

**GEDİZ ÜNİVERSİTESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TÜRKİYE'DE SEÇMEN DAVRANIŞLARI:  
POLİTİK SOSYO-EKONOMİK BOYUTLARIYLA  
ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

**Fatma İlknur AKGÜL**

**Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Gaye GÜNGÖR**

**Uluslararası Politik Ekonomi Anabilim Dalı**

**Sunuş Tarihi: 24.07. 2013**

**İZMİR**

**2013**

**T.C.**  
**GEDİZ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TÜRKİYE’DE SEÇMEN DAVRANIŞLARI:  
POLİTİK SOSYO-EKONOMİK BOYUTLARIYLA  
ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

**Fatma İlknur AKGÜL**

**Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Gaye GÜNGÖR**

**Uluslararası Politik Ekonomi Anabilim Dalı**

**Sunuş Tarihi: 24.07. 2013**

**İZMİR**

**2013**

Fatma İlknur AKGÜL tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak sunulan “Türkiye’de Seçmen Davranışları: Politik Sosyo-Ekonomik Boyutları ile Etkileyen Faktörler” başlıklı bu çalışma Gediz Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği ile Gediz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim ve Öğretim Yönergesi’nin ilgili hükümleri uyarınca tarafımızdan değerlendirilerek savunmaya değer bulunmuş ve 24/07/2013 tarihinde yapılan tez savunma sınavında aday oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunmuştur.

**Jüri Üyeleri:**

**Jüri Başkanı : Yrd. Doç. Dr. Gaye GÜNGÖR**

**Üye : Yrd. Doç. Dr. Burak ÖNEMLİ**

**Üye : Yrd. Doç. Dr. Şevin GÜRARDA**

**İmza**

.....  
.....  
.....

## ÖZET

### TÜRKİYE’DE SEÇMEN DAVRANIŞLARI: POLİTİK SOSYO-EKONOMİK BOYUTLARIYLA ETKİLEYEN FAKTÖRLER

AKGÜL, Fatma İlknur

Yüksek Lisans Tezi, Uluslararası Politik Ekonomi Bölümü

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Gaye GÜNGÖR

Temmuz 2013, 76 sayfa

Demokratik rejimle yönetilen ülkelerde bireyler, siyasal alanla ilgili eylemlere katılır, siyasal mekanizmaları etkiler ve siyasetten etkilenirler. Toplumun bir parçası olan bireylerin siyasal karar alma sürecine katılmaları demokratik çağdaşlaşmanın önemli göstergelerinden biridir. Bu anlamda bireylerin “seçmen” kimliği altında vermiş oldukları kararların siyasal otoriteler üzerindeki etkin olması nedeniyle seçmen davranışlarının incelenmesi önem arz etmektedir. Araştırma sahası olarak Türkiye’nin seçildiği bu çalışmada, seçmen davranışları ve kararları üzerinde etkili olan sosyo-ekonomik ve politik faktörler ile bu etkileşimin ülke siyasetinde doğurduğu sonuçlar incelenmiştir. Tezin temel iddiası, Türkiye’de seçmen davranışları ve kararlarının birçok değişken üzerinden oluştuğu, fakat aktif siyasal katılım gösteren bireylerin kararları üzerinde özellikle meslek faktörünün etkili olduğudur. Bununla birlikte Türkiye’deki seçmenlerin sosyal medya araçlarını yeni bir siyasal katılım aracı olarak kullandıkları gözlemlenmiştir. Tezin birinci bölümünde seçmen davranışları ile bağlantılı olan temel kavramlar üzerinden açıklamalar yapılmış olup, özellikle bir siyasal katılım aracı olan oy verme davranışı üzerinde durulmuştur. Ayrıca seçmen davranışları üzerinde etkili olan faktörlerin incelenmesi için gerekli olan yaklaşımlar da ele alınmıştır. İkinci bölümde tezin asıl konusu olan seçmen davranışları üzerinde etkili olan sosyo-ekonomik ve politik faktörler incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise, Türkiye’de son günlerde gerçekleşen Gezi Parkı olayları da göz önünde bulundurularak medyanın siyasal katılım üzerindeki etkileri üzerinde durulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Seçmen davranışı, siyasal katılım, Türkiye, politik faktörler, sosyo-ekonomik faktörler

## ABSTRACT

### VOTER BEHAVIORS IN TURKEY: THE FACTORS WHICH ARE EFFECTIVE WITH POLITICAL SOCIO – ECONOMICAL DIMENSIONS

AKGÜL, Fatma İlknur

Post-Graduate Thesis, International Political Economy Department

Thesis-Supervisor: Assist. Prof. Dr. Gaye GÜNGÖR

July 2013, 76 pages

In democratic countries, individuals participate in political activities have influences on political mechanisms and are influenced by politics. The participation of individuals as a part of a society in political decision-making process is a crucial indicator of democratic modernization. In this sense, investigation of the political behaviors have importance due to individuals' decisions, under the identity of "voter", are effective on the political authorities. In this study, in which Turkey is selected as a case study, the socio-economic and political factors that have impacts on voter behavior ,and furthermore the consequences of this mutual dimensional factors' influences on the politics of the country are examined. The main assertion of this thesis is that the voter behaviors and decisions have comprised of many variables in Turkey but especially the factor of occupation has influence on active political participation. However, it is observed that, the Turkish voters have used social media tools as a new means of political participation. In the first section of the thesis, the basic concepts about voter behaviors are explained and especially voting behavior as a tool of the political participation is emphasized. In addition, the required approaches for analyzing of the factors that impact on political behavior are discussed. In the second section, the socio-economic and political factors are analysed. In the third section, The consequences of the media on political participation are examined with an observation of Gezi Park protests which took place in Turkey in recent days.

**Key Words:** Voter behavior, political participation, Turkey, political factors, socio-economic factors

## TEŞEKKÜR

Bu alıŐma sÜresince gerekli verilerin sağlanmasında yardımcı olan ve t¼m yoğunluğuna rağmen ilgi ve desteğini esirgemeyen çok kıymetli hocam Yrd. Doç. Dr. Gaye GÜNGÖR Hanım'a, değerli görüşleri ve yorumları ile araŐtırmam üzerinde yeniden düŐünmemi sağlayan Prof. Dr. Halil ÇİVİ Bey'e, çalıŐmalarım boyunca t¼m nazımı çeken ve beni yürekten destekleyen sevgili anneciğim Selma AKGÜL'E ve çalıŐmalarım için bana zaman fırsatı veren işyeri genel müdürüm Sayın Bahattin SELVİ Bey'e teŐekkürlerimi bir borç bilirim.

*Fatma İlknur AKGÜL*

## İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	iii
ABSTRACT .....	iv
TEŞEKKÜR .....	v
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	viii
TABLO LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR.....	x
1. GİRİŞ .....	1
2. SEÇMEN DAVRANIŞIYLA İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR .....	2
2.1. Siyaset Kavramı.....	2
2.2. Siyasal Davranış .....	6
2.3. Siyasal Kültür .....	7
2.4. Siyasal Katılım .....	14
2.4.1. Bir Siyasal Katılım Faaliyeti: Oy Verme ve Seçmen Davranışı.....	18
2.4.2. Siyasal Karar Verme Yaklaşımları .....	25
3. SEÇMEN DAVRANIŞLARININ SOSYO-EKONOMİK VE POLİTİK BOYUTU .....	28
3.1. Seçmen Davranışını Etkileyen Ekonomik Faktörler .....	30
3.1.1. Meslek ve Seçmen Davranışı.....	30
3.1.2. Gelir ve Seçmen Davranışı .....	35
3.2. Seçmen Davranışını Etkileyen Sosyal Faktörler .....	37
3.2.1. Eğitim ve Seçmen Davranışı .....	38
3.2.2. Yaş ve Seçmen Davranışı .....	39
3.2.3. Cinsiyet Faktörü ve Seçmen Davranışı.....	40
3.3. Seçmen Davranışını Etkileyen Politik Faktörler .....	46
3.3.1. Parti Tercihleri ve Meydana Gelen Değişimler .....	46
3.3.2. Kararsız Seçmenin Tercihi .....	48
3.3.3. Demokrasilerde ve Diktatörlükte Seçmen Davranışı .....	49

## İÇİNDEKİLER (Devamı)

3.4. Diğer Faktörler .....	51
3.4.1. Seçmen Davranışlarının Psikolojik Boyutu.....	51
3.4.2. Yasal Boyutu .....	53
4. SEÇMEN DAVRANIŞLARINDA MEDYANIN ROLÜ.....	55
4.1 Seçimlerde Siyasal İletişim .....	57
4.2 Siyasal İletişim Kavramı .....	58
4.2.1. Siyasal İletişim Yöntemi.....	58
4.3 Seçimlerde Siyasal İletişimin Rolü .....	59
4.3.1. Siyasal Reklam .....	59
4.3.1.1. Propaganda .....	61
4.3.1.2. Propaganda: Amacı ve Rolü.....	62
4.3.1.3. Siyasal Propaganda.....	63
4.3.1.4. Seçimlerde Kitle İletişimin Rolü.....	65
4.3.1.5. Politik Pazarlamanın Boyutu .....	65
4.3.1.6. Politik Pazarlama ve Amacı .....	67
SONUÇ.....	69
KAYNAKLAR.....	71



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Siyasal Davranışın Oluşumu .....	7
Şekil 2: Dünya Üzerinde Müslüman Topluların Yaşadıkları Ülkeler .....	10
Şekil 3: Teknik, Amaç ve Toplumsal Değişim Yaratma Yönüyle Siyasal Katılım.....	17

## TABLO LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b>	Antalya Seçmenleri üzerinde siyasi kültüre ilişkin yapılan ankette yer alan bazı soruların cevap sayı ve yüzdeleri.....	11
<b>Tablo 2:</b>	Antalya Seçmenleri üzerinde siyasi kültüre ilişkin yapılan ankette yer alan bazı soruların cevap sayı ve yüzdeleri.....	12
<b>Tablo 3:</b>	Türkiye’de 1950 ile 1969 yılları arasında seçimlere katılım oranları .....	21
<b>Tablo 4:</b>	1950-2011 yılları arasında Türkiye’de yapılan seçimlerde kayıtlı seçmen, oy kullanan seçmen sayıları ve seçimlere katılım oranları.....	24
<b>Tablo 5:</b>	Türkiye’de 1950 seçimlerinde CHP, DP ve MP adaylarının meslek gruplarına göre dağılımı .....	33
<b>Tablo 6:</b>	2007 yılı seçimlerinde milletvekillerinin meslek gruplarına göre dağılımı .....	34
<b>Tablo 7:</b>	22 Temmuz 2007 genel seçimlerinde kullanılan oyların gelir gruplarına göre dağılımı.....	37
<b>Tablo 8:</b>	Genel Olarak Siyasal Katılma Davranışında Yaş Gruplarına Göre Dağılım .....	39
<b>Tablo 9:</b>	Seçim yılı ve cinsiyete göre milletvekili sayısı ve Meclis’teki temsil oranı .....	42
<b>Tablo10:</b>	2007 Genel Seçimlerinde Erkek ve Kadın Adaylık Ücretleri.....	44
<b>Tablo 11:</b>	1999 ve 2004 Yerel Yönetimlerinde Kadın Temsili.....	44
<b>Tablo 12:</b>	1995 Yılı Seçimlerinde Kırıkkale İlinde Seçmenlerin Oy Verdiği Partiler .....	47
<b>Tablo 13:</b>	Bugün Seçim Olsa Hangi Partiye Oy Verirdiniz? .....	48
<b>Tablo14:</b>	2007 Yılı AKP-CHP Seçim Kampanya Bütçesi.....	60

**KISALTMALAR**

<b>ABD</b>	: AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ
<b>AKP</b>	: ADALET VE KALKINMA PARTİSİ
<b>ANAP</b>	: ANAVATAN PARTİSİ
<b>CHP</b>	: CUMHURİYET HALK PARTİSİ
<b>DP</b>	: DEMOKRAT PARTİ
<b>DSP</b>	: DEMOKRATİK SOL PARTİ
<b>DYP</b>	: DOĞRU YOL PARTİSİ
<b>DTP</b>	: DEMOKRATİK TÜRKİYE PARTİSİ
<b>EMEP</b>	: EMEK PARTİSİ
<b>GP</b>	: GENÇ PARTİ
<b>HYP</b>	: HALKIN YÜKSELİŞİ PARTİSİ
<b>İP</b>	: İŞÇİ PARTİSİ
<b>MP</b>	: MİLLET PARTİSİ
<b>MHP</b>	: MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ
<b>RP</b>	: REFAH PARTİSİ
<b>TC</b>	: TÜRKİYE CUMHURİYETİ
<b>TBMM</b>	: TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ
<b>YSK</b>	: YÜKSEK SEÇİM KURULU

## 1. GİRİŞ

Bir disiplin olarak kabul edilip incelenmeye başlandığı tarihten bugüne kadar geçen süreç içerisinde siyaset bilimi, başlangıçta “devlet”i temel konu olarak ele alırken, zamanla devletin yerini “iktidar” olgusu almıştır. Daha sonra ise siyaset bilimine yeni sosyolojik yaklaşımlar getirilmiş ve siyasal sistemler ve siyasal kurumlar incelenmeye başlanmıştır. Dünya üzerinde demokratikleşme arttıkça demokratik rejimlerin temel unsurlarından biri olan siyasal katılım ve buna bağlı olarak seçmen davranışları üzerine araştırmalar da artmıştır.

Demokrasinin gelişmesiyle beraber bireylere genel ve eşit oy hakkı tanınmış ve parlamentoların yetkileri arttırılmıştır. Parlamentoların bağımsızlıklarının ve yetkilerinin artması gruplaşmalara neden olmuş, sayıları artan seçmenlerin örgütlenmesi ve adayların halka tanıtılması için seçim kurullarının oluşmasına yol açmıştır. Bu parlamento grupları ve seçim komitelerinin organik bir bağ kurmasıyla siyasal partiler doğmuş ve gelişim göstermiştir.

Toplumsal varlıklar olarak insanlar sürekli bir etkileşim halindedir ve kendi seçimlerini ortaya koymak konusunda mücadele verirler. Siyasi güçler için de süregelen bu mücadelede baskınlık ortaya koymak önemlidir. Her ne kadar kişilerin kendilerine has bir bakış açıları olsa da veya siyasi güçler seçilme amacıyla belirli politikaları izleseler de, çalışma içerisinde kapsamlı olarak incelenecek bazı alanlarda kişilerin sosyal statüleri ve ekonomik güçleri önemlidir.

Siyasal partiler seçim yoluyla siyasi iktidarı ele geçirmeye çalışan örgütlenmeler olarak toplumsal talepler doğrultusunda hareket etmektedirler. Siyasal partilerin, öncelikle oylarına talip oldukları seçmeni çok iyi tanımaları, onların, oy verirken hangi davranışları gösterdiklerini ve hangi etkenlerin oy verme davranışını etkilediğini çok iyi bilmeleri gerekmektedir. Seçmen davranışını iyi analiz edemeyen siyasal partinin, seçim yarışında başarılı olacağını söylemek güçtür. Bu yüzden çalışma seçmenlerin davranışlarını ve kararlarını etkileyen faktörleri Türkiye özelinde sorgulamayı hedeflemiştir.

## 2. SEÇMEN DAVRANIŞIYLA İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

Demokratik sistemlerin vazgeçilmez bir unsuru olarak seçim, siyaset bilimi literatüründe yönetilenlerin kendilerini yönetecek olanları belirlediği eylem olarak geçmektedir. Günümüze kadar seçimlerde oy verme hakkına sahip olan vatandaşlar bu haktan eşit yararlanamamışlardır. 19. yüzyılın çeyreğine kadar Batı ve Kuzey Avrupa ülkelerindeki seçmen kitlelerinin genel nüfusa oranları yüzde 5'i geçmezken, 20. yüzyıla gelinceye kadar seçme ve seçilme hakkı yavaş yavaş gelişmiştir (Öztekin, 2010). Seçme hakkının gelişmesiyle beraber seçmen davranışları ve kararlarının siyasal gelişmelerdeki rolü artmıştır. İnsanlar siyasal davranışlarını ortaya koyarken birçok faktörden etkilenmekte ve bazı durumlarda ise davranışlarının yönünü değiştirmektedirler. Çalışmanın bu bölümünde seçmenlerin oy verecekleri siyasi partiyi seçerken ekonomik, sosyal ve politik boyutlarda hangi sebeplerden etkilendikleri ve siyasal davranışları ile kararlarında hangi faktörlerin doğrudan veya dolaylı olarak etkili olduğu incelenmiştir. Yapılan araştırmalarda örneklem olarak Türkiye'de yaşayan seçmen kitlesi seçilmiş olup, bölüm içerisindeki kavramlar ve siyasal davranışa dair değerlendirmeler Türkiye'deki seçmenler üzerinden yapılmıştır.

İlk olarak vatandaşların seçimlerde seçmen rolünü üstlenerek siyasal bir etkinliğe girmesinden dolayı, “siyasal tercihlerin ifadesi” olarak oluşan seçmen davranışının çatısını oluşturan “siyaset” kavramından söz edilmiş, siyaset kavramının anahtar kavramları olan hükümet/devlet, insan doğası, yasa, güç, egemenlik ve devletin ne olduğuna dair açıklamalar yapılmıştır. Seçimlerin en önemli objesi olan seçmenler de seçim kavramı dâhilinde tanımlanmış ve alt başlıklar halinde seçmenlere dair kavramlarla desteklenmiştir. Daha sonra ise, seçmen karar ve davranışlarını değerlendirmek amacıyla siyasete bağlı davranış modelleri, siyasal kültür anlayışı ve siyasal katılım boyutu incelenmiştir.

### 2.1 Siyaset Kavramı

Siyasi çözümleme ve araştırmada kavramsal çalışma yapmanın önemi ve zorluğu, siyasal çözümlerinin çoğunlukla genellemeler üzerinden gitmesinde,

siyaset uzmanları ve uygulayıcıları tarafından kullanılan terminoloji ve ifadelerin kesinlikten ve basit bir anlatımdan uzak olmasında ve siyasal kavramların sıklıkla ideolojik inançlarla iç içe geçmesinde yatmaktadır. Siyaset kavramı içerisinde önemli bazı konuları ifade etmeden önce siyaset ve politika kavramları arasındaki farkı vurgulamak gereklidir. “Politika” kavramı etimolojik olarak Eski Yunan dilindeki “polis” ten yani “şehir” kavramından gelmektedir. Söz konusu kavram sırasıyla *politikos*, *politeia*, *politike*, *politica* ve *politika* hallerini almıştır. Politika sözcüğünü “devlet” anlamına bir gönderme olarak ilk defa öne süren kişi Aristoteles’tir. Eyüboğlu’na göre (1999); eski ifadesi ile politikhos, “*şehir sınırları içinde yaşayan insan topluluğunun oluşturduğu bütünle ilgili olandır*”. Politika ve siyaset arasındaki farkın belirsizleştiği nokta, Türk Dil Kurumu sözlüğü tarafından da desteklenmektedir. Türk Dil Kurumu’na göre, politika “*siyaset, siyasa, devlet etkinliklerini amaç, yöntem ve içerik olarak düzenleme ve gerçekleştirme esaslarının bütünü*” olarak tanımlanmıştır. Ancak siyaset kavramına dair oluşturulan fikre öznel bir yorum getirecek olursak, siyaset devletlerarası ilişki düzenini ve devlet işlerini yürüten birim olarak mesleki bir kavramdır. Politika ise mesleki bir kavram olmaktan öte insan odaklı bir tavidir. Kışlalı’nın (1999) “*Siyaset olgusunun devletten önce de devletin dışında da var olduğunu biliyoruz*” sözleriyle kavramın sınırlarının çok geniş incelenmesi gerektiğini görmekteyiz. Heywood’a göre (2004), “*Neredeyse konu hakkında görüş ortaya koyan otorite sayısınca siyaset tanımı bulunmaktadır*”. Dolayısıyla bu kavramlar üzerindeki fikir ayrılıklarını ve tanımlamalar üzerindeki karmaşıklığı göz önünde bulundurarak, Türk Dil Kurumu’nun politika ve siyaset kavramlarını bağdaştırmasından dolayı bu çalışma içerisinde bu iki kavram ayrı ayrı ele alınmamış, seçmen kararlarının temel çatısını oluşturan kavramlar incelenmiştir.

Siyaset, devlet işlerinin düzeni ve yürütmesi ile ilgili görüş ve anlayış olarak toplum içerisindeki farklı istek, ihtiyaç ve beklentilerin, çatışmaların, çıkarların uzlaşma faaliyetidir. Bu faaliyet, yönetim gücünün elde tutulması ile gerçekleşmekte ve dolayısıyla siyasetin doğasında ve hatta aynı ideoloji içerisinde dahi tartışma, çekişme, ayrışma ve anlaşmazlıklar her zaman var olmuş ve de olacaktır. Heywood’a göre (2004), “*Siyaset, her çatışmayı çözen bir araç olarak*

*değil, bir çatışma çözümü arayışı olarak düşünülmelidir, zira bazı çatışmalar çözülemeyebilir.*” demiştir. Buradan yola çıkarak siyaset kavramı için önemli beş alt kavramdan bahsedilebilir (The University of Maryland, 2007);

Siyasetin en temel yapıtaşı olan yönetim, genel anlamıyla diğerlerine kural koyma ve onları kontrol etmedir. Yönetimde düzenlenmiş kurallar mekanizması vardır ve merkezi özelliğinde kolektif kararları koruma yeteneği ve onları güçlendirme kapasitesi yatar. Daha kesin bir ifade ile yönetim, geniş toplumlar için kurallar veya yasalar koyan ve onları hazırlayan kişi ve kurumların yönetim erkini elinde bulundurarak bu faaliyetlerini gerçekleştirmeleridir.

Siyasetin temel yapıtaşlarından bir diğeri insan doğasıdır. İnsan doğası, tüm insanlığın öz ve değişmez yapısını gösterir ve insanın varlığında ve hayatında, özde ve doğal olarak bulunana vurgular. İnsan doğası kavramı eğitimin ya da sosyal deneyimin kazandırdığının ötesinde insanın öz yapısıyla ilgilidir, bu yüzden insanoğlunun karmaşasını gizleyemez. Neredeyse tüm siyasal söylem ve inançlar insan doğasını farklı yöntemler ile ele alırlar. Birçok yaklaşım ve kuram insan doğasından hareket eder.

Siyasi topluluk tarafından uygulanan yasalar, bir dizi toplumsal ve bireysel kurallar ile yaptırımlar bütünüdür ve dört temel özelliğiyle diğer sosyal kurallardan ayrılır. Öncelikle yasalar, meclis tarafından konur ve “devlet talebini” yansıtır. Bu özelliğiyle diğer tüm norm ve sosyal kurallar üzerinde önceliği vardır. Yasalara uyulması zorunludur ve uyulmaması halinde çeşitli yaptırımları vardır. Bu anlamda halk, uygulanması ya da kaçınılması gereken yasaları kendisi belirleyemez. Çünkü yasalar bir dizi zorlama ve ceza sistemine dayanır. Yasa, resmi, genellikle toplumsal ve yasal bir süreç yoluyla kanunlaştırılmış, yayınlanan ve tanınan kurallar bütünüdür. Yasa bu nedenle ahlaki iddiaları temsil eder ve yasal kurallar bütünüdür (Eyüboğlu, 1999).

Siyasette güç, genel olarak arzu edilen bir sonuca ulaşma yeteneği olarak tanımlanabilir. Bazı durumlarda bir şeyi yapma gücü olarak ifade edilir. Weber’e göre (2005), “*Bir sosyal ilişki içinde, bir aktörün hangi temele dayanırsa*

*dayansın, direnmeyle karşılaşsa bile istediğini yapabilme konumunda olma ihtimalini ifade eder*". Siyasi çözümlemede, güç genellikle bir ilişki olarak fikir konumundadır. Bir diğerinin davranışını etkileme yeteneği olarak toplum içerisinde kullanılan güç, başkalarına boyun eğdirme, bir diğeri üzerinde "güç sahibi" olma anlamında da kullanılmaktadır. Güç kavramı ekonomik, kişisel, siyasi vb. açılardan kendi içerisinde ayrılmaktadır. Ancak çalışma sahası içerisinde güç kavramını bu sınırlar içerisinde çizmek yeterlidir.

Siyaset içerisinde son derece önemli olan egemenlik, *"belli bir kaynaktan çıkan belli özel (ya da bütün) emirlere, belli bir grup bireyin uyma ihtimalidir. Dolayısıyla, söz konusu olan şey, her şekilde başkaları üzerinde güç kullanmak ya da etkide bulunmak değildir. Yine de her gerçek egemenlik ilişkisinin ayırt edici kriteri en düşük düzeyde bile olsa, belli ölçüde gönüllü kabuldür, yani itaatte bir çıkarın bulunmasıdır"*(Weber, 2005).Örneğin, Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının "VI. Egemenlik" başlıklı 6. Maddesi'nde, *"Egemenlik, kayıtsız şartsız Milletindir. Türk Milleti egemenliğini, Anayasanın koyduğu esaslara göre, yetkili organları eliyle kullanır. Egemenliğin kullanılması, hiçbir suretle hiçbir kişiye, zümreye veya sınıfa bırakılamaz. Hiçbir kimse veya organ kaynağını Anayasadan almayan bir Devlet yetkisi kullanamaz"* denilmektedir. Bu çalışmada egemenlik kavramının yasal olmasına vurgu yapılmasıyla birlikte sınırsız siyasi gücü, emir veren hâkimiyet yeteneğini temsil eden siyasi egemenlik sahası içinde inceleme yapılmıştır.

