en çok parti lideri, icraatları, politikaları, vaatleri gibi siyasal faktörlerden etkilenmektedir. Ayrıca, partinin ekonomi politikası, ekonominin mevcut durumu gibi ekonomik faktörler her iki bölgedeki seçmenin de siyasal tercihleri üzerinde etkili olmaktadır. Yine parti veya adayın geçmiş dönemdeki icraatları ve geçmişteki siyasi olaylar göç etmiş olsun veya olmasın Bayburtlu seçmen açısından önemli bir etken olarak kabul edilmektedir. Çalışmada, siyasal davranışları etkileyen faktörler açısından farklılıklar da gözlemlenmiştir. Bu farklılıklara örnek olarak, parti toplantı ve mitingleri, medya/sosyal medya, internet haberciliği, canvassing gibi iletişim faktörlerinin, göç eden Bayburtlular için; aile ve din gibi sosyo-kültürel faktörlerin ise Bayburt’ta yaşayan katılımcılar için daha yüksek önem düzeyinde olması gösterilebilir. Siyasal katılım açısından bakıldığında ise yine farklı davranış biçimlerinin olduğu görülmektedir. Çalışmada, Bayburt’taki katılımcıların yoğun olarak oy verme seçeneğini işaretlediği; İstanbul’daki katılımcıların ise oy verme seçeneği dışında, farklı biçimdeki siyasal katılma düzeylerini tercih ettikleri tespit edilmiştir. Çalışmada, Bayburt’ta yaşayan ve İstanbul’a göç etmiş Bayburtlu seçmenlerin siyasal davranışlarının farklı olduğuna dair başkaca örneklere de rastlamak mümkündür.

Bu çalışma, gerçekte göç eden ve geride kalan seçmenlerin siyasal davranışlarını karşılaştırmayı konu edinmesine rağmen göç eden seçmenlerin siyasal davranışlarındaki değişimi ortaya koymak için de bazı araştırmalarda bulunmuştur. Öncelikle bu değişimin ölçülmesi “Çalışmanın Konusu ve Amacı” başlığı altında gerekçeleriyle yer verildiği gibi oldukça zordur. Ancak burada, İstanbul’a göç eden Bayburtlulara yöneltilen sorular ve alınan cevaplar üzerinden bazı çıkarımların yapılması mümkündür. Göç eden Bayburtluların “Göçten sonra siyasete ilginiz nasıl değişti?” sorusuna verdikleri cevaplara bakıldığında, katılımcıların %73,2’sinin arttı veya azaldı şeklinde cevap verdikleri görülmüştür. Benzer şekilde katılımcılar, göçten sonra siyasal davranışların değişimine yönelik soruya ise %63,6 oranında değişti veya kısmen değişti yanıtını vermişlerdir. Bu iki analiz dışında daha somut çerçevede değerlendirilebilecek olan bir diğer önemli araştırma ise seçmenlerin göçten önceki parti tercihleri ile gelecek seçimde kullanmayı düşündükleri oyların karşılaştırılmasını içermektedir. Araştırmada katılımcılara “Göçten önce en son hangi partiye oy vermiştiniz?” diye sorulduğunda -Bayburt’tayken oy kullanmayanlar çıkarılmıştır- %43,3 AK Parti, %19,4 CHP, %24,8 MHP ve %13,3 SP/RP cevapları alınmıştır. Aynı kişiler, önümüzdeki Pazar seçim olsa %45,8 AK Parti, %39,1 CHP, %11,7 MHP ve %1 oranında SP’yi destekleyeceklerini belirtmişlerdir. Oranlara detaylı bakıldığında, ilk olarak göçten sonra CHP oylarının arttığı dikkat çekmektedir. MHP oylarındaki düşüş ise bir diğer önemli noktadır. Her ne kadar AK Parti, yakın oy oranına sahip olsa da SP ve RP’yi de içine alan muhafazakâr sağ seçmenin toplam oyunun %56,6’dan %45,8’e gerilediği görülmektedir. Göçten sonra, muhafazakâr sağ çizgiden ve milliyetçi çizgiden sırasıyla yaklaşık %10 ve %12 düzeyinde bir kopuş ve sol çizgiye doğru yaklaşık %20 düzeyinde bir kayma olduğu gözlemlenmiştir. Hangi parti tabanının nereye kanalize olduğuna dair yapılan araştırma da ise önümüzdeki Pazar seçim olduğunda AK Parti’ye oy vermeyi düşünen 226 kişiden Bayburt’ta oy kullanmamış olanları çıkarıldığında %53,8’i Bayburt’tayken de aynı partiyi desteklediğini söylemiştir. Aynı kişilerin göçten önce CHP’yi destek oranı %20,1, MHP’yi destek oranı ise %15,7’dir. CHP’ye oy vermeyi düşünen 193 kişi üzerinden aynı hesaplama yapıldığında, bu kişilerin %44,4’ünün göçten önce en son AK Parti’ye oy verdiklerini, %22,2’sinin göçten önce MHP’li olduklarını ve sadece %19,2’sinin göçten önce de CHP’yi desteklediklerini görmek mümkündür. Araştırmada MHP tabanındaki değişime bakıldığında ise bugünkü MHP’lilerin %58,3’ünün Bayburt’tayken de aynı partili olduğu, %22,2’sinin daha önce CHP’yi, %2,7’sinin de AK Parti’yi desteklediği sonucuna ulaşılmaktadır. Bütün bu

oranlar, göç hareketinin somut bir biçimde siyasal tercihleri değiştirdiğini ve geniş kapsamda siyasal davranışlar üzerinde etkisinin olduğunu göstermektedir. Çalışmanın teorik kısmında yer alan “Siyasal Davranış ve Göç” başlığı altında sıralanmış bilgiler bu farklılık ve değişiminin nedenleri arasında gösterilebilir. Ancak bu değişimde, ülkenin ve zamanın değişen şartları ve siyasi konjonktürün etkisini de hatırlatmak gerekir.

