



T.C.
UFUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ BİLİM DALI

KAMUOYU ARAŞTIRMALARININ SEÇMENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Züleyha KARADEMİR

Tez Danışman

Prof. Dr. Özkan ÜNVER

Ankara, 2016

KAMUOYU ARAŞTIRMALARININ SEÇMENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Züleyha Karademir

T.C.
UFUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ BİLİM DALI

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2016

KABUL VE ONAY

Züleyha KARADEMİR tarafından hazırlanan “Kamuoyu Araştırmalarının Seçmenler Üzerindeki Etkileri” başlıklı bu çalışma 11.11.2016 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan Prof. Dr. Sadi GÜNDOĞDU



Danışman Prof. Dr. Özkan ÜNVER



Üye Doç. Dr. Bülent ALTUNKAYNAK



Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım



Prof. Dr. Mehmet TOMANBAY

Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

† Tezimin 1 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

11.11.2016

Züleyha KARADEMİR



ÖZET

Seçmen davranışlarının belirlenmesi, seçmen algılarının değiştirilmesi gibi ihtiyaçlardan dolayı başvurulmuş kamuoyu araştırmaları siyasi iletişimin vazgeçilmez bir unsurudur.

Seçmenlerin oylarını hangi doğrultuda kullanacaklarının ne zaman netleştiği de siyasiler açısından önemli bir bilgidir. Kararsız seçmeni tespit etmek ve seçmenin kararına talip olmak isterler. Siyasiler seçim kampanyası ya da seçim vaatlerini seçmenin taleplerine göre şekillendirmek için bu bilgilere ihtiyaç duyarlar.

Seçmen, yapılan araştırmalara ne kadar güveniyor ve ne derece takip ediyor? Kamuoyu araştırmalarının güvenilirliği de üzerinde önemle durulması gereken konulardan birisidir. Bazı seçmenler için diğer seçmenlerin de oy tercihleri önemlidir. Kararsız seçmenler çoğunluğa uymak ve önde giden partiye oy vermek isteyebileceği gibi oy dağılımındaki dengeyi sağlamak açısından daha düşük oy oranına sahip partiye de oy verme eğiliminde olabilir. Bu nedenle kamuoyu araştırmalarını takip ederek hangi partiye da adaya oy vereceklerini anket sonuçlarına göre belirlerler.

Seçim öncesi toplanan bu tür bilgiler siyasi iletişim aracı olarak seçen ve seçilen arasında önemli bir köprü görevindedir.

Anahtar Sözcükler: Seçmen, kamuoyu, bilimsel araştırma, kamuoyu araştırmaları

ABSTRACT

Consulting to public surveys is an indispensable element of political communication because of such needs as determining the voters' behaviours and changing the voters' perceptions.

The information about what time the inclination of voters for casting their votes will be clarified is very important for politicians. They want to determine the floating voters and draw their attention in order to take their votes. Politicians need this information in order to make election campaigns and make pledges for the aftermath of the election in accordance with the needs of voters.

How much voters trust the public surveys and how much do they follow them up? The creditability of public surveys is an issue that needs to be touched on. Some voters attach importance to the other voters' choices. While floating voters may be inclined to act with the majority and vote for the leading party, they also can vote for minor parties in order to make balance between parties. Therefore, they follow up the result of public surveys in order to decide which party or nominee they will vote for.

Such information which is collected before the election is an important bridge between the elected and the voters.

Keywords: Voter, public opinion, scientific research, public opinion surveys

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar DİZİNİ	viii
GİRİŞ	1
1. GENEL BİLGİLER	4
1.1. Siyaset Kavramı	4
1.2. Siyasal İletişim.....	4
1.3. Siyasal Katılım.....	5
1.4. Seçmen Tanımı	7
1.4.1. Seçmenin Oy Verme Davranışı.....	9
1.4.2. Seçmenin Karar Verme Süreci.....	12
1.4.3. Seçmen Tercihlerini Etkileyen Faktörler	13
1.4.3.1. Siyasi Partiye Yakınlık	13
1.4.3.2. Cinsiyet	14
1.4.3.3. Yaş	15
1.4.3.4. Aile.....	15
1.4.3.5. Eğitim.....	17
2. KAMUOYU VE BİLİMSEL ARAŞTIRMA	18
2.1. Kamuoyu Kavramı.....	18
2.2. Kamuoyu Oluşumu	19
2.3. Kamuoyu Oluşumunu Etkileyen Faktörler	22
2.3.1. Siyasal Toplumsallaşma.....	23
2.3.2. Kişisel Faktörler.....	24
2.3.3. Çevresel Faktörler	25
2.3.3.1. İdeoloji	25
2.3.3.2. Nüfus.....	26
2.3.3.3. Kültür	26
2.3.3.4. Din.....	27
2.3.3.5. Gruplar	27
2.3.3.6. Kitle İletişim Araçları	29
2.4. Kamuoyunun Gücü ve Etki Alanı	31

2.5. Bilimsel Araştırmanın Tanımı	32
2.6. Bilimsel Araştırma Yöntemleri.....	34
2.6.1 Nicel Araştırma.....	34
2.6.2 Nitel Araştırma.....	35
2.6.3 Nicel Araştırma ve Nitel Araştırmanın Karşılaştırılması	37
2.7 Bilimsel Araştırmanın Aşamaları (Süreç).....	40
2.7.1 Araştırmanın Amacı.....	40
2.7.2 Araştırma Problemini Tanımlama (Hipotez)	40
2.7.3 Araştırma Alanı (Yığın) Ve Örnek	41
2.7.4 Verilerin Toplanması	42
2.7.4.1 Görüşme.....	43
2.7.4.2 Odak Grup (Derinlemesine Görüşme)	45
2.7.4.3 Gözlem.....	46
2.7.4.4 Doküman İnceleme (Literatür Taraması).....	47
2.7.5 Verilerin Analiz Ve Yorumlanması	47
2.7.6. Raporlama.....	48
2.8. Bilimsel Araştırmada Güvenirlik Ve Geçerlik.....	49
2.9. Kamuoyu Araştırmalarının Önemi.....	50
2.10. Siyasi Nitelikli Kamuoyu Araştırmalarının Seçmen Tercihine Etkileri.....	51
3. KAMUOYU ARAŞTIRMALARININ SEÇMENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ALAN ÇALIŞMASI (ANKARA ÖRNEĞİ)	53
3.1. Araştırmanın Önemi.....	53
3.2. Araştırmanın Amacı, Kapsamı Ve Sınırları	53
3.3. Araştırmanın Metodolojisi	54
3.3.1. Örnekleme Süreci.....	54
3.3.2. Soru Formunu Hazırlanması	58
3.3.3. Veri Toplama Yöntem ve Aracı.....	59
3.4. Araştırmanın Hipotezleri.....	59
3.5. Araştırma Verilerinin Analizi	63
3.6. Araştırma Bulguları	66
SONUÇ	85
KAYNAKLAR	89
EKLER.....	95

TABLolar DİZİNİ

Tablo 2.1. Nicel araştırma ve nitel araştırma karşılaştırması.....	37
Tablo 3.1. 1 Kasım 2015 seçimlerinde oy kullanan ve kullanmayan seçmen dağılımı.....	54
Tablo 3.2. Nüfus ve seçmenin ilçe bazlı dağılımı ve planlanan örneklem dağılımı	55
Tablo 3.3. Partilerin ilçe bazlı oy dağılımı.....	56
Tablo 3.4. Partilerin ilçe bazlı oy oranlarına göre planlanan örnek dağılımı.....	57
Tablo 3.5. Nüfus ve seçmenin kır ve kent dağılımı.....	58
Tablo 3.6. Nüfusun yaş aralıklarına göre dağılımı	58
Tablo 3.14. Çalışmaya katılan katılımcıların oy kullandıkları ilçeler arasında cinsiyet, yaş, eğitim durumu açısından dağılımı	66
Tablo 3.15. Çalışmaya katılan katılımcıların 1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiği, oy verme kararının genelde ne zaman netleştiği, araştırma sonuçları hakkındaki düşünceleri ile oy verilen bölge arasındaki ilişkinin dağılımı	67
Tablo 3.16. Çalışmaya katılan katılımcıların 1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiği, oy verme kararının genelde ne zaman netleştiği, araştırma sonuçları hakkındaki düşünceleri ile cinsiyet arasındaki ilişkinin dağılımı	68
Tablo 3.17. Çalışmaya katılan katılımcıların 1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiği, oy verme kararının genelde ne zaman netleştiği, araştırma sonuçları hakkındaki düşünceleri ile yaş grupları arasındaki ilişkinin dağılımı	69
Tablo 3.18. Çalışmaya katılan katılımcıların 1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiği, oy verme kararının genelde ne zaman netleştiği, araştırma sonuçları hakkındaki düşünceleri ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	70
Tablo 3.19. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşünceleri ile 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı.....	71
Tablo 3.20. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler ile 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	72
Tablo 3.21. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenli bulma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	72
Tablo 3.22. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçları oy verme kararını etkileme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	73
Tablo 3.23. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	73
Tablo 3.24. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	74
Tablo 3.25. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	74

Tablo 3.26. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	75
Tablo 3.27. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	75
Tablo 3.28. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarında oy kararınızın etkili olma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	76
Tablo 3.29. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı.....	76
Tablo 3.30. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	77
Tablo 3.31. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	77
Tablo 3.32. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	78
Tablo 3.33. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	78
Tablo 3.34. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	79
Tablo 3.35. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	79
Tablo 3.36. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	80
Tablo 3.37. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	80
Tablo 3.38. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	81
Tablo 3.39. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı.....	81

Tablo 3.40. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu ile seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	82
Tablo 3.41. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı.....	82
Tablo 3.42. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu ile seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	83
Tablo 3.43. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	83
Tablo 3.44. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu ile seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı	84

KAMUOYU ARAŞTIRMALARININ SEÇMENLERİN OY TERCİHİNE ETKİLERİ

GİRİŞ

Siyaset,cemiyetler halinde yaşayan insanların çatışma halinde olan çıkarlarının uzlaştırılması faaliyetidir. Bu uzlaştırma faaliyeti ise yönetim erkinin elde bulunması ile gerçekleşir. İnsanoğlunun ortaya çıkışı ile başlayan siyaset, binlerce yıl yöneten ve yönetilen arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi ile yönetsel gücün elde tutulması davranışlarına yön vermiştir.

Seçmenlere siyasi bir hak olarak verilen oy kullanma,siyasal iletişimi de beraberinde getirmiştir.Kitle iletişim teknolojisinin gelişmesi, siyasi iletişimde kamuoyunun güvenini ve desteğini sağlama görevini de üstlenmiştir. Kamuoyunun etkisinin doğru ölçülmesi, siyasi iletişimin de doğru yapılmasını sağlar. Siyasi iletişimin en önemli araçlarından birisi olan televizyon günümüzde, “kamuoyu oluşturulması” görevini büyük ölçüde üstlenmiştir. Kamuoyu oluşturmak, demokratik düzenin sağlanması için, kitle iletişim araçlarına yüklenen bir görevdir. Toplum içinde, kitle iletişim araçları yapıları itibariyle birçok hizmetler sunmaktadır. Kitle iletişim araçları kişilerin eğilimlerini değiştirebilir veya yeni eğilimlere yönlendirebilir. Bunların yanında var olan eğilimleri güçlendirecek yönde etkide yapabilir. Literatürde seçmen davranışı ve siyasal iletişim üzerine yapılan araştırmalarda, üzerinde en fazla durulan konuların başında ‘propaganda’ gelmektedir. Yapılan araştırmalar propagandanın seçmen üzerinde etkili olduğunu açıkça göstermiştir. Etkin bir propaganda seçmeni yönlendirebilir, tercih değişimine etki edebilir¹.

Siyasal katılma, bireylerin siyasal yöneticilerini seçmek ve yöneticilerin kendi istek ve menfaatleri doğrultusunda karar almalarını temin etmek amacıyla gösterdikleri davranış biçimidir.

¹Doğan, Adem; Göker, Göksel (2010), Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi (29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmen Örneği), Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İibf Dergisi, 5:163

Siyasal katılmanın iki temel alanda ortaya çıktığı söylenebilir; biri siyasal toplumu yönetecek siyasal yöneticilerin seçiminde, diğeri de bu yöneticilerin siyasal kararlar almaları sürecinde. Böyle bir ilişkide taraflardan biri siyasal toplumun üyesi olan bireyler, diğeri de siyasal iktidar yetkisini kullanan kadrolardır.²

Seçim olgusunun en önemli aktörü olan seçmen, temsili demokrasinin bir gereği olarak kendi adına karar verme ve davranma yetkisini anayasal ve yasal çerçevede belirtilmiş olan temsilciye meşru olarak seçim yoluyla devreden kişidir³ Cinsiyet, yaş eğitim aile gibi kişiden kişiye değişen özellikler seçmenin oy verme kararını etkileyen unsurlardır.

Kamuoyu araştırmaları, sadece seçmenler üzerinde etkili olmayıp, seçmen davranışlarının şekillendirdiği seçim kazanma stratejilerinin belirlenmesinde de oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu durumdan dolayı siyasi partiler, siyasal pazarlama araştırmalarına büyük bir önem vermektedir. Kamuoyu araştırmalarında belirlenen stratejilerin tespiti için,grupların ya da halkın davranış tarzlarının ortaya konulması gerekmektedir. Siyasi kampanyalarda sosyal ve siyasi yapının analizinin yapılması da göz önünde bulundurulmalıdır. Siyasi parti ve adaylar, seçmenlerin oy verme kararlarını etkilemek amacıyla, özellikle seçim dönemlerinde siyasal kampanya faaliyetlerine ağırlık vermektedir. Bu seçim dönemlerinde siyasi partiler oy toplamak için geniş kitlelerin ilgisini çekmeye çalışmaktadırlar. Ayrıca seçmen grupları da, programları ve adayları siyasal kampanyalar sayesinde tanıma fırsatı bulmaktadır⁴.

Bilimsel bilgi, gerçeği kanıtlama sürecidir. Bu tür bilgiye bilimsel yöntemler kullanılarak ulaşılabilir. Bilimsel araştırma; bilgi üretmek ve sorun çözmek amacıyla insanoğluna yol göstermektedir. Araştırma farklı yöntemlere başvurularak yapılabilir. Önemli olan problemi doğru belirlemek, uygun veri toplama yöntemlerini kullanmak ve elde edilen bilgiyi doğru analiz etmektir.

²Siyaset Bilimi(2014) Editör: Davut Dursun & Mustafa AltunoğluAnadolu Üniversitesi yayını

³ Yıldırım, Erdoğan, Türkiye’de Siyaset Süreci ve Profesyonel Siyasette Benliğin Kurulması:SHP Örneği,Ankara Ark Yayınları, 1995, s.142

⁴Duman, D. ve İpekşen Su, S., 2013. “Türkiye’de Genel Seçim Kampanyaları (1950-2002)”, Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic , 8(7), 119

Üç ana başlıkta hazırlanan bu çalışmada birinci bölümde siyaset kavramı siyasi iletişim ve seçmen davranışlarının tanımlarına yer verilmiştir. İkinci bölümde ise kamuoyu kavramı, oluşumu ve oluşumunu etkileyen unsurlar, bilimsel araştırmanın tanımı, yöntemleri, araştırma türleri, aşamaları, veri toplama yöntemleri, kamuoyu araştırmalarının önemi gibi konular incelenmiştir. Bu iki bölüm ikincil veri kaynakları kullanılarak hazırlanmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde birincil veri kaynakları kullanılarak kamuoyu araştırmalarının seçmenlerin oy tercihine etkileri üzerine bir alan çalışmasına yer verilmiştir.



1. GENEL BİLGİLER

1.1. Siyaset Kavramı

İnsanların ve toplumun yönetimi olarak tanımlanan siyaset, toplum bilimlerinin en eskisi sayılır. Literatürde siyaset, birbirinden tamamen farklı ve birbirine zıt iki ayrı yönüyle tanımlanmıştır.

Bir görüşe göre siyaset, topluluk halinde yaşayan insanlar arasında bir çatışma, mücadele ve kavgadır. İnsanlar yaradılışları gereği farklı fikirlere ve değişik çıkarlara sahiptir. İnsanlar arasındaki düşünce, çıkar ve eğilim farklılıkları toplumda çatışmalara sebep olabilmektedir. Asıl amacı toplumdaki değerlerin paylaşılması olan çatışmanın hedefi ise, iktidarın ele geçirilmesi ve onun sağladığı yararların paylaşılmasıdır. Laswell siyaseti “kimin, neyi, ne zaman, nasıl elde ettiğini” belirleyen bir faaliyet olarak nitelendirir.

Diğer bir görüşe göre ise siyaset, herkesin yararına olan bir toplum düzeni kurma çabasıdır. Siyasetin amacı çatışma ve iktidar kavgası değil, toplumda bütünlüğü sağlamak, özel çıkarlara karşı koyarak genel yararı ve insanların ortak iyiliğini gerçekleştirmektir. Toplum içerisinde uzlaşmayı sağlayarak devlet düzenini korumaktır. Duvarger siyaseti “hem bir çatışma ve iktidar kavgası hem de toplumun bütün üyelerinin yararına olabilecek bir düzen yaratma aracı” olarak tanımlamıştır. ⁵

Heywood siyaseti (2004), "*Siyaset, her çatışmayı çözen bir araç olarak değil, bir çatışma çözümü arayışı olarak düşünülmelidir, zira bazı çatışmalar çözülemeyebilir.*" olarak tanımlamıştır.

1.2. Siyasal İletişim

İletişim insanlık tarihi boyunca hayatın içinde varlığını hissettirmiştir. Türk Dil Kurumu Sözlüğünde “Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, iletişim” olarak tanımlanmıştır. İnsanın da

⁵Kapani, Münci (2015), Politika Bilimine Giriş, 42.Baskı, Bilgi Yayınevi, Ankara, S. 24.

siyasetin temel öznesi olduğu düşünülürse siyasal iletişimin insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenebilir.⁶ Siyaset genel anlamda insan için geliştirilen bir süreç olarak düşünüldüğünde, bireylerin siyasetteki düşünce ve rolleri yadsınamayacak bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Siyasi aktörlerin, siyasette daha etkin olarak yer alabilmelerini sağlayacak yeni teknikleri kullanmaları da bu durumun bir ifadesidir

İletişim teknolojileri, halkla ilişkiler gibi kavramlarla birlikte, karşımıza çıkan medya, siyasal iletişim, siyasal reklamcılık, siyasal halkla ilişkiler, siyasal pazarlama gibi yeni kavramlar arasında da yer almaktadır. Siyaset arenasında yerini koruyabilme, var olma, daha da yükselebilmek adına seçmenlerin dikkatini çekmek isteyen siyasi aktörler, günümüzde medya aracılığı ile bu teknikleri mümkün olduğunca kullanmaktadır. Çünkü siyaset ve iletişim artık yaşantımızın her alanında bulunmaktadır⁷.

Siyasal iletişim, uzun bir süre "propaganda" kavramıyla özdeş olarak algılanmıştır. Bu sebeple siyasal iletişimin hem değerini düşürmüş, hem de olumsuz olarak algılanmasına sebep olmuştur⁸.

Siyasal iletişimin tarihçesi incelendiğinde, insanların varlığı ve iletişimin ortaya çıkmasına kadar gidebilmektedir. Yönetenler, siyasal ve toplumsal ilişkilerin gereği olarak, başarılarını ortaya koymak ve varlıklarını koruyabilmek için yönetilenleri ikna yöntemleri gerçekleştirmişlerdir. Siyasal iletişimin yoğunluğu ise kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla paralellik göstermiştir. Kamuoyunun siyasi konulara gösterdiği ilgi Türkiye’de ve dünyada siyasal iletişimin önemini arttırmıştır⁹.

1.3. Siyasal Katılım

Demokratik hukuk düzeninin temeli olan millet iradesinin belirlenmesi, yargı yönetim ve denetimi altında yapılan seçimler yoluyla gerçekleşmektedir. Demokratik siyasi

⁶Sandıkçıoğlu, Bilge (2012), “Tarihsel Gelişim Süreci İçinde Siyasal İletişim”, Siyasal İletişim Edt. Ferruh Uztuğ, Yasemin Özgün, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları, Ss: 3.

⁷Tokgöz, Oya (2014), Siyasal İletişimi Anlamak, 2. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara. S.11-19

⁸Ekinci, Necdet (2014), “Siyasal İletişim Çalışmalarında Kapsam Ve Yaklaşım Sorunsalı”, İletişim Ve Diploması, Tc. Başbakanlık Basın Yayın Ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Yıl:2, S:3, Temmuz-Aralık, Ss: 10

⁹Özsoy, Osman (2009), Seçim Kazandıran Siyasal İletişim, Pozitif Yayınları, İstanbul. S.15

hayat kavramı, millet iradesinin, hür ve her türlü etki ve baskıdan uzak bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacak kurallarla düzenlenmiş bir seçim sistemini gerektirir. Demokratik yönetimin temeli sayılan serbest seçim hakkı, her türlü etkiden uzak olarak kullanılan oylarla bir anlam ve değer kazanır.¹⁰

Kitle toplumu; geniş halk kitlelerinin siyasal sistemi etkilemesi sonucu oluşan bir kavramdır. Bu yapının temel dayanak noktası olan halk unsuru siyaset biliminde dikkatleri siyasal katılma sorunu üzerine çekmiştir. Siyasal katılma, vatandaşların siyasal sistem karşısında durumlarını, tutumlarını, davranışlarını belirleyen bir kavramdır ve katılma basit bir meraktan yoğun bir siyasal eyleme kadar uzanan geniş bir faaliyet alanıdır.¹¹

Başka bir tanımda da siyasal katılma, vatandaşların siyasal sistemde yöneticilerin aldıkları ve alacakları kararları etkilemeyi amaç edinen eylemler bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır¹². Ayrıca, bir toplumun üyesi ile o toplumdaki siyasal otorite arasındaki bir bağıdır¹³. Siyasal katılma bir hukuk sorunu olarak, elverişli bir tüzel ortamda, siyasal hakların ortaya çıkardığı sonuç olarak belirtilmektedir¹⁴. Geniş anlamda siyasal katılma, seçmenlerin bürokrasi ve siyasal karar alma sürecinin her aşamasına katılması olarak tanımlanmıştır¹⁵.

Toplum üyeleri siyasal mekanizmaları etkilemeye çalışabilir,siyasi alanla ilgili eylemlere katılabilir ve siyasi olaylardan etkilenebilirler. Ayrıca, demokratikleşmenin en önemli göstergelerinden biri olarak karşımıza çıkan siyasal katılım, siyasal davranışın eyleme dönüşmeye başladığı halidir. Seçmenlerin yönetimde söz sahibi olmaları, siyasal katılım faaliyetlerinin ortak amacını oluştursa da siyasal katılım, çeşitli faktörlerin etkisiyle kültürden kültüre, toplumdan topluma farklılık gösterebilmektedir. Seçimlerde oy verme ile başlayan siyasal katılım, siyasal güç ve çıkar elde

¹⁰Kubat, M. Doğan. (2011). Seçim Mevzuatı, S.18

¹¹Kapani, Münci (2015), Politika Bilimine Giriş, 42.Baskı, Bilgi Yayınevi, Ankara, S. 143.

¹²Çam, Esat (1987), Siyaset Bilimine Giriş, Der Yayınları, İstanbul, 1987, S.279

¹³Kalaycıoğlu, Ersin (1983), Karşılaştırmalı Siyasal Katılma Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme, İ.Üni. Sbf Yayınları, İstanbul, 1983, S. 10.

¹⁴Eroğul, Cem (1999), Devlet Yönetimine Katılma Hakkı, 2.B. İmge Kitabevi, Ankara, 1999, S. 35.

¹⁵Çukurçayır, M. Akif (2000), Siyasal Katılma Ve Yerel Demokrasi, Yargı Yayınevi, Ankara, 2000, S. 30; Akgül, Fatma İlknur (2013). Türkiye'de Seçmen Davranışları: Politik Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Etkileyen Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, Gediz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, S.14.

etmek,yönetmel işlerin yürütülmesinde görev almak, karar verme sürecine hâkim olmak gibi çeşitli tanımlar ve uygulamaları da kapsamaktadır..¹⁶

Demokratik bir ülkede vatandaşların hepsi siyasete karşı aynı ilgiyi göstermezler. Siyasal faaliyete katılma değişik düzeylerde ve çeşitli biçimlerde kendini gösterebilir. Bunlar arasında yoğunluk bakımından kademelendirme yapmak mümkündür.

Siyasal katılımı da oy kullanmak veya bir siyasal partinin rozetini taşımak gibi en kolay eylemler seyirci faaliyeti olarak sınıflandırılırken, siyasal toplantıya katılmak, parasal yardımda bulunmak ve siyasal organlarla ilişkide bulunmak gibi eylemler orta kademe olarak sınıflandırılmaktadır. Bir partiye üye olmak, herhangi bir siyasal organ için aday olmak ve siyasal eylemlerde etkin bir rol almak gibi zor eylemler de en ileri kademeyi oluşturur¹⁷.Orta kademe ve ileri kademe eylemleri benimseyenler genellikle kamuoyu oluşturmak, etrafındakileri yönlendirmek yandaş toplamak gibi eylemlerde aktif rol alırken izleme faaliyetlerini tercih eden kişiler siyasal olayları izlemekle yetinebilirler.Bu katılma biçimlerinin herhangi birini tercih eden her birey siyasal katılımı gerçekleştirmiş olmaktadır.Fakat gerçek anlamda katılma olarak tanımlanabilecek etkinlik, siyasal alanla ilgili organların oluşumu, eylemleri ve etkileri üzerinde belirleyici olmayı amaçlar¹⁸

1.4. Seçmen Tanımı

Kalender, seçmenler ve ikna stratejilerini incelediği çalışmasında seçmenleri, demokratik yönetimlerin en önemli aktörleri olarak nitelemektedir. Bu aktörlük seçmenlere, hem kendi belirledikleri yöneticileri iş başına getirme hem de onları denetleyip, görevlerini sürdürme veya yönetimden uzaklaştırılmalarını sağlayabilme hakkı kazandırmıştır. Kalender, seçmenlerin, baskı grubu oluşturma, protesto

¹⁶Akgül, Fatma İlknur (2013). Türkiye'de Seçmen Davranışları: Politik Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Etkileyen Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, Gediz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, S.14

¹⁷Kapani, Münci (2015), Politika Bilimine Giriş, 42.Baskı, Bilgi Yayınevi, Ankara, S. 145.

¹⁸Çukurçayır, M. A., (2000), Siyasal Katılma Ve Yerel Demokrasi, Ankara, Yargı Yayınevi, 270s.

faaliyetleri, mitinglere katılma gibi değişik usullerin varlığından bahsetse de ancak nihai sonucu belirleme açısından oy verme davranışını ayrı bir yerde tutmaktadır.¹⁹

Vatandaşların oy verme eyleminde bulunabilmesi için seçmen olma şartlarını taşıması gerekir. Ülkemizde seçmen olma şartları kanunlarla belirlenmiştir.

Vatandaşların seçmen olabilme şartları Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkındaki 298 sayılı Kanun'un 28, 33, 36, 39 ve 40. Maddelerinde açıkça belirlenmiştir. Seçmen listelerinin oluşturulması 140/1 sayılı genelge ile Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğünün Adres Kayıt Sistemi'nden seçmen niteliğini taşıyan kişilere ait kayıtlar alınarak seçmen kütüğüne kaydedilir.

Bu Genelge; muhtarlık bölgesi askı listelerinin güncelleştirilmesi amacıyla, seçmene ait verilerdeki değişimi belirleyen; ad, soyad, yaş, cinsiyet düzeltimi, seçme ehliyetini kaybetme (kısıtlanma, kamu hizmetinden yasaklanma vb.) veya yeniden kazanma gibi yargı kararlarına, asker olanlara, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlığını kaybetme veya yeniden kazandığını gösteren bilgiler ile vefata dair bilgilere, seçim bölgesi içinde veya dışında vuku bulan yerleşim yeri değişiklik verilerine ait esas ve usuller ile askı süresini, bu süre içinde yapılacak itirazları kapsar.

Seçmen kütüğü genel müdürlüğünce seçmen listelerinin hazırlanması:

a) Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğünden oy verme günü itibariyle 18 yaşını dolduracak olan ve geçerli yerleşim yeri adresine sahip Türk vatandaşlarına ait bilgiler alınır.

b) Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğünden alınan olay bilgileri (Örneğin; ölüm, vatandaşlığın kaybedilmesi veya kazanılması vb.) yurt içi seçmen kütüğüne işlenir.

c) Oy verme günü itibariyle silâh altında olan er ve erbaşlara ilişkin bilgiler, Millî Savunma Bakanlığı Asker Alma Dairesi Başkanlığından, askeri öğrenciler, yedek subay

¹⁹Kalender, Ahmet (2005). Siyasal İletişim: Seçmenler Ve İkna Stratejileri, Konya: Çizgi Kitabevi, S.23.