Siyaset biliminin özünde yer alan diğer bir kavram devlettir. Temel anlam bakımından incelendiğinde devlet, bir dizi kalıcı kurum aracılığıyla tanımlanmış sınırlar ve pratik yetkisi içerisinde egemenlik yetkisini kuran siyasi birlik olarak tanımlanabilir. Weber'e göre (2005), *"Meşru şiddet"*, devletin egemenliğinin pratikteki ifadesidir. Antik Yunan döneminin ünlü filozoflarından Platon'un, günümüze ulaşmış kıymetli eseri Devlet'te bugün olduğu şekliyle toplumun tasarlanması yapılmış çeşitli yönleriyle ideal devletin nasıl olması gerektiği anlatılmıştır. Locke'a göre de (2003), siyasal analizin merkezinde bulunan devlet, *"doğa durumunda yaşayan insanlar kendi rızalarıyla toplum halinde birleşmeye ve karşılıklı anlaşma sonucu oluşturulan hukuk çerçevesinde doğal ve temel*



*haklarını muhafaza etmek üzere kendilerini temsilen, müşterek toplumsal bir otorite (community power) kurmaya karar verince, sivil ya da politik toplum, yani devlet ortaya çıkar*”. ifadesiyle oluşur. Siyaset tanımlanırken de genellikle devletin çalışma alanı, sahası olarak kabul edilmektedir. Devlet ile hükümet (yönetim) arasında belirgin bir fark vardır ve siyaset kavramı içerisinde en son olarak bu ayırmadan bahsedilmesi faydalı olacaktır. Devlet, hükümetten daha geniş bir çerçevede incelenir. Toplumun tüm kurumlarını çevreleyen ve o toplumdaki tüm bireyleri (vatandaşları) kucaklayan, devamlılığı olan, kapsamlı oluşumun adı devlettir. Hükümet ise, devletin bir parçası olarak devletin yetkisinin işlev olarak ortaya çıkmasıdır ve belli bir zaman dilimi içerisinde iktidar gücünü elinde bulunduran grubun partizan tutumlarının vücut bulmuş halidir, bundan dolayı da geçicidir; fakat işlevsel gücünden kaynaklanan kazanımlar sonucunda devletin beynini oluşturmaktadır. Devlet ve hükümet konusu Rousseau’ya (2011) göre; *“Öyle bir etken ki, ruhla beden birleşmesinin insanda yaptığı kamusal varlıkta yapsın. İşte, devlet içinde hükümetin varlığının temeli budur. Hükümet, yersiz olarak, egemen varlıkla karıştırılır. Oysa hükümet, egemen varlığın sadece bir aracıdır”*.

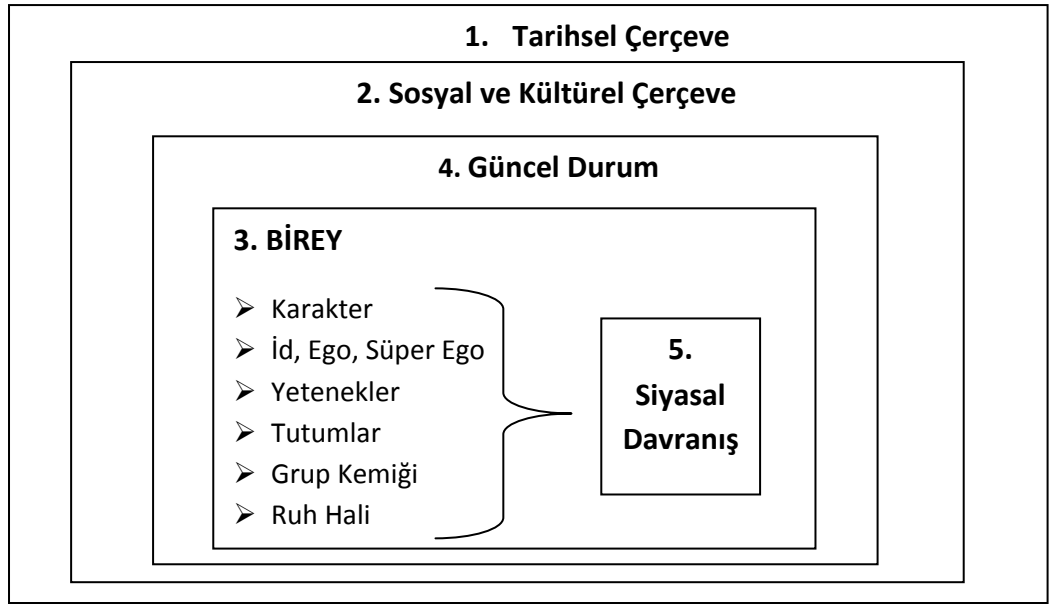
## **2.2 Siyasal Davranış**

Toplum içerisindeki bireylerde siyasete özgü davranışları güç ilişkileri belirlemektedir. Bu ilişkiler yönlenme, baskı uygulama ile arzu ve çıkar ilişkileri açısından ilişkilendirilir. Sonuç olarak güç uygulanan her ilişkide siyasal davranıştan bahsedilebilir. Bu anlamda siyasal davranış yalnızca siyasal kurum ve kuruluşların uygulamaları olarak düşünülmemelidir. Fransız düşünür Michel Foucault’un da dediği gibi, *“siyaset, toplum içerisinde uygulanan baskı, denetleme ve sınırlamadır ve yalnızca doğrudan siyasetçilerle ilgili bir kavram değildir”*(Foucault, 2003). Bundan dolayı siyasetin tüm sosyal ilişkileri etkileme gücü vardır.

*“Siyaset biliminin siyasi iktidarlara inceleme ve araştırma konusu yapmasının temel nedenlerinden birisi, toplumların siyasal olaylar karşısındaki eğilimlerini, yaklaşımlarını, tavır, tutum ve davranışlarının araştırılmasıdır. Bu*

*anlamda siyasal davranış, insanlar ve örgütlerin siyasal olaylar karşısında aldıkları tavırlar, gösterdikleri eylemsel siyasal katılmadır'' (Öztekin, 2010). Yine başka bir tanıma bakacak olursak , ''siyasal davranış, bireyin sahip olduğu siyasal dürtüler ile sahip olduğu ön yönelimlerin bir birleşimi halinde ortaya çıkan eylemdir'' (Baykal, 1970).*

**Şekil 1:**Siyasal Davranışın Oluşumu



**Kaynak:** Sarıbay, A. Y. ve Öğün, S., 1999, Politika Bilim, İstanbul, Alfa Yayınları, s:163-164'den derlenmiştir.

Bir toplum içerisinde eğer herkes amaçları doğrultusunda tam bir anlaşmaya varacak olursa kimse birbirinin davranışlarını ve kararlarını etkileme girişiminde bulunmayacaktır. Pratikte mümkün olmayan böyle bir ortamda hiçbir zaman iktidar ve birilerini etkileme ilişkileri oluşmayacak, insanların kendi kendini yönetebilmesinden dolayı devlete ve siyasal sisteme gereksinim olmayacaktır. Fakat gerçek hayatta toplum üyeleri arasında sürekli bir çıkar çatışması ve birbirinin çıkarlarını engelleme gibi bir durum söz konusu olduğu için, Robert Dahl'ın da dediği gibi böyle bir toplum siyaset mikrobunu kapmış, çatışmanın başladığı yerde siyaset de başlamıştır (Dahl, 2010). Siyasal sistemler içerisinde yer alan siyasal davranış boyutları, Şekil 1'de görüldüğü üzere, sadece bireyin yetenekleri, tutumları, bilinçaltı ve bilinç üstünde yer alan istekleri değildir. Ruh

hali gibi karakteristik özelliklerinden değil, aynı zamanda içerisinde bulunan toplumun ekonomik, sosyal, politik, kültürel vb. yapısıyla etkileşime girerek ortaya çıkar. Aynı zamanda siyasal davranış oluşumunda güncel durum kadar geçmiş de etkili olmaktadır. Modern, sanayileşmiş bir toplum ile geleneksel, tarımsal bir toplumda oluşacak siyasal davranış aynı şekilde gerçekleşmez. Feodal düzenin sürdüğü, dini baskıların, ağalık ve aşiret bağlarının ağırlığının olduğu, erkek egemen bir toplumda oluşan siyasal davranış ile gelişmiş bir ekonomi ve toplumun hâkim olduğu, sivil toplum örgütlerinin yoğun olarak toplum yaşantısında aktif olduğu, gelişen teknoloji sayesinde küresel gelişmeleri takip eden, kadınların iş hayatında aktif rol aldığı modern toplumlarda oluşan siyasal davranış kuşkusuz ki birbirinden çok farklı olacaktır.

Toplumsal koşulların siyasal davranışın oluşumunda ne şekilde etkili olduğunun ortaya konulması açısından sorunu daha ayrıntılı şekilde ele almak ve siyasal davranışı etkileyen unsurları, kültürel boyutlarıyla irdelemek daha faydalı olacaktır.

### 2.3 Siyasal Kültür

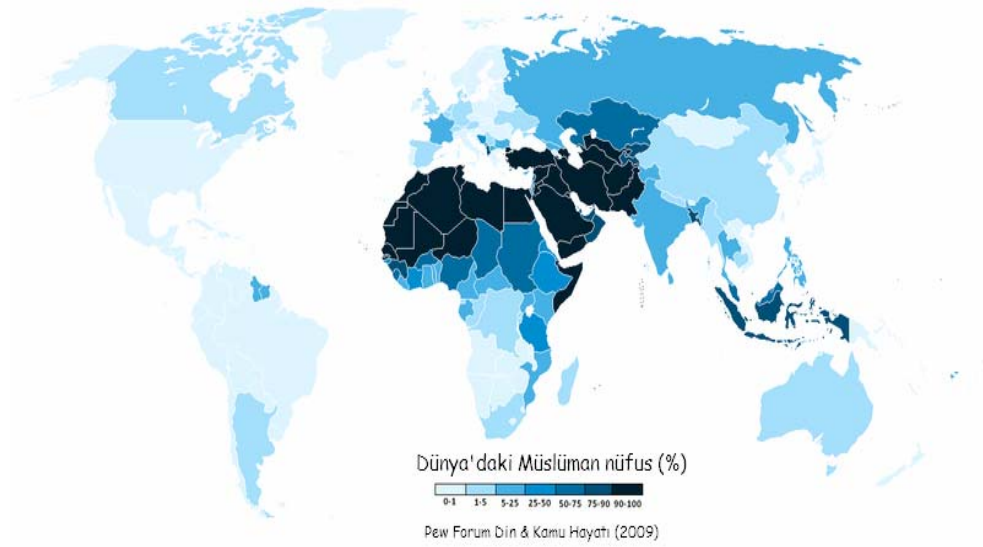
Siyasal kültür kavramı çok farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Örneğin, bir ülkenin veya milletin tarihi tecrübe ve gelenekleri, önyargıları, iyi, kötü anlayışları, hoşgörü derecesi, dini, coğrafi özellikleri, ekonomik yetenekleri siyasi kültürü tanımlamak için kullanılan faktörler olabilmektedir. Bir ülkede demokrasi bütün kurumları ile işlerken, diğer bir ülkede diktatörler hiçbir engelle karşılaşmadan ülkeyi yıllarca monarşiyle yönetmektedir. Bütün bu farklılıklar bizi siyasal kültüre götürmektedir.

Eagleton'a (2005) göre, "*Siyaset birleştirirse, kültür de farklılaştırır*". Oktay'a (2009) göre, "*Siyasal Kültür terimi, siyasete ilişkin bilgi, tavır ve inançları dile getirir*". Turan'a (1977) göre, siyasal kültürün siyasal süreç açısından iki temel işlevi olduğunu belirtmektedir. "*Birincisi; kültür, bazı inanç ve davranış kurallarının standartlaşması yoluyla siyasal sürecin işleyişini kolaylaştırmaktadır. İkincisi de; siyasal kültür, mevcut siyasal sistemin*

*benimsenmesini, yönetmekte haklı görülmesini ve dolayısıyla devamlılığını sağlayan bir araç niteliğini taşımaktadır."*

Siyasal kültürün belirlenmesinde bireyin kişisel özellikleri kadar içinde bulunulan toplumsal faktörlerin de rol oynadığı yukarıda belirtilmişti. Bununla birlikte, Almond ve Verba'ya göre, mahalli kültür, uyrukluk kültürü ve katılımcı kültür olmak üzere üç tür siyasi kültür tipinden söz edilebilir (Almond and Verba, 1989). Mahalli kültür henüz milli kültür niteliği kazanamamış, kişinin kendisini milletten önce kabile, etnik grup, bölge, din gibi kolektif bir varlığa ait hissettiği toplumlarda görülür. Bu durum özellikle millet olma sürecini tamamlayamamış ülkelerde görülmekte, bu ülkelerde dini görüş önem kazanmaktadır. Uyruklu ve katılımcı kültürler ise mahalli kültürden farklı olarak milli bir karakter arz eder. Siyasi sisteme ilişkin tanıma, duygu ve değer yargıları milli ölçeklerde olmakla beraber farklıdır. Uyrukluk kültüründe vatandaş siyasi sistem hakkında onu tanıyacak kadar bilgiye sahip olmakla beraber kendisi siyasi sistemin dışındadır. Siyasi sistemden taleplerini gerçekleştiremeyeceğini ve siyasi sistemi değiştiremeyeceğini düşünmekte, bu anlamda pasif siyasi tutum takınmaktadır. Katılımcı siyasi kültüre sahip vatandaş ise, siyasi sisteme dair bilgi sahibi olmanın ötesinde sisteme etki edebileceğini düşünür ve bir duygu ve değer yargısına sahiptir. Bu yüzden siyasi sisteme etki edebilecek seçimler, parti üyeliği, dernek üyeliği, baskı grupları, lobicilik, gösteri yapma gibi katılımcı faaliyetlerde bulunmaktadır. Toplumların heterojenliği ve bu üç kültür tipinin aynı toplumda varlığı demokrasinin gelişmesine yardımcı olabilir. Mahalli kültür, uyrukluk ve katılımcı kültürün bir arada olması siyasi sistemin farklılıklara açık, dengeleyici bir karaktere sahip olmasını sağlayabilir. İngiltere bu üç kültür tipinin birbiriyle uyum içinde yaşadığı bir örnek olarak gösterilir. ABD ise İngiltere'ye karşı verilen bağımsızlık mücadelesi dolayısıyla uyrukluk kültüründen sert bir kopuş yaşamış, mahalli kültürün güçlü, katılımcı kültürün ise hâkim olduğu bir ülkedir. Almanya ise Nazizm tecrübesinden dolayı otoriteye aşırı bağlılık gösteren problemleri bir siyasi kültüre sahiptir.

**Şekil 2:** Dünya Üzerinde Müslüman Topluların Yaşadıkları Ülkeler



**Kaynak:** [http://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%9Ckelere\\_g%C3%B6re\\_M%C3%BCsl%C3%BCman\\_n%C3%BCfusu](http://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%9Ckelere_g%C3%B6re_M%C3%BCsl%C3%BCman_n%C3%BCfusu)(20.06.2013)tarininde ulaşılmıştır.

Şekil 2’de dünya üzerinde bulunan Müslüman toplumların yaşadığı yerleri ve popülasyon oranlarını görmekteyiz. Türkiye’de yaşayan nüfusun %98’lik kısmının Müslüman olduğunu dikkate alarak, Antalya ilinde yaşayan seçmenlerin din, toplum ve siyasete olan bakışlarını ele alan bir araştırmada din faktörünün siyasal kültür üzerindeki etkisi dikkat çekmektedir. Araştırmada yapılan ankette yer alan “Kendinizi siyasi görüşleriniz açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplar Tablo 1’de gösterilmiştir. Bu tablodaki verilere göre, kendini ortanın sağ ve ortanın solunda gören seçmenler yüzde 30 civarında olmakla birlikte birbirine yakın olmasına rağmen, diğer oylar dediğimiz yüzen oyları dâhil etmeden ortanın sağıyla birlikte, seçmenlerin sağa doğru daha fazla yakın olduğunu görmekteyiz. Seçmenlerin genel olarak kendinizi hangi etnik kimlikte hissediyorsunuz sorusuna verdikleri cevaplara göre ise, Tablo 1’de görüldüğü üzere, kendisini bir etnik kimlikle tanımlamayıp T.C Vatandaşı, yani bir yurttaş olarak gören seçmenlerin sayısı daha fazladır. Bunun yanında din faktörünün yine ön plana çıktığını ve kendisini her şeyden önce Müslüman olarak tanımlayan bir kısım seçmenin de olduğunu görüyoruz. Sayısı az olmakla birlikte, mezhebi ile kendini tanımlayan bir kısım seçmen de çalışmanın içinde yer

almıştır. Sonuç itibariyle anket sonuçlarında T.C Vatandaşlığı ön plana çıkmış olsa da bir kısım seçmen kendini Türk ve Kürt kimlikleriyle tanımlamaktadır.

**Tablo 1:** Antalya Seçmenleri üzerinde siyasi kültüre ilişkin yapılan ankette yer alan bazı soruların cevap sayı ve yüzdeleri

<b>Kendinizi siyasi görüşleriniz açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?</b>		
YANITLAR	SAYI	YÜZDE
<b>Aşırı Sol</b>	52	7,6
<b>Ortanın Solu</b>	212	30,9
<b>Ortanın Sağı</b>	226	32,9
<b>Aşırı Sağ</b>	59	8,6
<b>Diğer</b>	138	20,1
<b>Genel olarak kendinizi en çok hangi kimlikle tanımlarsınız?</b>		
<b>Türk</b>	159	23,1
<b>Müslüman</b>	103	15,0
<b>T.C Vatandaşı</b>	388	56,5
<b>Kürt</b>	23	3,3
<b>Alevi</b>	5	0,7

**Kaynak:** Sağır, M.Ö. ve Polat, F. ,Kemahlı, F. ,2011,Seçmenin Din, Toplum ve Siyasete Bakışı; Antalya Örneği, Ankara, Boyut Yayıncılık

Tablo 2’de ise, Türkiye’de mezheplere ve dini yönelimlere göre parti kurulması gerekip gerekmediği üzerine bir kamuoyu yoklaması yapılmıştır. Sonuçlara baktığımızda, bu araştırmaya katılan seçmenlerin Türkiye’de farklı mezheplere yönelik politikalar üretecek siyasi partileri kurulmasına çoğunluk olarak olumlu bakmadıklarını görmekteyiz. Ayrıca seçmenler Türkiye’nin siyasal süreçte oluşturacağı ve geliştireceği politikaların dini merkeze alarak yapılmasına ve dini odaklı partilere sıcak bakmamaktadırlar. Gerçekleşen seçmen tercihlerine göre Türkiye’de farklı dinlere yönelik politikalar üretecek siyasi partilerin kurulmasına seçmenlerin hiç de olumlu bakmadıklarını görmekteyiz. Nüfusunun yüzde 98’i Müslüman olan Türkiye vatandaşları medeni hukuk kurallarının İslam hukuku kurallarının üstünde olmasını desteklemektedirler. Bu anlamda 6. soru din

faktörünün daha çok hissedilmesinden dolayı bir istisna teşkil edebilir. Seçmenlerin oy kullanırken politikacıların dindar olup olmadıklarıyla ilgili soruya verdikleri evet cevabı yüzdesinin küçümsenmemesi gerekir. Son soruda da seçmenlerin din eğitiminin zorunlu olarak ilköğretim ve ortaöğretim programlarında yer almasını büyük bir çoğunlukla istemeleri söz konusudur. Bununla birlikte seçmen davranışlarında etkili olan diğer faktörlerin de incelenmesi gereklidir.

**Tablo 2:** Antalya Seçmenleri üzerinde siyasi kültüre ilişkin yapılan ankette yer alan bazı soruların cevap sayısı ve yüzdeleri

SORULAR	EVET	HAYIR
Ülkemizde farklı mezheplere yönelik politikalar üreten siyasal partiler kurulmalı mı?	148 (%21,5)	539 (%78,5)
Türkiye'nin parti sistemi içinde din temelinde politika yapan partiler olmalı mı?	207 (%30,1)	480 (%60,9)
Ülkemizde farklı dinlere yönelik politikalar üreten siyasal partiler kurulmalı mı?	54 (%07,9)	633 (%92,1)
Evlilik İslam Hukukuna göre düzenlenip bir erkek dört kadına kadar nikâh kıyabilmeli mi?	57 (%08,3)	630 (%91,7)
Sizce imam nikâhını yasal olarak geçersiz sayan uygulama devam etmeli mi?	621 (%90,4)	66 (%09,6)
Genel seçimlerde oy kullanırken politikacıların dindar olup olmamalarına bakar mısınız?	231 (%33,6)	456 (%66,4)
Sizce din eğitimi zorunlu olarak ilköğretim ve ortaöğretim programlarında yer almalı mıdır?	442 (%64,3)	245 (%35,7)

**Kaynak:** Sağır, M.Ö. ve Polat,F.,Kemahlı,F.,2011,Seçmenin Din, Toplum ve Siyasete Bakışı; Antalya Örneği, Ankara, Boyut Yayıncılık

Antalya ili örneği üzerine yapılan araştırmaya bağlı olarak çalışmada seçmen davranışlarının sosyo-ekonomik ve politik boyutları ile ilgili sorular belirlenmiştir;

- Kendinizi siyasi görüşleriniz açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?
- Genel olarak kendinizi en çok hangi kimlikle tanımlarsınız?

- Ülkemizde farklı mezheplere yönelik politikalar üreten siyasi partiler kurulmalı mı?
- Türkiye'nin parti sistemi içinde din temelli politika yapan partiler olmalı mı?
- Ülkemizde farklı dinlere yönelik politikalar üreten siyasi partiler kurulmalı mı?
- Evliliğin İslam Hukukuna göre düzenlenip bir erkeğin dört kadına kadar nikâh kıyabilmesini uygun bulur musunuz?
- Sizce imam nikâhını yasal olarak geçersiz sayan uygulama devam etmeli mi?
- Genel seçimlerde oy kullanırken politikacıların dindar olup olmamalarına bakar mısınız?
- Sizce din eğitimi zorunlu olarak ilköğretim ve ortaöğretim programlarında yer almalı mı?

Bu sorulara verilen cevapları değerlendirdiğimizde seçmenler kendilerini siyasi görüşleri açısından genellikle ortanın sağında ve solunda değerlendirmişlerdir. Buna bağlı olarak, ortanın sağından sağa doğru artan bir şekilde oranda seçmen yapısının oluştuğunu görüyoruz. Kimlikleri açısından tanımlama yaptıklarında ise kendilerini etnik, mezhepsel ve dinsel farklılıklarına rağmen T.C Vatandaşı olarak tanımlamışlardır. Farklı mezheplere yönelik ve de din temelinde politikalar üretecek siyasi partilere ise büyük bir oranda olumsuz yanıt vermişler, farklı dinlere yönelik olarak politikalar üretecek siyasi partilere ise daha büyük bir oranda olumsuz bakmışlardır. Evliliğin İslam hukukuna göre düzenlenmesine, bir erkeğin 4 kadına kadar nikâh kıymasını ve imam nikâhını geçersiz sayan yasanın geçersiz sayılmasını hoş karşılamamışlardır. Fakat aynı seçmenler, din eğitiminin zorunlu olarak ortaöğretim ve ilköğretim programlarında yer almasını büyük oranla desteklemişlerdir. Son olarak çalışma



için önem teşkil eden sorunun cevabına baktığımızda, genel seçimlerde politikacıların seçimi sırasında politikacının dindar olup olmamasının büyük oranla seçmenlerin tutumlarını etkilemediğini görmekteyiz.

Sonuç itibariyle, söz konusu çalışma sınırlı bir grup seçmen üzerinde sınırlı bir alanda yapılmış olsa da bize göstermektedir ki; gelir, eğitim, din gibi standart demografik veriler ve ideolojik kimlikler siyasal kültürün ve davranışların belirlenmesinde yeterince açıklayıcı olmayabilir. Seçmenler ve içinde buldukları toplum hangi dine, etnik ve mezhepsel çoğunluğa sahip olsa da, seçmenlerin davranışı birbirinden farklı olabilir. Bu durumda siyasal kültür kavramı elverişsiz bir analiz aracı olabilmektedir. Bu anlamda, kavram çok boyutlu olarak sadece manevi yapıları değil, maddi pratikleri de içeren ve kültürü mutlak anlamda “belirleyici bir güç” olarak görmeyen bir yaklaşım içerisinde ele alınmalıdır.

## **2.4 Siyasal Katılım**

Demokratik bir ülkede bireyler siyasi alanla ilgili eylemlere katılır, siyasal mekanizmaları etkilemeye çalışır ve siyasi olaylardan etkilenirler. Bu yüzden, siyasal davranışın eyleme dönüşmeye başladığı hali olan siyasal katılım demokratikleşmenin en önemli göstergelerinden biridir. Her kavramda olduğu gibi, siyasal katılım kavramı üzerinde de farklı tanımlamalar yapılsa da siyasal katılım, dar anlamda, siyasal sistem içinde vatandaşların doğrudan ya da dolaylı olarak yöneticilerin seçimin ve kararlarını etkilemeyi amaç edinen eylemler bütünü olarak tanımlayabiliriz (Çam, 1987). Geniş anlamda ise, siyasal katılma bürokrasi ve siyasal karar alma sürecinin her aşamasına katılmaktır (Çukurçayır, 2000).