“Siyasal Davranış Üzerine Bir Karşılaştırma: Bayburt Örneği” adlı bu çalışma, hem siyasal davranışların karşılaştırılması hem de siyasal davranışların değişimine yönelik yaptığı araştırmayla göçün siyasal davranışlar üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu etki farklı bir siyasal kültüre göç eden aynı bölge insanının farklı davranışlar sergilediğini karşılaştırmalı olarak ele almış, göç eden bireylerin siyasal davranışlarında yaşanan değişimi de ayrıca açıklamıştır. Bu yönüyle, çalışma siyaset bilimi literatüründe iki önemli kavram olan göç ve siyasal davranış arasındaki ilişkiyi net biçimde ortaya koymaya çalışmıştır.

## **YARARLANILAN KAYNAKLAR**

Abadan Nermin (1965), Ankara Şehir Nüfusunun Siyasi Eğilimlerinden Bazı Örnekler Nisan1964, **SBF Dergisi**, 20 (2) 495-516.

Abadan Nermin ve Yücekök Ahmet (1966), 1961-1965Seçimlerinde Büyükşehirlerde Gelir Durumuna Göre Oy Verme Davranışları, **SBF Dergisi** 21(4) 103-117.

Acar Mustafa ve Demir Ömer (2005), **Sosyal Bilimler Sözlüğü**, 6. Baskı, Ankara: Adres Yayınları.

Agallija Nikolin ve Yazıcı Sinan (2017), Tersine Göç Eğilimi Esenyurt Çınar Mahallesi Örneği, **Journal of Social and Humanities Sciences Research**, 4(2), 77-85.

Akgün Birol (2000), Türkiye’de Seçmen Davranışı: Partizan Tutumlar, İdeoloji ve Ekonomik Faktörlerin Oy Vermeye Etkisi, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi**, 4,75-92.

Akkaya Rukiye (1994), Siyasal Katılım ve Siyasal İlginin Zayıflaması, **Argumentum**, 4-5 (44), 64-78.

Aktan Coşkun Can ve Dileyici Dilek (2005), Siyasal Süreçte Enformasyon Sorunları ve Demokrasinin Başarısızlığı, **Yeni Bir Sistem Arayışı: Demokrasi, Poliarşi ve Demarşi**, (ed: Coşkun Can Aktan), Konya: Çizgi Kitabevi.

Aktan Can Coşkun, Ay Hakan ve Çoban Hilmi (2007), Siyasal Karar Alma Sürecinde Çıkar Grupları, **Modern Politik İktisat: Kamu Tercih**, (ed: Coşkun Can Aktan ve Dilek Dileyici), Seçkin Yayıncılık: Ankara, 201-230.

Alkan Türker (1979), **Siyasal Toplumsallaşma**, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

\_\_\_\_\_ (1989), **Siyasal Bilinç ve Toplumsal Değişim**, Ankara: Gündoğan Yayınları.

Almond Gabriel ve Verba Sidney (1963), **The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations**, Princeton: Princeton University Press.

Anık Cengiz (2000), **Siyasal İkna**, 2. Baskı, Ankara: Vadi Yayınlar.

- Atar Yavuz (2006), Seçim Hukukunun Güncel Sorunları, **Anayasa Yargısı Dergisi**, 23 211-237.
- Atkin Charles ve Heald Gary (1976), Effects of Political Advertising, **Public Opinion Quarterly**, 40(2), 216-228.
- Aydın Kenan ve Özbek Volkan (2004), Ailenin Seçmen Davranışları Üzerindeki Etkisi **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2 144-167.
- Aziz Aysel (2007), **Siyasal İletişim**, Ankara: Nobel Yayınları.
- Bal Hüseyin (2004), **İletişim Sosyolojisi**, Isparta: SDÜ Yayın.
- \_\_\_\_\_ (2008), Kent Sosyolojisi, Isparta: Fakülte Kitabevi.
- Barnes Samuel ve Kease Max (1979), **Political Action, Mass Participation in Five Western Democracies**, California: Sage Publications.
- Baykal Deniz (1970), **Siyasal Katılma: Bir Davranış İncelemesi**, Ankara: AÜSBF Yayınları.
- Bektaş Arsev (2000), **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Berger Arthur A. (1995), **Essentials of Mass Communication Theory**, California: Sage Publications.
- Birch, Anthony H. (1993), **The Concepts and Theory of Modern Democracy**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Bloom S. Harold ve Price S. Douglas (1975), Voter Response to Short-Run Economic Conditions: The Asymmetric Effects of Prosperity and Recession, **American Political Science Review**, (69), 1240-1254.
- Budge Ian ve Farlie Dennis (1997), **Voting and Party Competition**, John Wiley, London.
- Christ William G., Esther Thorson ve Clarke Caywood (1994), Do Attitudes Toward Political Advertising Affect Information Processing of Televised Political Commercials?, **Journal of Broadcasting Electronic Media**, 38(3) 251-270.
- Çağlar İsmail ve Özkır Yusuf (2015), **Türkiye’de Siyasal İletişim 2007-2015**, Seta Raporu.
- Çam Esat (2011), **Siyaset Bilimine Giriş**, 10. Baskı, İstanbul: Der Yayınları.