öğrencilere ait bilgiler de Genelkurmay Başkanlığından alınır ve bu kişilerin seçmen kütüğündeki kayıtları dondurulur. Askerliği nedeniyle daha önceden kayıtları dondurulanlardan oy verme günü itibariyle terhis olacaklar var ise kayıtları "Oy Kullanabilir" hale getirilir.

d) Ceza infaz kurumlarında bulunan taksirli suçlar dışındaki hükümlülere ait bilgiler Adalet Bakanlığından alınarak kayıtları dondurulur. Kasıtlı suç nedeniyle haklarında verilen mahkûmiyet kararları kesinleşmekle birlikte henüz ceza infaz kurumuna alınmayanlarla, koşullu ya da denetimli serbestlikten yararlanarak salıverilenler ile uzun süreli hapis cezası ertelenen hükümlülerin kayıtları dondurulmaz.

e) 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'nun 405 ve 406. maddelerindeki sebeplerle haklarında kısıtlama kararı kesinleşenlere ait bilgiler, Adalet Bakanlığından alınarak, bu kişilerin kayıtları dondurulur. Kısıtlılığı sona ermiş olanlar var ise kayıtları "Oy Kullanabilir" hale getirilir.

f) 298 sayılı Kanun'un 74. maddesi uyarınca, engelli seçmenlerin oylarını rahatlıkla kullanabilmeleri için sandık ataması yapılırken göz önünde bulundurulmak üzere, Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğünden görme ve ortopedik engellilerin listesi elektronik ortamda istenir. Alınan bilgiler seçmen kütüğüne işlenir ve muhtarlık bölgesi askı listelerinde (E) harfi ile gösterilir.

Seçmen kütüğünde yukarıdaki işlemler yapıldıktan sonra ilgili muhtarlıklarda askıya çıkarılarak vatandaşlara duyurulur.²⁰

1.4.1.Seçmenin Oy Verme Davranışı

Oy hakkı Anayasa'da güvence altına alınmış temel bir haktır. Yasa koyucu, vatandaşların oy hakkından Anayasa'nın öngördüğü ilkelere uygun olarak yararlanmasını sağlar. Seçimler serbest, eşit, gizli, tek dereceli, genel oy, açık sayım ve döküm esaslarına göre, yargı yönetim ve denetimi altında yapılır. Gizli oy ilkesi, seçmenin, seçme hakkını hiçbir baskı ya da etki altında kalmadan özgür iradesiyle

²⁰Yüksek Seçim Kurulunun 26/08/2015 tarih ve 2015/1542 sayılı kararı ile "140/I sayılı Genelge"

kullanmasıdır. Gizli oyun amacı seçmeni oy verirken her türlü çevre etkisinden uzaklaştırmaktır. Serbest oy ilkesi seçmenin hiçbir yasadışı baskıya ve etkiye kapılmadan oyunu kullanmasıdır. Serbest seçim oyların bu ortamda kullanıldığı seçimdir. Seçimin serbestliği ilkesi, seçmenin oyunu her türlü baskıdan uzak ve gizlilik içinde kullanmasının tam olarak güvence altına alınması halinde gerçekleşir.²¹

Oy verme, halkın siyasal katılıma dâhil olmak için yararlandığı temel bir ifade tarzı olarak demokratik yönetimlerde karşımıza çıkmaktadır. Vatandaşa yasalarla verilen ve daha değerli bireyler haline getiren seçme ve seçilme hakkı, temelde demokratikleşmenin bir sonucudur. Aynı zamanda demokratik sistemin etkin bir şekilde sürdürülebilmesine imkân tanımaktadır. Bu durum demokrasiyi teoriden pratiğe geçiren bir yol şeklinde değerlendirilir²². Seçmenler, demokrasiyi teoriden pratiğe çeviren oy verme davranışının başlıca aktörü konumundadır. Vatandaşların oy verme eylemleri, demokratik anlayışa sahip toplumlarda seçmen olarak tanımlanmakta ve kamusal otoriteyi belirlemektedir.²³ Doğan ve Göker, siyasilerin seçim karşısındaki tutumu ve seçmen davranışlarını incelerken, oy verme sürecinin öncesi ve sonrası ile birlikte ele alınarak incelenmesinin faydalı olacağını belirtmiştir. Hem toplumsal hem bireysel boyutları bakımından seçmen davranışlarını incelemek önemli bir konudur. Toplumsal boyut kısmında; en yaygın şekilde siyasal katılım olarak oy verme görülmektedir²⁴.

Bir vatandaş olarak oy verme hakkını kullanan seçmen, yöneticiyi belirlemek üzere siyasal katılım biçimini ortaya çıkarmaktadır. Oy verme olgusu seçmen davranışını ifade etmesinin dışında bilimsel olarak da yıllardır inceleme konusu olmuştur. Seçmenler, çoğu zaman belirli koşulların ve ilişkilerin etkisiyle bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde tercihlerini belirlemektedirler.²⁵ Herkesin eşit haklara sahip olmasını talep eden demokratik sistemlerde seçim ortamları, seçmenin düşüncelerinin yansıdığı

²¹Kubat, M. Doğan. (2011). Seçim Mevzuatı, S.16

²²Damlapınar, Zülfikar Ve Balcı, Şükrü (2005). Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen Etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan Araştırması. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 4(1), 59

²³Güllüpunar, H., Diker, E., Ve Aslan, E., (2013), Oy Verme Yaklaşımları Bağlamında Aday Merkezli Seçmen Tercihi Üzerine Deneysel Bir Araştırma, Akademik Bakış Dergisi, 35:1-21, S.83

²⁴Doğan, Adem; Göker, Göksel (2010), Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi (29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmen Örneği), Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İibf Dergisi, 5:159- 187

²⁵Hülür, Himmet Ve Kalender, Ahmet (2003). Sosyo- Politik Tutumlar Ve Din (Konya Araştırması), Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, S.165

önemli bir fonksiyona sahiptir. Seçim ortamları yönetime talip olan aday ile ona yönetebilme yetisini veren seçmenlerden oluşmaktadır. Montesquieu (2006), oy vermenin kura yolu ile yapılmasının demokrasinin özü olduğunu belirtmiştir. Ayrıca oy kullanma hakkının her vatandaşa, yurda hizmet yolunda akla uygun bir umut payı bıraktığı saptanmıştır"²⁶.

Seçmen kararlarının şekillenmesinde, siyasal sisteme dâhil ettiği ve ürettiği iletişimsel eylemlerle siyasal iletişimin rolü büyüktür. Siyasal iletişim, kararlara yön veren bir yapı görevini de üstlenmektedir. Siyasal iletişim alanını, seçmen ikna paradigması olarak tanımlaması da bu tespitle örtüşmektedir. Yavaşgel (2004) siyasal iletişimi, bir bakıma "ikna etmeye hedeflenmiş bir iletişim kaynağı" olarak belirtmiştir. Ancak, ikna edilmeye çalışılan seçmenin birçok özellikler taşımaları nedeniyle farklı noktalar dikkate alınarak kategorize edilmesi unutulmaması gereken bir husustur. ²⁷ Seçmenler sosyal yaşamlarında etkiye açık bireyler olabilecekleri gibi siyasal görüşleri söz konusu olduğunda aşılması ve ikna edilmesi güç birer siyasi aktör olabilirler. Bu sebeple seçmenleri, kararlı seçmenler, yüzergezer seçmenler ve kararsız seçmenler biçiminde sınıflandırarak siyasi iletişim kurmak faydalı olacaktır.²⁸

Seçim ifadesi genel anlamıyla, toplu bir iradenin birden çok seçenektan birini tercih etmesi ve bir ayrıma ya da bir eğilime gitmesi olarak tanımlanmaktadır. Seçmen tercihleri siyasilerin ülke ve bölge sorunlarına karşı söylemleri ve tutumları bakımından önemli bir etkidir. Farklı siyasal birikime sahip seçmenler üzerinde, adayın söylem ve tutumları etkili olabilmektedir. Dolayısıyla seçmenler bir konuya oy verirken, gündemdeki konuları değerlendirerek bu doğrultuda oy kullanırlar.²⁹

Oy kullanma hakkı seçmene verilmiş hukuki bir hak olduğu gibi, seçmenin bu hakkını kullanmadığı durumlarda mevcuttur. Seçmen, yaptıklarının bir etkisinin olmayacağını ya da kendi ilkelerine uygun seçenek bulamadığını düşündüğü durumlarda oy kullanmaya katılmayabilir. Seçmenin seçime katılması için öncelikli olarak, demokratik

²⁶Rousseau, J. J., (2011), Toplum Sözleşmesi, Çeviri: Vedat Günyol, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 7. Baskı, 136s.

²⁷Yavaşgel, Emine (2004). Siyasal İletişim Kavramlar Ve Ardındakiler, Ankara: Babil Yayınları, S.147

²⁸Doğan, Adem; Göker, Göksel (2013). Siyasal İletişim Araştırmaları, Ankara: Nobel Yayınları, S.9

²⁹Güllüpunar, H., Diker, E., Ve Aslan, E., (2013), Oy Verme Yaklaşımları Bağlamında Aday Merkezli Seçmen Tercihi Üzerine Deneysel Bir Araştırma, Akademik Bakış Dergisi, 35:1-21, S.83

bir ortamda yaşaması gerekmektedir. Seçmenin yaptığı seçimin toplumsal etkisinin olacağına, kendisinin de seçme işlemini gerçekleştirirken can güvenliğinin olduğuna inanması önemli bir husustur. Seçmenlerin, seçimlere katılması için toplum yapısıyla yakın ilişki içinde olması gerekmektedir. Bazı toplumlarda tüm hukuksal, ideolojik, demokratik koşullar otorite tarafından sağlanmış olsa dahi seçmen seçime katılmayabilmektedir. Örneğin, seçmenin, yaş olarak küçük olduğu için, kendisinden yaş olarak büyük kişilere karşı saygısızlık olacağını düşünerek seçme hakkını kullanamadığı durumlar görülmüştür. Ayrıca, erkek egemen bir toplumda bir genç kızın muhtar aday olması toplumda hoş karşılanmayabilmektedir. Sonuç olarak, bir şekilde güvenli bir çevresel ortamının oluşması ve bu ortamın seçme işlemi sona erdikten sonrada devam etmesi önemli görülmesi gereken hususlardandır³⁰

1.4.2. Seçmenin Karar Verme Süreci

Seçmen davranışı, siyaset biliminin ve siyasal iletişimin yakından takip ettiği konuların başında gelir. Başarılı sonuçlar elde edebilmek için seçmenin karar aşamasına gelirken geçirdiği evreleri, yaşadığı süreci iyi analiz etmek gerekir.³¹

Araştırmacılar seçmenin karar verme sürecini değişik sınıflandırmalar yaparak incelemişlerdir. Amaç ve alternatiflerin belirlenmesiyle başlayan bilgi edinme süreci, karar öncesi aşamadır. Bu aşamada belirlenen amaç ve alternatiflerin bir plan dahilinde sıralanması karar aşamasıdır. Mevcut alternatifler dizisinden birbirine benzeyenler ve değeri az olan alternatifler elenir. Karar verildiğinde seçilen alternatifler ideal alternatiflerdir. Seçilen alternatiflerin amaçlara ne derece hizmet ettiği gözlemlenerek bir değerlendirme yapılması ve tercihlerin belirlenmesi karar sonrası aşamadır.³²

³⁰Akgül, Fatma İlknur (2013). Türkiye'de Seçmen Davranışları: Politik Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Etkileyen Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, Gediz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, S.17

³¹Nisa Akın, (2012). Yerel Seçimlerde Aday İmajının Seçmen Tercihlerine Etkisi: İzmir İli İçin Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, S.26;

³²Kalender, A, (2005), Siyasal İletişim: Seçmenler Ve İkna Stratejileri. Konya Çizgi Kitabevi Yayınları

Siyasal iletişim seçmenlerin oylarını hangi tercihten yana yapacaklarına karar verdikleri aşamada başlar. Karar verme davranışını etkileyen pek çok psikolojik ve sosyolojik unsur bulunmaktadır. Siyasal partiler seçmenleri ikna edici iletişim faaliyetlerinde başarılı olabilmek için bu unsurları göz önünde bulundurmalıdır. Siyasal partiler ve adaylar, karar verme sürecini çok iyi tahlil etmeli, karar sürecine etki eden faktörleri iyi anlamalı ve değerlendirmelidir.³³

1.4.3. Seçmen Tercihlerini Etkileyen Faktörler

Siyasi parti yada adayların seçimlerden başarılı sonuçlar elde edebilmeleri için seçmenin karar aşamasına gelirken geçirdiği evreleri yaşadığı süreci iyi analiz etmeleri gerekmektedir.³⁴ Seçmenlerin oy verme kararlarını etkileyen faktörlerde siyasi parti ya da adaylar tarafından dikkate alınan konulardır.³⁵

1.4.3.1. Siyasi Partiye Yakınlık

Siyaset, yeniliklere açık bir alan olsa bile seçmenler, özellikle ileri yaşlarda, alışkanlıklarına göre hareket etmeye meyillidirler. Seçmen tecrübeleri doğrultusunda güven duyduğu partinin, beklentilerini en iyi şekilde karşılayabileceğini düşünmektedir. Desteklenen siyasi parti, üyelerinin tutumlarını (sosyal grup etkisiyle) biçimlendirerek etkilemektedir. Dolayısıyla siyasi parti, yeni bir aday üzerinde “bağımlılık” yaratabilmesi ve dikkatleri üzerine çekebilmesi için öncelikle ilk kez oy kullanacak olan

³³http://www.milligazete.com.tr/secmenin_karar_sureci/102016

³⁴Can , H. (1992), Organizasyon Ve Yönetim, Ankara: Adım Yayıncılık, S. 12.

³⁵Ercins, G. (2007). “Türkiye’de Sosyo-Ekonomik Faktörlere Bağlı Olarak Değişen Seçmen Davranışı”, Cumhuriyet Üniversitesi. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 8(2): 25-40.; Tuba Üzümlü, (2012). Seçmen Bağlılığını Etkileyen Unsurların İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çankırı, S. 23;

seçmenlere yani alt seçmen yaşı olan 18-20'li yaşlardaki bireylere yönelmesi ve ideolojisi ile ilgili imgeyi vurucu şekilde vermesi gerekmektedir.

Siyasal reklamcılık, kanaatlerin değişmesinde, özellikle kararsız seçmenler üzerinde sınırlı bir etkiye sahiptir.³⁶ Bu nedenle siyasi partiler, seçmenin dikkatini çekmek amacıyla çeşitli faaliyetler (sosyal-kültürel) uygular. Bu faaliyetler sonucunda da seçmenin, siyasi partiye olan yakınlığı ve partiye olan ilgisinin artması amaçlanır³⁷

1.4.3.2. Cinsiyet

Antropolojik çalışmalar incelendiğinde, bazı dönemlerde toplumlarda kadınların güçlü olduğu anaerkil aile tipinin benimsendiği; bazı toplumlarda ise dönem içerisinde ataerkil tipin benimsendiği gözlenmiştir.³⁸ Kadına ailenin yükünü taşıma, çocuk yetiştirme gibi görevler biçilirken erkeğe koruma ve kollama görevi yüklenmiştir. Siyasetin temelinde toplumu ve devleti koruma anlayışı vardır.³⁹ Koruma ve kollama daha çok “erkeğe özgü” kabul edildiği için siyasi katılımı öncelik erkeklerle tanınmıştır. Toplumsal cinsiyet kavramlarının çözümlenmesi ve kadınların siyasete katılımı yalnızca Türkiye’de değil dünyanın dört bir yanında sancılı süreçler sonucu gerçekleşmiştir. Hala daha kadının toplumdaki yerine dair tartışmalar Türkiye’yi ve bazı diğer ülkeleri meşgul etmekte ve güç şekilde halledilmektedir.⁴⁰ Seçim kampanyaları sırasında kadınlara hitap edecek kampanyaların ikinci planda kalması ataerkil toplumun yansımalarının bir

³⁶ Barut, B. (2005). “Siyasal Reklamcılık Özelinde Siyasal Tutumların Oluşması Süreci”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15(2): 308, 311

³⁷ Tuba Üzümlü, (2012). Seçmen Bağlılığını Etkileyen Unsurların İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çankırı, S. 25

³⁸ Fatma İlknur Akgül, (2013). Türkiye’de Seçmen Davranışları: Politik Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Etkileyen Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, Gediz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, S.41

³⁹ Kalaycıoğlu, Ersin (1983), Karşılaştırmalı Siyasal Katılma Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme, İ.Üni. Sbf Yayınları, İstanbul, S. 18.

⁴⁰ Fatma İlknur Akgül, (2013). Türkiye’de Seçmen Davranışları: Politik Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Etkileyen Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, Gediz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, S.41

sonucudur. Kadın seçmenlerin karar verme sürecinde, aile fertlerine bağımlı kararlar alma durumunun var olması “seçmen davranışları-cinsiyet etkileşimi” kapsamında değerlendirilebilir. Ayrıca kadınların ve erkeklerin siyasal pazarlama faaliyetlerini algılama şekilleri farklı olacağı için cinsiyetin seçmen davranışlarına etkisinin olması doğal bir sonuç olarak yorumlanacaktır.⁴¹

1.4.3.3. Yaş

Sosyal bir varlık olan insan ilk şekillenmelerini aile ortamında aldıktan sonra, yaşamı boyunca hayatında yer alan tüm sosyal gruplardan etkilenmektedir. Bu süreç, hayatta çeşitli evrelerle gerçekleşir. Gençlik, orta yaş, orta yaş üstü ve yaşlılık olarak belirleyebileceğimiz bu evrelerin her birinde farklı toplumsal roller üstlenen birey, farklı davranış kalıpları sergileyecektir. Bireyin sorumluluklarının ve rollerinin çeşitlenmesi siyasal davranış kalıplarının da çeşitlenmesine ve farklılaşmasına yol açmaktadır. Gençlerin sorumluluklarının daha az, zaman ve enerjilerinin daha fazla olması siyasi yaşama katılmalarını kolaylaştırmaktadır. Yaşın ilerlemesine bağlı olarak bilgi ve deneyim tecrübesinin artması sonucunda bilinçli oy kullanma artış gösterebilmektedir.⁴²

1.4.3.4. Aile

Aile, tüketim kararını veren birim olarak mal ve hizmet pazarlamasının, bireylerin oy verme kararını etkilemekle de siyaset pazarlamasının ilgi alanına girmektedir. Siyasal ürün, psikolojik etmenler ve referans grupları, seçmenin oy kararına etki eden en önemli faktörler olarak sayılabilir. Referans grupları, kişinin tutumlarını, fikirlerini, değer

⁴¹Mukadder Kahraman Türedi (2015). Siyasal Pazarlamada İletişim Kanallarının Seçmen Davranışlarına Olan Etkileri Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, S.38

⁴²Negiz Nilüfer, “Seçmen Davranışında Sosyo Ekonomik Bir Faktör:Yaş”, Yerel Siyaset Dergisi, Kasım, 2007, S.54

yargılarını ve davranışlarını doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen bir insan topluluğudur. Bu grup, aile ve diğer yüz yüze ilişkilerin olduğu yakın çevre (arkadaşlar, komşular, meslektaşlar, kurum ve kuruluşlar vb.) ile kişinin üyesi olmadığı gruplar ve doğrudan ilişkisi olmayan kişilerden (artistler, şarkıcılar, sporcular vb.) oluşur⁴³. Aile kurumu ise en etkin referans gruplarından biri olarak bireyi etkilemektedir. ⁴⁴ Anne babanın tercih ettiği parti kimliğini çocuklarına aktardığı ve bireyin siyasete ilgisinin gelişiminde yaptığı etki, anne–babanın ve çocukların oy verme davranışı arasında çok güçlü bir ilgileşimin olmasından kaynaklanmaktadır. Buna göre çocuklar genellikle anne babanın tercih ettiği parti kimliğine uymaktadırlar. Uyulan bu parti kimliği kişinin ömür boyu kendisiyle taşıdığı karakter özelliği gibidir. Ancak parti haritası sıkça değişen ülkelerde kişinin ilk oy verdiği partiye ömür boyu oy vermesi mümkün değildir⁴⁵

Seçmen davranışlarının öğrenme süreci, çocuklukta öğrenme süreci ile paralellik göstermektedir. Kişinin çocuklukta deneyimlerinin etkileri, daha sonraki öğrenme sürecini de belirleyen bir unsurdur. Aile, bu açıdan uyguladığı bilinçli toplumsallaşma süreci ile çocuğa toplumsal değer ve normları aktardığı gibi, aile içi somut ilişkilerle de belirli karar verme kalıplarını aşılamaktadır. Bu nedenle aile hem seçme işlemini, hem de davranışın temelini veren bir öge olarak sosyo– politik bir önem taşımaktadır.⁴⁶

⁴³Ömer. B. Pazarlama Şlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları, İstanbul: Beta 8. Baskı. 1999, S.201

⁴⁴ Aydın, Kenan Ve Özbek Volkan, “Ailenin Seçmen Davranışları Üzerindeki Etkisi”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Kocaeli Üniversitesi Yayınları, Sayı: 2, Kocaeli: 2004, S. 147 – 148.

⁴⁵ Aydın, Kenan Ve Özbek Volkan, “Ailenin Seçmen Davranışları Üzerindeki Etkisi”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Kocaeli Üniversitesi Yayınları, Sayı: 2, Kocaeli: 2004, S. 149.

⁴⁶Uysal, Birkan, “Siyasal Katılma Ve Katılma Davranışı Üzerinde Ailenin Etkisi”, Todaş Amme İdaresi Dergisi, 1981.S.115-116

1.4.3.5. Eğitim

Toplumda önemli yer alan kıymetlerin, sahip oldukları bilgi ve kabiliyet açısından gelecekteki nesillere sunulması gereken süreç, eğitim olarak tanımlanmaktadır. Eğitim, yeni doğan bir bebeği insan yapan, ona insan niteliklerini kazandıran ve kendisine sosyal bir nitelik kazandıran toplumsal yaşam içindeki ilişki ve etkileşimlerin bütünüdür ve sosyal alanda bir topluma dahil olmaktır. İnsanın eğitimsiz yaşamasının imkânı yoktur. Yaşamın devamı için insanın doğuştan gelen neredeyse hiçbir tutumu bulunmamaktadır.⁴⁷

Eğitim, bireyin siyasal davranışını ilk olarak siyasal, kültürel, duygusal ve bilişsel öğelerinin bireye aktarımını sağlayarak, bireyin siyasal tutumunu pekiştirir. Aynı zamanda bireyin bilgi seviyesini yükselterek siyasal olayları ve onları ortaya çıkaran sebepleri daha iyi analiz etmelerini sağlar Toplumdaki bireylere ulusal ideolojiyi, değerleri ve idealleri kazandırarak onları mevcut siyasal düzene bağlı vatandaşlar olarak yetiştirilmesini sağlar⁴⁸. Eğitim, bireylerin siyasal yaşamda etkin olmalarını kolaylaştırır ve siyasal davranışın ön koşullarını hazırlar. Eğitim düzeyinin yüksekliği, bireyin siyasal tercihlerini daha bilinçli olarak yapmasında önemli bir rol oynar ve diğer çevresel değişkenlerin belirleme gücünü azaltır, siyasal içeriklerin kavranmasını, yorumlanmasını ve iletilmesini kolaylaştırır.⁴⁹

⁴⁷Özer, Süleyman Yücel, (2015), Siyasi Partilerde Genç Seçmen Memnuniyetinin PartiSadakatine Etkisi: Keçiören İlçesi Örneği, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eylül

⁴⁸ESER, Bahadır H, "Üniversite Eğitiminin Siyasal Tutumlar Üzerindeki Etkisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Örnek Olayı", SDÜ-SBE Dergisi, Güz 2005, s.12-13

⁴⁹Baykal, D. (1970). Siyasal Katılma - Bir Davranış İncelemesi. , Ankara: AÜSBF Yayını, 302.

2. KAMUOYUVE BİLİMSEL ARAŞTIRMA

2.1. Kamuoyu Kavramı

Kapani kamuoyunu; "*belli bir zamanda, belli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna veya gruplarına hakim olan kanaattir*" şeklinde tanımlamıştır. Kapani'ye göre sayısal çoğunluk hakim kanaat için yeterli değildir. Azınlığın kararlı bir şekilde benimsediği bir görüş, çoğunluğun benimsediği gevşek bir görüşten daha etkili olabilir. Hakim kanaat için "yoğunluk ve etkinlik" daha önemlidir.⁵⁰ Bir kamuoyunun yönü, belirli bir konu hakkındaki kanaatlerin olumlu ya da olumsuz yönde olduğunu ifade ederken, yoğunluğu ise, kamuoyunu oluşturan kişilerin, o görüşe ve kanaate ilişkin inançlarının gücünü ifade eder. Kişilerin bu görüşleri ve kanaatleri aynı yönde ne kadar zaman ve taviz vermeden savunmaya devam edecekleri kamuoyunun istikrarını göstermektedir. Ayrıca bilgi desteği de kanaat ve görüşlerin ne ölçüde doğru ve yeterli olduğunun tespiti açısından önemlidir.⁵¹

Genel olarak, grup içerisindeki tartışmalar, karşılıklı etkileşim ve kanaatlerin oluşma süreçleri sonunda, kamuoyu oluşmaktadır. Bu anlamda kamuoyu toplumun değişen gereksinimlerini karşılamak üzere çeşitli grupların görüşlerini ileri sürdükleri dinamik toplumsal sürecin birbirini izleyen aşamalarını kapsamaktadır.⁵²

Alport 'a göre kamuoyu; kişi davranışdır ve ifadeye dayanır. Davranışın birçok birey tarafından ortaya konulması gerekir. Çoğu kişiler tarafından bilinen bir konuya yönlendirir ve bu konu birçok kişi için önemlidir. Ortak sorunlara karşı onaylama ya da onaylamama durumu söz konusudur. Çoğunlukla diğer kimselerin de aynı durumda kendilerine benzer tepki gösterdikleri bilinci hakimdir. Tavrı ve kanaatleri kamuoyunu ifade eder. Bu davranışları gösterenler aynı mekanda olabilecekleri gibi olmayabilirler de. Davranışları ya da kanaatleri geçici olabileceği gibi süreklide olabilir. Amaç bir şeyi

⁵⁰Kapani, Münci (2015), Politika Bilimine Giriş, 42.Baskı, Bilgi Yayınevi, Ankara, S. 161.

