

**2000'ler Türkiye'sinin Siyasal Değer Haritası: Siyasal
Söylemler ve Siyasi Tercihler Arasındaki İlişkinin Değerler
Açısından İncelenmesi**

Program Kodu: 1001

Proje No: 114K788

Proje Yürütücüsü:

Doç. Dr. Aynur KÖSE

Araştırmacılar:

Doç. Dr. Mustafa YILMAZ
Yrd. Doç. Dr. Fatih KEZER
Dr. Eylem ARSLAN

Danışman:

Prof. Dr. K.Oya Paker

Bursiyerler:

Ebru TOPAL
Kuban SEÇKİN

ÖNSÖZ

Siyaset, seçim, söylem, değer gibi toplumsal yaşamda sıkça karşımıza çıkan kavramları bir araya getiren bu araştırma, siyasal aktörlerin kendilerini ve politikalarını anlatırken başvurdukları değerler ile söz konusu bu değerlerin insanların siyasi tutumlarındaki karşılığını anlamak ve demografik değişkenler üzerinden Türkiye'nin siyasal değer haritasını çıkarmak amacıyla yola çıktı. Bir döneme ışık tutmayı hedefleyen bu araştırma, Türkiye'nin olağanüstü koşullardan geçtiği bir döneme rastlaması açısından tarihsel ve toplumsal açıklamaları anlamında birtakım avantaj ve dezavantajlara sahiptir. Dezavantajların başında ülkede yaşanan olağanüstü koşulların doğal olarak araştırmaya da yansması gelir. Özellikle saha araştırması aşamasında katılımcıları tedirgin etmeyecek ifadelerle tutumlarının ölçülmesine azami özen gösterilmiştir. Ancak bu dezavantaj aslında avantajı da beraberinde getirmiş ve olağan olmayan koşulların egemen olduğu bir dönemde Türkiye toplumunun, siyasal eğilimlerini anlama çabasıyla tarihe kendi çapında minik bir not düşme imkanı vermiştir.

Bu çabamıza ortak olan ve araştırmanın gerçekleştirilmesi için mali destek sağlayan TÜBİTAK'a öncelikle teşekkürü borç biliriz. Ayrıca bu araştırma fikrinin ekilmesi ve yeşertilmesi aşamalarında bize ufuk açan rahmetli hocam Prof. Dr. Nuri Bilgin'e, bu meşakkatli süreçte birlikte yürüdüğümüz ekip arkadaşlarıma ve projenin her aşamasının birincil tanığı olan sevgili anneme teşekkür ederim.

Aynur KÖSE

İÇİNDEKİLER

Giriş ... 1

1. Siyasal Değer Araştırmaları: Dünü ve Bugünü ... 2

1.1. Schwartz Değer Ölçeği ... 6

2. Araştırmanın Yöntemi ... 12

2.1 Nitel İçerik Analizi: Siyasal Söylemin Değerler Açısından Analizi ... 13

2.2. Nicel Analiz: Siyasal Değer Ölçeği ... 14

3. Araştırmanın Bulguları ... 17

3.1 Nitel Analiz Sonuçları: 2000'ler Türkiye'sinde Siyasetin Değer Öncelikleri ... 17

3.1.1 3 Kasım 2002 Seçiminin Hiyerarşik Değer Öncelikleri ... 18

3.1.1.1 Siyasal Aktörlerin 2002 Seçiminde Benzeşen ve Farklılaşan Değer Öncelikleri ... 22

3.1.2 22 Temmuz 2007 Seçiminin Hiyerarşik Değer Öncelikleri ... 25

3.1.2.1 Siyasal Aktörlerin 2007 Seçiminde Benzeşen ve Farklılaşan Değer Öncelikleri ... 29

3.1.3 12 Haziran 2011 Seçiminin Hiyerarşik Değer Öncelikleri ... 32

3.1.3.1 Siyasal Aktörlerin 2011 Seçiminde Benzeşen ve Farklılaşan Değer Öncelikleri ... 35

3.1.4 2000 Sonrası Türkiye Siyasetinin Hiyerarşik Değer Öncelikleri ... 38

3.1.4.1 Siyasal Aktörlerin 2002-2007-2011 Seçimlerinde Benzeşen ve Farklılaşan Değer Öncelikleri ... 43

3.1.4.1.1 AKP'li Siyasal Aktörlerin Söylemlerinde Değişen/Değişmeyen Değer Öncelikleri.. 45

3.1.4.1.2. CHP'li Siyasal Aktörlerin Söylemlerinde Değişen/Değişmeyen Değer Öncelikleri 47

3.1.4.1.3. MHP'li Siyasal Aktörlerin Söylemlerinde Değişen/Değişmeyen Değer Öncelikleri 49

3.1.5 Sonuç ve Değerlendirme ... 50

3.2 Nicel Analiz Sonuçları ... 53

3.2.1 Ölçek Geliştirme Aşaması: Pilot Uygulama ... 53

3.2.2 Siyasal Değer Ölçeği'nin Türkiye Temsili Örneğine Uygulanması ... 59

3.2.2.1 Örnekleme İlişkin Betimsel İstatistikler ... 59

3.2.2.2 Ölçek Boyutlarına İlişkin Betimsel İstatistikler ... 62

3.2.2.2.1 Ölçek Boyutları Ortalama Puanlarının Cinsiyet Bazında Dağılımı ... 64

3.2.2.2.2 Ölçek Boyutları Ortalama Puanlarının Yaş Aralıklarına Göre Dağılımı ...	65
3.2.2.2.3 Ölçek Boyutları Ortalama Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Dağılımı ...	69
3.2.2.2.4 Ölçek Boyutları Ortalama Puanlarının Gelir Düzeyine Göre Dağılımı ...	73
3.2.2.2.5 Ölçek Boyutları Ortalama Puanlarının Bölgelere Göre Dağılımı ...	76
3.2.3 Sonuç ve Değerlendirme ...	82
3.3 Ölçek Boyutlarında Farklılaştıran ve Birleştiren Değerler ...	85
3.3.1 “Kalkındırmacı, Dürüst, Çözüm Odaklı Siyaset Beklentisi” Boyutunda Farklılaştıran ve Birleştiren Değerler ...	85
3.3.1.1 Kalkınma ve İlerlemenin Formülü: Dürüstlük, Güvenlik, Sorumluluk ...	85
3.3.1.2 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Ekonomiden Geçer ...	93
3.3.1.3 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Kendine Yeten Bir Güç Olmaktan Geçer ...	97
3.3.1.4 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Milli İradeden Geçer ...	98
3.3.1.5 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Güvenlikten Geçer ...	100
3.3.1.6 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Dürüst Siyasetten Geçer ...	103
3.3.1.7 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Gerçekleştirilebilir Projelerden Geçer ...	109
3.3.1.8 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Demokratik Hak ve Özgürlüklerden Geçer ...	110
3.3.1.9 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Katılımcı Anayasadan Geçer ...	111
3.3.1.10 Sonuç ve Değerlendirme ...	113
3.3.2 “İstikrar ve Düzen Odaklı Güçlü İktidar Beklentisi” Boyutunda Farklılaştıran ve Birleştiren Değerler ...	116
3.3.2.1 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Güvenlik ...	117
3.3.2.2 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Sadakat ve Aidiyet ...	122
3.3.2.3 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Dürüstlük ve Sorumluluk ...	125
3.3.2.4 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Eşitlik ...	126
3.3.2.5 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Ekonomik Başarı ...	129
3.3.2.6 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Güç ve Otorite ...	134
3.3.2.7 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Yardımseverlik ...	139
3.3.2.8 Sonuç ve Değerlendirme ...	140

3.3.3 “Güçlü Liderlik Beklentisi” Boyutunda Farklılaştırıcı ve Birleştirici Değerler ...	142
3.3.3.1 Güçlü Liderlik İçin Güçlü Otorite ...	143
3.3.3.2 Güçlü Liderlik İçin Başarı ...	146
3.3.3.3 Güçlü Liderlik İçin Dindarlık ...	148
3.3.3.4 Sonuç ve Değerlendirme ...	152
4. Genel Değerlendirme ve Sonuç ...	154
5. Kaynaklar ...	157

Tablolar

1. Türkiye İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS-1) ... **17**
2. 2002 seçiminde tüm siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 değer ... **19**
3. 3 Kasım 2002 seçiminde AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 alt ve temel değerler ... **23**
4. 2007 seçiminde tüm siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 değer ... **26**
5. 22 Temmuz 2007 seçiminde AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 alt ve temel değer ... **29**
6. 2011 seçiminde tüm siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 değer ... **33**
7. 12 Haziran 2011 seçiminde AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 alt ve temel değer ... **35**
8. 3 Kasım 2002, 22 Temmuz 2007 ve 12 Haziran 2011 seçimlerinde siyasal aktörlerin söylemlerinde toplamda en fazla yer alan ilk 10 alt değer ... **39**
9. AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin 2002-2007 ve 2011 seçim söylemlerinde toplamda en fazla atıf yaptığı ilk 10 değer ... **43**
10. Siyasal Değerler Ölçeği maddelerine ait Faktör Yük Değerleri ve Ortak Faktör Varyansları ... **54**
11. Madde kalan ve madde toplam korelasyon katsayıları ... **55**
12. Katılımcıların bölge, cinsiyet ve yaş aralığına göre dağılımları ... **60**
13. Toplam puanlara ilişkin betimsel istatistikler ... **62**
14. Ortalama puanlara ilişkin betimsel istatistikler ... **63**
15. Değer Ölçeği puanlarına ilişkin t testi sonuçları ... **64**
16. Yaş aralıklarına göre "istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi" puanlarına ait betimsel istatistikler ... **67**
17. "İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi" puanlarının yaş aralıklarına göre anova sonuçları ... **67**
18. Yaş aralıklarına göre "kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi" puanlarına ait betimsel istatistikler ... **68**
19. "Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi" puanlarının yaş aralıklarına göre anova sonuçları ... **68**
20. Yaş aralıklarına göre "güçlü liderlik beklentisi" puanlarına ait betimsel istatistikler ... **68**
21. "Güçlü liderlik beklentisi" puanlarının yaş aralıklarına göre Anova sonuçları ... **69**
22. Eğitim durumuna göre "istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi" puanlarına ait betimsel istatistikler ... **71**
23. "İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi" puanlarının eğitim durumlarına göre Anova sonuçları ... **71**
24. Eğitim durumuna göre "kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi" puanlarına ait betimsel istatistikler ... **72**
25. "Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi" puanlarının eğitim durumlarına göre Anova sonuçları ... **72**
26. Eğitim durumuna göre "güçlü liderlik beklentisi" puanlarına ait betimsel istatistikler ... **72**

27. “Güçlü liderlik beklentisi” puanlarının eğitim durumlarına göre Anova sonuçları ... **72**
28. Gelir düzeyine göre “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler ... **74**
29. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarının gelir düzeyine göre anova sonuçları ... **75**
30. Gelir düzeyine göre “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler ... **75**
31. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarının gelir düzeyine göre anova sonuçları ... **75**
32. Gelir düzeyine göre “güçlü liderlik beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler ... **76**
33. “Güçlü liderlik beklentisi” puanlarının gelir düzeyine göre Anova sonuçları ... **76**
34. İllere göre “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler ... **79**
35. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarının illere göre Anova sonuçları ... **79**
36. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarının illere göre kruskal wallis testi sonuçları ... **80**
37. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarına ilişkin çoklu karşılaştırmalar ... **81**
38. İllere göre “güçlü liderlik beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler ... **81**
39. “Güçlü liderlik beklentisi” puanlarının illere göre Anova sonuçları ... **82**

Şekiller

1. 10 temel değer in özel boyutlar ve temel yönelimleri ile güdüsel süreci ... **7**
2. 2002 seçiminde siyasal aktörlerin söylemlerinde öne çıkan değerlerin temel değer boyutlarına dağılımı ... **20**
3. 2002 seçiminde siyasal söylemlerde en fazla atıf yapılan üst düzey değerler ...**21**
4. AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin 2002 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer ve üst düzey değer boyutlarının birbirlerine göre oranı ... **24**
5. 2007 seçiminde siyasal aktörlerin söylemlerinde öne çıkan değerlerin temel değer boyutlarına dağılımı ... **27**
6. 2007 seçiminde siyasal söylemlerde en fazla atıf yapılan üst düzey değerler ... **28**
7. AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin 2007 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer ve üst düzey değer boyutlarının birbirlerine göre oranı ... **30**
8. 2011 seçiminde siyasal aktörlerin söylemlerinde öne çıkan değerlerin temel değer boyutlarına dağılımı ... **34**
9. 2011 seçiminde siyasal söylemlerde en fazla atıf yapılan üst düzey değerler ...**35**
10. AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer ve üst düzey değer boyutlarının birbirlerine göre oranı ...**37**
11. 3 Kasım 2002, 22 Temmuz 2007 ve 12 Haziran 2011 seçimlerinde siyasal aktörlerin söylemlerinde öne çıkan değerlerin temel değer boyutlarına dağılımı ... **40**
12. 2002, 2007 ve 2011 seçimlerinde en fazla atıf yapılan üst düzey değerler ... **42**
13. AKP'li siyasal aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı ... **45**
14. AKP'li siyasal aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı ... **46**
15. CHP'li siyasal aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı ... **47**
16. CHP'li siyasal aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı ... **48**
17. MHP'li siyasal aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı ... **49**
18. MHP'li siyasal aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı ... **50**
19. Katılımcıların yaşlarına ilişkin dağılım ... **60**
20. Katılımcıların eğitim düzeyleri ve cinsiyet bazında eğitim durumlarına ilişkin dağılım ... **61**
21. Katılımcıların anadillerine göre dağılımları ... **61**
22. Katılımcıların gelir düzeylerine göre dağılımları ... **62**
23. Değer Ölçeği ortalama puanlarının cinsiyete göre dağılımı ... **64**
24. Siyasal Değerler Ölçeği ortalama puanlarının yaş aralıklarına göre karşılaştırmalı dağılımı ... **65**
25. Siyasal Değerler Ölçeği ortalama puanlarının yaş aralıklarına göre dağılımı ... **66**

26. Siyasal Değerler Ölçeği ortalama puanlarının eğitim durumuna göre karşılaştırmalı dağılımı ... **69**
27. Siyasal Değerler Ölçeği ortalama puanlarının eğitim durumlarına göre dağılımı ... **70**
28. Siyasal Değerler Ölçeği ortalama puanlarının gelir düzeyine göre karşılaştırmalı dağılımı ... **73**
29. Siyasal Değerler Ölçeği ortalama puanlarının gelir düzeyine göre dağılımı ... **74**
30. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” ortalama puanlarının illere göre dağılımı ... **76**
31. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” ortalama puanlarının illere göre dağılımı ... **77**
32. “Güçlü liderlik beklentisi” ortalama puanlarının illere göre dağılımı ... **77**
33. İl bazında üç alt boyut ortalama puanlarına ilişkin dağılım ... **78**
34. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutunda yer alan maddelere ilişkin katılım düzeyleri ... **86**
35. “Yolsuzlukla mücadele edeceğine inandığım partiye oyumu veririm” (M2) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **87**
36. “Terör sorununu ekonomideki eşitsizliği azaltmak ve kalkınmayı sağlamak yoluyla çözmekten yana olan partiye oyumu veririm” (M21) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **89**
37. “Terör sorununu ekonomideki eşitsizliği azaltmak ve kalkınmayı sağlamak yoluyla çözmekten yana olan partiye oyumu veririm” (M21) ifadesine bölgelere göre katılım düzeyi ... **90**
38. “Özü, sözü ve yaptığı bir olan siyasi lideri başarılı bulur, oyumla desteklerim” (M8) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **91**
39. “Halka hesap vermeyi siyasi bir sorumluluk olarak gören partiyi oyumla desteklerim” (M19) ifadesine yaş gruplarına göre katılma oranı ... **92**
40. “Türkiye’de işsizliği azaltma başarısı gösteren siyasi partiye oyumu veririm” (M10) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **94**
41. “Bir siyasi partinin ekonomik büyüme, milli gelir artışı, enflasyonu düşürme gibi toplumu kalkındırmaya yönelik vaatleri oy vermemde etkilidir” (M14) ifadesine eğitim düzeyine göre katılma oranı ... **95**
42. “Bir siyasi partinin sağlık, eğitim gibi alanlardaki imkanları artırmaya yönelik vaatleri oy vermemde etkilidir.” (M13) ifadesinin eğitim ve bölge değişkenlerine göre katılma oranı ... **96**
43. “Türkiye’yi kendi sorunlarına kendi çözüm bulacak güçte bir ülke haline getireceğine inandığım partiye oy veririm” (M5) ifadesinin bölge değişkenine göre katılma oranı ... **98**
44. “Arkasına halkın desteğini alan bir siyasi partinin başarılı olacağına inanırım” (M1) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **99**
45. “Arkasına halkın desteğini alan bir siyasi partinin başarılı olacağına inanırım” (M1) ifadesine bölge değişkenine göre katılma oranı ... **100**
46. “Oy verirken öncelikle siyasetçilerin ülke güvenliğini sağlamaya yönelik vaatlerine bakarım” (M6) ifadesine bölge değişkenine göre katılma oranı ... **101**
47. “Milli değerleri ön planda tutan bir dış politika vaat eden partiye oyumu veririm” (M9) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **102**

48. "Milli değerleri ön planda tutan bir dış politika vaat eden partiye oyumu veririm" (M9) ifadesine gelir değişkenine göre katılma oranı ... **103**
49. "Başarılı işlere imza atsa da, siyaseti zengin olmanın yolu olarak gören politikacıların bir araya geldiği partiye oy vermem" (M22) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **105**
50. "Geçmişte yolsuzluğu adı karışmış siyasetçilerin bulunduğu partiye oy vermem" (M26) ifadesine eğitim ve yaş değişkenlerine göre katılma oranı ... **106**
51. "Siyasetçilerin rakiplerini yıpratmak için iftira attıklarını anlarsam, bunu yapanların bulunduğu partiye oy vermem" (M3) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **108**
52. "*Bir siyasi partinin gerçekleştirilebilir projelerinin olması oy vermemde etkilidir*" (M11) ifadesine eğitim ve gelir değişkenlerine göre katılma oranı ... **109**
53. "Geçmişte insan hak ve özgürlüklerine aykırı işler yapmış siyasetçilerin bulunduğu partiye oyumu vermem" (M35) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **110**
54. "Katılımcı ve sivil bir anayasa hazırlamayı vaat eden partiye oyumu veririm" (M12) ifadesine yaş ve bölge değişkenlerine göre katılma oranı ... **112**
55. "İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi" boyutunda yer alan maddelere ilişkin katılım düzeyleri ... **116**
56. "Yaşantımın, yaşam tarzımın değişeceğine yönelik endişem oy verme kararımı etkiler" (M37) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **118**
57. "Toplumsal yaşamı kontrol edecek her türlü yetkiyi sonuna kadar kullanacağına inandığım partiye oyumu veririm" (M23) ifadesine eğitim ve gelire göre katılım oranı ... **120**
58. "Ülke birliğini sağlamak için gerektiğinde temel hak ve özgürlüklerden taviz verebilecek partiye oy veririm" (M27) ifadesine eğitim ve bölgeye göre katılım oranı ... **121**
59. "Oy vereceğim siyasi parti önceki seçimlerde başarısız olsa da siyasi tercihim değişmez" (M30) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **123**
60. "Bir partinin seçim çalışmaları sırasında söyledikleri vereceğim oyu değiştirmez" (M4) ifadesine gelir ve bölgeye göre katılım oranı ... **124**
61. "Seçim sürecinde liderlerin birbirlerine ağır suçlamalarda bulunması siyasetin doğası gereği olduğundan oyumu değiştirmez" (M18) ifadesine eğitim ve gelire göre katılım oranı ... **125**
62. "Siyasi partilerin kendilerini etnik kimlikler üzerinden tanımlaması oyumu etkilemez"(M33) ifadesine gelir ve bölgeye göre katılım oranı ... **127**
63. "Öncelikle kendi seçmenlerine fırsat yaratan siyasi partiye oyumu veririm" (M7) ifadesine eğitim ve bölgeye göre katılma oranı ... **129**
64. "Bireysel olarak ekonomik eşitsizlikler artmış olsa bile ülkenin milli gelirini artıran partiyi oyumla desteklerim" (M34) ifadesine genel katılma oranı ... **130**
65. "Bireysel olarak ekonomik eşitsizlikler artmış olsa bile ülkenin milli gelirini artıran partiyi oyumla desteklerim" (M34) ifadesine eğitim ve gelire göre katılma oranı ... **131**
66. "Yolsuzlukla mücadeleden taviz verilse bile ekonomik büyümeyi sağlayacak partiye oyumu veririm" (M32) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **132**
67. "Yolsuzlukla mücadeleden taviz verilse bile ekonomik büyümeyi sağlayacak partiye oyumu veririm" (M32) ifadesine gelire ve bölgeye göre katılım oranı ... **133**

68. "Partisinin tek başına iktidar olmasını sağlayamayan lidere bir daha oy vermem" (M25) ifadesinin gelir ve bölgelere göre katılım oranı ... **135**
69. "Siyasi görüşü ne olursa olsun tek başına iktidar olabileceğine inandığım partiye oyumu veririm"(M36) ifadesine eğitim ve gelire göre katılım oranı ... **137**
70. "Hangi partiye oy vereceğim konusunda kararsız kaldığımda, kazanma ihtimali yüksek olan partiye oy veririm" (M15) ifadesine eğitim ve gelire göre katılma oranı ... **138**
71. "Partilerin seçim öncesinde yoksul kesimlere yaptığı sosyal ve ekonomik yardımlar, oyumu olumlu yönde etkiler" (M28) ifadesine eğitim ve gelire göre katılma oranı ... **140**
72. "Güçlü liderlik beklentisi" boyutunda yer alan maddelere ilişkin katılım oranları ... **142**
73. "Parti içindeki farklı sesleri tek bir yumruk haline getiren lidere oyumu veririm" (M20) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği ... **144**
74. "Benim için bir partinin liderinin kim olduğu o partiye oy vermemde belirleyicidir" (M16) ifadesine eğitim ve yaşa göre katılma oranları ... **146**
75. "Oy verdiğim partiye yönelen yoğun eleştirileri "meyve veren ağaç taşlanır" anlayışıyla değerlendiririm" (M17) ifadesine gelire ve bölgeye göre katılım oranı ... **148**
76. "İmanlı olduğumu düşündüğüm bir siyasi lideri başarılı bulur, oyumla desteklerim" (M29) ifadesine eğitim ve gelire göre katılma oranları ... **150**
77. "Dindar olduğumu düşündüğüm bir siyasetçinin dürüstlüğünden de emin olur, oyumu veririm" (M31) ifadesine eğitim ve bölgeye göre katılma oranları ... **151**

ÖZET

Özünde siyaset ve değer ilişkisine odaklanan bu çalışma, siyasal aktörlerin söylemlerine gömülü olan değerleri belirlemeyi ve bunların insanlardaki karşılığını değerler açısından anlamayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede Schwartz Değer Ölçeği'nde yer alan değerlerin analiz kategorileri olarak kullanıldığı bir içerik analizi gerçekleştirilmiştir. 2000'ler Türkiye siyasetinde hakim olan değer önceliklerini belirlemek amacıyla, 3 Kasım 2002, 22 Temmuz 2007 ve 12 Haziran 2011 seçimleri öncesinde siyasal aktörlerin medyaya yansıyan söylemleri incelenmiştir. Böylece siyasal aktörlerin seçmeni ikna etmek için hangi beklenti ve değerlere seslendikleri, siyasetin değişen ve değişmeyen değer öncelikleri ve Türkiye siyasetinin değer öncelikleri belirlenmiştir. Ardında siyaset söylemine egemen olan bu değer önceliklerine yönelik sokaktaki insanın tutumunu ölçmek üzere bir ölçek çalışması yapılmış ve Türkiye temsili örnekleme uygulanmıştır.

Analizler sonucunda Türkiye'de siyasal söylemin ortak bir siyasal popüler kültürden beslendiği, kazanan/kaybeden parti farkı olmaksızın benzer değerlere yaslanan söylemlerle seçmene seslendiği bulgulanmıştır. Sıradan politik kültürün ortak iyisini temsil eden ve siyasette söylemsel önceliğe sahip olan bu temel değerler; yardımseverlik, kendini yönetme, güç, güvenlik ve başarıdır. Türkiye'de siyasal söylemin karşıt kutuplarda yer alan *kendini geliştirme* ve *kendini aşmışlık* üst düzey değerleri üzerine kurulu olduğu, bu karşıtlığın da popülist söylemleri beslediği gözlenmiştir.

Siyasal aktörlerin medyadaki popülist söylemlerinin değerler açısından betimlenmesinin ardından, bu siyasi değerlerin toplumun siyasal tercihlerindeki karşılığını bulmak ve demografik değişkenler üzerinden haritasını çıkarmak amacıyla alan araştırması yapılmıştır. Araştırma sonucunda siyasetteki değerlerin toplumda üç boyutta karşılık bulduğu saptanmıştır. Bu boyutlar anlamlandırıldığında, Türkiye toplumunda siyasal tercihlerinde hakim olan değer alanlarının, istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi; kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi; güçlü liderlik beklentisi olduğu görülmüştür. Toplumun oy verme davranışında, gündelik hayatı kolaylaştırmaya, yaşadıkları sorunlara çözüm bulmaya, refah beklentisini karşılamaya yönelik değerlerin toplandığı kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi boyutunun belirleyici olduğu saptanmıştır. Schwartz Değer Ölçeği'ndeki farklı ve çatışan güdü, motivasyon ve beklentilere denk gelen değer ifadelerinin toplandığı bu boyut, ayrıca "Popüler Siyasal Kültür Değer Ölçeği" olarak adlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Schwartz Değer Ölçeği, değer, siyasal söylem, seçim.

SUMMARY

Focusing on the politics and value relationship at its core, this study aims to determine the values embedded in the discourses of political actors and to understand their values in terms of their values. In this framework, a content analysis was conducted in which the values in the Schwartz Value Scale were used as analysis categories. In order to determine the prevailing value priorities in the 2000s Turkish politics, the discourses of political actors reflected in the media were examined before the elections of 3 November 2002, 22 July 2007 and 12 June 2011. Thus, what are the expectations and values of political actors to convince electors, the changing and unchanging value priorities of politics and the value priorities of Turkish politics have been determined. Following this, a scale was developed to measure the attitude of the person in the street to the value priorities that dominated the discourse of politics and applied to the Turkish representative sample.

As a result of the analyzes, it is detected that the political discourse in Turkey is fed from a common political popular culture and the choices are called with discourses which lean on similar values without winning/losing party difference. These basic values, which represent the common good of the ordinary political culture and which have political discursive priority, benevolence, self-direction, power, security and achievement. It is observed that the political discourse in Turkey is based on the high level values of self-enhancement and self-transcendence which are in the opposite poles and this opposition also feeds populist rhetoric.

After describing the values of populist rhetoric of the media in terms of the values of the political actors, a survey was conducted to find out the political values of these values in terms of the society's political preferences and to map them out on demographic variables. As a result of the research, it has been determined that the values in politics correspond to three dimensions in society. When these dimensions are taken into consideration, the values of power dominated by political preferences in Turkish society are strong power-oriented expectations of stability and order; developmentist, honest, solution-oriented politics anticipator; strong leadership expectation. It has been determined that the dimension of decentralized, honest, solution-oriented politics expectancy, in which the values of society's voting behavior are facilitated to facilitate everyday life, to find solutions to the problems they are experiencing and to meet the expectation of prosperity. This dimension of value expressions corresponding to different and conflicting motivations, motivations and expectations in the Schwartz Value Scale is also called the "Popular Political Cultural Value Scale".

Keywords: Turkey, Schwartz Value Scale, values, political discourse, election

SONUÇ RAPORU

GİRİŞ

Bu araştırmada, siyasi iklim ve sıradan insanın bu iklimden nasıl etkilendiği ile ilgili olarak pek çok değerlendirmenin olduğu bir ortamda, bilimsel verilerle T#rkiye toplumunu anlamak #zere yola #ıkılmıştır. Bu ama# doğrultusunda siyasal akt#rlerin medyaya yansıyan s#ylemlerini ve bu s#ylemlerin sıradan insanlardaki karşılığını değerler a#ısından anlamaya y#nelik siyaset ve değer ilişkisine odaklanan bir araştırma ger#ekleştirilmiştir. Bu araştırma temelde; bireylerin olay, durum ve insanları değerlendirmek ve buna g#re davranışlarını belirlemek, tercihlerini yapmak ve karar vermekte kullandıkları sosyo-psikolojik temelli #l##tler olan değerlerin (Schwartz, 1992:1) siyasal s#ylem, siyasi d#ř#nce, siyasi tercih ve oy verme davranışı #zerindeki etkisini incelemeyi ama#lamaktadır.