- Çavuşoğlu Hüseyin ve Pekkaya Mehmet (2015), Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Tercihine Etkisi, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 10(3), 91-115.
- Çitçi Oya (1996), Temsil, Katılma ve Yerel Demokrasi, **Çağdaş Yerel Yönetimler**, 5(6) 5-14.
- Çukurçayır M. Akif (2000), **Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi**, 1. Baskı, Ankara: Yargı Yayınevi.
- Dahl A. Robert (1963), **Modern Political Analysis**, New Jersey: Prentice-Hall.
- \_\_\_\_\_ (2010), **Demokrasi Üzerine**, (çev: Betül Kadioğlu), 2. Baskı, Ankara: Phoenix Yayınları.
- Damlapınar ve Balcı (2014), **Siyasal İletişim Sürecinde, Seçimler, Adaylar ve İmajlar**, Konya: Literatürk Yayınlar.
- Daver Bülent (1993), **Siyaset Bilimine Giriş**, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Denton Robert ve Woodward Gary C. (1990), **Political Communicationin America**, New York: Praeger.
- Devine Patricia. G. ve Hirt, Edward. R. (1989), "Message Strategies For Information Campaigns: A Social-Psychological Analysis, (ed: Salmon Charles T.), **Information Campaigns: Balancing Social Volues and Social Change**, Sage Publication, California, 229-258.
- Devran Yusuf (2003), **Siyasal Kampanya Yönetimi: Mesaj, Strateji ve Taktikler**, İstanbul: And Yayınları.
- Diamond Larry (1994), Introduction: Political Culture and Democracy, (ed: Larry Diamond), **Political Culture and Democracy in Developing Countries**, London: Lynne Reinner Publishers.
- Dilber Fatma (2013), Siyasal Katılıma Etki Eden Psikolojik Faktörler ve Seçmen Tercihine Etkisi: Karaman Seçmenleri Üzerine Bir Alan Araştırması, **Akademik Bakış Dergisi**, 35, 1-21.
- Dirlik Sinan ve Altunay Tamer (2004), **Yerel Seçimlerde Kampanya Yönetmek ve Politika Üretmek İçin Adayın El Kitabı**, İstanbul: Muka Matbaası.

- Divanoğlu Uslu Sevilay (2008), Seçim Kampanyalarında Siyasal Pazarlama Karması Elemanlarının Yeri ve Önemi, **Ömer Halisdemir Üniversitesi İİBF Dergisi**, 1(2) 105-118.
- Doğan Adem ve Göker Göksel (2013), **Siyasal İletişim Araştırmaları**, Ankara: Nobel Yayınları.
- Downs Anthony (1957), **An Economic Theory of Democracy**, Harper & Row Publisher.
- Dursun Davut (2014), **Siyaset Bilimi**, 7.Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Duverger Maurice (1982), **Siyaset Sosyolojisi**. (çev: Şirin Tekeli) İstanbul: Varlık Yayınları.
- Ergil Doğu (1983), İdeoloji Üzerine Düşünceler, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 38 (1), 69-95.
- Erzen Ünal Meltem ve Yalın Eroğlu Bahar (2011), Siyasal Kültürün Temel Paradigmaları Üzerine: Kültürden Siyasal Toplumsallaşma, Örgütlenme ve Katılma Süreçlerine Yansıyanlar, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 41, 49-61.
- Es Muharrem ve Ateş Hamza (2004), Kent Yönetimi, Kentlileşme ve Göç: Sorunlar ve Çözüm Önerileri, **Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi**, 48, 205-248.
- Evans Jocelyn A.J. (2004), **Voters And Voting: An Intraoduction**, London: Sage Publications.
- Farrel Dan ve Petersen James (1982), Patterns of Political Behaviorin Organizations, **Academy of Management Review**, 7(3), 403-412.
- Fiorina Morris P. (1981), **Retrospective Voting in American National Elections**, USA: Yale University Press.
- Freedman Jonathan L., Sears Davit O. ve Carlsmith Merrill J. (2003), **Sosyal Psikoloji**, (çev: Ali Dönmez), Ankara: İmge Kitabevi.
- Gelman Andrew ve King Gary (1993), Why Are American Presidential Election Campaign Polls So Variable When Votes Are So Predictable?, **British Journal of Political Science**, 23, 409-451.

- Gökçe Orhan, Akgün Birol ve Afacan Hakan (2001), Konya'da Siyasal Kültür ve Demokratik Değerler, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 1(2), 1-17.
- Güllüpunar Hasan (2010), **Siyasal İletişim ve Aday İmajı**, Konya: Eğitim Kitabevi.
- Gülmen Yüksel (1979), **Türk Seçmen Davranışı**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları
- Güney Salih (2001), **Yönetim ve Organizasyon**, Ankara: Nobel Yayınları.
- Gürbüz Esen ve İnal M. Emin (2004), **Siyasal Pazarlama**, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güz Nurettin (1996), Türk Basınında Gündem Oluşturma, **Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı II**, 2(12) 982-997.
- Hacker Kenneth L., Walter R. Zakahi, Maury J. Giles ve Shaun McQuitty (2000), Components of Candidate Images: Statistical Analysis of The Issue-Persona Dichotomy in The Presidential Campaign of 1966, **Communication Monographs**, 67(3), 227-238.
- Harrop Martin ve Miller William L. (1987), **Election and Voters A Comparative Introduction**, Mcmillan, London.
- Heywood Andrew (2014), **Siyaset**, (çev: Bekir Berat Özipek vd.) 14. Baskı, Ankara: Liberte Yayınları.
- Holbrook, A. L., Bizer, G. Y., ve Krosnick, J. A. (2000), Political Behavior of The Individual. (ed. E. Kazdin), **Encyclopedia of Psychology**, Washington, DC, and New York, NY: American Psychological Association and Oxford University Press.
- Hülür Himmet ve Kalender Ahmet (2002), Dini Algılama ve Siyasal Davranış: Türkiye'nin Hızla Değişen Bir Kentinde Ampirik Bir Çalışma, **Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi**, 13, 1-25.
- İçduygu Ahmet ve Sirkeci İbrahim (1999), Cumhuriyet Dönemi Türkiye'sinde Göç Hareketleri, **75 Yılda Köylerden Kentlere**, (der: Oya Baydar), İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- İslamoğlu A.Hamdi (2002), **Siyaset Pazarlaması**, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Janda Kenneth, Berry Jeffery ve Goldman Jerry (1997), **The Challenge of Democracy**, 5th edition Boston: Houghton Mifflin.