⁵¹Oktay, Mahmut (2002). Politikada Halkla İlişkiler, Derin Yayınları, İstanbul. S.34

⁵²Bal, Hüseyin (2004). İletişim Sosyolojisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Yayın No:42, Isparta. S.103

elde etmek ya da bir şeye karşı olmaktır. Ortak amaçlara yönelen çabalar olduklarından, çoğunlukla çatışan tarafları tutan bireyler arasındaki çatışma niteliğindedir.⁵³

2.2. Kamuoyu Oluşumu

Daver'e göre geniş anlamda kamuoyu kavramı, halkı ilgilendiren belli bir mesele hakkında, belirli bir zamandaki "genel yargı" yahut ortak kanaattir. Dar anlamda kamuoyu ise; basın, radyo, TV gibi kitle haberleşme araçlarıyla yahut konuşarak veya fısıltı ile açıklanan ve çok defa bazı sosyal grupların (sendika, dernek vb.) ve seslerini duyuran kişilerin, siyasal otoritelere(hükümete, parlamentoya vb.) anlatmak istedikleri fikirlerin bir ortalamasıdır⁵⁴. Kamuoyu kavramı içerisinde yer alan kamu, sosyolojide grupla eş anlamalı olarak toplumu meydana getiren bütün kesimleri temsil eder. Oy kelimesi ise bireyin belli bir konudaki tercih ve kanaatlerini temsil eder.⁵⁵ Kamuoyu ilk bakışta toplumdaki çoğunluğun kanaatlerini yansıtıyor gibi görünse de kamuoyunun oluşmasında, azınlık grupların baskın kanaatleri de etkili olmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde kamuoyunun, çoğunluk ve azınlık kanaatlerinin karşılıklı etkileşmesi sonucu oluştuğu söylenebilir.⁵⁶ Özetle belirtmek gerekirse kamuoyu, tartışmalı bir konunun bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna hakim olan kanaattir. Açıkça belirtmek gerekirse, çoğunluk ya da azınlık gruplar arasında kendini daha etkin olarak duyuran kanaat kamuoyunu oluşturmaktadır.⁵⁷

Siyaset biliminde kamuoyu oluşturma kavramı, siyasal iletişim ve medyanın rolü kavramlarıyla birlikte anılmaktadır. Atabek ve Dağtaş kamuoyu kavramını, bir konu hakkında oluşan bireysel fikirlerden hareketle iletişim yoluyla karar vermeye dek uzanan süreç olarak tanımlamıştır.⁵⁸ Türk Dil Kurumu sözlüğünde ise kamuoyu oluşturma, "*bir düşüncüyü yaygınlaştırmak ve halkın dikkatini o düşünce etrafında*

⁵³Türkmenoğlu, Ahmet Tarık (2011), Kamuoyu Araştırmalarının Siyasal Davranış Üzerindeki Etkisi: Konya Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, S.9

⁵⁴Daver Bülent (1993), "Siyaset Bilimine Giriş", Siyasal Kitabevi, Isbn: 975-735-100-13, Ankara, S.251

⁵⁵Kapani, Münci (2015), Politika Bilimine Giriş, 42.Baskı, Bilgi Yayınevi, Ankara, S.161

⁵⁶Vural, A.M. (1999). Yerel Basın Ve Kamuoyu. Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir S.1

⁵⁷Kapani, Münci (2015), Politika Bilimine Giriş, 42.Baskı, Bilgi Yayınevi, Ankara, S.162

⁵⁸Atabek, N. Ve Dağtaş, E. (1998). Kamuoyu Ve İletişim. Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık Ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları: Eskişehir.

toplamak ve yoğunlaştırmak şeklinde kullanılmıştır. Kamuoyu oluşumunu, siyasal karar alma sürecinin etkilediği varsayılmaktadır. Genellikle kamuoyu demokratik rejimlerde serbestçe oluşurken, demokratik olmayan rejimlerde yönlendirmelerle oluşturulmaktadır. Serbestçe oluşan bir kamuoyu, haberleşme ve ifade özgürlükleri başta olmak üzere tüm temel hak ve özgürlüklerin sağlandığı bir hukuk düzeninin ürünüdür. Kamuoyu oluşumu sırasında, fikirler iletilmek istendiği zaman medyadan, algılanması ve yorumlanması gerektiğinde ise propaganda tekniklerinden faydalanılır. Bektaş'a göre propagandanın kelime anlamı; "*kamuoyunu etkilemek için gerçek, yarı gerçek ya da yalan bilgiler yaymada simgeler aracılığıyla inanç, tutum ve davranışları etkileme yönünde sistemli gayretlerin tümüdür.*"⁵⁹ Dolayısıyla, propagandanın amacı, kamuoyunu istenilen yönde etkilemek ve daha sonra da istenilen davranış değişikliğine yönlendirmektir. Ayrıca propaganda tekniklerinde kitlesel iletişime olanak veren her türlü aracın en uygun kullanılan ortamlar oldukları söylenebilmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda kamuoyunun, birçok dolaylı ve doğrudan faktörlerin etkisiyle oluştuğu anlaşılmıştır. Dolaylı faktörler; aile, eğitim kültür gibi toplumsal kontrol mekanizmalarını oluşturan sosyolojik araçlar ile kanaat, algı, motivasyon, tutum gibi bireysel psikolojik araçların etkisiyle oluşmaktadır. Kamuoyu oluşumunu doğrudan etkileyen faktörler ise; siyasal grup ve partiler, baskı grup ya da örgütler gibi siyasal araçlar ile medyanın etkileri olarak sayılabilir.⁶⁰ Medya kamuoyu oluşumunda birçok unsur arasında en etkili araçların başında gelmektedir. Buna ramen "medya = kamuoyu" demekte doğru değildir. Bununla birlikte kamuoyu oluşturmak için devlet ve siyaset adamlarının başvurduğu araçların başında medya gelmekte ve hangi sistem içinde olurlarsa olsunlar, kamuoyunu etkilemek amacıyla kitle iletişim araçlarına önem vermektedirler.⁶¹

Sartori kamuoyunu; "*bir halka veya birden çok halklara ait düşüncelerin durumuna ilişkin bilgi akışıyla etkileşmesi*" olarak tanımlamıştır. Kamuoyu oluşturmanın amaçlarından biri siyasal karar alma durumunda olan kişileri etkilemektir. Bir diğer amacı ise belli bir zaman dilimi içinde belirli bir kamusal soruna ilişkin olmak ve kesin

⁵⁹Bektaş, Arsev. (1996). Kamuoyu, İletişim Ve Demokrasi. Bağlam Yayıncılık: İstanbul S.153

⁶⁰Anık, C. (1994). Kamuoyunu Oluşturan Araçlar. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi İletişim 1-2, 83-110.

⁶¹Kışlalı, A.Tamer. (1997). Siyaset Bilimi. İkinci Baskı. Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir S.330

ya da değişemez olmamak durumudur.⁶² Kamuoyunun siyasal karar organlarını ne derece etkilediği ölçülemese bile, bu etkinin varlığı ve geçerliliği göz ardı edilemez.⁶³

Kamuoyunun oluşumu beş basamak halinde gerçekleşmektedir. İlk basamak, fikirlerin özgürce açıklanabilmesidir. İlk aşamada, ilgili kişiler ya da gruplar sorun hakkında bilgi edinir, sonra da bunun üzerinde tartışarak fikirlerini özgürce açıklayabilirler. İkinci basamak, bu fikirlerin açıklanıp başkalarına iletilmesidir. Bu aşamada problemi çözmek için pek çok fikir ve öneri ileri sürülür. Bu süreçte ileri sürülen bu öneriler üçüncü aşama olan politika aşamasında tartışılarak, bunların zayıf ve güçlü yanları belirlenir ve yorumlanır. Bu çözüm yolları arasında belirli görüşleri yoğunlukla savunan kişi ve gruplar, sorunla daha az ilgili olan kişi ve grupları kendi yanlarına çekmeye çalışırlar. Bunun sebebi de, kendi bakış açıları için bir fikir birliği oluşturmaktır. Bu aşamada ortaya çıkan görüşleri, kamuoyu araştırmacıları takip ederler, medya örgütleri de bu görüşlerden birinden yana destek vermeye başlarlar. Böylelikle üçüncü aşama olan politika aşaması sonunda toplumda belirli bir hareket planı oluşmaya başlar. Dördüncü basamak program aşamasıdır. Bu aşamada, en çok kabul gören eylem biçimi tespit edilerek programlama yapılır. Son basamak değerlendirme aşamasıdır. Bu aşamada ise, çözüm için uygulamaya konan politikaların etkililiğini çeşitli aralıklarla değerlendirerek, yeterince ikna edilememiş olan küçük gruplarda bir kanaat oluşması sağlanır.⁶⁴

Siyasi aktörlerin kararsız seçmeni etkilemeye ya da ikna etmeye çalışması modern toplumlarda serbest bir iletişim alanı olarak kabul edilmektedir. Halk arasında konuşulup tartışılarak ortaya çıkan genel kanaatlerin toplandığı bir alan olan kamuoyu, yapısı gereği çevresel faktörlerin yönlendirmesine açıktır. Sağlıklı bir kamuoyunun oluşması için kişilerin gündemde olan konu hakkında bilgi sahibi olması gerekir. Kişi, konu hakkında bilgi sahibi olursa tartışmalara daha rahat katılarak, kanaatlerini kamuoyuna daha rahat iletebilir. Kamuoyundaki tartışmaların daha sağlıklı bir ortamda

⁶²Dinçkol Bihterin (2006), “Yönetilenlerin “Öz Yönetimi” Kamuoyu, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl:5 Sayı:10 Güz 2006/2 S.49-66

⁶³Kışlalı Ahmet Taner (1992), “Siyaset Bilimi”, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara, S.152

⁶⁴Oktay, Mahmut (2002). Politikada Halkla İlişkiler, Derin Yayınları, İstanbul, S.33-34

gerçekleşmesi için hukuki altyapının da oluşturulması gerekir. Bilgi sahibi olmadan düşünce sahibi olmak olanaksızdır. İnsan haklarının temelinde var olan insan olma haysiyeti, kişinin düşünce özgürlüğünde olduğu gibi bilgiye erişiminde de önemlidir. Bilgiye erişim demokratik toplumda saydamlığın ve katılımcılığın diğer bir koşuludur. Demokratik toplumlarda iyi yönetim ve hesap verilebilirlik açısından da bilgiye erişim vazgeçilmez koşullardan biridir. Gerhards ve Neidhart kamuoyunu, modern demokrasilerin temel anayasal bir organı olarak kabul ederler. Bu tanıma göre kamuoyu siyasal sistemle doğrudan ilişkili bir kavramdır. Modern toplumlarda ortaya çıkan çok parçalı yapı, doğası gereği işlevsel farklılıkları da beraberinde getirmektedir. Böylece çok farklı parçalara ayrılmış sistem içerisinde toplumsal, ekonomik ve kültürel alanda sorunların artması kaçınılmazdır. Söz konusu olan bu çok parçalı yapı, kamuoyu aracılığı ile kendini demokratik sistemde ifade etme olanağına kavuşmakta ve bir bütünün parçası haline gelmektedir. Bu yapı siyasal sisteme de son derece olumlu yansımaktadır. Çünkü kamuoyu, siyasal sisteme çeşitli nedenlerden dolayı yönetime katılmayan çeşitli grupların sorunlarından haberdar olma ve böylece bu sorunlara çözüm bulma olanağı tanımaktadır.⁶⁵

2.3.Kamuoyu Oluşumunu Etkileyen Faktörler

Kapani'ye göre Belli bir sorunla karşılaşan insanlar, bu sorunla ilgili topladıkları verileri tartarak bilinçli, rasyonel sonuçlara ulaşmaya çalışırlar.Bu yolla ulaşılan kanaatler de kamuoyu oluşumunda temel olarak görülmektedir. Kamuoyu birçok özel ve çevresel faktörün etkisiyle oluşmaktadır.⁶⁶Örneğin bireyin sahip olduğu tutumlar, aile, okul, arkadaş çevresi, meslek kuruluşları sendikalar ve siyasi partiler kamuoyunun oluşumunda rol oynayan bazı faktörler kapsamındadır. Ayrıca kamuoyunun oluşmasında ideoloji, nüfus, kültür, din, hukuki ve siyasi ortam ve kitle iletişim araçları da son derece etkili olabilmektedir.⁶⁷

⁶⁵Kılıç, Selim (2009), Kamuoyu Oluşum Sürecinde Sosyal Hareketler Ve Medya, Niğde Üniversitesi, İibf Dergisi, Cilt 2, Sayı 2, 150-167.

⁶⁶Kapani, Münci (2015), Politika Bilimine Giriş, 42.Baskı, Bilgi Yayınevi, Ankara, S. 162.

⁶⁷Mutlu, Mustafa (2003). Vietnam'dan Körfez'e: Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu, Okumuş Adam Yayınları, İstanbul. S.38

2.3.1. Siyasal Toplumsallaşma

Birçok insanın rastgele değil de, birbirleriyle sürekli bir etkileşim içerisinde ve çeşitli bağlar vasıtasıyla ilişkiler tesis etmeleri toplumsal yaşamı oluşturur. İnsan dünyaya geldiği zaman içinde doğduğu toplumun özelliklerini, kültürünü ve kendisinin kimliğini bilemez.⁶⁸Bireyler mensubu olduğu ulusla ilgili değerleri ve kuralları öğrendikten sonra toplumun bir üyesi olarak kabul edilirler. Bireyin kişiliğiyle beraber gelişen bu süreç toplumsallaşma denmektedir. Siyasal toplumsallaşma ise siyasal sistem içerisinde geçerli değerler ve görüşlere sahip olmaktır.⁶⁹

Bireylerle toplumsal-siyasal çevre arasında oluşan etkileşim, siyasal sistemle ilgili görüş, tutum ve değerlerin gelişmesi sonucunda oluşur⁷⁰ Bu etkileşim ise kişinin ölümüne kadar devam eden uzun bir süreci kapsar. Siyasal toplumsallaşmanın bu sürecinde de kamuoyu oluşumu gerçekleşir.⁷¹

Bireylerin siyasal katılımı gerçekleştirilmesi, kişisel özellikleri, fiziki özellikleri hatta değer yargıları gibi önemli faktörlerin etkisiyle oluşmaktadır.⁷² Bireylerin siyasete katılmaları farklı yoğunluklarda gerçekleşebilir. Bazı bireyler siyasetle hiç ilgilenmezken, bazıları da siyasal faaliyetlere büyük zaman, emek ve para ayırabilmektedir⁷³. Ayrıca, bireylerin toplumla ilgili kararlarda etkili olabilmeleri için siyasal katılımında bulunmaları gerekmektedir⁷⁴.

Belirlilik, belirsizlik ve risk olmak üzere üç tür çevre durumu, seçmenlerin seçim kararlarını etkileyen etkenlerin başında gelmektedir. Bireyin karar vermesi için gerekli olan tüm alternatiflerin sonuçları tam ve kesin olarak bilindiği takdirde belirlilik durumu ortaya çıkar. Belirsizlik durumu, alternatif kararlar verildiği zaman hangi sonuçların ortaya çıkacağı hakkında tam ve kesin bir bilgi bulunmaması aşamasında oluşur. Son olarak risk altında karar verme durumunda ise, ne belirlilik durumunda olduğu gibi tam

⁶⁸Bektaş, Arsev (1996). Kamuoyu İletişim Ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul. S.96

⁶⁹Turam, Emir (1994). Medyanın Siyasi Hayata Etkileri, İrfan Yayınevi, İstanbul. S.23

⁷⁰Alkan, Türker (1979). Siyasal Toplumsallaşma, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara. S.8

⁷¹Bektaş, Arsev (1996). Kamuoyu İletişim Ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul. S.71

⁷²Çukurçayır, M. Akif (2000), Siyasal Katılma Ve Yerel Demokrasi, Yargı Yayınevi, Ankara, S. 74

⁷³Turan, İlter (1977), Siyasal Sistem Ve Siyasal Davranış, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayını, İstanbul, S. 74.

⁷⁴Duran, Hasan (2005), Siyasal Katılmayı Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma: Tavşanlı - Kütahya Örneği, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2005,

ve kesin bir bilgi, ne de belirsizlik durumundaki gibi kesin bir bilgisizlik söz konusudur. Hangi partinin veya adayın seçimleri kazanacağını kesin olarak bilinmemesi durumunda seçmenler belirsizlik ve risk durumunda karar vermiş olurlar. Bununla beraber, hangi tür uygulamaların yapılacağı da ancak partiler iktidar olduktan sonra görülebilecektir.⁷⁵ Kalender'e göre (2005), seçmenlerin karar verme süreçleri, etkilenecek ve rasyonel seçmenin belirsiz ve risk durumunun en aza indirilmesi için harekete geçeceği belirtilmektedir.⁷⁶

2.3.2. Kişisel Faktörler

Kamuoyunu oluşturan kişisel kanaatlerin biçimlenmesinde çeşitli sosyal ve psikolojik etkenler rol oynar. Bireyin içgüdüleri, genetik yapısı, çocukluktan kalma gözlem ve yetişme biçimleri, bilinçaltı özellikleri gibi subjektif faktörler onun kişiliğini ve olaylar karşısındaki tavrını belirlemektedir.⁷⁷ Tutumlar kişilerin belirli olaylar ve varlıklar karşısında takındıkları tavırlardır. Kişisel unsurlar içinde kanaatlerin oluşumunda, en önde geleni bireyin o ana kadar edindiği tutumlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kanaatler tutumların veya tavırların sözlü bir şekilde açığa çıkması durumudur.⁷⁸ Bu bakımdan kanaatleri söze dökülmüş tutumlar şeklinde tanımlamak mümkündür.⁷⁹ Dolayısıyla kamuoyunun oluşumunda tutumların oluşmasının önemli bir yeri vardır.⁸⁰

Kişilik, bireyi diğer bireylerden ayıran ve bireyin iç ve dış çevresiyle kurduğu ilişki biçimidir. Farklı durumlarda farklı hareketlere yönelten özellikler toplamı olan kişilik⁸¹, kalıtsal, kültürel, çevresel unsurlara göre şekillenmektedir. Bireyin davranışlar yönünden süreklilik ve tutarlılık ölçütleriyle diğer bireylerden ayrılmasını

⁷⁵Güllüpunar, H., Diker, E., Ve Aslan, E., (2013), Oy Verme Yaklaşımları Bağlamında Aday Merkezli Seçmen Tercihi Üzerine Deneysel Bir Araştırma, Akademik Bakış Dergisi, 35:1-21

⁷⁶Kalender, A., (2005), Siyasal İletişim: Seçmenler Ve İkna Stratejileri. Konya Çizgi Kitabevi Yayınları S. 11

⁷⁷Kapani, Münci (2015), Politika Bilimine Giriş, 42.Baskı, Bilgi Yayınevi, Ankara, S.162

⁷⁸Bektaş, Arsev (1996). Kamuoyu İletişim Ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul. S.73

⁷⁹Oskay, Ünsal (1969). Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş: Seçilmiş Parçalar, Sevinç Matbaası, Ankara S.16

⁸⁰Yüksel, Erkan (2007). "Kamuoyu Oluşturma Ve Gündem Belirleme Kavramları Nerede Kesişmekte Nerede Ayrılmaktadır", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C. 7, S. 1, S. 574

⁸¹Koç, E. (2007). Tüketici Davranışı Ve Pazarlama Stratejileri: Global Ve Yerel Yaklaşım. Ankara: Seçkin Yayınları.S.180

sağlamaktadır.⁸² Kişilik özelliği pazarlama karmasının geliştirilmesine yol göstermekte ve heterojen pazarın homojen bölümlere ayrılmasına ve seçilmesine yardım etmektedir.⁸³ Seçmen, değişik faaliyetlere girişirken aynı amaca yönelse de farklı güdülerden etkilenerek farklı yolları seçmektedir.⁸⁴

2.3.3. Çevresel Faktörler

Kişisel unsurların yanı sıra kamuoyu oluşumunu etkileyen çevresel unsurlarda mevcuttur. Topluluk halinde yaşayan insanların ilişkileri bu anlamda büyük önem taşımaktadır. İçinde yaşanılan sosyal çevrenin kamuoyunun oluşmasına katkısı çok fazladır. Kişinin toplum içindeki yeri, topluma hakim olan ideoloji, demografik yapı(nüfus), kültür, siyasal kurumlar, din, birincil-ikincil gruplar, ve kitle iletişim araçları gibi çevresel faktörler de bireyin kanaatini büyük ölçüde biçimlendirmektedir.⁸⁵

2.3.3.1. İdeoloji

Siyasal ya da toplumsal bir öğretiyi oluşturan, bir hükümetin, bir siyasi partinin, bir toplumsal sınıfın davranışlarına yön veren politik, hukuksal, bilimsel, felsefi, dinsel, ahlâki, estetik düşünceler bütünü olarak tanımlayabileceğimiz ideoloji kamuoyunun oluşumunu etkileyen önemli faktörlerden birisidir. Kamuoyunun oluşumunda içinde yaşanılan toplumun büyük etkisi vardır. Dolayısıyla, belirli bir dönemde devlete, topluma hakim olan ideoloji bireyin oyunu etkilemekte ve şekillendirmektedir.⁸⁶ İdeolojiler sosyal bir kuvvet gibi görünerek, kitlenin pasifliğinden de istifade etmek suretiyle ortaya çıkarlar ve daima kamuoyuna olayları değiştirerek yani olayları kamuoyunun hoşlanacağı biçime sokarak gösterme eğilimindedirler. Bunun yanı sıra ideolojiler, kurdukları propaganda grupları, disiplinli hareketleri, çeşitli sivil toplum hareketleri ve örgütleriyle dağınık olmaktan çıkıp örgütlenmiş bir siyasi kuvvet eğilimi de gösterebilirler.⁸⁷

İdeolojiler, insanları, geniş kitleleri harekete geçirebilmekte, toplumları değiştirip belirli hedeflere ulaşabilmelerini sağlamakta kullanılabileceği gibi, toplumda statükonun

⁸² Tekin, V. N. (2006). Pazarlama İlkeleri(Politikalar Stratejiler-Taktikler). Ankara: Seçkin Yayıncılık.S.92

⁸³İslamoğlu, A.H., Altunışık, R. (2008). Tüketici Davranışları. İstanbul: Beta Basıncılık. S.164

⁸⁴Zel, U. (2006). Kişilik Ve Liderlik. Ankara: Nobel Yayıncılık. S.75

⁸⁵Bektaş, Arsev (1996). Kamuoyu İletişim Ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul. S.75

⁸⁶ Mutlu, Mustafa (2003). Vietnam'dan Körfez'e: Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu, Okumuş Adam Yayınları, İstanbul. S.44

⁸⁷Akçalı, Nazif (1991). Siyaset Bilimine Giriş, Ege Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları, İzmir. S.76

korunmasında, insanların kendi sorunlarını öğrenmesi ve bunlara çözüm yolları bulmasında engelleyici bir unsur olarak da kullanılabilir.⁸⁸

2.3.3.2. Nüfus

Nüfus yapısındaki değişimler ve nüfus hareketleri de kamuoyunun oluşumunu etkileyen unsurlardandır.⁸⁹Nüfus değişimine doğumlar, ölümler, iç ve dış göçler gibi değişkenler etkili olurken nüfus hareketleri genellikle toplumsal, ekonomik, teknolojik, kültürel ve psikolojik etkenlere bağlıdır.⁹⁰Özellikle kırsal kesimden kentlere göç hareketleri kent yaşamı içinde farklı etkileşimleri ortaya çıkarmaktadır. Kırsal kesimle kentsel kesim arasında siyasal davranışlar açısından büyük farklar görülmektedir. Eğitim düzeyinin düşüklüğü, dine ve törelere bağlılık, uğraşlar ve yaşam biçimleri arasındaki benzerlik, yüz yüze iletişimin egemen oluşu, dayanışma duygusunun güçlülüğü ve kaderci eğilimlerin belirginliği, kırsal kesim topluluklarının temel özelliklerini oluşturur. Yaşam biçiminin yeknesaklığı ve nüfusun azlığı toplumsal ilişkilerin kente göre daha yakın ve içten olmasını kaçınılmaz kılar. Kent insanı için ise durum bunun tamamen tersinedir. Her gün, her an yeni insanlarla ve yeni durumlarla karşılaşmak, insanları sürekli görüş açıklamaya, fikir üretmeye, kendini kanıtlamaya, yenilikleri anlamaya, çeşitli örgütlere dahil olmaya zorlar. Kentlerde kişi kitle iletişim araçlarının etkilerine daha fazla açıktır. Kitlesel hareketler önem kazanır ve yeni düşünceler, çağdaş ideolojiler ancak kentsel ortamda yayılmaya ve kabul görmeye uygun koşullar bulurlar.⁹¹

2.3.3.3. Kültür

Toplumun kültür ortamı da kamuoyu oluşmasında etkili rol oynar.Tarihsel ve toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan her türlü değerlerle bunları kullanmada, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların tümü olup, öğrenilen, saklanan, başkalarına öğretilen ve eğitimle yeni kuşaklara aktarılabilen bir

⁸⁸ Mutlu, Mustafa (2003). Vietnam'dan Körfez'e: Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu, Okumuş Adam Yayınları, İstanbul.

⁸⁹Bektaş, Arsev (1996). Kamuoyu İletişim Ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul. S.75

⁹⁰ Mutlu, Mustafa (2003). Vietnam'dan Körfez'e: Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu, Okumuş Adam Yayınları, İstanbul. S.45

⁹¹Bektaş, Arsev (1996). Kamuoyu İletişim Ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul. S.75

olgudur.⁹²Her insan içinde yaşadığı, yetiştiği kültürün bir ürünüdür. Kültür de aynen ideoloji gibi, kişinin yaşamına ve değerlerine yön verir. Gördüğümüz ve yaşadığımız bazı olayları ancak kültürün bize öğrettiği kadarıyla anlamlandırabilir ve açıklayabiliriz.⁹³

2.3.3.4. Din

Kamuoyu oluşumunun çevresel etkilerinden biride birey kültürünün bir parçası olan din olgusudur. Özellikle insanların manevi yaşayışlarına ve davranışlarına etki edendinsel değerler kişinin toplumla uyumunu sağlar. Belirlenmiş kurallar ve verdiği emirlerle kişinin kamuoyu oluşumuna yönelik tutumlar kazanmasına ve bu tutumların sürdürülmesine neden olur.⁹⁴

2.3.3.5. Gruplar

Cemiyet halinde yaşayan insanlar, mensubu olduğu grubun etkisi altında kalır. Belirli normlara uyan, ideolojiye sahip, gruba özgü duygusal ortamı yaşayan, ortak değer ve çıkarlar çerçevesinde birleşen bireylerin toplamı olan grup, üyeleri arasında bir etkileşim olduğu sürece varlığını devam ettirecek toplumsal bir varlıktır. Bireyler, küçük gruplar aracılığıyla toplumla bütünleşir, kanaatlerini oluşturur ve onlara yön verirler. Kanaatlerin oluşmasında rol oynayan çevresel unsurlar arasında öncelik birincil ve ikincil gruplardır. Toplumsallaşma sürecinin ilk dönemlerinde bireyin içinde bulunduğu gruplar birincil gruplardır. Birincil gruplar az sayıda üyeden oluşan ve yakın ilişkide bulunan, birbirleriyle sürekli, kolay ve samimi biçimde ilişki kurabilen gruplardır. Birey bir anlamda bu küçük gruplar aracılığıyla toplumla bütünleşir, kanaatlerini oluşturur ve onlara yön verir. Bu gruplar içerisinde bireyi en çok etkileyen ve kanaatlerinin şekillenmesinde en fazla rol oynayan grup ise ailedir.⁹⁵ Aile, toplumun sürekliliğini sağlayan, bireyin kişiliğini yoğuran sosyal bir kurumdur. Toplum

⁹²Okay, Ayla (2008). Kurum Kimliği, Mediacat Yayınları, İstanbul. S.212

⁹³ Mutlu, Mustafa (2003). Vietnam'dan Körfez'e: Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu, Okumuş Adam Yayınları, İstanbul. S.47

⁹⁴Ergin, Çağın (2009). "Kamuoyu Ve Baskı Grupları", Siyaset, (Editör: Mümtaz'er Türköne), Opus Yayınları, İstanbul, S.324

⁹⁵Turam, Emir (1994). Medyanın Siyasi Hayata Etkileri, İrfan Yayınevi, İstanbul. S.28

içerisindeki bu özel görevlerinden dolayı aileyi özel bir kurum olarak değil sosyal bir kurum olarak görmemiz daha doğru olur.⁹⁶

Kanaatlerin oluşmasında bireyi etkileyen bir diğer grup arkadaş çevresidir. Bireyin toplumsallaşmasının ilk aşamasında tutumların oluşmasında aile etkili olurken siyasal tutumların belirlenmeye başladığı yıllarda arkadaş çevresi daha etkili olmaktadır⁹⁷. Yine birincil gruplar arasında sayabileceğimiz okul kanaatlerin biçimlenmesinde rol oynayan bir diğer faktördür. Okulda alınan eğitim bireylerin fikirlerinin oluşumunda köklü izler bırakabilmektedir. Eğitimin bireyin siyasal tutum ve beklentileri üzerinde etkilerinden biri, eğitim gören bireyin siyasal yaşam hakkındaki görüş ve algılamalarını değiştirmek, diğer bir etkisi ise eğitim sırasında kişiye siyasal tutumların, eğitim programlarıyla doğrudan doğruya aktarılmaya çalışılması şeklindedir. Eğitim düzeyi yükseldikçe bireyin siyasal yaşamı anlama veya kavrama biçiminde de değişiklik olur. Bunun yanı sıra okul, asıl eğitim sürecinin yanında kişinin değişik gruplardan, duygusal ilişkilerden ve özel davranış kalıplarından etkilenmesine yol açar. Okulun bu yapısı bazen bireyin kanaatlerinin oluşmasında asıl eğitimden bile daha fazla etkili olabilmektedir.⁹⁸

Toplumun isteğine bağlı olarak, belirli amaçlar doğrultusunda niteliklerin farklılaştığı gruplara ikincil grup denmektedir.⁹⁹ Kamuoyunun oluşmasında önemli rol oynayan ikincil gruplar, tarafların genelde sözleşmelerle kurdukları resmi ya da gönüllü gruplardır. Duygusalıktan uzak ve sınırlı alanları kapsayan bu gruplarda üye ve grup arasında, ailede olduğu gibi, doğuştan zorunlu bir ilişki yoktur. Üyelerin sürekli değiştiği bu gruplar birincil gruplara nazaran, sayıca çok daha büyüktür. Sivil toplum kuruluşları ve siyasal partiler ikincil grupların kapsamına girerler. Geniş grubun idaresini demokratik kurallara uygun bir şekilde yerine getirebilmek için bir örgüt kurulması gerekir. Baskı grubu olarak ifade edilen bu örgütler (dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları gibi) çeşitli lobi faaliyetleri yaparak hem üyelerini, hem de kamuoyunu kendi amaçları doğrultusunda etkilemek isterler. Üyelerinin çıkarlarını

⁹⁶Çevik, Hüseyin (2001). Türkiye’de Kamu Yönetimi Sorunları, Seçkin Yayınları, Ankara. S.188

⁹⁷Ersin Kalaycıoğlu (1984) Çağdaş Siyasal Bilim Beta Yayınevi İstanbul S.151

⁹⁸Çetinkaya, A. (2011).Türkiye’deki 2010 Referandum Sürecinde Yapılan Kamuoyu Araştırmalarına Ait Medya Yansımalarının Kamuoyu Üzerindeki Etkileri. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü S.49

⁹⁹İsen, Galip Ve Batmaz, Veysel (2002). Ben Ve Toplum: Sosyal Psikoloji, Om Yayınevi, İstanbul. S.233

kamuoyunda savunmak isteyen baskı grupları, kamuoyunu da bu çıkarlar doğrultusunda oluşturmak ve etkilemek isterler.¹⁰⁰

Halkın desteğini sağlamak suretiyle, devlet iktidarının kontrolünü ele geçirmeye veya sürdürmeye çalışan ve bu suretle politika belirleme ve belirlenen politikaları uygulama amacını güden, sürekli ve istikrarlı bir örgüte sahip olan siyasi partiler de kamuoyu oluşturma açısından en önemli ikincil gruplar arasında yer almaktadır.¹⁰¹ Siyasal partiler bireylerin sisteme katılmalarında, siyasal bilinç ve kanaatlerin oluşmasında bir aracı kurum konumundadırlar. Yine siyasal partiler kamu kanaatinin dile getirilmesini temin ettikleri gibi tıpkı baskı grupları gibi kamunun düşüncelerini yönlendirmek ve kamuoyunun oluşumunu kendi çıkarları doğrultusunda etkilemek isterler.