Araştırmamız, bireylerin tercihlerinde ve kararlarında neyin doğru neyin yanlış olduğunu s#yleyen #l##tler olan değerlerin, siyasal s#ylemi ve siyasi kararları etkilediği, dolayısıyla toplumda kabul g#ren değerlere hitap eden siyasal s#ylemlerin ikna ediciliğinin y#ksek olduğu d#ř#ncesinden hareketle şekillendirilmiştir. Bunu ortaya #ıkarmak #zere #ncelikle siyaset alanının hangi değerler #zerinden kendisini var ettiği ve ikna sanatı olarak siyasette hangi değerlerin yoğun olarak kullanıldığı sorusuna cevap aranmıştır. Bu yolla 2000 sonrası T#rkiye siyasetinin değer #nceliklerine g#re sıralanmış “hiyerarşik değer sistemi” (Schwartz ve Bilsky, 1987; Schwartz, 1992:3) tespit edilmiştir. Ardından bu değer #nceliklerine karşı bireylerin tutum ve beklenti d#zeylerini tespit etmeye y#nelik bir alan araştırması ger#ekleştirilmiştir. B#ylece medyada yer alan siyasal s#ylemleri değerler a#ısından betimlemek ve s#z konusu bu siyasal değerlerin demografik değişkenler #zerinden bir haritasını #ıkarmak m#mk#n olmuştur. G#n#m#zde pek çok konuda olduğu gibi siyaseti de doğrudan g#zlemleyebilme, anlamlandırma, algılama, kavrama imkanı sınırlıdır. İşte bu nedenle medya, anlamlandırma s#re#lerinde belirleyici olan bir ara# olarak g#c#n# artırmaktadır. Bu bağlamda medyadaki i#erikler, pop#ler politik k#lt#r#n aktarılmasının #nemli bir aracıdır.

2000’ler T#rkiye’sinde siyasal akt#rlerin s#ylemlerinde #ncelikli olan değer repertuarlarını belirleme ve bu değerlere karşı bireylerin tutum ve beklenti d#zeylerini tespit ederek oy verme davranışına etkisini ortaya koyma hedefi doğrultusunda, #ncelikle nitel bir medya analizi ger#ekleştirilmiştir. Bu analizin ardından T#rkiye’yi kapsayan bir alan araştırması yapılmış ve şu sorulara cevap aranmıştır;

- 3 Kasım 2002, 22 Temmuz 2007 ve 12 Haziran 2011 se#imlerinde siyasal partiler ve siyasal akt#rler se#meni ikna #alışmalarında hangi beklenti ve değerlere atif yapmışlardır?

- 2000'ler Türkiye siyasetinin değişen/değişmeyen değer önceliklerinde hangi değer boyutları yer alır?

- 2000 sonrası Türkiye siyasetinin değer önceliklerine göre sıralanmış "hıyerarşik değer sistemi"nde hangi değerler vardır?

- Seçimlerin kazanan ve kaybeden partilerinin hıyerarşik değer öncelikleri arasında farklılık/benzerlik var mıdır?

- Siyasetin değer öncelikleri konusunda Türkiye toplumunun tutum ve beklenti düzeyleri nasıldır?

- Siyasetin değer öncelikleri konusunda toplumun tutum ve beklentilerini demografik değişkenler nasıl etkilemektedir?

1. SİYASAL DEĞER ARAŞTIRMALARI: DÜNÜ VE BUGÜNÜ

Toplumdaki güç ilişkilerini oluşturan siyaset kurumunun günümüzdeki etkisi ve belirleyiciliği düşünöldüğünde, siyasal tercihler ve seçmen davranışını anlamaya yönelik araştırmalardaki artışı açıklamak kolaylaşmaktadır. Seçim öncesi kamuoyu araştırmalarıyla seçim sonuçlarını tahmin etmeye yönelik çalışmalar, seçim sonrasında dönemin siyasal iletişim çalışmaları ve propaganda tekniklerinin detaylı analizleriyle devam etmektedir. Siyasal tercihler ve seçmen davranışı konusu ekonomik, politik, sosyolojik, psikolojik, kültürel, dinsel ve tarihsel yönü bulunan çok boyutlu bir konudur. Dolayısıyla bu farklı alanların her biri kendi açısından bu soruya cevap vermeye çalışarak, bir yandan seçmenin tercihine dair tahminler ve değerlendirmeler yaparken, diğer yandan gerçekleşmiş davranışı farklı açılardan analiz ederek yeni seçim dönemlerine ışık tutmaya çalışmaktadır. Değer üzerinden siyaseti ve siyasal davranışı açıklamaya çalışan araştırmalar da bunlar arasındadır. Zira siyaset çalışmak özünde yönetimi çalışmak ya da David Easton'ın deyimiyle "değerlerin otoriter tahsisini" çalışmak demektir (Easton, 1981'den aktaran Heywood, 2015:64). İnsan davranışını anlamayı ve açıklamayı kolaylaştıran "değer" kavramı ile siyaset arasındaki yakın ilişki nedeniyle bu konuyu sorunsallaştıran araştırmaların sayısı hızla artmaktadır.

Değer, insanların hem kendi davranışlarını hem de diğer insanları, yaşadıkları olayları ve dünyayı anlamak ve açıklamak için başvurdukları, arzu edilen ve edilmeyeni, doğru ve yanlış, iyi ve kötüyü belirleyen standartlardır (Schwartz, 1992:1; Fichter, 1990). Yapılan araştırmalar değerlerin birey ve bireyin davranışı üzerinde farklı etkilere sahip olduğunu ortaya koymuştur (Allport, 1961; Inglehart, 1977, 1997; Rokeach, 1967, 1973, 1979; Schwartz ve Bilsky, 1987; Schwartz, 1992, Hofstede, 1980). Kültür ve topluma anlam veren ölçütler ya da her tür davranış, olay ve insanı değerlendirmekte kullanılan kriter olarak temel değerleri kavramsallaştırma çabasının ardından bir görüş birliğine varılmıştır. Ulaşılan görüş birliğini Schwartz ve Bilsky (1987) şu şekilde özetlemiştir;

- Değerlerin, insanların ulaşmak için çabaladıkları arzu edilen hedefler olarak harekete geçirici bir etkisi vardır.

- Değerler, belirli eylem ve durumları aşmayı sağlayan soyut hedeflerdir. Değerlerin bu soyut doğası değerleri, normlar ve tutumlar gibi genelde belirli eylemleri, nesnelere ya da durumları ifade eden kavramlardan ayırır.

- Değerler olayların, insanların, politikaların ve eylemlerin değerlendirilmesinde ve seçiminde rehberlik eder. Bu bağlamda değerler insanların olayları ve diğer insanları değerlendirmek için kullandıkları kriterlerdir.

- Değerler birbirlerine göre göreceli önemleri çerçevesinde sıralanmaktadır. Temel kişisel değerlerin önemi, insanların kendi hayatlarında yol gösterici ilke olarak taşıdığı önem ile ölçülür. İnsanların değerleri, bireyler olarak onları tanımlayan değer önceliklerine göre sıralanmış hiyerarşik bir sistem oluşturur. Değerlerin bu hiyerarşik özelliği değerleri, normlar ve tutumlardan ayırmaktadır. Buna göre bazı kişiler için güvenlik gücünden önemli bir değer iken diğer yandan güç ve başarı eşit önemde değerler olarak görülebilir. Tüm bu özelliklerinden dolayı değerler, duygulara doğrudan bağlı dolayısıyla objektif olmayan inançlardır (Schwartz ve Bilsky, 1987).

Değer, birey açısından uğruna çaba gösterilmesi gereken, benimsenen, önemsenen ve üstün tutulan, bunun yanında nesne, olgu ve olayların kendilerinde bulunmayan ancak birey tarafından atfedilen niteliklerdir (Özlem, 2002:283). Yani değer, insan davranışlarının ve eylemlerinin belirleyicisi olan ve kültür içinde kalıplaşmış standartlar ya da başvuru kriterleridir (Büyükdüvenci, 2002:252). Theodorson ve Theodorson'a (1979:455) göre değer, "bir toplumun üyelerinin güçlü duygusal bağlılıklarıyla oluşmuş soyut ve genelleştirilmiş davranış prensipleridir". Bireyin sahip olduğu değeri, sahip olunan kültürün ve bireyin kişiliğinin bir ürünü olarak gören bu yaklaşımlarda, değer kavramı üzerinden bireysel eylem ve kararların ardındaki toplumsal boyuta işaret edilmektedir (Bayhan, 2006:578). Nitekim Schwartz (1992:50) da, insanların kişisel önceliklerini bildirmek isteseler bile onların cevaplarının ağırlıklı olarak kültürel normlar tarafından belirlenen normatif hiyerarşiyi yansıttığı görüşündedir. Bu nedenle değer içerikleri ve yapısını, bireylerin psikolojik karakterlerinin ifadesi olmaktan çok kültürel eğilimlerin yansıması olarak anlamak gerektiğini belirtir. Schwartz'ın bireysel görünenin ardındaki toplumsal boyuta ilişkin bu tespiti, siyasal söylem, tercih ve kararları açıklamak konusunda önemli bir yol göstericidir. Tüm bu değerlendirmeler ışığında, bireyin ve toplumun değerlerini anlamaya yönelik çabanın o toplumun zihin yapısını çözümlenmek için atılmış önemli bir adım olduğunu söyleyebiliriz.

Farklı anlamlarda kullanılan ve farklı varlık alanlarını ilgilendiren bir kavram olarak değer, temelde istenilen iyinin ya da kaçınılan kötünün ifadesinde kullanılır. Bu durumu Fichter (1990), kişiye ve gruba yararlı, kişi ve grup tarafından istenen ve beğenilen her şeyin

“değer”e sahip olduğu şeklinde özetler. Olgulara yüklediğimiz anlamlar yanında olgu ve varlıkları anlamlandırmak da bir değerdir. Çünkü bir şeye değer yüklemek, onu arzulamak, istemek ve ilgi nesnesi yapmaktır (Büyükdüvenci, 2002:252). Hayatın içinde böylesine geniş bir karşılık bulan değer konusunda her alan arzu edilen ve arzu edilmeyene ilişkin kendi kriterlerini belirlemektedir. Bu nedenle değerlerin incelenmesinde kesin mantıksal tanımlardan ziyade alana ilişkin betimsel, yani durumu tespit etmeye yönelik tanımlamalar yapılmaktadır. Biyolojik alanda sağlık ya da estetikte güzellik-çirkinlik bir değer iken, dinde kutsallık çerçevesinde günah-sevap, ekonomide hak-emek, ahlakta iyilik-kötülük, hazcılıkta zevk-acı, bilimsel alanda doğru-yanlış değer olarak karşımıza çıkmaktadır (Gündoğan, 2002:256; Özlem, 2002:283). Kısacası siyaset, ekonomi, kültür, eğitim, hukuk, aile, din gibi toplumsal yapıyı oluşturan kurumların her biri onlara ait değer alanlarına yaslanarak kendilerini var etmektedir.

Devlet işlerini düzenleme ve yürütme sanatı olarak tanımlanan ve temelde “Birlikte nasıl yaşarız?” sorusuna cevap arayan siyaset de değer kavramıyla yakından ilişkilidir (Çelebi, 2010:190). Bu nedenle değer ve siyaset ilişkisini ortaya çıkarmaya, siyasetin öne çıkardığı değerleri belirlemeye ve değerlerin siyasi tercihler üzerindeki etkisini tespit etmeye yönelik birçok araştırma yapılmaktadır (Rokeach, 1979; Cochrane, Billig ve Hogg, 1979; Hofstede, 1980, 1991; Schwartz, 1994, 2006; Inglehart,1997; Barnea ve Schwartz, 1998; Feldman, 2003; Lane ve Ersson, 2005; Caprara ve Zimbardo, 2004; Caprara, Schwartz, Capanna, Vecchione ve Barbaranelli, 2006; Schwartz, Caprara ve Vecchione, 2010; Piurko, Schwartz ve Davidov, 2011, Schwartz, Caprara vd., 2014). Bu alandaki önemli isimlerden Rokeach (1973, 1979) kişisel değerlerin siyasi yönelimlerin merkezinde olduğuna, Schwartz ise (1994, 2010) siyasi tutum ve ideolojilerin altında temel kişisel değer setinin yattığına ilişkin veriler ortaya koymuştur.

Bazı araştırmacılar ise değerlerin, oy verme davranışında kritik belirleyici olarak grup bağlılığı ve sosyal yapısal konumun yerine geçtiğini belirtmektedir (Caprara ve Zimbardo, 2004; Caprara vd., 2006; Schwartz vd., 2010). 20 ülkedeki temel kişisel değerleri ve sağ-sol politik yönelimin anlamını araştıran Piurko, Schwartz ve Davidov (2011), 2002-2003 tarihlerinde yapılan Avrupa Sosyal Araştırması’ndaki verileri kullandıkları çalışmada, kişisel değerler ile siyasi yönelimde belirleyici olan sosyo-demografik değişkenleri karşılaştırmıştır. Araştırma sonucunda siyasi yönelimlerin tahmin edilmesinde değerlerin, liberal ülkelerde sosyo-demografik değişkenlerden daha güçlü bir belirleyici olduğu, geleneksel ülkelerde ise sosyo-demografik değişkenlere eşit güçte olduğu saptanmıştır. Lane ve Ersson (2005) ise siyasette etkili olan değerleri inceledikleri çalışmalarında, politik değerler ile politik ideolojiler arasındaki sınırın kesin olduğunu ve dönemin siyaseti değiştikçe siyasette geçerli olan değerlerin de değiştiğini tespit etmişlerdir.

Caprara ve arkadaşlarının (1999) 1994 yılında İtalya'da yapılan seçimlerle ilgili çalışmaları, seçmenlerin kendi özellikleri ve siyasi tercihleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Yine Caprara ve arkadaşları (2006), kişiliğin iki yönü olarak kişisel özellikler ve değerler siyasi tercihleri etkileyip etkilemediğini test etmek için Schwartz'ın temel kişisel değerler teorisini kullanmışlardır. 2001'deki İtalyan ulusal seçiminde büyük koalisyon için oy veren 3044 seçmenden toplanan veriler, iki koalisyonun destekçilerinin, çalışmanın hipotezini destekler şekilde, kişisel özellikler ve değerler açısından büyük ölçüde farklılaştıklarını göstermiştir. Barnea ve Schwartz (1998), 1988 İsrail seçimleriyle ilgili çalışmalarında bireylerin kişisel değerlerinin, çeşitli siyasi parti seçmenleri arasında ayırtedici bir özellik olduğunu saptamıştır. Değer önceliklerinin, kültürel olarak dünyadaki farklı bölgeleri temsil edecek şekilde seçilen 14 demokratik ülkede, oy verme davranışını belirlediği görülmüştür.

İtalya'daki 2006 seçimlerini inceledikleri çalışmalarında Schwartz, Caprara ve Vecchione (2010:423) siyasal değerlerin, siyaset alanındaki temel kişisel değerleri ifade ettiğini varsaymıştır. Araştırmacılar, temel değerlerin motivasyonel yapısının ana siyasi değerleri nasıl kısıtladığını ve tutarlılık kazandırdığını bir hipotez seti ile test etmiştir. Ayrıca önceki araştırmalarda ispat edildiği gibi temel siyasi değerlerin oy verme ile temel kişisel değerlerin ilişkisine aracılık ettiği hipotezini sınamışlardır. Bu kapsamda 2006 seçimleri öncesi ve sonrasında yetişkin İtalyanların temel kişisel değerlerini, ana siyasi değerlerini ve oy verme tercihlerini ölçmüşlerdir. Bu siyasi değerler; geleneksel ahlak, kör vatanseverlik, kanun ve düzen, dışarıdan askeri müdahale, özel teşebbüs, eşitlik, insan hakları, göçmenleri kabul etme şeklinde sıralanmıştır. Sonuçta ana siyasi değerlerin oy verme ile temel değerler arasındaki ilişkiye aracılık ettiği ve oylamada temel değerler-siyasi değerler arasındaki nedensel hiyerarşiyi desteklediği belirlenmiştir.

Başlevent ve Kirmanoğlu (2010), Avrupa Sosyal Anketi'nden elde edilen veriler üzerinde yaptıkları analizde, Türk halkının temel kişisel değerlerinin onların siyasi tercihlerine etkisini incelemiştir. Bu değerlerin Türkiye'deki iki ana siyasi parti olan AKP ve CHP'ye oy verme kararına etkisini inceledikleri çalışmada, değişime açıklık ve kendine yönelme değerlerinin AKP'ye oy verme kararını olumsuz, CHP'yi ise tam tersi olumlu etkilediğini bulmuşlardır. Schwartz ve arkadaşlarının (2014) Türkiye'nin de içinde bulunduğu 15 ülkeden topladıkları verilerde temel kişisel değerlerin, siyasal değerlerin altında yatan ve tutarlılığı sağlayan değerler olduğu görüşünden hareket etmişlerdir. Sekiz çekirdek siyasal değer ve on temel kişisel değeri kullanarak yapılan analizlerde, her bir siyasi değere karşı çıkması ya da destek olması beklenen temel değerler belirlenmiştir. Araştırma, temel kişisel değerlerdeki bireysel farklılıkların siyasi düşünce üzerinde kritik rol oynadığını göstermiştir.

Sonuç olarak, başta Schwartz ve arkadaşları olmak üzere farklı araştırmacılar tarafından değer ve siyaset ilişkisini ortaya çıkarmak üzere farklı ülkelerde ve zamanlarda yapılan araştırmalar, kişisel değerlerin siyasal tercihleri ve oy verme davranışını doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu tür araştırmalarda yaygın olarak kullanılan ölçek ise Schwartz Değer Ölçeği'dir.

1.1 Schwartz Değer Ölçeği

Değer araştırmalarında kullanılan ölçekler arasında Hofstede (1980, 1991), Rokeach (1967, 1973), Inglehart (1977, 1997) ve Schwartz'ın (1992) geliştirdiği ölçekler ilk akla gelenlerdir. Hofstede (1980, 1991), geliştirdiği ölçekle bireysel görüş ve davranışlardaki değer yönelimlerini ya da hayatın farklı alanlarında geçerli insani değerleri ölçmeyi değil, ulusal kültürleri karşılaştırmayı hedeflemiştir. Bu doğrultuda bireycilik, güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma ve erkeklik olarak dört değer boyutu önermiştir. Rokeach'ın (1973) geliştirdiği ölçek ise en önemliden en az önemliye doğru 18 ana ve 18 araç değerden oluşmuştur. Inglehart (1977) kültürel değerler, demokrasi ve kapitalizm arasındaki karşılıklı ilişki üzerine yaptığı araştırmalar sonunda, ekonomik-kültürel-siyasi değişimin hepsinin beraber ortaya çıktığını iddia etmiştir. Bireysel değerleri dolaylı olarak saptayan ölçeğinde Inglehart, kişisel hedefleri değil kişinin ülke için olası hedeflerini ve değer tercihlerini ölçmeye çalışmıştır. Bu bağlamda Inglehart, kültürel değerler ile bir ülkenin politik ve ekonomik performansı arasında güçlü bir ilişki olduğunu savunmuştur. Schwartz (1992) ise önceki çalışmalardan yola çıkarak kendi adıyla anılan Schwartz Değer Ölçeği'ni geliştirmiştir. Bu ölçek halihazırda sosyal ve kültürlerarası psikologlar ve farklı alandan araştırmacılar tarafından, değerlerdeki bireysel farklılıkları incelemek için en çok kullanılan ölçektir.

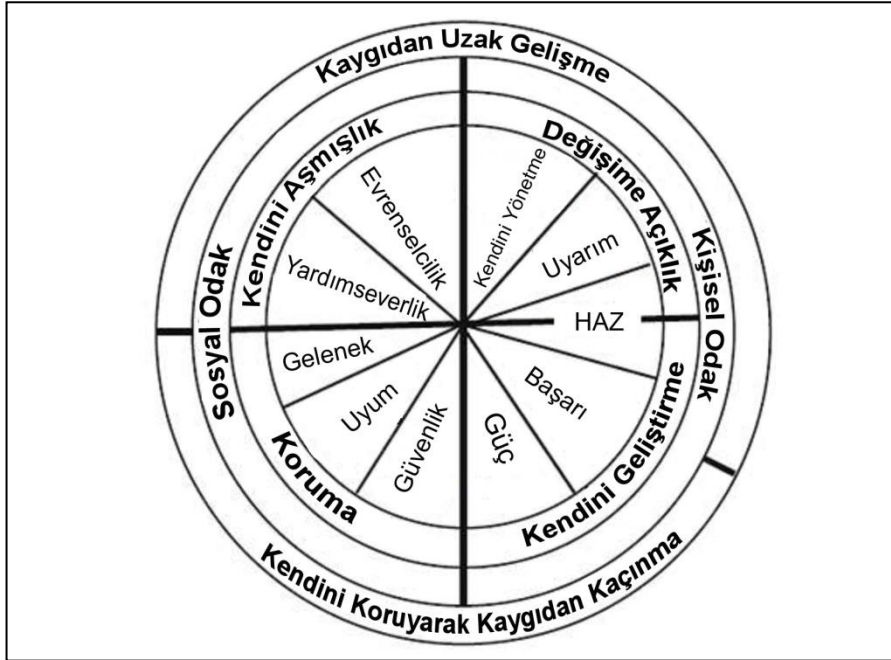
Rokeach'ın (1973), değerlerin temel biyolojik ve sosyal gereksinimlerden ortaya çıkabileceği düşüncesinden hareket eden Schwartz, kişisel temel değerleri ortaya çıkarmak üzere, Rokeach'ın değer envanterine farklı bir kuramsal bakış açısıyla yaklaşmıştır. İnsanoğlunun üç evrensel gereksinimi olduğunu belirten Schwartz (1992:4), buradan hareketle 10 farklı ve genel özelliklere sahip olan "temel değer" türetmiştir. Bu evrensel gereksinimler şunlardır;

- Biyolojik organizmalar olarak bireysel ihtiyaçlar
- Düzenli sosyal etkileşim zorunlulukları
- Grupların hayatta kalma ve refah ihtiyaçları

Pek çok araştırmacı değerlerin evrensel insan gereksinimlerine, beklentilere ve motivasyonlara dayandığını öne sürerken Schwartz, bu gereksinim ve beklentileri belirterek kapsamlı bir değer teorisi inşa etmeyi denemiştir (Feldman, 2003:477). Bu 10 temel değer belirlenirken dünyadaki farklı kültürlerin benimsediği ana değerler göz önünde tutulmuştur.

Schwartz, bu 10 değeri belirlerken, önceki değer teorilerinde bulunan farklı içerik kategorilerini, farklı kültürlerdeki değer anketlerini, dinlerdeki ve felsefedeki değer tartışmalarını göz önünde bulundurmuştur. Araştırmalar sonucunda değerlerin bazı temel başlıklarda toplandığı ve bu şekilde incelenebileceği konusunda görüş birliğine varılmıştır.

Schwartz değer teorisindeki güdüsel farklılıkları olan ve genel değer türlerini anlatan 10 temel değer (basic motivational values) şunlardır: Kendini yönetme, uyarım, haz, başarı, güç, güvenlik, uyum, gelenek, yardımseverlik, evrenselcilik. Bu temel değerleri “dört üst düzey değer” (higher order values) altında toplayarak, bu değer boyutlarının hangi gereksinimleri karşıladığını ve birbirleriyle olan uyumlulukları ve karşıtlıkları da ortaya koymuştur. (Barnea ve Schwartz, 1998:18-19). Bu üst düzey değerler ise şunlardır; Değişime açıklık (openness to change), kendini geliştirme (self enhancement), muhafaza/koruma (conservation), kendini aşma (self transcendence).



Şekil 1. 10 temel değer, özel boyutlar ve temel yönelimleri ile güdüsel süreci (Schwartz vd., 2014:904)

Değişime açıklık üst düzey değer boyutu içinde *kendi kendini yönetme* ve *uyarım/dürtü* temel değerleri yer alır. Bu üst düzey değer boyutu, bağımsız düşünce ve eylemde bulunma ve değişimden yana olmayı vurgular. *Kendini geliştirme* üst düzey değer boyutu, *güç* ve *başarı* temel değerlerinden oluşur. Bu üst boyut kendi başarısının peşinde olmayı ve diğerleri üzerinde hakimiyet kurmayı vurgular. *Koruma/muhafaza* üst düzey değer boyutunda *gelenek*, *uyum* ve *güvenlik* temel değerleri yer alır. Bu üst düzey değer boyutu statükoyu korumak için itaatkar bir şekilde kendini sınırlamayı vurgular. *Kendini aşmışlık* üst düzey değer boyutu, *evrenselcilik* ve *yardımseverlik* temel değerlerinden oluşur. Bu üst düzey boyut, diğer

insanların eşitliğini vurgular ve onların refahını artırmakla ilgilidir (Barnea ve Schwartz, 1998:18-19). Her bir üst boyutun altında yer alan temel değerler genel hatlarıyla şöyledir.

Değişime açıklık üst düzey değeri altında yer alan temel değerler *kendini yönetme*, *uyarım/dürtü* ve kısmen *hazdır*. *Kendini yönetme* değeri, temel olarak düşünce ve eylemlerinde özgür ve bağımsız olmayı ifade eder. Özellikle siyaset söz konusu olduğunda daha da önem kazanan bu değer altında, *özgürlük*, *yaratıcılık*, *bağımsızlık*, *kendi amaçlarını belirleme*, *kendine saygı* ve *merak* alt değerleri vardır. *Uyarım* ya da *dürtü* olarak çevirebileceğimiz bu temel değer, toplumsal yaşamda değişimin kaçınılmazlığı anlayışından hareketle yaşanan hayatı değiştirmek ve bunun için mücadele etmeye yönlendirmek olarak karşımıza çıkar. Bu temel boyut altında *ilginç bir hayat*, *değişik/farklı bir yaşam* ve *cesur olmak* gibi alt değerler yer alır. *Haz* temel değeri hayatı sevmek ve hayatı zevk almak üzerinden algılamak ve yaşamakla ilintili bir değerdir. Siyasette sık karşımıza çıkmayan bu boyut altında *zevk* ve *hayattan zevk almak* değerleri yer alır (Schwartz, 1992:5-12; Bardi ve Schwartz, 2003:1208).

Kendini geliştirme üst düzey değeri altında *başarı*, *güç* ve kısmen *haz* temel değeri yer alır. *Başarı* temel değeri, sosyal standartlara göre gösterilen ve genelde eylem üzerinden gerçekleşen bir değerlendirmeyi ifade eder. Bu boyut altında *başarılı*, *hırslı*, *yetenekli*, *akıllı*, *etkili olmak* değerleri yer alır. *Güç* temel değeri sosyal statü, saygınlık gibi kriterlerle insanlar ve kaynaklar üzerinde hakimiyet kurmayı ya da kontrol sağlamayı ifade eder. *Başarı* değerleri günlük etkileşim becerisini gösterme çabasına daha fazla gönderme yaparken, *güç* değerleri daha fazla sosyal yapıdaki statü formlarına uygun eylemlerin soyut sonuçlarını ifade eder. *Başarı* değerleri tek başına bireyin çabasını ifade ederken, *güç* değerleri ayrıca toplumdaki ilişkilerin hiyerarşik yapısını ifade eder. Siyasette sıkça karşımıza çıkan bu boyut altında kişi ya da grubun toplum içindeki güç ve etkisini ifade eden *sosyal güç*, *zenginlik*, *otorite*, *kamusal imaj*, *sosyal tanınma* ve *sosyal güç* gibi alt değerler yer alır (Schwartz, 1992:5-12; Bardi ve Schwartz, 2003:1208).