Jowett Garth S. ve O'donnel Victoria, (1992), **Propaganda and Persuasion**, California: Sage Publications.

Kalaycıoğlu Ersin (1983), **Karşılaştırmalı Siyasal Katılma**, İstanbul: İÜ Yayınları.

\_\_\_\_\_ (1984), **Çağdaş Siyaset Bilim, Teori, Olgu ve Süreçler**, İstanbul: Osman Akçay Matbaası.

Kalender Ahmet (2000), **Siyasal İletişim: Seçmenler ve İkna Stratejileri**, Konya: Çizgi Kitabevi.

Kane Hal (1995), Leaving Home, **Society**, May/June95, Vol. 12 (4).

Kapani Münci (2013), **Politika Bilimine Giriş**, 32. Baskı, Ankara: Bilgi Yayınevi.

Karaçor Süleyman ve Gözüm Perihan (2012), Türkiye'de Seçmen Tercihlerinin Oluşmasında Seçim Kampanyaları ve Siyasal Pazarlamanın Rolü Üzerine Bir Araştırma, **Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 24, 403-426.

Karakoç Rıfat (2011), Göç Edenlerin Kentsel Bütünleşme ve Siyasal Katılma Durumlarına Yönelik Bir Araştırma: Konya Örneği, **SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 21, 241-262.

Kaygalak Sevilay (2009), **Kentin Mültecileri, Neoliberalizm Koşullarında Zorunlu Göç ve Kentleşme**, Ankara: Dipnot Yayınları.

Kayode Eesuola (2013), **Political Bahaviour**, School of Arts and Social Sciences: National Open University Nigeria.

Keleş Ruşen (2013), **Kentleşme Politikası**, Ankara: İmge Kitabevi.

Kılıç Aydın Esra (2013), Seçmenlerin Oy Verme Davranışlarında Etkili Olan Siyasal Faktörlere İlişkin Bir Araştırma: Ankara Örneği, **21.Yüzyılda Sosyal Bilimler**, 2, 179-216.

Kışlalı Ahmet Taner (1987), **Siyasal Bilim**, Ankara: AÜBYYO Yayınları.

\_\_\_\_\_ (1992), **Siyaset Bilimi**, 3.Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.

\_\_\_\_\_ (1995), **Siyasal Çatışma ve Uzlaşma**, Ankara: İmge Kitabevi.

- Koçak Abdullah (2002), Siyasal Davranış ve Kamuoyu, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademi Dergisi**, 2(3) 96-103.
- KONDA (2011), **Siyasette Kadın Temsili Araştırması**, KONDA Araştırma ve Danışmanlık.
- \_\_\_\_\_ (2014), **30 Mart Yerel Seçimler Sonrası, Sandık ve Seçmen Analizi**, KONDA Araştırma ve Danışmanlık.
- \_\_\_\_\_ (2015), **7 Haziran Sonrası, Sandık ve Seçmen Analizi**, KONDA Araştırma ve Danışmanlık.
- Köktaş Mehmet Emin (1997), **Din ve Siyaset**, Ankara: Vadi Yayınları.
- Köseoğlu Yakup ve Al Hamza (2013), Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya, **Akademik İncelemeler Dergisi**, 8(3), 103-125.
- Kramer H.Gerald (1983), The Ecological Fallacy Revisited: Aggregate-versus Individual Level Findings on Economic and Elections and Sociotropic Voting, **American Political Science Review**, 77(1) 92-111.
- Latimer Christopher (2007), Utilizing the Internet As a Campaign Toll: The Relationship Between Incumbency, Political Party Affiliation, Election Outcomes and the Quality of Campaign Web Sites in the United States, **Journal of Information Technology & Politics** 4(3), 81-95.
- Lewis-Beck Michael S ve Paldam Martin (2000), Economic Voting: An Introduction, **Electoral Studies**, 19, 113-121.
- Lindekilde Lasse (2009), **Political Participation, Organization and Representation of Ethnic Minorities in Denmark: Recent Developments and Future Challenges**, Emilie Working Paper.
- Lipset Seymour Martin (1986), **Siyasal İnsan**, (çev: Mete Tunçay) Ankara: Teori Yayınları.
- Maisel Sandy L. (1993), **Parties and Elections in America, The Electoral Process**, Mcgraw-Hill, New York.

- Mangenelli Sara, Alivernini Fabio, Lucidi Fabio ve Di Leo İnes (2012), Expected Political Participation in Italy: A Study Based on Italian ICCS Data, **Procedia - Social and Behavioral Sciences** (46), 1476 –1481.
- Markus Gregory B. (1993), The Impact of Personal and Economic Conditions on the Presidential Vote: A Pooled Cross-Sectional Analysis, **Controversies in Voting Behavior**, (ed: Richard G. Niemi ve Herbert F. Weisberg), Washington: Congressional Quarterly Inc.
- McNair Brian (2005), **An Introduction to Political Communication**, Newyork: Routlege
- McQuail Denis ve Windahl Sven (1997), **Kitle İletişim Modelleri**, (çev: Konca Yumlu), Ankara: İmge Kitabevi.
- Milbrath Lester W ve Goel M. L. (1977), **Political Participation ; How and Why Do People, Get İnvolved in Politics ?**, Chicogo: Rand Mc Nally College Publishing Company.
- Mutlu Erol (2004), **İletişim Sözlüğü**, 4.Baskı, Ankara: Bilim Sanat Yayınları.
- Negiz Nilüfer ve Akyıldız Fulya (2012), Yerel Seçimlerde Seçmenin Tercihi Üzerinde Aday İmajının Etkisi: Uşak Örneği, **SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 15, 171-199.
- Nie Horman N., Sidney Verba ve Philip Converse (1989), **Siyasal Katılma Kamuoyu ve Oy Verme Davranışı**, (çev: İlter Turan ve Tuncay Karamustafaoğlu), Ankara: Siyasi İlimler Türk Derneği Yayınları.
- Niemi G. Richard ve Weisberg F. (1993), **Controversies in Voting Behavior**, Washington: Congressional Quarterly Inc.
- Nimmo Dan (1970), **The Political Persuaders**, New Jersey: Prentice-Hall.
- Norris Pippa (2000), **A Virtuous Circle Political Communication in Post Industrial Societies**, New York: Cambridge University Press.
- Öke M. Kemal (2002), **Din-Ordu Gerilimi**, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Özbudun Ergun (1975), **Türkiye’de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma**, Ankara: AÜ Yayınları.
- Özer İnan (2004), **Kentleşme, Kentlileşme ve Kentsel Değişme**, Bursa: Ekin Kitabevi.