2.3.3.6. Kitle İletişim Araçları

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte önemini ve işlevini arttıran kitle iletişim araçları kamuoyunun oluşumunda önemli faktörlerden birisidir.¹⁰² Ekonomik ve siyasal sistemin sürdürülmesinde kitle iletişim araçları önemli bir yere sahiptir.¹⁰³ Kamuoyunun özgür ve serbest olarak oluşabilmesi, büyük ölçüde bir ülkedeki kitle iletişim araçlarının engelsiz ve sansürsüz olarak çalışabilmesine bağlıdır.¹⁰⁴

Kitle iletişimi terimi kamuya, kitlelere yönelik ileti üretimi ve dağıtımının kurumsallaşmış biçimlerini anlatmaktadır.¹⁰⁵ Teknik gelişmeler sayesinde etki alanları da gittikçe genişleyen kitle iletişim araçları ise olayları ve yorumları kısa bir zamanda yazılı, işitsel veya görsel simgeler aracılığıyla çok büyük kitlelere yayabilme ve onların kanaatlerine yön verebilme olanağına sahiptir.¹⁰⁶ Bireyler, kitle iletişim araçlarını izleme olanaklarının kolaylaşması ile ulusal veya uluslararası ölçekteki bütün siyasal

¹⁰⁰ Bektaş, Arsev (1996). Kamuoyu İletişim Ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul. S.89-90

¹⁰¹ Türköne, Mümtaz'er (2009). "Siyasi Partiler", Siyaset (Editör: Mümtaz'er Türköne), Opus Yayınları, İstanbul, S.253-292

¹⁰² Öztekin, Ali (2000). Siyaset Bilimine Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara. S.105

¹⁰³ Yıldız, Nuran (2002). Türkiye'de Siyasetin Yeni Biçimi: Liderler, İmajlar Ve Medya, Phoenix Yayınevi, Ankara. S.68

¹⁰⁴ Öztekin, Ali (2000). Siyaset Bilimine Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara. S.105

¹⁰⁵ Rigel, Nurdoğan (2000). İleti Tasarımında Haber, Der Yayınları, İstanbul. S.14

¹⁰⁶ Ergin, Çağın (2009). "Kamuoyu Ve Baskı Grupları", Siyaset, (Editör: Mümtaz'er Türköne), Opus Yayınları, İstanbul, S.315-343.; Işık, Metin (2000). İletişimden Kitle İletişimine, Mikro Yayınları, Konya. 54-55

gelişmeleri yakından takip etmektedir. Özellikle seçim kampanyaları döneminde, siyasal parti liderleri, kitle iletişim araçlarını kullanarak siyasal yaşama katılma konusundaki propagandalarını duyurma olanağı bulurlar. Kitle iletişim araçlarının yayınlarını en fazla izleyenlerin siyasal yaşama katılmayı en sık, en az izleyenlerin de en düşük şekilde katılacakları söylenebilir¹⁰⁷.

Günümüzde kamuoyunun oluşmasında en etkili unsurun kitle iletişim araçları olduğu göz ardı edilmez bir gerçektir. Yapılan çeşitli araştırmalar kitle iletişim araçlarının siyasal bilinci ve kanaatleri oluşturmada etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Siyasal mesajların daha geniş kitlelere iletilmesini kolaylaştıran kitle iletişim araçları aynı zamanda kişilerin, siyasi olaylara duyduğu ilgiyi arttırmak, kamuoyunun fikir, kanaat ve faaliyetlerini açıklamak, dolayısıyla toplumu oluşturan bireylerin etkilenmelerini sağlamak işlevini de yürütürler. Kitle iletişim araçlarının etkileri kısa dönem ve uzun dönem etkileri olarak ayrılabilir. Kısa dönemde bir yargıya varılmasında araçların rolü büyüktür. Bu yüzden kitle iletişim araçlarının kısa dönem etkileri daha önemlidir. Kitle iletişim araçlarının tutum ve kanaatler üzerindeki kısa dönem etkisi daha çok bilinmeyen dış dünya ile ilgili sorunlarla sınırlı kalmakta, grup ilişkilerinin ve kişisel kanaatlerin kuvvetli olduğu konularda bu etki daha zayıf görülmektedir. Uzun dönemli etkiler ise tam ölçülememekle birlikte tartışmalıdır. Fakat belli konulardaki etkiler, bazen uzun zamana bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle yerleşik kanaatleri değiştirmede, tabu kabul edilen şeylerin yıkılmasında uzun süreli yayınlar etkili olmaktadır. Ayrıca kitle iletişim araçlarının kanaatleri etkileme gücünün yanında toplumu bilgilendirmesi, olaylardan haberdar etmesi de bu araçların gücünü artırır.¹⁰⁸

Neolle-Neumann'ın "suskunluk sarmalı" modeline göre kitle iletişim araçlarının etkilerinin çoğu, kamuoyunun ve fikir ikliminin şekillendirilmesinden ibarettir.¹⁰⁹ Kuramın temelinde sosyal-psikolojik bir düşünce olan kişisel fikrin başkalarının ne düşündüğüne bağımlı olduğu görüşü yer almaktadır. Genelde insanlar dışlanmaktan korkar ve kabul edilmek ister. Bu sebeple toplumda hangi fikirlerin hangi

¹⁰⁷Kalaycıoğlu, A.G.E., S. 33-34.

¹⁰⁸Ergin, Çağın (2009). "Kamuoyu Ve Baskı Grupları", Siyaset, (Editör: Mümtaz'er Türköne), Opus Yayınları, İstanbul, S.327

¹⁰⁹Erdoğan, İrfan Ve Alemdar, Korkmaz (1990). İletişim Ve Toplum: Kitle İletişim Kuramları Tutucu Ve Değişimci Yaklaşımlar, Bilgi Yayınevi, Ankara. S.152

görüşlerin ağırlıkta olduğunu, hangilerinin onaylanıp güçlendiğini, aynı şekilde hangi görüşlerin takdir görmediğini, reddedildiğini anlamak için sürekli olarak ve büyük bir dikkatle çevrelerini gözlemlerler. Toplumdan dışlanmak istemeyen insanlar, bu gözlemleri sonucunda kendi fikirlerinin, düşüncelerinin çoğunluk tarafından onaylandığını bildikleri zaman bu görüşlerini hiç çekinmeden kamuoyu önünde açıklayabilirler. Bunun tersi durumda ise, yani görüşlerinin çoğunluk tarafından onaylanmadığını düşündükleri zaman görüşlerini açıklamaktan kaçınırlar ve daha temkinli olmayı tercih ederler. "Suskunluk sarmalı" olarak adlandırılan bu olguya göre seçmen, güçlü olan tarafta olmak ister ve bu sebeple de güçlü olanı tercih eder. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının etrafa aktarılan düşünceler ne kadar başat ise, bireysel görüşler de o kadar sessiz kalacaktır. Dolayısı ile kitle iletişim araçlarının etkisi daha da artacaktır.¹¹⁰

Dar çevrelerde özellikle etkili olan kanaat önderleridir. Kitle iletişim araçlarının yaymak istedikleri düşünce ve bilgileri alıp yorumlayan ve başkalarına aktaranlar onlardır. Gelişmiş ülkelerde bile var olan bu durum, özellikle geri kalmış ülkelerde çok daha fazla geçerlidir. Öğretmen, muhtar, imam, ağa, şeyh ve benzeri kişiler aldıkları bilgileri kendi eğilimlerine göre süzgeçten geçirdikten sonra alt kesimdeki insanlara aktarırlar. Kişilerin kitle iletişim araçlarının yaymak istedikleri mesajları almaları ve yorumlamaları zorlaştıkça, bu gibi kamu ya da kanaat önderlerinin kamuoyunun oluşumundaki önemi daha da artmaktadır.¹¹¹

2.4. Kamuoyunun Gücü ve Etki Alanı

Kamuoyu bir sorun veya olay karşısında ilgili grup veya grupların ortak görüş, eğilim ve kanaatleridir. Grup her ne kadar kendi içinde uyumlu bir bütün oluştursa da her konuda üyelerin birebir aynı düşündüklerini, olaylar karşısında benzer ve tek tip tepki verdiklerini, tüm kanaatlerde ortak eğilimlere sahip olduklarını söylemek çok doğru değildir. O halde kamuoyu tüm üyelerin paylaştığı tek bir kanaat değil çoğunluğun

¹¹⁰Yumlu, Konca (1994). Kitle İletişim Kuram Ve Araştırmaları, Nam Yayıncılık, İzmir. S.102

¹¹¹Kışlalı, Ahmet Taner (1987). Siyaset Bilimi, Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları, Ankara. S.341

benimsediği ortak bir görüşür diyebiliriz.¹¹² Kamuoyu, çoğunluğun taşıdığı ortak kanaatlerden oluşsa da her zaman bunu ileri sürmek ve çoğunluk ölçüsünü gerekli bir şart olarak kabul etmek de doğru değildir. Bazı durumlarda yoğunluk ve etkinlik faktörü çoğunluk faktörünün önüne geçebilir¹¹³ve azınlığın kararlı bir biçimde benimsediği bir görüş, çoğunluğun gevşek olarak benimsediği bir görüşe ağır basabilir. Kesin ve köklü olarak benimsenen ve açıklanan bir görüş, azınlığın görüşü de olsa, çoğunluk tarafından gevşek ve köksüz olarak paylaşılan karşı görüşe eninde sonunda üstün gelecektir. Belli bir konuda hakim kanaatin belirlişinde, kanaatin derinliği kadar, onun yayılmasında gösterilen çabanın yoğunluğu da rol oynar. Diğer yandan, iyi örgütlenmiş ve belirli amaçlara yönelmiş grupların görüşleri, zayıf örgütlü veya hiç örgütlenmemiş kalabalıkların kararsız ve istikrarlı olmayan eğilimlerine oranla daha etkili olurlar. Bu da bize, kamuoyu olayında nicelik unsurundan çok nitelik unsurunun daha ağır bastığını göstermektedir.¹¹⁴

Bir kamuoyunun yönü, belirli bir konu hakkındaki kanaatlerin lehte, aleyhte, olumlu ya da olumsuz yönde olduğunu ifade ederken, yoğunluğu, kamuoyunu oluşturan kişilerin, o görüşe ve kanaate ilişkin inançlarının gücünü ifade etmektedir. Kamuoyunun istikrarı ise, kişilerin bu kanaat ve görüşleri aynı yönde ne kadar zaman ve taviz vermeden savunmaya devam edeceklerini gösterirken, bilgi desteği de o kanaat ve görüşlerin ne ölçüde doğru ve yeterli bilgi ve enformasyona dayanılarak edinildiğini belirtmektedir.¹¹⁵

2.5. Bilimsel Araştırmanın Tanımı

Bilimsel araştırmaya geçmeden önce bilgi, bilim araştırma gibi kavramların tanımlarına bakmakta fayda vardır.¹¹⁶

Türk Dil Kurumu tarafından yayınlanan Türkçe Sözlük bilgiyi; “insan aklının kapsayabileceği olgu, gerçek ve ilkelerin tümüne verilen ad” ve “öğrenme, araştırma ya

¹¹²Dursun, Davut (2002). Siyaset Bilimi, Beta Yayınları, İstanbul. S.301

¹¹³Kapani, Münci (2015), Politika Bilimine Giriş, 42.Baskı, Bilgi Yayınevi, AnkaraS.161.

¹¹⁴Türkmenoğlu, Ahmet Tarık (2011), Kamuoyu Araştırmalarının Siyasal Davranış Üzerindeki Etkisi: Konya Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

¹¹⁵Oktay, Mahmut (2002). Politikada Halkla İlişkiler, Derin Yayınları, İstanbul. S.34

¹¹⁶Roney, Sevgin Akış.(2011). Bilimsel Araştırma Nedir. Turizm Araştırmaları Dergisi (Editör:Tütüncü, Özan. Araştırma İncelemeleri). Anatolia Yayıncılık Cilt 22, Sayı 2, S.211

da gözlem yoluyla elde edilen gerçek” olarak tanımlar. Bilgi, özne ile nesne arasında bağ kurma süreci ve bu sürecin sonunda ortaya çıkan üründür. Bağ kurma algılama, anlama ve açıklama şeklinde olabilir. Kısaca bilgi, bilen ile bilinen arasında kurulan her türlü bağıdır.¹¹⁷

Latince “scientia” yani “bilgi” kelimesinden gelen bilim ise yine aynı sözlükte, “Evrenin ya da olayların bir bölümünü konu olarak seçen, deneysel yöntemlere ve gerçekliğe dayanarak yasalar çıkarmaya çalışan düzenli bilgi”, “Genel geçerlik ve kesinlik nitelikleri gösteren yöntemli ve dizgesel bilgi” ve “Belli bir konuyu bilme isteğinden yola çıkan, belli bir ereğe (amaca) yönelen bir bilgi edinme ve yöntemli araştırma süreci” olarak tanımlar. Araştırma alanı içerisinde kanıtlamaya dayalı bağ kurma süreci ve bu sürecin sonunda elde edilen bilgiler bütünüdür. Bunun yanı sıra bilim, gelecekte olabilecek gerçekle uğraşır.¹¹⁸

“Bilim ve sanatla ilgili olarak yapılan yöntemli çalışma” olarak tanımlayabileceğimiz araştırma¹¹⁹, basit anlamıyla durumsal faktörlerin ayrıntılı bir çalışma ve analizden sonra bir probleme çözüm bulma sürecidir. Bilimsel araştırma, Belirli bir problem karşısında organizeli, sistemli, veri tabanlı, objektif olarak cevap ya da çözüm bulmak amacıyla bilimsel yöntemlerle yapılan araştırma yada soruşturmadır. Araştırma, yöneticilerin bilinçli kararlar alabilmeleri ve sorunlarla başa çıkmalarında kılavuzluk edecek bilgilere ulaşmalarını sağlar¹²⁰.

Bilimsel araştırma, İnsan davranışını, içinde bulunduğu ortam içinde ve çok yönlü olarak anlamaya çalışır. İnsan davranışını araştırmada, fen bilimlerinde yaygın olarak kullanılan yöntemlerin yetersiz olduğu kabul edilir. Karmaşık ve çok boyutlu yapısıyla insan davranışı, en iyi biçimde ancak bulunduğu ortam içinde anlaşılabilir. Fen bilimlerinde geleneksel olarak kullanılan nicel yöntemlerin dışında, insan davranışı ancak esnek ve bütüncül bir yaklaşımla araştırılabilir ve bu yaklaşımda insan davranışının doğasına uygun bazı nitel yöntemler kullanılabilir.¹²¹

Bir araştırmanın bilimsel olabilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerekir. Yapılan araştırma bir amaca yönelik olmalıdır. Bu amaç doğrultusunda titiz ve sistematik bir biçimde metodolojisi hazırlanmalıdır. Sonrasında bu amaç için belirli hipotezler geliştirilerek toplanan veriler belirli istatistiksel hesaplamalarla test edilebilmelidir. Araştırma verileri başka araştırmalarda aynı tip durumlarda tekrarlanabilir olmalı ve hipotez testlerinin sonuçları birbirini destekler şekilde çıkmalıdır. Araştırma sürecinin

¹¹⁷Sönmez, Veysel. ve Alacapınar, Füsün G. (2014). Örneklandırılmış Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Anı Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara S.3

¹¹⁸Sönmez, Veysel. ve Alacapınar, Füsün G. (2014). Örneklandırılmış Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Anı Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara S.22

¹¹⁹Türk Dil Kurumu Sözlüğü

¹²⁰Sekaran, Uma. (2003). RESEARCH METHODS FOR BUSINESSA Skill-Building Approach. John Wiley & Sons, 4. Baskı New York S.4-5

¹²¹Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin yayıncılık, 9. Baskı, Ankara S.41

her aşaması doğru ve güvenilirlik ilkesine uygun olmalıdır. Veri analizleri yorumlanırken araştırmacı, kendi öznel yada duygusal değerlerini değil, bulguları gerçeğe dayalı yorumlamalıdır. Araştırma bulguları ile üretilen çözümler, benzer durumdaki problemlere de genellenebilmelidir. Sorunlara yönelik çözümler üretmede sadelik anlamına gelen tutumluluk ilkesini de benimsemesi gerekir.¹²²

2.6. Bilimsel Araştırma Yöntemleri

Bilimsel araştırmada sistemli bir bilgi edinmek için izlenecek yol, bazı teknik ve taktiklerle bulunur. Araştırmalarda nasıl bir yol izleneceği, yani bilimsel bilgiye hangi yöntemle ulaşılabileceği konusunda farklı kaynaklarda farklı yaklaşımlar vardır. Bazı yazarlar bilimsel araştırmayı, bilginin ve gerçeğin nasıl algılandığına dayalı olarak nicel araştırma ve nitel araştırma olarak ikiye ayırmıştır. Bazı kaynaklara göre, nicel ve nitel araştırma yoktur, nicel ve nitel veriler ve onların toplanıp analiz edilmesi ve bir yargıya varılması vardır. Nicel yada nitel verilerin, ya da her ikisinin analiz edildiği araştırmalar yapılabilir. Yapılanlar bilimin ilkelerine ve ölçütlerine uygun olursa elde edilen sonuç bilimsel bilgi olur. Nicel araştırmalarda amaç problemin çözümü için gözlem, deney ve test yoluyla elde edilen bilginin sayısal verilerle açıklanmasını sağlamak ve yorumlamaktır. Nicel araştırma; ne kadar, ne miktarda, ne kadar yaygın, ne kadar sık gibi sorulara cevaplar arar. Nitel araştırmanın amacı ise, karmaşık ve çok boyutlu olan insan davranışını, kendi bulunduğu ortam içinde en iyi biçimde anlamaya çalışmaktır. Nitel araştırma; niçin, nasıl, ne şekilde gibi soruların cevabını araştırmak için kullanılır.¹²³

2.6.1 Nicel Araştırma

Araştırma problemine konu olan olgu ve olaylarla ilgili, veri toplama yöntemleri ile ulaşılan bilginin sayısal olarak ifade edilmesi nicel araştırmanın konusudur. Temelinde mantık ve matematik vardır. Veriler mantığa uygun olmalı ve matematik diline, sayıya çevrilebilmelidir. Doğa bilimleri alanlarında yapılan araştırmalar gözlem ve ölçmeye dayanır. Gözlem ve ölçmelerin tutarlı ve objektif yapıldığı araştırmaya niceliksel (sayısal) araştırma denir.¹²⁴ Nicel araştırmaya göre “gerçek” duyu organlarıyla algıladığımız somut olgulardır. “doğru” hep aynı kalır ve değişmezdir. İnsan aklı ancak olgular üzerinde çalışabilir, onları gözlemleyebilir, dokunabilir ve onlar üzerinde doğru bilgiler elde edebilir. Evrende her olgunun nedeni bir başka olgudur ve her şey birbirine

¹²²Sekaran, Uma. A.g.e. S.21

¹²³Sönmez, Veysel. ve Alacapınar, Füsün G. (2014). Örneklandırılmış Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Anı Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara S.40

¹²⁴Güler, Ahmet. Halıcıoğlu, Mustafa Bülent. Taşkın, Serkan. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma. Seçkin Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara S.47

sistematik bir nedensellikte bağıdır. Pozitif bilimin konusu da olgular arasındaki değişmez ve evrensel bağı bulmaktır. Bu değişmez ve evrensel ilişki, deney ve gözlemle bulununca elde edilen bilgi bilimsel bilgi olur. Pozitif bilim anlayışına göre nicel araştırmada bilgi, genellikle gözlem ve deneyle aklın kurallarına göre elde edilir. Nicel araştırma yönteminde, araştırma konusu hakkında yoğun bir analiz değil, daha çok sayısal veriler saptanmaktadır. Bu nedenle evreni (yığını) temsil edecek örneklemin hatasız tespit edilmesi önemlidir. Kısaca nicel araştırmanın amacı bireylerin toplumsal davranışlarını gözlem, deney ve test yoluyla nesnel bir şekilde ölçmek ve sayısal verilerle açıklamaktır

Genel olarak nicel araştırma, kapsadığı alan ve elde edilen verilerin niteliğine göre; temel araştırmalar, uygulamalı araştırmalar, laboratuvar ve saha araştırmaları olarak sınıflandırılabilir. Temel araştırmalar; bir alanla ilgili kuram oluşturmak ya da var olan kuramı güçlendirmek, ona katkıda bulunmak, kuramı test üzere yapılan araştırma türüdür. Veriler, uzun bir zamanda ve geniş bir alanda toplanır. Temel araştırmalarda elde edilen bilgiler hem bugün hem gelecek için kullanılabilir. Uygulamalı araştırmalar; güncel sorunları çözmek üzere yapılan araştırmalardır. Bir sorunla karşılaşan kişi bu tür araştırmalarda bilim adamı ya da araştırmacı olmak zorunda değildir fakat bilimsel kurallara uyarak problemine çözüm araması gerekir. Laboratuvar ve saha araştırmaları; laboratuvar araştırmaları, düzenlenmiş ve denetim altında yapay bir ortamda bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini saptamak amacıyla deneysel yöntemlerle yapılan araştırmalardır. Saha araştırmalarında ise yapay bir ortam yoktur. Doğru, bu tür araştırmalar için en geniş mekândır¹²⁵.

Nicel araştırmanın; sonuçlarının genellenebilir olması, doğruluk derecesinin test edilebilir olması, değişmez evrensel ilişkileri incelemesi gibi avantajları vardır. Avantajlarının olduğu gibi sınırlılıkları da vardır. Bunlar ise mükemmel örneklem almak ve yeterli sayıda veri toplamak güçtür, mükemmel ölçüm şartları her zaman sağlanamayabilir, problem dışındaki verilerle ilgilenmez ve önyargıları da içerebilir.¹²⁶

2.6.2 Nitel Araştırma

Nitel araştırma yöntemi, olgu ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasını sağlayan araştırma türüdür. Gözlem, görüşme, doküman inceleme gibi yöntemlerle nitel verilerin toplandığı analiz edilip bir yargıya varıldığı bilimsel bir süreçtir.¹²⁷ İnsan ve toplum davranışlarını inceleyen sosyal bilimlerde, bu davranışları sayılarla hesaplamak zordur. Soyut kavramları anlamaya yönelik araştırmalara niteliksel araştırma denir. Yorumlayıcı bilim anlayışını benimseyen nitel

¹²⁵Sönmez, Veysel. ve Alacapınar, Füsün G. (2014). Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Anı Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara S.41

¹²⁶Güler, Ahmet. Halıcıoğlu, Mustafa Bülent. Taşğın, Serkan. (2015). A.g.e S.51

¹²⁷Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e S.45

araştırma yöntemine göre “gerçek” sanaldır ve bu gerçeklik sürekli değişir. Evrensel bir gerçeklikten söz edilemez. Bu sanal gerçeklik, yerel ve özel, göreceli, sosyal, ekonomik, politik, tarihsel kısaca kültürel. Her türlü önerme bilimin konusu olabilir. Her olgunun nedeni başka bir olgu olmayabilir. Olgular arasında neden sonuç bağı da olmayabilir. İnsan bilgisini nitel araştırma yöntemiyle yeniden yapılandırır. Yaşam, kişi, nesne sürekli değiştiği için elde edilen bilgide görelidir ve olmuş bitmiş bir bilgi söz konusu değildir. Olgular arasında değişmez evrensel ilişkiler olmadığı için bilimin konusu da olgular arasında ilişkiyi bulmak değildir. Her ilişki özeldir, görelidir, geçicidir.¹²⁸

Nitel araştırmada çoğunlukla üç tür veri toplanır. Araştırmanın yer aldığı sosyal, kültürel, psikolojik, demografik ve fiziksel özelliklere ilişkin veriler çevreyle ilgili verilerdir. Süreç ve algılara ilişkin verilere temel oluşturur ve diğer ortamlarla karşılaştırma olanağı sunar. Araştırma süresince neler olup bittiği ve bu olanların araştırma grubunu nasıl etkilediğine ilişkin veriler süreçle ilgili verilerdir. Algılara ilişkin veriler ise, araştırma grubuna dahil olan bireylerin süreç hakkında düşündüklerini inceler.

Araştırmaya dahil edilen bireylerin algılarının ve deneyimlerinin ortaya konması nitel araştırmanın amaçlarından biridir. Nitel araştırmada araştırmaya konu olan olgu doğal ortamında incelenmelidir. Nitel araştırmacı bizzat alanda zaman harcadığı için alanda kazandığı deneyimleri ve bakış açısını, toplanan verilerin analizinde kullanabilir. Araştırmacı, araştırma sürecinin doğal bir parçası olduğu için zaman zaman bir veri toplama aracı işlevi görür. Araştırma amacına uygun veri toplama yönteminin doğru seçilmesi de nitel araştırmada önemli bir diğer konudur. Problemin çözümü için gerekirse birden fazla yöntem kullanılabilir. Değişik yöntemlerin birlikte kullanılması araştırmanın güvenilirliğinin ve geçerliğinin saptanmasında önemlidir.¹²⁹

Nitel araştırmanın; araştırma konusu üzerine odaklanması, tümevarımsal bir yaklaşım sergilemesi, sayılar yerine ifadeler üzerine değerlendirmeler yapması, araştırmacıya esnek çalışma imkanı sağlanması gibi öne çıkan güçlü yanları vardır. Araştırmada eğitim ve araştırmaya hazırlık aşaması çok önemlidir. Deneyimli, iyi eğitilmiş, ne yaptığını bilen ve mantıksal çerçevede hareket edebilen araştırmacıların nitel araştırmaya değer ve güven kattıkları gözlemlenirken, deneyimsiz hazırlıksız araştırmacıların ulaştıkları sonuçlar çokta sağlıklı olmayabilir. Nitel araştırmaların en zayıf yanı, araştırma sonuçlarının evrene genellenebilmesi çok fazla olanaklı değildir. Nitel araştırma genellemeyi temel bir amaç olarak görmez. Bu durumda nitel araştırmada dış geçerlilik zayıftır.¹³⁰

¹²⁸Sönmez, Veysel. ve Alacapınar, Füsün G. (2014). S.72

¹²⁹Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e. S.46

¹³⁰Güler, Ahmet. Halıcıoğlu, Mustafa Bülent. Taşgün, Serkan. (2015). A.g.e S.46

2.6.3 Nicel Araştırma ve Nitel Araştırmanın Karşılaştırılması

Yorumlayıcı anlayışın bir ürünü olan nitel araştırmayı, pozitif bilimin bir yansıması olan nicel araştırmadan ayıran bazı temel özellikler bulunmaktadır. Nicel ve nitel araştırma farklı iki değerler dizisi üzerine kurulur. Bu iki bilimsel yöntemin birbirine üstünlüğü yoktur ve gerçek konusunda iki farklı pencere olarak düşünülür. Her iki yaklaşımın güçlü yönleri de zayıf yönleri de vardır. Bu anlamda olay ve olgularla ilgili bilgiye ulaşmada bir yöntem tarafından yeterince açıklanamayacak boyutlar diğer yöntemle tamamlanabilir. Bu nedenle, bu iki araştırma birbirini tamamlayıcı yöntemler olarak düşünülmelidir.¹³¹

Nicel araştırma ve nitel araştırmanın birbirinden farklı özellikleri Tablo 2,1'de sunulmuştur.