Siyasal katılım yüzyıllar önce insanların topluluk halinde yaşamaya başlamasıyla ortaya çıkmış olsa da, devletlerin kurulmasıyla anlam kazanarak, halkların bağımsızlık mücadeleleri, hak arama çabalarının kitleselleşmesiyle kendini bulmuştur. Fransız Devrimi (26 Ağustos 1789) ile İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi'nin kabul edilmesiyle vatandaşlar siyasal katılım göstererek demokrasiye adım atmış, siyasal haklarını almayı başarmış ve diğer toplumlara

örnek oluşturmuştur. Rousseau Toplum Sözleşmesi'nde (2011) ,“İnsanlar yeni güçler yaratamadıklarına, eldeki güçleri birleştirip kullanmaktan başka bir şey yapamadıklarına göre, kendilerini korumak için yapacakları tek şey, birleşerek direktme gücünü bir tek dürtücü güçle yönetmek ve elbirliğiyle harekete getirmektir.” diyerek siyasal katılımın önemini vurgulamıştır.

Siyasal katılım çeşitli faktörlerin etkisiyle toplumdan topluma, kültürden kültüre farklılık gösterse de siyasal katılım faaliyetlerinin ortak amacı seçmenlerin yönetimde söz sahibi olabilmeleridir. Pratik açıdan bakıldığında, bir toplumda siyasal katılma farklı biçimlerde gerçekleşebilir. Seçimlerde oy verme ile başlayarak, siyasal güç ve çıkar elde etme, yönetsel işlerin yürütülmesinde görev alma, karar verme sürecine hâkim olma gibi çeşitli tanımlar ve uygulamalar katılma teriminin kapsamı içerisine girmektedir. Bu anlamda siyasal katılım eylemlerini incelemek gereklidir. Inglehart, siyasal eylemleri zorluk derecelerine göre sınıflandırmıştır. En kolay eylemlere izleyici faaliyetleri, daha zor olan eylemlere geçiş faaliyetleri, en zor eylemlere “gladyatör” eylemleri adını vermiştir (Çukurçayır, 2000). Partiye üye olmak, herhangi bir siyasal organ için aday olmak ve siyasal eylemlerde etkin bir rol almak gladyatör eylemleri oluştururken, siyasal toplantıya katılmak, parasal yardımda bulunmak ve siyasal organlarla ilişkide bulunmak geçiş eylemleri olarak sınıflandırılmaktadır. Siyasal katılma niteliği taşımaktan çok, destek niteliği taşıyan eylemler ise, gladyatör eylemlerin bir önceki aşamasını oluştururlar. Oy kullanmak veya bir siyasal partinin rozetini taşımak gibi eylemler ise izleyici eylemlerdir (Çukurçayır, 2000). İzleme faaliyetleri yalnızca siyasal olanla ilgili bilgi sahibi olmayı içerirken, geçiş faaliyetleri ve gladyatör eylemler ise siyasal olayları izlemekle yetinmeyip etrafındakileri yönlendirme, yandaş toplama ve kamuoyu oluşturma gibi bir yolu benimseyenler tarafından tercih edilir. Bu üç katılma biçimini tercih eden her birey siyasal katılımı gerçekleştirmiş olur. Fakat gerçek anlamda katılma olarak tanımlanabilecek etkinlik, siyasal alanla ilgili organların oluşumu, eylemleri ve etkileri üzerinde belirleyici olmayı amaçlar.

Bireyler kendi görüşlerini ifade etmek, ikna etmek, güç ilişkisine dâhil olmak için amaçlarına göre çok değişik siyasal katılım yolları kullanmaktadırlar.

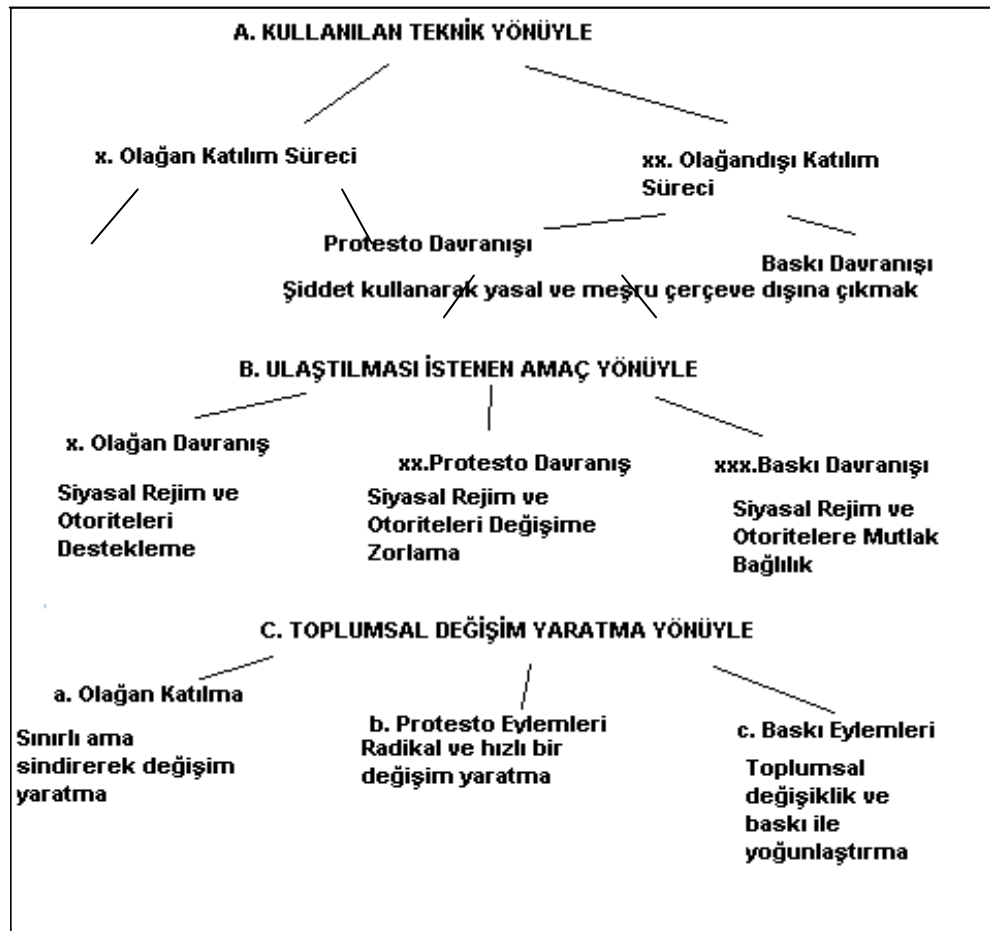
Siyasal, sosyal ve ekonomik yöntemlerin yanında, taraflar arasında oluşmuş olan hiyerarşi de katılıma etki etmektedir (Özcan, 2008). Siyasal katılım ifadesi gereği özgürlükçü ve demokratik toplumların vazgeçilmez etkinliğidir. En basit örneğiyle oy verme, siyasal katılım örneğidir ve siyasal boyutta halkın da sözünün geçtiğinin bir göstergesidir (Talaslı, 1996). Fakat seçimler yalnızca demokrasi ile yönetilen ülkelerin sistemi değildir. Demokrasi karşıtı bazı ülkelerde de seçimler ve başka siyasal katılım örnekleri görülmektedir (Güldiken, 1996). Dolayısıyla siyasal katılım yalnızca oy verme değil, kampanyalar, siyasi içerikli tartışmalar ve siyasi ilişkiler gibi seçim öncesi ve sonrasındaki süreçleri de kapsar.

Şekil 2’de görüldüğü üzere, siyasal katılma biçimleri, olağan siyasal katılma ve olağan dışı siyasal katılma olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Olağan dışı siyasal katılma yasal normların dışında gelişmekte olup, protesto amaçlı faaliyetler ve baskı amaçlı faaliyetlerden oluşur. Meşru faaliyetler de denilen olağan siyasal katılma biçimleri ise siyasal rejim tarafından yürürlüğe koyulmuş yasal sınırlar içerisinde gelişir. Bireyin siyasal amaçlarına erişmek için fiziksel güç kullanması ve bu amaçla çeşitli eylemler gerçekleştirmesi söz konusudur. Olağan dışı siyasal faaliyetlerden biri olan protesto amaçlı faaliyetler, bireyin siyasal amaçlarına ulaşmak için şiddete başvurması ve amacına bağlı olarak özellikle siyasal rejimin kural ve normlarına karşı çıkmak yoluyla gerçekleştirdiği boykot, grev gibi eylemlerden oluşmaktadır. Bir diğer olağan dışı faaliyet olan baskı amaçlı faaliyetler ise, protesto amaçlı faaliyetlere benzemekle birlikte siyasal rejim ya da iktidarın yönetimini güçlendirmeyi amaçlayan eylemleri içermektedir. Batı ülkelerinde genellikle olağan katılma ve protesto amaçlı faaliyetlerin yaygın olduğunu söylemek mümkündür. Siyasal katılım faaliyetleri içerisinde en kolay akla gelebilen öge oy kullanmaktır. Demokratik veya anti-demokratik ülkelerde yapılan seçimlerle hangi siyasal partinin iktidara geçeceği belirlenirken aynı zamanda halkın iktidardan ne beklediği de kaba bir şekilde belirlenmektedir.

Türkiye’de seçmenlerin siyasete katılımlarına baktığımızda da, altmış yılı aşkın süredir devam eden çok partili hayatın seçmenlerinin seçimlere katılması üzerinde kurumsal bir yapıya dönüştüğünü söyleyebiliriz. Seçmen tercihleriyle 1950 seçimlerinde Cumhuriyet Halk Partisi’nin yerine Demokrat Parti’nin iktidara

geldiği, 1965 seçimlerinde Adalet Partisi'nin, nispi temsil uygulamalarına karşın, Meclis çoğunluğunu elde ettiği görülmüştür. 1983 seçimlerini de Cumhurbaşkanı Kenan Evren'in açıklamalarına karşın Anavatan Partisi'nin kazandığı ve nihayet 2007 seçimlerinde de Genelkurmay Başkanlığı'nın açıklamalarına karşın Adalet ve Kalkınma Partisi'nin seçimin galibi olduğu bilinmektedir (Kalaycıoğlu, 2006). Bu durum için Kalaycıoğlu (2006) ; *“Nitekim siyasal etkinlik duygusunun seçimde gelişmiş bulunduğunu saptamış olmamızın bu gelişmelerle bir ilgisi olmalıdır. Seçmenin gerek siyasete olan ilgisinin, gerek genel seçimden hemen önce seçimlere duyduğu ilgi ve katılma eğiliminin de demokrasinin işlemesini kolaylaştıracak bir içerikte olduğu görülmektedir”* demektedir.

Şekil 3: Teknik, amaç ve toplumsal değişim yaratma yönüyle siyasal katılım



**Kaynak:** Avşar, N., 2002, Seçmen Davranışının Sosyo-ekonomik Boyutları ve Mesleğin Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkiler, Süleyman Demirel Üniversitesi, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

Siyasi katılımın yüksek düzeyde gerçekleştiği bir faaliyet olan seçim kampanyalarına katılım, etken veya edilgen bir şekilde seçim dönemlerinde gerçekleşmektedir. Bazı bireyler parti liderlerinin kampanya sırasında yaptıkları konuşmaları dinlemeyi ve partilerin düzenlediği toplantılara katılmayı tercih etmektedirler. Diğerleri ise partiler ve siyasetçilerin kampanya faaliyetlerine maddi veya manevi çeşitli yardımlarda bulunmakta, başkalarını destekledikleri parti yönünde ikna etmeye çalışmaktadırlar.

#### **2.4.1 Bir Siyasal Katılım Faaliyeti: Oy Verme ve Seçmen Davranışı**

Demokratikleşmenin bir sonucu olarak, her bir vatandaşa yasalarla verilen seçme ve seçilme hakkı onu daha değerli bir birey haline getirmektedir. Herkesin eşit haklara sahip olmasını talep eden demokratik sistemde bir tarafta yönetime talip olan aday ile diğer tarafta ona yönetebilme yetisini veren seçmenin düşüncelerinin yansıdığı seçim ortamları önemli bir fonksiyona sahiptir. Montesquieu'ya göre de (2006), *“Kura yoluyla oy vermek demokrasilerin özü gereğidir. Kura öyle bir seçim yoludur ki, kimseyi kırmaz; her yurttaşa yurda hizmet yolunda akla uygun bir umut payı bırakır”* (Rousseau, 2006). Demokratik anlayışa sahip toplumlarda vatandaşlar oy verme eylemini gerçekleştirerek seçmen konumuna gelir ve kamusal otoriteyi belirler. Seçim ifadesi, genel anlamıyla toplu bir iradenin birden çok seçeneğe birini tercih ederek, bir ayrım ve bir eğilime gitmesi seçim ifadesidir (Sezen, 1994).

Seçimler iktidarın belirlenmesi ve seçmenlerin kimler tarafından yönetilmeyi istediğinin ortaya konması bakımından önemlidir. Seçmen, kendisine bir vatandaş olarak verilen seçme hakkını kullanarak yöneticiyi belirlemek üzere seçmen davranışını ortaya çıkarmaktadır. Seçmen davranışını sözde ve teorik olarak ifade etmek dışında pratik ve somut şekilde sunan oy verme olgusu bilimsel olarak da yıllardır incelenmektedir. Hem en önemli hem de en güçlü kabul edilen oy verme olgusu, bir yandan da en zahmetsiz etkinliktir. Yıllardır düzenli olarak uygulanması, toplumda hem bilinç hem de alışkanlık oluşturmaktadır. Oy verme, nicel sonuçlarıyla birlikte kişilere eğilimlerini görsel

olarak ifade etmektedir (Doğan ve Göker, 2010). Oy verme sürecinin incelenmesi, öncesi ve sonrası ile birlikte ele alınarak, siyasi yöneticilerin seçim karşısındaki tutumunu ve seçmenlerin davranışlarını da inceleme şansı tanımaktadır. Seçmen davranışlarını incelemek önemlidir çünkü işin içinde hem toplumsal hem bireysel boyutlar var. Toplumsal boyutta en yaygın şekilde oy verme olarak görülen siyasal katılım ifade edilecektir (Doğan ve Göker, 2010). Eşit etki alanıyla birlikte oy kullanma ve kullanmama davranışları da eşit şekilde kabul edilmiştir. Siyasal bağlantılı tüm akademik çalışmalarda detaylı olarak incelenebilir durumdadır. Hem nitel, hem de nicel olarak toplumdaki vatandaşların görüş ve eğilimlerini yansıtmaktadır. Böylece vatandaşın toplum içerisinde söylemi ve mücadelesi somut hale gelir ve toplu bir ifade, toplumun gelişmesine ön ayak olur.

Seçim hakkı ve oy verme her ne kadar demokratik sistemlerde güçlü kabul edilse de, diğer yönetim şekillerinde de uygulanmaktadır. Sadece seçimin amacı ve seçim sonucu oluşan kararlar farklılık göstermektedir. Örneğin yukarıda da vurgulandığı gibi demokratik sistemlerde, siyasal olarak hükmedecek kadroyu belirlerken, totaliter ve ona bağlı otoriter sistemlerde durum farklıdır. Bu sistemler yalnızca siyasal sistemi bilindir kılmakta ancak seçmene gerçek bir “seçme” hakkı tanımamaktadır (Erdoğan, 2008). Genel olarak eşit kabul edilen, bireyselliğe ve gizliliğe de önem veren bir toplum gerçekten vatandaşına seçme hakkını tanıyabilmektedir. Bu anlayış da toplumlarda belli bir birikim sonucu oluşmaktadır. Bu duruma en yakın örnek olan Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulmasından sonraki ilk seçimlerde, seçme hakkının tanınmasında cinsiyet faktörünün belirli olmasıdır. Fakat zaman içerisinde genel ve eşit olma kavramları hâkim olmuş ve seçimler toplumsal ve bireysel olarak “herkes için eşit” hale gelmiştir (Erdoğan, 2008).

Belirtilmesi gereken bir başka husus, seçmen davranışı ile seçim davranışının aynı bilgiyi ifade etmemesidir. Seçmen, vatandaş olarak “kazandığı” rol üzerine hem bir hak hem de bir görev olarak seçim olayının baş aktörü haline gelmiştir. Seçmen davranışı da bu kişinin, bu amaç doğrultusunda yaptığı işi ifade etmektedir. Ancak seçim davranışı dendiği zaman oy birliğine varmak üzere seçim işine girmek seçim davranışıdır (Avşar, 2002). Yalnızca siyasal

etkinliklerde değil sosyal özelliklerde de ortak alınan her bireysel ve ortak karar için seçim ifadesi kullanıyoruz. Ancak seçmen davranışı dendiği zaman, seçmen ifadesinden dolayı özellikler tamamen siyasal yöndedir ve günlük hayata dair iki basit konuda “seçim” yapmanın ötesinde bir durumdur. Siyasal tercih toplumsal ve siyasal taleplere göre ifade edilir. Seçmen davranışının başlangıcında seçmen olarak vatandaş siyasal seçime katılıp katılmayacağına karar verir ve bir alt başlıkta detaylı olarak inceleneceği gibi öncelikle, kararı olumluysa yani seçime katılıyorsa, ona göre siyasal davranışlarını genişletir. Bireysel bir karar olsa da, seçmenin kararı olumlu da olumsuz da olsa toplumsal anlamda sosyal ve ekonomik dengeler üzerinde etkili olacaktır. Dolayısıyla öncelikle seçime katılıp katılmayacağına karar verir ve eğer katılacaksa, hangi parti ile katılacağı, hangi fikri savunduğunu ifade edeceği ile katılımını sürdürür.

Seçmenin seçime katılması için öncelikle demokratik bir ortamda yaşadığına ve yaptığı seçimin toplumsal etkisinin olacağına, kendisinin de seçme işlemini gerçekleştirirken can güvenliğinin olduğuna inanması önemlidir. Çoğu seçmen günümüzde, katılmama kararını, yaptıklarının bir etkisinin olmayacağına ya da kendi ilkelerine uygun seçenek bulamadığına dayanarak vermektedir. Seçimlere katılmak toplum yapısıyla yakın ilişki içinde olduğu için, bazı toplumlarda tüm ideolojik, hukuksal, demokratik koşullar otorite tarafından sağlanmış bile olsa seçmen seçime katılmayabilir veya katılmayı çok istese bile katılamayabilir. Örneğin, seçmenin, yaş olarak küçük olduğu için, kendisinden yaş olarak büyük kişilere karşı saygısızlık olacağını düşünerek seçme hakkını kullanamadığı durumlar görülmüştür. Veyahut erkek egemen bir toplumda bir genç kızın muhtar aday olması toplumda hoş karşılanmayabilir (Eroğul, 2012). Bir şekilde güvenli bir çevresel ortamının oluşması ve bu ortamın seçme işlemi sona erdikten sonrada devam etmesi önemlidir.

Bazı durumlarda da güven ortamı gelişmese bile, alışkanlık nedeniyle oy verilmektedir. Bunu bir hak olarak görmekten çok sorumluluk olarak gören vatandaşlar, özellikle Türkiye’de bu yönde siyasi katılım gerçekleştirmektedir. Toplum içerisinde oluşturulan güven aynı zamanda siyasal etkinlik alışkanlığını geliştirecektir ve bu da seçimi hem bir hak, hem de bir alışkanlık olarak

görmekten ileri gelmektedir. Bu ifadeden yola çıkarak bir toplumun siyasal etkinlik alışkanlığını gözleyerek oluşturulmuş olan güven duygusu yani bir şekilde siyasete güvenini de incelemiş olmaktadır. Bu noktada vatandaşın verdiği katılma ya da katılmama kararı gerekli olan psikolojik ortamı oluşturmaktadır. Oy verme sürecinde seçmen davranışlarını Türkiye’deki belli bir dönemde uygulanan seçimler üzerinde örneklendirmek konuyu daha iyi anlamak açısından faydalı olacaktır.

1969 yılında yapılan Türkiye Büyük Millet Meclisi genel seçimlerini örnek olarak aldığımızda, Türk siyasi tarihinin seçme ve seçilme hakkının kanunla verildiği ve uygulanmaya başladığı tarihten günümüze kadar en düşük katılım oranının yaşandığı seçim olduğunu görmekteyiz. Seçimlere katılım oranının bu kadar düşük olmasının arkasında bağımsız olarak seçime katılan adayların başarısından siyasi partilerin hemen hemen hepsinin oy kaybetmesi gibi birçok neden bulunmaktadır. Seçimlere katılım oranının düşme nedenlerine daha dikkat ederek bakacak olursak, seçmenlerin oy kullanma haklarını kısıtlayan bir seçim sistemine karşı olarak katılım oranlarını düşürdüklerini görürüz. Seçmen davranışı burada seçmen katılım oranını düşürerek ortaya çıkmıştır (Türk, 1969).

**Tablo 3:** Türkiye’de 1950 ile 1969 yılları arasında seçimlere katılım oranları

SEÇİM YILI	KATILMA ORANI
1950	%89,3
1954	%88,6
1957	%76,6
1961	%81,0
1965	%71,3
1969	%64,4

**Kaynak:** Türk, H. S., 1969, Ankara Ü. Hukuk Fak. Dergisi, 26:79-114



1950 seçimleri, Türkiye’de ilk defa “adli denetim ve gözetim” ilkesini getiren 21.2.1950 sayılı tarih ve 5545 sayılı Milletvekilleri Seçimi Kanunu’na göre yapılmıştır. Türk siyasi tarihinde demokratik koşullarda ve yargı denetiminde seçim yapılmasına olanak sağlayan ilk milletvekili seçimi kanunu olmasıyla önemi çok büyüktür (Tuncer, 2010). Seçmenlerin oy kullanacakları yerin kapalı olması ve orada oylarını kullanmaları zorunlu hale getirilmiştir. Aynı zamanda gün içinde belli saatlerde ve belli sürelerde radyo ile propaganda yapılabilmesi serbestliği getirilmiş, seçmenlere karma liste yapabilme hakkı tanınmıştır. 1950 seçimleri bu koşullar içinde yapılmış ve arkasından yapılan 1954 seçimleri de kanun uygulanarak yapılmıştır. Sonuç itibariyle çok az oranda (%0,7) seçmen katılımında düşme yaşanmıştır.

1954 seçimlerinden hemen sonra iktidarda bulunan Demokrat Parti, seçme ve seçilme hakkını kısıtlamaya yönelik bir takım tedbirler alma yoluna başvurmuş ve 5545 sayılı kanunu değiştirmiştir. Mevcut hükümet ilk iş olarak devlet işleri ve devleti yönetenler haricinde radyonun siyasi partilerce propaganda aracı olarak kullanılmasını yasaklamıştır. Seçmenlerin herhangi bir alet ile yazılmış ya da çoğaltılmış olan karma oy pusulası kullanmalarını yasaklayarak sadece kendi el yazıları ile yazacakları karma liste oy pusulalarının geçerli olacağı hükmünü getirmiştir (Türk, 1969). 1957 seçimlerinden hemen önce artık el ile yazılmış bile olsa, ne şekilde çoğaltılırsa çoğaltılsın tüm oy pusulalarının geçersiz olduğu hükmünü getirmiştir. 1957 seçimlerinde oy verme işleminin tüm yurttan sonuçlanmamış olmasına rağmen sonuçlar radyodan açıklanmaya başlamıştır (Türk, 1969).

1961 yılı seçimlerinde ilk kez 25.02.1961 tarih ve 306 sayılı Kanuna göre nispi seçim sistemi uygulamıştır.<sup>1</sup> Bu uygulama ile seçmenlere parti listesindeki

---

<sup>1</sup> Nispi temsil veya oransal temsil sistemi, çoğunluk partisi dışındaki partilerin de kuvvetleri oranında üye seçmelerini sağlayan seçim biçimidir. Bu sistemde partiler oyları oranınca milletvekili çıkarırlar. Nispi temsil sistemi, seçmenlerin düşüncelerine daha uygun temsil edilmelerini sağlar, değişik fikir ve siyasi görüşler parlamentoya girer. Azınlıkların veya bazı düşünce taraftarlarının, meclislerde temsili ancak bu sistemle mümkün olmakta, aynı zamanda parti sayıları da çoğalmaktadır.

adaylar arasından tercih yapma hakkı tanınmıştır.1957 seçimlerine göre seçmen katılımında (%4,4) bir artış izlenmiştir (Türk, 1969). 1965 yılı seçimleriyle seçmenlerin tercih hakkı 533 sayılı kanunla kaldırılmıştır. Seçmen katılımının 1961 yılı seçimlerine göre %9,7 düştüğünü görmekteyiz (Türk, 1969).

Seçmen katılımındaki bu düşme ivmesi 1969 seçimlerinde de kendini göstermiş,%6,9 oranında bir düşüşle seçmen katılımı %64,4 olarak gerçekleşmiş ve 1969 seçimleri Türk siyasi tarihinin en düşük seçmen katılımının yaşandığı seçim yılı olmuştur (Türk, 1969).

Siyasal olayların takibini yapmak, toplumu siyasete yaklaştırır ve kopukluk yaşanmadığı sürece siyasete katılım oranı artar. Siyasal olayların takibi günümüzde en çok medya ve iletişim yoluyla yapıldığı için aslında bu bir şekilde, medyada siyasetin ne şekilde ve ne kadar ifade edildiği önemlidir. Güven duygusunu da etkileyen bu ifade aynı zamanda toplum içerisinde siyasete olan ilgiyi artırmaktadır. Medyanın etkisi dendiği zaman işin güvenilirlik boyutunda her fikre açık bir medya anlayışı önemlidir. Şöyle ki; mevcut gündem yalnızca mevcut yönetici fikriyle yönlendiriliyorsa; farklı bir siyasal görüşe sahip kişi, güven duygusunu yitirir ve bu duygu çoğunlukla öyle güçlü bir duruma gelir ki, kişi alışkanlık edinmiş olsa bile siyasal katılımı reddetme durumuna gelecektir ya da farklı boyutlarda hakkını arama yolunu seçecektir. Bilinçli bir seçmen için de medyada yalnızca kendi görüşünün ifade edilmesi güvensiz bir seçim ortamı oluşturmaktadır. Kişinin kendi görüşünü pekiştirmesi için farklı görüşe sahip insanların adımlarını görmelidir.