- Özerkan-Altınal Şengül ve İnceoğlu Yasemin (1997), **İletişimde Etkileme Süreci**, İstanbul: Pan Yayıncılık.
- Özkan Abdullah (2004), **Siyasal İletişim, Partiler, Seçimler, Stratejiler**, İstanbul: Nesin Yayınları.
- \_\_\_\_\_ (2007), **Siyasal İletişim Stratejileri**, İstanbul: Tasam Yayınları.
- Öztekin Ali (2007), **Siyaset Bilimine Giriş**, 5. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Parla Taha (2008), **Türkiye’de Siyasal Kültürün Resmi Kaynakları: Atatürk’ün Nutku**, C:1 İstanbul: Deniz Yayınları.
- Russell J. Dalton (2000), Citizen Attitudes and Political Behavior, **Comparative Political Studies**, 33 (6/7), 912-940.
- Rüdiger Schmitt-Beck ve David M. Farrel (2004), Studying Political Campaigns and Their Effects, **Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums**, (ed: David M.Farrell ve Rüdiger Schmitt-Beck), London: Routledge,1-21.
- Schoultz Avon Åsa (2015), Nordic Research on Political Behaviour, **Scandinavian Political Studies**, 38 (4) 342-368.
- Schröder Peter (2004), **Siyasal Stratejiler**, (çev: Şeyma Akın ve M.Ali Can), Ankara: Liberte Yayınları.
- Semetko Holli A. (2010), **Election Campaigns Partisan and the News Media, Public Sentinel News Media and Governance Reform** (ed: Pippa Norris), Washington: The World Bank.
- Yazıcı Sinan (2017), Göç Veren Kentlerde Eğitime Bakış: Bayburt Örneği, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 5 (57), 240-252.
- Sitembölükbaşı Şaban (1997), Siyasal Kültürün Kavramsallaştırılmasında Bazı Güçlükler, **SDÜ İİBF Dergisi**, 2, 249-266.
- \_\_\_\_\_ (2001), **Parti Seçmenlerinin Siyasal Yönelimlerine Etki Eden Sosyo-Ekonomik Faktörler**, 1.Baskı, Ankara: Nobel Yayınları.
- \_\_\_\_\_ (2005), Seçimlerde Yaşanan Oy Değişkenlikleri, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 13, 195-220.

- Stromer-Galley Jenifer ve Jamieson Kathleen H. (2001), **The Transformation of Political Leadership, New Media and Politics** (ed: Barrie Axford ve Richard Huggins), London: Sage Publications.
- Szajkowski Bogdan (2011), Social Media Tools and the Arab Revolts, **Alternative Politics**, 3(3), 420-432.
- Tokgöz Oya (2010), **Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim**, Ankara: İmge Kitabevi.
- \_\_\_\_\_ (1978), Siyasal Toplumsallaşmada Kitle İletişim Araçlarının Rolü ve Önemi, **AÜSBF Dergisi**, Ankara 33(3) 79-92.
- Tolan Barlas, İsen Galip ve Batmaz Galip (1985), **Ben ve Toplum**, Ankara: Teori Yayınları.
- Topuz Hıfzı (1991), **Siyasal Reklamcılık, Dünyadan ve Türkiye'den Örneklerle**, İstanbul: Cem Yayınevi.
- Tosun Tanju (2003), **Siyasette Yeniden Mevzilenmeler**, İstanbul: Büke Kitapları.
- Turan Erol (2014), **Siyaset Bilimine Giriş**, Konya: Palet Yayınları.
- Turan Erol ve Temizel Metehan (2015), **Türkiye'de Seçmen Davranışları**, Konya: Kömen Yayınları.
- \_\_\_\_\_ (2015b), Din ve Siyaset İlişkisi Bağlamında Oy Verme Davranışı: Niğde Bölgesinde Bir Araştırma, **Kastamonu Üniversitesi İİBF Dergisi**, 7, 86-99.
- Turan İlter (1986), **Siyasal Demokrasi, Siyasal Katılma, Baskı Grupları ve Sendikalar**, İstanbul: Türkiye Denizciler Sendikası.
- \_\_\_\_\_ (1977), **Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış**, İstanbul: İÜ İktisat Fakültesi Yayınları.
- Turhan Mümtaz (1983), **Cemiyet İçinde Fert**, İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- URL, <http://www.tuik.gov.tr> Erişim Tarihi: 23.11.2016.
- URL, <http://www.ysk.gov.tr> Erişim Tarihi: 01.07.2017-25.08.2017.
- URL, <http://rapory.tuik.gov.tr/> Erişim Tarihi: 24.12.2016.



URL, <http://www.bayburt.gov.tr> Erişim Tarihi: 25.08.2017.