Tablo 2.1. Nicel araştırma ve nitel araştırma karşılaştırması

NİCEL VE NİTELARAŞTIRMANIN KARŞILAŞTIRMASI	
NİCEL ARAŞTIRMA	NİTEL ARAŞTIRMA
Gerçeklik Nesneldir	Gerçeklik Oluşturulur
Asıl olan yöntemdir	Asıl olan çalışılan durumdur
Değişkenler kesin sınırlarla belirlenir, bu değişkenler arasındaki ilişkiler ölçülebilir	Değişkenler karmaşık ve iç-içe geçmiştir, bunlar arasındaki ilişkileri ölçmek zordur
Araştırmacı olay ve olgulara dışarıdan bakar, nesnel bir tavır geliştirir	Araştırmacı olayları yakından izler, katılımcı bir tavır geliştirir
Genelleme yapılır	Derinlemesine betimleme yapılır
Sonuçlara ilişkin tahmin kullanılır	Sonuçlarda yorumlama yapılmaz
Nedensellik ilişkisini açıklama	Aktörlerin perspektiflerini anlama
Kuram ve Denence ile başlar	Sonunda kuram ve teori oluşturur
Deney, manipülasyon ve kontrol vardır	Kendi bütünlüğü içinde ve doğal gelişir
Standardize edilmiş veri toplama araçları kullanılır	Araştırmacının kendisine ait veri toplama aracı kullanılır
Parçaların analizi esastır	Örüntülerin ortaya çıkarılması önemlidir
Uzlaşma ve Norm anlayışı vardır	Çokluluk ve farklılık arayışı vardır
Veriler sayısal göstergelere indirgenir	Veriler derinlemesine betimlenir
Olay ve Olguların dışında yansız ve nesnellik gerekli ve mümkündür	Olayla ve olgulara dahil, öznel perspektif ve empati kurulur

¹³¹Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e. s.54

Nicel araştırmada gerçeklik nesnelendir; gerçeklik bireyin dışında ve bireyden bağımsız olarak gelişir. Nitel araştırmada ise gerçeklik oluşturulur; gerçeklik birey tarafından zaman ve kültüre bağılı oluşan bir olgudur.

Nicel araştırmada asıl olan yöntemdir; yapılan araştırmada hangi lme yönteminin kullanılacağı araştırmanın konusundan daha önemlidir. Nitel araştırmada ise asıl olan çalışılan durumdur; araştırmanın her aşamasında araştırmacı duruma göre yeni yöntem ve yaklaşımlar geliştirebilir. Nitel araştırmada lmnden ziyade olgu ve olayların içinde bulunduğu durum önemlidir.

Nicel araştırmada değişkenler kesin sınırlarıyla saptanabilir ve bunlar arasındaki ilişkiler llebilir; bir olgu ya da olay parçalara ayrılarak incelenebilir ve parçalardan edinilen bilgi bütüne genellenebilir. Nitel araştırmada değişkenler karmaşık ve i içe geçmiştir ve bunlar arasındaki ilişkileri ölçmek zordur; değişkenleri birbirinden bağımsız görmeyen nitel araştırma, değişkenleri ölçmek yerine onların birbirine göre durum ve konumlarını anlamaya çalışır.

Nicel araştırmada araştırmacı olay ve olgulara dışarıdan bakar, nesnel bir tavır geliştirir; evrende gerçeklik, insandan bağımsız gelişir. Araştırmacının görevi bu gerçekliği incelerken yansız bir gözle gözlemleyip açıklamaktır. Nitel araştırmada araştırmacı olay ve olguları yakından izler, katılımcı bir tavır geliştirir; araştırmacı araştırmanın her aşamasında bizzat bulunduğu için olay ve olgularla ilgili kendi öznel görüş ve değerlerini yansız bir şekilde araştırmasına yansıtabilir.

Nicel araştırmada amaç genellenebilir olmasıdır; seçilen örneklem üzerinde ulaşılan sonuçlar gerçekte bütünü temsil eder. Tüm evrene genellenebilir. Nitel araştırmada amaç derinlemesine betimlemedir; dışarıdan bakıldığında zor ve karmaşık olan olgu ya da olayları daha derinlemesine ve ayrıntılı bir bakış açısıyla zmlenektir.

Nicel araştırmanın diğer amacı da tahmindir; nicel araştırmada bilim, açıklamanın yanında geleceğe yönelik tahminde bulunmalıdır. Nitel araştırmanın amacı ise yorumlamadır; nitel araştırmacılar tahminden çok bir duruma egemen olan ilişkiler ağını belirli bir sistematik yaklaşımla açıklamaya ve yorumlamaya çalışır.

Nicel araştırmada başka bir amaç nedensellik ilişkisini açıklamaktır; bir durumun açıklanmasında, duruma egemen olan diğer değişkenler ile arasındaki ilişkiler belirli bir nedensellik ilişkisi içinde açıklanır. Nitel araştırmanın bir diğer amacı aktörlerin bakış açılarını anlamaktır; nitel araştırmada değişkenler arası nedensellik ilişkisini araştırmaktan ziyade araştırmaya konu olan bireylerin algıları ve bakış açıları yorumlanır.

Nicel araştırma kuram ve denence ile başlar; değişkenler arası nedensellik ilişkisi aranırken probleme uygun denence ve varsa kuramlardan yola çıkılarak araştırmaya başlanır yani tümdengelimci bir yaklaşım hakimdir. Nitel araştırma kuram ve denence ile son bulur; araştırmaya başlanırken herhangi bir denence geliştirmeden başlanır.

Duruma dahil olan aktörlerin bakış açılarından yola çıkarak durumu anlamaya ve yorumlamaya çalışır. Nitel araştırmada tümevarımcı yaklaşım ön plana çıkar.

Nitel araştırma deney ve kontrollerle yapılır; araştırma konusu değişkenler arası ilişkiyi saptamak için kontrollü deneysel ortamlar ve ölçmeye olanak verecek araştırma yöntemleri kullanılır. Nitel araştırma kendi bütünlüğü içinde ve doğal ortamında incelenir; nitel araştırmacılara göre araştırma problemi, kendi doğal koşulları içinde çalışılmalıdır.

Nitel araştırmada standardize edilmiş veri toplama yöntemleri kullanılır; araştırmacının elinde değişkenler arası ilişkiyi ölçmek için ölçmeyi olanaklı kılacak araçların olması gerekir. Nitel araştırmada araştırmacının kendisi bir veri toplama aracıdır; araştırmacı araştırmanın her aşamasında bizzat bulunduğu için diğer veri toplama yöntemlerinin eksik ya da yetersiz kaldığı durumlara çalışma alanında müdahale edebilir, gerekirse kendi özgün düşünce ve bakış açısını araştırma bulgularına yansıtabilir.

Nitel araştırmada parçaların analizi esastır; belirli ilkelerle yığından seçilen örneklemin olgu ve olaylar hakkında verdiği bilgi yığına genellenebilir. Nitel araştırmada örüntülerin ortaya çıkarılması önemlidir; araştırmacı da yığını temsil eden örneklemini incelerken bilgiye ulaşma yollarını ve bilgi kaynaklarını ince ayrıntılarına kadar tanımlayacak, çok çeşitli bilgi toplama araçlarını kullanır.

Nitel araştırmada uzlaşma ve norm anlayışı vardır; yığını temsil eden olay ya da olguda çoğunluğun temsil edildiği noktalar tespit edilir. Bu noktanın dışında kalan alan istisna olarak kabul edilir ve genellemeler çoğunluğu temsil eden noktaya göre yapılır. Nitel araştırmada çokluluk ve farklılık arayışı vardır; araştırmacı nitel araştırmanın tersine yığındaki bütün alanları çalışma kapsamı içinde görür. İstisnalarda problemi çözmek için ipuçları içerebilir.

Nitel araştırmada veriler sayısal göstergelere indirgenir; iki değişken arasındaki ilişkiyi saptamak için değişkenlere belirli değerler verilerek sonuçlar sayısal göstergelerle sunulur. Nitel araştırmada veriler derinlemesine betimlenir; çalışılan probleme ilişkin birden fazla araç yoluyla toplanan veriler tüm zenginliği ve derinliği içinde sunulur. Sayısallaştırmaya karşı değildir fakat sayılarla sınırlamaktansa olay ve olguları kendi ortamı içinde yorumlamayı ön planda tutar.

Nitel araştırmacı, olay ve olguların dışında yansız ve nesnedir; veri toplama ve ölçme araçları standart olduğu sürece elde edilen sonuçlar araştırmacıdan araştırmacıya farklılık göstermeyecektir. Nitel araştırmacı, olay ve olgulara dahil olur, öznel bakış açısıyla ve empati kurarak yorumlar; olay ve olguların ancak içerden geliştirilen bir bakış açısıyla anlaşılabilceğini varsayar. Araştırmacı araştırmaya empatik özellikler yükler.¹³²

¹³²Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013).S.56-71

2.7 Bilimsel Araştırmanın Aşamaları (Süreç)

Bilimsel araştırma; araştırmacıya bir alanda uzman olmaktan çok, bir problem ya da konu ile ilgili nasıl araştırma yapacağını, probleme uygun hangi bilimsel metotları uygulaması gerektiğini, bu metodu nasıl seçeceğini, araştırma sonucunda elde ettiği verileri nasıl analiz edeceğini ve bu sayede probleme nasıl çözüm bulacağını belirlemesi için bir yol haritası çizer.¹³³

Bilimsel araştırmada çözülmeye çalışılan problemin çok dikkatli ve ayrıntılı olarak belirlenmesi çalışmanın ilk adımı ve en önemli aşamasıdır. Bu aşamada elde edilecek olumlu ve olumsuz bilgi ve puanlar araştırmanın ileri aşamalarında önemli etkilere yol açar.

Araştırma sürecinde, problemlere bulunan çözümlerin güvenilir olması için veriler planlı ve düzenli olarak toplanır. Toplanan veriler analiz edilerek değerlendirilmesi yapılır. Son olarak konu ile ilgili raporlar hazırlanır.¹³⁴

2.7.1 Araştırmanın Amacı

Her araştırmanın belirli bir amacı vardır. Yapılan araştırmayla, hangi problemin çözüleceği ve bu problemin çözülmesiyle nasıl bir fayda sağlanacağı, doğru bir şekilde saptanmalıdır. Problemin saptanması araştırmanın ilk aşamasını oluşturur. Geniş bir sorun alanında doğru problemin belirlenmesi araştırmacı için büyük bir avantajdır. Araştırma problemini belirlemek için alanla ilgili kuram ve alan yazını, araştırmacının bireysel ve mesleğe dönük deneyimleri ve alanda karşılaşılan toplumsal sorunlar temel kaynak olarak kullanılabilir.¹³⁵ Problemin çözümü için öncelikle geniş sorun alanı belirlenir. Geniş bir sorun alanı, bir araştırma ve problemi çözmek için ihtiyaç duyulan, olası tüm durumları ifade eder. Bu durum içinde araştırılması gereken özel problemler bu aşamada tespit edilemeyebilir. Problemler sıralama yapılarak öncelikli ve özel olanların tespiti sağlanarak araştırmaya bu sorunlardan başlanabilir.¹³⁶

2.7.2 Araştırma Problemini Tanımlama (Hipotez)

Araştırma probleminin bir çerçevesini oluşturmak, araştırmanın amacına uygun olması ve kendi içinde tutarlı olması bakımından büyük önem taşır. Araştırmasının çerçevesini

¹³³Güler, Ahmet. Halıcıoğlu, Mustafa Bülent. Taşgın, Serkan. (2015). A.g.e S.63

¹³⁴Sekaran, Uma. A.g.e. S.53

¹³⁵Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e. S.93

¹³⁶Sekaran, Uma. A.g.e S. 55

belirleyen bir araştırmacı önemli avantajlar elde eder. Bilimsel araştırmada çözülmeye çalışılan problemin çok dikkatli ve ayrıntılı olarak belirlenmesi çalışmanın en önemli aşamasıdır. Bu aşamada elde edilecek olumlu ve olumsuz bilgi ve puanlar araştırmanın ileri aşamalarında önemli etkilere yol açar. Belirlenen çerçeve araştırmacıya, problemiyle ilgili boyutların tanımlanmasında, bunların birbiriyle olan ilişkilerinin saptanmasında, bilgi toplama araçlarının boyutlarının belirlenmesinde ve analiz aşamasında kullanılacak temaların seçilmesinde yardımcı olur.¹³⁷

Problemin sadece tanımlanması sorunu çözmeye yeterli olmaz. Bu aşamada önemli değişkenler tespit edilerek kuramsal çerçeve içinde mantıksal akıl yürütme yoluyla aralarında ilişkiler kurulmalıdır. Böyle test edilebilir ifadeleri formüle etmeye hipotez geliştirme denir.¹³⁸

Hipotezler, genel olarak yığın parametreleri hakkında ortaya atılan iddialardır. Ortada parametrenin değerine ilişkin bir iddia olduğuna göre bunun doğru olup olmadığının saptanması gerekir. Eğer parametreleri hesaplamak mümkün ise iddianın doğru olup olmadığı kesin olarak saptanabilir. Ancak iddianın doğrulunun hesaplanmasında, tamsayım yapmak mümkün değilse yani yığındaki birim sayısı çok fazla ise yığından rassal örnekler seçilerek istatistikler hesaplanır. Amaç istatistik hesaplamaktan ziyade bu istatistikleri, hipotezlerin doğru olup olmadığının ortaya çıkartılmasında kanıt olarak kullanmaktır.¹³⁹

2.7.3 Araştırma Alanı (Yığın) Ve Örnek

Bilimsel araştırmada araştırmacının, ilgili alanı yakından incelenmesi, araştırmanın yapılacağı alanı tanıması ve bu alanda çalışmanın getireceği bazı görev ve sorumlulukları yüklenmesi gerekir.¹⁴⁰

Araştırmanın amacına uygun olarak belirlenen, aynı özellikleri taşıyan birimlerin ya da bireylerin oluşturduğu topluluğa yığın denir. Kısaca yığın araştırmacının ilgi alanına giren ve ortak özelliğe sahip olan birimler topluluğudur. Tüm birimlerinin listelenebildiği ya da tüm birimlerine ulaşmanın mümkün olduğu yığınlara somut yığınlar denir. Örneğin bir fabrikada çalışan işçilerle ilgili bilgiler listelenebilir ve gerektiğinde hepsine ulaşılabilir. Bir yığın birimlerini listelemenin mümkün olmadığı ya da araştırma alanı içerisinde tüm birimlere ulaşmanın mümkün olmadığı yığınlara soyut yığınlar adı verilir. Örneğin bir fabrikada üretilen toplu iğneler tek tek listelenemeyeceğine göre soyut yığındır. Yığın, araştırmacının ihtiyacına göre daraltılabilir ya da genişletilebilir. Örneğin bir hastanedeki hastaların tümü yığını

¹³⁷Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e. S.94

¹³⁸Sekaran, Uma. A.g.e. S.108

¹³⁹Ünver, Özkan Ve Gamgam, Hamza.(2008). A.g.e. S.88

¹⁴⁰Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e. S.95

oluşturabileceği gibi sadece belirli hastalığı taşıyan hastalar ya da sadece kadın hastalar veya sadece erkek hastalar yığın birimleri olarak tanımlanabilir.

Bilimsel araştırmalarda kullanılan bir yığın türü de hipotetik yığındır. Deneylerle henüz yeter derecede doğrulanmamış ancak doğrulanacağı umulan, gerçekte olmayıp zihinde yaratılmış olan teorik düşüncelerin mantıksal genellemeler yoluyla hesaplanması gerektiğinde hipotetik yöntem kullanılabilir. Örneğin yeni geliştirilen bir ilaçla tüm hastaların tedavi edildiğini varsaymak hipotetik yığınla ilgili bir örnektir. Belirli koşullar altında var olabilecek birimler topluluğu için hipotetik yığın kavramı kullanılabilir.

Çalışma alanı içerisinde yığının tüm birimlerine ulaşmanın mümkün olmadığı durumlarda özellikle soyut yığınlarda, bilgi toplamak önemli bir sorundur. Böyle durumlarda yığını, hem nicelik hem de nitelik açısından temsil etmek amacıyla, yığındaki birimler içinden yığının özelliklerini taşıyan sınırlı sayıda birimden bilgi alınır. Bu yolla derlenen bilgi kullanılarak yığının karakteristiklerine ulaşmaya çalışılır. Örneklemede temel amaç yığının karakteristiklerinin ortaya çıkartılmasıdır.¹⁴¹ Kısaca örnek, yığının alt kümesidir. Örneğin 1000 çalışanı olan bir fabrikada, çalışan memnuniyeti için araştırma yapmak gerektiğinde, 1000 işçi yığını oluştururken, rassal olarak seçilen 50 işçi ise örnek kümeyi oluşturur.¹⁴²

2.7.4 Verilerin Toplanması

Bilimsel araştırmalarda gereksinim duyulan bilginin etkin bir biçimde nasıl toplanacağı da önemli bir sorundur. Bilginin hem bir maliyeti hem de bir değeri vardır. Veri, istihbarat, bilgi ve akıl arasında büyük farklar vardır. Veriler işlenip istihbarata, istihbarat da bilgiye dönüştürülerek stratejiler belirlenir. Araştırmacılar, maliyet ve değer açılarına göre farklı bilgi toplama yaklaşımından söz etmektedir. Düşük maliyetliden yüksek maliyetliye doğru sıralandığında bunlar gözlem, ikincil veriler ve birincil verilerdir. Gözlem; belli bir ortam ya da kurumda oluşan davranışları ayrıntılı olarak araştırmak istediğimizde tercih etmemiz gereken bir veri toplama tekniğidir. Araştırmacılar gözlem yoluyla araştırma konusu problem hakkında bilgi edinebilirler. Gözlem yoluyla her zaman güçlü ve sistematik kanıt oluşturmak mümkün olmasa da, bu yol keşif amaçlı araştırmalara ışık tutması ve fikir vermesi açısından yararlı olacaktır. İkincil Veriler; birincil kaynaklardan oluşturulmuş veri kaynaklarıdır. Araştırmacının

¹⁴¹ Ünver, Özkan Ve Gamgam, Hamza.(2008). Uygulamalı Temel İstatistik Yöntemler.Seçkin Yayıncılık,5. Baskı, Ankara S.13-14

¹⁴²Sekaran, Uma. A.g.e, S.266

ilgi alanına giren konu hakkında daha önce yapılan araştırmalar, yazılan makale kitap, dergi gibi doküman incelemeleri ikincil veri kaynaklarıdır. İkincil veriler araştırmacıya zaman kazandırması açısından sıkça başvurulan yöntemlerdendir. Birincil veri kaynakları daha güvenilir olması sebebiyle sık tercih edilen kaynak türüdür. Birebir görüşmeler, odak grup görüşmeleri birincil veri kaynaklarında sıkça kullanılan yöntemlerdir.¹⁴³

Veri toplama yöntemleri araştırma tasarımının ayrılmaz bir parçasıdır. Araştırmacıların gereksinim duyduğu bilgilere ulaşmak amacıyla tercih ettiği farklı veri toplama yöntemleri mevcuttur. Her veri toplama yönteminin uygunluk, esneklik, yapılabirlik, maliyet, zaman ve değer gibi değişkenler açısından avantajları ve dezavantajları olabilir. Önemli olan uygun yöntemin belirlenip uygulanmasıdır. Bu sayede araştırılan problem, büyük ölçüde araştırma değerini arttıracaktır. Veri toplama teknikleri probleme göre belirlenmelidir. Ayrıca problemin niteliğine ve niceliğine göre hazırlanacak ölçme araçlarının türü de değişebilir. Literatür taramasında sıkça bahsedilen bazı veri toplama yöntemleri; Görüşme, Odak Grup, Gözlem, Doküman İnceleme olarak sıralanmaktadır.¹⁴⁴

2.7.4.1 Görüşme

Görüşme, araştırma probleminin giderilmesine kanıt olacak bilgilerin toplanması amacıyla, kişilerden duygu ve düşüncelerini alma etkinliği olarak tanımlanabilir.¹⁴⁵

Bilimsel araştırmalarda özellikle sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan görüşme kolay bir veri toplama yöntemi gibi görünebilir. Ancak sadece konuşma ve dinleme gibi herkes tarafından kullanılan temel becerilerin yanı sıra duyarlık, yoğunlaşma, bireyler arası etkileşim, öngörü, zihinsel uyanıklık ve disiplin gibi pek çok boyutu kapsaması açılarından hem sanat hem bilimdir. Stewart ve Cash görüşmeyi “önceden belirlenmiş ve ciddi bir amaç için yapılan soru sorma ve yanıtlama tarzına dayalı karşılıklı ve etkileşimli bir iletişim süreci” olarak tanımlamıştır. Patton’a göre görüşmenin amacı bir bireyin iç dünyasına girmek ve onun bakış açısını anlamaktır. Görüşme yoluyla, deneyimler, tutumlar, düşünceler, niyetler, yorumlar ve zihinsel algılar ve tepki gibi gözlenemeyeni anlamaya çalışırız.

Veri toplama yöntemlerinden biri olarak görüşmenin sıkça kullanılmasının sebebi konuşmayı temel almasıdır. Görüşme temel boyutları açısından ele alındığında özel bir

¹⁴³Kotler, P (2015). Kotler Ve Pazarlama, Aura Yayınları, İstanbul S.121

¹⁴⁴Sekaran, Uma. A.g.e, S.221

¹⁴⁵Sönmez, Veysel. ve Alacapınar, Füsün G. (2014). A.g.e, S.152

eğitim ve hazırlık gerektirir Bu temel boyutları; görüşme formunun dikkatle hazırlanması ve test edilerek en uygun haline getirilmesi,görüşme yapılacak kişilere ulaşılması, hazırlıkların yapılması ve görüşmelerin gerçekleştirilmesi oluşturur. Bunların her biri dikkatle üzerinde durulması gereken, geçerli ve güvenilir veri toplamada oldukça önemli yeri olan aşamalardır.¹⁴⁶

Araştırmacı, konusu ile ilgili eğitimini ve hazırlıklarını görüşmenin yapılacağı bireylere, görüşmenin yapılacağı ortama göre tamamlayabilir. Hazırlayacağı soru formu da araştırmanın konusuna, yapılacağı ortama ve görüşme yapılacak kişilere göre düzenlenebilir. Araştırmanın, görüşme formunu hazırlarken kolay ve anlaşılabilir soruları yazmak, yönlendirmeden kaçınmak, açık uçlu sorulara yer vermek, odaklı sorular hazırlamak, çok boyutlu soru sormaktan kaçınmak, farklı türden sorular sormak, soruları mantıklı bir biçimde düzenlemek, soruları geliştirmek, alternatif sorular hazırlamak gibi değişkenleri dikkate alması gerekir.

Soru formunun hazırlanması, görüşmenin yapılması için önemli bir ereve oluştururken soruların niteliği de görüşmenin niteliğini oluşturur. Görüşmenin etkili ve verimli olması için nitelikli görüşme soruları tek başına yeterli olmayabilir. Araştırmacı, görüşme sürecinin kendine özgü dinamiklerini dikkate alarak nitel araştırmanın esneklik özelliğini de kullanmalıdır. Gerektiğinde soruların yerini değiştirebilme, soruları konuşma tarzında sorma, teşvik edici olma gibi yetilere sahip olmalıdır.¹⁴⁷

Her veri toplama yönteminde olduğu gibi, görüşmenin de bazı güçlü yönleri vardır. Görüşme, araştırmacılar için büyük ölçüde esneklik sağlar. Görüşme sırasında araştırmacı daha derinlemesine yanıtlar almak için ek sorular sorabilir. Yanlış anlama durumunda soruyu tekrar edebilir ya da soruyu değişik bir biçimde sorabilir. Görüşme yapılan durumun koşullarına göre araştırmacı soruların yerini değiştirerek görüşmenin akışını kolaylaştırabilir. Veri toplama sürecinde bizzat bulunan araştırmacı bu sayede yanıt oranını yüksek tutabilir Anketin asıl birey yerine başka bireyler tarafından doldurulmasını da engellemiş olur. Araştırmacı görüşme sürecinde karşı tarafın, yüz ifadesi ve vücut hareketlerini veya katılımcının görüşme sürecindeki anlık geliştirdiği yanıtı ve tepkileri gözleme ve kayıt etme olanağına sahiptir.

Görüşme yönteminin güçlü yönleri olduğu gibi zayıf yönleri de vardır. Araştırmanın rnekleme geniş ise görüşmeyi gerçekleştirebilmek için ek maliyet ve zaman gerekebilir. Görüşülmesi gereken bireylere ulaşmada güçlük yaşanabilir ya da katılımcılar zaman ayırmak istemeyebilir. Görüşmeci, katılımcının yanıtını yanlış anlamayacak şekilde eğitimi ve katılımcıyı kendi düşüncesi doğrultusunda ynlendirmeyecek etik anlayışa sahip olmalıdır. Görüşme sırasında katılımcılar, görüşme konusu hakkında bilgi edinme olanaklarından genellikle yoksundur ve görüşmeci konu hakkında sadece anımsadıklarını aktaracağı için eksik bilgi vermiş

¹⁴⁶Yıldırım, Ali. Ve şimşek Hasan. (2013). A.g.e, S.147

¹⁴⁷Gler, Ahmet. Halicioğlu, Mustafa Bülent. Tařđın, Serkan. (2015). A.g.e S.114-124

olabilir. Katılımcı gizliliğin ortadan kalktığını düşünerek soruları cevaplamaktan kaçınabilir ya da doğru bilgiler vermeyebilir.¹⁴⁸

Görüşme verilerinin sağlıklı olması için görüşme sırasında düzenli not almak oldukça önemlidir. Nitel araştırmaların veri kaynaklarının ana unsurlarından birini oluşturan görüşme notları ne kadar detaylı ve düzenli tutulursa, o kadar araştırmayı detaylandırır ve zenginleştirir.¹⁴⁹

Görüşme sırasında elde edilen veriler farklı şekillerde kaydedilebilir. Önemli olan verilerin kaybolmadan, doğru ve zamanın duygusunu yansıtacak şekilde yapılmasıdır. Cihaz ile kaydetme ve not alma görüşmede kullanılan yöntemlerdendir. Kayıt cihazı ile kaydedilen görüşmeler, araştırmacı açısından önemli kolaylıklar sağlar. Araştırmacının not alma sorunu ortadan kalkmış olur. Bu şekilde araştırmacı soru sorma ve dinleme işlevini daha etkili bir biçimde yapar. Kayıt cihazı kullanmanın mümkün olmadığı durumlarda araştırmacı soru sorma dinleme ve not alma işlemlerinin tümünü bir arada yapmak zorunda kalacağı için notların eksik olarak alınmasına ve görüşmenin uzamasına neden olabilir.¹⁵⁰

2.7.4.2 Odak Grup (Derinlemesine Görüşme)

Bireysel görüşmeler yanında odak grup görüşmeleri de veri toplamada sık kullanılan yöntemlerden biridir. Odak grup görüşmesi, birden fazla kişi ile birlikte belirli bir konu tartışarak, o konu hakkında bilgi almak amacıyla yapılan bir görüşme yöntemidir.¹⁵¹

Odak grup görüşmeleri araştırmacı açısından bireysel görüşmelere göre bazı farklı özellikler gösterir. Grup içindeki bireyler etkileşim içindedir ve sorulara cevap verirken birbirlerinden etkilenirler. Bir insanın bireyselken sergilediği davranışla grup içinde sergilediği davranış arasında farklar vardır. Tek başına cevap vereceği bir konuda grup içinde dışlanma etkisini düşünerek cevap vermeyebilir ya da bireyselken cevaplamadığı bir soruyu grup içinde destekleneceğini düşünerek cevaplayabilir.

Katılımcılar grup içinde kendilerini temsil etmenin yanında içinde buldukları kültür ve değerler sisteminin de grupta temsilini sağlarlar. Gruplar bireylere oranla daha yaratıcıdır. Bireyler arasında etkileşimden dolayı probleme daha hızlı çözüm bulabilirler, kısa sürede ve daha fazla seçenek üretebilirler. Grup sürecinin avantajları olduğu gibi riskleri de vardır. Bireyler grup içinde daha fazla riskli kararlara yönelebilirler, yani bireyler grup içinde daha cesur ve gözü kara olabilirler. Bunun

¹⁴⁸Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e, S.151-155

¹⁴⁹Güler, Ahmet. Halıcıoğlu, Mustafa Bülent. Taşgım, Serkan. (2015). A.g.e S.125

¹⁵⁰Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e, S.174

¹⁵¹Güler, Ahmet. Halıcıoğlu, Mustafa Bülent. Taşgım, Serkan. (2015). A.g.e S.127

nedeni alınan riskin grup üyeleri arasında dağılmış olmasıdır. Grup akıyla hareket eden bireyler karar sürecinde birbirlerinden etkilenecek yanlışı savunur hale gelebilirler. Bu tür durumlar odak grup görüşmelerini bireysel görüşmelerden ayırır.¹⁵²

Odak grup görüşmesi uzman bir kişinin başkanlığında ve grubu oluşturan bireylerin, önceden belirlenmiş bir konuda etkileşerek duygu ve düşüncelerini özgürce ortaya koymaları olarak tanımlanır. Bir konu hakkında insanların ne düşündüğünü ve ne hissettiğini anlamak odak grup görüşmesinin temel amacıdır. Böyle bir ortamda hiç kimsenin bir diğerine üstünlüğü olamaz. Herkes etkileşim ortamında aynı hak ve sorumluluğa sahiptir. Katılımcılar aynı iş veya yaşam ortamını paylaşıyorsa ve aralarında güç ve statü farkı varsa konu ve sorular hakkında herkes aynı ölçüde katkıda bulunmayabilir. Bu yöntemi kullanan araştırmacı bu ayrıntıların farkında olmalıdır ve bireylere eşit katılım hakkı sunmalıdır¹⁵³.