Koruma/muhafaza üst düzey değer boyutunda *güvenlik*, *uyum* ve *gelenek* temel değerleri yer alır. *Güvenlik* değeri kişinin kendisinin, ilişkide olduğu diğer insanların ve parçası olduğu toplumun istikrarı, uyumu ve güvenliğini ifade eder. Kolektif beklentilerle doğrudan ilişkili olan bu değerler (*sosyal düzen*, *aile güvenliği*, *ulusal güvenlik*) *uyum* ve *gelenek* değerlerinin bitişiğindeki bölgede yer alırken, bireysel beklentilerle doğrudan ilişkili olan değerler (*sağlık*, *aidiyet*) *güç* değerinin bitişiğinde yer almıştır. İnsanın en temel ihtiyaçları arasında yer alan *güvenlik* temel değerinin altında *sosyal düzen*, *aile güvenliği*, *ulusal güvenlik*, *temizlik*, *sağlıklı olmak*, *ait olmak*, *iyiliğe iyilikle karşılık vermek* gibi alt değerler yer alır. *Uyum* değeri kısaca bireyin başkaları öyle davrandığı için benzer davranışta bulunması olarak tanımlanabilir. Kişinin topluma uyumlu bir birey haline gelmesini sağlayan

toplumsallaşma süreciyle yakından ilişkili bir değerdir. *Uyum* değeri, başkalarına zarar verebilen ya da toplumsal kabullerin dışına çıkan istek, eylem ve duyguların sınırlandırılması anlayışını beraberinde getirir. Bu boyut altında *nezaket sahibi olmak, kendini disipline etmek, itaatkar olmak ve büyüklere saygı* gibi toplumda farklılıktan ziyade benzer davranışları ön plana çıkaran değerler yer alır. *Geleneksellik* değeri, bir toplumda yerleşmiş inançlar, gelenekler ve anlayışların toplumsal kabulünden hareketle kişiye empoze edilmesi ve yaşatılmasıdır. Bu boyut altında *geleneklere saygılı olmak, dindar olmak, bize sunulan hayatı kabul etmek, dünyevi işlerden uzaklaşmak, alçak gönüllülük, ılımlı olmak* gibi varolan yapıyı korumaya ve devam ettirmeye yönelik değerler yer alır (Schwartz, 1992:5-12; Bardi ve Schwartz, 2003:1208).

Başkalarını iyileştirme ve kendi bencil çıkarlarını aşma ile ilgili *kendini aşmışlık* üst düzey değer boyutu altında *yardımseverlik* ve *evrenselcilik* temel değerleri bulunmaktadır. *Yardımseverlik* temel değeri, temas halinde olduğumuz yakın çevremizdeki insanların refahını korumak ve artırmak için çalışmak ve bundan mutluluk duymak olarak tanımlanabilir. Toplum içindeki bireyin davranışlarını etkileyen bu temel boyut altında *dürüstlük, sosyal adalet, yardımsever olmak, sorumluluk sahibi olmak, affedici olmak, gerçek dostluk, manevi bir yaşam, anlamlı bir yaşam* gibi değerler yer alır. Bu temel değer boyutu öncelikle iç grubumuz içindekilerin refahına gönderme yaparken (*yardımsever olmak, bağışlayıcılık, dürüstlük, sadık olma, sorumluluk sahibi olmak*) nadiren daha geniş sosyal varlıklara gönderme yapar. Buna karşın *evrenselcilik* değer boyutu iç grubumuzun dışında kalan varlıkların refahını artırma önceliği olarak “olgunluk” değer formunun yeni bir halidir (Schwartz, 1992:39). *Evrenselcilik* değeri, geçerliliğin ve doğruluğun ölçütü olarak insanlığın ve doğanın temel yasalarını gözeten, insanların onayı dışında hiçbir otorite kabul etmeyen, insanlığın ve doğanın anlaşılması ve korunmasına odaklanır. Bu boyut altında yer alan alt değerler; *barışçıl bir dünya, doğa ile bütünleşme, güzel bir dünya, çevreyi korumak, eşitlik, sosyal adalet, açık fikirli olmak* ve *içsel uyumdur* (Schwartz, 1992:5-12; Bardi ve Schwartz, 2003:1208). Aslında *kendini aşmışlık* boyutu açısından insanları ikiye ayırmak, farklı olan bu eğilimleri araştırmayı mümkün kılar. Mesela sekülerlik, bireycilik ve eğitim *evrenselciliğe* öncelik verme ile ilişkiliyken, geleneksel dindarlık ve kolektivizm *yardımseverliğe* öncelik vermeye ilgilidir, ama evrenselcilik için gerekli değildir. Doğayla ilgili üç değer (*doğayla bütünleşme, çevreyi koruma, güzel bir dünya*) *evrenselcilik* bölgesinde birlikte ortaya çıkar. Doğa için endişe düşüncesi bütün insanlığın refahı için endişe ile yakından ilişkilidir. Doğanın oluşmasına katılma, evrensel refah ve anlayış değerleri *evrenselciliğin* güdüselle amaçlarını elde etmeyi destekler. Bu hedef, doğal çevreyi korumak ya da farklı insanları anlamak ve onlara adilce yardım etmekteki yanlışların gerçekçi şekilde ortaya çıkarılmasıyla gerçekleşir (Schwartz, 1992:39).

Schwartz'ın değer teorisi değerler arasındaki ilişkilerin döngüsel yapısını belirtir. Bu yapı farklı değerler arasında uyum ve çatışmayı yansıtan bir motivasyon sürecidir. Bu çerçevede Schwartz, değerler arasındaki ilişkinin pratik ve psikolojik çatışma ve uyumluluklara neden olduğunu savunmuştur. Schwartz'a göre değerler eğer benzer algılara, tercihlere ve davranışlara rehberlik ediyorsa uyumludur. Uyumluluk içindeki bu değerler aynı eylemler ya da tutumlar yoluyla ulaşılabilir hedefleri yansıtırken, diğer değerler birbiriyle çatışma içerisindedir. Yani çemberdeki herhangi iki yakın değer, motivasyonları daha uyumlu ve bu nedenle aynı eylemle daha kolay erişilebilen ve aynı tutumla daha kolay açıklanabilen değerlerdir (Schwartz vd., 2014:904). Mesela *başarı ve güç*, ikisi de sosyal üstünlük ve saygıyı vurgular. *Başarı ve haz*, ikisi de kendi rahatına düşkünlük ile ilgilidir. *Haz ve uyarım*, ikisi de etkili keyifli uyarılma için bir istek gerektirir. *Uyarım ve kendini yönetme*, her ikisi de yeni deneyimler kazandıracak tercihlere rehberlik eder, ikisi de değişime açıklık ve uzmanlaşma için içsel bir motivasyon içerir. *Kendini yönetme ve evrenselcilik* her ikisi de bir kişinin kendi yargısına ve varoluşun çeşitliliğine olan güveni ifade eder. *Evrenselcilik ve yardımseverlik*, ikisi de başkalarını geliştirme ve bencil çıkarları aşma ile ilgilidir. *Gelenek ve uyum*, ikisi de kendine hakim olmayı ve boyun eğmeyi vurgular. *Uyum ve güvenlik*, ikisi de düzeni korumayı ve ilişkilerde uyumu vurgular. *Güvenlik ve güç*, ikisi de belirsizliklerin getirdiği tehditleri, ilişki ve kaynakları kontrol altında tutarak aşmaya ve kaçınmaya vurgu yapar (Schwartz, 1992:14-15).

Değerler eğer karşıt algılara, tercihlere ve davranışlara yol açarsa ya da bir değer peşinden gitmek diğer değeri takip etmeyi engelliyorsa bunlar çatışan değerlerdir. Mesela *güvenlik* değerinin peşinden gitmek, *kendini yönetme* ve *uyarım* değerlerinin ifade ettiği yeni deneyimler yaşamak için gerekli riskleri almaktan alıkoyar. Çatışan değerlerin sürekli içsel çatışmalar ve karar vermekte zorluklar üretmesi olasıdır. Sonuç olarak, bireylerin güvenlik değeri arttıkça *kendini yönetme* ve *uyarım değerlerine* eğilimleri azalır (Borg vd., 2015). Bu bağlamda *kendini yönetme ve uyarım, uyum, gelenek ve güvenlik* karşıtlık içindedir. Kendi bağımsız düşünce ve eylemini vurgulayan ve değişimi doğrulayan *kendini yönetme* ve *uyarım* değerleri itaatkar kendini kısıtlama, geleneksel uygulamaların korunması ve istikrarın korunması ile karşıtlık içindedir. *Evrenselcilik ve yardımseverlik, başarı ve güç* karşıdır. *Kendini geliştirme* kendini aşmaya karşıttır. *Güç* değerleri *evrenselcilik* ve *yardımseverlik* değerleriyle başarı değerinin yaptığından daha fazla çatışır. *Evrenselcilik* temel değeri, insanları kendi kişisel çıkarlarını artırmak (bu diğerlerinin çıkarına mal olsa da) için motive eden değerler karşısında, insanların bencil ilgilerini aşmayı ve diğerlerinin ve doğanın yakın ya da uzak refahını artırmayı destekleyen değerlerdir (Schwartz, 1992:44). Bu, diğerlerinin eşitler olarak varlığı ve onların refahı için kendi görece başarı sağlama ve diğerleri üzerinde hakimiyet kurma çabasını aşmaktır. *Haz, uyum ve geleneğe* karşıdır. Kendi arzularına boyun

eğme, kendi dürtülerini dizginleme ve dışarıdan dayatılan sınırları kabullenme ile çelişir (Schwartz, 1992:14-15).

Bitişik değerler birbiriyle uyumlu motivasyonları ifade ederken, karşıt değerler çatışan motivasyonları ifade eder. Bu yönüyle bir değere ulaşmayı kolaylaştıran eylemler diğer değerlere ulaşmayı engeller. Birbirine daha uzak olan herhangi iki değer (güç ve evrenselcilik gibi) motivasyonları daha fazla çatışır dolayısıyla bu değerlere aynı eylem aracılığıyla ulaşmak ya da aynı tutumlarla onları ifade etmek daha zordur (Sagiv vd., 2017). Mesela *değişime açıklık* üst düzey değer boyutu *koruma/muhafaza* değer boyutuyla karşıtlık içindeyken bitişik üst düzey değer boyutlarıyla uyum içindedir (Barnea ve Schwartz, 1998; Schwartz vd., 2014:904). Herhangi bir bireyin çatışan değerleri yüksek öncelikli değerleri olarak görmesi kişiyi zor durumda bırakır. Çünkü bir değer ve onunla çatışan diğer değer öncelik sıralamasında eşit güçte olması durumunda kişi, bir değere uygun davranırken aynı zamanda çatışan değerini ihlal etmek sonucuyla karşılaşır. Buna karşın yakın değerleri öncelikli değerler olarak görmek kısmen kolaydır çünkü yakın değerler sık sık aynı eylemin sonunda görülebilir (Borg vd., 2015).

Uyum ve çatışma açısından değerlendirildiğinde Schwartz'ın değer dairesindeki üst düzey değerler temelde iki boyutta yer alır. *Kendini yönetme* ve *uyarım* değerlerini içeren *değişme açıklık* değer seti karşısında, *gelenek*, *uyum* ve *güvenlik* değerlerini içeren *koruma* değer seti yer alır. Diğer boyutta ise *evrenselcilik* ve *yardımseverlik* değerlerini kapsayan *kendini aşma* değer seti varken karşısında *güç* ve *başarı* değerlerini içeren *kendini geliştirme* değer seti yer alır. Birinci boyutta bireyler, geleneksel sosyal kurallar ve uyum karşısında bağımsız düşünce ve eylem arzusuyla hareket ederler. İkinci boyutta ise başkalarıyla ilgilenmek arzusu karşısında onlardan üstün olan sosyal statüleri elde etmek ve kontrol etmek arzusu ile hareket ederler (Başlevent ve Kirmaoğlu, 2010:3). Bireylerin *değişime açıklık* puanı ile *koruma* puanı arasındaki farkı alarak *açıklık/aleniyet* boyutunu elde ederken, *kendini geliştirme* puanını *kendini aşma* üst düzey değerinden çıkardığımızda, *çıkar/menfaat* olarak adlandırılan boyuta ulaşırız. Bu boyut çıkarları aynı olanı desteklemeyi ifade eder (Barnea ve Schwartz, 1998; Schwartz vd., 2014:904; Başlevent ve Kirmaoğlu, 2010:3). Ayrıca değer dairesinin alt yarısındaki değerler kendini korumak için tehdit ve kaygıyı kontrol etme ve kaçınmaya dayalıdır. Kendini geliştirme değerleri olası kaygı nedenlerinin üzerinden hakimiyet ve takdir kazanarak kendini aşmayı vurgular (Schwartz vd., 2014:905).

Değer dairesindeki bir diğer ayırım ise *kişisel* ve *sosyal odaklılık* açısından yapılmıştır. *Değişime açıklık* ve *kendini geliştirme* değerleri *kişisel odakta* yer alırken, *kendini aşmışlık* ve *koruma* üst düzey değerleri *sosyal odakta* yer alan boyutlardır. Schwartz *güç*, *başarı*, *haz*, *uyarım* ve *kendine yönelim* değer boyutlarının temelde *bireysel* ilgiye hizmet ettiğini, *yardımseverlik*, *gelenek* ve *uyum* değerlerinin ise temelde *kolektif* ilgiye hizmet ettiğini belirtir.

Evranselcilik ve güvenlik ise bu iki ilginin arasinda yer alan ve hem bireysel hem de kolektif ilgilere hizmet eden değerlerdir (Schwartz, 1992:13). Ayrıca bireysel çıkarlara hizmet eden birçok değer, bireyci kültürlerde kurumsal işlev yoluyla büyük bir öncelik alabilirken yine kolektif çıkarlara hizmet eden birçok değer kolektif kültürlerde büyük kurumsal öncelik alabilir. Bununla beraber bireysel değer düzeylerinden hareket ettiğimizde kültürel değerler düzeyiyle istisnalar çoktur. Mesela öncelikle bireyci kişilerin çıkarlarına hizmet eden *zenginlik*, *sosyal g* ve *otorite* değerleri, kültür düzeyindeki bir analizde kolektif kültürlerde kültürel öncelik alma yani toplumsal zenginlik ve refahı yansıtma eğilimindedir. Dahası temelde kolektif beklentilere hizmet eden *sadakat*, *eşitlik* ve *sorumluluk* değerleri kültür düzeyindeki bir analizde bireyci kültürel öncelikleri yansıtabilir (Schwartz, 1992:13).

Değerler dizisinin motivasyonları bir süreklilik içindedir, bir motivasyon türünün bittiği yerde diğeri başlar. Ayrım çizgisinin yakınında bulunan değerler, bu bölüm hattının her iki tarafında bulunan birbirine bitişik olan değerler motivasyonel hedeflerdeki birlikteliği ve uyumu ifade eder (Schwartz, 1992:45). Bu yapıda biri, herhangi bir noktadan komşu/bitirişik noktalara hareket ettiğinde başlangıç noktasına uzaklık, onun karşıt noktasına ulaşıncaya kadar tekdüze şekilde büyür. Daha sonra aynı yönde hareket ettiğinde, dönüş yolunda başlangıç noktasına uzaklık başlangıç noktasına dönene kadar tekdüze şekilde küçülür. Özetle, çoğu değerlerin yeri değer türleri arasındaki motivasyonel farklılığı görmemizi kolaylaştırır.

Tüm bu bilgiler işığında 3 Kasım 2002, 22 Temmuz 2007 ve 12 Haziran 2011 seçimlerine katılan siyasal aktörlerin söylemleri incelenerek seçmeni ikna çalışmalarında hangi beklenti ve değerlere seslenildiği içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

2. ARAşTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu projenin amacı, sadece bireylerin siyasal tercihlerinde etkili olan değerleri belirlemek ve bu çerçevede bir siyasal değer envanteri çıkarmak değildir. Araştırmada, öncelikle seçim kampanyalarında ne çıkan söylemlere gömülü değerleri saptamak ve Türkiye çapındaki bir alan çalışması ile vurgulanan bu değerlere karşı bireylerin tutum ve beklenti düzeylerini tespit etmek amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda nitel ve nicel yöntemlerin bir arada kullanıldığı iki aşamalı ve karma bir araştırma tasarlanmıştır. Birinci aşamada, siyasal aktörlerin seçim dönemlerinde seçmenin beklentilerine karşılık verme ve ikna etme amaç doğrultusunda söylemlerinde hangi değerlere atıf yaptıkları incelenmiştir. Bu çerçevede öncelikle siyasette geçerli olan değerleri tespit etmeye yönelik bir nitel içerik analizi gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamada ise nitel analiz sonucunda tespit edilen değer önceliklerinden hareketle, Türkiye temsili örnekleme uygulanacak bir Siyasal Değer leği

geliştirilmiş ve uygulanmıştır. Böylece medyada görünür olan siyasal söylemin toplumda nasıl bir karşılığı olduğu anlaşılmasına çalışılmıştır.

2.1 Nitel İçerik Analizi: Siyasal Söylemin Değerler Açısından Analizi

Siyasal söylemi değerler açısından analiz etmek, toplumda siyaset söz konusu olduğunda geçerli olan başvuru kriterlerini anlamayı ve yorumlamayı kolaylaştırır. Çünkü değerler, insanlara bir olay, durum ya da eylem karşısında neyin doğru ve istenilen, neyin yanlış ve istenilmeyen olduğuna karar vermede yol gösteren kriterlerdir. Ancak değerler, çoğunlukla farkında olmadan algıları ve kararları etkilemektedir. Ayrıca sosyo-psikolojik kavramlar olarak değerler, ilk bakışta algılanan, açık ve görünür olan kelime anlamlarının ötesinde, üstü örtülü ve çağrışımsal anlamlar taşımaktadır. Bunu ortaya koymak üzere çalışmada sadece kelime bazlı bir tarama değil, bağlamı ve çağrışımsal anlamları da içeren çok boyutlu bir analiz gerçekleştirilmiştir. Böyle bir analiz için ayrıca hem dil hakimiyetine hem de ülkenin genel siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel yapısına ilişkin arka plan bilgisine ihtiyaç vardır.

Bu noktada içerik analizi, metindeki öğelerden hareketle değerlendirme, yorumlama ve çıkarsama yapma imkanı veren (Bilgin, 2006) ve Berelson'ın (1952) belirttiği gibi "nesnel, sistematik ve nicel bilgiye ulaşmayı sağlayan" bir yöntem olarak çalışmanın amacına uygundur. Genel ve hazır kalıpları olan ve bu kalıpların uygulanmasıyla gerçekleşen bir araştırma yöntemi olmayan içerik analizi, bir takım kurallar çerçevesinde çalışmaya özgü olarak tasarlanan bir yöntemdir. Bu kurallardan ilki, analizin sınırı ve bu sınıra göre örnekleme belirlemeye yardımcı olan araştırma hedeflerinin belirlenmesidir. Sonrasında örneklemin bölüneceği birimler ve bunların toplanacağı kategoriler saptanır. Bu kategoriler arasındaki ilişkiler analiz edildikten sonra değerlendirme, çıkarsama ve yorumlama aşamasına gelinir (Bilgin, 2006:11).

Siyasal aktörlerin, seçim dönemlerinde seçmeni ikna etmek için söylemlerini hangi değerlere dayandırdıklarını, seçmenin beklentilerine karşılık vermek üzere hangi değer önceliklerine sahip olduklarını saptamak üzere bir nitel içerik analizi gerçekleştirilen bu çalışmada MAXQDA* programı kullanılmıştır. Schwartz Değer Ölçeği'nde yer alan 10 temel değer içerik analizinin kategorilerini ve 56 alt değer ise analiz birimlerini oluşturacak şekilde bir çözümlene yapılmıştır. Ayrıca Schwartz'ın bu 10 temel değeri altında topladığı dört üst düzey değer ve değerlerin bireysel ve sosyal odaklı olması kriterleri göz önünde bulundurularak veriler yorumlanmıştır. Böylece örneğin *değişime açıklık* üst düzey boyutu ya

* MAXQDA programı metin ve multimedya formundaki verileri sistematik olarak kodlama, sınıflandırma, düzenleme, değerlendirme ve yorumlama imkanı veren bir Nitel Veri Analizi yazılımıdır. Programın değerlendirme ve kontrole izin veren yapısı analizleri kolaylaştırmıştır.

da *kendini yönetme* temel boyutu değerlendirilirken hangi kriterlerin göz önünde bulundurulacağı netleştirilmiştir. Çünkü bir söyleme gömülü olan değerlerin analizinde, ilk bakışta algılanan, açık ve görünür olan kelime anlamlarının ötesinde üstü örtülü ve çağrışımsal anlamları dikkate almak gerekmektedir.

Örneklem belirlenirken, siyasal iletişim çalışmalarının yoğunlaştığı seçim öncesindeki 1 aylık dönem dikkate alınmıştır. Bu çerçevede 3 Kasım 2002 seçiminin analizinde 2 Ekim-2 Kasım 2002 tarihli gazeteler, 22 Temmuz 2007 seçimi için 21 Haziran-21 Temmuz 2007 tarihli gazeteler ve 12 Haziran 2011 seçimi için 11 Mayıs-11 Haziran 2011 tarihli gazeteler incelenmiştir. Örneklem içindeki gazeteler seçilirken ulusal çapta yayın yapma, siyasi duruş ve yayın politikası açısından farklı kesimleri temsil etme gibi kriterler göz önünde bulundurulmuştur. Buna göre örneklemimiz *Cumhuriyet* (merkez sol), *Hürriyet* (merkez sağda), *Radikal* (liberal), *Zaman ve Yeni Şafak* (ılımlı İslam) gazetelerinden oluşmaktadır. Burada amaç, farklı yayın politikası ve ideolojik duruş çerçevesinde belli siyasi görüşe yakın ya da mesafeli duran gazetelerin hepsini araştırmaya dahil ederek, siyasal aktörlerin seçim kapsamındaki söylemlerine bütünlüklü olarak ulaşmak ve dönemin siyasetinde egemen olan havayı doğru olarak yansıtmaktır. Bu amaç doğrultusunda dönem siyasetinde etkili olan, aldığı oylarla mecliste temsil edilme hakkını elde eden ya da dönemin siyasal iklimini anlamak ve açıklamamıza yardımcı olan siyasi partilere mensup tüm siyasal aktörlerin ve bağımsız adayların söylemleri analiz edilmiştir.

2.2. Nicel Analiz: Siyasal Değer Ölçeği

Bu araştırma projesinin birinci aşamasında, Schwartz'ın insanoğlunun biyolojik, sosyal ve refah gibi evrensel temel gereksinimlerini anlamak için geliştirdiği değer ölçeğinin Türkiye siyaset söyleminde nasıl kümelendiğini anlamak üzere bir nitel içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Böylece siyasal aktörlerin 3 Kasım 2002, 22 Temmuz 2007 ve 12 Haziran 2011 seçim dönemlerindeki söylemleri değerler açısından incelenerek, seçmenin beklentilerine karşılık vermek amacıyla söylemlerinde hangi değerlere öncelikle atıf yaptıkları tespit edilmiştir. Siyasal aktörlerin medyaya yansıyan söylemlerine gömülü vaat ve değerlerin saptanmasının ardından, bu değer boyutlarının toplumda nasıl karşılık bulunduğunu anlamak üzere bir ölçek geliştirilmiştir. Türkiye çapında yapılan bir alan çalışması ile seçim kampanyalarında vurgulanan vaat, değer ve beklentilere karşı bireylerin tutum ve beklenti düzeyleri tespit edilmiştir.

Nitel analizden elde edilen veriler ve analizler sonucunda geliştirilen Siyasal Değer Ölçeği, medyadaki siyasal söylem evrenine dayanmaktadır. Ölçek geliştirirken çıkış noktası, değerlerin pek çok karar ve davranışımızı etkilediği gibi siyasi kararları da etkilediği ve bu nedenle toplumdaki beklenti ve değerlere hitap eden siyasal söylemlerin ikna ediciliğinin

yüksek olduğu şeklindedir. Bu bağlamda ölçekte yer alan madde havuzu siyasetçilerin medyadaki söylemlerinden hareketle oluşturulmuştur. Çünkü bu araştırmanın amacı Türkiye’de sıklıkla yapıldığı gibi, yakın tarihte yapılacak bir seçime ilişkin niyetleri ve eğilimleri ölçmek değil, medyada yer alan popülist siyasi söylemleri değerler açısından betimlemek ve söz konusu bu siyasi değerlerin sıradan insanların siyasal tercihlerindeki karşılığını bulmak ve demografik değişkenler üzerinden bir haritasını çıkarmaktır. Bu noktada ölçek geliştirme aşamalarından kısaca bahsetmek yerinde olacaktır.

İçerik analizi sonucunda ortaya çıkan değerler ve ilgili alanyazın çerçevesinde ifadeler yazılarak madde havuzu oluşturulmuştur. Ölçek ifadeleri yazılırken, seçime katılan ve seçimler sonucunda mecliste temsil edilme imkanı bulan siyasal partilerin ve siyasal aktörlerin söylemleri dikkate alınmıştır. Bu bağlamda nitel içerik analizi sırasında alıntılanan farklı siyasal aktörlere ait değer yüklü konuşmalar, bu değerlerin siyasal söyleme yansıma şekli ve dolayısıyla vatandaşın aşına olduğu dili anlamak açısından yol gösterici olmuştur. Böylece ölçek aynı değer farklı söylemlerde nasıl karşımıza çıktığını yansıtan bir yapıya kavuşmuştur. Bu yolla ayrıca nitel analiz sonucunda tespit edilen değerlerin Türkiye toplumunda ne oranda karşılık bulunduğunu ve oy verme davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymak üzere tasarlanan değer ölçeğinde yer alacak ifadelerin siyaset söylemine uygunluğu da artırılmıştır.

Bu esaslar gözetilerek; tek bir yargıyı ifade eden, kısa ve anlaşılır, sosyal istenirliğe davet etmeyen, aynı retorik özelliğine sahip, ters yönlü (negatif) ifadeler de içeren 10 alt değer boyutu, bunların içinde yer aldığı temel ve üst düzey değere ilişkin 317 ifade yazılmıştır. Bu süreçte siyasal aktörlerin söylemlerinde öne çıkan değerlerin oranları göz önünde bulundurulmuş ve her bir alt değer boyutunu ölçecek 6-8 ifadeye yer verilmiştir. Hem farklı siyasal aktörlerin söylemlerinde hem de her üç seçim döneminde değişmeyen *başarılı olmak, dürüstlük, sorumluluk sahibi olmak ve kendi amaçlarını belirlemek* alt değerlerinin ölçek ifadelerindeki fazlalığı, bu alt değerleri içeren temel değer (*yardımseverlik, kendini yönetme, güç, güvenlik ve başarı*) ve üst düzey değer (*kendini geliştirme, kendini aşmışlık*) boyutlarını ölçen ifadelerin oranını artırmıştır. Bunun yanında siyasal aktörlerin söylemlerinin toplumsal karşılığını anlamak açısından siyasal söylemlerde fazla yer bulmayan evrenselcilik, uyum gibi temel değer ve eşitlik, özgürlük, bağımsızlık, sosyal adalet gibi alt değer boyutlarına ilişkin ifadeler de ölçekte yer verilmiştir. Böylece siyasal söylemlerde yer almayan ancak toplumsal karşılığı olan değerlere ilişkin bir değerlendirme yapılması amaçlanmıştır.

Farklı değerlere ilişkin tutumları yansıtan bu ifadeler yazılırken, her bir değer farklı alt boyutları olması ve bunların da aslında siyaseten farklı bir eğilime karşılık gelmesi nedeniyle farklı alanlardan uzmanlardan görüş alınmıştır. Ölçme-değerlendirme, dil ve

alandan farklı uzmanlar tarafından ifadeler incelenmiş ve pilot çalışma öncesinde ölçekte 55 ifade kalmasına karar verilmiştir. Uygulama sırasında katılımcılara “tamamen katılmıyorum”dan (1) başlayıp “tamamen katılıyorum”a (5) giden 5 dereceli bir sınıflandırma sunulmuş ve buna göre düşüncelerini ve tepkilerini ortaya koymaları istenmiştir.