URL, [http://http://bayburt.yerelnet.org.tr/il\\_ilce\\_nufus.php?iladi=BAYBURT](http://http://bayburt.yerelnet.org.tr/il_ilce_nufus.php?iladi=BAYBURT) Erişim Tarihi: 25.08.2017.

Uygur Akyar ve Göral Ramazan (2005), **Yönetim ve Organizasyon**, Ankara: Nobel Yayınları.

Uysal Birkan (1984), Siyasal Katılma ve Katılma Davranışı Üzerinde Ailelerin Etkisi, **Amme İdaresi Dergisi**, 17 (4) 109-134.

Uztuğ Ferruh (2004), **Siyasal İletişim Yöntemi**, İstanbul: Mediacat Yayınları.

Walgrave Stefaan ve Aelst Peter V. (2006), The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory, **Journal of Communication**, 56, 88-109.

Weatherford M. Stephen (1986), Economic Detarminants of Voting, **Research in Micropolitics: Voting Behavior**, (ed: Samuel Long), London: Jai Press Inc.

Weitzel Al R.ve King W. Stephen (1980), The Nature and Impact of Candidate Image, **Communication**, 9(2) 97-103.

Varol Muharrem (1993), **Halkla İlişkiler Açısından Örgüt Sosyolojisine Giriş**, Ankara: AÜ İletişim Fakültesi Yayınları.

Ventura Raphael (2001), "Family Political Socialization in Multiparty Systems", **Comparative Political Studies**, 34 (6) 666-691.

Verba Sidney, Nie Norman (1972), **Participation in America: Political Democracy and Social Equality**, New York: Harper and Row.

Vural Sacide (1994), **Kitle İletişim Haberleşmesinde Denetim Stratejileri**, Ankara: Bilim Yayınları.

Yıldız Nuran (2002), **Türkiye'de Siyasetin Yeni Biçimi: Liderler, İmajlar**, Medya, Ankara: Phoenix Yayınevi.

\_\_\_\_\_ (2012), Yeni Zamanlar ve Yeni Liderlik Arayışı, **Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi**, 11(1), 119-134.

Yılmaz Abdurrahman (2014), Uluslararası Göç: Çeşitleri Nedenleri ve Etkileri, **Turkish Studies**, 9 (2) 1685-1704.

- Yılmaz Cengiz, Aydemir Oğuzhan ve Özdemir Özlem (2012), Türkiye’de Siyasi Kutuplaşmayı Oluşturan Unsurlar: Seçmen Tercihlerinde Ekonomik Oy verme Davranışından Toplumsal Travma Kuramına Kadar Bir Dizi Etkenin Görece Etkileri, **İktisat İşletme ve Finans**, 27, 9-39.
- Yücekök Ahmet (1969), Toplumsal Üst Yapı Olarak Siyasal Davranış, **AÜSBF Dergisi**, 24(4) 175-199.
- Yücekök Ahmet (1987), **Siyasetin Toplumsal Tabanı (Siyaset Sosyolojisi)**, Ankara: AÜSBF Yayınları.
- Yücel Bülent (2013), Seçimlere Katılma Oranının Siyasi Sisteme Etkisi Üzerine Gözlemler, **Yasama Dergisi**, 24, 7-36.
- Zapata-Barrero Ricard, Lorenzo Gabrielli ve Elena Sánchez-Montijano (2013), The Political Participation of Immigrants in Host Countries: An Interpretative Framework From The Perspective of Origin Countries and Societies, **European University Institute Robert Schuman Centre for Advanced Studies Research Report**, 2013/07 EUI, RSCAS.



**EKLER**

## EK 1: Anket Soruları

### SİYASAL DAVRANIŞ ÜZERİNE BİR KARŞILAŞTIRILMA

Sayın Katılımcı,

Bu anket Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü doktora tezine veri ve bilgi sağlamak amacıyla yapılmaktadır. Bilimsel amaçla hazırlanmış bu ankette kesinlikle kimlik bilgilerinize yer verilmeyecektir. Destekleriniz için teşekkür ederiz.

Doç.Dr.Atila DOĞAN

Karadeniz Teknik Üniversitesi

Arş.Gör.İsmail DURSUNOĞLU

Bayburt Üniversitesi

1.Yaş	2.Cinsiyet	3.Meslek	4.Medeni Durum	5.Eğitim Düzeyi	6.Aylık Gelir	7.Bayburt'ta nerede yaşıyorsunuz? yaşıyordunuz?
18-29() 30-49() 50-64() 65 ve Üzeri()	Kadın() Erkek()	İşçi ( Memur( Esnaf ( Emekli( Ev Hanımı( Öğrenci( Serbest Meslek ( İşsiz ( )	Bekâr( Evlî( )	Okur-yazar değil( İlkokul( Ortaokul( Lise ve Dengi( Yüksekokul/ Üniversite( Yüksek Lisans/Doktora( )	Asgari Ücret Altı( Asgari Ücret( 1405TL-2500TL( 2501TL-5000TL( 5000TL Üzeri( )	İl Merkezi( İlçe( Köy( )

#### 8.Kendinizi siyasi olarak nasıl tanımlarsınız? (Birden fazla işaretleyebilirsiniz)

a.Atatürkçü[ ] b.Cumhuriyetçi[ ] c.Muhafazakâr[ ] d.Türk milliyetçi[ ] e.Sosyal demokrat[ ] f.Liberal[ ] g.Demokrat[ ] h.Laik[ ] i.Şeriatçı[ ] j.Ülkücü[ ] k.Ulusalcı[ ] l.Kürt milliyetçisi[ ] m.Diğer (Belirtiniz).....