Bireyler seçim davranışında bulunurken yalnızca kendi fikirleriyle hareket etmezler. Seçim tercihleri üzerinde hem ağırlıklı olarak medyanın yönlendirdiği kişisel bir fikir ve görüş vardır, hem de kişinin çevresindeki çevresel faktörler de etkili olmaktadır. Siyasal araştırmalar, medya görselleri, kişinin çevresiyle ilişkileri ve şahit olduğu tartışmalar yukarıda bahsedilmiş olan duyguları da hareket ettirerek seçmen davranışlarını ve dolayısıyla seçmenin katılımını etkilemektedir. Ailenin siyasete katılımı ve siyasal görüşlerini nasıl ve ne şekilde ifade ettiği, kişinin seçimlerinde ve alışkanlıklarında önemli bir yer tutar. Ailenin

ve yakın arkadaşların da etkilediği siyasal yönelimler kişiyi her zaman siyasal seçime katılmaya itmez; bazı durumlarda katılmamaya da itmektedir. Bireyler, mevcut siyaset hakkında bilgi sahibi olsalar bile bazı durumlarda kendi siyasi görüşlerini temsil edecek bir yönetici bulamadıklarından, siyasetle ilgili güvensizlik hissettiklerinden, hukuki temeller konusunda şüpheye düştüklerinden veya eşitsizlik olduğuna dair bir inanç hissetmelerinden dolayı seçimlere katılmama kararı verebilirler. Sebeplerin son üçü aslında güvensizlik başlığı altında çeşitlendirilebilir. Bu şekilde katılmama kararında, seçmen siyasal görüşe sahip ve bu konuda bilinçlenmiş olsa bile katılmamayı tercih ederek aktif katılmama grubunu oluşturur. Bir diğer durum olan pasif katılmama durumunda ise, bir şekilde toplumun siyasi boyutundan kopuk yaşayan seçmenler, bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde kısıtlanmakta ve siyasal seçime katılmamayı tercih etmektedirler.

**Tablo 4:** 1950-2011 yılları arasında Türkiye’de yapılan seçimlerde kayıtlı seçmen, oy kullanan seçmen sayıları ve seçimlere katılım oranları

SEÇİM YILI	KAYITLI	OY KULLANAN	KATILIM
1950	8.905.743	7.953.085	89,3
1954	10.262.063	9.095.647	88,6
1957	12.078.623	9.250.949	76,6
1961	12.925.395	10.522.716	81,4
1965	13.679.753	9.748.678	71,3
1969	14.788.552	9.516.035	64,3
1973	16.798.164	11.223.843	66,8
1977	21.207.303	15.358.210	72,4
1983	19.767.366	18.238.362	92,3
1987	26.376.926	24.603.541	93,3
1991	29.979.323	25.157.089	83,9
1995	34.155.981	29.101.469	85,2
1999	37.495.217	32.656.070	87,1
2002	41.407.027	32.768.161	79,1
2007	42.799.303	36.056.293	84,2
2011	52.826.322	43.914.948	83,2

**Kaynak:** Tük, 2012, Milletvekili Genel Seçimleri 1923-2011, Tük Matbaası, Ankara

### 2.4.2 Siyasal Karar Verme Yaklaşımları

Seçmenlerin seçim kararlarını etkileyen *belirlilik*, *belirsizlik* ve *risk* olmak üzere üç tür çevre durumu bulunmaktadır (Güllüpunar, Diker ve Aslan, 2013). Karar vermek için gerekli olan tüm alternatiflerin sonuçları tam ve kesin olarak bilindiğinde belirlilik durumu ortaya çıkmaktadır. Alternatif kararlar verildiğinde hangi sonuçların ortaya çıkacağı hakkında tam ve kesin bir bilgi bulunmaktaysa belirsizlik durumu söz konusudur. Son olarak risk altında karar verme durumunda ise, ne belirlilik durumunda olduğu gibi tam ve kesin bir bilgi, ne de belirsizlik durumundaki gibi kesin bir bilgisizlik söz konusudur (Güllüpunar, Diker ve Aslan, 2013). Bu anlamda seçmenler belirsizlik ve risk durumunda karar vermeye daha çok meyillidirler. Çünkü hangi partinin veya adayın seçimleri kazanacağı kesin olarak bilinmemekle beraber, hangi tür uygulamaların yapılacağı da ancak partiler iktidar olduktan sonra görülebilecektir. Böyle bir durumda, seçmenlerin karar verme süreçleri etkilenecek ve rasyonel seçmen belirsiz ve risk durumunun en aza indirilmesi için harekete geçecektir (Kalender, 2005).

Siyasal olayları etkileyebileceğini düşünen birey seçime katılma kararı alır ve siyasal konularda aktif bir vatandaş konumunu almak için hazırlanma sürecine girer. Bu süreçte birey öncelikle toplumun siyasi durumu hakkında bilgi toplamaya başlar. Bu öncelikle ailede başlayan bir süreç olabilir ve yakın çevrede pekişebilir. Kişi ailenin fikrini ve anlayışını benimseyebildiği gibi bazı durumlarda aksi fikri de savunabilir. Haber kaynakları, tartışmalar, bu kaynaklara ulaşma yolu ile seçmen ve siyasal partiler arasında bir bağ oluşur. Seçmenin karar sürecinde belirsizlik ve risk durumunun giderilmesi için çeşitli alternatiflere sahip olması gerekir. Diğer bir ifadeyle, siyasal kararın oluşması sürecinde muhtelif alternatiflerin bir arada bulunması ve bunlar arasından uygun biri ya da birkaçının seçilmesi gerekir. Alınacak kararın bireyin çıkarına yönelik olması ve rasyonel olmasına da dikkat edilmelidir.

Seçmenin karar vermesini etkileyen çevre, kişilik, alternatifler, değerler sistemi gibi hem politik, hem sosyo-ekonomik faktörler bulunmaktadır. Bireyin

içerisinde bulunduğu toplumun cinsiyet, eğitim, gelir düzeyi vb. özellikleri ve yasal süreçleri seçmen davranışlarında etkili olmaktadır ve bu faktörlerin incelenmesi siyasal olaylar hakkında araştırmacılara fikir sunmaktadır. Seçmen davranışı üzerindeki sosyo-ekonomik ve politik faktörler bir sonraki bölümde detaylı bir şekilde analiz edilecektir. Fakat seçmenlerin oy verme davranışını etkileyen sosyolojik, psikolojik ve rasyonel bakış açıları ele alınmalıdır.

Sosyolojik yaklaşım seçmenlerin kararında daha çok din, sosyo-ekonomik statü, yaşadığı yer, ait olduğu grup vb. faktörlerin etkili olduğunu savunan yaklaşımdır. Buna göre, seçmen siyasal kararlar verirken büyük ölçüde ailesinin etkisi altında kalmaktadır. Özellikle evli çiftler birbirlerinin tercihlerine çok yakın kararlar almakta veya aynı adaya oy vermektedirler. Çocukların karar verme süreçlerinde ise anne ve babanın tercihleri arasındaki yakın ilişkiye benzer bir durum söz konusu olmayabilir (Güllüpunar, Diker ve Aslan, 2013). Aydın ve Özbek'in (2004) Kocaeli ilindeki seçmenlerin karar verme sürecinde ailenin etkisini inceledikleri araştırmada elde edilen sonuçlara göre, seçmenlerin oy verme davranışında ailelerinden etkilenme düzeyleri cinsiyetlerine, yaş gruplarına, eğitim düzeylerine, çalışma durumlarına, medeni durumlarına, anne-babayla birlikte yaşayıp yaşama durumlarına göre farklılık göstermektedir. Ayrıca, seçmenlerin hane halkı sayısı ve gelir düzeyleri bakımından anlamlı bir farklılık görülmemekle birlikte seçmenlerin siyasal kararlarının belirlenmesinde aile kurumunun büyük ölçüde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Psikolojik yaklaşım, literatürdeki yaygın ismiyle partiyle özdeşleme, kişinin herhangi bir partiye karşı psikolojik bağlılık duymasını ifade etmektedir (Kalender, 2005). Psikolojik yaklaşıma göre, birey yasal olarak oy kullanma yaşına ulaşana dek siyasal işlere yakınlık duyabilir ve bu anlamda kendi sosyal çevresini oluşturabilir. Seçmenlerin parti tercihleri analiz edildiğinde genellikle karar vermelerinde çocukluk dönemlerinin etkili olduğu, anne ve babasının etkisi altında kaldığı sonucuna ulaşılmıştır (Kalender, 2005). Dolayısıyla, bir çocuk okul çağı öncesi ve sonrasında genellikle diğer etki kaynaklarından daha çok aile ve yakın çevresinin etkisi altında kalmaktadır. Bireyin küçük yaşlarda ailesinden edindiği siyasal etki, onun ilerleyen dönemlerdeki siyasal tercihlerinde psikolojik

bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Psikolojik karar vermede etkili olan bir diğer husus adayın imajıdır. Adayın imajı, sosyal değer değişkeniyle çok yakından ilişkilidir ve adayların siyasal parti üyeliğinde etkili bir faktördür (Güllüpunar, Diker ve Aslan, 2013). Örneğin, Bill Clinton'un seçim kampanyasının başarılı olmasında Clinton'un pozitif bir kişiliğe sahip olması önemli bir etken olmuştur. Bu nedenle seçim dönemlerinde adaylar kazanabilmek için kişisel imajlarına önem verirler ve kendilerini rakiplerinden farklılaştırırlar.

Rasyonel yaklaşım veya literatürdeki diğer ismiyle ekonomik tercih yaklaşımı, seçmenin kendi çıkarları doğrultusunda en iyi hizmeti verebilecek bir aday ve partiyi değerlendirerek buna göre oy verme eğiliminde olmasını ifade eder. Bilim ve teknolojinin gelişmesi, kentleşme, küreselleşmeyle birlikte bilgi ulaşımının kolaylaşması, üretim ve tüketim alışkanlıklarının değişmesi gibi birçok nedene bağlı olarak seçmen kararları giderek bireyselleşmiştir. Oy verme davranışı bakımından bireyselleşen seçmenin, bütünüyle olmasa da sosyolojik ve psikolojik faktörlerin etkisinden kurtulduğu ve tercihlerini daha çok ekonomik ve hizmet odaklı olarak yaptığı söylenebilir (Güllüpunar, Diker ve Aslan, 2013). Dolayısıyla siyasi partilerin ve adayların projeleri ve seçim vaatleri siyasal kararların verilmesinde büyük önem kazanmıştır.

### 3. SEÇMEN DAVRANIŞLARININ SOSYO-EKONOMİK VE POLİTİK BOYUTU

Toplum içinde siyasal seçim ile başrol konumuna gelen seçmenlerin oy verirken tercihlerinde belirli koşullardan etkilendiklerinden bahsedilmiştir. Siyaset sosyolojisi de bu konuyla ilgilenmektedir, çünkü seçim öncesi belirli koşullar ve etkilerin şekillendirdiği seçmenlerin, tercihlerinde bir de kişisel sebepler vardır ve bu konu araştırma alanı olarak sosyoloji ve siyaseti bir araya getirmiştir. Seçmen davranışını etkileyen pek çok sebep vardır. Burada önemli olan hem ülkenin şartlarını ve konumunu, hem de bireyin koşullarını incelemenin gerekli olduğunu unutmamaktır (Akgün, 2002).

Araştırmaların bazıları sosyo-ekonomik ve politik faktörlerin önemli olduğuna yönelik çalışmalar yaparken, bazı çalışmalar da kültürel ve ideolojik sebeplerin üzerinde durmuştur. Çalışmanın bu bölümünde seçmen davranışları üzerinde etkili olan sosyo-ekonomik ve politik faktörler incelenmiştir. İdeolojik faktörler, siyasi partilerin görüşlerini temel almakta ve muhtelif görüşlerin seçmen eğilim ve görüşlerini değiştirdiği öne sürülmektedir. Bununla birlikte, ideolojik ve kültürel faktörlerini analiz etmek için siyaset sosyolojisi açısından toplumsal olarak ve daha çok siyasi partilerin gözünden bakmayı gerektirecektir. Dolayısıyla çalışma siyaset sosyolojisine bireysel bir yöntemle yaklaşmakta ve bu anlamda seçmen davranışlarına odaklanmaktadır.

Siyasal katılmayı belirleyen en önemli faktör, siyasal katılımı gerçekleştirecek olan bireyin fiziki, kişisel ve hatta değer yargılarına kadar uzanan özellikleridir. Dolayısıyla vatandaşların siyasete katılmaları farklı yoğunluklarda olmakta, bazı vatandaşlar oy bile kullanmazken, bazıları da siyasal faaliyetlere büyük zaman, emek ve para ayırmaktadır. Bu anlamda siyasal katılmayı etkileyen faktörleri detaylı bir şekilde analiz etmek gereklidir.

Sosyo- ekonomik sebeplerin temelinde demografik özellikler yatmaktadır. Toplum içindeki sınıf farkı, yaş, eğitim, cinsiyet, meslek ve gelir düzeyi gibi faktörler toplum içindeki demografik özellikleri temsil etmekte ve gözlenen

farklar siyasi seçimleri etkilemektedir. Çalışmanın son bölümünde kapsamlı olarak incelenecek olan seçmen davranışı ve medya unsuru bir anlamda sosyal boyutun içinde de kabul edilmektedir. Aslında medya etkisi bir anlamda kamuoyunu yansıtmaktadır. Seçim öncesi seçmen kararının ön izlemesi olarak sunulan kamuoyu araştırmaları, bir yandan seçim öncesi karar konusunda fikir vermekte, bir yandan da seçmen kararlarını etkilemede rol oynamaktadır (Doğan ve Göker, 2010).

Politik faktörler, siyasi partiler ve adayları incelemek açısından faydalıdır. Bu anlamda çalışmada parti kimliği kavramı, seçmenlerin parti tercihlerinde partilere yaklaşımı ve yakın geçmişte yaşanan siyasi değişimlerden bahsedilecektir. Aynı zamanda medyanın güçlenmesi, siyasi kimliklerin çoğalması ve yönetim biçiminin seçimlere etkisi de incelenecektir (Akgün, 2002).

Seçmen davranışını etkileyen diğer faktörler, çalışmada daha önce de öne sürüldüğü gibi çok sayıdadır. Çalışmanın çerçevesi öncelikle sosyal ve ekonomik faktörler ile politik faktörler üzerinde çizilirken, bir yandan da yasal boyutu ve psikolojik boyutu eklenmiştir. Yasal boyut toplumsal faktörleri desteklerken, psikolojik boyut seçimlerdeki bireysel faktörlerin etkisini göstermektedir. Her siyasal sistem, siyasi sürecin varlığını toplumsal olarak yasalarla öngörür, dolayısıyla kimlerin siyasal sürece katılıp katılamayacağı, hangi yollarla siyasi seçimin gerçekleştirilebileceği yasalarla düzenlenmektedir.

Seçmen davranışının sosyal ve ekonomik boyutunun kapsamlı olarak incelenmesi demokratik gelişim üzerinde fikir sahibi olmamıza ışık tutmaktadır. Siyasi katılımın sosyo-ekonomik statü ile doğru orantılı olduğunu savunan araştırmacılar, daha iyi bir eğitim seviyesinde ve daha yüksek bir gelire sahip vatandaşların, diğerlerine göre daha katılımcı bir rol üstlendiklerini öne sürmüşlerdir. Örgüt ve derneklerin çoğalmasının siyasal katılımı artıran sosyo-ekonomik bir gelişme olduğunu belirtmişlerdir. Toplumsal gruplar, devlet yönetimindeki etkilerini fark ettikleri zaman daha fazla çaba gösterirler.



### 3.1 Seçmen Davranışını Etkileyen Ekonomik Faktörler

Ekonomik faktörler başlığı altında incelenecek olan ilk faktör meslek gruplarını siyasal katılıma etkisidir. Meslek de, gelir düzeyi gibi toplumsal olarak kişinin faaliyetlerini ve siyasete katılımını etkilemektedir. Meslek sahibi olmak siyasi olarak da yeteneklerin gelişimini sağlamakta, iktidarın yönetim biçiminden hangi meslekte olursa olsun etkilenmesine neden olmakta ve belirli siyasi görüşe sahip diğer insanlarla daha fazla etkileşimde olmasını sağlamaktadır (Çinko, 2010).

Çalışan birey, mesleği ne olursa olsun, işi gereği tanımadığı ve yakın olmadığı birçok insanla iletişimde bulunmaktadır. Bu süreç, siyasal etkinlik yeteneklerini de geliştirmektedir. Çünkü kişi, bilinçli ya da bilinçsiz şekilde kendini toplumda ifade etmeyi, farklı görüşleri dinlemeyi, makul çözümler ile kendi fikrini baskın konuma getirmeyi çalışarak öğrenmektedir. İnsan hayatının büyük çoğunluğu iş ortamında geçmektedir (Çinko, 2010). Dolayısıyla tıpkı gelir düzeyinin gruplaşma yaratması gibi, bazı meslek grupları ortamları gereği belirli siyasi partilere daha yakın olabilirler ve bu mesleği icra eden kişiler buldukları ortamın etkisiyle o siyasi partiye daha fazla eğilim gösterebilirler. Çalışmada meslek sahibi olmanın siyasi katılımı arttıracığı öne sürülmemekle birlikte, meslek gruplarının siyasi parti gruplaşmalarına neden olabileceği ve seçmen davranışı ile tercihlerini etkileyebileceği savunulmuştur.

Ekonomik faktörler altında incelenecek diğer bir faktör de gelir düzeyi ve seçmen davranışı ilişkisidir. Meslek grubuyla birlikte araştırma alanlarına dâhil olan bu konuda gelir düzeyinin, toplumu siyasal faaliyetlerde nasıl etkilediği incelenmiştir.

#### 3.1.1 Meslek ve Seçmen Davranışı

Meslek sahibi olmanın seçmen davranışlarına etkileri kolay gözlemlenebilir bir çalışma değildir. Meslek grupları toplum içerisinde birbirine eklemlenmiş ve belirli bir düzenden uzaklaşmıştır. Bir meslek grubunun kendi içerisinde birçok

dala ayrılması ve farklı meslek gruplarıyla ortak projeler yürütmesi, bu faktörü incelemeyi zorlaştırmıştır. Ancak meslek gruplarının ait olduğu bir hizmet alanının olması seçmen davranışlarını gözlemek için uygun bir zemin hazırlamaktadır. Ancak bu kadar geniş bir alanda çalışan seçmenlerin, ortak bir paydada buluşup siyasal seçimlerini gruplaşma halinde yapmaları söz konusu değildir. Meslek grupları ile seçmen davranışı üzerinde etkisinde üzerinde durulması gereken en önemli nokta; meslek, siyasi katılımı etkin bir faktör olmasına rağmen, yaş, eğitim, cinsiyet gibi diğer demografik özelliklerinden farklı olarak hızla değişkenlik gösterebilmekte ve bu açıdan ölçülebilirliğini güçleştirmektedir. Meslek gruplarının siyasi katılımı etkisi incelenirken, eğitim ve gelir düzeyi ile birlikte ele alınması önemlidir. Eğitim, meslek grubunun önceki ve dolaylı aşamasıyken, gelir düzeyi de sonraki ve yine dolaylı aşamasıdır (Bahçe, 2006).

Meslek grupları, diğer demografik özelliklerden farklılık göstermektedir. Seçmenin yaşı, hatta aldığı eğitim ve toplumdaki yeri ailesel bir duruma dayanmaktadır. Bireyin eğitimle kendini geliştirmesiyle beraber toplumda bulunduğu sınıfa değiştirme olasılığı bulursa da bu kısa sürede gerçekleşebilecek bir durum olmayacaktır. Meslek gruplarının kişiye belirli bir siyasi yönelim verdiği savunulmamakla birlikte, meslek sahibi olmanın kişisel olarak siyasal eğilimi artırdığı, kişiyi sosyalleştirerek siyasal görüşünü ifade etmede yetkinlik verdiği ve bazı mesleklere sahip olmanın siyasal yaşam içinde ön plana çıkmayı kolaylaştırdığı söylenebilir. Tıpkı gelir düzeyinde ifade edildiği gibi, bazı toplumlarda meslek seviyesi etkin ve üstün kişiler siyasal katılımı arttırırlar ve bu artış ile ilgi, seçmen katılımından çok siyasi parti adaylığı şeklinde topluma yansır.

Sosyal faktörler altında incelenecek olan eğitim, meslek grubu ve seçmen davranışı üzerinde dolaylı olarak etkilidir. Meslek seçiminde alınan eğitimin büyük önemi olmasıyla birlikte, aileden kaynaklanan gelir düzeyi ve yaşanan çevrenin de etkisi unutulmamalıdır. Bireyin eğitim düzeyindeki artış, toplumdaki yerinin belirginleşmesini sağlamakta ve yüksek statülü bir işte çalışmasına

yardımcı olmaktadır. Siyasete olan ilgi ve siyaset bilgisi, aday olarak katılımı, bu faktörlerin bir araya gelmesiyle artış gösterebilmektedir (Avşar, 2002).

Bazı meslek grupları ve o meslek içerisindeki konum, kişinin toplumsal hayattaki ifadesini de etkilemektedir. Örneğin bir gazeteci veya medya kuruluşunun yöneticisi, iş ortamı sayesinde siyaset hakkında bilgi sahibi olur ve katılımını artırabilir. Özellikle serbest meslek grubu olarak adlandırılabilir olan avukatlık ve gazetecilikte, iş yaşamının gereklilikleri ile siyasete yaklaşım görülmektedir. Özellikle gazeteciler toplumsal sorunlara vakıf olabilmek adına toplumdaki siyaset politikalarını incelemektedirler. Yalnızca gazeteci, avukat ya da bir medya kuruluşu yöneticisi olarak da değil, toplu halde çalışan tüm meslek gruplarının tek başına çalışanlara göre siyasal katılım oranları yükselir. Bu noktada işçileri örnek gösterebiliriz. Toplu halde çalışmalarından ve örgütlenme alışkanlıkları ile siyaset konusunda bilgi sahibi olabilecekleri bir ortamda çalışmıyor olsalar dahi, örgütlenme ve gruplaşmaları siyasal katılımını artırmaktadır (Avşar, 2002). Buradan yola çıkarak Türkiye’de 1950 seçimlerinde CHP, DP ve MP partilerinin adaylarının meslek dağılımlarını yansıtan tabloyu incelersek, meslek grupları içinde en fazla avukatların aday olarak siyasal katılım gösterdiklerini görürüz. Adaylar içerisinde en sonda olan meslek grubu ise işçilerden oluşmaktadır.

**Tablo 5:** Türkiye’de 1950 seçimlerinde CHP, DP ve MP adaylarının meslek gruplarına göre dağılımı

MESLEKLER	CHP	DP	MP	TOPLAM
VALİ-KAYMAKAM	24	5	-	29
HARİCİYECİ	1	2	1	4
SUBAY	25	21	13	59
AKADEMİSYEN	19	14	7	40
DOKTOR-ECZACI-DİŞÇİ	55	61	19	135
AVUKAT	79	105	36	220
MÜHENDİS	11	23	11	45
MALİYECİ-İKTİSATÇI-BANKACI	14	16	5	35
GAZATECİ-YAZAR	16	23	13	52
ÖĞRETMEN	21	8	5	52
YARGIÇ	16	27	5	48
DİĞER KAMU GÖREVLİLERİ	76	44	13	133
TÜCCAR-ESNAF-FABRİKATÖR	44	74	33	151
ÇİFÇİ	27	61	18	106
İŞÇİ-SENDİKACI	10	8	3	21

**Kaynak:** Tuncer, E., 2010, 1950 Seçimleri, TESAV, Ankara

Aşağıdaki tabloda da 2007 yılı genel seçimlerinde TBMM milletvekillerinin meslekleri göz önüne alınarak siyasi katılımın meslek gruplarına dağılımı incelenmiştir. Sonuç itibariyle, bazı mesleklerde siyasal katılımın ve siyasi bilinçlenmenin daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle hukukçuların siyasi açıdan daha fazla bilinçli olduğunu ve aday veya seçmen olarak siyasette daha fazla etkin olduklarını; işçilerin ise Türk siyasi tarihinde özellikle aday olma konusunda etkisiz kalmış meslek grubu olduğunu söyleyebiliriz.