2.7.4.3 Gözlem

Gözlem, insanların doğal ortamlarında gözlenerek orada gerçekleşen olaylar hakkında fikir sahibi olmak için yapılan bir araştırma tekniğidir.¹⁵⁴ En önemli özelliği de araştırmacıya, veriye ilk elden ulaşma olanağı sağlamasıdır. Olgu ve olayların ayrıntılı olarak ve olduğu gibi algılanması amacıyla kullanılan bir yöntemdir. İnsan davranışlarının doğal ortamı içinde gözlenmesi bu davranışların gerçekçi bir biçimde incelenmesinin ön koşuludur. Doğal ortamından farklı bir ortamda incelenen insan davranışları tam olarak gerçeği yansıtmayabilir. Bu nedenle araştırmacı, incelenecek ortamda bizzat bulunarak davranışları gözlemlerse daha doğru sonuçlara ulaşır. Gözlem, araştırmacıya davranışı doğrudan gözleme olanağı verir ve bireylerin bütün yönleriyle ve derinlemesine irdelenmesini olanaklı kılar. Doğal ortamda gözlenen davranışlar gerçeği daha yakından temsil edeceği için gözlemler elde edilecek bilgi gerçeği daha çok yansıtır. Araştırmacı, araştırmasını doğal ortamında yapma olanağına sahip olduğu gibi gözlem süresini de istediği uzunlukta tutarak zamana yayabilir.

Her araştırma yönteminde olduğu gibi gözleminde bazı zayıf yönleri vardır. Doğal bir ortamda gözlem yapan bir araştırmacı, veriyi etkileyen birçok dış etkeni kontrol altında tutamayabilir. Gözlem yöntemi esnek bir süreçten oluştuğu için sayısallaştırılması da sınırlı olabilir. Araştırmacı gözlem alanına giriş konusunda sıkıntı yaşayabilir.

Araştırmacı gözlem araştırmasını not alırken mümkün olduğunca tanımlayıcı olmalı ve yorumlayarak kaydetmelidir.¹⁵⁵

¹⁵²Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e, S.180-190

¹⁵³Sönmez, Veysel. ve Alacapınar, Füsün G. (2014). A.g.e, S.153

¹⁵⁴Güler, Ahmet. Halıcıoğlu, Mustafa Bülent. Taşgım, Serkan. (2015). A.g.e S.104

¹⁵⁵Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e, S.199

2.7.4.4 Doküman İnceleme (Literatür Taraması)

Literatür taraması araştırmacıların, belirli ilgi alanlarında daha önce yayınlanmış çalışmaları kapsamlı bir şekilde inceleyerek elde ettiği ikincil veri kaynaklarıdır. Kütüphaneler ikincil veriler için zengin bir depolama üssüdür. Araştırmacılar dergileri, kitapları, makaleleri, tezleri konferans tutanaklarını, araştırma konusu hakkında bilgi toplamak için kaynak olarak kullanmaktadır. Literatür taramasının amacı, sorunla ilgili daha önceden test edilmiş çözümlere yer vererek araştırmanın temel çerçevesini belirlemede yardımcı olmaktır. Literatürde yapılan araştırma araştırmacıya yalnızca araştırmasıyla ilgi değişkenleri sunmakla kalmaz aynı zamanda daha önceki çalışmalarda bulunan bilgilerinde entegrasyonunu sağlar.¹⁵⁶

Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olay ya da olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar. Doküman incelemesi tek başına bir veri toplama yöntemi olabileceği gibi diğer veri toplama yöntemleri ile birlikte de kullanılabilir. Bilimsel araştırmalarda doğrudan gözlem ve görüşmenin mümkün olmadığı durumlarda ya da araştırmanın geçerliliğini arttırmak amacıyla çalışılan araştırma problemiyle ilişkili yazılı ve görsel materyallerde araştırmaya dahil edilebilir.

Dokümanlar nitel araştırmalarda etkili bir şekilde kullanılması gereken önemli bilgi kaynaklarıdır. Bu tür araştırmalarda, araştırmacı, ihtiyacı olan veriyi gözlem veya görüşme yapmadan elde edebilir. Bu anlamda doküman incelemesi araştırmacıya zaman ve para tasarrufu anlamında katkıda bulunur. Gözlem ve görüşme gibi diğer veri toplama yöntemleri ile birlikte kullanıldığında verinin çeşitlendirilmesi amacına hizmet eder ve araştırmanın geçerliliğini önemli ölçüde artırır.¹⁵⁷

2.7.5 Verilerin Analiz Ve Yorumlanması

Verilerin anket, mülakat, gözlem yoluyla ya da ikincil kaynaklar aracılığıyla elde edildikten sonra analizlerinin yapılabilmesi için düzenlenmesi gerekir. Yazılı biçimde toplanan veriler, belirli süreçlerden geçirilerek sayılara dönüřtürülür¹⁵⁸. Verilerin sayıya dönüştürülmesinin birkaç temel amacı vardır. Bunlardan birincisi, sayısallaştırma araştırmanın güvenilirliğini artırır. Bu amaçla veri setinin analizinin daha sonra tekrar edilmesi halinde aynı sonuca ulaşılıp ulaşılamayacağına göre araştırmanın güvenilirliği test edilebilir. Verilerin sayılarla ifade edilmesinde bir diğer amaç yanlılığı azaltmaktır. Analizinin yapılabilmesi için, verilerin sayısallaştırılması sonucunda ortaya çıkacak yorumların daha adil bir biçimde yapılmasını sağlar. Sayısallaştırmanın bir diğer amacı

¹⁵⁶Sekaran, Uma. A.g.e, S.61

¹⁵⁷Yıldırım, Ali. Ve şimşek Hasan. (2013). S.217

¹⁵⁸Sekaran, Uma. A.g.e. S.301

da, nitel verinin sayılara dökülmesi, verinin analizi sonucunda ortaya çıkan kategoriler arasında karşılaştırma yapılabilmesine olanak vermesidir¹⁵⁹.

Veri analizi ve sonuçlarının yorumlanması araştırma projesinin en önemli aşamalarındandır.¹⁶⁰ Kısaca nitel veri analizi, araştırmacının verileri düzenlediği, analiz birimlerine ayırdığı, sentezlediği, biçimleri ortaya çıkardığı, önemli değişkenleri keşfettiği ve hangi bilgileri rapora yansıtacağına karar verdiği bir süreçtir¹⁶¹

2.7.6. Raporlama

Her tür araştırmada, elde edilen sonuçların uygulamaya katkıda bulunması beklenir.¹⁶²

Araştırma bulgularını raporlamak, araştırmanın mükemmel yürütülmesinin son aşamasıdır. Bulguların raporlanmaması, soruşturma için harcanan tüm çabanın boşa gitmesi demektir. Bu nedenle sözlü sunum ve yazılı rapor hazırlamak oldukça önemlidir. Yazılı rapor hazırlamanın amacı mevcut durum ve istenen durum arasındaki boşluğun kapatılması, problemin tanımlanması, kabul edilebilir önerilerin sunulmasıdır. Hazırlanan rapor belirlenen probleme alternatif çözümler sunmayı da içermelidir. Araştırma amacının bir fonksiyonu olan raporlamanın en önemli özellikleri, tutarlı olması, objektif olması, önemli yönleri vurgulaması, paragrafların anlamlı olması, kelimelerin anlaşılır ve açıklayıcı olması ve özgünlüğü olarak sıralanabilir. Raporun anlaşılır olabilmesi için mümkün olduğu ölçüde, teknik ve istatistiksel ifadelerden kaçınmakta fayda vardır. Gramer ve imla hatalarına da dikkat edilerek hazırlanmalıdır. Araştırmacı tarafından yapılan varsayımlar raporda açıkça yazılmalıdır. Okuyucular için rapor, düzgün ve anlaşılır bir akışla düzenlenmelidir. Raporun görünümü ve okunurluğu da bu açılardan önemlidir. Ana başlıklar ve alt başlıklar raporda mantıklı bir şekilde düzenlenerek okuyucunun geçişleri takip etmesine yardımcı olacak şekilde oluşturulmalıdır. Okuyucular açısından akışı sağlamak amacıyla araştırma raporunun içeriği de önemlidir. Raporda; başlık, içindekiler tablosu, araştırmanın amacı, çalışmayı yürütmek için izin belgesi, çalışmanın özeti, çalışmanın gövdesi, veri analizleri, bulgular ve yorumları, sonuç kısmı anlaşılır ve akıcı olması açısından özenle hazırlanmalıdır.¹⁶³

Araştırmada kullanılan yöntem, yığın ve örneklem, denekler, verilerin cinsi ve kaynağı, veri toplama araçları ve istatistik tekniklerde raporda yazılması gereken konulardır¹⁶⁴.

¹⁵⁹Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e, S.274

¹⁶⁰Sekaran, Uma. A.g.e, S.309

¹⁶¹Özdemir, Murat. Nitel Veri Analiz: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(1) S. 328

¹⁶²Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). A.g.e, S.367

¹⁶³Sekaran, Uma. A.g.e, S.345

¹⁶⁴Sönmez, Veysel. ve Alacapınar, Füsün G. (2014). A.g.e, S.281

2.8. Bilimsel Araştırmada Güvenirlik Ve Geçerlik

Ölçme; araştırma probleminin, uygun veri toplama yöntemleri kullanılarak tespit edilip, bulunan sonuçların sembollerle gösterilmesi olarak tanımlanabilir. Ölçülmek istenen olgunun aynı türden araçlarla kıyaslanarak ölçülmesi doğrudan ölçmedir. Örneğin metre ile bir nesnenin uzunluğunun ölçülmesi, terazi ile ağırlığının ölçülmesi gibi. Bir olgunun göstergeler ile ölçülmesi dolaylı ölçmedir. Anket ile görüşlerin ölçülmesi dolaylı ölçmeye uygun bir örnektir. Araştırma konusu olgu veya olayın ölçülen özelliklerine ilişkin, elde edilen ölçme sonuçlarının sayısal nitelikleri ölçme düzeyini gösterir. Bulunan ölçümün gerçek sonuçlardan olan sapma miktarı ölçme hatası olarak tanımlanır¹⁶⁵.

Bilimsel araştırmalarda toplanan verilerin ve yapılan analizlerin inandırıcılığı açısından ölçme önemli bir kavramdır. Araştırmanın doğru yorumlanmasında geçerlik ve güvenilirlik en yaygın kullanılan iki ölçüttür. Yapılan araştırmanın bilimsel olmasında bu iki kavram büyük öneme sahiptir. Geçerlik kavramı araştırma bulgularının doğruluğunu konu edinirken, güvenilirlik ise sonuçların tekrar edilebilirliği ile ilgilidir.

Geçerlik; ölçülmek istenen problemin, bir ölçme aracıyla, doğru ölçülebilme derecesidir. Araştırmada elde edilen bulguların ve sonuçların doğruluğu iç geçerlikle ilgili konulardır. İç geçerlik, veri toplama süreci, verilerin analiz ve yorumlanması süreçlerinde araştırmacının gerçeği ortaya çıkarmadaki yeterliğine ilişkindir. Dış geçerlik ise araştırma sonuçlarının diğer örneklerle ve durumlara genellenebilirliği ile ilgilidir. Bir araştırma benzer durumlara ya da gruplara genellenebiliyorsa araştırmanın dış geçerliğinin olduğu söylenebilir.

Güvenirlik, ölçme sonuçlarının hatalarından arınık olma derecesidir. Diğer bir açıdan ölçme aracının duyarlı ve tutarlı olması olarak ele alınabilir. Bir ölçme aracının duyarlı olması, ölçme hatasının en az, ya da hiç olmaması demektir¹⁶⁶.Güvenirlikte tutarlılık önemli bir kavramdır. Testler tekrar edildiğinde sonuçlar birbiri ile uyumlu olmalıdır. Tutarlılık kadar önemli bir kavramda duyarlılıktır. İnsan davranışı hiçbir zaman durağan değildir. Farklı zamanlarda farklı gruplar üzerinde yapılan araştırmalarda aynı sonuçların çıkması beklenemez. Bu nedenle kullanılan yöntem ne olursa olsun sosyal olaylarla ilgili bir araştırmanın aynen tekrarı mümkün değildir. Bu hareketlilikten dolayı dış güvenilirlik araştırma türüne göre farklı anlam kazanabilir. Bir olayı, aynı zaman dilimi içerisinde birden fazla araştırmacının aynı biçimde ölçmesi araştırmanın iç güvenilirliğinin bir göstergesidir. İç güvenilirlikte, görüşme ve gözleme dayalı

¹⁶⁵Sekaran, Uma. A.g.e. S.194

¹⁶⁶Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013).A.g.e, S 289-294

araştırmalarda farklı araştırmacıların sonuçlarının birebir aynı olması beklenemez ancak oluşabilecek farkların en aza indirilmesi beklenir¹⁶⁷.

Her araştırmacıdan, kullanılan veri toplama yöntemlerinin ve araştırma deseninin geçerliğini ve güvenilirliğini test ederek sonuçları okuyucuya rapor etmesi beklenir.¹⁶⁸

2.9. Kamuoyu Araştırmalarının Önemi

Bütün gelişmelerin halkın gözünün önünde cereyan etmesi ve halkla ilgili kararların serbest bir şekilde tartışılması demokratik sistemin en önemli unsurlarından birisini oluşturur. Sistemin sağlıklı işlemesi için halkın tartışmalara katılması ve gelişmeler, sorunlar, kararlar hakkında düşüncesini özgürce açıklaması gerekir.¹⁶⁹ Yöneticilerin halkın eğilimlerini bilerek kararlar almaları demokratik sistemin sağlıklı işlemesi açısından önemlidir. Demokrasinin gereği olarak bütün süreçlerin halkın tercihlerine dayanmasından dolayı siyasi aktörlerin kamuoyunun ne düşündüğünü bilmesi hayati öneme sahiptir. Halkın bu eğilimlerini tespit etmek için kullanılan araç ise kamuoyu araştırmalarıdır.¹⁷⁰

Sözcük anlamı " belirli bir konuda kamuoyunun eğilimlerini belirlemek üzere tasarılan bir araştırma" ¹⁷¹ şeklinde tanımlanan kamuoyu araştırmaları, seçmen tercihini etkileyen propaganda ve iletişim faktörlerinden birisi olarak son yıllarda zihin yönetim mekanizmasının son derece önemli bir ögesi olarak devreye girmiş sosyal bir icat niteliğindedir.¹⁷²

Lake ve Harper¹⁷³ kavramı "bir grubu temsil edecek şekilde seçilen örneklemden veya örneklemin elde edildiği popülasyondan sistematik, bilimsel ve tarafsız bilgi toplama işlevi" olarak tanımlamaktadır. Yine Tufan "bir kitleyi temsil etmek üzere seçilen, örnek

¹⁶⁷Sönmez, Veysel. ve Alacapınar, Füsün G. (2014).A.g.e, S.114

¹⁶⁸Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013).A.g.e, S.290

¹⁶⁹Güz, Nurettin (2005). Haberde Yönlendirme Ve Kamuoyu Araştırmaları, Nobel Yayınları, Ankara. S.96

¹⁷⁰Ergin, Çağın (2009). "Kamuoyu Ve Baskı Grupları", Siyaset, (Editör: Mümtaz'er Türköne), Opus Yayınları, İstanbul, S.329

¹⁷¹Mutlu, Erol (1998). İletişim Sözlüğü, Ark Yayınları, Ankara. S.195

¹⁷²Kalender, Ahmet (2005). Siyasal İletişim, Çizgi Kitabevi, Konya. S.95

¹⁷³Lake, Celinda C. Ve Harper Pat Callbek (2002). Kamuoyu Araştırmaları, (Çeviren: Nurettin Güz), Altinküre Yayınları, Ankara. S.11

grubu oluşturan bireylerle görüşülerek problemin belirlenmesi ya da çözüm yollarının bulunması amacıyla eğilimlerini, görüşlerini, kanaatlerini ya da kimi zaman tutum ve davranışlarını saptamak amacıyla yapılan araştırma" olduğunu belirtmektedir.¹⁷⁴ Kavramın tanımına daha geniş olarak bakıldığında ise kamuoyu araştırmasının "toplumun bütününe veya belirli bir kısmını oluşturan insanların siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel faaliyetleri çerçevesinde sosyal ihtiyaç, tutum, davranış, beklenti, eğilim, yönelim ve düşüncelerinin genel durumunun ortaya konması için gerekli bilgilerin sistemli olarak toplanması, tarafsız bir şekilde kaydedilmesi, sınıflandırılması, analiz edilmesi ve sunulması" anlamında kullanıldığı görülmektedir.¹⁷⁵

2.10. Siyasi Nitelikli Kamuoyu Araştırmalarının Seçmen Tercihine Etkileri

Çoğulcu demokrasilerde kamuoyunu meşgul eden belirli sorunlar ve olaylar hakkında bilgi edinmek amacıyla kamuoyu araştırmaları büyük öneme sahiptir. Siyasiler kamuya yönelik politikalarını belirlerken kamuoyu araştırmalarının sonuçlarını göz önünde bulundurdukları gibi, seçmenler de çoğunlukla oy verme kararı verirken bu araştırma sonuçlarını dikkate almaktadır.¹⁷⁶

Özellikle seçimlerden önce yapılan kamuoyu araştırmaları, seçmenler, adaylar ve parti taraftarları üzerinde olumlu veya olumsuz bir takım etkilere sahiptir. Kamuoyu araştırmaları siyasi partilerin, seçmen yapıları, tutumları, değerleri ve tercihleri hakkında bilgi edinmesini sağlarken, seçmenlerin de davranışlarını yönlendirebilmesi ve onlar üzerinde çeşitli etkiler ortaya çıkarması açısından da önem taşımaktadır.¹⁷⁷

Partiler, liderler, adaylar ve özellikle medyanın büyük bir kısmı, kamuoyu araştırma sonuçlarının seçmen davranışları üzerindeki etkisinden dolayı her seçim öncesinde bu araştırmaları yaptırmaktadırlar. Siyasal nitelikli kamuoyu araştırmalarının etkilerinden bahsedilirken genellikle seçmenlerin nihai davranışı üzerinde durulmaktadır. Siyasal

¹⁷⁴Tufan, Hülya (1995). "Kamuoyu Araştırmalarının Dayanılmaz Hafifliği", Kamuoyu Kimin Oyu? (Derleyen: Hülya Tufan), Kesit Yayıncılık, İstanbul, S. 11

¹⁷⁵Güz, Nurettin (2005). Haberde Yönlendirme Ve Kamuoyu Araştırmaları, Nobel Yayınları, Ankara. S.97

¹⁷⁶Atabek, Nejdet (1996). "Kamuoyu: Basında Kamuoyu Araştırmaları", Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı, S.11, S. 869

¹⁷⁷Kalender, Ahmet (2005). Siyasal İletişim, Çizgi Kitabevi, Konya. S.100

partiler özellikle aday belirleme işleminin sırasında kamuoyu araştırma sonuçlarından faydalanarak aday listelerini seçilme şansı yüksek olan adayları tespit ederek oluşturmaktadırlar. Böylece kamuoyu araştırmaları henüz oy pusulalarında kimlerin yer alacağı belli olmadan öncesinde bile seçim sürecini etkilemeye başlamaktadır.¹⁷⁸

Schiller'e göre kamuoyu araştırmaları, Amerikan siyasi hayatını önemli oranda etkilemektedir. Belirli bir politik amaca hizmet etmek için sıkça başvurulmuş bir bilgi kaynağıdır.¹⁷⁹ Güz ise özellikle kararsız seçmenler üzerinde ortaya çıkaracağı etki dikkate alındığı zaman, seçimlere yönelik sunulacak tahminlerin, manipülatif amaçlı kamuoyu araştırmalarının kitle iletişim araçları tarafından seçmene ulaştırılmasının olumsuz bir sonuç ortaya çıkarabileceğini belirtmiştir. Siyasi partilerin kampanyalarını kamuoyu araştırmalarıyla desteklemesi, seçmeni etkileyebilir ve fikir değiştirmesini sağlayabilir. Araştırmayı yaptıran ya da yapan kişilerin, araştırmanın güvenilirliği ve doğruluğu açısından manipülatif amaçlı kamuoyu araştırmalarından kaçınmaları gerektiğini vurgulamıştır.¹⁸⁰

¹⁷⁸Bektaş, Arsev (1996). Kamuoyu İletişim Ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul. S.237

¹⁷⁹Schiller, Herbert (1993). Zihin Yönlendirenler, Pınar Yayınları, İstanbul. S.186

¹⁸⁰Güz, Nurettin (2005). Haberde Yönlendirme Ve Kamuoyu Araştırmaları, Nobel Yayınları, Ankara. S.100

3. KAMUOYU ARAŞTIRMALARININ SEÇMENLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ALAN ÇALIŞMASI (ANKARA ÖRNEĞİ)

Bu bölümde seçmenlerin kamuoyu araştırma sonuçlarından ne derece etkilendiğini ölçmek amacıyla anket yöntemiyle yapılan bir çalışma değerlendirilmiş olup, elde edilen verilerin istatistiki değerlendirmesine ve yorumlarına yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Önemi

Kitle iletişim araçlarının daha etkin kullanıldığı günümüzde halkın düşünce ve eğilimlerinin öğrenilmesi demokratik yönetimlerin vazgeçilmez unsurlarından biridir. Bu nedenle siyasi partilerin ve adayların kampanya döneminde seçmen eğilimlerini ölçmek, tanıtım faaliyetlerine yön vermek gibi sebeplerle başvurduğu yöntemlerden biride kamuoyu araştırmalarıdır. Kamuoyu araştırmaları seçmenlerin oy verme tercihlerini belirlemek amacıyla yapılmasının yanında karar verme zamanları, demografik özellikleri, cinsiyet ya da yaş farklılıkları gibi durumlar arasında değişiklikleri belirlemek amacıyla da kullanılarak seçim kampanyalarına yön vermektedir.

3.2. Araştırmanın Amacı, Kapsamı Ve Sınırları

Kamuoyu araştırmaları özellikle seçim kampanya dönemlerinde siyasi parti ve adayların yakından takip ettiği bir konudur. Seçmen davranışları, kararları kişiden kişiye farklılık gösterir. Bu nedenle seçmeni etkilemenin en doğru yolunu tespit ederek oy verme kararında etkili olmak isterler.

Bu amaçla oy verme kararında kamuoyu araştırma sonuçlarının seçmenler üzerindeki etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamını oluşturan konular ise seçmenlerin kamuoyu araştırma sonuçlarının oy verme kararına etkiler, diğer seçmenler üzerinde etkileri, sonuçların güvenilirliği ve takip edilirligi, seçimlerden önce yapılan anketlere katılma durumlarıdır. Araştırmanın ana kütlesini Ankara'da yaşayan 18 yaş ve üstü seçmenler oluşturmaktadır. Bu nedenle ulaşılan sonuçlar Türkiye'ye genellenemez.

3.3. Araştırmanın Metodolojisi

3.3.1. Örnekleme Süreci

Yığınınımızı Ankara ilindeki 1 Kasım 2015 itibariyle 18 yaşını doldurmuş seçmen olma özelliklerini taşıyan kişiler oluşturmaktadır. Araştırma kotalı örnekleme yöntemi ile rassal olarak seçilen 375 kişi ile yapılmıştır. Anket çalışması 1 Kasım 2015 seçimlerinden sonra YSK'dan gerekli veriler ve 22 Ocak 2016 tarihinde TÜİK'ten alınan verilerden sonra çalışma planı oluşturulup 1 Şubat-15 Mart 2016 tarihleri arasında yapılmıştır.

YSK'dan alınan seçmen bilgilerine göre ana kütlelin 3.743.614 kişiden olduğu tespit edilmiş zaman ve maliyet gereği tüm seçmenlere ulaşmanın zor olması nedeniyle 1/10.000'e oranlanarak yaklaşık 375 kişilik bir örnek ile yapılmıştır. YSK verilerine göre Ankara'da 1 Kasım 2015 seçimlerinde seçmenin %89,5'i oy kullanırken %10,5 oy kullanmamıştır. Örnek planlamaya bu verilerde dâhil edilmiştir. YSK seçmen sayıları ilçeler bazında yine ana kütlelin oranlamasında olduğu gibi 1/10.000 ile hesaplanmış olup seçmen sayısı en fazla olan 5 merkez ilçe kent seçmenini temsilen, 2 taşra ilçe ise kır seçmenini temsilen örneğimizin çalışma alanını oluşturmuştur. Merkez ilçelerden Keçiören, Çankaya Mamak Yenimahalle ve Etimesgut, taşra ilçelerden Gölbaşı ve Polatlı seçilmiştir.

Tablo 3.1. 1 Kasım 2015 seçimlerinde oy kullanan ve kullanmayan seçmen dağılımı

OY KULLANAN	89.5%
OY KULLANMAYAN	10.5%

Tablo 3.2. Nüfus ve seçmenin ilçe bazlı dağılımı ve planlanan örneklem dağılımı

İLÇE ADI	2014 NÜFUSU	2015 NÜFUSU	1KASIM SEÇMEN SAYISI	1KASIM OY KULLANAN SEÇMEN SAYISI	OY KULLANAN SEÇMEN EN 1/10000	PLANLANAN ANKET SAYI
AKYURT	29403	30245	20393	18699	1,9	0
ALTINDAĞ	361259	363687	251367	222072	22,2	0
AYAŞ	13018	12678	9901	9066	0,9	0
BALA	22142	21618	15074	12006	1,2	0
BEYPAZARI	47646	47582	35650	30937	3,1	0
ÇAMLIDERE	6781	6479	5474	4925	0,5	0
ÇANKAYA	913715	922536	678816	607677	60,8	85
ÇUBUK	84636	86055	59581	54529	5,5	0
ELMADAĞ	43666	43776	31201	28518	2,9	0
ETİMESGUT	501351	527959	366272	329462	32,9	45
EVREN	2901	2847	2307	1832	0,2	0
GÖLBAŞI	118346	122288	81151	72758	7,3	25
GÜDÜL	8626	8392	7083	6245	0,6	0
HAYMANA	31176	28355	21238	17130	1,7	0
KALECİK	13604	13388	10239	9166	0,9	0
KAZAN	47224	51764	32845	30042	3	0
KEÇİÖREN	872025	889876	640362	572307	57,2	80
KIZILCAHAMAM	25767	25179	20547	18131	1,8	0
MAMAK	587565	607878	427820	384986	38,5	55
NALLIHAN	29281	29201	23159	20478	2	0
POLATLI	121100	121858	84783	73026	7,3	25
PURSAKLAR	129152	133961	89080	81338	8,1	0
SİNCAN	497509	506947	343549	309271	30,9	0
ŞEREFLİKOÇHİSAR	33946	33729	24413	19951	2	0
YENİMAHALLE	608217	632286	461309	417043	41,7	60
TOPLAM	5150056	5270564	3743614	3351595	335,2	375

YSK'dan partilerin ilçelere göre oy dağılımları da alınmış olup örnek kütleye oranlanarak ilçelerde hangi parti seçmeninden kaç kişi ile görüşüleceği de planlanmıştır. Bu yapılan planlama tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 3.3. Partilerin ilçe bazlı oy dağılımı

İLÇE ADI	AK PARTİ	CHP	MHP	DiĞER
AKYURT	14198	1473	2053	763
ALTINDAĞ	138521	47283	21829	11614
AYAŞ	4896	1718	1671	648
BALA	7582	1686	1335	1222
BEYPAZARI	18228	4251	7011	965
ÇAMLIDERE	3908	428	394	117
ÇANKAYA	135248	337417	76746	53891
ÇUBUK	40744	5610	5498	1958
ELMADAĞ	12840	8336	4993	1947
ETİMESGUT	148833	99453	58328	19597
EVREN	1031	350	325	57
GÖLBAŞI	37916	16426	12562	4946
GÜDÜL	4131	886	930	206
HAYMANA	11717	1714	1104	2315
KALECİK	5795	1566	1324	311
KAZAN	20250	3338	5016	1091
KEÇİÖREN	314046	137977	85519	28333
KIZILCAHAMAM	11956	1890	3386	604
MAMAK	188588	124631	44935	22489
NALLIHAN	10527	4834	3931	801
POLATLI	40749	13846	12650	4875
PURSAKLAR	60634	7481	9418	2785
SİNCAN	198939	44184	46941	15454
ŞEREFLİKOÇHİSAR	10757	3912	3683	1250
YENİMAHALLE	176526	150798	59288	26582
TOPLAM	1618560	1021488	470870	204821

Tablo 3.4. Partilerin ilçe bazlı oy oranlarına göre planlanan örnek dağılımı

İLÇE ADI	AK PARTİ	CHP	MHP	HDP	DİĞER	OY KULLANMAYAN	TOPLAM	PLANLANAN ANKET SAYI
AKYURT	0	0	0	0	0	0	0	0
ALTINDAĞ	0	0	0	0	0	0	0	0
AYAŞ	0	0	0	0	0	0	0	0
BALA	0	0	0	0	0	0	0	0
BEYPAZARI	0	0	0	0	0	0	0	0
ÇAMLIDERE	0	0	0	0	0	0	0	0
ÇANKAYA	37	23	11	3	2	9	85	85
ÇUBUK	0	0	0	0	0	0	0	0
ELMADAĞ	0	0	0	0	0	0	0	0
ETİMESGUT	19	12	6	2	1	5	45	45
EVREN	0	0	0	0	0	0	0	0
GÖLBAŞI	11	7	3	1	1	3	25	25
GÜDÜL	0	0	0	0	0	0	0	0
HAYMANA	0	0	0	0	0	0	0	0
KALECİK	0	0	0	0	0	0	0	0
KAZAN	0	0	0	0	0	0	0	0
KEÇİÖREN	34	22	10	3	2	9	80	80
KIZILCAHAMAM	0	0	0	0	0	0	0	0
MAMAK	24	15	7	2	1	6	55	55
NALLIHAN	0	0	0	0	0	0	0	0
POLATLI	11	7	3	1	1	3	25	25
PURSAKLAR	0	0	0	0	0	0	0	0
SİNCAN	0	0	0	0	0	0	0	0
ŞEREFLİKOÇHİSAR	0	0	0	0	0	0	0	0
YENİMAHALLE	26	16	8	2	1	7	60	60
TOPLAM	161	101	49	15	8	41	375	375

Bu planlamaya TÜİK'ten alınan verilerde dahil edilerek aynı oranlama kullanılmıştır. TÜİK'ten alınan nüfus verilerine göre seçmenin %50 kadın %50 erkek olmasından dolayı örnekleme de bu dağılıma dikkat edilmiştir. Yine TÜİK verilerine göre nüfusun %87 merkez ilçelerde %13 taşra ilçelerde olmasından dolayı bu oranlar kır ve kent seçmeni olarak belirlenmiştir.