Siyasal Değer Ölçeği, iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde temel demografik bilgilere ilişkin sorular, ikinci bölümde ise değerlerin ölçülmesine yönelik ifadeler yer almaktadır. Demografik soruların yer aldığı ilk bölümde yaş, cinsiyet, eğitim, gelir durumu ve etnik kimlik değişkenlerine ilişkin sorular yer almıştır. Araştırmanın alt problemleri dahilinde bireylerden alınacak demografik bilgilerden gelir düzeyine ilişkin soru rakamlarla somutlaştırılmaya çalışılmıştır. Asgari ücret baz alınarak yapılan sınıflandırmaya göre haneye ait gelir düzeyi; 1400'den az, 1401–2100, 2101–3500, 3501–4900, 4901–6300, 6301–8400, 8401–12000 ve 12000'den fazla olmak üzere sekiz kategori olarak sınıflandırılmıştır. Katılımcılara cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve etnik kimliklerini anlamak üzere anadilleri (Türkçe, Kürtçe, Lazca, Çerkezce, Arapça ve diğer) ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Öncelikle uygulamaya dayalı bir fikir sahibi olmak amacıyla 55 madde ile ön deneme uygulaması yapılmış, buradan elde edilen verilerin analizi sonucunda ölçeğe nihai şekli verilmiş ve Türkiye çapında asıl uygulama gerçekleştirilmiştir. Bu yolla demografik açıdan farklılık arz eden bir örnekleme;

- Siyasal değerlerin farklılaşıp farklılaşmadığı,

- Oy verme davranışında en fazla etkili olan değer boyutlarının hangileri olduğu ve bu değerlerin cinsiyete, yaşa, eğitim, gelir durumu, sosyo-ekonomik statü ve etnik kimliğe göre ne oranda değiştiği,

- Aralarında anlamlı farklılık olup olmadığı sorularına yanıt aranmıştır.

Siyaset, siyasal söylem ve siyasal davranış gibi toplumun genelini ilgilendiren bir konuyu ele alan bu çalışmada, ulusal ölçekte temsili sağlamak amacıyla ekonomik, sosyal, kültürel ve coğrafi yönlerden benzer illerin nüfus büyüklüğü dikkate alınarak oluşturulan Türkiye İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS-1) baz alınmıştır. Bu sınıflandırma dahilinde 12 bölge birimini temsilen bölge sınıflamasında ilk sırada yer alan ya da bölgeyi en iyi temsil ettiği düşünülen 12 ilde uygulama gerçekleştirilmiştir. Buna göre ölçeğin uygulandığı iller aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1. Türkiye İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS-1)

1. Düzey	2. Düzey	İller
TR1	İstanbul	İstanbul
TR2	Batı Marmara	Tekirdağ , Edirne, Kırklareli, Balıkesir, Çanakkale
TR3	Ege	İzmir , Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak
TR4	Doğu Marmara	Bursa , Eskişehir, Bilecik, Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
TR5	Batı Anadolu	Ankara , Konya, Karaman
TR6	Akdeniz	Antalya , Isparta, Burdur, Adana, Mersin, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
TR7	Orta Anadolu	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir, Kayseri , Sivas, Yozgat
TR8	Batı Karadeniz	Zonguldak , Karabük, Bartın, Kastamonu, Çankırı, Sinop, Samsun, Tokat, Çorum, Amasya
TR9	Doğu Karadeniz	Trabzon , Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane
TRA	Kuzeydoğu Anadolu	Erzurum , Erzincan, Bayburt, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan
TRB	Ortadoğu Anadolu	Malatya , Elazığ, Bingöl, Tunceli, Van, Muş, Bitlis, Hakkari
TRC	Güneydoğu Anadolu	Gaziantep , Adıyaman, Kilis, Şanlıurfa, Diyarbakır, Mardin, Batman, Şırnak, Siirt

Araştırma evrenini, oy kullanma hakkı kazanan 18 yaş üzeri Türkiye toplumu oluşturmuştur. Buna göre Türkiye'yi % 95 güven aralığında ve +/- %1,5 hata payına göre temsil edeceği düşünülen 4268 katılımcıya Siyasal Değer Ölçeği uygulanmıştır. Öncelikle Türkiye İstatistiki Bölge Sınıflandırması, yaş, cinsiyet değişkenleri açısından uygulanacak kotalarla dengeli bir temsil sağlanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın örnekleme kotalar içerisinde kalmak koşuluyla rastlantısal yöntemle ulaşılmıştır. Ölçeğin uygulanması aşamasında hizmet alımı yoluna gidilmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

3.1 Nitel Analiz Sonuçları: 2000'ler Türkiye'sinde Siyasetin Değer Öncelikleri

Öncelikle, her seçim dönemine ilişkin "değer öncelikleri hiyerarşisini" belirlemek hedefi doğrultusunda siyasal aktörlerin gazetelere yansıyan konuşmaları analiz edilerek, en fazla atıf yaptıkları değerler belirlenmiştir. Böylece değer öncelikleri açısından seçim yarışına

katılan partiler arasındaki benzerlik ve farklılıklar saptanmış, değersel anlamda neyin neye karşı konumlandırıldığı ve nasıl gerekçelendirildiği incelenmiş, her üç seçim döneminin değer önceliklerinden hareketle 2000 sonrası Türkiye siyasetinin hiyerarşik değer öncelikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu değerlerin seçim dönemi özelinde ne anlama geldiği, siyasal aktörlerin söylemlerinden örneklerle somutlaştırılarak seçim döneminin genel havası anlaşılmasının kolaylaştırılması hedeflenmiştir.

3.1.1 3 Kasım 2002 Seçiminin Hiyerarşik Değer Öncelikleri

Türkiye'nin son çeyrek asrı hayatın her alanında, ancak özellikle siyaset ve ekonomide köklü değişimlerin yaşandığı bir dönem olmuştur. Değişim rüzgarının ilk esintisi, 24 Ocak 1980'de uygulanmaya başlayan liberal ekonomi anlayışı ile ülkeyi etkilemeye başlamıştır. Bu süreçte kanaatkar, elindekiyle yetinen ve tasarruf etmeyi önemseyen bir toplumdan tüketen ve tükettikleri üzerinden kendisini ve çevresini anlamlandıran, tüketmeyi en önemli hedef olarak gören bir topluma doğru dönüşüm yaşanmıştır. Rüzgar, 12 Eylül 1980'de gerçekleşen askeri darbe ile kasırgaya dönüşmüş ve toplumsal yaşamın tüm alanlarını derinden sarsmıştır. Böylece toplumsal kaygılardan uzaklaşarak bireysel kurtuluşun peşinde koşan, bu uğurda her şeyi mubah kabul eden, apolitikleşen, tüketim odaklı düşünen ve davranan bir toplum inşa edilmiştir. Bu değişimin 90'lardaki yansıması ise; yolsuzluk, rüşvet ve usulsüzlük skandalları, siyasi cinayet ve suikastler, derinleşen ekonomik sorunlar ve istikrarsız hükümetler şeklinde olmuştur.

Bu dönemde özellikle ekonomi ve siyaset alanında yaşananlar, toplumsal ve kültürel yapıyı derinden etkilemiş ve hayatın akışını değiştirmiştir. Bu çerçevede Türkiye 2000'lere yüksek enflasyon, durgunluk, artan iç ve dış borç, işsizlik gibi ekonomik sorunların tetiklediği iktisadi bir krizle girmiştir (Köse ve Yılmaz, 2012:248). Borsanın yüzde 29,3 değer kaybetmesine, Türk lirasının yüzde 130 değersizleşmesine, enflasyonun yüzde 90'ları bulmasına ve 1,5 milyon insanın işsiz kalmasına yol açan 2001 Ekonomik Krizi toplumu derinden etkilemiştir (Akşin, 2006:180). Bu kriz mevcut siyasi aktörlere olan güveni sarmış ve yeni aktörler ve akımlar için yolu açmıştır. Yaşanan tüm olumsuzlukların sorumlusu olarak, 1990'lı yıllarda iktidarda olan DSP (Demokratik Sol Parti), MHP (Milliyetçi Hareket Partisi), ANAP (Anavatan Partisi) görülmüş ve seçmen tepkisini sandıkta göstererek 3 Kasım 2002 seçiminde bu partileri meclis dışına itmiştir. Bu koşullarda siyasi yelpazenin farklı renklerini yansıtan 18 siyasi partinin katıldığı 2002 seçiminde, yüzde 10 seçim barajını sadece yeni kurulan AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi) ve 1999 seçiminde meclis dışı kalan CHP (Cumhuriyet Halk Partisi) aşabilmiştir. Böylece oyların yüzde 34,26'sını alan AKP ile yüzde 19,40'lık oy oranıyla CHP'nin yer aldığı iki partili bir meclis ortaya çıkmıştır.

Çalışma kapsamında 2002 seçimine katılan 18 partinin tümü değil dönemin siyasetinde etkili olduğu düşünülen AKP, CHP, DYP (Doğru Yol Partisi), GP (Genç Parti) ve MHP'ye mensup siyasal aktörlerin söylemleri değerler açısından analiz edilerek yorumlanmıştır. Aşağıda 3 Kasım 2002 seçiminde en fazla atıf yapılan değerlerin hangi alt değer alanına, temel değer boyutuna ve üst düzey değer alanına yaslandığına ilişkin tablo yer almaktadır.

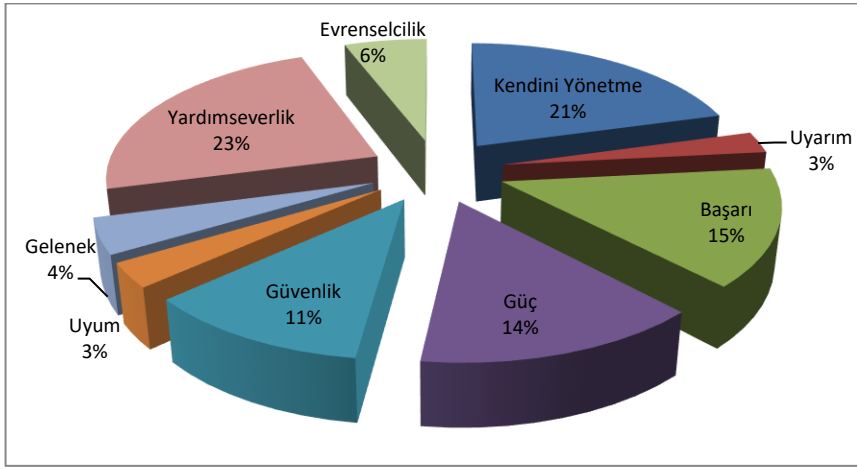
Tablo 2. 2002 seçiminde tüm siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 değer

Üst düzey değer	Temel değer	Alt değer	Oran
Değişime Açıklık	Kendini yönetme	Kendi amaçlarını belirleme	%15
Kendini Aşma	Yardımsızlık	Dürüstlük	%11,9
Kendini Aşma	Yardımsızlık	Sorumluluk sahibi olmak	%11,7
Kendini Geliştirme	Başarı	Başarılı olmak	%10,2
Koruma	Güvenlik	Sosyal düzen	%4,9
Kendini Geliştirme	Güç	Sosyal güç	%4,8
Kendini Geliştirme	Güç	Kamusal imajı korumak	%3,8
Değişime Açıklık	Kendini yönetme	Özgürlük	%3,6
Kendini Geliştirme	Güç	Sosyal tanınma	%2,7
Koruma	Güvenlik	Aidiyet hissi	%2,5
Toplam			%71,1

Türkiye'nin ekonomik olarak çökme noktasına geldiği bir dönemin ardından yapılan 2002 seçimlerinin temel belirleyicisi kaçınılmaz olarak ekonomik vaatler ve eleştiriler olmuştur. Bu bağlamda rakipler karşısında kendini ve amaçlarını anlatma yarışı şeklinde yaşanan siyasetin doğası gereği siyasal parti ve aktörler, değer hiyerarşisinin ilk sırasına atacakları adımları ve hedeflerini görünürleştirmeye yardımcı olan *kendi amaçlarını belirlemek* alt değerini oturtmuşlardır. Partiler seçmenin ekonomik yönlü beklentilerine cevaben, gündelik hayatı kolaylaştıracak ve sorunları azaltacak çözüm önerilerini ve icraatları sıralayarak, başarılı bir iktidar vaadinin içini nasıl doldurduklarını anlatma yarışına girmişlerdir. 3 Kasım öncesi iktidar için yarışan siyasi partiler kendi amaçlarını, projelerini, geleceğe dair vaatlerini öne çıkarırken, ayrıca ekonomik kriz üzerinden mevcut durumun ve sorumlularının eleştirisine odaklanan “negatif” bir propaganda yürütmüşlerdir (Köse ve Yılmaz, 2012:267). Diğer bir deyişle olumsuzluklar üzerinden geleceğe dair olumlu bir tablo çizilmeye ve seçmen bu tabloya ikna edilmeye çalışılmıştır. Bunda siyasal meseleleri karşıtlıklara indirgeyen ve sadece lehte ve aleyhte konumlandırılan popülizmin anlayışının etkisi büyüktür. Siyasetin popülizm tarafından karşıtlık temelinde bölünmesi, siyaset dünyasının iki rakip güce bölünmesi, siyasal meselelerin iyi ya da kötü, doğru ya da yanlış

gibi basit bir temelde değerlendirilmesi sonucunu getirmektedir (Taggart, 2004:143). 3 Kasım seçimi bu anlayışın etkilerinin net olarak görüldüğü bir seçim olması açısından önemlidir.

Seçim söylemlerinde öne çıkan bu alt değerler, temel değerlerin hangi evrensel insan gereksinimlerine, beklentilere ve motivasyonlara dayandığını, kısaca içinin hangi değerlerle doldurulduğunu anlamak açısından yol göstericidir. Ancak siyasete ve siyasal söyleme ilişkin bütünsel analizler yapabilmek için ayrıca siyasal söylemlere gömülü olan değerlerin hangi temel ve üst değer boyutunda yer aldığını incelemek gereklidir. Bu çerçevede yapılan analizler siyasal aktörlerin söylemlerinin *yardımseverlik* temel değerinde yoğunlaştığını göstermiştir.



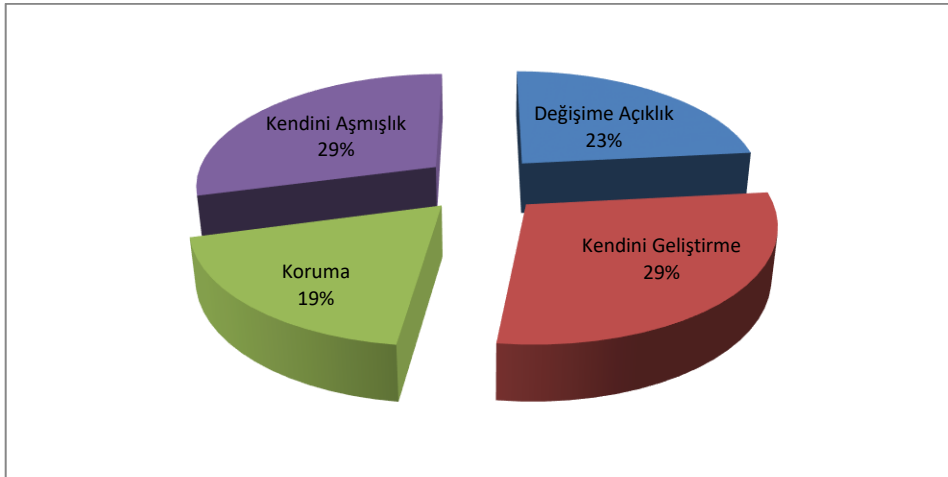
Şekil 2. 2002 seçiminde siyasal aktörlerin söylemlerinde öne çıkan değerlerin temel değer boyutlarına dağılımı

Siyasi başarının ardında ortak özelliklere, sıkıntılara ve dolayısıyla beklentilere sahip farklı grupları popüler bir ittifak içinde toplamak yatar (Sunar, 1985:2081). Bu bağlamda 3 Kasım 2002 öncesi siyasi partilerin toplumdaki bu beklentilere cevap olacak şekilde söylemlerinde, yakın çevremizdeki insanların refahını korumak ve artırmak için çalışma güdüsüne karşılık gelen *yardımseverlik* temel değerine ağırlık verdikleri saptanmıştır. Bu bağlamda farklı siyasi görüşlere mensup aktörlerin söylemlerinin ortak noktasını yolsuzluklarla mücadele etmeyi amaç edinen *dürüst, güvenilir ve sorumluluk sahibi* bir iktidar olma sözü oluşturmuştur. Ardından seçmenin sorunlar karşısında “neyi nasıl yapacağı” konusunda net ve gerçekçi vaat beklentisini karşılamaya yönelik olarak *kendini yönetme* temel değer alanına başvurulduğu tespit edilmiştir.

Popülizm karmaşık ve farklı belirleyicileri olan siyasal meseleleri keskin ikili karşıtlıklara indirgeyerek politik uzamı basitleştirir ve meselelerin sadece lehte ve aleyhte ifade edilmesini ve anlaşılmasını kolaylaştırır (Laclau, 2007:32). Bu bağlamda 2002 seçiminde siyasal aktörler, yaşanan sorunlardan hareketle “başarısız iktidar” betimlemesi yapmış ve bu iktidarların yaptıkları üzerinden kendilerinin başarılı bir iktidar olarak “ne yapacaklarını” ve “ne yapmayacaklarını” uzun uzun anlatmışlardır. Bu gerekçelendirme

başarı ve *güç* değerlerinin söylemlerde yoğun şekilde yer alması sonucunu getirmiştir. Nitekim süreç olarak siyaset; farklı sosyal gruplar ve aktörler arasında güç, güç paylaşımı ve iktidar konularındaki mücadele demektir (Çebi, 2002:19). Bu mücadele *başarı* ve *güç* konusunda seçmenin ikna edilmesi önemli bir husustur.

Schwartz Değer Teorisi'nde insanların evrensel beklenti, güdü ve motivasyonları, 10 temel değer ve dört üst düzey değer boyutu altında toplanmıştır. Burada, değer boyutlarının hangi gereksinimleri karşıladığı ve birbirleriyle olan uyumlulukları ve karşıtlıkları üzerinden bir sınıflandırma yapılmıştır (Barnea ve Schwartz, 1998:18-19). Schwartz, değerler arasındaki ilişkinin pratik ve psikolojik çatışma ve uyuma neden olduğu görüşündedir. Bu nedenle değerler arasındaki ilişkilerin döngüsel yapısına odaklanılarak, farklı değerler arasında uyum ve çatışma yaratan motivasyon süreçlerinin anlaşılabilceğini belirtir. Schwartz'a göre değerler eğer benzer algılara, tercihlere ve davranışlara rehberlik ediyorsa uyumludur. Uyumluluk içindeki bu değerler, aynı eylemler ya da tutumlar yoluyla ulaşılabilir hedefleri yansıtırken, diğer değerler birbiriyle çatışma içerisindedir. Yani değer çemberindeki herhangi iki yakın/bitişik değer birbiriyle uyumlu motivasyonları ve bu nedenle aynı eylemle daha kolay erişilebilen ve aynı tutumla daha kolay açıklanabilen değerlerdir. Eğer değerler karşıt algılara, tercihlere ve davranışlara yol açarsa ya da bir değer peşinden gitmek diğer değeri takip etmeyi engelliyorsa bunlar çatışan değerlerdir (Schwartz vd., 2014:904). Eldeki veriler bu bilgiler ışığında değerlendirildiğinde 3 Kasım 2002 seçimine katılan siyasal aktörlerin söylemlerinde çatışan değerlerin yanyana geldiği bir değer öncelikleri sıralamasıyla karşılaşılmaktadır.



Şekil 3. 2002 seçiminde siyasal söylemlerde en fazla atıf yapılan üst düzey değerler

3 Kasım 2002 seçiminde siyasal aktörlerin gazetelere yansıyan konuşmalarında en fazla atıf yaptıkları değerlerin toplandığı üst düzey değer öncelikleri, aynı eylemle kolayca ulaşılabilen ve aynı tutumla kolayca açıklanamayan *kendini aşmışlık* (%29) ve bu boyutla çatışma içindeki *kendini geliştirme* (%29) boyutudur. Seçim döneminin özellikleri göz önünde

bulundurulduğunda, yaşanan büyük ekonomik ve toplumsal sorunlar doğal olarak siyaset söyleminin sınırlarını da belirlemiştir. İşte bu nedenle siyasal aktörler eylem yani icraatlar üzerinden *başarı* ve bu başarıyla ilişkilendirdikleri bir hakimiyet ve saygınlık yani *güç* tanımlaması yaparak başarı ve güçlü yarımlar için neler yapılacağını ve mevcut başarısızlık ve güçsüzlük durumundan nasıl çıkılacağını anlatmaya koyulmuşlardır.

3 Kasım seçiminin bir diğer özelliği de 90'lardan miras kalan siyaset kurumuna olan güven kaybıdır. Bunu aşmak içinse siyasal aktörler, *dürüst* ve *sorumluluklarını bilen* bir iktidar tanımlaması yapmaya koyulmuşlardır. Birbiriyle çatışma içindeki değerlerden birine uygun davranmanın aynı zamanda çatışan değeri ihlal etmeyi beraberinde getirmesi (Borg vd., 2015) durumu göz önünde bulundurulduğunda, bu çatışan boyutların Türkiye'deki siyasal söylemin değer önceliklerinin ilk iki sırasında ve aynı oranda yer almasını ancak popülizm kavramı üzerinden açıklamak mümkün olabilir. Zira toplumsal talep ve çıkarların çok farklı olması ve çoğu kez çatışma çıkmasına yol açacak nitelik taşıması söz konusudur (Çebi, 2002:19). Böyle bir durumda Taggart'ın (2004:5) tanımıyla "birbirinden çok farklı siyasal konumlanışları kolayca sahiplenebilir ya da başka ideolojilere kolayca eklemenebilir" bir kavram olan popülizm devreye girmektedir.

Temelde herkesin anlayabileceği bir politika üretme ve toplumdaki beklentilere cevap verme amacı güden siyasi partiler açısından bu doğaldır. Bu bağlamda siyasal aktörler, popüler destek için gerekli politika ve yaklaşımlar aracılığıyla kitlelerin istek, özlem ve desteklerini sağlamaya yönelik söylemler geliştirmektedir (Sunar, 1985:2079). Bu noktada farklı siyasi parti ve aktörlerin değer öncelikleri sıralamasına bakmak, seçimin kazanan ve kaybeden koltuğuna yerleşenlerin argümanlarını nasıl kurduklarını ve görüşlerini hangi değerlere dayandırdıklarını, söylemlerinde değersel benzerlikler ve farklılıklar olup olmadığını anlamak açısından önemlidir.

3.1.1.1 Siyasal Aktörlerin 2002 Seçiminde Benzeşen ve Farklılaşan Değer Öncelikleri

2002, 2007 ve 2011 seçimlerinde siyasal aktörlere ilişkin karşılaştırmalı analizler yapılırken hem incelenen 3 seçim döneminde hem de günümüz siyasetinde etkili olduğu düşünülen 3 parti, AKP, CHP ve MHP ile araştırma sınırlandırılmıştır. Türk siyasetinde etkili olan çok fazla siyasi parti ve siyasi hareketten bahsetmek mümkündür. Öyle ki 2002, 2007 ve 2011 seçimlerine 18 siyasi parti yanında çok sayıda bağımsız aday katılmıştır. Hatta 22 Temmuz seçimi, yaklaşık 700 bağımsız adayın yarıştığı bir seçim olarak tarihe geçmiştir. Dolayısıyla bu kadar farklı kişi ve siyasi geleneği ayrı ayrı incelemenin zorluğu yanında farklı seçim dönemlerinde farklı isim ve akımların öne çıkması, çalışmaya dönem siyasetindeki etki ve alınan oy oranları dikkate alınarak bir sınır çizilmesi zorunluluğunu beraberinde getirmiştir.

Bu nedenle veriler AKP, CHP ve MHP açısından ayrı ayrı ele alınarak, bu üç seçim döneminde başvurulan değerler ve bunların toplumsal karşılığı üzerinden partilere ilişkin bir durum değerlendirmesi yapılmaya çalışılmıştır.

Tablo 3. 3 Kasım 2002 seçiminde AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 alt ve temel değerler

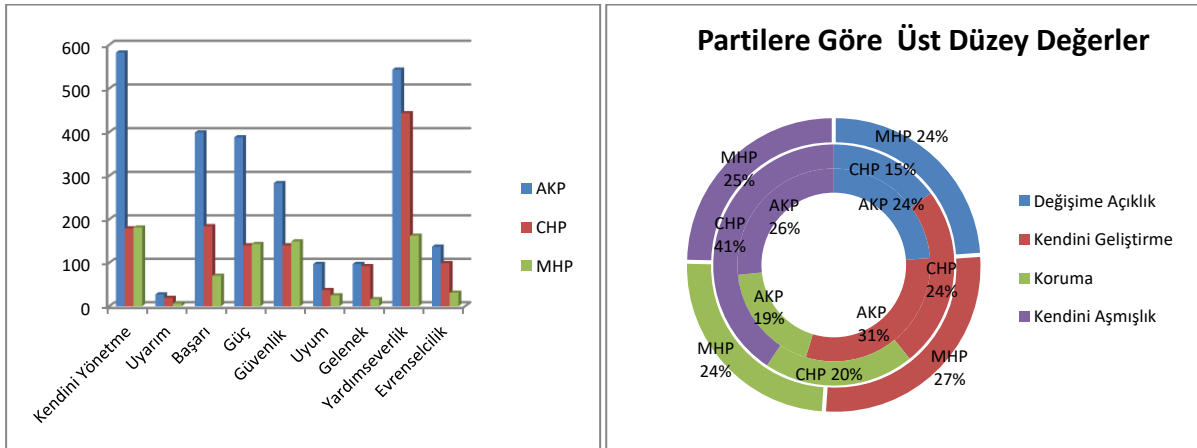
AKP	Yüzde	CHP	Yüzde	MHP	Yüzde
Kendini yönetme Kendi amaçlarını belirlemek	%16	Yardımseverlik Dürüstlük	%17,3	Kendini yönetme Kendi amaçlarını belirlemek	%16,2
Başarı Başarılı Olmak	%10,9	Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%15,1	Yardımseverlik Dürüstlük	%13,5
Yardımseverlik Dürüstlük	%10,6	Başarı Başarılı olmak	%11	Güvenlik Ulusal güvenlik	%7,7
Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%9,9	Kendini yönetme Kendi amaçlarını belirlemek	%9,7	Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%6,5
Güvenlik Sosyal düzen	%5,8	Güvenlik Sosyal düzen	%4,9	Başarı Başarılı olmak	%6,1
Güç Sosyal güç	%5,7	Güç Kamusal imajı korumak	%4,3	Güç Kamusal imajı korumak	%6
Kendini yönetme Özgürlük	%4,8	Gelenek Dindar olmak	%3,9	Güvenlik Sosyal düzen	%5,6
Güç Kamusal imajı korumak	%3,4	Güvenlik Temizlik	%3,9	Güç Sosyal güç	%5,6
Güç Sosyal tanınma	%3	Kendini yönetme Özgürlük	%2,7	Güvenlik Aidiyet hissi	%4,8
Güvenlik Aidiyet hissi	%2,6	Evrenselcilik İç uyum	%2,6	Güç Sosyal tanınma	%4,7
Toplam	%66,9	Toplam	%75,4	Toplam	%76,7

Analiz kapsamında söylemleri analiz edilen partilerin ve siyasal aktörlerin her biri farklı ideolojilere ve farklı önceliklere sahip olmakla birlikte, söylemlerinde benzer değer öncelikleri ile karşılaşmıştır. Öyle ki AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin *kendi amaçlarını belirlemek, dürüstlük, başarılı olmak ve sorumluluk sahibi olmak* alt değerleriyle yüklü söylemlerinin oranı, tüm politik söylemlerinin yarısını oluşturmaktadır. Bu bağlamda merkez-sağda yer alan AKP'nin de, merkez-sol bir parti olarak nitelendirilen CHP'nin de ve milliyetçi-sağ bir çizgide politika üreten MHP'nin de 3 Kasım seçimlerinde ortak bir vaat ve değer söyleminden hareket ettikleri gözlenmiştir. Farklı ideolojik ve siyasi görüşe sahip siyasi hareketlerin benzer değerler üzerinden söylem üretmelerini açıklarken yol gösterecek kavramlardan biri de popülizmdir.