**Tablo 6:** 2007 yılı seçimlerinde milletvekillerinin meslek gruplarına göre dağılımı

MESLEK GRUPLARI	KİŞİ SAYISI
HUKUKÇU	92
İŞADAMI	82
AKADEMİSYEN	78
ÖĞRETMEN	40
EKONOMİST	39
MÜLKİ AMİR	18
ÜST DÜZEY YÖNETİCİ	27
DOKTOR	27
MÜHENDİS	39
MALİMÜŞAVİR	16
GAZETECİ	11
MİMAR	9
PLANLAMACI	8
DİPLOMAT-BÜYÜKELÇİ	7
BANKACI	6
SUBAY	4

**Kaynak:** [www.tbmm.gov.tr/develop/owa/haber\\_portal.aciklama?p1=47461](http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/haber_portal.aciklama?p1=47461) (Erişim Tarihi: 26.06.2013)

Memurların gelir düzeyi hükümet tarafından belirlendiği için, hükümetin aldığı kararlar ve izlediği yolları takip eden memurlar da siyasal yaşamla iç içedirler ve dolayısıyla da siyasal katılım oranları yüksektir. Memur grubundaki öğretmenler için de durum bu açıdan aynı olmakla beraber, insanların ileride siyasi yaşamda aktif olarak bulunmalarını etkileme sorumlulukları vardır. Bu açıdan öğretmenlerin, kendi üzerindeki etkilerini bilmeleri ve ona uygun bir ifade şekli belirlemeleri gerekmektedir. Öğretmenlerin kendi eğitim düzeyleri ve çalıştıkları eğitim- öğretim kurumunun ideolojisi de önemli rol oynamaktadır. Öğretmenlerin toplumsal olarak siyasal yaşamda etkinlikleri fazla olduğundan dolayı demokratik bir tutum sergilemeleri ve bunu öğrencilere aktarmaları önem teşkil etmektedir (Avşar, 2002).

İşçi ve öğretmenler incelendiği zaman farklı gelir düzeylerinin siyasi katılımın artış ya da azalma göstermesinde etkili olmadığı görülmektedir. İşçilerin eğitim düzeyleri ve çoğunlukla gelir düzeyleri öğretmenlerden düşüktür ancak bu durum, siyasi katılımı aynı oranda etkilememektedir. İşçiler, iş çevresinde bir arada olmanın da desteğiyle çabuk örgütlenme ve siyasi gruplaşmalar yaratma konusunda birçok örnek vermişlerdir. Hızlı sendikalaşmaları, birbirlerine aktardıkları siyasi bilgiler, onları siyasi konularda yüksek bilince taşımıştır (Avşar, 2002).

Siyasete katılım oranlarının çok yüksek olmadığı iki meslek grubu çiftçiler ve ev kadınlarıdır. Çiftçiler, işçiler gibi eğitim düzeyleri düşük bir sınıfta olmalarıyla birlikte, çalışma alanlarının da sebep olduğu bir durum ile siyasi yaşamdan uzak kalmışlardır. Eğitimin yanı sıra, kitle iletişim araçlarını, siyasi propagandaları ve siyasi tartışmaları yakından takip edecek bir çevrede yaşamayan çiftçilerin siyasi katılımdan uzak kaldıkları gözlemlenmiştir. Daha çok kırsal kesimlerde ve köylerde yaşayan çiftçilerin en etkin şekilde kullandıkları siyasi katılım yolu oy vermektir. Ev kadınlarında durum biraz daha farklıdır. Kırsal kesimde de, şehrin merkezinde de bulunan ev kadınının evde oturan, içe dönük ve toplumsal bilinci gelişmemiş bir imaj çizmesi nedeniyle, siyasetin gerektirdiklerinden uzak kaldığı görülmüştür (Avşar, 2002). Cinsiyet ve seçmen davranışları incelenirken bu konu üzerinde daha kapsamlı durulacaktır. Çünkü söz konusu olan olumsuz imaj sadece ev kadınları için değil, genel olarak kadınlar için siyasi katılımda sorun teşkil etmekte ve kadınları, kendini toplumda ifade etme, siyasi eğilimini gösterme ve kitle iletişim araçlarından faydalanma gibi siyasetin gerektirdiklerinden uzak tutmaktadır (Öztekin, 2010).

### **3.1.2 Gelir ve Seçmen Davranışı**

Ekonomik faktörler ana başlığı altında da incelendiğini gibi, gelir düzeyi ve siyasi katılım düzeyi arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Sosyal statünün en net belirleyici faktörlerinden biri olan gelir düzeyi; eğitim, cinsiyet, yaş gibi belirli özelliklerden de destek alarak kişinin sosyal statüsünü belirlemektedir. Gelir, genel tanımı itibarıyla, kişinin yıl içinde elde ettiği kazançların ve iratların safi

tutarıdır (Gelir Vergisi Kanunu, 1960). Ekonomik anlamda gelire baktığımızda ise kişilerin yıllık olarak mesleki üretken faaliyetleri, taşınır ve taşınmaz varlıkların işletilmesinden elde ettikleri kazançlarını gelir olarak tanımlarız.

Gelir düzeyi toplumsal hayat tarzını etkileyen bir faktör olduğu için siyasal katılımı da etkisi görülmektedir. ABD’de konuyla ilgili yapılan araştırma göstermiştir ki, gelir düzeyi artan seçmenin siyasal seçime katılımı artmaktadır. Ancak ileri tarihlerde yapılan diğer çalışmalar bu orantının her seçim için geçerli olmadığını öne sürmüşlerdir (Yücekök, 1987). Doğru orantı iddiasının altında yatan sebep, gelir düzeyinin artışının kişiye siyasal olayları daha yakından takip etme fırsatı tanıdığı ve bu durumun da siyasal katılımı artırdığıdır. Bir yandan gelir düzeyi yüksek bireyin, eğitim seviyesinin de yüksek ve kendine güveni de olan birey olduğu farz edilir. Ancak bu temellenmesi güç bir iddiadır, çünkü gelir düzeyinin artışı vatandaşı, seçmen durumunun ötesinde aday konumuna doğru götürebilmektedir. Gelir düzeyi yüksek olan vatandaş, özellikle de gelir düzeyi toplumsal olarak düşük bir yerde güçlü konuma gelmek için siyasal katılımı farklı bir boyuta taşıyıp siyasi parti adayı olabilmektedir (Yücekök, 1987). Bu çalışma, ekonomik artışın bireyleri gruplaşmaya ittiğini ve bu gruplaşmaların siyasal etkinliklere de olumlu yansıdığını öne sürmekle beraber, gelir düzeyi ile siyasal katılım düzeyi arasında doğru orantılı bir ilişkinin mutlak olmadığını iddia etmektedir. Örneğin, Bülent Ecevit’i Türk siyasetinde düşündüğümüz zaman, sosyal statüsü ve aldığı eğitimi düşünerek kendisinin Türk halkının eğitim seviyesinin yukarısında bir eğitim ve sosyal statüye sahip olduğu değerlendirilebilir. Bu durum onun döneminde siyasi katılıma bir seçmen olarak daha fazla katılacağı anlamına gelmemektedir. En azından böyle bir genelleme yapmak Türk siyaseti için doğru değildir. Ancak Bülent Ecevit, bu farklılığı siyasal parti adayı olarak göstermiştir. Bülent Ecevit eğitimi ve de dolayısıyla gelir durumu iyi olan bir kişi olarak, yaşadığı dönem içinde çok iyi imkânlar elde etmiştir. Türk siyasi yaşamını yakından takip ederek ve içinde olmakla birlikte, İngiltere ve Amerika’da siyaset sosyolojisi ve Ortadoğu üzerine araştırmalar yapma fırsatı etmiş, ülke içinde ve ülke dışında gazetelerde yazılar yazmıştır. ABD’de olduğu sürede eğitim gördüğü Harvard üniversitesinin rektörü ABD’nin

56. dönem Dışişleri Bakanı Henry Kissinger ‘den eğitim almıştır. Bu da 27 Ekim 1957 yılında CHP milletvekili olmasının önünü açmıştır.

Gelir düzeyi ve seçmen tercihleri ile ilgili olarak Antalya ili üzerine yapılan nicel çalışmadan örneklere bakalım. Aşağıdaki tabloda belli bir grup seçmenin gelir durumlarına göre hangi partiyi tercih ettiklerini görürüz. Mevcut tabloya göre geliri durumu yüksek kolan seçmenlerin parti içi ve partiler arası oy dağılımına göre daha çok CHP’sini tercih ettikleri sonucunu çıkarabiliriz.

**Tablo 7:** 22 Temmuz 2007 genel seçimlerinde kullanılan oyların gelir gruplarına göre dağılımı

	...-750TL	751-900 TL	901-1050 TL	1051-1500	1501 TL-...
<b>AKP</b>	53 (%24,5)	35 (%16,2)	40 (%18,5)	31 (%14,4)	57 (%26,4)
<b>CHP</b>	47 (%21,2)	31 (%14,0)	31 (%14,0)	33 (%14,9)	80 (%36,0)
<b>MHP</b>	22 (%27,2)	16 (%19,8)	16 (%19,8)	10 (%12,3)	17 (%21,0)
<b>DTP</b>	1 (%07,1)	5 (%35,7)	-	2 (%14,3)	6 (%42,9)
<b>DP</b>	3 (%30,0)	-	3 (%30,0)	3 (%30,0)	1 (%10,0)
<b>OY</b>	17 (%16,8)	17 (%16,8)	12 (%11,9)	26 (%25,7)	29 (%28,7)
<b>DİĞER</b>	6 (%14,0)	5 (%11,6)	15 (%34,9)	8 (%18,6)	9 (%20,9)
<b>TOP.</b>	149 (%21,7)	109 (%15,9)	117 (%17,0)	113 (%16,4)	199 (%29,0)

**Kaynak:** Sağır, M. Ö., 2011, Seçmenin Din Toplum ve Siyasete Bakışı; Antalya Örneği, Boyut yayıncılık s:11

### 3.2 Seçmen Davranışını Etkileyen Sosyal Faktörler

Seçmen davranışlarının ekonomik boyuttan sonra ele alınan ikinci ana çerçevesi sosyal faktörlerdir. Sosyal faktörler insanın çocukluk yaşlarıyla birlikte başlayıp seçmen konumunu alıncaya kadar olan süre boyunca tercihlerinin şekillenmesinde büyük önem teşkil eder. Ailenin yapısı ile başlayan bu etkileşme çocuğun yaşamı boyunca sosyal çevresi ve yaptıkları ile gelişerek devam eder. Bu çalışma içerisinde sosyal faktörlerden eğitim düzeyleri, yaş farklılıkları ve cinsiyet



faktörü başlıkları altında seçmen davranışlarına olan etkileri tablolar yardımıyla örneklendirilerek incelenecektir.

### 3.2.1 Eğitim ve Seçmen Davranışı

Eğitim siyaset toplumsallaşmaları ortaya çıkardığı için seçmen davranışları ve siyaset sosyolojisi içinde incelenmektedir. Meslek grupları içerisinde de bahsedilen öğretmenlerin en önemli görevi demokratik anlayış içerisinde siyasi bilgiyi öğrenciye aktarmaktır. Dolayısıyla eğitim, siyasi değerleri aktarmada önemli bir yere sahiptir. Bu aktarım toplumsallaşma ve gruplaşma açısından da önemlidir.

Toplumsallaşma, bireyin biyolojik özelliklerinin dışında doğduğu yere ait olan özelliklerle gelişmektedir. Şöyle ki; toplumun özelliklerini, kültürünü ve yargılarını benimsemeye başlayacak veya bunları reddetmeyi oluşturduğu öznel yapısını şekillendirecektir. İlk olarak, aile için başlayan toplumsallaşma, etkin şekilde eğitim hayatında devam etmektedir. Eğitim, toplumdaki kültürel ve inanca dayalı ideoloji ve yaklaşımları, küçük yaştan itibaren bireye kazandırdığı için siyaset davranışlarda da etkin bir yere sahip olmuştur ve gelişen bu bilinçle, kişi siyaset etkinlikleri her yönüyle kavramaya başlamıştır (Gökalp, 2006). Küçük yaştan itibaren eğitim alan insan, teknolojik gelişmelerden ve kitle iletişim araçlarından da yararlanmayı bilerek, siyasete dair tüm gelişmeleri takip etmekte ve dünyanın farklı bir yerinde bile olsa farklı bir siyasi görüş hakkında bilgi alabilmektedir. Dolayısıyla eğitimin genel olarak kazandırmış olduğu çok yönlü düşünme, analiz etme, yorumlama ve ifade etme becerileri siyaset alanına da uygulanmakta olup kişiyi objektif düşünen bir seçmen haline getirmektedir. Dolayısıyla imkânı el veren yurttaşlar, iyi birer eğitim almış ve gerek sosyal gerek siyasi yaşamlarında bireysel ve toplumsal gelişmelere açık hale gelmiştir. Gelir düzeyi ve meslek gruplarına benzer şekilde, eğitim düzeyi artan vatandaş yine toplumdan sıyrılacak ve kendisini seçmenliğin ötesinde siyasi parti adaylığında ifade etmeyi deneyecektir. Bu elbette, eğitim düzeyi yüksek seviyede olan tüm vatandaşların yapacağı bir adım olarak ifade edilmemektedir ancak toplumsal olarak eğitim düzeyi çok yüksek değilse, bilhassa bu ülkelerde yüksek sosyal statüye sahip kişiler yönetici ve yönlendirici güç olmayı deneyecektir.

Türkiye şartlarında eğitim seviyesinin yükselmesinin siyasi katılımı artırıcı olduğuna dair bulgu olmasa da, siyasi etkinliklerin takibi ve siyaset içerikli bilgiye ulaşmada eğitim seviyesi ile doğru orantı olduğu saptanmaktadır (Gökalp, 2006). Dolayısıyla eğitim seviyesinin bir yönden olumlu bir yönden olumsuz bir etkisi vardır. Ancak siyasi katılımında yaş, cinsiyet ve yerleşim yeri gibi diğer sosyal faktörler de etkin rol oynamaktadır.

### 3.2.2 Yaş ve Seçmen Davranışı

Siyasal katılımlara yaklaşım belirli bir yaş itibariyle gelişir ve hayat boyu sürer. Bu yaklaşım sürekli bir katılımı ifade edeceği gibi katılmayı reddetmeyi ya da kararsız bir yurttaş olarak araştırma yapmayı da ifade etmektedir. Aile içinde başlayan toplumsallaşma, siyasete ilgiyi küçük yaşlarda başlatır. Ailenin bir siyasi partiye bağlı olması kişiyi siyaset konusunda bilgi toplayarak büyüteceği gibi, o partiyi savunma ya da reddetme ihtimalini de ortaya çıkarır. Bir ailenin siyasete katılım oranı düşükse, sosyal çevresini oluşturma yaşı gelmeyen ve çevresi ile ailesi ile kısıtlı kalan çocuk bireyin, siyasete ilgisiz büyümesi yüksek bir ihtimaldir (Gökalp, 2006). Aile sosyalleşme süreci içerisinde çocuğa, toplumun gerekliliklerini ifade ederken siyasete ilişkin bilgileri de vermeye başlayacaktır. Aile içinde başlayan bu ilgi ve bilgi süreci, arkadaş ve okul çevresiyle gelişecektir. Gençlerin siyasete katılımlarının genellikle hangi yaşlar aralığında ve hangi oranlarda olduğunu Tablo 7’de görmekteyiz.

**Tablo 8:** Genel Olarak Siyasal Katılma Davranışında Yaş Gruplarına Göre Dağılım

Yaş Grubu	Yüzde Oranı
16-20	%5
20-25	%20
25-45	%50
45-65	%20
65 ve Üzeri	%5

Tablo 7'ye göre bir genelleme yapacak olursak, yaşın siyasete katılımında ve siyasi davranışlarda büyük önemi olduğunu görmekteyiz (Öztekin, 2010). Gençler siyasi katılım faaliyetlerine daha az ilgi göstermekte, ilerleyen yaşla birlikte bireyin siyasi görüşlerinde sabitlik olmakta ve yaş faktörünün diğer faktörler üzerinde de etkisi olmaktadır. Farklı yaş gruplarının farklı düzeyde siyasi katılım gerçekleştirmeleri, vatandaşların farklı yaş gruplarında farklı sosyal etkilere maruz kalmaları ve dolayısıyla da tercihlerini ve kararlarını o etkiler altında kalarak verdikleri söylenebilmektedir. Gençler her konuda daha çok yenilikçi ve değişimden yana davranış sergilerken, yaşlılar yılların vermiş olduğu tecrübe ve yaşanmışlıklarla ellerindekini kaybetmemek adına daha çok tutucu olurlar (Kışlalı, 1999). Genç nüfusun siyaset katılımına ilgisinin yaşlı gruba göre daha düşük olması siyasi etkinlikler ve konular ile ilgilenmediklerini ifade etmemektedir. Gençler, gelişmeleri yakından takip edebilmenin verdiği destek ve kendilerini günümüz toplumunda eskiye nazaran daha rahat bir şekilde ifade edebilmelerine karşın; henüz sorumluluk bilinçlerinin oturmamasından ve bilgiyi toplayıp henüz ifade edebilecek seviyeye getirmediklerinden katılım düzeylerini üst seviyeye taşımamışlardır. Gençler, eski nesillere göre günümüzde siyasi gelişmeleri çok daha yakın takip edebilmekte ve buna göre bir tercih ile apolitik tavra yakın durmaktadır. Dolayısıyla başkaldırı yapabilmeleri için oldukça geniş bir birikim ve teknolojik gelişime sahiptirler. Bunun örneğini Türkiye'de Mayıs 2013 sonu başlayan Gezi Parkı olayların da gördük. Gençler, sosyal paylaşım siteleri vasıtasıyla birbirleriyle hızlı bir şekilde irtibat kurabilmiş ve vatandaşlar arasında siyasi katılım sağlamışlardır.

Her toplumun gençlere tanıdığı fırsatlar ve tarih boyunca gençlerin kendilerini ifade ediş biçimleri değişiklik göstermektedir. Dolayısıyla yaş faktörü ve seçmen davranışı, toplumsal olarak değişkenlik göstermekte ve evrensel bir kalıba sokulamamaktadır.

### **3.2.3 Cinsiyet Faktörü ve Seçmen Davranışı**

Çalışmanın bir önceki bölümünde meslek grupları üzerinden seçmen davranışları incelenirken ev kadınlarının üzerindeki baskı ve onlar için çizilen

kalıp nedeniyle siyasal etkinliklerde katılımlarının düşük olduğu belirtilmişti. Bu katılım düzeyi yalnızca ev kadınları için düşünülmemeli ve kadın ile erkek yurttaşlığın farkı seçmen davranışları üzerinden incelenmelidir. Çünkü kadın ve erkek arasında ayırım olması ve toplumda her iki cinse biçilmiş belirli toplumsal rollerin bulunması siyasal katılımı etkilemektedir.

Antropolojik çalışmalar incelendiğinde, bazı dönemlerde toplumlarda kadınların güçlü olduğu anaerkil aile tipinin benimsendiği; bazı toplumlarda ise dönem içerisinde ataerkil tipin benimsendiği gözlenmiştir. Siyasette genel olarak ataerkil bir anlayış benimsenmiştir. Bunun temelinde siyaset ve koruma, toplumu ve devleti koruma anlayışı vardır. Koruma ve kollama daha çok “erkeğe özgü” kabul edildiği için siyasi katılımında öncelik erkeklere 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.

Türkiye’de de ilk kez Mustafa Kemal Atatürk tarafından 1930 yılında kadınların belediye seçimlerine katılabilmelerine olanak sağlanmıştır. Daha sonra 1934 yılında anayasada yapılan düzenleme ile kadınlara seçme ve seçilme hakkı tanınmış ve 1935 yılında seçimlere katılmışlardır. TBMM’nin 5. döneminde 18 kadın parlamenter ile Meclis’te temsil edilmişlerdir (Tüik, 2012). Yine de Türk siyasetinde geçmiş yıllarda olduğu gibi, günümüzde de erkek aday sayısı kadın sayısından fazla olmuştur ve kadına çocuk bakma, ev işleriyle ilgilenme ve iyi bir eş olma görevi layık görülürken; erkeklere siyasal ve kamusal olanaklar tahsis edilmiştir. Aşağıdaki tabloda 1950 seçimlerinden 2011 seçimlerine kadar olan süreç içinde cinsiyete göre milletvekili dağılımını ve temsil oranını görmekteyiz (Tüik, 2012). Yaklaşık 76 milyonluk Türkiye nüfusunun %49,8’ini kadın nüfus ve %50,2’sini erkek nüfus oluşturmaktadır (Tüik, 2012). Buradan da gördüğümüz gibi, teknolojik gelişmelerin, iletişimin bu kadar yaygın olduğu dünyamızda kadınların halen siyasette çok az bir oranla yer alması kadın-erkek eşitliğinin sağlanmasında gerektiği gibi çaba sarf edilmediğinin göstergesidir. Mevcut tablo verileri son yıllarda mecliste kadın temsilinin eskiye göre artış ivmesi gösterdiğini

bize göstermiş olsa da bu artış Avrupa Birliği sürecindeki cinsiyet kotasından kaynaklanmaktadır. Bu durumdan Avrupa Birliği uyum sürecinin kadınların mecliste temsilini ve siyasi katılımını olumlu etkilediğini görebiliriz.

**Tablo 9:** Seçim yılı ve cinsiyete göre milletvekili sayısı ve Meclis'teki temsil oranı

SEÇİM YILI	Toplam Milletvekili Sayısı	Erkek Temsil Oranı	Kadın Temsil Oranı
1950	487	99,4	0,6
1954	541	99,3	0,7
1957	610	98,7	1,3
1961	450	99,3	0,7
1965	450	98,2	1,8
1969	450	98,9	1,1
1973	450	98,7	1,3
1977	450	99,1	0,9
1983	399	97,0	3,0
1987	450	98,7	1,3
1991	450	98,2	1,8
1995	550	97,6	2,4
1999	550	95,8	4,2
2002	550	95,6	4,4
2007	550	90,9	9,1
2011	550	85,6	14,4

**Kaynak:** TÜİK, 2012. Milletvekili Genel Seçimleri 1923-2011, TÜİK Matbaası, Ankara, s:5

Kadınların siyaset yaşamında eksik temsil edilmeleri, mevcut sistem içindeki siyasi partilerin kültürel ve yapısal unsurlarıyla da ilgili bir faktördür. Kadınların siyasi yaşam içinde daha aktif rol almalarını ve katılımlarını arttırmanın bir unsuru olarak görülen siyasi partilerin kadın kollarına baktığımızda buradaki kadınların karar alma süreç ve mekanizmalarında söz sahibi olamadıklarını, daha çok ikinci sınıf konumunda kaldıklarını ve sadece seçmen olarak siyasette varlık gösterebildiklerini görürüz.

Seçimlerde bazı siyasi partilerin adaylık başvurularında kadınlardan daha düşük ücret talep ederek siyasal katılıma başvurularının önündeki engellerden

birini hiç değilse de az oranda kolaylaştırdıklarını görürüz (TC. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2008). Türkiye’de ana muhalefet partisi olan CHP’de geçtiğimiz günlerde 2013 yerel seçimleri için adayların almaları gereken bir eğitim karşılığı ödemeleri gereken ücretleri belirlerken kadın ve erkek adaylar için farklı ücretler belirlenmiş ve kadın adayların siyasete katılımı yönünde teşvik edici bir kolaylık sağlanmıştır. Bu rakam erkek adaylar için 500 TL iken, kadın adaylar için 250 TL şeklindedir. Yine parti tüzüğünde değişiklik yapılarak tüm seçimlerde %33 cinsiyet kotası getirerek kadın temsiliğini artırıcı bir adım atılmıştır. Bu adımlar kadınların siyasette ve karar alma mekanizmalarında görev almalarını sağlayarak siyasete katılımlarını teşvik edici yönde adımlardır. 2013 yılında yapılacak olan yerel seçimlerde CHP’sinin kadın, genç ve engelli adayların adaylık başvurularında hiçbir ücret almayacağını açıklaması olumlu bir gelişmedir (TRT Haber, 2013). Türkiye’de bu gibi olumlu gelişmeler yaşanırken bazı olumsuz gelişmeler de yaşandığını örneklendirebiliriz. 2011 yılında Kadın ve Aileden Sorumlu Devlet Bakanlığının adı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı olarak değiştirilmiştir. Gazeteci Ruhat Mengi Vatan Gazetesinde bu konu ile ilgili olarak yazmış olduğu köşe yazısında durumu çok güzel özetlemiştir. Kadına “Anne ve eş rolü yeter!”, kadına mevcut hükümetin biçmiş olduğu rol model bu oldu demiştir (Vatan Gazetesi, 2011). Türkiye’de bir taraftan kadınların siyasete katılımını artırıcı ve teşvik edici adımlar atılırken, diğer tarafta kadın adı bile rahatsızlık vermektedir. Bakanlık logosunda kadın 2. sırada erkekten sonra, çocuktan önce yer almaktadır.

**Tablo10:** 2007 Genel Seçimlerinde Erkek ve Kadın Adaylık Ücretleri

SİYASİ PARTİ	ERKEK ADAY İÇİN ÜCRET (TL)	KADIN ADAY İÇİN ÜCRET (TL)	KADIN ADAY SAYISI
AKP	2000	2000	454
ANAP	500	0	697
CHP	3000	3000	246
DP	2000	500	458
EMEP	0	0	-
GP	1000	100	980
HYP	1000	1000	0
IP	0	0	0
MHP	500	500	251

**Kaynak:** Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2008, Yetki ve Karar Alma Sürecinde Kadın, Ankara [http://www.kadininstatusu.gov.tr/upload/kadininstatusu.gov.tr/mce/eski\\_site/Pdf/kararalma.pdf](http://www.kadininstatusu.gov.tr/upload/kadininstatusu.gov.tr/mce/eski_site/Pdf/kararalma.pdf)(Erişim Tarihi: 20.06.2013)

Kadınların siyasette temsil edildiği bir diğer alan da yerel yönetimlerdir. 2004 ve 1999 yerel yönetimlerindeki kadın temsil oranına bakarsak kadınların yerel yönetimlerde ne kadar temsil edildiklerini de görebiliriz.