Tablo 3.5. Nüfus ve seçmenin kır ve kent dağılımı

	2014 NÜFUSU	2015 NÜFUS U	1KASIM SEÇMEN SAYISI	1KASIM OY KULLAN AN SEÇMEN SAYISI	TOPLA M NÜFUS A ORANI	PLANLAN AN ANKET SAYI
TOPLAM	5150056	5270564	3743614	3351595	5270564	375
KIR TOPLAM	679263	685434	485039	427439	13%	50
KENT TOPLAM	4470793	4585130	3258575	2924156	87%	325

TÜİK nüfus bilgileri örneklemede belirlenen yaş gruplarına göre oranlanarak planlamaya dahil edilmiştir.

Tablo 3.6. Nüfusun yaş aralıklarına göre dağılımı

2015 NÜFUSUN YAŞ ARALIKLARINA ORANI	18-25	25-35	35-45	45-55	55-65	65+
	%11	%24	%23	%18	%13	%11

Örnek planlaması YSK seçmen ve 1 Kasım seçim sonuçları ile TÜİK nüfus bilgilerine göre planlandıktan sonra anket uygulama aşamasında bu sayılara ulaşılmaya çalışılmıştır.

3.3.2. Soru Formunu Hazırlanması

Soru formu hazırlanırken ulaşılmak istenen konular listelendi. Bu konu ile ilgili literatür taraması yapılarak daha önce yapılmış anketler ve hazırlanan tezlerde kullanılan soruların listesi yapıldı. Çalışmanın amacına uygun ifadeler tespit edildikten sonra soruların sırası belirlendi. Basit sözcüklerle oluşturulan ifadeler hedef kitlenin kolay anlayabileceği şekilde oluşturuldu. Yanıt kategorisi de kişilerin net cevap vereceği

şekilde açık ve anlaşılır olarak hazırlandı. Çifte ifadeli sorulara yer verilmediği gibi görüşülen kişiyi etki altında bırakacak ya da yönlendirecek nitelikte sorulardan da kaçınıldı. Soru ve yanıtlar örtüşecek şekilde hazırlandı.

3.3.3. Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Bu araştırmada birincil veri kaynakları kullanılmış olup yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Verilerin toplanmasında örneğimiz, kotalı örnekleme yöntemi ile rassal olarak seçilmiştir. Kişilere, verdikleri cevapların 3. şahıs ya da kurumlarla paylaşılmayacağı hatırlatılarak ankete başlanmıştır. Ankette kişi ismi ya da iletişim bilgileri alınmayacağı belirtilmiştir. Soru formunda demografik bilgilerin yanında seçmen olarak hangi ilçede oturduğu sorusu ve 1 Kasım seçimlerinde oy verdiği partinin sorulması örnek çalışmada belirlenen ilçe kotasını ve parti kotasını tamamlamak için sorulmuş olup kişilere de bu durum izah edilmiştir.

Anket uygulanacak kişilerden cevapları kendi düşüncelerine göre cevaplamaları istenmiştir. Anketin çoklu ortamlarda yapılacağı durumlarda görüşmecinin diğer kişilerden etkilenmeyecek şekilde cevaplanması sağlanmıştır.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler ile (a) Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlar (b) Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olanlar (c) Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünenler (d) Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler (e) Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler (f) 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ve (g) 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2:Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlara ile (a) Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olanlar (b) Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünenler (c) Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler (d) Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler (e) 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ve (f) 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3:Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olanlar ile (a) Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünenler (b) Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler (c) Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler (d) 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ve (e) 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4:Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünenler ile (a) Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler (b) Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler (c) 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ve (d) 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5:Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler ile (a) Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler (b) 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ve (c) 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6:Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler ile (a) 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ve (b) 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7:Katılımcıların oy kullandıkları ilçeler ile (a) Cinsiyetleri (b) Yaşları (c) Eğitim durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8:Katılımcıların oy kullandıkları ilçeler ile (a) 1 Kasım seçimlerinde oy verdiği parti (b) Oy verme kararının netleşme zamanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9:Katılımcıların oy kullandıkları ilçeler ile (a) Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler (b) Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlar (c) Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olanlar (d) Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünenler (e) Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler (f) Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler (g) 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ve (h) 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10:Katılımcıların cinsiyeti ile (a) 1 Kasım seçimlerinde oy verdiği parti (b) Oy verme kararının netleşme zamanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H11:Katılımcıların cinsiyeti ile (a) Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler (b) Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlar (c) Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olanlar (d) Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünenler (e) Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler (f) Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler (g) 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ve (h) 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H12:Katılımcıların yaşları ile (a) 1 Kasım seçimlerinde oy verdiği parti (b) Oy verme kararının netleşme zamanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H13:Katılımcıların yaşları ile (a) Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler (b) Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlar (c) Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olanlar (d) Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünenler (e) Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler (f) Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler (g) 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ve (h) 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H14:Katılımcıların eğitimler ile (a) 1 Kasım seçimlerinde oy verdiği parti (b) Oy verme kararının netleşme zamanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H15:Katılımcıların eğitimleri ile (a) Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler (b) Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlar (c) Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olanlar (d) Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünenler (e) Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler (f) Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler (g) 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ve (h) 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.



3.5.Araştırma Verilerinin Analizi

Tanımlayıcı Analizler

İstatistik analizlerde PASW 18.0 kullanılmıştır. Tanımlayıcı istatistikler sayısal değişkenler için ortalama ve standart sapma olarak, kategorik değişkenler için ise sayı ve yüzde olarak verilmiştir. İkili ve çoklu kategorik değişkenlerin karşılaştırma analizlerinde Ki-Kare ve Fisher Kesin testi kullanılmıştır. İstatistik analizlerde anlamlılık sınırı $p < 0,05$ olarak kabul edilmiştir.

Çalışmaya 375 kişi katılmıştır. Katılımcıların %49,9'u (187 kişi) erkek, %50,1'i (188 kişi) ise kadındır.

Tablo 3.7. Çalışmaya katılan katılımcıların cinsiyet dağılımı

		n	(%)
Cinsiyet	Erkek	187	49,9
	Kadın	188	50,1

Katılımcıların %10,9'u (41 kişi) 18-24 yaş aralığında, %24,0'u (90 kişi) 25-34 yaş aralığında, %22,9'u (86 kişi) 35-44 yaş aralığında, %18,1'i (68 kişi) 45-54 yaş aralığında, %13,1'i (49 kişi) 55-64 yaş aralığında, %10,9'u (41 kişi) 65 yaş ve üzerindedir.

Tablo 3.8. Çalışmaya katılan katılımcıların yaş dağılımı

		n	(%)
Yaş	18-24	41	10,9
	25-34	90	24
	35-44	86	22,9
	45-54	68	18,1
	55-64	49	13,1
	65+	41	10,9

Katılımcıların %39,2'si (147 kişi) ilkokul, %16,5'i (62 kişi) ortaokul, %33,6'sı (126 kişi) lise, %10,7'si (40 kişi) üniversite seviyesindedir.

Tablo 3.9. Çalışmaya katılan katılımcıların eğitim durumu dağılımı

		n	%
Eğitim Durumu	Eğitimsiz+İlkokul	147	39,2
	Ortaokul	62	16,5
	Lise	126	33,6
	Üniversite	40	10,7

Katılımcıların %22,7'si (85 kişi) Çankaya'da, %21,3'ü (80 kişi) Keçiören, %16,0'ı (60 kişi) Yenimahalle, %14,7'si (55 kişi) Mamak, %12,0'sı (45 kişi) Etimesgut, %6,7'si (25 kişi) Gölbaşı, %6,7'si (25 kişi) Polatlı ilçesinde oy kullanmıştır.

Tablo 3.10. Çalışmaya katılan katılımcıların oy kullanacağı ilçeye göre dağılımı

		n	(%)
Oy Kullandığınız İlçe	Çankaya	85	22,7
	Keçiören	80	21,3
	Yenimahalle	60	16
	Mamak	55	14,7
	Etimesgut	45	12
	Gölbaşı	25	6,7
	Polatlı	25	6,7

Katılımcıların %42,9'u (161 kişi) AK Parti, %26,9'u (101 kişi) CHP, %13,1'i (49 kişi) MHP, %4,0'ü (15 kişi) HDP, %2,1'i (8 kişi) diğer partilere oy verdiğini belirtirken, %10,9'u (41 kişi) ise 1 Kasım seçimlerinde oy kullanmadığını belirtmiştir.

Tablo 3.11. Çalışmaya katılan katılımcıların 1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiğinin dağılımı

		n	(%)
1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?	AKPARTİ	161	42,9
	CHP	101	26,9
	MHP	49	13,1
	HDP	15	4
	Diğer	8	2,1
	Oy kullanmayan	41	10,9

Katılımcıların %37,8'i (131 kişi) oy vereceği partinin her zaman belli olduğunu söylerken, %27,7'si (96 kişi) aday belirlendikten sonra, %21,3'ü (74 kişi) seçim kampanyaları sırasında, %8,6'sı (30 kişi) sandık başında, %4,6'sı (16 kişi) ise seçimden birkaç gün önce oy verme kararlarının netleştiğini belirtmişlerdir.

Tablo 3.12. Çalışmaya katılan katılımcıların oy verme kararının genelde ne zaman netleştiğinin dağılımı

		n	(%)
Oy verme kararınız genelde ne zaman netleşir?	Aday belirlendikten sonra	96	27,7
	Oy vereceğim parti her zaman bellidir	131	37,8
	Sandık başında	30	8,6
	Seçim kampanyaları sırasında	74	21,3
	Seçimden birkaç gün önce	16	4,6

Katılımcıların %23,6'sı (88 kişi) kamuoyu araştırma sonuçlarını takip ettiğini, %56,1'i (208 kişi) kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulduğunu, %50,7'si (188 kişi) kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olduğunu, %88,4'ü (328 kişi) kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu, %7,6'sı (28 kişi) seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşündüğünü, %93,0'ı (346 kişi) seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşündüğünü, %12,9'u (48 kişi) 1 kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldığını, %89,1'i (334 kişi) 1 kasım seçimlerinde oy kullandığını beyan etmiştir.

Tablo 3.13. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinin dağılımı

		n	(%)
Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?	Evett	88	23,6
	Hayır	285	76,4
Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?	Evett	208	56,1
	Hayır	163	43,9
Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olurmu?	Evett	188	50,7
	Hayır	183	49,3
Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?	Evett	328	88,4
	Hayır	43	11,6
Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?	Evett	28	7,6
	Hayır	339	92,4
Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?	Evett	346	93
	Hayır	26	7
1 kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evett	48	12,9
	Hayır	324	87,1
1 kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?	Evett	334	89,1
	Hayır	41	10,9

3.6.Araştırma Bulguları

Karşılaştırma Analizleri

Katılımcıların oy kullandıkları ilçeler arasında cinsiyet, yaş, eğitim durumu açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.14. Çalışmaya katılan katılımcıların oy kullandıkları ilçeler arasında cinsiyet, yaş, eğitim durumu açısından dağılımı

		Çankaya	%	Keçiören	%	Mamak	%	Yenimahalle	%	Etimesgut	%	Gölbaşı	%	Polatlı	%	p
Cinsiyet	Erkek	43	50,6	40	50	28	50,9	30	50	22	48,9	12	48	12	48	1
	Kadın	42	49,4	40	50	27	49,1	30	50	23	51,1	13	52	13	52	
Yaş	18-24	9	10,6	8	10	6	10,9	7	11,7	5	11,1	3	12	3	12	1
	25-34	20	23,5	19	23,8	13	23,6	14	23,3	11	24,4	6	24	7	28	
	35-44	19	22,4	19	23,8	13	23,6	14	23,3	10	22,2	6	24	5	20	
	45-54	15	17,6	14	17,5	10	18,2	11	18,3	8	17,8	5	20	5	20	
	55-64	12	14,1	11	13,8	7	12,7	8	13,3	6	13,3	3	12	2	8	
	65+	10	11,8	9	11,3	6	10,9	6	10	5	11,1	2	8	3	12	
Eğitim Durumu	Eğitimsiz+İlkokul	32	37,6	38	47,5	15	27,3	23	38,3	20	44,4	15	60	4	16	0,053
	Ortaokul	13	15,3	10	12,5	13	23,6	10	16,7	4	8,9	2	8	10	40	
	Lise	28	32,9	23	28,8	23	41,8	21	35	15	33,3	7	28	9	36	
	Üniversite	12	14,1	9	11,3	4	7,3	6	10	6	13,3	1	4	2	8	

Katılımcıların oy kullandıkları ilçeler arasında kamuoyu araştırmalarını takip etme açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır. Polatlı’da takip edilme oranı %47,8 iken, Gölbaşı’nda %0,0’dır($p<0,001$).

Katılımcıların oy kullandıkları ilçeler arasında kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünme açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır. Polatlı’da etkili olduğunu düşünme %100,0 iken, Mamak’ta %76,4’dür ($p=0,010$).

Katılımcıların oy kullandıkları ilçeler arasında 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır. Keçiören’de ankete katılma oranı %18,8 iken, Polatlı’da %0,0’dır ($p=0,044$)

Tablo 3.15. Çalışmaya katılan katılımcıların 1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiği, oy verme kararının genelde ne zaman netleştiği, araştırma sonuçları hakkındaki düşünceleri ile oy verilen bölge arasındaki ilişkinin dağılımı

		Çankaya %	Keçiören %	Mamak %	Yenimahalle %	Etimesgut %	Gölbaşı %	Polatlı %	p							
1 kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiğiniz?	AKPARTİ	37	43,5	34	42,5	24	43,6	26	43,3	19	42,2	10	40	11	44	1
	CHP	23	27,1	22	27,5	15	27,3	16	26,7	12	26,7	7	28	6	24	
	MHP	12	14,1	10	12,5	7	12,7	8	13,3	6	13,3	3	12	3	12	
	HDP	3	3,5	4	5	2	3,6	2	3,3	2	4,4	1	4	1	4	
	Oy kullanmayan	8	9,4	9	11,3	6	10,9	7	11,7	5	11,1	3	12	3	12	
	Diğer	2	2,4	1	1,3	1	1,8	1	1,7	1	2,2	1	4	1	4	
Oy verme kararınız genelde ne zaman netleşir?	Aday belirlendikten sonra	21	26,6	26	35,1	17	33,3	12	21,8	10	24,4	5	20,8	5	21,7	0,773
	Oy vereceğim parti her zaman bellidir	28	35,4	26	35,1	18	35,3	26	47,3	13	31,7	13	54,2	7	30,4	
	Sandık başında	8	10,1	7	9,5	1	2	4	7,3	5	12,2	1	4,2	4	17,4	
	Seçim kampanyaları sırasında	18	22,8	13	17,6	11	21,6	10	18,2	12	29,3	4	16,7	6	26,1	
	Seçimden birkaç gün önce	4	5,1	2	2,7	4	7,8	3	5,5	1	2,4	1	4,2	1	4,3	
Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?	Evet	20	23,5	20	25	18	32,7	17	28,3	2	4,4	0	0	11	47,8	<0,001
	Hayır	65	76,5	60	75	37	67,3	43	71,7	43	95,6	25	100	12	52,2	
Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?	Evet	56	66,7	39	48,8	29	52,7	33	55	24	53,3	14	56	13	59,1	0,416
	Hayır	28	33,3	41	51,3	26	47,3	27	45	21	46,7	11	44	9	40,9	
Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olur mu?	Evet	54	64,3	34	42,5	27	49,1	30	50	23	51,1	12	48	8	36,4	0,112
	Hayır	30	35,7	46	57,5	28	50,9	30	50	22	48,9	13	52	14	63,6	
Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu	Evet	77	91,7	68	85	42	76,4	54	90	44	97,8	21	84	22	100	0,01
	Hayır	7	8,3	12	15	13	23,6	6	10	1	2,2	4	16	0	0	
Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?	Evet	6	7,1	7	8,8	8	14,8	4	6,8	1	2,3	0	0	2	9,1	0,239
	Hayır	78	92,9	73	91,3	46	85,2	55	93,2	43	97,7	24	100	20	90,9	
Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	81	95,3	76	95	48	87,3	53	88,3	44	97,8	23	92	21	95,5	0,249
	Hayır	4	4,7	4	5	7	12,7	7	11,7	1	2,2	2	8	1	4,5	
1 kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evet	8	9,4	15	18,8	10	18,2	11	18,3	2	4,4	2	8	0	0	0,044
	Hayır	77	90,6	65	81,3	45	81,8	49	81,7	43	95,6	23	92	22	100	
1 kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?	Evet	77	90,6	71	88,8	49	89,1	53	88,3	40	88,9	22	88	22	88	1
	Hayır	8	9,4	9	11,3	6	10,9	7	11,7	5	11,1	3	12	3	12	

Kadın ve erkek katılımcılar arasında sorulara verdikleri cevaplar açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.16. Çalışmaya katılan katılımcıların 1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiği, oy verme kararının genelde ne zaman netleştiği, araştırma sonuçları hakkındaki düşünceleri ile cinsiyet arasındaki ilişkinin dağılımı

		Erkek	%	Kadın	%	p
1 kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?	AKPARTİ	77	41,2	84	44,7	0,902
	CHP	54	28,9	47	25	
	Diğer	3	1,6	5	2,7	
	HDP	7	3,7	8	4,3	
	Oy kullanmayan	22	11,8	19	10,1	
	MHP	24	12,8	25	13,3	
Oy verme kararınız genelde ne zaman netleşir?	Aday belirlendikten sonra	47	27,5	49	27,8	0,849
	Oy vereceğim parti her zaman bellidir	61	35,7	70	39,8	
	Sandık başında	17	9,9	13	7,4	
	Seçim kampanyaları sırasında	37	21,6	37	21	
	Seçimden birkaç gün önce	9	5,3	7	4	
Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?	Evet	43	23	45	24,2	0,785
	Hayır	144	77	141	75,8	
Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?	Evet	104	55,6	104	56,5	0,86
	Hayır	83	44,4	80	43,5	
Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olurmu?	Evet	94	50,3	94	51,1	0,875
	Hayır	93	49,7	90	48,9	
Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	163	87,2	165	89,7	0,451
	Hayır	24	12,8	19	10,3	
Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?	Evet	16	8,6	12	6,6	0,477
	Hayır	170	91,4	169	93,4	
Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	172	92	174	94,1	0,432
	Hayır	15	8	11	5,9	
1 kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evet	22	11,8	26	14,1	0,51
	Hayır	165	88,2	159	85,9	
1 kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?	Evet	165	88,2	169	89,9	0,607
	Hayır	22	11,8	19	10,1	

Yaş grupları arasında oy verdikleri parti açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır (p<0,001).

Yaş grupları arasında 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır. 35-44 yaş grubunda oy kullanma oranı %97,7 iken, 18-24 yaş grubunda ise %41,5'dir (p<0,001).

Tablo 3.17. Çalışmaya katılan katılımcıların 1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiği, oy verme kararının genelde ne zaman netleştiği, araştırma sonuçları hakkındaki düşünceleri ile yaş grupları arasındaki ilişkinin dağılımı

		18-24	%	25-34	%	35-44	%	45-54	%	55-64	%	65+	%	p
1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?	AKPARTİ	7	17,1	38	42,2	43	50	35	51,5	19	38,8	19	46,3	<0,001
	CHP	4	9,8	26	28,9	26	30,2	22	32,4	13	26,5	10	24,4	
	Diğer	2	4,9	1	1,1	4	4,7	0	0	1	2	0	0	
	HDP	3	7,3	4	4,4	3	3,5	2	2,9	1	2	2	4,9	
	Oy kullanmayan	24	58,5	5	5,6	2	2,3	2	2,9	5	10,2	3	7,3	
	MHP	1	2,4	16	17,8	8	9,3	7	10,3	10	20,4	7	17,1	
Oy verme kararınız genelde ne zaman netleşir?	Aday belirlendikten sonra	8	21,1	30	34,5	22	27,5	13	21	14	32,6	9	24,3	0,862
	Oy vereceğim parti her zaman bellidir	16	42,1	30	34,5	30	37,5	29	46,8	11	25,6	15	40,5	
	Sandık başında	4	10,5	6	6,9	5	6,3	8	12,9	3	7	4	10,8	
	Seçim kampanyaları sırasında	8	21,1	17	19,5	20	25	9	14,5	12	27,9	8	21,6	
	Seçimden birkaç gün önce	2	5,3	4	4,6	3	3,8	3	4,8	3	7	1	2,7	
Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?	Evet	6	14,6	21	23,3	20	23,5	18	26,9	13	26,5	10	24,4	0,78
	Hayır	35	85,4	69	76,7	65	76,5	49	73,1	36	73,5	31	75,6	
Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?	Evet	20	48,8	51	56,7	49	58,3	36	53,7	30	61,2	22	55	0,88
	Hayır	21	51,2	39	43,3	35	41,7	31	46,3	19	38,8	18	45	
Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olurmu?	Evet	18	43,9	48	53,3	44	52,4	33	49,3	27	55,1	18	45	0,841
	Hayır	23	56,1	42	46,7	40	47,6	34	50,7	22	44,9	22	55	
Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	37	90,2	80	88,9	71	84,5	59	88,1	42	85,7	39	97,5	0,419
	Hayır	4	9,8	10	11,1	13	15,5	8	11,9	7	14,3	1	2,5	
Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?	Evet	3	7,5	5	5,6	10	12	8	11,9	1	2	1	2,6	0,142
	Hayır	37	92,5	84	94,4	73	88	59	88,1	48	98	38	97,4	
Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	39	95,1	85	94,4	77	90,6	63	94	43	87,8	39	97,5	0,456
	Hayır	2	4,9	5	5,6	8	9,4	4	6	6	12,2	1	2,5	
1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evet	5	12,2	10	11,1	15	17,6	9	13,4	7	14,3	2	5	0,507
	Hayır	36	87,8	80	88,9	70	82,4	58	86,6	42	85,7	38	95	
1 Kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?	Evet	17	41,5	85	94,4	84	97,7	66	97,1	44	89,8	38	92,7	<0,001
	Hayır	24	58,5	5	5,6	2	2,3	2	2,9	5	10,2	3	7,3	

Eğitim durumu grupları arasında 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır. Ortaokul mezunlarında oy kullanma oranı %93,5 iken, ilkokul grubunda ise %83'dir (p=0,03).

Tablo 3.18. Çalışmaya katılan katılımcıların 1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiği, oy verme kararının genelde ne zaman netleştiği, araştırma sonuçları hakkındaki dűřünceleri ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

		Eğitimsiz+ilkokul	%	Ortaokul	%	Lise	%	Üniversite	%	p
1 kasım seçimlerinde hangi partiye verdiniz?	AKPARTİ	56	38,1	34	54,8	49	38,9	22	55	0,28
	CHP	38	25,9	14	22,6	40	31,7	9	22,5	
	Diğer	4	2,7	1	1,6	3	2,4	0	0	
	HDP	6	4,1	3	4,8	5	4	1	2,5	
	Oy kullanmayan	25	17	4	6,5	9	7,1	3	7,5	
	MHP	18	12,2	6	9,7	20	15,9	5	12,5	
Oy verme kararınız genelde ne zaman netleşir?	Aday belirlendikten sonra	38	27,5	20	35,1	31	26,7	7	19,4	0,26
	Oy vereceğim parti her zaman bellidir	52	37,7	21	36,8	41	35,3	17	47,2	
	Sandık başında	8	5,8	5	8,8	15	12,9	2	5,6	
	Seçim kampanyaları sırasında	29	21	10	17,5	27	23,3	8	22,2	
	Seçimden birkaç gün önce	11	8	1	1,8	2	1,7	2	5,6	
Kamuyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?	Evet	28	19	17	27,9	34	27	9	23,1	0,38
	Hayır	119	81	44	72,1	92	73	30	76,9	
Kamuyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?	Evet	81	55,1	36	59	72	58,1	19	48,7	0,72
	Hayır	65	44,9	25	41	52	41,9	20	51,3	
Kamuyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olur mu?	Evet	66	44,9	34	55,7	71	57,3	17	43,6	0,14
	Hayır	81	55,1	27	44,3	53	42,7	22	56,4	
Kamuyu arařtırma sonuçlarının diđer seçmenler üzerinde etkili olduđunu dűřünüyor musunuz?	Evet	133	90,5	51	83,6	109	87,9	35	89,7	0,56
	Hayır	14	9,5	10	16,4	15	12,1	4	10,3	
Seçim sonuçlarında hile yapıldığını dűřünüyor musunuz?	Evet	8	5,5	6	9,8	14	11,5	0	0	0,07
	Hayır	137	94,5	55	90,2	108	88,5	39	100	
Seçim günü sandıđa gitmenin gerekli olduđunu dűřünüyor musunuz?	Evet	141	95,9	55	90,2	112	89,6	38	97,4	0,1
	Hayır	6	4,1	6	9,8	13	10,4	1	2,6	
1 kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evet	15	10,2	11	18	18	14,4	4	10,3	0,41
	Hayır	132	89,8	50	82	107	85,6	35	89,7	
1 kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?	Evet	122	83	58	93,5	117	92,9	37	92,5	0,03
	Hayır	25	17	4	6,5	9	7,1	3	7,5	

1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında sorulara verdikleri cevaplar açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır. Oy kullanan katılımcıların %24,4'ü kamuoyu araştırma sonuçlarını takip ettiğini, %56,1'i araştırma sonuçlarını güvenilir bulduğunu, %51,2'si sonuçların oy kararlarında etkili olduğunu, %89,1'i kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşündüğünü, %7,9'u seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşündüğünü, %93,1'i sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşündüğünü %12,7'si kampanya döneminde bir ankete katıldığını belirtmiştir.

Tablo 3.19. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşünceleri ile 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

		1 kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?				p
		Evet		Hayır		
Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip eder misiniz?	Evet	81	24,4	7	17,1	0,297
	Hayır	251	75,6	34	82,9	
Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?	Evet	185	56,1	23	56,1	0,996
	Hayır	145	43,9	18	43,9	
Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olur mu?	Evet	169	51,2	19	46,3	0,556
	Hayır	161	48,8	22	53,7	
Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	294	89,1	34	82,9	0,245
	Hayır	36	10,9	7	17,1	
Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?	Evet	26	7,9	2	5,1	0,534
	Hayır	302	92,1	37	94,9	
Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	308	93,1	38	92,7	1
	Hayır	23	6,9	3	7,3	
1 kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evet	42	12,7	6	14,6	0,726
	Hayır	289	87,3	35	85,4	

Araştırma Soruları için Karşılaştırma Analizleri

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler ile etmeyenler arasında 1 Kasım seçimlerinde oy verdikleri parti açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır (p=0,029).