#### 9.Neden oy kullanıyorsunuz? (Lütfen bir tane işaretleyiniz)

a.Vatandaşlık görevi[ ] b.Yasal zorunluluk[ ] c.Desteklediğim partinin iktidara gelmesi için[ ] d.Bireysel çıkar ve menfaatlerimi korumak için[ ] e.Ailevi/Toplumsal baskı nedeniyle[ ] f.Diğer (Belirtiniz).....

#### 10.En son yapılan 1 Kasım 2015 genel seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?

a.Adalet ve Kalkınma Partisi(AK Parti)[ ] b.Cumhuriyet Halk Partisi(CHP)[ ] c.Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)[ ] d.Halkların Demokratik Partisi(HDP)[ ] e.Saadet Partisi(SP)[ ] f.Diğer(Belirtiniz).....g.Oy kullanmadım[ ]

#### 11.Önümüzdeki pazar günü seçim olsa hangi partiye oy verirsiniz?

a.Adalet ve Kalkınma Partisi(AK Parti)[ ] b.Cumhuriyet Halk Partisi(CHP)[ ] c.Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)[ ] d.Halkların Demokratik Partisi(HDP)[ ] e.Saadet Partisi(SP)[ ] f.Diğer(Belirtiniz).....g.Oy kullanmayacağım[ ]

#### 12.Neden bu partiyi tercih ediyorsunuz? (Önem sırasına göre 1-2-3 şeklinde belirtiniz)

a.Partinin liderini beğendiğim için[ ] b.Partinin milletvekili adaylarını beğendiğim için[ ] c.Partinin icraatlarını beğendiğim için[ ] d.Parti kadrosunu beğendiğim için[ ] e.İdeolojime yakın olduğu için[ ] f.Düşüncelerime uygun başka bir parti olmadığı için[ ] g.Diğer(Belirtiniz).....

#### 13.Desteklediğiniz parti herhangi bir sebeple seçime girmese hangi partiye oy verirsiniz?

a.Adalet ve Kalkınma Partisi(AK Parti)[ ] b.Cumhuriyet Halk Partisi(CHP)[ ] c.Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)[ ] d.Halkların Demokratik Partisi(HDP)[ ] e.Saadet Partisi(SP)[ ] f.Diğer(Belirtiniz).....g.Oy kullanmam[ ]

#### 14.Bir siyasi partiye oy verme kararınız ne zaman şekillenir?

a.Oy vereceğim parti seçimlerin öncesinde bellidir[ ] b.Adaylar belirlendikten sonra karar veririm [ ] c.Seçim kampanyalarından sonra karar veririm[ ] d.Ailem ve arkadaşlarımla konuşup tartıştıktan sonra karar veririm [ ] e.Seçimden bir gün önce karar veririm f.Sandık başında karar veririm[ ]

#### 15. Siyasi düşüncenizde en çok kimden/neyden etkilenirsiniz? (Lütfen bir tane işaretleyiniz)

a.Ailem[ ] b.Arkadaş çevrem[ ] c.Siyasetçiler[ ] d.Medya[ ] e.Hiç kimseden etkilenmem[ ] f.Diğer(Belirtiniz).....

#### 16. Siyasetle ilgili gelişmeleri en çok nereden takip edersiniz? (Lütfen bir tane işaretleyiniz)

a.TV/Radyo[ ] b.İnternet[ ] c.Sosyal medya[ ] d.Gazete[ ] e.Parti teşkilatı[ ] f.Aile/Sosyal çevre[ ] g.Takip etmem[ ]

**17. Siyasetle ne düzeyde ilgilenirsiniz? (Önem sırasına göre 1-2-3 şeklinde belirtiniz)**

- a.Oy kullanırım[ ] b.Mitinglere/Protesto gösterilerine katılıyorum[ ] c.Medyadan siyasi olayları takip ederim[ ]  
d.Siyasi konularda tartışmalarda bulunurum[ ] e.Siyasi partilere üye olurum[ ] f.Siyasi partilerin toplantılarına katılıyorum[ ] g.Parti ya da adayın seçim çalışmalarına destek sağlıyorum[ ] h.Aday olurum[ ] ı.Siyasetle hiç ilgilenmem[ ]

**18. Herhangi bir parti, sendika, sivil toplum kuruluşu üyeliğiniz var mı?**

- a.Var[ ] b.Yok[ ]

**19. Yapılacak olan “Cumhurbaşkanlığı Sistemi” referandumunda hangi oyu kullanacaksınız?**

- a.Evet[ ] b.Hayır[ ] c.Kararsızım[ ] d.Oy kullanmayacağım[ ]

**20. Türkiye’nin en önemli sorununu nedir? (Önem sırasına göre 1-2-3 şeklinde belirtiniz)**

- a.Terör[ ] b.İşsizlik[ ] c.Rüşvet-yolsuzluk[ ] d.Kürt sorunu[ ] e.Dış tehditler[ ] f.Hükümet sistemi sorunu[ ]  
g.Eğitim[ ] h.Sağlık[ ] ı.Ekonomi[ ] j.Yoksulluk[ ] k.Yargı-adalet[ ] l.Hak ve özgürlükler[ ]  
m.Diğer(Belirtiniz).....