Laclau, popülizme ilişkin yaptığı kavramsallaştırmada, her siyasal aktörün bir dereceye kadar popülist mantığı işlettiğini savunur (Yıldız, 2015:293-294). Buradan hareketle 2002 seçim döneminde değerler, siyasal aktörler tarafından mutlak bir belirlenimden uzak popülist bir şekilde yorumlanmış, siyasal talepler ve bu talepleri karşılayacak politikalar halkın somut

sorunlarından hareket eden ve bu yöndeki beklentilere cevap veren yani “halk odaklı” bir şekilde kurgulanarak popülist biçimde tasarlanmıştır. Özellikle toplumsal kriz dönemleri, popülist bir mantıkla toplumu krizin sorumluları ve mağdurları olarak bölmek ve sorumlulara karşı mağdurları bir araya getirmek açısından geniş olanaklar sunmaktadır. Böyle bir kriz dönemine denk gelen 2002 seçiminde, yeni bir siyasi hareket olarak AKP'nin ve 1990'ları iktidardan uzak geçiren CHP'nin krizin mağdurları olarak halka, krizin sorumlularına gereken cevabı vermek konusunda bir araya gelme çağrısı yaparken kutuplaştırıcı bu popülist dilden yaralanmaları söz konusudur. Ayrıca “meydan okuma” (Oktay, 2002:145-147) tarzı bir strateji benimseyen muhalif partilerin, icracı konumda bulunmamaları nedeniyle geçmiş başarılarını dillendirerek seçmeni ikna etmeleri zor olduğundan, geçmiş iktidarın başarısızlıkları üzerine negatif bir propaganda çalışması yürütmesi ve kutuplaştırıcı dile başvurması kolaylaşmaktadır.

Eldeki veriler motivasyonel temel değer boyutları ve üst düzey değerler açısından karşılaştırmalı olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki şema ortaya çıkmaktadır.



Şekil 4. AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin 2002 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer ve üst düzey değer boyutlarının birbirlerine göre oranı

Seçim dönemlerinde partilerin söylemlerinde farklılaşan ve örtüşen değerlerin neler olduğunu görmek, temel tartışma konuları ve siyasal öncelikler açısından bir durum değerlendirmesi yapma imkanı vermektedir. Bu çerçevede yapılan analizler, her üç siyasi partinin söylemlerinde ağırlık taşıyan temel değer alanlarının benzerlik gösterdiği yönündedir. Her üç partinin de en fazla atıf yaptığı temel değerler *yardımseverlik*, *kendini yönetme*, *başarı*, *güç* ve *güvenlik* boyutlarında yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda Türkiye siyasetinde, toplumun geniş kesimlerinin beklentilerine karşılık gelecek değerleri popülist biçimde yorumlayan söylemlerle halkın karşısına çıkmak konusunda siyasal aktörlerin benzer eğilimlere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bu konuda Laclau (2011:143), hangi siyasi aktörün kendisini bu popülist değerlerle ifade ettiğini sorgulamanın ya da bu değerlerin hangi siyasi görüşün bir yansıması olduğunu anlamaya çalışmanın boş bir çaba olduğunu belirtir.

Neden olarak da popülist mantık gereği bu değerlerin zıt siyasi göstergelere sahip partilerin söylemlerine kolayca eklenenebilmesini gösterir.

Üst düzey değerler açısından değerlendirildiğinde, 2002 seçiminde AKP'li siyasal aktörlerin söylemlerinin ağırlıklı olarak *kendini geliştirme* (%31) üst düzey boyutunda toplandığı görülmektedir. AKP'lilerin üst düzey değer hiyerarşisinin ikinci sırasında ise *kendini geliştirme* ile çatışan *kendini aşmışlık* (%26) boyutu yer almaktadır. CHP'li siyasal aktörlerin söylemleri incelendiğinde, AKP ile tam ters bir dağılımla karşılaşmıştır. CHP'lilerin söylemlerinin ilk sırasında *kendini aşmışlık* (%41) üst düzey değeri yer alırken ikinci sırada *kendini geliştirme* (%24) boyutu vardır. MHP'de ise durum AKP ile aynıdır; *Kendini geliştirme* üst düzey değeri yüzde 27 ile ilk sırada ve bu değerle çatışma içindeki *kendini aşmışlık* yüzde 25 ile ikinci sıradadır.

Bu sonuçlar değerlendirilirken Schwartz'ın değerler arasındaki ilişkilerin döngüsel yapısından hareketle, değer çemberindeki iki yakın değer motivasyonlarının daha uyumlu ve dolayısıyla aynı eylemle daha kolay erişilebilen ve aynı tutumla daha kolay açıklanabilen “uyuşan” değerler olduğu; birbirine uzak iki değer ise karşıt algılara, tercihlere ve davranışlara yol açması ya da bir değer peşinden gitmenin diğer değeri takip etmeyi engellemesi çerçevesinde “çatışan” değerler olduğu yönündeki açıklamaları yol gösterici olabilir (Schwartz vd., 2014:904). Bu bağlamda her üç siyasi parti mensuplarının da çatışan değerleri yüksek öncelikli değerleri olarak görmesi, yani bir değere uygun davranmaya yönelik motivasyonun aynı zamanda çatışan değeri ihlal etmeyi beraberinde getirmesi (Borg vd., 2015) çerçevesinde düşünüldüğünde, bu değerlerin popülist bir mantıkla kullanıldığı sonucuna ulaşmak mümkündür.

3.1.2 22 Temmuz 2007 Seçiminin Hiyerarşik Değer Öncelikleri

Bugüne ve yarına ilişkin doğru tespitler yapabilmek, ancak bugünü hazırlayan geçmişin doğru değerlendirmekle mümkündür. 22 Temmuz 2007 seçimi bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde, Meclis'in Cumhurbaşkanını seçememesi üzerine artan toplumsal kutuplaşma sonucunda alınan bir erken seçim kararı olduğu görülür. 27 Nisan 2007'de yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimi sürecinde gündeme gelen “salt çoğunluk” tartışması ve CHP'nin Anayasa Mahkemesi'ne başvurması sonucunda mahkemenin verdiği “367 şart” kararı üzerine AKP'nin Cumhurbaşkanı Adayı Abdullah Gül'ün seçilememesi, erken genel seçime giden yolu açmıştır (Özkan, b.y.). Tüm bu yaşananlar siyasette ve toplumda kutuplaşmaya ve bir düzen tartışmasına zemin hazırlamıştır. Böyle bir ortamda yapılan seçime 18 siyasi parti ve 700'e yakın bağımsız aday katılmıştır. Bu kadar çok farklı sesin yarıştığı seçimlerin temelde iki odağı vardır; beş yıllık AKP iktidarı ve bunun karşısında güçlü bir muhalefet oluşturma çabası içine giren diğer partiler. Bu durum seçim sürecinde merkez sağda ve merkez solda güç birliği arayışlarını artırmış ve partiler arasında sürpriz

birleşmelere, ortak hareket etme ve liste çıkarma girişimlerine tanık olunmuştur. Kısacası 2007 seçimi, siyasete iki kutuplu bir görünümün egemen olduğu bir seçim dönemi olmuştur.

2007 seçimine doğru Türkiye'nin içinde bulunduğu koşullar değerlendirildiğinde; uzun süredir ülkenin yaşadığı sorunlar listesinin ilk sıralarında yer alan terör meselesi, bölgede yaşanan gelişmelerin ardından daha da öncelik kazanmıştır. Ayrıca 90'lardaki koalisyon dönemlerinin ardından tek parti iktidarında yaşanan istikrarın cumhurbaşkanlığı seçimi sürecinde bozulması, toplumda iktidar krizi ve koalisyon ihtimaline yönelik endişeleri artırmıştır. Bu dönemde ayrıca Ortadoğu coğrafyasında yaşanan gelişmeler de toplumdaki endişeyi artıran bir diğer unsur olmuştur. Böyle bir ortamda yapılan 2007 seçimiyle, 2002 seçimi sonrasında AKP ve CHP'li milletvekillerinden oluşan ikili meclis yapısı değişmiş ve AKP, CHP ve MHP* ile çok sayıda bağımsız aday seçim barajını aşarak meclise girmeyi başarmıştır.

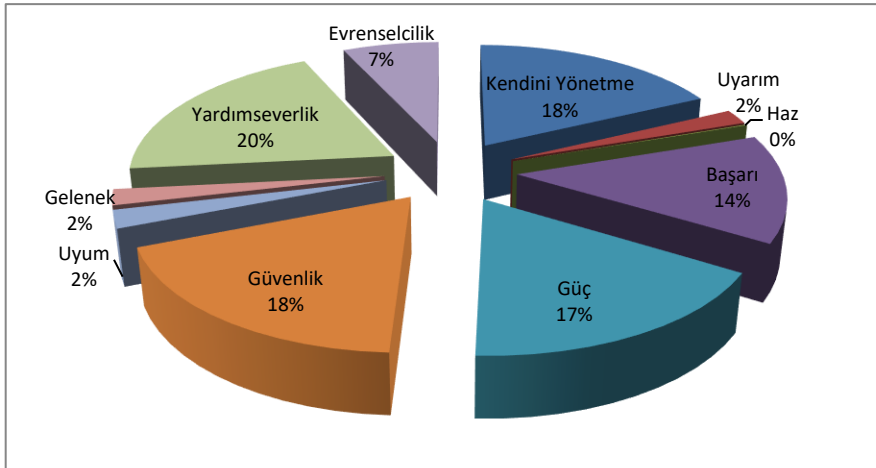
2007 seçiminin genel olarak hangi değerler etrafında kurgulandığını ortaya çıkarmak üzere yaptığımız analiz kapsamında, dönem siyasetinde etkili olduğu düşünülen AKP, CHP, DP, GP, MHP, SP (Saadet Partisi) ve Bağımsızlar'ın gazetelere yansıyan siyasal söylemleri değerler çerçevesinde analiz edilmiştir. Bu inceleme sonucunda, 2007 seçiminde siyasal aktörlerin *kendi amaçlarını belirlemek, başarılı olmak ve sorumluluk sahibi olmak* değerlerine sıklıkla atıf yaptığı tespit edilmiştir. Aşağıda 22 Temmuz 2007 seçiminde en fazla atıf yapılan değerlerin hangi alt değer alanına, temel değer boyutuna ve üst düzey değer alanına yaslandığına ilişki tablo yer almaktadır.

Tablo 4. 2007 seçiminde tüm siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 değer

Üst düzey değer	Temel değer	Alt değer	Oran
Değişime Açıklık	Kendini yönetme	Kendi amaçlarını belirlemek	% 12
Kendini Geliştirme	Başarı	Başarılı olmak	% 9.4
Kendini Aşma	Yardımselik	Sorumluluk sahibi olmak	% 9.4
Kendini Aşma	Yardımselik	Dürüstlük	% 8.4
Koruma	Güvenlik	Ulusal güvenlik	% 6.5
Kendini Geliştirme	Güç	Kamusal imajı korumak	% 4.9
Koruma	Güvenlik	Sosyal düzen	% 4.7
Kendini Geliştirme	Güç	Sosyal tanınma	% 4.6
Kendini Geliştirme	Güç	Sosyal güç	% 3.7
Koruma	Güvenlik	Aidiyet hissi	% 3.5
Toplam			67,1

* 22 Temmuz 2007 seçiminde AKP yüzde 46,6; CHP yüzde 20,9, MHP yüzde 14,3 oy almıştır.

22 Temmuz'da seçmenin ekonomik durum ve beklentileri göz önünde bulundurarak oy verme davranışının siyasal söylemi doğrudan etkilediği görülmüştür. Nitekim farklı zamanlarda yapılan araştırmalar da Türkiye'de ekonomik faktörlerin ve beklentilerin oy verme davranışı üzerinde etkili olduğunu göstermektedir (Bulutay ve Yıldırım, 1969; Çarkoğlu, 1997, 2002; Kalaycıoğlu, 1999; Esmer, 2002; Başlevent, Kirmanoğlu ve Şenatalar, 2004, 2009; Başlevent ve Kirmanoğlu, 2016). Bu nedenle siyasal aktörler, seçmenin ekonomideki hassasiyetlerine göre önerilerini, plan ve projelerini şekillendirmiştir. Tüm bunların sonucundaysa *kendi amaçlarını belirlemek, başarılı olmak, sorumluluk sahibi olmak ve dürüstlük* siyasetin en temel değerleri haline gelmektedir. Çünkü ikna sanatı olarak siyasette, bir işin gerçekleştirilmesi için verilen söz ve ortaya konan plan olarak vaatlerin seçmenin gündelik hayatında somut karşılığı olması nedeniyle ikna ediciliği yüksektir. Dolayısıyla da siyasal aktörler farklı ekonomi anlayışları ve kalkınma planları üzerinden amaçlarını ortaya koymaya büyük önem vermektedir. Belirlenen alt değerlerin hangi temel değer alanına denk geldiği incelendiğinde ise ağırlığın *dürüstlük* ve *sorumluluk sahibi olmak* alt değerlerinin yer aldığı *yardımsızlık* boyutunda olduğu görülmektedir.

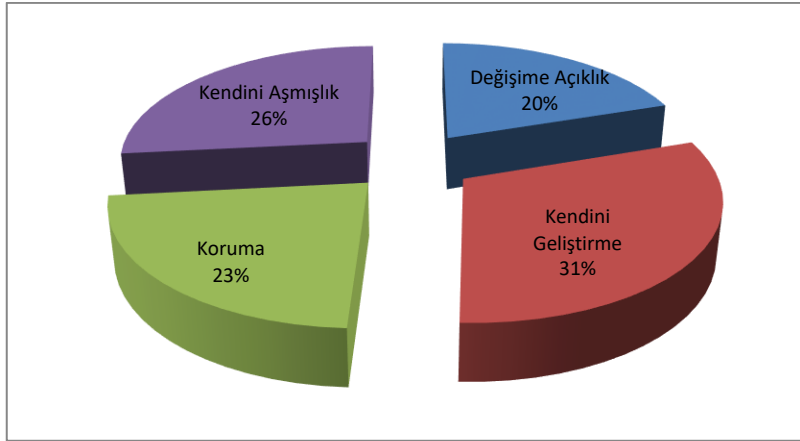


Şekil 5. 2007 seçiminde siyasal aktörlerin söylemlerinde öne çıkan değerlerin temel değer boyutlarına dağılımı

22 Temmuz 2007 seçiminin temel değer öncelikleri sıralamasında *yardımsızlık* (%20), *güvenlik* ve *kendini yönetme* (%18), *güç* (%17) ve *başarı* (%14) öne çıkmaktadır. Cumhurbaşkanlığı seçiminde yaşanan sorunların ardından alınan erken seçim kararı ile siyasetin nabzının yükseldiği; seçim sürecinde yaşanan kamplaşmayla siyasi ortamın iyice gerildiği ve kutuplaşmanın arttığı bir dönemde siyasi partiler, halkı yücelterek ve halkı iktidarın asıl sahibi olarak konumlandırarak ortak bir popülist tavır sergilemişlerdir. Halka, elindeki iktidar belirleme gücünün getirdiği sorumluluğu hatırlatmak, ayrıca dürüst ve sorumlu bir iktidar olarak kendilerini adres göstermek için *yardımsızlık* temel değerinden yararlanmışlardır. Ülke içinde artan kutuplaşma ve sosyal düzen tartışmaları yanında terör

tehdidindeki artış ise birlik ve beraberlik çağrılarının öne çıkmasına ve dolayısıyla *güvenlik* temel değerinin siyasal söylemlerde ağırlık kazanmasına zemin hazırlamıştır. Seçim yarışına katılan siyasal aktörlerin seçmenin özellikle ekonomik yönlü beklentilerine cevap verecek şekilde gündelik hayatı kolaylaştırmaya ve dolayısıyla yaşanan sıkıntıları azaltmaya yönelik çözüm önerilerini öne çıkarmaları, yapacakları icraatları sıralamaları ve bunun üzerinden başarılı bir iktidar vaadi ile seçmeni ikna etmeye çalışmaları *kendini yönetme* değerine vurguyu artırmıştır.

22 Temmuz 2007 seçimine katılan siyasal aktörlerin söylemleri üst düzey değer boyutları açısından incelendiğinde, 2002 seçimlerine benzer şekilde, çatışan değerlerin yer aldığı bir değer öncelikleri sıralamasıyla karşılaşılmaktadır. *Güç* ve *başarı* temel değerlerinden oluşan *kendini geliştirme* (%31) boyutunun ilk sırada yer aldığı değer hiyerarşisinin ikinci sırasında, *yardımseverlik* ve *evrenselcilik* temel değerlerinden oluşan *kendini aşma* (%26) boyutu vardır.



Şekil 6. 2007 seçiminde siyasal söylemlerde en fazla atıf yapılan üst düzey değerler

Heywood'un (2015:64) belirttiği gibi toplumun beklediği/istediği sonuçları başarmak için gerekeni yapma becerisi olarak siyaset, iktidar kavramıyla yakından ilişkilidir. Bu çerçevede siyasal aktörler, siyaseten başarının içinin nasıl doldurulduğunu anlatırken ya da insanlar ve kaynaklar üzerinde kurulacak hakimiyet ve kontrol sonucunda kazanılacak saygınlık ve gücü vurgularken *kendini geliştirme* değerine yaslanmaktadır. Ayrıca hükümet veya yönetimin toplumu ilgilendiren uygulamaları olarak tanımlanabilecek politika, Türkiye siyaset pratiğinde niyetler, eylemler ve sonuçlardan hareketle yapılan bir siyasal süreç değerlendirmesidir (Heywood, 2015:55). Başarı/başarısızlık karşıtlığı üzerinden işleyen bu siyasal süreç, siyasal söylemlerde "halk için politika yapma", "halkın somut ihtiyaçlarına cevap verme", "halka hizmet etme" ve siyasal pratiği "halka hizmet" temelinde tanımlama eğilimini artırmaktadır (Erdoğan, 1998:31). Bu bağlamda Türkiye siyasetinde değer hiyerarşisinin üst sıralarında yer alan *kendini geliştirme* değer boyutu popülist mantığın işleyişine oldukça uygundur. Değer hiyerarşisinde en fazla başvurulan ikinci değer boyutu ise *başarı* ve *güçten* hareketle bir

gelişim tanımının tam karşısında yer alan, eylemleri başkalarını iyileştirme ve kendi bencil çıkarlarını aşma temelinde değerlendiren *kendini aşma* boyutudur. Siyasal aktörler birbiriyle çatışma içinde olan, benzer eylem ve tutumlarla ulaşılamayacak bu değer boyutları üzerinden kendilerini anlatma ve seçmeni ikna etmeye çalışmaktadır.

3.1.2.1 Siyasal Aktörlerin 2007 Seçiminde Benzeşen ve Farklılaşan Değer Öncelikleri

22 Temmuz seçiminde siyasal aktörlerin söylemlerinde neyi değerli kıldıkları, vaat ettikleri ve bunun üzerinden oy istedikleri incelediğinde aşağıdaki değer sıralaması ile karşılaşılacaktır.

Tablo 5. 22 Temmuz 2007 seçiminde AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 alt ve temel değer

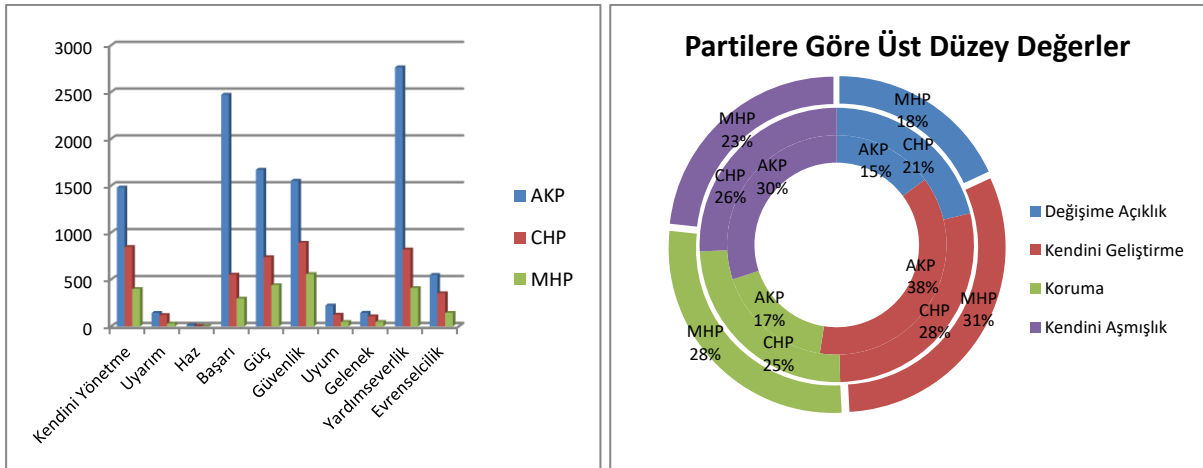
AKP	Yüzde	CHP	Yüzde	MHP	Yüzde
Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%11,4	Kendini yönetme Kendi amaçlarını belirlemek	%12,6	Kendini yönetme Kendi amaçlarını belirlemek	%11,1
Başarı Başarılı olmak	%10,6	Başarı Başarılı olmak	%8,6	Güvenlik Ulusal güvenlik	%10,4
Kendini yönetme Kendi amaçlarını belirlemek	%10,5	Yardımseverlik Dürüstlük	%8,3	Başarı Başarılı olmak	%9,1
Yardımseverlik Dürüstlük	%8,9	Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%7,7	Yardımseverlik Dürüstlük	%8,7
Güvenlik Sosyal düzen	%6,3	Güvenlik Ulusal güvenlik	%7,6	Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%7,8
Güç Kamusal imajı korumak	%6,2	Güç Sosyal tanınma	%5,2	Güç Sosyal tanınma	%6,9
Güvenlik Ulusal güvenlik	%4,9	Güvenlik Temizlik	%4,8	Güvenlik Aidiyet hissi	%5,8
Güç Sosyal tanınma	%3,7	Güç Kamusal imajı korumak	%4	Güç Kamusal imajı korumak	%4,3
Güç Sosyal güç	%3,5	Güç Sosyal güç	%3,8	Kendini yönetme Bağımsızlık	%4,2
Kendini yönetme Özgürlük	%3,3	Kendine yönelme Bağımsızlık	%3,8	Güvenlik Temizlik	%4,1
Toplam	%69,3	Toplam	%66,4	Toplam	%72,4

Seçim yarışında kazanan ve kaybeden siyasi aktörlerin hangi değerleri ne sıklıkta kullandığını, vurgulanan değerlerin birbirleriyle nasıl ilişkilendirildiğini ve sunulduğunu tespit etmek o partiye ilişkin bir değer öncelikleri haritası çıkarma imkanı verir. AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin 22 Temmuz öncesi gazetelere yansıyan konuşmaları incelendiğinde, Türkiye siyasetinde ortak iyiyi tanımlamak için başvurulan *kendi amaçlarını belirlemek*, *başarı*, *sorumluluk* ve *dürüstlük* değerlerinin yaklaşık yüzde 40'lık bir ağırlığa sahip olduğu saptanmıştır.

Seçimlere iktidar olarak giren AKP'li siyasal aktörler, kendilerini ifade etmek ve diğer aktörlerden farklı olarak nasıl bir yol izleyeceklerini somutlaştırmak için *sorumluluk ve başarı* değerlerine odaklanırken, seçime meclisteki ana muhalefet olarak giren CHP ve meclis dışındaki en önemli muhalefet konumundaki MHP'li siyasal aktörlerin öncelikle “nasıl bir iktidar” sorusuna odaklanarak atacakları adımları ve hedeflerini görünürleştirmek için *kendi amaçlarını belirlemek* değerine öncelik verdikleri belirlenmiştir. Popülist söylem, desteğini almak istediği kesime/halka yönelik eğitim, sağlık ve sosyal güvenlik gibi politikalar üzerinden siyasal sürecin çıktıklarına ve bunların toplum üzerindeki etkilerine geniş yer ayırır. Bunu yaparken bir yandan halk, vaat edilen gelecek tasarımının kurucu öznesi olarak konumlandırılır (Erdoğan, 1998:32), diğer yandan bu halkın desteğini kazanmak için farklı ulusal, sosyal ve siyasal tartışmalar kolayca benimsenir ve söylemlere yasıtılır (Taggart, 2004:109). Türkiye siyasetinde aktif olan farklı ideolojik ve siyasi geleneklerin benzer söylemler ve değerleri benimsemelerinin ardında da bu popülist mantık yatmaktadır.

AKP'li siyasal aktörler, sorumluluk değeri üzerinden başarı ve başarısızlık tanımı yaparak seçmenden oy isterken, seçmenin özellikle gündelik hayatını doğrudan etkileyen ekonomik sorunlara çözüm üretmeye ve dolayısıyla beklentilere cevap vermeye odaklanan CHP'liler vaatler üzerinden *başarılı, dürüst ve sorumluluk sahibi* bir iktidar söyleminin içini doldurmaya çalışmışlardır. MHP'liler ise kendilerini ve iktidar olmaları durumundaki yol haritalarını paylaşırken ve diğer partilerden farklılıklarını vurgularken *ulusal güvenlik, başarı ve dürüstlük* üzerinden bir değer hiyerarşisi ortaya koymuşlardır. Bu söylemlerde 2002 seçimi sonrasında MHP'nin meclis dışında kalmış olmasının da etkisi vardır. Bu nedenle meydan okuma tarzı bir iletişim stratejisiyle hareket eden MHP, özellikle *ulusal güvenlik* değeri üzerinden iktidarı ve politikalarını yoğun şekilde eleştirmiştir.

Farklı siyasal gelenekten gelen aktörlerin söylemlerinde alt değer boyutundaki bu benzerliğin temel değer boyutları ve üst düzey değerler açısından ne oranda benzeştiği ya da farklılaştığı incelendiğinde ise aşağıdaki tablo ortaya çıkmaktadır.



Şekil 7. AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin 2007 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer ve üst düzey değer boyutlarının birbirlerine göre oranı

2007 seçim dönemindeki siyasal söylemler temel değerler açısından analiz edildiğinde, AKP'li siyasal aktörlerin değer önceliklerinde; karşıt değerler olan *yardımseverlik* (%25) ve *başarı* (%23) ilk iki sırada yer alırken ardından sırasıyla *başarı* ile uyum içindeki *güç* (%15) ve yine karşıtlık içindeki *güvenlik* ve *kendini yönetme* (%14) temel değerleri gelmiştir. CHP'li siyasal aktörlerin söylemlerindeki temel değer öncelikleri hiyerarşisinin ilk sırasında karşıtlık içindeki *güvenlik* ve *kendini yönetme* (%19) boyutları yer alırken ardından sırasıyla *yardımseverlik* (%18) ve bu değerle çatışma içindeki *güç* (%16) boyutları görülmektedir. MHP'li siyasal aktörlerin temel değer hiyerarşisinde ise aynı eylemlerle ulaşılabilecek hedeflere, benzer algılara, tercihlere ve davranışlara rehberlik eden *güvenlik* (%24) ve *güç* (%19) değerlerinin ilk sıralarda yer aldığı saptanmıştır. Sonrasında ise değer önceliklerinde eşit güce sahip olan *yardımseverlik* ve *kendini yönetme* (%17) değerleri yer almıştır.

Tüm bu veriler, AKP ve CHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde gömülü olan değer hiyerarşilerinin, motivasyonları daha uyumlu, yani aynı eylemle daha kolay erişilebilen ve aynı tutumla daha kolay açıklanabilen değerler yerine, birbiriyle çatışma içindeki yani aynı eylemlerle gerçekleştirilmesi zor değerlerden oluştuğunu göstermektedir. Değerlerin döngüsel yapısı nedeniyle çatışan değerlerin karşıt algılara, tercihlere ve davranışlara yol açması çerçevesinde düşünüldüğünde, AKP ve CHP'li siyasal aktörlerin çatışan değerleri öncelik sıralamasında yanyana getirmesi ise bu değerleri popülist bir bakış açısıyla ele aldıkları yorumunu beraberinde getirmektedir. Çünkü bir değer peşinden gitmeyi sağlayan motivasyonlar diğer değeri takip etmeyi engelleyen bir yapıya sahiptir. Buna karşın MHP'li siyasal aktörlerin belirsizliklerin getirdiği tehditleri, ilişki ve kaynakları kontrol altında tutarak aşmaya ve kaçınmaya vurgu yapan (Schwartz, 1992:14-15) *güvenlik* ve *güç* değer önceliklerini yan yana getirmesi ve birbiriyle uyum içindeki bu değerleri öne çıkarması, kendi içinde tutarlı bir söylemle halkı ikna etmeye çalıştıkları şeklinde yorumlanabilir.

Eldeki veriler üst düzey değer boyutları açısından değerlendirildiğinde ise üç siyasi partinin söylemlerinde de öne çıkan üst düzey değer boyutunun *kendini geliştirme* olduğu görülmektedir. AKP'lilerin söylemlerinde yüzde 38, CHP'lilerin söylemlerinde yüzde 28 ve MHP'lilerin söylemlerinde yüzde 31 oranında yer alan *kendini geliştirme* boyutu, 2007 seçiminde Türkiye siyasetinin değişmeyen üst düzey boyutunu oluşturmaktadır. İktidarın toplumu ilgilendiren uygulamaları ve siyasal sürecin çıktıları olarak toplumun hayatını doğrudan etkileyen politikaların nasıl belirlendiğini ve işleri yoluna koyma ya da bozma becerisi olarak toplum üzerindeki etkilerini ve bunun hakimiyet ve saygınlık olarak karşılığını

anlatmak seçim dönemlerinde ayrı bir önem kazanmaktadır (Heywood, 2015:55). Dolayısıyla da *kendini geliştirme* üst düzey değer boyutu, değer hiyerarşisinin ilk sırasına yerleşmektedir.