**Tablo 11:** 1999 ve 2004 Yerel Yönetimlerinde Kadın Temsili

	Kadın	Toplam	Toplam İçindeki Payı (%)
<b>2004</b>			
Belediye Başkanı	18	3.225	0.6
Belediye Meclis Üyesi	817	34.477	2.3
İl Genel Meclis Üyesi	57	3.208	1.8
<b>1999</b>			
Belediye Başkanı	18	3.215	0.6
Belediye Meclis Üyesi	541	34.084	1.6
İl Genel Meclis Üyesi	44	3.122	1.4

**Kaynak:**[http://www.kadininstatusu.gov.tr/upload/kadininstatusu.gov.tr/mce/eski\\_site/Pdf/kararalma.pdf](http://www.kadininstatusu.gov.tr/upload/kadininstatusu.gov.tr/mce/eski_site/Pdf/kararalma.pdf) (Erişim Tarihi: 20.06.2013)

Tablo 9,10 ve 11'deki veriler incelendiği zaman Türkiye'deki kadınların siyasetteki katılım oranlarını ve partiler tarafından adaylık ücretleri konusunda desteklenme durumlarını görürüz. Özellikle yerel yönetimler kadınların siyasete katılımının ve karar mekanizmalarında etkin olmalarının ilk basamakları olduğu için çok önemlidir. Bu veriler toplumun gelişmişlik düzeyini de yansıtmakta bir göstergedir (Tüik, 2012).

Günümüzde kadın aynı zamanda hem iş hayatına atılmış, hem de ev işlerine zaman ayırır hale gelmiştir. Kadınların toplumdaki statüleri ve meslek sahibi olma oranı sürekli artış gösterse bile, fiziki özellikler ve sahip olduğu diğer statüler ile ikinci planda kalmaktadır. Bu gibi nedenlerden dolayı da siyasal yaşama ve siyasal konulara daha az ilgi göstermişlerdir. Siyasal içerikli olarak yapılan kamuoyu yoklamalarında da kadın seçmenlerin daha çok “bilmiyorum”, ya da “fikrim yok” şeklinde cevaplar verdiği görülmüştür (Kışlalı, 1999). Bu ikincil konum kadının siyasete katılımını azaltıcı yönde etkilemiştir. Toplum kadına ve erkeğe farklı görevler yüklemiş ve kadının daha çok ev ve aile hayatıyla ilgilenmesini beklemiştir. Kendisini, fikrini bile ifade etmekten yoksun bırakılan kadının, siyasi görüşünü ifade etmesi mümkün değilken; seçimini ifade edebileceği bir ortam da uzun yıllar boyunca olmamıştır. Örneğin, bazı araştırmalara göre kocaları ile aynı partiye oy veren kadınların oranı Hollanda'da %92, Fransa'da %89, Norveç'te %88'dir. Türkiye'nin sosyolojik yapısını ve kadınların siyasal yaşamdaki temsil oranlarını düşündüğümüzde bu oranın çok daha fazla olacağı varsayımımız doğru olur (Kışlalı, 1999). Kadının siyasi katılımı bu kadar kısıtlıyken, erkeklerin aile dışı tüm ilişkilerle ilgilenmesi ve kamusal alanda kendini ifade edebiliyor olması, erkeğin siyasal alandaki etkinliğini her geçen gün artırmıştır. Toplumsal cinsiyet araştırmalarının da sıklıkla araştırma alanına dâhil olan bu konuda, erkeklerin kamusal alandaki yetkinliğinin onları kendine güvenen, sosyal hayatta yetkin ve güçlü konuma taşıırken; kadınları pasif, edilgen ve güçsüz konuma itmiştir. Eğitim konusunda da bazı dönemlerde ve bazı bölgelerde kısıtlanan kadının meslek sahibi olması ve dolayısıyla kendine özel bir gelir sahibi olması imkânsız hale gelmiştir. Günümüzde bu durumun değişiklik gösterdiği günlük hayatta dahi gözlemlenmektedir. Toplumdaki “tutuculuk” kavramı, kadının sosyal hayatta kendini ifade etmesini basit ve rahatsız bulduğu



için, kadınlar bu durumdan çekinmiş ve siyasal alanda var olma ihtimallerini bütünüyle azaltmıştır. Bu anlayış kadının yapı gereği ve konumu gereği, siyasal hayatta bulunması “doğru, ahlaklı ve mantıklı” değildir. Kadın ile erkek yasal açıdan eşit kabul edilseler bile, günümüzde dahi siyasal yaşamda eşit kabul edilmediklerini uygulama ve araştırma sonuçlarında görmekteyiz.

Toplumsal cinsiyet konusunda yaşanan eşitsizlikler yasalar önünde olmasa bile, gönüllü kuruluşlar, dernekler, devlet dairelerinde, siyasi parti yapılanmalarında, mitinglerde görülmüştür. Ancak son yıllarda kırsal alanlardaki kadınlarda çok fazla görülmesine bile şehirde yaşayan kadınlar siyasal kültür, oy verme, seçmenlik konularında bilinçlenmiştir.

### **3.3 Seçmen Davranışını Etkileyen Politik Faktörler**

Çalışmanın önceki bölümünde bahsedilmiş olan sosyo- ekonomik faktörlere ek olarak bu bölümde politik faktörler incelenecektir. Seçmen davranışlarını etkileyen politik faktörlerde yalnızca seçmen perspektifinden değil, siyasal partiler ve adaylar üzerinden de siyasal katılım incelenecektir. Siyasal parti tercihleri, son yıllarda yaşanan değişimlerin siyasal katılıma etkileri, kararsız seçmen kavramı ve demokratik ile otoriter rejimlerde siyasal katılım yaklaşımı incelenecektir.

#### **3.3.1 Parti Tercihleri ve Meydana Gelen Değişimler**

Siyasi katılımı adayın imajı, adayın ideolojisiyle şekillenmektedir. Bir partiye mensup olması ya da bağımsız bir aday olması, siyasi parti ve siyaset ile ilgili deneyimleri, seçmenin tercihlerini etkilemektedir. Siyaset, yeniliklere açık bir alan olsa bile aday tercihlerinde seçmenler, özellikle ileri yaşlarda, alışkanlıklarına göre hareket etmeye meyillidirler. Dolayısıyla yeni bir adayın “bağımlılık” yaratabilmesi ve dikkatleri üzerine çekebilmesi için öncelikle ilk kez oy kullanacak olan seçmenlere yönelmesi ve imajı/ ideolojisi ile ilgili imgeyi vurucu şekilde vermesi gerekmektedir (Lees-Marshment, 2002). İdeolojik bağlılık ifadesi, ideoloji kavramının ilk ortaya atıldığı dönemlerde seçmen tercihi üzerinde çok etkili değildiyse de, oy verme üzerinde etkili olduğu düşünülmekteydi. Yerel

seçimlerde dahi, seçmen açısından parti tercihini oluşturmak için yerel adaylar partidekilerin ve partinin kendisinin imajını oluşturmada hassas davranmalıdır.

Seçmenlerin siyasi parti tercihleri incelenirken, yakın geçmiş ve bugun yaşanan gelişmeler incelenmelidir. Çünkü yakın geçmişte desteklenmiş olan partileri seçme nedenleri ile bu partiden vazgeçme nedenleri analiz edilmektedir. Parti değiştiren seçmenlerin ozellikleri ve yeni partilerin ideolojileri gözlenir. Omer Çaha, Metin Toprak ve İbrahim Dalmış, seçmen davranışlarını etkileyen faktörleri inceledikleri çalışmada (1997) Kırıkkale ili örneğini seçmiş ve 1995 yılında yaşanan siyasal gelişmeler ile dönemin gelişmelerini inceleyerek, meydana gelen değişimleri analiz etmişlerdir. Öncelikle tüm partilerin gerçekten temsil edilip edilmediğini anlamak için ankete katılan seçmenlere hangi partiye oy verdikleri sorulmuştur. Bu soruya göre hazırlanan tabloda, aşağıdaki istatistik verileri saptanmıştır.

**Tablo 12:** 1995 Yılı Seçimlerinde Kırıkkale İlinde Seçmenlerin Oy Verdiği Partiler

	ANA	DYP	RP	MHP	DSP	CHP	Diğer	Cevapsız	Topla
MERKEZ	19,9	11,5	33,6	13,4	7,2	8,4	0,4	5,6	100,0
KESKİN	31,7	26,0	11,4	9,8	10,6	4,9	0,0	5,6	100,0
DELİCE	36,0	6,0	18,0	16,0	6,0	10,0	2,0	6,0	100,0
YAŐŐİHAN	19,0	14,3	31,0	11,9	7,1	14,3	0,0	2,4	100,0
TOPLAM	23,9	14,7	26,9	12,9	7,7	8,1	0,5	5,3	100,0

**Kaynak:** Çaha, Toprak, Dalmış, 1997, Seçmenin Parti Tercihinde Rol Oynayan Faktörler, s:123

1997 yılında gerçekleştirilecek olan seçimlerden önce katılımcı seçmenlere tekrar hangi partiye oy verecekleri sorulmuş ve alınan yanıtla göre istatistikİ bir tablo ortaya çıkartılmıştır.

**Tablo 13:** Bugün Seçim Olsa Hangi Partiye Oy Verirdiniz?

	ANAP	DYP	RP	MHP	DSP	CHP	Diğer	Kararsız	Toplam
<b>MERKEZ</b>	14,3	7,8	26,5	16,8	6,5	6,9	3,6	17,6	100,0
<b>KESKİN</b>	26,0	13,0	17,3	17,9	10,6	4,9	0,4	9,9	100,0
<b>DELİCE</b>	34,0	8,0	8,0	18,0	4,0	2,0	0,0	26,0	100,0
<b>YAHŞİHAN</b>	14,3	11,9	28,6	11,9	9,5	14,3	0,0	9,5	100,0
<b>TOPLAM</b>	18,8	9,4	22,8	16,9	7,4	6,4	2,5	15,8	100,0

**Kaynak:** Çaha, Toprak, Dalmış, 1997, Seçmenin Parti Tercihinde Rol Oynayan Faktörler, s:123

Tablo 12 ve Tablo 13 karşılaştırdığımızda, partilerin toplamda oy oranlarının düşme seyri izlediğini ve kararsız seçmenlerin sayısının artış gösterdiğini görürüz. Oy oranı düşen ve yükselen siyasi partiler ve parti içerisinde aday değişiklikleri başta olmak üzere, partinin içerisinde yaşanan ideoloji, iç sorunlar gibi her türlü değişim çözümlenmektedir. Seçmen için tercih edeceği siyasi partide dürüstlük önemlidir. Milliyetçilik ve dini ideoloji de parti tercihinde etkili olmaktadır. Daha önceki bölümlerde Antalya ili ilgili yapılan anketlerde de bu tür faktörlerin seçmen tercihinde ne derece önemli olup olmadığına yönelik bulgular sunulmuştur.

Partilerin günümüzde aldıkları gerçek oy oranı için kararsız seçmen tercihlerini de incelemek gerekmektedir. Kararsızlardan oluşan grup, hangi partilere destek verebileceğini, hangisine yönelimi olduğunu ifade edebilmektedir.

### 3.3.2 Kararsız Seçmenin Tercihi

Kararsız seçmen kavramı, siyasal partilerin birini, bir siyasal seçimde tercih eden ancak sonraki seçimde o partiden vazgeçen ve o parti yerine bir başka partiyi tercih etmeyen seçmen grubudur. Bazı seçimlerde kararsız seçmen oranı yüksektir ve bu durum, seçim sonucunun netleşmesini kararsız seçmenlere bağlamaktadır.

Bazı çalışmalar, kararsız seçmen oranını seçim öncesi ortaya çıkarmakta ve onların muhtemel yönelimlerini araştırmaktadır.

1997 yılında gerçekleştirilen ve tablolar ile örnekleme yukarıda yapılan çalışma kararsız seçmenin tercihi konusunda da araştırmada bulunmuştur. Çalışmada öne sürülen, 1995 milletvekili seçiminde desteklediği partiyi desteklemekten vazgeçen ve bir partiyi tercih edemeyen kararsız seçmenin muhtemel yönelimleri incelenmiştir. Seçmene en yakın ve en uzak partiler incelenerek kararsız seçmenin yönelimine dair fikir geliştirilebilir ve tahmini oy dağılımı da buna göre yapılabilir.

### 3.3.3 Demokrasilerde ve Diktatörlükte Seçmen Davranışı

Demokratik rejimlerde, egemenlik halka ait bir kavramdır. Bu anlayış, halk yönetimini esas almakta ve halkın yöneticilerini kendi seçmesi hususunda ilerlemektedir. Demokratik anlayışta, tek bir siyasal parti yoktur, siyasal temsil kavramında karşıt fikirler barınır ve seçim sistemi bunun üzerine yoğunlaşır. Seçim sistemi G. Burdeau için devletin tek ve esas anayasasıdır.

Türkiye'deki demokratik anlayış ve anayasa incelendiği zaman, T.C. Anayasası'nda konuya ilişkin madde göze çarpmaktadır: *“Vatandaşlar kanunda gösterilen şartlara uygun olarak, seçme, seçilme ve bağımsız olarak veya bir siyasi parti içinde siyasi faaliyette bulunma ve halkoylamasına katılma hakkına sahiptir. Seçimler ve halkoylaması serbest, eşit, gizli, tek dereceli, genel oy, açık sayım ve döküm esaslarına göre, yargı yönetim ve denetimi altında yapılır.”*

Demokratik sistemlerde vurgulanması gereken bir diğer kavram ise referandum kavramıdır. Halkın doğrudan oy kullandığı temsili demokraside bazı kolaylıklar sağlar. İktidar sorumluluğu alamıyorsa ya da bu sorumluluğu almanın başka sorunlara yol açma ihtimali varsa referandum halkın kendi kendine karar vermesini sağlar (Balta, 2008).

Demokrasi tanımına dâhil görülen siyasal partiler ve seçimler aslında diktatörlük rejimlerinde de uygulanmaktadır. Demokratik siyaset kuramları,

yönetim için siyasetçileri yurttaşların seçme esasına dayanır. Otoriter rejimlerin seçimlerinde yurttaşlar yönetim liderlerini ya da bir dizi siyaset unsurunu belirleyemezler. Aslında diktatörlük rejimindeki anlayışın, demokratik rejim ile ilgisi yoktur. Liderlik ve siyasi tercihlerdeki değişiklikler askeri birlikler ya da yüksek seviyedeki parti adayları tarafından belirlenmektedir ancak yurttaşların bu kararlar üzerinde hiçbir etkisi yoktur. Daha çok kitleleri toplu olarak yönlendirme eğilimi vardır ancak demokrasilerde öyle değildir her birey önemlidir (Gümüş, 2006). Tabii burada önemli olan konu, seçimlerin liderleri belirlemiyorsa ve dolaylı olarak siyasi kurallar üzerinde de etkisi yoksa nasıl bir işlevi vardır?

Diktatörler parti ve seçimler üzerinde sayısız güç kaynağı bulunan kişilerdir. Kendi kurallarını yaratmak için rejim çatışmalarına girerler ve çoğunlukla da rejimlerini toplumda sabit hale getirme uğraşına girerler. Diktatör açısından iktidar stratejisindeki en önemli nokta siyasi partileri ve seçimleri desteklemektir. Bir parti ortaya çıkarmak ve askeri güce onu seçme veya seçmeme hakkı vermek tamamen diktatörün tercihidir. Ancak askeri kuvvetler, diktatörlerin dikkatle incelemesi gereken bir birimdir, her zaman için bir tehdit unsuru oluşturabilmektedir (Balta, 2009). Montesquieu' ya göre, *“öteden beri tecrübe edilmiştir ki kendisine yetki verilen her insan, bu yetkiyi kötüye kullanma eğilimindedir”* (Toku, 2003). Tarihten günümüze doğru baktığımızda en gelişmiş ülkeler de bile seçim yoluyla ülke yönetimine gelerek diktatör bir rejim uygulamış hükümet adamları vardır. Bu ince ayrıma çok dikkat etmek gerekir. Seçim yoluyla seçilerek ülke yönetimine gelen, talip olan kişiler ve topluluklar bu makamlarda sadece seçmenlerin ve tüm vatandaşlarının haklarını en iyi şekilde korumak, kollamak, ülkenin çıkar ve menfaatleri için en verimli çalışmaları yapmak ve programlamak ve de belli bir süre sonra görevlerini bırakmakla yükümlüdürler. Demokrasinin gereği de budur. Demokrasiyi kullanarak diktatörlük yapmak devlet imkânlarını kullanmak tehlikeli ve çok sakıncalıdır.

Demokratik ve diktatör rejimlerinde oy verme ve seçmen anlayışı ve dolayısıyla siyaset kavramı bambaşka anlamlar taşımaktadır. Yukarıda bahsedildiği gibi, demokrasilerde halka, yöneticileri belirleme hakkı verilirken, halkın varlığı halk sayesinde oluşuyorken; diktatör rejimlerinde uygulanan siyasi

seçimlerin bambaşka bir yol izlediği ve halka, yöneticiyi seçme hakkı verilmediği ifade edilmiştir.

### **3.4 Diğer Faktörler**

Çalışmanın ana teması seçmen davranışlarını etkileyen sosyal, ekonomik ve politik faktörlerdir. Seçmen davranışları, seçme ve seçilme hakkının verilmesi ve demokrasi anlayışı ile birlikte gelişmiştir ve siyaset bilimciler de siyasal katılım kavramı ve ona ilişkin çok sayıda faktör geliştirmişlerdir.

Bireyin siyasal katılımına etki eden sosyo- ekonomik ve politik nedenler dışında psikolojik ve yasal nedenlerden de bahsedilecektir. Özellikle gruplaşma ve birlikte hareket etme, korku, baskı, endişe, destek gibi kavramlar kişilerin psikolojik dürtülerini harekete geçirmektedir. Diğer faktörler altında incelenecek olan bir diğer etken de seçmen davranışı ve yasal boyut ile ilgilidir. Yasaların belirlediği koşullar altında seçmen ve aday konumuna geçen yurttaşın parti tercihini belirlerken yasal gelişmelerden nasıl etkilendiği incelenmiştir.

#### **3.4.1. Seçmen Davranışlarının Psikolojik Boyutu**

Psikolojik etkenler, seçmenin oy vermesini ve parti tercihini etkilemektedir. Sosyal faktörlerle dolaylı olarak ilgisi bulunan psikolojik faktörler, bireyin ihtiyaçlarıdır. Hayatın her alanında bir yere ait hissetme ve ihtiyaçlarını giderme ile meşgul olan birey, siyaseti ve siyasi partileri de bu amaçla kullanmaktadır. Psikolojik etkenlerin bazıları olumlu, bazıları olumsuz kabul edilebilir.

Siyasetle ilgilenen, girişken, vatandaşlık hissi duyan kişiler dernek, örgüt ve parti çalışmalarına dâhil olur. Yurttaşlık hakkı ve siyasi kavramlarla ilgili bilgisi artan birey, oy vermeyi hem bir hak hem de bir sorumluluk olarak görür. Siyasete olan ilgi, toplumda siyasete ilişkin gelişmeleri ve değişimleri anlamaya yardımcıdır. Sonuç olarak siyasal ilginin artışı, siyasal katılımı artırmaktadır (Akademik Bakış Dergisi, Mart- Nisan 2013).

Sosyal girişkenliğe sahip olan insanlar, toplum içerisinde kendilerine güvenen aktif bir rol alırlar. Bir yönetime giderken, bu yönelimi ifade ederken ve bunu diğer insanlara anlatırken; diğerlerinden daha farklı bir izlenim bırakırlar. Diğer insanlarla iletişim kurmakta zorlanmayan girişken vatandaşlar, siyasal katılım konusunda daha etkindirler (Baykal, 1970). Vatandaşlık görevinde ise, kişisel çıkar olmaksızın kişinin kendisini vatanına ait hissetmesi ve onun için bir şeyler yapmak istemesi sonucu siyasal katılıma olumlu yaklaşmasıdır. Bu şekilde milli ve manevi bir ortam gelişmektedir.

Bazı psikolojik etkenler de olumsuz kabul edilmektedir. Vatandan ve toplumdan ayrı ve yabancı hisseden vatandaşlar yabancılaşma hissini yaşarlar, kurallara uymaz ve siyasetin dışında kalırlar. Siyasal sistemden kopan vatandaş yabancılaşma yaşar ve bireyin kontrolü ya da çevresel başka nedenlerle birey siyasal katılım gerçekleştirmez. Girişken yapının aksine içe dönük olan birey de olumsuz psikolojik etkeni oluşturur ve bu birey, siyasetten uzak kalmayı tercih eder. Diğer ifadenin aksine burada birey, kendini ve siyasi görüşünü ifade edemez ve genellikle paylaşabileceği bir siyasi yönelim ve parti tercihi de bulunmaz. Oy verme gibi basit siyasal katılım yollarında dahi etkin rol almaz. Kuralsızlık olarak bahsedilen olumsuz faktörde, diğer olumsuz psikolojik nedenlerin aksine birey değil sistem odak kabul edilir. Toplumda refah düzeyi düşük ve bireyden kopuk bir sistemin oluşması vatandaşın güven, refah ve mutluluğu engeller ve birey, ülkesine karşı bir yakınlık hissi belirlemediği için bir katılımı bulunmayı reddeder. Hemşerilik ilişkileri gibi nedenlere psikolojik boyutta seçmenin davranışlarını etkiler. Seçmen kendisine yakın gördüğü hemşerisini sorunlarına daha kolay çözüm bulacağını düşünerek tercih edebilir (Gümü, 2006).

Siyasal katılıma etki eden psikolojik faktörler, sosyal ve ekonomik düzey, politik sebepler ve kültürel yapı ile birlikte gelişmektedir. Bu etkenler kesin bir ifade ile birbirinden ayrılmazlar ancak bireye özel, bireyin özelliklerine dayanan ve toplumdan topluma değil toplumun içinde değişiklik gösteren etkenlerdir.

### 3.4.2 Yasal Boyutu

Psikolojik faktörlerden farklı olarak seçmen davranışlarını etkileyen yasal faktörler, topluma dayanmaktadır. Her toplumun siyasetini belirlemede bazı yasal kurallar ve düzenlemeler getirmiştir. Seçme ve seçilme hakkının önce erkeklere, ileriki yıllarda kadına verilmesi, bu hakların belirli bir yaş sınırlamasının olması gibi bazı topluma özgü kurallar siyasete katılımı etkilemektedir.

Seçme ve seçilme hakkında birey, yöneticilere (meclis, belediyeler, şehir yönetimi ve devlet başkanlığı) karar verme ve bu yönetimlere aday olma hakkını tanır. Bu hakkın tanınması öncelikle sınırlı oyu vatandaşlara tanımış; daha sonra genel oya geçiş yapmıştır. Sınırlı oy kavramı, cinsiyet ve ırk gibi gerekçelerle toplum içerisinde bazı vatandaşlara hak tanımış, bazılarına tanımamıştır. Bu kısıtlamalar yakın tarihte ortadan kalkmış ve toplumda vatandaşlara bu yasal hak tanınmıştır. Kemal Gözler'e göre (2006), seçme hakkında bahsedilmesi gereken iki kavram vardır. Seçim, egemenlik ifadesidir ve dolayısıyla demokratik anlayışta yurttaşlara seçim hakkı tanınır. Yaşla ilgili yasal bir boyutun olmasının nedeni belirli bir siyasal olgunluk beklentisidir. Yaşla ilgili faktörlere değinildiği zaman bahsedildiği gibi, kişi öncelikle aile içerisinde siyasal bilincini kurar ve sonra sosyal çevresinde toplumlaşma adımları atar. Ancak birçok farklı fikri süzgeçten geçirmeye erken yaşlarda başlasa da seçim hakkının tanınması için Türkiye'de on sekiz yaşını doldurmuş olması gerekmektedir. Siyasal rüşt kavramı her toplum için farklı düzenlemeler ile oluşturulmuştur. Kamu hizmetlerinden yararlanamayan ve kütükte ismi bulunmayan vatandaşlar da seçmen olamazlar. Seçilme hakkı ülkeden ülkeye değişik düzenlemeler ile oluşturulsa da; seçmen olmaktan daha farklı koşullar da barındırmaktadır. On sekiz yaşında seçmen olan vatandaşın, aday olması için ileri bir yaş, siyasal birikim ve yüksek düzeyde eğitim seviyesinin olması beklenmektedir.

Sosyal faktörlerin bir diğeri olan cinsiyet kavramı ile yasal boyutu bir araya getirdiğimizde dünyada kadınların seçme ve seçilme hakkının erkeklerden daha sonra verilmiş olduğundan da bahsetmek gerekir. Erkek vatandaşlardan daha sonra, 1930 yılında kadınlara da bu hak "tanınmıştır" ve siyasi haklarını kazanan



kadınlar, toplumsal hayat adına devrimsel bir sürece girmiştir. 1930 yılında belediye meclislerini seçme, 1933 yılında muhtar ve köy heyetine seçilme, 1934 yılında da milletvekili seçme ve seçilme hakları kanunla verilmiştir. Kadınların katıldığı ilk genel seçim 1935 yılında gerçekleştirilen TBMM 5.dönem seçimleridir ve dönemin kadın milletvekili sayısı 18 olarak bilinmekteydi (Tük, 2012).

#### 4. SEÇMEN DAVRANIŞLARINDA MEDYANIN ROLÜ

Çalışmanın bu bölümünde seçmen davranışları üzerinde medyanın rolü incelenecek ve siyasal iletişim sürecine ek olarak; kamuoyu kavramı ile siyasal iletişimin aktarım yolu analiz edilecektir. İki önemli siyasal iletişim aracı, siyasal reklam ve propaganda, çalışma alanına dahil edilmiş olup alt başlıklar ile bu teknikler amacı ve yöntem olarak incelenecektir. Kitle iletişim seçimlerde oynadığı rol detaylandırılacak ve bir diğer iletişim yöntemi olan politik pazarlama kuramları ile ifade edilecektir.