Değerli Katılımcı, aşağıdaki ifadeleri <b>oy tercihinizdeki</b> önem durumuna göre işaretleyiniz...											
1.Hiç önemli değil 2.Önemli değil 3.Ne Önemli Ne Önemli 4.Önemli 5.Çok Önemli											
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
21.Partinin lideri						39.Ailem					
22.Partinin ideolojisi						40.Arkadaş çevrem					
23.Partinin yönetici kadrosu						41.İş arkadaşlarım					
24.Partinin önceki yaptığı icraatlar						42.Dernek vakıf vb. sivil toplum kuruluşları					
25.Partinin seçim vaatleri						43.Sahip olduğum ideoloji					
26.Partinin hedefleri ve parti programı						44.Sahip olduğum inanç ve dini değerler					
27.Partinin dış politika yaklaşımı						45.Seçim zamanında ekonominin mevcut durumu					
28.Partinin dini konulara yaklaşımı						46.Partinin ekonomi politikası					
29.Milletvekili adayının cinsiyeti						47.Seçim öncesi yapılan sosyal yardımlar					
30.Milletvekili adayının hitabet ve iletişim gücü						48.Kamuoyu araştırmaları ve anket sonuçları					
31.Milletvekili adayının eğitim seviyesi						49.Parti temsilcilerinin ya da milletvekili adayın benimle yüz yüze görüşmesi					
32.Milletvekili adayının hemşerim olması						50.Seçim sürecinde radyo ve/veya televizyonda yapılan lider konuşmaları, haberler, açık oturumlar vb. programlar					
33.Milletvekili adayının etnik kökeni						51.Parti toplantıları ve mitingler					
34.Milletvekili adayının dini değerlere, örf ve adetlere bağlılığı						52.Parti veya adayın seçim kampanyaları (fotoğraf, ilan, reklam ve afiş vb.)					
35.Milletvekili adayının fiziksel özellikleri						53.Medya/sosyal medya					
36.Milletvekili adayının güvenilir olması						54.İnternette, haber sitelerinde, parti sitelerinde ve sosyal medyada (Facebook, Twitter vb.) yer alan haber ve bilgiler					
37.Milletvekili adayının dürüst olması						55.Geçmiş yıllardaki siyasi olaylar					
38.Yaşadığım yerdeki hakim siyasi görüş/düşünce						56.Bir siyasi partinin veya milletvekilinin geçmişte yaptıkları					
Değerli Katılımcı, Aşağıdaki ifadeleri <b>katılım düzeyinize</b> göre işaretleyiniz...											
1.Hiçbir Zaman 2.Çok Seyrek 3.Ara Sıra 4.Genellikle 5.Her zaman											
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
57.Oy kullanırım						61.Siyasetle ilgili tartışmalarda bulunurum					
58.Siyasi parti veya siyasetle ilgili bir sivil toplum kuruluşuna üye olurum						62.Medyadan siyasetle ilgili gelişmeleri takip ederim					
59.Seçimlerde aday olurum						63.Bir partinin seçim çalışmalarında görev alırım					
60.Siyasi mitinglere ve gösterilere katılıyorum						64.Talep ve şikâyetlerimi siyasi mercilere bildiririm.					

(Bundan sonraki sorulara sadece İstanbul'daki katılımcılar cevap verecektir)

**65. İstanbul'a neden göç ettiniz?**

a.Ekonomik nedenler[ ] b.Eğitim[ ] c.Daha iyi yaşam standardına ulaşma[ ] d.Aile/Akrabalarla aynı yerde yaşama isteği[ ] e.Tayin[ ] f.Doğal afet[ ] g.Evlilik[ ] h.Diğer (Belirtiniz).....

**66. Ne zamandır İstanbul'da yaşıyorsunuz?**

a.Bir yıldan az[ ] b.1-5 yıl[ ] c.6-10 yıl[ ] d.11 yıl ve üzeri[ ]

**67. Göç ettiğiniz mahallede akraba veya hemşerileriniz var mı? Onlarla iletişim kuruyor musunuz?**

a.Var / iletişim kuruyorum[ ] b.Var/ iletişim kurmuyorum[ ] c.Yok[ ]

**68. Hemşeri/Köy derneklerine gidiyor musunuz? Bu derneklerin siyasi tercihlerinize etkisi var mı?**

a.Gidiyorum / etkisi var[ ] b.Gidiyorum / etkisi yok[ ] c.Gitmiyorum[ ]

**69. Göçten sonra siyasete ilginiz nasıl değişti?**

a.Arttı[ ] b.Değişmedi[ ] c.Azaldı[ ] d.Fikrim yok[ ]

**70. Göçten sonra siyasal davranışlarınızın (siyasal katılma, seçmen tercihinizi etkileyen faktörler vb.) değiştiğini düşünüyor musunuz?**

a.Değişti[ ] b.Kısmen değişti[ ] c. Değişmedi[ ] d.Fikrim yok[ ]

**71. Göçten önce (Bayburt'ta) en son hangi partiye oy vermişsiniz?**

a.Adalet ve Kalkınma Partisi(AK Parti)[ ] b.Cumhuriyet Halk Partisi(CHP)[ ] c.Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)[ ] d.Halkların Demokratik Partisi(HDP)[ ] e.Saadet Partisi(SP)[ ] f.Refah Partisi (RP)[ ] g.Demokratik Sol Parti(DSP)[ ] h.Diğer(Belirtiniz)... 1.Oy kullanmadım[ ]

**72. İstanbul'da hangi ilçede yaşıyorsunuz? .....**

Anketimiz bitmiştir katılımlarınızdan dolayı teşekkür ediyoruz

## ÖZGEÇMİŞ

İsmail DURSUNOĞLU, 08.06.1988 tarihinde Bayburt'ta doğdu. İlk ve orta eğitimini Bayburt'ta; Lise eğitimini Trabzon'da tamamladı. 2005 yılında başladığı Süleyman Demirel Üniversitesi Kamu Yönetimi Bölümünden 2009 yılında mezun oldu. Aynı üniversite ve aynı bölümde 2009- 2011 yılları arası tezli yüksek lisans yaptı. 2011 yılında Bayburt Üniversitesi Kamu Yönetimi Bölümünde Araştırma görevlisi olarak akademik hayata başlayan DURSUNOĞLU, aynı yıl Gazi Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulunda 6 ay yabancı dil eğitimi aldı. Ardından 2013 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi Kamu Yönetimi Bölümünde Doktora eğitimine başladı.

DURSUNOĞLU, evli olup İngilizce bilmektedir.