İlk sıraya *kendini geliştirme* değerini yerleştirmek konusunda uyum içinde olan AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin önceliklerinin sonrasında değiştiği saptanmıştır. AKP ve CHP'li siyasal aktörlerin en fazla öne çıkardıkları ikinci üst düzey değer, *kendini geliştirme* boyutuyla çatışan *kendini aşmışlık* olurken MHP'li siyasal aktörler, *kendini geliştirme* ile uyum içindeki *koruma* değerini (%28) öne çıkarmıştır. Diğer değer boyutları açısından da durum farklı değildir, yani MHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde birbiriyle bitişik konumda ve dolayısıyla aynı eylemlerle ulaşılabilecek değerler öncelik sıralamasında yan yana gelmiştir. AKP ve CHP'li siyasal aktörler ise birbiriyle çatışan üst düzey değerleri öncelik sıralamasında yan yana getirmeye devam etmişlerdir.

3.1.3 12 Haziran 2011 Seçiminin Hiyerarşik Değer Öncelikleri

12 Haziran 2011 seçimi öncesinin Türkiye tablosuna baktığımızda, içerik açısından birbirinden çok farklı konuların gündemi belirlediği görülmektedir. Bu konular arasında; ülkedeki demokratikleşme çabaları doğrultusunda Kürt meselesinin çözümüne yönelik olarak 2009'da başlatılan "Açılım Süreci", 2010 yılında gerçekleşen 12 Eylül Anayasa Referandumu ve bu referandumun ardından tartışılmaya başlanan "Yeni Türkiye" söylemi yer almaktadır (Özhan, Ete ve Bölme, 2011). Uzun soluklu etkilere sahip bu konu başlıkları yanında ana muhalefet partisi CHP'de "kaset skandalları" nedeniyle yaşanan karmaşık lider değişimi ve sonrasında benzer bir sürecin MHP için de söz konusu olması dönemin önemli olaylarından. Ülke içindeki önemli gelişmeler ve tartışmalar kadar bölge ve dünyada yaşanan gelişmeler de 2011 seçimini etkilemiştir. 2010'da Tunus'ta başlayan "Arap Baharı"nın ardından bütün Ortadoğu'yu etkisi altına alan değişim dalgası, bölge ülkesi olarak Türkiye'yi yakından etkilemiştir.

Böyle bir atmosferde yapılan 12 Haziran 2011 seçimi sonucunda AKP, CHP, MHP ve Bağımsız adaylardan oluşan bir meclis ortaya çıkmıştır*. Çok sayıda parti ve bağımsız adayın katıldığı 2011 seçimi analiz edilirken, dönem siyasetinde etkili olduğu düşünülen AKP, CHP, MHP, SP ve Bağımsız adayların gazetelere yansıyan söylemlerinden oluşan bir örneklem üzerinde çalışılmıştır. Analizler sonucunda ise 12 Haziran'ın *dürüstlük, başarılı olmak ve kendi amaçlarını belirlemek* değerlerinin öne çıktığı bir seçim dönemi olduğu tespit edilmiştir. 2011 seçimine katılan siyasal aktörlerin söylemlerinde öne çıkan ilk 10 alt değer ve bunun temel ve üst düzey değerler açısından karşılığı aşağıdaki gibidir.

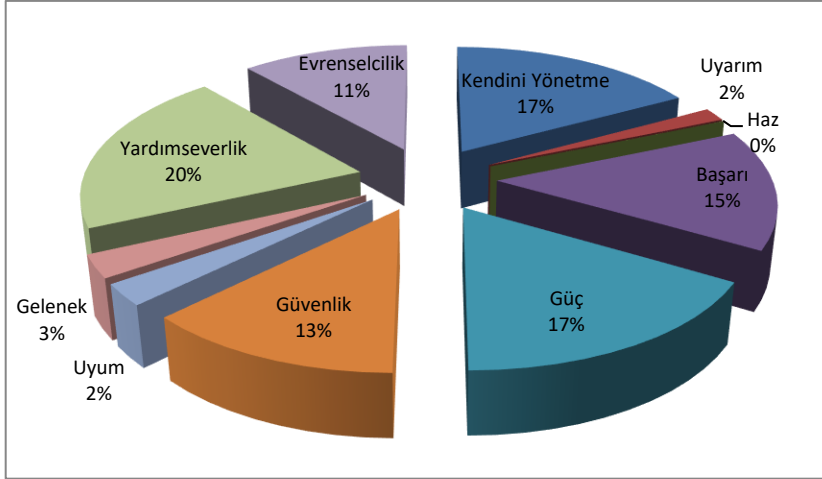
* 12 Haziran 2011 seçiminde AKP yüzde 49,8, CHP yüzde 26, MHP yüzde 13,3, Bağımsız adaylar yüzde 6,6 oy almıştır.

Tablo 6. 2011 seçiminde tüm siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 değer

Üst değer	Temel değer	Alt değer	Oran
Kendini Aşma	Yardımseverlik	Dürüstlük	%10,4
Kendini Geliştirme	Başarı	Başarılı olmak	%10
Değişime Açıklık	Kendine yönelme	Kendi amaçlarını belirleme	%9,9
Kendini Aşma	Yardımseverlik	Sorumluluk sahibi olmak	%7,4
Kendini Geliştirme	Güç	Kamusal imajı korumak	%5,1
Kendini Geliştirme	Güç	Sosyal güç	%4,3
Değişime Açıklık	Kendine yönelme	Özgürlük	%4,2
Koruma	Güvenlik	Sosyal düzen	%4
Kendini Geliştirme	Güç	Sosyal tanınma	%3,9
Koruma	Güvenlik	Aidiyet hissi	%3,7
Toplam			%62,9

Bu seçim döneminde *dürüstlük* alt değeri, farklı bağlamlarda siyasetin öncelikli değeri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunda ana muhalefet partisi CHP ve ardından MHP’de yaşanan kaset skandalları ile bu kasetlerin elde edilme ve ortaya çıkma koşullarının etkisi büyüktür. Bu yaşananların *dürüstlük* değer alanına yaslanan açıklamalarla siyasal söyleme yansıdığı ve özellikle MHP’nin seçim çalışmalarını bu yaşananlara açıklama getirme ve gelen eleştirileri karşılama çabası üzerine inşa ettiği gözlenmiştir. Siyasetçiler “neden kendilerine oy vermesi ve aynı zamanda diğer partilere oy vermemesi konusunda seçmeni ikna etmeye çalışırken, *başarı* değeri üzerinden bir önemlilik sıralaması yapar” diye düşündüğümüzde başarı değerinin çok boyutlu yapısıyla karşılaşırız. Çünkü *başarı* değeri, hem yaptıklarını anlatmayı hem de geçmiş iktidarların ve rakiplerin başarısızlıklarını ortaya dökmeyi kolaylaştıran bir değer olarak siyasetçilere söylemsel anlamda geniş imkanlar verir.

2011 analizi sonucunda elde edilen veriler, Schwartz’ın (1992) evrensel insan gereksinimleri, beklentileri ve motivasyonlarını ifade etmek için kullandığı temel değer boyutları açısından değerlendirildiğinde, öncelikler sıralamasının ilk basamağında diğer seçim dönemleriyle benzer bir şekilde *dürüstlük* ve *sorumluluk sahibi olmak* alt değerlerini içeren *yardımseverlik* temel boyutunun yer aldığı görülmüştür.

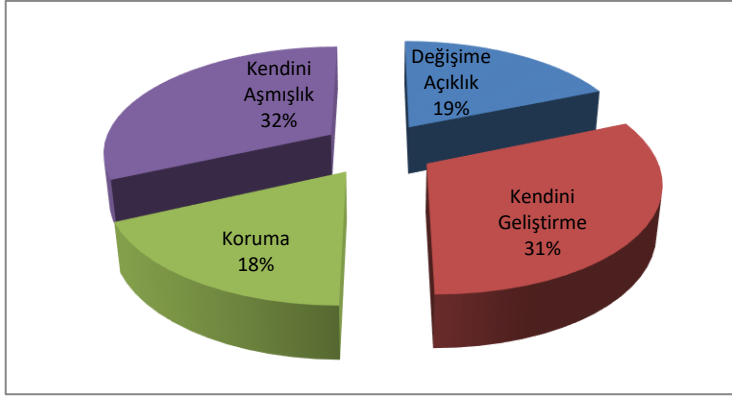


Şekilde 8. 2011 seçiminde siyasal aktörlerin söylemlerinde öne çıkan değerlerin temel değer boyutlarına dağılımı

2011 seçiminde *dürüstlük* değerinin değer hiyerarşisinin ilk sırasında yer alması *yardımsızlık* (%20) boyutunun öne çıkmasında etkili olan bir faktördür. Ardından ikinci sırada en fazla öne çıkan temel değerler *kendini yönetme* ve *güç* (%17) olmuş, sonra da sırasıyla *başarı* (%15) ve *güvenlik* (%13) değerleri gelmiştir. Söylemlerde birbiriyle çatışan değerler ardı ardına gelmiştir. Yani insanların kendi görelî başarı ve çıkarlarını aşmayı, diğerlerinin refahını artırmayı ön planda tutan *yardımsızlık* değeri ile diğerleri üzerinde hakimiyet kurma çabasını öne çıkaran *güç* değeri çatışan boyutlar olarak bir araya gelmiştir (Schwartz, 1992:44). Bu noktada Schwartz'ın değer bölümlenmelerinin neden önemli ve gerekli olduğu yönündeki görüşlerini hatırlamak yararlı olacaktır.

Schwartz (1992:45) değer çemberindeki motivasyonların bir süreklilik içinde olduğu, yani bir motivasyon türünün bittiği yerde diğerinin başladığı görüşündedir. Değerleri ayıran bölüm çizgilerinin keyfi olduğunu belirten Schwartz ancak değerleri bu şekilde sınıflandırmanın, değerleri bütünlüklü şekilde anlamak ve yorumlamak açısından önemli ve gerekli olduğunu vurgulamıştır. Ayrım çizgisinin yakınında bulunan değerlerin (*güç*, *güvenlik* gibi) yani birbirine bitişik olan değerlerin motivasyonel hedeflerdeki birlikteliği ve uyumu, değerler arasındaki mesafenin ise çatışmayı (*güç* ve *evrenselcilik* değerleri arasındaki ilişki) ifade ettiğini belirtir. Özetle, Schwartz değerlerin yerinin değer türleri arasındaki motivasyonel farklılığı görmemizi kolaylaştırdığı görüşündedir. Bu bilgiden hareketle elde edilen veriler yorumlandığında, motivasyonel farklılıkları fazla olan değerlerin bir arada kullanılması değerlerin popülist bir mantıkla kullanıldığı yorumunu güçlendirmektedir.

12 Haziran 2011 seçiminin üst düzey değerler açısından analizi yapıldığında, incelenen 2002 ve 2007 seçimlerinden farklı olarak temelde başkalarını geliştirme ve bencil çıkarları aşma motivasyonundan beslenen *kendini aşmışlık* boyutunun değer hiyerarşisinin ilk sırasında yer aldığı tespit edilmiştir.



Şekil 9. 2011 seçiminde siyasal söylemlerde en fazla atıf yapılan üst düzey değerler

Siyasal aktörlerin gazetelere yansıyan söylemleri üst düzey değer boyutları açısından değerlendirildiğinde diğer seçimlerle benzer şekilde *kendini aşmışlık* (%32) ve *kendini geliştirme* (%31) ya da *değişime açıklık* (%19) ve *koruma* (%18) gibi çatışan değerlerin, değer öncelikleri sıralamasında yan yana geldiği saptanmıştır.

3.1.3.1 Siyasal Aktörlerin 2011 Seçiminde Benzeşen ve Farklılaşan Değer Öncelikleri

12 Haziran 2011 seçimine katılan AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin söylemlerindeki değersel benzerlik ve farklılıklara yönelik analizler sonucunda aşağıdaki tablo ortaya çıkmıştır.

Tablo 7. 12 Haziran 2011 seçiminde AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları 10 alt ve temel değer

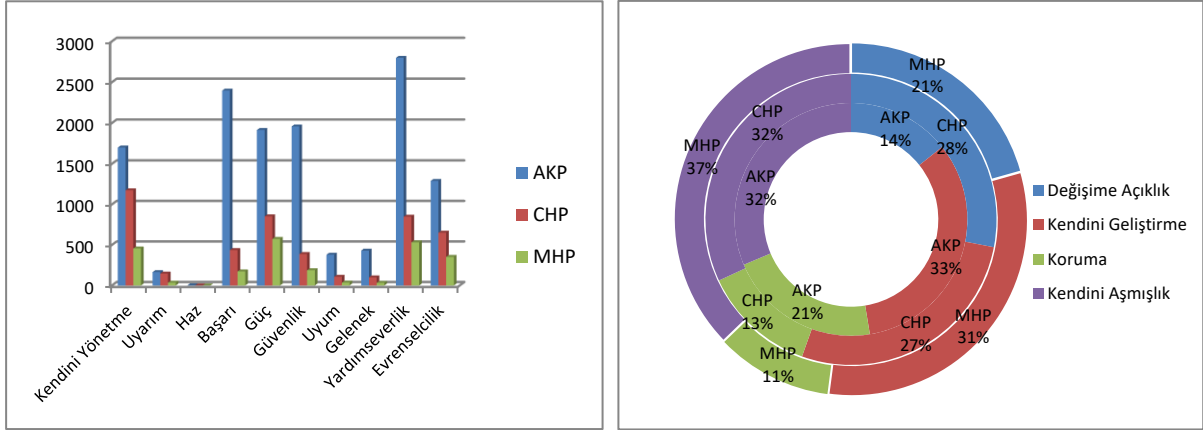
AKP	Yüzde	CHP	Yüzde	MHP	Yüzde
Başarı Başarılı Olmak	%12,2	Kendini yönetme Kendi amaçlarını belirlemek	%18	Kendini yönetme Kendi amaçlarını belirlemek	%13,1
Yardımseverlik Dürüstlük	%11,8	Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%8,2	Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%12
Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%6,4	Yardımseverlik Dürüstlük	%8	Yardımseverlik Dürüstlük	%9
Kendini yönetme Kendi amaçlarını belirlemek	%5,8	Güç Kamusal imajı korumak	%7,6	Güç Sosyal güç	%7,9
Güvenlik Aidiyet hissi	%5	Başarı Başarılı olmak	%7,2	Güç Kamusal imajı korumak	%7,4
Kendini yönetme Özgürlük	%4,5	Evrenselcilik Eşitlik	%4,3	Başarı Başarılı olmak	%5,4
Güvenlik Sosyal düzen	%4,4	Güç Sosyal tanınma	%4,3	Evrenselcilik Sosyal adalet	%5,4
Güç Sosyal güç	%4	Kendini yönetme Özgürlük	%4,3	Evrenselcilik İç uyum	%4,5
Evrenselcilik İç uyum	%4	Evrenselcilik Sosyal adalet	%3,9	Güç Sosyal tanınma	%4,2
Güvenlik Ulusal güvenlik	%3,8	Güç Sosyal güç	%3,3	Evrenselcilik Eşitlik	%3,9
Toplam	%61,9	Toplam	69,1	Toplam	%72,8

Siyasi partilerin ve aktörlerin söylemlerindeki değer öncelikleri, seçim çalışmalarının çatısının hangi değerler üzerine inşa edildiğini göstermesi açısından önemlidir. 2011 seçiminin, AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin değer anlamında en fazla farklılaştıkları seçim dönemi olduğu tespit edilmiştir. Geçmiş ve gelecek icraatlar arasında bağlantı kuran AKP'li siyasal aktörler, 9 yıllık iktidar döneminde toplumun arzuladığı sonuçları başarmak için gerekeni yapma becerilerine referansla *başarı, dürüstlük ve sorumluluk üzerine* bir söylem inşa etmişlerdir. İktidar partisi olarak icraatlarına vurgu yapan ve geçmişteki başarıları üzerinden geleceğe vaatte bulunan AKP, bu söylemiyle kitleler üzerinde halka hizmet konusunda projeleri olan bir iktidar izlenimi yaratmaya çalışmıştır.

Başarılı bir iktidar kavramından ne anlaşıldığını anlatmanın bir yolu da başarısız rakipleri eleştirmekten geçmektedir. Bu çerçevede CHP'li siyasal aktörler, toplumsal sorunların tespiti ve çözüm yollarına ilişkin önerilerini sıralayarak kendilerini anlatmışlar ve iktidar olmaları durumunda nasıl bir politika uygulayacaklarına odaklanmışlardır. Bunun sonucundaysa CHP'li siyasal aktörler *kendi amaçlarını belirlemek (%18), sorumluluk sahibi olmak (%8,2) ve dürüstlük (%8)* değer öncelikleri üzerinden bir profil çizmeye çalışmışlardır. Bunun ardında yatan nedenlerin başında ise partinin tartışmalı bir süreç sonucunda lider değişikliği yaşamak zorunda kalması ve yeni bir liderle 2011 seçimine girmesi vardır. Böyle bir ortamda CHP, yeni lideri Kemal Kılıçdaroğlu ile birlikte kendisini “Yeni CHP” olarak seçmene anlatmak, politikalarını ve nasıl bir yol izleyeceğini zihinlerde netleştirmek için yoğun bir çaba sarfetmiştir.

MHP'li siyasal aktörler seçim döneminin hemen öncesinde yaşananlar nedeniyle, nasıl bir iktidar olacaklarına dair vaatleri sıralarken, özellikle *sorumluluk ve dürüstlük* değerlerinden hareketle MHP'yi sosyal bir *güç* olarak konumlandırmaya çalışmışlardır. Bunun yanında siyasal kararların toplumsal sorumluluk boyutuna dikkat çekilerek, seçmen MHP'de oynanan oyunları fark etmeye ve partiye sahip çıkmaya davet edilmiştir. Bunun siyasal söyleme yansımaları ise *sorumluluk* değerine gönderme yapan söylemlerin ağırlık kazanması şeklinde olmuştur. Sorunları ve yaşananları *sorumluluk ve dürüstlük* bağlamında ele alıp açıklamak, bir yandan kitleler için basit ve tatmin edici cevaplar üretmeye yararırken, diğer yandan rakip partileri *sorumluluk ve başarı* değerleri üzerinden yıpratmaya imkan vermektedir (Köse ve Yılmaz, 2012:289). Buradan hareketle MHP'liler bir yandan politik önceliklerini söylemlerine taşıyarak amaçlarını ortaya koyarken diğer yandan *dürüstlük ve sorumluluk* değerleri üzerinden hem yaşananları hem de sorumlularını eleştiri oklarına tutmuşlardır.

AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin söylemleri temel ve üst düzey değer boyutları açısından incelendiğinde ise partilerin temel değer öncelikleri sırasının farklılaştığı tespit edilmiştir.



Şekil 10. AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer ve üst düzey değer boyutlarının birbirlerine göre oranı

Borg ve arkadaşları (2015) belirli bir değeri, bir kişinin/siyasi görüşün en çok tercih ettiği değer olarak, metaforik biçimde kavramsal bir kolye üzerinde dizilmiş değerlere benzetmektedir. Değerlerin bu diziliminin, değerlerin öncelik sıralamasını bize göstermesi açısından önemli olduğunu belirten araştırmacılar ayrıca en çok tercih edilen değer sırasını bilmenin, en çok tercih edilen değer karşısında hangi değerlerin olduğunu tahmin etmek imkanı vermesi açısından da önemine işaret ederler (Borg vd., 2015). Bunun ardında ise beklenti, güdü ve motivasyonların birbiriyle tutarlı bir şekilde ortaya çıkması ve eylemleri yönlendirmesi konusundaki kabul yatmaktadır. Bu bilgilerden hareketle Türkiye'deki farklı siyasi partilerin öncelik sıralamasını ve bunun karşısında yer alan en az öncelikli değerlerin hangileri olduğunu tespit etmek istediğimizde, bu verilerden bir sonuca ulaşmak mümkün olmamaktadır. Zira partilerin hiyerarşik değer öncelikleri birbiriyle uyumlu bitişik değerlerden değil çatışan karşıt değerlerin yan yana gelmesiyle oluşmaktadır.

Örneğin AKP'li siyasal aktörlerin temel değer önceliklerinde insanların bencil ilgilerini aşmayı ve diğer insanların refahını artırmayı ön plana çıkaran *yardımseverlik* (%22) temel değeri ilk sırada iken, ikinci sırada *yardımseverlik* değerinin karşıt boyutunda yer alan ve insanları kendi kişisel çıkarlarını artırmak (bu diğerlerinin çıkarına mal olsa da) için motive eden *başarı* (%18) değeri yer almıştır. Bir eylem ve söylem bütünlüğüne imkan vermeyen bu çatışan değerlerin yanyanalığı, öncelikli değerler karşısında hangi değerlerin yer aldığını tahmin etmeyi de zorlaştırmaktadır. Öncelikler sıralamasında üçüncü sırada yer alan ve yüzde 15'lik bir paya sahip olan *güvenlik* ve *güç* değerleri ise *başarı* değerinin bitişik değerleri olarak birbiriyle uyumludur.

CHP'li siyasal aktörlerin söylemleri analiz edildiğinde, değer önceliklerinin *kendini yönetme* (%25), *güç* ve *yardımseverlik* (%18) ve *evrenselcilik* (%14) olarak sıralandığı tespit edilmiştir. Sosyal üstünlük, saygı ve hakimiyeti vurgulayan *güç* değerinin peşinden gitmek, çevremizdeki insanların refahını korumak ve artırmak için kendi bencil çıkarlarını aşmayı vurgulayan *yardımseverlik* değerinden uzaklaştırır. Dolayısıyla bir değere uygun hareket

etmenin çatışan değeri ihlal etmeyi beraberinde getirmesi nedeniyle, çatışan iki değer aynı önceliğe sahip olması bir tutarsızlığa yol açmaktadır.

Benzer bir durumla MHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde de karşılaşılmıştır. MHP'li siyasal aktörlerin 2011 seçim söylemleri temel değer önceliklerinde ilk sırada *güç* (%24) yer alırken hemen ardından *yardıms severlik* (%22) değeriyle karşılaşılmıştır. Ardından sırayla *kendini yönetme* (%19) ve *evrenselcilik* (%15) değerleri gelmiştir. Farklı motivasyonlardan beslenen karşıt değerlerin önem sıralamasında yanyana gelmesi, bir değere ulaşmayı kolaylaştıran eylemin öncelikli bir diğer değerden olabildiğince uzaklaştırması açısından önemlidir. Bu durumu aşmanın yolu ise Müller'in (2017:30) deyimiyle popülizm yoluyla hemen herkese hitap eden siyasal parti profiline sahip olmaktan geçmektedir.

2011 seçimlerinde egemen olan söylemler üst düzey değer boyutları açısından yorumlandığında, AKP'nin *kendini geliştirme* boyutunu, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin ise insanlığın ortak refahını artırmaya vurgu yapan *kendini aşmışlık* boyutunu değer önceliklerinde ilk sıraya yerleştirdikleri görülmüştür. AKP'li siyasal aktörler *başarı* ve *güç* temel değerlerinden oluşan *kendini geliştirme* boyutunun hemen ardından *kendini aşmışlık* (%32) değerine yer vererek, aslında karşıt motivasyonlardan beslenen iki değer boyutunu öncelikler sıralamasında yan yana getirmiştir.

CHP'li siyasal aktörler *yardıms severlik* ve *dürüstlük* temel değerlerinden oluşan *kendini aşmışlık* boyutuyla uyum içindeki *değişime açıklık* (%28) ve sonrasında da *kendini geliştirme* (%27) ve *koruma* (%13) boyutlarını değer önceliklerine yerleştirmiştir. Bu verilerden hareketle CHP'li siyasal aktörlerin 2011 seçim söylemlerinde benzer algılara, tercihlere ve davranışlara rehberlik eden uyumluluk içindeki üst düzey değerleri öncelikler sıralamasına yerleştirdiği saptanmıştır.

MHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde yüzde 37'lik ağırlığa sahip olan *kendini aşmışlık* değerinin ardından sırasıyla bu değerle çatışma içindeki *kendini geliştirme* (%31) ve sonrasında *değişime açıklık* (%21) ve *koruma* (%11) üst düzey değerleri gelmiştir. Aynı eylemler ve tutumlar yoluyla ulaşılması mümkün olmayan hedefleri değer öncelikleri sıralamasında yanyana getirmesi nedeniyle MHP'li siyasal aktörlerin de popülist bir yaklaşımla değerleri söylemlerine taşıdıklarını söylemek mümkündür.

3.1.4 2000 Sonrası Türkiye Siyasetinin Hiyerarşik Değer Öncelikleri

Araştırma kapsamında incelenen 2002, 2007 ve 2011 seçim dönemlerine ilişkin bu dönemsel değerlendirmelerin ardından her üç seçim döneminin birlikte ortaya koyduğu tabloya bakmak önemlidir. Böylece dönem siyaseti değiştikçe siyasette geçerli olan değerlerin ne oranda farklılaştığını ya da benzeştiğini karşılaştırmalı olarak görmek imkanına kavuşmuş oluruz. Bu çerçevede söylemleri analiz edilen siyasal aktörlerin her üç seçim

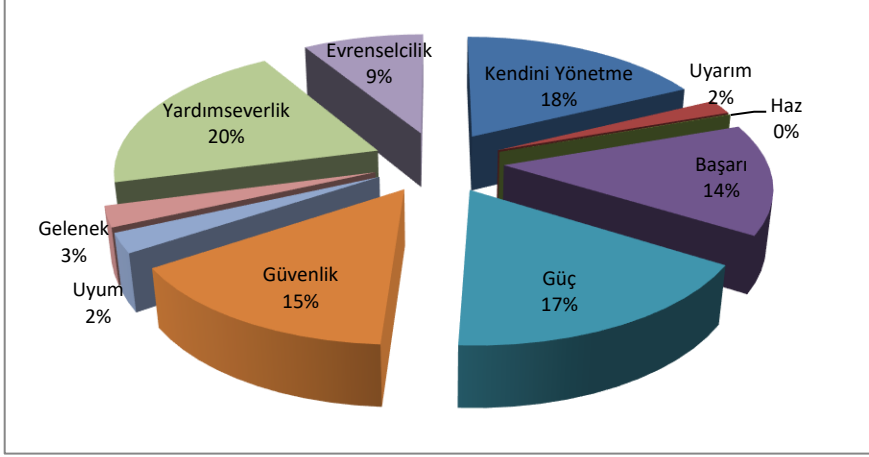
döneminde toplamda en fazla atıf yaptıkları değer öncelikleri tablosu aşağıdaki gibidir. Bu 10 alt değer, siyasal söylemde karşımıza çıkan değerlerin yüzde 64,9'unu oluşturması açısından önemlidir.

Tablo 8. 3 Kasım 2002, 22 Temmuz 2007 ve 12 Haziran 2011 seçimlerinde siyasal aktörlerin söylemlerinde toplamda en fazla yer alan ilk 10 alt değer

Üst Düzey değer	Temel değer	Alt değer	Oran
Değişime Açıklık	Kendini yönetme	Kendi amaçlarını belirlemek	%11,4
Kendini Geliştirme	Başarı	Başarılı olmak	%9,8
Kendini Aşma	Yardımselik	Dürüstlük	%9,7
Kendini Aşma	Yardımselik	Sorumluluk sahibi olmak	%8,7
Kendini Geliştirme	Güç	Kamusal imajı korumak	%4,9
Koruma	Güvenlik	Sosyal düzen	%4,4
Koruma	Güvenlik	Ulusal güvenlik	%4,2
Kendini Geliştirme	Güç	Sosyal güç	%4,1
Kendini Geliştirme	Güç	Sosyal tanınma	%4,1
Değişime Açıklık	Kendini yönetme	Özgürlük	%3,6
Toplam			%64,9

Toplumsal yaşamda kaynakların üretimi, dağıtımı ve kullanımı ile ilişkili bir kavram olarak siyaset, “arzulan/beklenen sonuçları başarmak için gerekeni yapma becerisi” anlamında iktidar kavramı ile yakından ilişkilidir (Heywood, 2015:64). Bu bağlamda siyasal partiler, seçim sürecinde iktidar olmaları durumunda bu kaynakları nasıl üretecekleri, dağıtacakları ve kullanacaklarına dair plan ve projeleri üzerinden kendilerini anlatma yarışına girerler. Toplumun beklediği/arzuladığı sonuçlara ulaşmak için gerekeni yapma becerisine sahip oldukları konusunda seçmeni ikna etmek için; kendilerini ve amaçlarını doğru anlatmak, hedefleri ve bunları nasıl gerçekleştirecekleri konusunda gerçekçi plan ve programlarla seçimde güven oluşturmak ve başarılı olacaklarına inandırmak büyük önem taşımaktadır. Bunun sonucunda ise *kendi amaçlarını belirlemek*, *başarı*, *dürüstlük*, *sorumluluk* gibi alt değerler siyasetin en çok başvurduğu değerler haline gelmektedir.