Medya ile her çeşit bilgiyi bireye ve topluluklara aktaran, eğlendirmek, bilgilendirmek ve eğitmek için her türlü görsel ve işitsel araçların kullanmasını anlıyoruz. Bu işitsel ve görsel araçlarda radyo, televizyon, internet, gazetelerdir. Medya haber niteliği taşıyan olayları topluma aktararak toplumun bilgilendirmeyi sağlarken etik ahlaki kurallara ve hukuksal kurallara uygun davranmak zorundadır.

Bir siyasi parti imajını oluştururken kimliğinin, kültürünün, lider özelliklerinin ve ideolojisinin yansıdığından emin olmalıdır. Seçmenler, siyasal partilerin ifade ettikleri bu imajları ailelerinden, yakın çevrelerinden, iş ortamından ve kitle iletişim araçları sayesinde alırlar. Bu anlamda siyasal reklamlar, haberler, propagandalar ve halkla ilişkiler alanında yapılan tüm faaliyetler siyasal katılım ve seçmen davranışı üzerinde etkilidir. Siyasal partiler medyada yer aldıkça, seçmenlerin zihninde partiyle ve adaylarla ilgili bir imaj oluşur ve kitle iletişim araçlarında yapılan yorumları değerlendiren seçmen en basit siyasal katılım etkinliği olan oy vermeyi medyanın yönlendirmesiyle şekillendirir. Medyanın yalnızca siyaset içinde değil toplumsal yaşamın her alanındaki etkisini görmezden gelmek söz konusu olamaz, gündem oluşturabilir, önemli dahi olsa bir konuyu gündem dışı bırakabilir, bazı durumlarda konuyu kendi istediği yöne çekebilir. Medyanın bu şekilde faaliyet göstermesine “*Spin*” denir. Konuyu yorum katarak sunma şeklidir, amaç istenilen şekilde tepkinin ortaya çıkmasını sağlamak ya da gerçeği sınırlı bir şekilde karşıdaki alıcıya yansıtmadır. Bu tür haber yöntemi dünyada en çok Amerika’da gelişmiştir ve

“*Spin – doctors*” denilen bir sanattır (Heywood, 2010). Çünkü görseller ve sözler, insanlar için önemlidir. Örneğin, medya deyince aklımıza ilk olarak televizyon gelir. Televizyon çok önemli bir kitle iletişim aracıdır. Görsel medya kitleleri etkilemek adına çok önemli bir araçtır. Fikirlerini ve davranışlarını oluştururken seçmenler bilinçli ya da bilinçsiz bu görsel ve sözsöz ifadelerden etkilenirler. Siyasal partilerin de seçimlerde başarılı olmak için bunları en etkin şekilde kullanmaları beklenmektedir.

Medyanın siyasi bir gelişmede oynayabileceği rol için en iyi örnek 2013 yılının Haziran ayının ilk günlerinde yaşananlardır. Siyaset ve sosyoloji üzerine başka bir çalışmanın odak noktası olabilecek bu konu siyasi bir gelişmede medyanın rolü açısından kısaca verilecektir.

27 Mayıs 2013 tarihinde İstanbul Gezi Parkı’nda kesilecek ağaçları korumak için halk içerisinde birkaç grup eylem yapmaya başlamıştır. Üçüncü gecenin sonunda polisler aldıkları emir doğrultusunda eylemcilerin bulunduğu Gezi Parkı’na gelmiş ve eylemcileri sabaha karşı üzerlerine basınçlı su sıkarak uyandırıp, çadırlarından dışarı çıkartmışlardır ve gaz bombalarıyla halkın üzerine saldırmışlardır. Yaşanan durum anında sosyal medya üzerinden geniş halk kitlelerine ulaşmış ve Gezi Parkı ile başlayan bu olay, halkın sivil bir dayanışma ile başkaldırmasını sağlamış ve tüm toplumu ilgilendiren bir olay haline gelmiştir. Polisin uyguladığı şiddet ve halkın direnişi tüm yurda yayılmış ve 4 vatandaşın can kaybına ve çok sayıda vatandaşında bedeninde kalıcı fiziksel kayıplara, yaralanmaya neden olmuştur. Halkın içerisinde ne belirgin bir ideolojiye ne de herhangi bir siyasi partiye yönelik duruş yoktur. Türk tarihinin daha önce görmediği şekilde bir sivil dayanışma, partisiz anlayış hâkim olmuştur. Yaşanan ve süren bu gelişmeler, medyada yer alamamıştır. Dünya medyası yaşanan olayları canlı yayınlarken, Türk Medyası hemen hemen bütün kanallarda penguen belgeselleri yayınlamıştır. Medya karartılması olarak ifade edilebilecek süre nedeniyle halkın büyük bir kesimi olaydan habersiz kalmış veya hükümete yakın duran medyaların polisi iyi göstermeleri nedeniyle halk medya üzerinde suçlanmıştır. Türk vatandaşların başkaldırması ile yaşanan gelişmeleri yabancı medya dünyaya yansıtmıştır. Ancak Türk medyası geniş çevrelerce eleştirilmiş ve

siyasi bir olayda duruşun ne kadar önemli olduğunu yakın geçmişte yaşadığımız ve de hala devam eden bu olay tekrar göstermiştir.

#### 4.1 Seçimlerde Siyasal İletişim

Siyasal parti yelpazesi genişledikçe sağ-sol ve diğer görüşlere yönelik partilerde çoğalma göze çarpmaktadır. Bu da oy pusulasındaki seçenekleri artırmakta ve siyasal partilere daha etkin şekilde hareket etmelerine ön ayak olmaktadır. Geçmişte ideolojilerini öne sürerek adaylıklarını güçlendirmeleri yeterli olsa da günümüzde aynı ideolojide olan farklı siyasi partilerin önüne geçmek için farklı yöntemleri kullanmaları gerekmektedir (Kalender, 2001).

Siyasi partiler ve parti mensupları, kendi imajlarını ve kurumun ideolojilerini, bireylere, kurumlara ve gruplara iletmek, bu fikirleri kabul ettirmek ve uygulamaya geçirmek için bazı iletişim tekniklerinden faydalanırlar (Sancar, 2008). İmaj yönetim sürecinde siyasal kimliklerini ve ideolojilerini, iktidar olmaları durumunda yönetimde yapacakları değişiklikleri iletişim kollarından faydalanarak sunan siyasal partiler, kişilerin fikir ve görüşlerini etkilemektedir. Bu imajlar aile, çevre ve her türlü sosyal yaşam sayesinde kişilere aktarılırken kitle iletişim araçlarından yararlanır. Dolayısıyla siyasal reklamlar, propagandalar, kamuoyu süreci, politik pazarlama gibi alt kollar bu başlık altında incelenecek ve seçmen davranışlarına etkileri çözümlenecektir.

Siyaset bilimi devlet ile ilgilenir ancak günümüzde politika yalnızca devlet üzerinden yönlendirilen bir düzen değildir. Sanayileşme süreci kentleşme oranında artış yaşanmış, teknolojik aletlerin gelişmesiyle kitle iletişim araçlarının sayıları artmış, bilgiye erişim kolay hale gelmiştir. İkinci Dünya Savaşı ertesinde evrensel anlamda yaşanan değişikliklerden sonra siyasi partilerin uygulamaları şekillenmiş ve kitle iletişim araçları çeşitlenmiştir.

## 4.2 Siyasal İletişim Kavramı

Siyasal iletişim kavramı iletişim teknikleri ile ilgilidir. Siyasi partiler ve parti mensupları, kendi imajlarını ve kurumun ideolojilerini, bireylere, kurumlara ve gruplara iletmek, bu fikirleri kabul ettirmek ve uygulamaya geçirmek için bazı iletişim tekniklerinden faydalanırlar (Sancar, 2008). Doğal olarak iletişim kavramının içinde yer alan siyasal iletişimin bazı başlıca yöntemleri vardır. Bu yöntemler en kısa sürede toplumsal mesajı verebilecek, kitleleri harekete geçirebilecek ve ikna edecek yöntemler ile oluşturulmuştur. Her yıl artarak çeşitlenen iletişim kampanyalarına, siyasal partiler sürekli yeni bir anlayış getirmekte ve diğer partilerden seçmen gözü önünde ayrılma çabasına girmektedir. Kentel'de (1991) siyasal iletişim kavramına, “*Siyasal iletişim, siyasal arenada birbirini anlama ve anlatma biçimidir.*” şeklinde yorum getirmektedir. Demokrasi anlayışında temel olan katılımcılık ilkesi, seçim dönemlerine ön plana çıkmaktadır. Amaç, hem halkın katılımını sağlamak hem de siyasal partiler arasında farklı konuma gelebilmek ve siyasal iletişim araçlarını etkili şekilde kullanmaktır (Uslu, 2008).

### 4.2.1 Siyasal İletişim Yöntemi

Siyasal iletişim, belirli ideolojik fikirleri toplum içerisinde gruplara, kitlelere kabul ettirme ve uygulatma amacıyla siyasal figürler tarafından kullanılan bir dizi yöntem ve tekniğe dayalı iletişim yöntemidir. Siyasal iletişim kavramı içerisinde, güçlü olanın ve gücü arzu edenin, güçsüz ya da kayıtsız olan kişilere aktardığı bilgi ve eylemler olduğu söylenebilir. Dolayısıyla içinde aslında toplumsal bir dengesizlik ve güç çatışması da barındırmaktadır.

Siyasi iletişim yöntemlerini kullanarak siyasetçiler seçmenleri demokratik ikna yöntemleriyle etkilemeyi amaçlamaktadırlar. Siyasi iletişim yöntemleri olarak, psikolojik ve siyasal iletişim stratejileri, siyasal pazarlama, propaganda, seçmen eğilimlerini saptama, kamuoyu araştırmaları, seçim kampanyaları, gündem yönetimi, imaj yönetimi, siyasal reklam, dijital iletişimi sayabiliriz.

### 4.3 Seçimlerde Siyasal İletişimin Rolü

Bir siyasi parti için tanınırlık, bir diğer ifadesi ile farkındalık önemlidir. Adaya ilişkin yapı ve kimlik bu farkındalık ile oluşmakta ve vatandaşlara ulaşmaktadır. Siyasal partilerin de her sene artmasıyla, seçmenler kendileri için en doğru olan partiyi seçerken zorlanmakta ve yansıtılan imajlara göre seçim sürecinde karar vermektedirler. Bu rekabet ortamında parti adayları, farkındalık yaratma adına iletişim yöntemleri kullanmaktadır.

Siyasetçiler için her zaman birinci öncelikli amaç iktidara gelmek, geldikten sonra da iktidarlarını korumak ve daima da seçmenlerin desteğini almaktır. Bu sebeple de olumlu olan durumları, çalışmalarını yansıtmak, olumsuz olanları ise her zaman saklama davranışını gösterirler. Bu sebeple 1954 seçimlerinden hemen sonra iktidarda olan Demokrat Parti o dönemin en yaygın kitle iletişim aracı olan radyonun devleti yönetenler ve devlet işleri haricinde siyasi partilerce kullanılmasını kanun ile yasaklamıştır. 1957 seçimlerinde de yine seçim tüm yurttan sonuçlanmadan radyodan sonuçlar açıklanarak psikolojik etki yapılmaya çalışılmıştır (Türk, 1969). Siyaset kitle iletişim araçları ile seçmenler üzerinde etkili araç ama demokrasinin kurallarına uygun kullanılmaz ise de en tehlikeli silahtır.

#### 4.3.1 Siyasal Reklam

Siyasal reklam, seçim sürecinde adayın ya da siyasi partinin oyunu artırmak için kullandığı her türlü görsel, işitsel ve yazılı medyadır. Siyasal reklamların oluşturulması aşamasında finansman çok önemlidir. Profesyonel olarak hazırlanan bu reklamlar, kapsamlı olarak siyasi pazarlama kavramı ile açıklanmaktadır ve çalışmanın politik pazarlama başlığı altında da incelenecektir. Siyasi güçler ve güç adayları, vatandaşa satacak ürünü şekillendirir ve bir imaj yaratırlar. Hedef kitleye göre hazırlanan bu imaj, halkla ilişkiler ve pazarlama ile desteklenir. Reklamda satın alma eylemini yaratmayı hedeflerken, siyasi reklamda oy verme, hedef kitlenin oyunu alma şeklinde amaca ulaşmak istenir

(Bayram, 2009). Burada Türkiye’de 2 partinin iktidar ve ana muhalefet partisinin 2007 yılında kullandıkları seçim kampanya bütçelerine bakıldığında;

**Tablo14:** 2007 Yılı AKP-CHP Seçim Kampanya Bütçesi

	HAZİNE YARDIMI (Milyon TL)	SEÇİM HARCAMASI (Milyon TL)	BASIN YAYIN GİDERİ (Milyon TL)	TEŞKİLATLARA YARDIM (Milyon TL)
<b>AKP</b>	141	68	6	40
<b>CHP</b>	79	28	-	-

**Kaynak:** Güdekli, A.İ., 2008, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi , Siyasal İletişim:2007 genel seçimleri AKP- CHP Seçim Kampanyalarının Karşılaştırmalı Analizi ,

Partinin, toplumda fark edilmesi, siyaset ortamında sıyrılması, imajının iyi şekilde ifade edilmesi ve kabul edilmesi açısından önemlidir. Öncelikli amaç, hedef kitle ve daha sonra toplumun geneli tarafından fark edilmeyi sağlamaktır. Dolayısıyla bilinirlik ve farkındalık yaratmaktır. Bu farkındalık siyasi partiye oy olarak geri dönecektir (Kalender, 2001).

İletişimde reklam kavramının her kolunda olduğu gibi, siyasi reklamlarda da hedef kitlenin dikkatini çekmek için verilen mesajı verme yöntemi ve ifade için bazı teknikler vardır. Öncelikle genel reklam anlayışında olduğu gibi, partinin diğerlerinden farkı vurgulanmaktadır. Görsel imajların ve sözel mesajların önemli olduğundan çalışmada bahsedilmiştir. Dolayısıyla reklamlar bu görsel ve yazılı metni verebilmek adına etkili bir yöntemdir ve siyasi partiler de bunlardan sıklıkla faydalanır. Özellikle siyasi parti liderine güven aşılacak ve destek olacak bazı sözler sıklıkla tekrarlanır (aydınlık gelecek, dürüst lider, hep birlikte, kol kola... gibi), (Kalender, 2001).

Siyasi reklamlar parti kimliğini ön plana çıkarmalı ve konumunu belli etmelidir. Olumlu farkındalık ve olumlu algı yaratmalıdır. Liderin imajını güçlendirmelidir. Adayın partiyle olan bağımlı kuvvetlendirmeli ve bunu seçmene yansıtabilmelidir. Adayların özelliklerini, partinin yapısını ve siyasal deneyimleri

ifade etmelidir. Olumlu görsel ve sözsöz mesajlar ve CHP'nin siyasal reklam olarak yayınladığı örneklerden bazıları şunlardır:<sup>2</sup>

- *“Cumhuriyet kazanacak! Halk kazanacak!”*
- *“Halkı Ezdirmeyeceğiz! Ülkeyi Soydurmayacağız! Devleti Böldürmeyeceğiz.”*
- *“Gençler meslek sahibi olacak, geleceğe güvenle bakacak.”*

Reklam örneklerinden de anlaşıldığı gibi siyasal reklamlarda, partinin imajı belirgin kavramlarla vurgulanır. Burada *“cumhuriyet”*, *“halk”*, *“gençler”*, *“güven”* gibi vurucu ifadeler vardır ve hedef kitleye yönelik ifadelerdir. Halkla ilişkilere göre daha dikkat çekici olan siyasal reklamların mesajın doğrudan verilmesi sebebiyle inandırıcılığını yitirme ihtimali yüksektir.

#### **4.3.1.1 Propaganda**

Siyasette istenilen amaca ulaşmak için bazı yollar kullanılır. Bizim çalışma konumuzu ilgilendiren yol propaganda yapma yoludur. Latince *“propagare”* kelimesi yani toprağı ekme olarak ifade edilebilecek olan propaganda kavramından yola çıkarak, verilmek istenen mesajın *“ekilmesini”* ve buna yönelik davranışın oluşturulması beklenir (Bahçe, 2006). Bir atasözümüzde de söylendiğı gibi *“ne ekersen onu biçersin”*. Türk Dil Kurumu Sözlüğünde de *“herhangi bir düşünceyi ve bir konuyu yaymak ve ondan yana olanları çoğaltmak için söz, yazı ya da başka araçlarla yapılan etki”* olarak tanımlanmaktadır. Propaganda durumunda kişi, verilen bu mesajları sorgulamaz ve halkla ilişkiler yönteminden farkı da bu noktadadır. Propagandada kişi verilen mesajı sorgulamadığı gibi, mesaj aktarımı da tek taraflı olur. Dolayısıyla mesaj *“ekildiğı”* anda kişilerin bunu kabul ettiğı farz edilir.

Propagandanın temelinde doğru ya da yalan bireyin veya grubun eylemini kamuoyunu yönlendirmek adına harekete geçirmek vardır. Tek taraflı bir anlayış olduğu için; mesajın alınması ve çözülüp yorumlanması söz konusu değildir;

<sup>2</sup> Cumhuriyet Halk Partisi resmi internet sitesi (Ulaşım Tarihi: 15 Mayıs 2013).



kabul edilip onaylandığı varsayılır ve buna uygun bir tutum beklenir (Cesur, 2007). Zaten amaç seçmenlerin tercihlerini etkilemektir. Çalışmada kavramsal olarak hükümet propagandasından söz edilirse; siyasal, iktidar partilerin kitle iletişim araçlarında çıkarları için yaptıkları söylem fikrini çözümlenmek gerekir. Hükümet propagandalarında iktidar partiler icraatlarından bahsederler dolayısıyla muhalefet partileri için propaganda bu icraatların gerçekleşmeyeceğini ifade etmektir. Örnek olarak ANAP iktidarı ile başlayan ve televizyonlarımızda akşam saatinde tüm kanallarda aynı anda ‘*icraatın içinden*’, ‘*ulusa sesleniş*’ programlarının yayınlaması ve başbakanın çıkıp halka seslenmesidir. Her ne kadar seçim dönelerinde YSK tarafından bu tür faaliyetler yasaklansa da fırsat eşitsizliğine neden olmaktadır (Safaz, 2011). Muhalefetin böyle bir imkanı olmadığı için sadece imkanları çerçevesinde ulaşabildikleri kadar kitleye iktidarın bu söylemlerinin tam tersini anlatmaya çalışır.

Gelişen zaman içinde propagandanın amacı değişmemiştir fakat küreselleşen dünya ile birlikte yönetim şekillerinin, kültürlerin ve bakış açılarının değişmesi propagandanın yöntemlerini değiştirmiştir. Propaganda sözlü ya da yazılı şekilde yapılmaktadır. Sözel ifade, yazılıdan daha güçlü etki bıraktığı için ve kısa zamanda daha hızlı yayıldığı için yazılı propagandadan daha etkili bir yöntemdir. Kitle iletişim araçları gibi sözün ulaşabildiği her yerde, siyasal bir toplantıda başarılı şekilde gerçekleştirilmektedir. Mesajı alacak olan kişinin psikolojisi de önemlidir. Örneğin siyasal propagandayı sözlü olarak çok kez kullanan Adolf Hitler özellikle radyo yayını akşam saatleri, insanlar yorgunken yapmaktaydı.

#### **4.3.1.2 Propaganda: Amacı ve Rolü**

Bir yandan kamuoyunu yönlendirip etkilerken bir yandan da sesini duyurmanın alternatif ve yeni yöntemlerini keşfetmek için kullanılan propaganda, tarihten günümüze kadar çeşitli yöntemler kullanarak gelmiştir. İlk dönemlerde para bastırmak, paraların üzerlerine hanedan mensuplarının resimlerini bastırmak gibi çeşitli yöntemleri kullanarak iktidarlar güçlerini topluma gösterme yoluna gitmişlerdir. Propaganda da her zaman bir amaç vardır ve bu amaç gönderilen kişi

ya da gruba kabul ettirilir, bunun için hareket edilir. Dolayısıyla bilgi yığını olarak mesajı yollamaktansa, en etkili ve hem kapsamlı hem de net ifadelerle mesaj gönderilir. Propaganda da buna uygun simgeler kullanılır.

Demokratik rejimlerde propaganda önemli bir konumdadır. Vatandaşları bir konuya ikna etmek için propaganda kullanılır. Totaliter rejimlerin her kolunda propaganda, demokratik ülkelerde olduğundan daha da yaygındır. Hatta vatandaş ile yönetici güç arasındaki ilişki propagandaya dayanır denilebilir çünkü siyasal güç, yaptırmak istediğini mesaj olarak vatandaşa sürekli olarak ve vatandaşa buna karşı çıkma yani bu yollanan mesaja geri bildirim verme hakkını tanımaz. Zaten bütüncül ve tek bir ideolojide giden totaliter rejimin aksini iddia etmek mümkün değildir. Yapılacak tüm propagandalar da rejim doğrultusunda sürmektedir (Bahçe, 2006).

Propaganda yapan birey ya da grup, amacını göstermek ve karşı tarafı ikna etmek için aceleci davranmaz. Çünkü kabul ettirmek istediği bir görüş vardır ve bunu karşı tarafa emir verir gibi yaparsa, amaç negatif bir hareketle karşılaşabilir. Karşı tarafın tepkisini oluşturmamak da önemlidir.

Genel propagandalarda, ülke içerisindeki bütün alanları etkileyen ve ilgilendiren söylemler yaratılır. Sınırlı propagandalarda belirli bir kesim ve alan ilgilendirilir. Amaç yine bu sınırlandırılmış kavram üzerinden kişiyi veya kişileri ikna etmektir. Üçüncü propaganda türü olan ferdi propagandada kişisel ilişkiler ve dostluk çabaları ön planda tutulup bunun üzerinden propaganda yapılmaktadır. Propaganda türleri konularına göre ayrıldığı zaman siyasal propaganda bu başlık altında incelenir. Çalışmaya dâhil edilmeyen ancak bu başlık altında değerlendirilebilecek olan diğer propaganda türleri; kültürel, ekonomik ve askeri propagandalardır.

#### **4.3.1.3 Siyasal Propaganda**

Seçim sürecinde siyasal partilerin güç kazanmak için seçmenler üzerinde gerçekleştirdikleri tüm etkinlikler siyasal propaganda kavramı içerisinde

değerlendirilmelidir. Siyasal partiler seçimlerde oy almak için seçmenleri etkilemek, dikkati çekmek ve kabul edilmek durumundadırlar (Eke, 2008). Siyasal süreçlerde seçmen, seçim ve siyasal partiler arası ilişkiler yoğundur. Dolayısıyla bir etkileşim oluşturmak ve hedef kitle olarak seçilen grubu kendi safına çekmek siyasal propagandaya dâhildir ve siyasal partiler tarafından gerçekleştirilmektedir. İkna edici olarak kabul edilebilen siyasal propaganda sözlü ve yazılı ifadelerinin hepsi aynı derecede etkili olmamaktadır.

Doğrudan seçmen oyunu ve görüşünü etkilemeye yönelik olan siyasal propaganda, bir yandan partileri ve parti mensubu adayları, hem uzun vadede hem de kısa vadede siyasal propaganda gerçekleştirmektedirler. Uzun vadede kendilerinin ve partilerinin itibarını yükseltecek, yerlerini kalıcı hale getirecek adımlar atabilirler; kısa vadede seçim sürecini etkileyip seçmenlerin dikkatini çekebilirler (Eke, 2008).

Siyasal propaganda kavramı, diğer konularına göre ayrılan propaganda kavramlarından sıyrılmış ve propaganda kavramıyla eşleşen bir anlam kazanmaya başlamıştır. Yukarıda da değinildiği gibi iktidarı ele geçirme ve güç kazanma mücadelesi amacıyla hareket eden siyasal (siyasi) propaganda, kitle iletişim araçlarının artması ve teknolojinin gelişmesiyle yöntemlerini çeşitlendirmiştir. Bu teknolojik gelişmeler altında, sosyal varlık olan insan siyasal propagandalara daha hızlı ulaşmak durumunda kalmış ve siyasal partiler de bu durumu kendi lehine çevirmiştir. Ancak unutulmaması gereken nokta, hedef aldıkları kitlenin özellikleridir. Son gelişmeleri ve farklı yöntemleri kullansalar dahi, hedef kitleye hitap etmeyen siyasal propaganda işlevsiz olacaktır. Örneğin, 3 Kasım 2002 Genel seçimlerine, seçime 3 ay kala kurulan Cem Uzan liderliğindeki Genç Parti'nin girdiği ilk seçimde %7 oy alması nasıl başarılı bir siyasal propaganda uygulandığının en güzel örneğidir. Alt başlıkta da konu edilen kitle iletişim araçları en başarılı şekilde kullanılmış ve daha önce denenmemiş pek çok yöntem uygulanarak Cem Uzan adeta bir siyasi ürün gibi pazarlanarak, seçmenlerin tüketimine sunulmuş, böylece Türk Siyasi hayatımıza örnek teşkil edecek bir farklı siyasal propaganda başarısını bize örneklemiştir (Balcı, 2002).

#### **4.3.1.4 Seçimlerde Kitle İletişimin Rolü**

Son yıllarda, siyasal propaganda ve seçim sürecinin her yöntemini etkileyen kitle iletişim araçları seçmenler üzerinde etkili rol oynamaktadır. Bu araçları kullanan siyasi kimlikler daha çok kendi çıkarları için mücadele vermeye başlamışlardır ve bir yandan da olumsuz geri bildirimleri önlemeye çalışmaktadırlar.