Tablo 3.20. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler ile 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	1 Kasım seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?								p
		AKPARTİ	CHP	Diğer	HDP	Oy kullanmayan	MHP	Toplam	
Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?	Evet	31	35	0	3	7	12	88	0,029
	Hayır	130	65	8	12	34	36	285	
	Toplam	161	100	8	15	41	48	373	

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlar arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.21. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenli bulma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?				p
		Evet	Hayır	Toplam	
Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?	Evet	46	162	208	0,412
	Hayır	42	121	163	
	Toplam	88	283	371	

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler ile kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkisi olanlar arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.22. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçları oy verme kararını etkileme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?				
		Evet	Hayır	Toplam	p
Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olurmu?	Evet	48	140	188	0,406
	Hayır	40	143	183	
	Toplam	88	283	371	

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler ile kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünenler arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.23. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?				
		Evet	Hayır	Toplam	p
Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	74	254	328	0,147
	Hayır	14	29	43	
	Toplam	88	283	371	

Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenlerle düşünmeyenler arasında kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır (p=0,001).

Tablo 3.24. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?				P
		Evet	Hayır	Toplam	
Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?	Evet	14	14	28	0,001
	Hayır	72	267	339	
	Toplam	86	281	367	

Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenlerle düşünmeyenler arasında kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır (p=0,001).

Tablo 3.25. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?				P
		Evet	Hayır	Toplam	
Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	75	271	346	0,001
	Hayır	13	13	26	
	Toplam	88	284	372	

1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ile katılmayanlar arasında kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır ($p < 0,001$).

Tablo 3.26. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?				P
		Evet	Hayır	Toplam	
1 kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evet	26	22	48	<0,001
	Hayır	62	262	324	
	Toplam	88	284	372	

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler ile 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.27. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını takip etme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?				p
		Evet	Hayır	Toplam	
1 kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?	Evet	81	251	332	0,297
	Hayır	7	34	41	
	Toplam	88	285	373	

Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararında etkili olanlar ile olmayanlar arasında kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır ($p < 0,001$).

Tablo 3.28. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarında oy kararınızın etkili olma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyormusunuz?				
		Evet	Hayır	Toplam	P
Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olurmu?	Evet	160	28	188	<0,001
	Hayır	48	135	183	
	Toplam	208	163	371	

Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlar ile kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenlerin oy kararında etkisi olduğunu düşünenler arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.29. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?				
		Evet	Hayır	Toplam	P
Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	180	148	328	0,203
	Hayır	28	15	43	
	Toplam	208	163	371	

Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlar ile seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.30. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?				
		Evet	Hayır	Toplam	P
Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?	Evet	18	10	28	0,359
	Hayır	187	151	338	
	Toplam	205	161	366	

Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler ile düşünmeyenler arasında kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenli bulma açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır ($p=0,026$).

Tablo 3.31. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?				
		Evet	Hayır	Toplam	P
Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	188	157	345	0,026
	Hayır	20	6	26	
	Toplam	208	163	371	

Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlar ile 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.32. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?				
		Evet	Hayır	Toplam	P
1 kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evet	33	15	48	0,058
	Hayır	175	148	323	
	Toplam	208	163	371	

Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlar ile 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.33. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyor musunuz?				
		Evet	Hayır	Toplam	P
1 kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?	Evet	185	145	330	0,996
	Hayır	23	18	41	
	Toplam	208	163	371	

Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünenler ile düşünmeyenler arasında kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararlarında etkili olması açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır ($p=0,008$).

Tablo 3.34. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olurmu?				
		Evet	Hayır	Toplam	P
Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	158	170	328	0,008
	Hayır	30	13	43	
	Toplam	188	183	371	

Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkisi olanlar ile seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.35. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olurmu?				
		Evet	Hayır	Toplam	p
Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?	Evet	18	10	28	0,13
	Hayır	167	171	338	
	Toplam	185	181	366	

Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler ile düşünmeyenler arasında kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararlarında etkili olması açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır (p=0,001).

Tablo 3.36. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olurmu?				
		Evet	Hayır	Toplam	P
Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	167	178	345	0,001
	Hayır	21	5	26	
	Toplam	188	183	371	

1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ile katılmayanlar arasında kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararlarında etkili olması açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır (p=0,018).

Tablo 3.37. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olurmu?				
		Evet	Hayır	Toplam	P
1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evet	32	16	48	0,018
	Hayır	156	167	323	
	Toplam	188	183	371	

1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ile katılmayanlar arasında kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olması açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır ($p < 0,001$).

Tablo 3.38. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu				
		Evet	Hayır	Toplam	p
1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evet	24	24	48	<0,001
	Hayır	304	19	323	
	Toplam	328	43	371	

Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkisi olduğunu düşünenler ile 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.39. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu ile kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olma durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?				
		Evet	Hayır	Toplam	p
1 Kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?	Evet	294	36	330	0,296
	Hayır	34	7	41	
	Toplam	328	43	371	

Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler ile düşünmeyenler arasında seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır ($p=0,001$).

Tablo 3.40. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu ile seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?				p
		Evet	Hayır	Toplam	
Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	21	322	343	0,001
	Hayır	7	17	24	
	Toplam	28	339	367	

1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ile katılmayanlar arasında seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır ($p<0,001$).

Tablo 3.41. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?				p
		Evet	Hayır	Toplam	
1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evet	13	33	46	<0,001
	Hayır	15	306	321	
	Toplam	28	339	367	

Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler ile 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.42. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu ile seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?				p
		Evet	Hayır	Toplam	
1 kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?	Evet	26	302	328	0,753
	Hayır	2	37	39	
	Toplam	28	339	367	

1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar ile katılmayanlar arasında seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır ($p < 0,001$).

Tablo 3.43. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumu ile seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?				p
		Evet	Hayır	Toplam	
1 kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	Evet	29	19	48	<0,001
	Hayır	317	7	324	
	Toplam	346	26	372	

Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler ile 1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar arasında istatistiksel anlamlı fark saptanmamıştır.

Tablo 3.44. Çalışmaya katılan katılımcıların araştırma sonuçları hakkındaki düşüncelerinden 1 Kasım seçimlerinde oy kullanma durumu ile seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünme durumu arasındaki ilişkinin dağılımı

	Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?				p
		Evet	Hayır	Toplam	
1 kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?	Evet	308	23	331	1
	Hayır	38	3	41	
	Toplam	346	26	372	

SONUÇ

Cemiyetler halinde yaşayan insan, bireysel olarak da toplumsal bir varlıktır. Toplum içinde eşit kaynaklara sahip olmayan bireyler, bir arada yaşayabilmek için ortak kurallar bularak ve bu kuralları uygulayarak, yaşamın kolaylaşmasını sağlamak amacıyla siyaset olgusuna ihtiyaç duymuşlardır. Toplumsal düzenin sağlanmasında rol almak isteyen siyasi aktörler seçmene ulaşmada ve ikna etmede yeni yöntemler ve farklı stratejiler geliştirmişlerdir. Kamuoyunu etkilemek ya da kamuoyuna kulak vermek isteyen siyasiler farklı araştırma yöntemleri ile seçmenin nabzını tutmayı amaçlamıştır.

Bu çalışmada kamuoyu araştırmalarının seçmenlerin oy tercihine etkileri adım adım incelenmiştir. Kamuoyu araştırmaları seçmenlerin oy verme tercihlerini belirlemek amacıyla yapılmasının yanında karar verme zamanları, demografik özellikleri, cinsiyet ya da yaş farklılıkları gibi durumlar arasında değişiklikleri belirlemek içinde kullanılarak seçim kampanyalarına yön vermektedir.

Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgulara bakıldığında örnek planlamasına uyulduğu görülmektedir. Planlandığı gibi 375 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Nüfus sayılarında olduğu gibi kadın erkek görüşmeci sayısı eşit olarak yapılmıştır. Yine TÜİK'ten alınan veriler ışığında yapılan planlamaya göre ankete katılanların çoğunluğu 35-44 yaş aralığında ve Çankaya ilçesinde ikamet etmektedir. 1 Kasım 2015 genel seçiminde partilerin oy oranı dikkate alınarak planlanan parti kotasına göre çalışmamızda da en fazla görüşmeci Ak Parti seçmeni olmuştur. Katılanların eğitim durumlarına bakıldığında en fazla ilkokul mezunu, oy verme kararının netleşme zamanına bakıldığında ise en fazla “oy vereceğim parti her zaman bellidir” cevabı görülmektedir.

Anket formunda yer alan ifadeler tek tek incelenmiştir.

Anket formunda yer alan “Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler” ifadesine en fazla evet cevabı veren ilçe Çankaya ve Keçiören ilçesinde verilmiştir. Bu ifadeye en fazla evet cevabı kadın katılımcılar, 25-34 yaş aralığında ve eğitim durumu lise olanlar tarafından verilmiştir.

“Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanlar” ifadesine en fazla evet cevabı veren ilçe Çankaya, en fazla hayır cevabı veren ilçe ise Keçiören seçmenidir. Erkek ve kadın seçmenler eşit şekilde evet derken, 25-34 yaş aralığı seçmenler ve eğitim durumu

ilkokul olan seçmenler çoğunlukla evet cevabını vermiştir.

“Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkili olanlar” ifadesine en fazla evet diyen Çankaya seçmeni olurken en fazla hayır diyen Keçiören seçmenidir. Diğer değişkenlere bakıldığında en kadın ve erkek seçmen eşit sayıda evet demiştir. En fazla 25-34 yaş arası seçmen ve en fazla lise mezunu seçmen evet demiştir.

“Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünenler” ifadesi açısından veriler değerlendirildiğinde en fazla evet diyen ilçe Çankaya, en fazla hayır diyen ilçe Mamak seçmenidir. Evet cevabı veren seçmenlerin çoğunluğu kadın, 25-34 yaş aralığı ve ilkokul eğitimi seçmenlerden oluşmaktadır.

“Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünenler” ifadesi için en fazla evet diyen ilçe Mamak en fazla hayır diyen ilçe Çankaya seçmenidir. Çoğunluğu evet diyenler; erkek seçmenler, 35-44 yaş arası seçmenler ve lise mezunu seçmenlerden oluşmaktadır.

“Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünenler” ifadesine en fazla evet cevabı veren seçmen Çankaya’da, en fazla hayır cevabı veren seçmen Yenimahalle ve Mamak’ta ikamet ettiğini belirtmiştir. Diğer değişkenlere bakıldığında en fazla evet cevabı; kadın seçmenler, 25-34 yaş aralığı seçmenler ve eğitim durumu ilkokul olan seçmenler tarafından verilmiştir.

“1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar” ifadesine en fazla Keçiören seçmeni evet derken, en fazla Çankaya seçmeni hayır demiştir. Çoğunlukta kadın seçmenler, 35-44 yaş arası seçmenler ve lise mezunu seçmenler bu ifade için evet demişlerdir.

“1 Kasım seçimlerinde oy kullananlar” ifadesi için en fazla evet cevabı Çankaya ilçesinde ikamet eden katılımcılardan gelirken, hayır cevabı Keçiören ilçesinde ikamet eden katılımcılar tarafından cevaplanmıştır. Bu ifadeye en fazla evet cevabı kadın katılımcılar, 25-34 yaş arası ve eğitim durumu ilkokul olan katılımcılar tarafından işaretlenmiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler ile etmeyenler arasında 1 Kasım seçimlerinde oy verdikleri parti açısından istatistiksel anlamlı fark saptanmıştır. Katılımcıların çoğunluğu kamuoyu araştırma sonuçlarını takip ederimsiniz ifadesine hayır demiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip ettiğini belirten katılımcıların çoğunluğu kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulduğunu söylemiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenler ile kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararına etkisi incelendiğinde cevapların birbirine yakın olduğu görülmüştür.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip eden katılımcıların çoğunluğu kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerindeki etkisi için evet demiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip eden katılımcıların çoğunluğu kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünmektedir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip eden katılımcıların çoğunluğu seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünmediğini belirtmiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip eden katılımcıların çoğunluğu seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşündüğünü belirtmiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenlerin çoğunluğu 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılmadığını söylemiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edenlerin çoğunluğu 1 Kasım seçimlerinde oy kullandığını belirtmiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilirliği ile kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkisi arasındaki ilişkiye bakıldığında cevapların birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanların çoğunluğu kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerindeki etkisi için evet demiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulanların çoğunluğu seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünmediğini belirtmiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulan seçmenler seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu söylemiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulup bulmadığı ile 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılanlar arasındaki ilişkiye bakıldığında katılımcıların çoğunluğu ankete katılmadığını belirtmiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir bulan katılımcıların çoğunluğu, 1 Kasım seçimlerinde oy kullandığını söylemiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararlarında etkili olduğunu düşünenler, kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde de etkili olduğunu ve kamuoyu araştırma sonucundan etkilenmeyenlerde diğer seçmenlerinde etkilenmediğini söylemiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararında etkisine hayır diyenlerin çoğunluğu seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünmediğini belirtmiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararlarında etkisine evet diyen katılımcıların çoğunluğu seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğuna da evet demiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarının oy kararını etkileyen katılımcılar, 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılma durumlarına çoğunlukla hayır demiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkisine evet diyen katılımcıların çoğunluğu, 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılmadığını belirtmiştir.

Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkisi olduğunu düşünenler, çoğunlukla 1 Kasım seçimlerinde oy kullandığını söylemiştir.

Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünmediğini belirten katılımcıların çoğunluğu seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünmektedir.

Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünmeyen katılımcıların çoğunluğu, 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılmadığını belirtmiştir.

Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünmeyenlerin çoğu 1 Kasım seçimlerinde oy kullandığını söylemiştir.

Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünen katılımcıların çoğu, 1 Kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katılmadığını söylemiştir.

Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünen katılımcılar, 1 Kasım seçimlerinde oy kullandıklarını belirtmiştir.

KAYNAKLAR

Akçalı, Nazif (1991). Siyaset Bilimine Giriş, Ege Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları, İzmir.

Akgül, Fatma İlknur (2013). Türkiye'de Seçmen Davranışları: Politik Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Etkileyen Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, Gediz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,

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

Anık, C. (1994). Kamuoyunu Oluşturan Araçlar. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi İletişim

Atabek, Nejdet (1996). “Kamuoyu: Basında Kamuoyu Araştırmaları”, Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı,

Atabek, N. Ve Dağtaş, E. (1998). Kamuoyu Ve İletişim. Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık Ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları: Eskişehir.

Aydın, Kenan Ve Özbek Volkan, “Ailenin Seçmen Davranışları Üzerindeki Etkisi”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Kocaeli Üniversitesi Yayınları, Sayı: 2, Kocaeli: 2004,

Bal, Hüseyin (2004). İletişim Sosyolojisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Yayın No:42, Isparta.

Barut, B. (2005). “Siyasal Reklamcılık Özelinde Siyasal Tutumların Oluşması Süreci”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15(2)

Baykal, D. (1970). Siyasal Katılma - Bir Davranış İncelemesi. , Ankara: AÜSBF Yayını

Bektaş, Arsev (1996). Kamuoyu İletişim Ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul.

Can , H. (1992), Organizasyon Ve Yönetim, Ankara: Adım Yayıncılık,

Çam, Esat (1987), Siyaset Bilimine Giriş, Der Yayınları, İstanbul,

Çetinkaya, A. (2011).Türkiye'deki 2010 Referandum Sürecinde Yapılan Kamuoyu Araştırmalarına Ait Medya Yansımalarının Kamuoyu Üzerindeki Etkileri. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Çevik, Hüseyin (2001). Türkiye'de Kamu Yönetimi Sorunları, Seçkin Yayınları, Ankara.

Çukurçayır, M. Akif (2000), Siyasal Katılma Ve Yerel Demokrasi, Yargı Yayınevi, Ankara,

Damlapınar, Zülfikar Ve Balcı, Şükrü (2005). Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen Etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan Araştırması. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 4(1),

Daver Bülent (1993), "Siyaset Bilimine Giriş", Siyasal Kitabevi, Isbn: 975-735-100-13, Ankara,

Dinçkol Bihterin (2006), "Yönetilenlerin "Öz Yönetimi" Kamuoyu, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl:5 Sayı:10 Güz 2006/2

Doğan, Adem; Göker, Göksel (2010), Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi (29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmen Örneği), Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İibf Dergisi,

Doğan, Adem; Göker, Göksel (2013). Siyasal İletişim Araştırmaları, Ankara: Nobel Yayınları,

Duman, D. ve İpekşen Su, S., 2013. "Türkiye'de Genel Seçim Kampanyaları (1950-2002)", Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic , 8(7),

Duran, Hasan (2005), Siyasal Katılmayı Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma: Tavşanlı - Kütahya Örneği, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2005,

Dursun, Davut (2002). Siyaset Bilimi, Beta Yayınları, İstanbul.

Ekinci, Necdet (2014), "Siyasal İletişim Çalışmalarında Kapsam Ve Yaklaşım Sorunsalı", İletişim Ve Diploması, Tc. Başbakanlık Basın Yayın Ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Yıl:2, S:3, Temmuz-Aralık,

Ercins, G. (2007). "Türkiye'de Sosyo-Ekonomik Faktörlere Bağlı Olarak Değişen Seçmen Davranışı", Cumburiyet Üniversitesi. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 8(2)

Erdoğan, İrfan Ve Alemdar, Korkmaz (1990). İletişim Ve Toplum: Kitle İletişim Kuramları Tutucu Ve Değişimci Yaklaşımlar, Bilgi Yayınevi, Ankara.

Ergin, Çağın (2009). "Kamuoyu Ve Baskı Grupları", Siyaset, (Editör: Mümtaz'er Türköne), Opus Yayınları, İstanbul,

Eroğul, Cem (1999), Devlet Yönetimine Katılma Hakkı, 2.B, İmge Kitabevi, Ankara, 1999,

Ersin Kalaycıoğlu (1984) Çağdaş Siyasal Bilim Beta Yayınevi İstanbul

ESER, Bahadır H, "Üniversite Eğitiminin Siyasal Tutumlar Üzerindeki Etkisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Örnek Olayı", SDÜ-SBE Dergisi, Güz 2005,

Fatma İlknur Akgül, (2013). Türkiye'de Seçmen Davranışları: Politik Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Etkileyen Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, Gediz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,

Güler, Ahmet. Halıcıoğlu, Mustafa Bülent. Taşgın, Serkan. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma. Seçkin Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara

Güllüpunar, H., Diker, E., Ve Aslan, E., (2013), Oy Verme Yaklaşımları Bağlamında Aday Merkezli Seçmen Tercihi Üzerine Deneysel Bir Araştırma, Akademik Bakış Dergisi,

Güz, Nurettin (2005). Haberde Yönlendirme Ve Kamuoyu Araştırmaları, Nobel Yayınları, Ankara.

Hülür, Himmet Ve Kalender, Ahmet (2003). Sosyo- Politik Tutumlar Ve Din (Konya Araştırması), Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları,

Işık, Metin (2000). İletişimden Kitle İletişimine, Mikro Yayınları, Konya.

İsen, Galip Ve Batmaz, Veysel (2002). Ben Ve Toplum: Sosyal Psikoloji, Om Yayınevi, İstanbul.

İslamoğlu, A.H., Altunışık, R. (2008). Tüketici Davranışları. İstanbul: Beta Basımcılık.

Kalaycıoğlu, Ersin (1983), Karşılaştırmalı Siyasal Katılma Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme, İ.Üni. Sbf Yayınları, İstanbul, 1983,

Kalender, A., (2005), Siyasal İletişim: Seçmenler Ve İkna Stratejileri. Konya Çizgi Kitabevi Yayınları

Kapani, Münci (2015), Politika Bilimine Giriş, 42.Baskı, Bilgi Yayınevi, Ankara,

Kılıç, Selim (2009), Kamuoyu Oluşum Sürecinde Sosyal Hareketler Ve Medya, Niğde Üniversitesi, İibf Dergisi, Cilt 2, Sayı 2,

Kışlalı, Ahmet Taner (1987). Siyaset Bilimi, Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları, Ankara.

Kışlalı Ahmet Taner (1992), “Siyaset Bilimi”, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara

Kışlalı, A.Tamer. (1997). Siyaset Bilimi. İkinci Baskı. Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir

Koç, E. (2007). Tüketici Davranışı Ve Pazarlama Stratejileri: Global Ve Yerel Yaklaşım. Ankara: Seçkin Yayınları.

Kotler, P (2015). Kotler Ve Pazarlama, Aura Yayınları, İstanbul

Kubat, M. Doğan. (2011). Seçim Mevzuatı, S.16

Lake, Celinda C. Ve Harper Pat Callbek (2002). Kamuoyu Araştırmaları, (Çeviren: Nurettin Güz), Altinküre Yayınları, Ankara

Mukadder Kahraman Türedi (2015). Siyasal Pazarlamada İletişim Kanallarının Seçmen Davranışlarına Olan Etkileri Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,

Murat Baran, (2014). Siyasal İletişim Çalışmalarında Yeni Medya Teknolojilerinin Kullanımı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Mutlu, Erol (1998). İletişim Sözlüğü, Ark Yayınları, Ankara.

Mutlu, Mustafa (2003). Vietnam'dan Körfez'e: Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu, Okumuş Adam Yayınları, İstanbul.

Negiz Nilüfer, "Seçmen Davranışında Sosyo Ekonomik Bir Faktör:Yaş", Yerel Siyaset Dergisi, Kasım, 2007,

Nisa Akın, (2012). Yerel Seçimlerde Aday İmajının Seçmen Tercihlerine Etkisi: İzmir İli İçin Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir,

Okay, Ayla (2008). Kurum Kimliği, Mediacat Yayınları, İstanbul.

Oktay, Mahmut (2002). Politikada Halkla İlişkiler, Derin Yayınları, İstanbul,

Oskay, Ünsal (1969). Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş: Seçilmiş Parçalar, Sevinç Matbaası, Ankara

Ömer. B. Pazarlama ilkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları, İstanbul: Beta 8. Baskı. 1999,

Özdemir, Murat. Nitel Veri Analiz: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,11(1)

Özer, Süleyman Yücel, (2015), Siyasi Partilerde Genç Seçmen Memnuniyetinin Parti Sadakatine Etkisi: Keçiören İlçesi Örneği, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eylül

Özsoy, Osman (2009), Seçim Kazandıran Siyasal İletişim, Pozitif Yayınları, İstanbul.

Öztekin, Ali (2000). Siyaset Bilimine Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Rigel, Nurdoğan (2000). İletişim Tasarımında Haber, Der Yayınları, İstanbul

Roney, Sevgin Akış.(2011). Bilimsel Araştırma Nedir. Turizm Araştırmaları Dergisi (Editör:Tütüncü, Özan. Araştırma İncelemeleri). Anatolia Yayıncılık Cilt 22, Sayı 2,

Rousseau, J. J., (2011), Toplum Sözleşmesi, Çeviri: Vedat Günyol, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 7. Baskı,

Sandıkçıoğlu, Bilge (2012), “Tarihsel Gelişim Süreci İçinde Siyasal İletişim”, Siyasal İletişim Edt. Ferruh Uztuğ, Yasemin Özgün, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları,

Schiller, Herbert (1993). Zihin Yönlendirenler, Pınar Yayınları, İstanbul.

Sekaran, Uma. (2003). RESEARCH METHODS FOR BUSINESS A Skill-Building Approach. John Wiley & Sons, 4. Baskı New York

Siyaset Bilimi(2014) Editör: Davut Dursun & Mustafa Altunoğlu Anadolu Üniversitesi Yayını

Sönmez, Veysel. ve Alacapınar, Füsün G. (2014). Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Anı Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara

Tekin, V. N. (2006). Pazarlama İlkeleri(Politikalar Stratejiler-Taktikler). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Tokgöz, Oya (2014), Siyasal İletişimi Anlamak, 2. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara.

Tuba Üzüm, (2012). Seçmen Bağlılığını Etkileyen Unsurların İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çankırı,

Tufan, Hülya (1995). “Kamuoyu Araştırmalarının Dayanılmaz Hafifliği”, Kamuoyu Kimin Oyunu (Derleyen: Hülya Tufan), Kesit Yayıncılık, İstanbul,

Turam, Emir (1994). Medyanın Siyasi Hayata Etkileri, İrfan Yayınevi, İstanbul.

Turan, İlter (1977), Siyasal Sistem Ve Siyasal Davranış, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayını, İstanbul,

Türk Dil Kurumu Sözlüğü

Türkmenoğlu, Ahmet Tarık (2011), Kamuoyu Araştırmalarının Siyasal Davranış Üzerindeki Etkisi: Konya Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Türköne, Mümtaz’er (2009). “Siyasi Partiler”, Siyaset (Editör: Mümtaz’er Türköne), Opus Yayınları, İstanbul,

Uysal, Birkan, “Siyasal Katılma Ve Katılma Davranışı Üzerinde Ailenin Etkisi”, Todaş Amme İdaresi Dergisi, 1981.

Ünver, Özkan Ve Gamgam, Hamza.(2008). Uygulamalı Temel İstatistik Yöntemler.Seçkin Yayıncılık,5. Baskı, Ankara

Vural, A.M. (1999). Yerel Basın Ve Kamuoyu. Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir

Yavaşgel, Emine (2004). Siyasal İletişim Kavramlar Ve Ardındakiler, Ankara: Babil Yayınları,

Yıldırım, Ali. Ve Şimşek Hasan. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin yayıncılık, 9. Baskı, Ankara

Yıldırım, Erdoğan, Türkiye’de Siyaset Süreci ve Profesyonel Siyasette Benliğin Kurulması:SHP Örneği, Ankara Ark Yayınları, 1995,

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

Yumlu, Konca (1994). Kitle İletişim Kuram Ve Araştırmaları, Nam Yayıncılık, İzmir.

Yüksek Seçim Kurulunun 26/08/2015 tarih ve 2015/1542 sayılı kararı ile "140/I sayılı Genelge"

Yüksel, Erkan (2007). “Kamuoyu Oluşturma Ve Gündem Belirleme Kavramları Nerede Kesişmekte Nerede Ayrılmaktadır”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C. 7, S. 1,

Zel, U. (2006). Kişilik Ve Liderlik. Ankara: Nobel Yayıncılık.

http://www.milligazete.com.tr/secmenin_karar_sureci/102016

EKLER

EK-1 Anket Formu

Değerli katılımcı,

Bu çalışma Kamuoyu Araştırmalarının Seçmenler Üzerindeki Etkilerini Ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Bu çalışma bilimsel amaçla kullanılacak olup elde edilen bilgiler herhangi kişi ve kurumla paylaşılmayacaktır. Anket formlarına isim yazmanız gerekmemektedir .Soruları cevaplama da gösterdiğiniz sabır ve samimiyet için teşekkür ederim.

Züleyha KARADEMİR

Ufuk Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi

1-Cinsiyet

- (1) Erkek (2) Kadın

2-Eğitim Durumunuz

- (1) Okuryazar
(2) İlköretim
(3) Lise
(4) Yüksekokul
(5) Lisans
(6) Lisansüstü

3-Yaşınız

- (1) 18-24 (4) 45-54
(2) 25-34 (5) 55-64
(3) 35-44 (6) 65+

4-Oy verme kararınız genelde ne zaman netleşir?

- (1) Oy vereceğim parti her zaman bellidir
(2) Seçim kampanyaları sırasında
(3) Aday belirlendikten sonra
(4) Seçimden birkaç gün önce
(5) Sandık başında
(6) Cevap yok

5-1Kasim Seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?

- (1) AKPARTİ
- (2) CHP
- (3) MHP
- (4) HDP
- (5) DİĞER
- (6) Oy Kullanmadı
- (7) Cevap Yok

6-Oy kullandığınız/Oturduğunuz ilçe neresidir?

7-Tablodaki ifadelere uygun olan cevabı söylemişsiniz?

		Evet	Hayır
1	Kamuoyu araştırma sonuçlarını takip edermisiniz?	1	2
2	Kamuoyu araştırma sonuçlarını güvenilir buluyormusunuz?	1	2
3	Kamuoyu araştırma sonuçları oy kararınızda etkili olurmu?	1	2
4	Kamuoyu araştırma sonuçlarının diğer seçmenler üzerinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?	1	2
5	Seçim sonuçlarında hile yapıldığını düşünüyor musunuz?	1	2
6	Seçim günü sandığa gitmenin gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?	1	2
7	1 kasım seçimlerinden önce kampanya döneminde bir ankete katıldınız mı?	1	2
8	1 kasım seçimlerinde oy kullandınız mı?	1	2