Türkiye'deki siyaset anlayışına ilişkin bütünsel analizler yapmak amacıyla aktörlerin söylemlerine gömülü olan değerler, evrensel insan gereksinimlerini, beklentileri ve motivasyonları açıklamakta kullanılan temel ve üst değer boyutları açısından da değerlendirilmiştir. Bu yönde yapılan analizler sonucunda ise siyasal aktörlerin söylemlerindeki değer önceliklerinin *yardımselik* (%20), *kendini yönetme* (%18), *güç* (%17), *güvenlik* (%15) ve *başarı* (%14) temel değerlerine odaklandığı saptanmıştır.



Şekil 11. 3 Kasım 2002, 22 Temmuz 2007 ve 12 Haziran 2011 seçimlerinde siyasal aktörlerin söylemlerinin öne çıkan değerlerin temel değer boyutlarına dağılımı

Bu sonuçlar, Türkiye siyasal söyleminde *yardımseverlik* (%20) yani yakın çevremizdeki insanların refahını korumak ve artırmak için çalışma güdüsünün temel değer öncelikleri boyutunun ilk sırasında olduğunu göstermektedir. Siyasal söylemlerde *dürüstlük* ve *sorumluluk* değerine vurguyla karşımıza çıkan bu temel boyut, öncelikle iç grubumuz içindekilerin refahını ifade ederken (*dürüstlük, sorumluluk, bağışlayıcılık, yardımsever olmak, sadık olmak*) nadiren daha geniş sosyal gruplara gönderme yapmaktadır (Schwartz, 1992:39; Bardi ve Schwartz, 2003:1208). Bu yönüyle de *evrenselcilik* boyutundan ayrılmaktadır.

Yardımseverlik temel değer boyutunun 2000 sonrası Türkiye siyasetinde öne çıkmasında, 90'lar Türkiye'sinde yaşanan yolsuzluk ve siyasal yozlaşmaların büyük etkisi vardır. 90'ların siyasi, ekonomik, toplumsal mirası, Türkiye toplumunda dürüst, güvenilir ve sorumluluklarını bilen bir iktidar özlemini ve beklentisini artırmıştır. Halkın somut sorunlarından hareket etme ve bu yöndeki beklentilere karşılık verme çabası doğrultusunda siyasal partiler ve aktörler, toplumun değer ve beklentilerini göz önünde bulundurarak söylemlerini şekillendirmektedir. Bu noktada "değer-beklenti teorisi" hem siyasal aktörlerin söylemlerini hem de oy verme davranışını açıklamakta yol göstericidir.

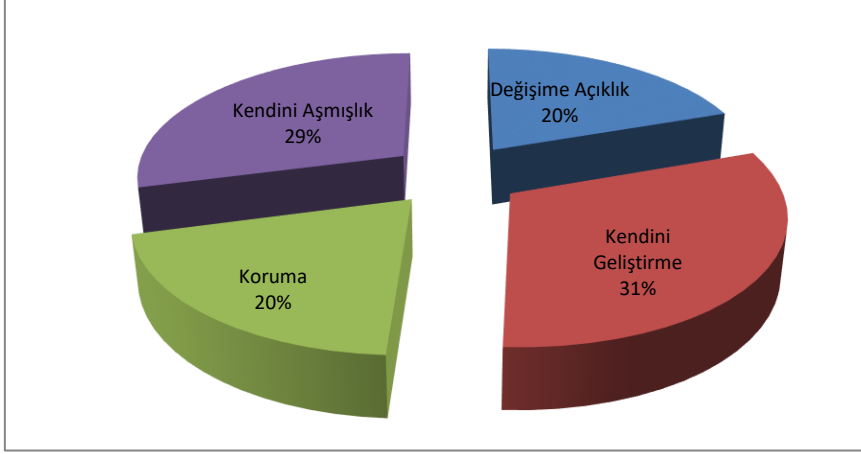
Bu teoriye göre insanlar tercih yaparken zihinlerinde değer ve beklentiler etkileşime girmektedir. Birey, bir amacı gerçekleştirmek ya da sonuca ulaşmak için bu amaç ve sonuçlara bir değer biçerek ve başarıp başaramayacağını hesaplayarak davranışa karar vermektedir. Bu süreçte birey, sadece geçmişte edindiği tecrübelerle ve mevcut bilgisiyle sınırlı bir değerlendirme yapmaz, gelecekte olabilecekleri de hesaba katmaktadır. Nasıl davranırsa, alternatifler arasından hangisini tercih ederse ne tür bir sonuca ulaşacağını, hangi yönde tatmin olacağını kestirmeye çalışmaktadır (Kalender, 2005:27-28). Bireylerin "rasyonel" şekilde karar verdiği düşüncesinden hareket eden bu teori, siyasal aktörlerin hangi değerler üzerinden kendilerini anlatmaya çalıştıklarını ve oy verme davranışını açıklamak

açısından da önemlidir. Nitekim siyasal aktörler niyetleri, eylemleri ve sonuçları arasında bağlantılar kurarak politikalarını seçmenle paylaşmaya ve bu politikaların onların hayatında “neye” denk geldiğini somutlaştırmaya ve toplumdaki beklentileri karşılamak için gerekeni yapma becerisi konusunda seçmeni ikna etmeye özel bir önem vermektedir. Toplumdaki beklentileri karşılamak üzere neler yapılacağı detaylandırılırken *kendini yönetme* temel değerine sıkça başvurulmakta ve söylemler şekillendirilmektedir.

Temel olarak düşünce ve eylemlerinde özgür ve bağımsız olmayı, yeni deneyimler yaşamak için gerekli riskleri almayı ifade eden ve bu yönüyle değişime vurgu yapan *kendini yönetme* (%18) değer boyutu, siyasal söylemde yarınlar için umut yaratacak vaatleri anlatmak için başvuru olan *kendi amaçlarını belirleme* alt değeri ile karşımıza çıkmaktadır (Schwartz, 1992:5-12; Bardi ve Schwartz, 2003:1208). Zira siyaset, insanların günlük dertlerine çare olacak beklentilerine kavuşacaklarına dair umut yaratma işidir. Siyasetçiler, sorunları çözümlerle beklentileri nasıl karşılayacakları anlatırken *kendini yönetme* değer alanına yaslanan söylemlere başvurmaktadır.

Sosyal statü, saygınlık, otorite gibi kriterlerle insanlar ve kaynaklar üzerinde hakimiyet kurmayı ya da kontrol sağlamayı ifade eden *güç* (%17) temel değeri, toplumdaki ilişkilerin hiyerarşik yapısını anlamayı kolaylaştırır. Toplumsal olarak güç kavramının içinin nasıl doldurulduğunu göstermesi açısından önemli olan bu değer (Schwartz, 1992:5-12) siyasette, kişi ya da grubun toplum içindeki güç ve etkisini ifade eden *sosyal güç, zenginlik, otorite, kamusal imaj, sosyal tanınma* ve *sosyal güç* gibi alt değerlerle karşımıza çıkar. *Başarı* (%14) temel değeri ise gerçekleştirilen eylemlerin sosyal standartlara göre değerlendirilmesidir. *Başarılı, hırslı, yetenekli, akıllı, etkili olmak* değerlerinin yer aldığı bu boyuta, siyasette “başarılı bir iktidardan ne beklersiniz?” sorusuna cevap niteliğinde olması açısından sıkça başvurulmaktadır. *Güç* temel değerinin bitişinde yer alan *güvenlik* (%15) temel değeri kişinin kendisinin, ilişkide olduğu diğer insanların ve parçası olduğu toplumun istikrarı, uyumu ve güvenliğini ifade eder. İnsanın en temel ihtiyaçları arasında yer alan ve kolektif beklentilerle de doğrudan ilişkili olan *güvenlik* değerleri (*sosyal düzen, ulusal güvenlik, aile güvenliği*) siyasetin sıkça başvurduğu değerler arasındadır.

Eldeki veriler üst düzey değer boyutu açısından değerlendirildiğinde, 2000’ler Türkiye’sinde siyasal söylemin çatışan değerler üzerinden şekillendirildiği saptanmıştır. Özellikle üst düzey değer hiyerarşisinin ilk sırasında yer alan *kendini geliştirme* (%31) ve karşıt kutbunda yer alan *kendini aşmışlık* (%29) oranlarının birbirine yakınlığı; benzer şekilde *değişime açıklık* (%20) boyutuyla çatışan *koruma* (%20) boyutunun eşit oranda söylemlerde yer alması dikkat çekicidir.



Şekil 12. 2002, 2007 ve 2011 seçimlerinde en fazla atıf yapılan üst düzey değerler

Bu rakamlar farklı ideolojilere sahip siyasal parti ve aktörlerin seçmene yönelik söylemlerinin çoğunlukla *kendini geliştirme* üst düzey değer alanına yaslandığı göstermektedir. Kendi başarısının peşinde olmayı ve diğerleri üzerinde hakimiyet kurmayı ifade eden bu değer boyutu içindeki *başarı* ve *güç*, sosyal üstünlük ve saygıyı vurgulayan temel değerlerdir (Başlevent ve Kirmaoğlu, 2010:3). Bu bağlamda siyasal söylemde özellikle *başarı* ve *güç* değerlerinden hareketle toplumsal bir gelişme vurgusunun öne çıktığı gözlenmektedir. Bu boyutun hem her seçim döneminde hem de üç seçim toplamındaki öncelikler sıralamasında ilklerde yer almasında, *güç* ve *başarı* temel değerlerinin ayrı ayrı siyasette sıkça başvurulan boyutlar olmasının etkisi büyüktür. Diğer temel değerler genelde tek boyutlu bir şekilde ele alınırken (mesela *kendini aşmışlık* boyutu *yardımseverlik* temel değeri, *koruma* boyutu ise *güvenlik* temel değeri üzerinden siyasete yansır) Türkiye’de *güç* ve *başarı* üzerinden bir gelişme ve ilerleme değerlendirmesi yapılması nedeniyle siyasal söylemlerde bu boyut geniş yer tutmaktadır.

Burada ilginç olan nokta değerlerin dairesel yapısı gereği özellikle bir temel değer ile uyumlu bir davranış ya da tutumun ayrıca bitişik değerlerle de (*güvenlik* ve *başarı* gibi) uyumlu olması ama karşıt değerlerle (*evrenselcilik*, *yardımseverlik* ve *kendini yönetme*) çatışma içinde olmasıdır (Barnea ve Schwartz, 1998; Schwartz vd., 2014:904). Bu bağlamda değer hiyerarşisinde *kendini geliştirme* üst düzey değerinin ardından bitişik üst düzey değerler olan *değişime açıklık* ve *koruma* değerlerinin gelmesi, birbiriyle uyumlu motivasyonları dolayısıyla benzer eylemlerle daha kolay ulaşılabilecek hedefleri ifade ederken, analizler bunun tam tersini göstermektedir.

İnsanları kendi kişisel çıkarlarını artırmak (bu diğerlerinin çıkarına mal olsa da) için motive eden *kendini geliştirme* üst düzey değer boyutu karşısında yer alan ve insanların bencil ilgilerini aşmayı, diğer insanların refahını artırmayı önemseyen *kendini aşmışlık* (Schwartz, 1992:44) üst düzey değer boyutu değer hiyerarşinin ikinci sırasındadır. Benzer bir durum *değişime açıklık* ve *koruma* üst düzey değer boyutları için de geçerlidir. Geleneksel

sosyal kurallar ve uyum (*koruma*) karşısında bağımsız düşünce ve eylem arzusuyla (*değişime açıklık*) hareket etmek (Borg vd., 2015). Karşit değerlerin çatışan motivasyonları ifade etmesi ve bu bağlamda bir değere ulaşmayı kolaylaştıran eylemlerin çatışan değerlere ulaşmayı engelleyen yapısı göz önünde tutulduğunda, çatışan değer boyutlarının Türkiye'deki siyasal söyleme egemen olan değer öncelikleri sıralamasında art arda gelmesi ve eşit etkiye sahip olması, çatışma içindeki bu değerlerin popülist bir içeriğe büründürülerek bir araya getirilmesi şeklinde yorumlanabilir. Bu verilerden hareketle ayrıca Türkiye'de siyasal aktörlerin benzer değer boyutlarından hareketle söylemlerini meşrulaştırmaya ve seçmenin beklentilerini karşılayacak ortak değerlere yaslanan söylemlerle seçmeni ikna etmeye çalıştıkları söylenebilir. Çünkü bir toplumda belirli ekonomik, siyasi, kültürel politikaların popülaritesi konusunda uzlaşan geniş seçmen kesimlerinin varlığı (Sayan ve Berument, 1997:172), siyasal söylemin bu popüler siyasal söylem ve değerler etrafında şekillenmesini beraberinde getirmektedir.

3.1.4.1 Siyasal Aktörlerin 2002-2007-2011 Seçimlerinde Benzeşen ve Farklılaşan Değer Öncelikleri

Türkiye'de iktidar ve muhalefet konumundaki siyasi partilerin söylemlerini değerler açısından incelemek ve seçim dönemlerinde değişen ve değişmeden kalan değer repertuarlarını tespit etmek, siyasetin değer hiyerarşisini ortaya koymak açısından önemlidir. Bu çerçevede AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin incelenen üç seçim döneminde en fazla gönderme yaptıkları hiyerarşik değer öncelikleri belirlenmiştir. Bu sayede seçim dönemlerinde partilerin söylemlerinde farklılaşan ve örtüşen değerlerin neler olduğunu görmek ve temel tartışma konuları ve siyasal öncelikler açısından bir durum değerlendirmesi yapmak mümkün olmuştur.

Tablo 9. AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin 2002-2007 ve 2011 seçim söylemlerinde toplamda en fazla atıf yaptığı ilk 10 değer

AKP	Yüzde	CHP	Yüzde	MHP	Yüzde
Başarı Başarılı olmak	%11,3	Kendine yönelme Kendi amaçlarını belirlemek	%14,7	Kendine yönelme Kendi amaçlarını belirlemek	%12,9
Yardımseverlik Dürüstlük	% 9,5	Yardımseverlik Dürüstlük	%9,3	Yardımseverlik Dürüstlük	%9,6
Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%6,1	Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%8,9	Yardımseverlik Sorumluluk sahibi olmak	%8,8
Kendine yönelme Kendi amaçlarını belirlemek	%6	Başarı Başarılı olmak	%8,3	Başarı Başarılı olmak	%7,2
Güç Sosyal güç	%4,7	Güç Kamusal imajı korumak	%5,6	Güvenlik Ulusal güvenlik	%6,7

Kendine yönelme Özgürlük	%4,6	Güç Sosyal Tanınma	%4,4	Güç Kamusal İmajı Korumak	%6
Güvenlik Sosyal düzen	%4,3	Güvenlik Temizlik	%3,8	Güç Sosyal güç	%5,7
Güç Sosyal tanınma	%4,3	Güvenlik Sosyal düzen	%3,6	Güç Sosyal tanınma	%5,5
Güvenlik Aidiyet	%4,1	Güvenlik Ulusal güvenlik	%3,5	Kendine yönelme Bağımsızlık	%3,7
Evrenselcilik İç uyum	%4	Güç Sosyal güç	%3,4	Güvenlik Aidiyet	%3,7
Toplam	%58,9	Toplam	%65,5	Toplam	%69,8

Bugünün dünyasında gelişen teknolojiyle beraber bir yandan istek ve ihtiyaçlar artarken diğer yandan hem bu istek ve ihtiyaçları karşılayacak yeni yol ve yöntemler keşfedilmekte hem de yenileri için kapı aralanmaktadır. Bu koşullarda siyaset, insanların çeşitli ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılama ve insanları bekledikleri, özledikleri ve istedikleri hayata kavuşturacaklarına dair umut yaratma işidir (Köse, 2016b:628). Siyasetçiler ise sorunları nasıl çözecekleri, beklentileri nasıl karşılayacakları ve hangi adımları atacaklarını sıralarken kaçınılmaz olarak *başarı*, *güç*, *sorumluluk* ve *dürüstlük* değer alanına yaslanan söylemlere başvurmaktadır.

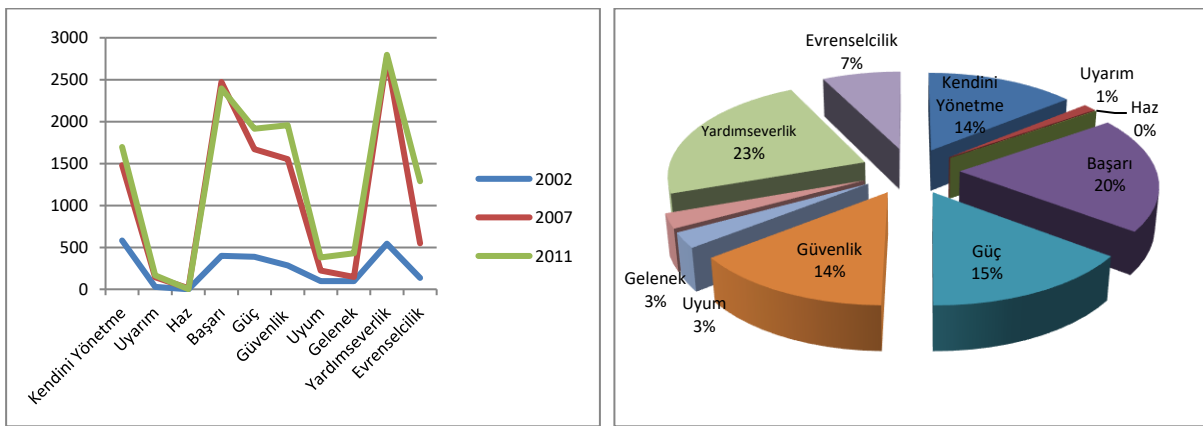
Nitekim tablo incelendiğinde, üç partinin de incelenen üç seçim döneminde toplamda en fazla atıf yaptığı ilk dört değer aynı olduğu, sadece sırasının farklılaştığı görülmektedir. Öyle ki *başarılı olmak*, *kendi amaçlarını belirlemek*, *sorumluluk sahibi olmak* ve *dürüstlük* değerleri her üç partinin ilk dört sıralamasında yer alan ortak değerlerdir. Bu değerlerin söylemlerde başvurulan diğer değerler içindeki oranına bakıldığında, AKP'de yüzde 33,1, CHP'de yüzde 41,3 ve MHP'de yüzde 37,8'lik bir ağırlığa sahip olduğu tespit edilmiştir. Son dönem Türkiye siyasetinde söylemlere gömülü olan değer önceliklerine göre sıralanmış hiyerarşik değer sisteminin, incelenen üç partide de birbirine yakın olması, siyasal söylemin ortak bir siyasal popüler kültürden beslendiğini göstermektedir. Buradan hareketle siyasetçilerin, benzer değer alanına yaslanan söylemlere başvurduklarını, diğer bir deyişle popüler politik kültüre ait değerleri öne çıkardıklarını söylemek mümkündür. Çünkü Taggart'ın (2004:135) yerinde tespitiyle kurumlar karşısındaki kararsız duruşu nedeniyle her ideolojik renkten siyasetçi popülizmi, bir duygu, ton veya üslup olarak kolayca kullanmaktadır.

Siyasal aktörlerin geleceğe dair umut yaratabilecek plan-projelerle ve gerçekleştirilebilir vaatlerle kendilerini ve atacakları adımları anlatmak, bu amaçları gerçekleştirirken topluma karşı sorumluluklarının bilincinde hareket etmek, söylemde ve eylemde dürüst olmak, hesap vermek ve bu yolla amaçlara başarıyla ulaşmak konusunda ortak bir vaat ve değer söyleminden hareket ettikleri gözlenmektedir. Bu noktada toplumun

her kesimine seslenme hedefi güden siyasi partilerin bu ortak değerleri hangi argümanlar ve dilsel taktiklerle seçmeni ikna edecek ve oy verme davranışını etkileyecek hale getirdiği meselesi önem kazanmaktadır. Çünkü her siyasi grup kendini diğerlerinden farklı olarak ortaya koyma ve böyle algılanma çabasıdır (Bilgin, 2005:212). Burada ise dil ve söylem önemli hale gelir. Arslan'ın (2002:93) deyişiyle söylemler ve söylemler arasındaki mücadelenin alanı olarak toplumdaki güç ve iktidar yarışında “kelimeler masum değildir fakat sıfatlar asla”. İşte bu nedenle kelimelere görünen anlamın da ötesinde yüklenen bağlamsal anlamların farkında olmak ya da olumlu durumları anlatmak için başvurulan kalıpların olumsuzluk vurgusunu artırmak için nasıl kullanıldığını fark etmek, diğer bir deyişle “siyasetin dil oyunlarını” keşfe çıkmak önemlidir. Bu noktada temel ve üst düzey değerler, bütünsel analizler yapmak açısından büyük imkanlar sunmaktadır.

3.1.4.1.1 AKP'li Siyasal Aktörlerin Söylemlerinde Değişen/Değişmeyen Değer Öncelikleri

Bir yarış olarak nitelendirebileceğimiz seçimlerde, siyasi aktörlerin hangi değerleri ne sıklıkta kullandığını, bu değerlerin birbirleriyle nasıl ilişkilendirilerek sunulduğunu, neye karşı neyi konumlandıklarını, farklı seçim dönemlerinde bu değer önceliklerinde yaşanan değişimleri tespit etmek o partiye ilişkin bir değer haritası çıkarma imkanı verir (Köse, 2016a; Köse, 2016b:621). AKP'li siyasi aktörlerin söylemleri bu açıdan incelendiğinde kendi yaptıkları ve yapacaklarını anlatmak açısından geniş imkanlar sunan hem de rakibi eleştirme imkanı veren *başarılı olmak, kendi amaçlarını belirlemek, dürüstlük ve sorumluluk sahibi olmak* değerlerinden oluşan bir sıralamayla karşılaşılmıştır. Bu alt değerlerin hangi temel ve üst düzey değer boyutlarında toplandığı incelendiğinde aşağıdaki tablo görülmektedir.

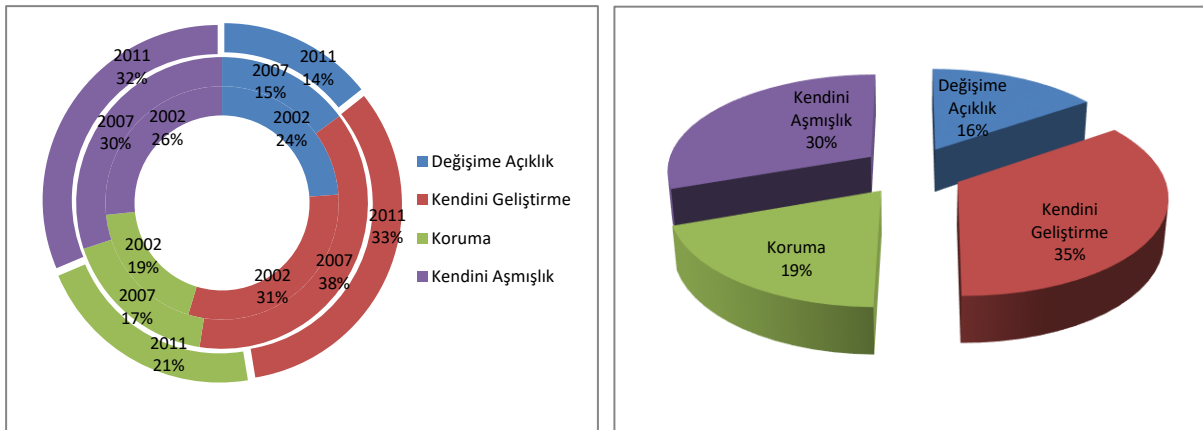


Şekil 13. AKP'li siyasi aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı

AKP'li siyasi aktörlerin partilerinin iktidarla tanıştığı 2002 seçimi ve sonrasında iktidarını güçlendirerek devam ettirdiği 2007 ve 2011 seçimlerinde en fazla atıf yaptığı temel değerler incelendiğinde, benzer değer alanlarına yaslanan söylemlere başvurdukları

görülmüştür. Bu temel değerler *yardımseverlik*, *başarı*, *güç*, *güvenlik* ve *kendini yönetme* olarak sıralanmaktadır. Özellikle *dürüstlük* ve *sorumluluk sahibi olmak* alt değerlerinin yer aldığı *yardımseverlik* temel değerinin peşinden gitmek ve bu değer boyutuna dayanan motivasyonlarla hareket etmek, kendi görelî başarısı ve çıkarlarını artırmak için motive eden başarı değerinden uzaklaşmayı beraberinde getirir. Bunun yanı sıra *başarı*, *güç* ve *güvenlik* değerleri, belirsizliklerin getirdiği tehditleri, ilişki ve kaynakları kontrol altında tutarak aşmaya ve böylece kendi başarı ve çıkarını artırmaya motive eden değerler olarak birbiriyle uyumludur. Yani bu değerlerin biraradalığının getirdiği içsel tutarlılık, karar vermeyi kolaylaştıran ve aynı eylemler yoluyla ulaşmanın mümkün olduğu hedeflere işaret ederken, çatışan değerlerin öncelikler sıralamasında yanyana gelmesi, içsel çatışmalar ve karar vermekte zorluklar üretme potansiyeline sahiptir.

AKP'li siyasal aktörlerin söylemlerinin üst düzey değer boyutları açısından analizi yapıldığında, değer önceliklerinin birbiriyle çatışan üst düzey değerlerden oluştuğu saptanmıştır. *Başarı* ve *güç* değerlerinin yer aldığı *kendini geliştirme* boyutu değer önceliklerinin ilk sırasında yer alırken, ikinci sırada *kendini aşmışlık* boyutu yer almaktadır.



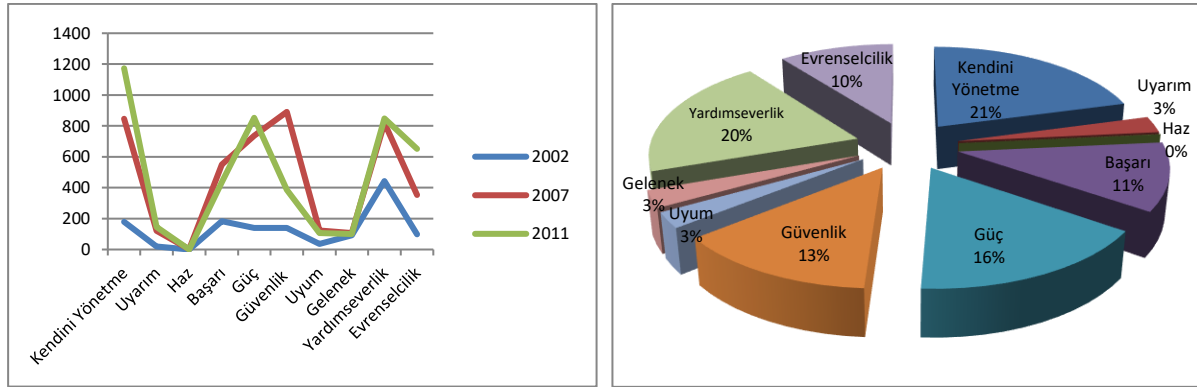
Şekil 14. AKP'li siyasal aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı

AKP'li siyasal aktörler 2002, 2007 ve 2011 seçimlerinin hepsinde de hiyerarşik değer önceliklerinde birinci sıraya *kendini geliştirme* üst düzey boyutunu yerleştirerek istikrarlı bir duruş sergilemişlerdir. Öncelikler sıralamasının ikinci basamağında ise yine *kendini aşmışlık* boyutuna vurgu yaparak kendi içinde tutarlı ancak Schwartz Değer Ölçeği'nin döngüsel mantığı çerçevesinde tutarsız bir tutum sergilemişlerdir. Her üç seçim dönemi ve öncelikler sıralamasındaki bu tutarlılık, bu seçim döneminde en fazla önce çıkarılan boyutların da benzer şekilde ortaya çıkmasına neden olmuştur. Schwartz'ın değer ölçeğinin döngüsel yapısı nedeniyle *evrenselcilik* ve *yardımseverlik* temel değerleri *başarı* ve *güç* temel değerlerine karşıdır, dolayısıyla da *kendini geliştirme* üst düzey değer boyutu *kendini aşma* boyutuyla çatışma içindedir. Bireycilik boyutunda yer alan ve kendine odaklanma ile kendini

aşmayı öğütleyen değerler arasındaki ikilem ise popülist mantık potasında kolayca biraraya getirilmektedir.