Özellikle televizyon ve son yıllarda internetin gelişmesiyle, siyasal partilerin ve bireysel kimliklerin kendi çıkarları adına seçmenlere, hedef kitlelerine karşı ortaya koydukları tüm yazılı ve sözlü ifadeler güçlü birer propaganda silahı olarak kabul edilmektedir. Başta sesli ve sözlü ifadeler, daha sonra yazılı ifadeler seçim süreçlerinde partilerin sıkça kullandığı yöntemlerdir. Seçmenlerin, seçim sürecinde karar vermelerini hızlandırabilen, güçlendirebilen; adayların kendilerini ifade edebilecekleri ortamı onlara sunan siyasal amaçlı kullanılan kitle iletişim araçlarının olumsuz tarafı da vardır. Gazete, dergi, radyo, internet sayfası... vs siyasi amaçla kullanılan tüm kitle iletişim araçları kimin elindeyse onun perspektifinden yansıtılma gibi bir dezavantajı da bulunmaktadır (Özcan, 2008). Dolayısıyla kitle iletişim araçları ile yayılan tüm siyasal söylemlerin çok yönlü olduğu unutulmamalıdır. Bu noktada objektif bir söylem yapılması gerektiği savunulamaz çünkü siyasal reklam, halkla ilişkiler adına gerçekleştirilen etkinlikler ve siyasal propaganda içerisindeki objektiflik tartışmaya açıktır ancak hedef kitle, bu söylemlere ulaşabiliyorken mümkün olduğunca kapsamlı ve objektif olarak incelemelidir. Günümüzde siyaset içerisindeki işlevsiz bilgi çokluğunun bir nedeni de bu söylemleri kontrolsüz şekilde yaymaktır.

#### **4.3.1.5 Politik Pazarlamanın Boyutu**

Pazarlama, genel ifadesiyle üretilen mallar içindir ancak modern anlamda günlük dilde kişiler, fikirleri, ürünü ve ifadeler de pazarlanmaktadır. Toplumun ihtiyaçlarını karşılarken bir yandan da kazanç sağlamak için yapılan pazarlama kapsamına dernekler, sivil toplum örgütleri, siyasal partiler... vs de katılmıştır (Divanoğlu, 2007).

Bazı örgütler kar amacı güderken; bazılarının böyle bir hedefi yoktur. Bu anlamda pazarladıkları ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma konularında farklılıkları vardır. Kar amacı olan örgütler, genellikle desteklidir ve toplumsal eleştirilere ve denetime karşı daha korunaklı bir haldedir. Ancak kar amacı gütmeyen örgütler, yurttaşlar ile daha yakın bir etkileşim halindedir ve toplumsal eleştiri ya da kamusal denetime daha açıktırlar. Ürün anlamında aralarındaki fark, kar amacı güden örgütler genellikle somut nesnelere, üretilen malları pazarlar ve satarken; kar amacı gütmeyenler genellikle fikirleri, ideolojileri ve toplumsal yönelimleri pazarlarlar (Eke, 2008). Soyut olanı, fikri, zihinsel mücadeleyi satmak daha zordur ve bazı durumlarda somut mallar ile benzeştirmek ve kişilerin aklında somut şekilde canlanması sağlanmalıdır. Böylece fikir, düşünce veya akım güçlenmiş olur (Cesur, 2007).

Siyaset pazarlamasında halkın ihtiyacı olan hizmetleri ve ürünleri geliştirmek ve topluma kazandırmak için yapılan faaliyetler vardır. Siyaset pazarlamasının içerisinde, siyasi parti adayının seçmene uygun şekilde fikrini ifade etme ve kendini tanıtmaya yöntemleri vardır. Böylece parti kimliğini, kendi kimliğini ve geleceğe dair öngörülerini ifade edebilme ortamı yaratırlar. Dolayısıyla siyaset pazarlaması, siyasal parti ve adayları ile ilgili fikir ve politikalarını yaymak, pazarlamaktır. Seçim dönemlerinde yaygınlaşan siyaset pazarlama teknikleri, yalnızca seçim dönemlerinde yapılmamalıdır. Sürece daha geniş bir perspektifte bakmak gereklidir.

Siyasi pazarlama, siyasal ahlakı geliştirmesi açısından, siyasetçilere sınırlarını çizmeleri açısından ve sağduyulu, objektif bir bakış açısı yayması açısından önemlidir. Pazarlama süreci içinde siyasetçi öne sürdüğü fikri, ideolojiyi sürekli olarak takip eder. Seçmenin nabzını sürekli olarak yoklar. Ticari pazarlamadan farklı olarak, geri bildirim aldığı yer belirgindir, tektir: Seçim sandıkları. Ancak yine de pazarlama sürecini bir günle kısıtlı tutamaz. Gerek halkla ilişkiler desteği ile sürekli olarak, gerekse siyasi reklamlar ile seçim dönemlerinde propagandasını ve pazarlama tekniklerini sürekli olarak kullanır, durumu güncel kılar.

Pazarlama, pazarı yönlendirmez. Bazı yöntem ve araçlar ile insanların algısını değiştirmek, yönetmektir. Bir siyasi parti de bu anlayışla beraber seçmenin algısını değiştirebilir, ilgiyi üzerine çekebilir. Burada önemli olan parti liderini, adayları, politikaları, hedef kitleyi, çalışanı, imajı ve sembolleri iyi ifade edebilmektir. Tercih edilebilecek siyasi parti sayısı son yıllarda oldukça artmıştır. Dolayısıyla siyasi pazarlamada seçmen, geri iade edemiyor olsa bile bir daha almama hakkına sahiptir ve günümüzde alternatif bir çözüm bulma şansı yüksektir.

#### **4.3.1.6 Politik Pazarlama ve Amacı**

Siyasi yöntemler ile sosyal hayata etki eden siyasetçiler, kendi imajlarını ve programlarını ifade edebilmek için bazı pazarlama yöntemleri kullanmaktadırlar. Asıl amaç siyasal iktidarı ele geçirmektir ve gündemi değiştiren, medyanın da rolüyle gündemi yönlendiren siyasal etkinlikler bazı stratejik pazarlama yöntemleri ile desteklenmektedir.

Politik pazarlamanın 3 malzemesine bakacak olursak parti, lider ve siyasi parti ideolojisinden oluştuğunu söyleyebiliriz (Tan, 2002). Tüm toplumu ilgilendiren konularda uzlaşmacı bir tavır yakalamak ve seçmenleri bir fikre, ideolojiye bağlamak için bazı siyasal etkinlikler düzenlenir ve bunlar, siyasal partiler tarafından yönlendirilir.

Tan'a göre (2002) politik pazarlama; *bir siyasi partiyi veya adayı potansiyel seçmenlere uygun hale getirmek, siyasi partiyi veya adayı en yüksek sayıdaki seçmen kitlesinin ve kitledeki her bir seçmenin tanınmasını sağlamak, rakipleriyle arasındaki farkı ortaya koyup en az masrafla seçimi kazanmak için gerekli olan oyu elde etmek için kullanılan tekniklerin tümü olarak tanımlanır.*''

Akla ilk olarak ticari bir kavramı getiren pazarlama kavramı, politik anlamda düşünüldüğü zaman ticari çerçevenin dışına çıkmaktadır. Potansiyel seçmene yönelik olarak hazırlanmış olan ve muhalefet ya da diğer partilerle aradaki farkı belirginleştirmek için yapılan tekniklerin tümü politik pazarlamaya

dâhildir. Siyasi partilerin tüm bu çalışma içerisinde değinilmiş olan faktörleri uygulayabilecekleri en yaygın, en belirgin alan seçim sandıkları, seçim günleridir (Cesur, 2007).

Ticari politikanın öğeleri olan ürün, pazar, tüketici, fark yaratmak, satış ve kazanç... vs olarak sayılabilir. Politik pazarlamada da aynı öğeler bulunmaktadır. Ancak ifade ettikleri kavram farklıdır. Şöyle ki; ürün, ücretsiz olarak sunulur ve amacı lideri, partiyi ya da parti mensuplarını tanımlamaktır (Cesur, 2007). Politik pazarlamada belirli bir pazar yoktur. Fikirler ve ideolojiler üzerinden giden bu anlayışta, pazar somut ve objektif değildir. Ancak seçmen beklentileri ve siyasi parti hedefleri verilir ve belirli bir dönem için pazar kabul edilecek bir çerçeve oluşturulur. Politik pazarlamada tüketici olan kitle, siyasi partinin hedef kitlesi olan seçmenlerdir. Seçmen kendisi için, çevresi veya ailesi için siyasi partinin fikrini ve ideolojisini inceler, dolayısıyla öncelikle ona göre bir politik yöntem belirlemek gerekmektedir. Pazarlamanın temel taşı olan fark yaratmak ve diğerlerinden sıyrılmak, politik pazarlama için de geçerli ve önemlidir. Burada fikren de olsa diğer partilerden farklılaşmak önemlidir. Satılan şey aslında, yaratılan imaja karşı alınacak oydur (Cesur, 2007). Pazarlamanın bazı dallarında alınan mal, geri verilebilir. Politik pazarlamanın böyle bir geri dönüşü yoktur ancak seçmen, bir dahaki seçimde tüketici olarak bir başka ürüne yönelir. Bunu da siyasi parti tercihini ya da adayını değiştirmekle ya da siyasi katılım göstermeme şeklinde ortaya koyar. Yukarıdaki bölümlerde konu ile ilgili olarak tablolar örneklerle verilmiştir.

Politik pazarlamada amaç, adayı ve onun fikirlerini tanıtmak, kabul görmesini ve destek almasını sağlamaktır ve bu amaçla örgüt ile seçmen arasında uyum yakalamaktır. Bu amacı gerçekleştirebilmek içinde hedef alınan seçmen kitlesinin gerçek ihtiyaçlarını belirlemektir. Daha fazla oy ve parti hedeflerini gerçekleştirebilmek adına farklılıklar ortaya konur, bu farkın sürekliliği için destek ihmal edilmez. Seçim dönemleri dışında sürekli bir kimlik oluşturmak için çaba sarf edilir. Kısaca politik pazarlama sürekli devam eden bir yöntemdir, seçim öncesi, seçim dönemi ve seçim sonrasında farklı yöntemler izlenerek devam eden bitmek bilmez bir süreçtir.

## SONUÇ

Bu tezin temel amacı Türkiye’de seçmen davranışlarını etkileyen sosyal, ekonomik ve politik nedenleri analiz etmek ve buna ek olarak küreselleşmenin artmasıyla birlikte sosyal medya araçlarının yeni bir siyasal katılım aracı olarak ortaya çıkması ve bu anlamda seçmen davranışları üzerinde etkili olduğunu vurgulamaktır.

Demokratik sistemlerin vazgeçilmez bir unsuru olarak seçim, siyaset bilimi literatüründe yönetilenlerin kendilerini yönetecek olanları belirlediği eylem olarak geçmektedir. Seçme hakkının gelişmesiyle beraber seçmen davranışları ve kararlarının siyasal gelişmelerdeki rolü artmıştır. Seçmen davranışları üzerinde etkili olan siyasal kültür, bireylerin ve grupların siyasal duruş ve tavırlarını, bununla birlikte tüm siyasi pratikleri şekillendiren, insanların siyasal olana ilişkin olarak sahip oldukları değerler, semboller ve inançlar bütünüdür. Buna bağlı olarak, siyasal kültüre yönelik yapılan anket araştırmasının örneğinden yola çıkarak araştırmalarda ortanın sağından sağa doğru artan bir şekilde oranda seçmen yapısının oluştuğu görülmüştür. Kimlikleri açısından tanımlama yaptıklarında ise Türkiye’deki seçmenler kendilerini etnik, mezhepsel ve dinsel farklılıklarına rağmen T.C. Vatandaşı olarak tanımlamışlardır.

Toplum içinde siyasal seçim ile başrol konumuna gelen seçmenlerin oy verirken tercihlerinde belirli koşullardan etkilenirler. Siyasal katılmayı belirleyen en önemli faktör, siyasal katılımı gerçekleştirecek olan bireyin fiziki, kişisel ve hatta değer yargılarına kadar uzanan özellikleridir. Fakat bireyin kişisel özellikleri yanında yaşadığı çevrenin de incelenmesi gereklidir. Toplum içindeki sınıf farkı, yaş, eğitim, cinsiyet, meslek ve gelir düzeyi gibi faktörlerin yanında siyasal rejimler, seçmenlerin kararsız olması gibi faktörler de seçmen davranışında etkili olabilmektedir. Türkiye nüfusunun yaklaşık %50’sini oluşturan kadınların ise siyasete katılımının çok az yer almış olduğunu da tablolar ile görülmüştür.

Teknolojinin gelişmesiyle beraber iletişim çağı haline gelen 21. yüzyılda sosyal medya araçları da bireylerin siyasal olaylara dâhil olmasında rol



oynamıştır. Medyanın siyasi gelişmeler üzerinde olan etkisi Mayıs 2013 tarihinde Türkiye’de gerçekleşen Gezi Parkı olaylarında görülmüştür.

Söz konusu çalışma bize göstermektedir ki; gelir, eğitim, din gibi standart demografik veriler ve ideolojik kimlikler siyasal kültürün ve davranışların belirlenmesinde yeterince açıklayıcı olmayabilir. Seçmenler ve içinde buldukları toplum hangi dine, etnik ve mezhepsel çoğunluğa sahip olursa olsun, seçmenlerin davranışları birbirinden farklı olabilir. Bu durumda siyasal kültür kavramı seçmen davranışlarının incelenmesinde elverişsiz bir analiz aracı olabilmektedir. Bu sebeple çalışmada seçmen davranışları, sosyo-ekonomik ve politik faktörler ile birlikte medyanın da dâhil edilmesiyle, çok boyutlu bir şekilde incelenmiştir. Seçmen davranışlarını etkileyen unsurların hepsinin birlikte değerlendirilmesi gerektiği hiçbirinin daha farklı bir değişim yaratmadığı, sadece meslek grupları içerisinde hukukçulardan oluşan meslek grubunun siyasete katılımının daha fazla olduğu, bununda aday olarak gerçekleştiği sonuca varılmıştır.

## KAYNAKLAR

- Atılgan, G., Aytekin, A., 2012, Siyaset Bilimi: Kavramlar, İdeolojiler, Disiplinler Arası İlişkiler, İstanbul, Yordam Kitap, 2.Baskı, 540s.
- Akgün, B., 2002, Türkiye'deki Seçmen Davranışı, Partiler Sistemi ve Siyasal Güven, İstanbul, Nobel Yayın Dağıtım, 282s.
- Almond, G. A., Verba, S., 1989, The Civic Culture Political Attitudes and Democracy in Five Nations, United States of America, Sage Publications, 375p.
- Arat, N., 1996, Kadınlar ve Siyasal Yaşam, Eşit Hak - Eşit Katılım, İstanbul, Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Yayınları, 222s.
- Avşar, N., 2002, Seçmen Davranışının Sosyo- Ekonomik Boyutları ve Mesleğin Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkileri (Isparta Örnek Olay Araştırması),, Süleyman Demirel Üniversitesi Kamu yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
- Aydın, K. ve Özbek, V., 2004, Ailenin Seçmen Davranışları Üzerindeki Etkisi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2:144- 167
- Bahçe, A., 2006, Politik Konjonktür Dalgalanmaları Çerçevesinde Seçimlerin Ekonomik Göstergeler Üzerindeki Etkisi ve Türkiye Uygulaması (1980-2006), Osmangazi Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 229s.
- Balcı, Ş., 2002, Politik Kampanyalarda İmaj Yönetimi (Genç Parti Örneği), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler enstitüsü Dergisi, s:143-162, [http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos\\_mak/makaleler/%C5%9E%C3%BCkr%C3%BC%20BALCI/143-162.pdf](http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler/%C5%9E%C3%BCkr%C3%BC%20BALCI/143-162.pdf)(Erişim Tarihi: 15.06.2013)
- Baykal, D., 1970, Siyasal Katılma, Bir Davranış İncelemesi, Ankara, A.Ü.S.B.F. Yayınları, 166s.
- Cemil, O., 2009, Siyaset Bilimi İncelemeleri, İstanbul, Alfa Yayınları, 222s.

- Cesur, Z., 2007, Politik Pazarlamada Marka Bağılılığı ve Bir Uygulama, Marmara Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 209s.
- Çam, E., 1987, Siyaset Bilimine Giriş, İstanbul, Der Yayınları, 350s.
- Çatı, K. ve Aslan S., 2001, Politik Pazarlama Açısından Seçmen Kararlarında Etkili Olan Faktörler ve Sivas Örneği, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 27:15
- Çinko, L., 2010, Seçmen Davranışları ile Ekonomik Performans Arasındaki İlişkilerin Teorik Temelleri ve Türkiye Üzerine Genel Bir Değerlendirme, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 61:103-116
- Çukurçayır, M. A., 2000, Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi, Ankara, Yargı Yayınevi, 270s.
- Dahl A. R., 2010, Demokrasi Üzerine, Çeviri: Betül Kadioğlu, Anlara, Phoenix Yayınevi, 240s.
- Divanoğlu, S., 2007, Seçim Kampanyalarında Milletvekili Adaylarının ve Partilerin Kullandıkları Pazarlama Karması Elemanları Üzerine Bir Çalışma, Niğde Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi, 262s.
- Doğan, A. ve Göker G., 2010, Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi (29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmen Örneği), Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 5:159- 187
- Eke, E., 2008, Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi: Isparta Örnek Olayı, Süleyman Demirel Üniversitesi Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 171s.
- Eagletan, T., 2005, Kültür Yorumları, Çeviri: Özge Çelik ,İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 171s.
- Eralp, A., 2010, Devlet ve Ötesi, İstanbul, İletişim Yayıncılık, 288s.

- Erdogan, M., 2008, Olağandışı Oy verme Davranışı ve Mobilize Katılım: Güneydoğu Anadolu Projesi Bölgesinde Toplu Oy Veren Köyler Üzerine Bir Araştırma, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 47:277-310
- Eyüboğlu, E. ve Korkmaz A., 1999, Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar, İstanbul, Alfa Yay., 260s.
- Foucault, M., 2003, İktidarın Gözü, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 304s.
- Gökalp, F. ve Avcı M., 2002, Türkiye Ekonomisinde Mali Disiplinsizlik Olgusu, Muğla Üniversitesi SBE Dergisi, 7:15
- Güdekli., İ.A., 2008, Siyasi İletişim: 2007 Genel Seçimleri (AKP ve CHP'nin Seçim Kampanyalarının Karşılaştırmalı Analizi), Selçuk Üniversitesi Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 98s.
- Güllüpunar, 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
- Gümüş, B., 2006, Eğitim Düzeyinin Seçmen Davranışındaki Rolü ve Antalya Örnek Olayı, Süleyman Demirel Üniversitesi Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 98s.
- Güldiken, N., 1996, Toplum Bilimi Boyutlarıyla Siyasal Katılım, Sivas, s.31-33
- Heywood, A., 2010, Siyaset, Ankara, Liberte Yayınları, 567s.
- Heywood, A., 2004, Siyaset Teorisine Giriş, İstanbul, Küre Yayınları, 491s.
- Kalaycıoğlu, E., 1983, Karşılaştırmalı Siyasal Katılma Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme, İstanbul, İstanbul Üniversitesi SBF Yayınları, 480s.
- Kalaycıoğlu, E., 2006, Türkiye'de Demokrasinin Pekişmesi: Bir Siyasal Kültür Sorunu, <http://www.sabanciuniv.edu/> , (Erişim Tarihi: 24.07.2013). 26s.

- Kalender, A., 2001, Seçmenleri Etkileme Sürecinde Siyasal Reklamcılık Olgusu (1999 Genel Seçimleri Örneği), Selçuk Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 177s.
- Kalender, A., 2005, Siyasal İletişim, Seçmenler ve İkna Stratejileri, Konya, Çizgi Kitabevi, 249s.
- Kışlalı, T.A., 1999, Siyaset Bilimi, Ankara, İmge Kitabevi, 361s.
- Kapusızoğlu, M., 2008, Gelir Durumu-Siyasal Eğilim İlişkisi Mersin Örneği, Mersin Üniversitesi Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 215s.
- Kentel, F., 1991, Demokrasi, Kamuoyu ve İletişime Dair, İstanbul, Birikim Dergisi, İletişim Yayınları, Sayı: 30, 40s.
- Öztekin, A., 2010, Siyaset Bilimine Giriş, Ankara, Siyasal Kitabevi, 459s.
- Özcan, M., 2008, Kültürün Seçmen Davranışları Üzerine Etkisi (Ankara il Sincan ve Ümitköy İlçelerinde Yapılan Bir Uygulama), Gazi Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı ,Yüksek Lisans Tezi, 140s.
- Rousseau, J. J., 2011, Toplum Sözleşmesi, Çeviri: Vedat Günyol, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 7. Baskı, 136s.
- Sarıbay, Y.A., 1998, Siyasal Sosyoloji, İstanbul, Der Yayınları, 206s.
- Safaz, M., 2011, Seçim Dönemlerinde Radyo Ve Televizyonlardaki Siyasal İçerikli Yayınların Düzenlenmesi: Türkiye Örneği, RTÜK Uzmanlık Tezi, 150s.
- Sancar, G., 2008, Siyasi Parti İmajının Oluşmasında Medyanın Rolü, Marmara Üniversitesi İletişim Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 177s.
- Seçim Sistemi ve Siyasi Partiler Araştırması, 2001, Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği, Ana Rapor, 254s.
- Sezen, S., 1994, Seçim ve Demokrasi, Ankara, Gündoğan Yayınları, 51s.

- Tan, A., 2002, İlke ve Uygulamalarıyla Politik Pazarlama, İstanbul, Papatya Pazarlama Eğitim Yayıncılık, 178s.
- Talası, G., 1999, Siyasetin Çıkmazında Kadın, Ankara, Ümit Yayıncılık, 221s..
- TC. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel müdürlüğü, 2008, Yetki ve Karar Alma Sürecinde Kadın, Ankara, [http://www.kadininstatusu.gov.tr/upload/kadininstatusu.gov.tr/mce/eski\\_site/Pdf/kararalma.pdf](http://www.kadininstatusu.gov.tr/upload/kadininstatusu.gov.tr/mce/eski_site/Pdf/kararalma.pdf) (Erişim Tarihi: 20.06.2013)
- Toku, N., 2003, John Locke ve Siyaset Felsefesi, Ankara, Liberte Yayınları, 168s.
- Tuncer, E., 2010, 1950 Seçimleri, Ankara, Tesav, 452s.
- Turan, İ., 1977, Siyasal Sistem Ve Siyasal Davranış, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, 33s.
- The University of Maryland, 2007, [http://www.bsos.umd.edu/gvpt/oorhan/Lecture%203\\_Key%20Concepts%20in%20Politics.pdf](http://www.bsos.umd.edu/gvpt/oorhan/Lecture%203_Key%20Concepts%20in%20Politics.pdf), (Erişim Tarihi: 10.05.2013)
- Turan, İ., 1977, Siyasal Sistem Siyasal Davranış, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, 220s.
- Türk, S. H., 1969, Türk Seçim Sisteminde Oy Hakkı, <http://auhf.ankara.edu.tr/dergiler/auhfd-arsiv/AUHF-1969-26-03-04/AUHF-1969-26-03-04-Turk.pdf> (Erişim Tarihi: 15.06.2013)
- Türkiye İstatistik Kurumu, 2012, Milletvekili Genel Seçimleri 1923-2011, TÜİK Matbaası, 260s.
- Uslu, Z., 2008, Siyasal İletişim Yöntemlerinin Seçmen Davranışına Etkisi ve 22 Temmuz 2007 Seçimleri, 35s.
- Weiner, M., ve Özbudun, E., 1987, Competiti ve Elections in Developing Countries, Durham: Duke Üniversitesi, s:328-365.
- Weber, M., 2005, Bürokrasi ve Otorite, Adres Yayınları, 92s.

Weber, M., 2006, Meslek Olarak Siyaset, İstanbul, Chivi Yazıları Yayıncılık, 120s.

Yücekök, A., 1987, Siyasetin Toplumsal Tabanı, Ankara, A. Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 188s.

Yükseler, Z., 2003, 1990'lı yıllarda Ekonomik ve Sosyal Politikaların Seçmen Tercihlerine Etkisi, Ankara, 83s. [http://www.gezikolik.com/tr/Haber\\_Sizden/Guncel/Turkiye/Dunyanin\\_Medya\\_Devleri\\_/e\\_5662.aspx](http://www.gezikolik.com/tr/Haber_Sizden/Guncel/Turkiye/Dunyanin_Medya_Devleri_/e_5662.aspx), (Erişim Tarihi: 21.06.2013)

Dünyanın Medya Devleri, <http://www.belgeler.com/blg/1axi/siyasi-iletisim-2007-genel-secimleri-akp-ve-chp-nin-secim-kampanyalarinin-karsilastirmali-analizi-political-communication-comprehensive-and-detailed-analysis-of-akp-and-chp-s-campaign-acivities-in-2007-general-election> (Erişim Tarihi: 25.06.2013)

<http://www.trthaber.com/haber/gundem/chpde-belediye-baskanligi-adaylik-tarifesi-92901.html> (Erişim Tarihi: 25.07.2013)

<http://haber.gazetevatan.com/kadin-bakanligi-da-kaldiriliyor/378820/4/yazarlar> (Erişim Tarihi: 24.07.2013)

<http://www.iiiletisim.com/siyasaliletisim.html> (Erişim Tarihi: 25.07.2013)