3.1.4.1.2. CHP'li Siyasal Aktörlerin Söylemlerinde Değişen/Değişmeyen Değer Öncelikleri

Cumhuriyet Türkiye'sinin ilk siyasi partisi olan CHP, öncesinde olduğu gibi 2000 sonrasında da siyaset sahnesinin önemli bir aktörü konumundadır. 2000 sonrasında ana muhalefet partisi olarak siyasetin önemli bir belirleyicisi olan CHP'nin 2002, 2007 ve 2011 seçim dönemlerinde hangi değer alanına yaslanan söylemelere başvurduğunu incelemek, dönem siyasetini açıklayabilmek açısından önemlidir. Bu kapsamda yapılan analizler sonucunda, üç seçim döneminde en fazla atıf yapılan değerlerin *kendi amaçlarını belirlemek, dürüstlük, sorumluluk sahibi olmak ve başarılı olmak* şeklinde sıralanması nedeniyle CHP'li siyasal aktörlerin de popüler siyasal söylemin dışına çıkamadıkları ve benzer bir değer hiyerarşisine sahip oldukları tespit edilmiştir.

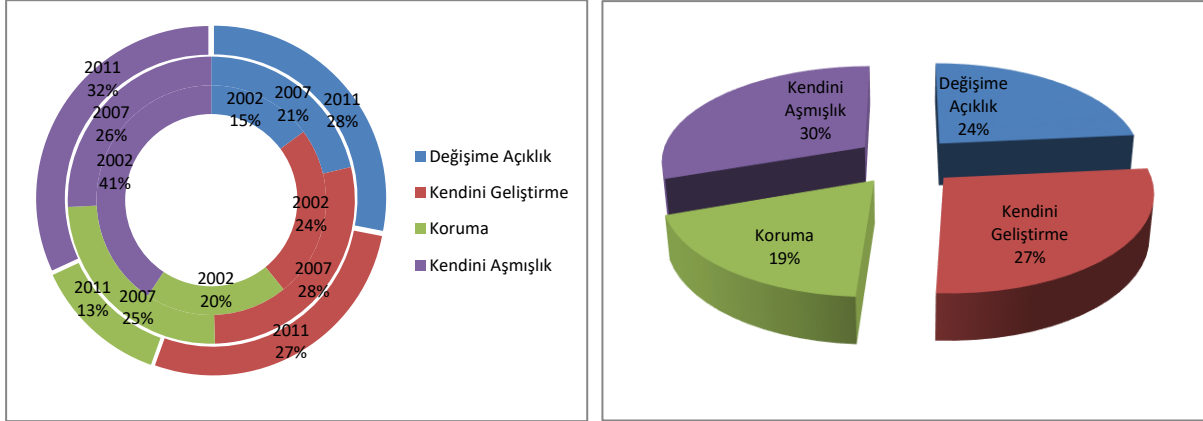


Şekil 15. CHP'li siyasal aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı

Öncelikle yıllara göre değişim grafiğinin de ortaya koyduğu gibi, CHP'li siyasal aktörler her üç seçim döneminde hiyerarşik değer önceliklerinin ilk sırasına farklı değerleri yerleştirmiştir. 2002 seçiminde dönemin özelliklerinden hareketle *dürüstlük* ve *sorumluluk* alt değerine yapılan yoğun vurgu nedeniyle *yardımsızlık* temel değerini öne çıkaran CHP'liler, 2007 seçiminde *güvenlik* değerini, 2011'de ise *kendini yönetme* değerini ilk sıraya yerleştirmişlerdir. Benzer bir durum değer önceliklerinin ikinci sırası için de geçerlidir. 2002 seçiminde *başarı* değeri öncelikler sıralamasında ikinci sırada yer alırken, 2007'de *kendini yönetme* ve 2011'de *güç* temel değeri öne çıkan değerler olmuştur.

CHP'li siyasal aktörlerin her üç seçim döneminde toplamda en fazla hangi değerler etrafında bir öncelik sıralamasıyla halka seslendikleri incelediğinde yeni deneyimlere açıklığı ve bu uğurda eylemlerinde özgür ve bağımsız olmayı ifade eden *kendini yönetme* temel değeri ile karşılaşmıştır. Bu çerçevede CHP'liler arzulanan sonuçlara ulaşmak için gerekeni

yapma becerisine sahip oldukları konusunda seçmeni ikna etmek için, kendilerini ve amaçlarını doğru anlatmak, hedefleri ve bunları nasıl gerçekleştirecekleri konusunda gerçekçi plan ve programlarla seçimde güven oluşturmak ve başarılı olacaklarına inandırmak konusunda büyük çaba sarf etmişlerdir. Ardından öne çıkarılan temel değer boyutları ise *yardımseverlik*, *güç* ve *güvenlik* olarak sıralanmaktadır. Üst düzey değer boyutları açısından bir değerlendirme yapıldığında ise değer önceliklerinin AKP ile benzer şekilde çatışan değer boyutlarının yanyana gelmesiyle oluştuğu görülmüştür.



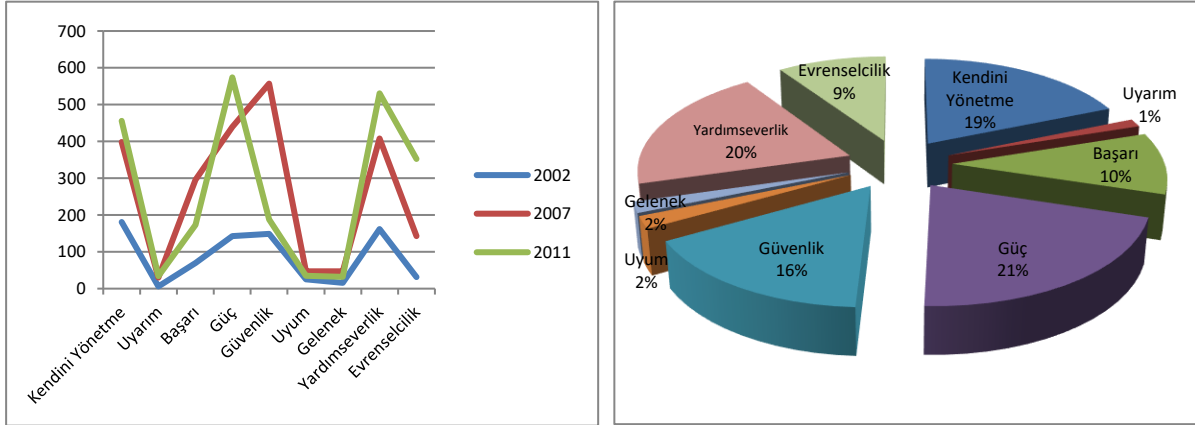
Şekil 16. CHP'li siyasal aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı

CHP'li siyasal aktörlerin 2002 ve 2011 söylemlerinde *kendini aşmışlık*, 2007'de ise *kendini geliştirme* üst düzey değer boyutu öncelikler sıralamasında başta yer almıştır. Öncelikler sıralamasının ikinci sırasında yer alan boyutlar ise 2002'de *kendini geliştirme*, 2007'de *kendini aşmışlık* ve 2011'de *değişime açıklık* boyutlarıdır. Bu açıdan 2002 ve 2007 seçimlerinde çatışan değerler üzerinden bir öncelik sıralaması ortaya koyan CHP'li siyasal aktörler, 2011 seçimlerinde uyum içindeki değerleri öncelikli değerler olarak söylemlerine taşımışlardır.

Üç seçim dönemi toplamı üst düzey değerler açısından incelendiğinde, CHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde, birlikte yaşadığımız insanların refahını korumak ve artırmayı ön planda tutan *yardımseverlik* temel değerinden hareketle *kendini aşmışlık* değer boyutu öne çıkarken, ardından gelen değer ise karşıtında yer alan *kendini geliştirme* değeri olmuştur. Değer öncelikleri sıralamasında sosyal odakta yer alan *kendini aşmışlık* değerinin hemen ardından bireyci odaktaki *kendini geliştirme* boyutunun yer alması, benzer eylemler yoluyla ulaşılamayacak iki karşıt hedefe işaret etmektedir.

3.1.4.1.3. MHP'li Siyasal Aktörlerin Söylemlerinde Değişen/Değişmeyen Değer Öncelikleri

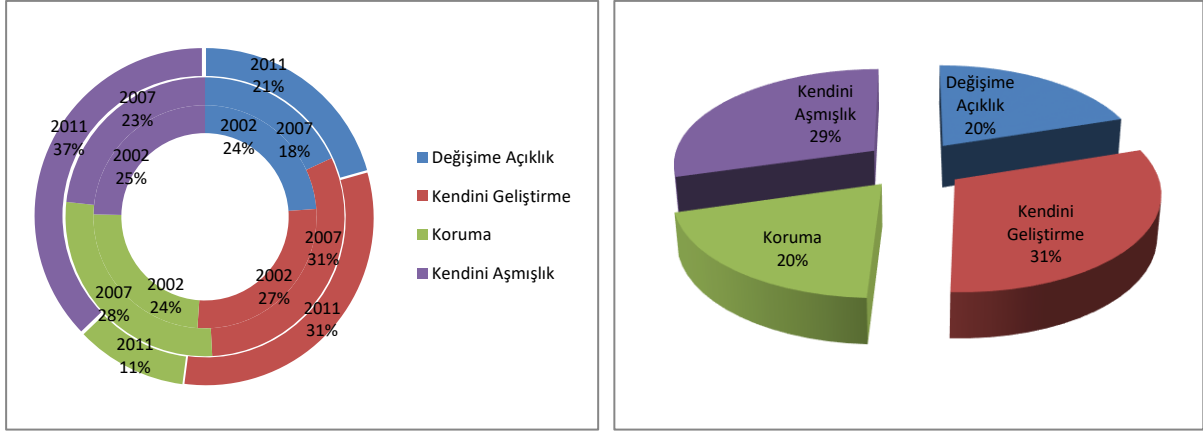
2000'ler Türkiye siyasetinde etkili olan partilerden bir diğeri olan MHP'ye mensup siyasal aktörlerin söylemleri incelendiğinde, üç seçim döneminde en fazla vurgulanan değerlerin diğer partilerle benzerlik gösterdiği saptanmıştır; *kendi amaçlarını belirleme, dürüstlük, sorumluluk sahibi olmak, başarılı olmak.*



Şekil 17. MHP'li siyasal aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı

Yıllara göre temel değerler değişim grafiği, MHP'li siyasal aktörlerin her üç seçim döneminde de değer önceliklerinin farklılaştığını göstermektedir. 2002 seçimlerinde öncelik sıralamasının ilk basamağına *kendini yönetme* temel değerini yerleştiren MHP'li siyasal aktörler, 2007'de *güvenlik* ve 2011'de *güç* değeri üzerinden bir önemlilik sıralaması yapmıştır. Değer öncelikleri sıralamasının ilk sırasına konjonktürel olarak farklı değerleri yerleştiren MHP'li siyasal aktörlerin ikinci sırada öne çıkardıkları değer ise 2002 ve 2011 seçiminde *yardımseverlik*, 2007 seçiminde *güç* değeri olmuştur.

Üç seçim dönemi toplamında söylemlerin hangi temel değerler etrafında şekillendirildiği incelendiğinde ise, birbirinden farklı motivasyonlardan kaynaklanan ve dolayısıyla farklı hedeflere ulaştıran *güç* ve *yardımseverlik* değerlerinin değer önceliklerinde ilk iki sırada yer aldığı saptanmıştır. Ardından gelen *kendini yönetme* değeri *yardımseverlikle* uyum içinde olmakla birlikte, değer önceliklerinin *kendini yönetme* ile çatışan *güvenlik* değeriyle devam etmesi MHP'li siyasal aktörlerin söylem önceliklerinin, birbiriyle uyum içindeki değerlerden ziyade çatışma içindeki karşıt değerler üzerine kurulduğunu göstermektedir. Peki üst düzey değerler açısından durum nasıldır?



Şekil 18. MHP'li siyasal aktörlerin 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemlerinde öne çıkan temel değer boyutlarının yıllara göre dağılımı ve üç seçim dönemi toplamının oranı

MHP'li siyasal aktörlerin söylemlerinde 2002 ve 2007 seçimlerinde üst düzey değer hiyerarşisinin ilk sırasında *kendini geliştirme* boyutu yer alırken 2011 seçiminde *kendini aşmışlık* boyutu ilk sıraya yerleşmiştir. Değer önceliklerinin ikinci sırasında 2002'de kendini geliştirme ile çatışan boyut olan *kendini aşmışlık* yer alırken, 2011'de tam tersi geçerlidir. Yani *kendini aşmışlığın* ardından *kendini geliştirme* en fazla yer verilen ikinci değer olmuştur. 2007 seçimlerinde ise MHP'nin birbiriyle uyum içindeki değerleri öncelikli değerler olarak öne çıkardığı tespit edilmiştir.

İncelenen üç seçim döneminde toplamda en fazla başvurulan üst düzey değerler analiz edildiğinde değer önceliklerinin birbiriyle çatışan değerlerden oluştuğu saptanmıştır. *Kendini geliştirme* değerine en fazla atıf yapan MHP'li siyasal aktörlerin hemen ardından başvurdukları boyut ise *kendini aşmışlık* olmuştur, tıpkı "ama" ile başlayan cümlelerin önceki cümlelerin etkisini azalması gibi burada da gelişme motivasyonuna aşkınlık üzerinden sınır çekilmektedir. Bunun yanında yine karşıt boyutlar olan *koruma* ve *değişime açıklık* da aynı oranda söylemlerde yer bulan değerlerdir. Çatışma içindeki değer boyutlarının öncelikler sıralamasında yanyana dizilmesi nedeniyle MHP'li siyasal aktörlerin de ortak popüler politik kültürden beslenen popülist bir söylemle seçmeni ikna etmeye çalıştıkları saptanmıştır.

3.1.5 Sonuç ve Değerlendirme

3 Kasım 2002, 22 Temmuz 2007 ve 12 Haziran 2011 milletvekili genel seçimlerinin incelendiği bu araştırma kapsamında farklı siyasal aktörlerin konuşmalarının yer aldığı 450 günlük gazete ve 2089 sayfa haber incelenmiştir. Tüm bu analizler sonucunda siyasal aktörlerin konuşmalarında 46.489 değer gömülü olduğu tespit edilmiştir. Bu değerlerin seçim dönemleri ve siyasal aktörler bazında değerlendirilmesi ile şu sonuçlara ulaşılmıştır.

2002 seçim döneminin alt değerlere göre hiyerarşik değer önceliklerinde *kendi amaçlarını belirlemek*, *dürüstlük*, *sorumluluk sahibi olmak* ve *başarılı olmak* değerleri yer almıştır. Temel değerlere bakıldığında ise *yardımsızlık*, *kendini yönetme*, *başarı*, *güç* ve

güvenlik boyutlarından oluşan bir öncelik sıralamasıyla karşılaşmıştır. Üst düzey değer boyutları açısından yapılan analiz sonucunda, *kendini aşmışlık* ve *kendini geliştirme* gibi aynı eylemlerle ulaşılması mümkün olmayan hedeflerin öncelik sıralamasında yanyana geldiği saptanmıştır.

2007 seçim dönemi alt değerler açısından incelendiğinde ilk sırada *kendi amaçlarını belirlemek* değeri yer alırken ardından sırasıyla *başarılı olmak*, *sorumluluk sahibi olmak* ve *dürüstlük* değerleri gelmektedir. Temel değerlerde ise sıralama *yardıms severlik*, *güvenlik*, *kendini yönetme*, *güç* ve *başarı* şeklindedir. Üst düzey boyutlara baktığımızda *kendini geliştirme*, *kendini aşmışlık*, *koruma* ve *değişime açıklık* art arda sıralanmaktadır.

2011 verileri değerlendirildiğinde *dürüstlük*, *başarılı olmak*, *kendi amaçlarını belirlemek* ve *sorumluluk sahibi olmak* değerleri ile karşılaşmıştır. Temel değer sıralaması ise *yardıms severlik*, *güç*, *kendini yönetme*, *başarı* ve *güvenlik* şeklindedir. Üst düzey boyutlarda ise öncelikler sıralaması *kendini aşmışlık*, *kendini geliştirme*, *değişime açıklık* ve *koruma* olarak şekillenmiştir.

Tüm bu verilerden hareketle 2002, 2007 ve 2011 seçim dönemleri toplamına ilişkin bir değerlendirme yapıldığında, her üç seçim döneminin değişmeyen alt değerleri *kendi amaçlarını belirlemek*, *başarılı olmak*, *dürüstlük* ve *sorumluluk sahibi olmak* değerlerinin söylemlerdeki ağırlığı görülmektedir. Nitekim temel değer boyutları açısından da durum farklı değildir. Öncelikler sıralaması *yardıms severlik*, *kendini yönetme*, *güç*, *güvenlik* ve *başarı* olarak sıralanmıştır. Bunun üst boyutlar açısından karşılığı ise *kendini geliştirme*, *kendini aşmışlık*, *değişime açıklık* ve *koruma* şeklindedir. Buradan hareketle Türkiye toplumunun siyasal kültürünün bütünleştirici popüler politik değerlerini paylaşmak, güçlendirmek, yaygınlaştırmak konusunda farklı siyasal düşüncedeki aktörlerin benzer bir tutum sergiledikleri görülmektedir.

Peki partiler açısından durum nasıldır?

İncelenen üç seçim döneminin en etkili partileri olarak araştırmaya dahil edilen AKP, CHP ve MHP'li siyasal aktörlerin her üç seçim döneminde toplamda en fazla atıf yaptıkları ilk dört alt değer sırası farklılaşmakla birlikte değişmemiştir. AKP'li siyasal aktörler *başarılı olmak*, *kendi amaçlarını belirlemek*, *dürüstlük* ve *sorumluluk sahibi olmak*, CHP'li ve MHP'li siyasal aktörler ise *kendi amaçlarını belirlemek*, *dürüstlük*, *sorumluluk sahibi olmak* ve *başarılı olmak* değerlerini öncelikler sıralamasında ilk dörde yerleştirmiştir.

Temel değerler açısından incelendiğinde AKP'li siyasal aktörlerin *yardıms severlik*, *başarı*, *güç*, *kendini yönetme* ve *güvenlik* şeklindeki öncelikler sıralaması karşısında CHP'li siyasal aktörlerin *kendini yönetme*, *yardıms severlik*, *güç*, *güvenlik* ve *başarı* temel değerlerini, MHP'li siyasal aktörlerin ise *güç*, *yardıms severlik*, *kendini yönetme*, *güvenlik* ve *başarı* boyutlarını öne çıkardıkları tespit edilmiştir.

Üst düzey değerler açısından bakıldığında ise, AKP'li ve MHP'li siyasal aktörlerin *kendini geliştirme, kendini aşmışlık, koruma ve değişime açıklık*; CHP'li siyasal aktörlerin ise *kendini aşmışlık, kendini geliştirme, değişime açıklık ve koruma* boyutlarını öncelikler sıralamasında öne çıkardıkları saptanmıştır. 3 Kasım 2002, 22 Temmuz 2007 ve 12 Haziran 2011 seçimlerinde siyasal aktörlerin seçmeni ikna çalışmalarında toplamda hangi değerlere atıf yaptıklarını bilmek, 2000'ler Türkiye'sinde siyasetin değişen ve değişmeyen değerler öncelikleri konusunda yorum yapma imkanı vermektedir.

Türkiye siyasetinde alt değer boyutları açısından özellikle dört değer öne çıktığı, bu değerlerin seçim dönemleri ve siyasi partiler açısından sıralaması değişmekle birlikte önceliklerdeki yerinin sabit kaldığı tespit edilmiştir. Buradan hareketle 2000'ler Türkiye siyasetinde sıradan politik kültürün ortak iyisini temsil eden bu alt değerlerin *kendi amaçlarını belirlemek, başarılı olmak, dürüstlük ve sorumluluk sahibi olmak* şeklinde sıralandığı tespit edilmiştir. Temel değerler açısından bir durum analizi yapıldığında alt değerlere benzer şekilde temel değerlerin de sabit kaldığı sadece seçim dönemleri ve aktörler açısından yerlerinin değiştiği gözlenmiştir. Türkiye siyasetinde değişmeyen bu temel değerler *yardımsızlık, kendini yönetme, güç, güvenlik ve başarı* olarak sıralanmıştır. Buradan hareketle Türkiye'de siyasal söylemin ortak bir siyasal popüler kültürden beslendiği ve kazanan ya da kaybeden parti farkı olmaksızın benzer değerlere yaslanan söylemlerle seçmenin ikna edilmeye çalışıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu tablo siyasal aktörlerin, geleceğe dair umut yaratabilecek plan ve projelerle ve gerçekleştirilebilir vaatlerle kendilerini ve atacağı adımları net olarak ortaya koymaya, bu amaçları gerçekleştirirken topluma karşı sorumluluklarının bilincinde hareket etmeye, söylemde ve eylemde doğruluktan ayrılmayarak hesap vermeye ve bu yolla amaçlara başarıyla ulaşılacağı konusunda güven oluşturmaya çalıştıklarını göstermektedir.

İktidar ve muhalefet partilerinin ortak alt ve temel değerler konusunda uzlaştığı bir ortamda kutuplaşma yeni bir zeminde üretilmektedir; değerlerin öncelikler sıralaması. Türkiye'de siyasal söylemin karşıt kutuplarda yer alan *kendini geliştirme* ve *kendini aşmışlık* üst düzey değerleri üzerine kurulu olduğu görülmektedir. *Kendini geliştirme* boyutundaki *başarı* ve *güç* değerlerinin siyasal aktörlerin söylemlerindeki yoğunluğu nedeniyle bu boyut söylem genişliği en fazla olan boyut olmuştur. *Kendini aşmışlık* boyutu ağırlıklı olarak *yardımsızlık* değerleri üzerinden siyasal söylemlere yansırken *evrenselcilik* değerinin söylem genişliği ve frekansının düşük olduğu belirlenmiştir. Benzer gereksinimler, beklentiler ve motivasyonlardan hareket etmeyen dolayısıyla da aynı eylemlerle ulaşamayacak bu değer boyutlarının söylemlerde sürekli yan yana getirilmesi ise Türkiye'de egemen olan popülist siyaset anlayışıyla mümkün olabilmektedir.

3.2. Nicel Analiz Sonuçları

3.2.1. Ölçek Geliştirme Aşaması: Pilot Uygulama

Asıl uygulama öncesi 5 demografik bilgi sorusu ve ikisi kontrol soruları olmak üzere 55 değer ifadesinden oluşan ölçek, geçerlik ve güvenirlik çalışmaları için Ankara ilinde 400 kişilik bir gruba uygulanmıştır. Pilot uygulamaya ilişkin betimsel istatistiklere bakıldığında, 55 maddelik ölçeğin uygulandığı grubun yüzde 49.25'i (f=197) kadın, yüzde 50.75'i (f=203) ise erkektir, yani katılımcıların cinsiyete göre dengeli dağıldığı görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımları incelendiğinde, öngörüldüğü gibi farklı eğitim düzeyinden bireylere ulaşıldığı anlaşılmaktadır. Pilot çalışmanın yapıldığı 400 kişilik grubun yüzde 14.25'i (f=57) ilkökul mezunu, yüzde 21.00'i (f=84) ortaokul mezunu, yüzde 46.75'i (f=187) lise mezunu, yüzde 16.00'ü (f=64) üniversite mezunu ve yüzde 2.00'si (f=8) lisansüstü eğitim mezunudur. İlkokul ve ortaokulun zaman zaman ayrı zaman zaman birleşik olarak (ilköğretim) anılması göz ardı edildiğinde, elde edilen dağılım Türkiye'nin 15 yaş üstü eğitim durumu dağılımına yakın gözükmetedir. Araştırmaya katılan bireylerin hanelerine ait toplam gelirler incelendiğinde yığılmanın 1401-3500 TL aralığında olduğu görülmektedir (%73.00, f=292). 8400 TL üzerinde hane geliri belirten katılımcı olmamıştır. 6301-8400 TL aralığında sadece yüzde 0.50'lik bir grup yer almıştır. Etnik kimlik açısından sorulan "Anadiliniz nedir?" sorusuna pilot çalışmaya katılan bireylerin yüzde 95.25'i (f=381) Türkçe cevabını vermiştir. Katılımcıların yüzde 3.00'ü (f=12) anadillerinin Kürtçe olduğunu belirtirken yüzde 1.75'i Lazca cevabını vermiştir.

Pilot uygulamadan elde edilen veriler üzerinde geçerlik ve güvenirlik çalışmaları için öncelikle Açıklayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Ölçeğin tamamına ve elde edilen alt faktörlere ilişkin Cronbah Alfa güvenirlik katsayıları hesaplanmış, her faktör için madde kalan ve madde toplam korelasyonları incelenmiştir. Elde edilen faktör yapısının doğrulanıp doğrulanmadığı Doğrulayıcı Faktör Analizi ile test edilmiştir. Verilerin Açıklayıcı Faktör Analizi için uygun olup olmaması Keiser-Meyer-Olkin (KMO)* ve Barlett Küresellik Testi ile test edilmiştir. Verilere ait KMO değeri 0.89 olarak elde edilmiştir. Çalışma verilerinden elde edilen KMO değeri, veri setinin Faktör Analizi için "çok iyi" olduğunu göstermektedir. Veri setinin normalliğine ilişkin bilgi veren Barlett Küresellik Testi değeri manidar bulunmuştur ($\chi^2 = 5652.21, p < 0.01$).

Açıklayıcı Faktör Analizi, birbiriyle ilişkili n tane değişkeni bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kuramsal olarak anlamlı yeni değişkenler bulmayı amaçlayan çok değişkenli bir istatistiktir (Büyüköztürk, 2012; Kline, 2000). Yapılan Açıklayıcı Faktör Analizi

* KMO testi verilerin Açıklayıcı Faktör Analizi için yeterince büyük olup olmadığını test etmek için kullanılan bir testtir. Bulunan değer 1'e yaklaştıkça mükemmel, 0.50'nin altında ise yetersiz olarak değerlendirilir (0.90 ve üstü mükemmel, 0.80 ve üstü çok iyi, 0.70 ve üstü iyi ve 0.60 ve üstü orta, 0.50'lerde kötü) (Hair, Anderson, Babin, Black & Tahtam, 2006, Sharma, 1996).

sonucu ölçeğin üç faktörde toplandığı saptanmıştır. Birinci faktöre ait açıklanan varyansın yüzde 21.121, ikinci faktöre ait açıklanan varyansın yüzde 13.719 ve üçüncü faktöre ait açıklanan varyansın yüzde 7.538 olduğu görülmüştür. Üç faktör örtük özelliğe ait toplam varyansın yüzde 42.378'ini açıklamaktadırlar. Faktör analizinde her bir maddenin herhangi bir faktör altında yer alabilmesi için sahip olması gereken faktör yük değerinin 0.32 olması gerekliliği şartı dikkate alındığında (Tabachnick ve Fidel, 2007), düşük faktör yük değerine sahip 2., 10., 22., 30., 31., 44., 46., 47., 48. ve 49. maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Ayrıca faktör yük değerleri arasında 0.10'dan daha küçük fark (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012) bulunan maddeler de (36. ve 37.) binişik faktör yük değerlerine sahip oldukları için ölçekten çıkarılmıştır. Kuramsal açıdan uyuşmayan 18. 26. 38. ve 53. maddelerin de çıkarılmasıyla toplam 37 maddenin üç faktör altında toplandığı bir ölçek ortaya çıkmıştır.

Tablo 10. Siyasal Değer Ölçeği maddelerine ait Faktör Yük Değerleri ve Ortak Faktör Varyansları

Madde	Faktör1	Faktör2	Faktör3	Ortak		Madde	Faktör1	Faktör2	Faktör3	Ortak	
				Faktör	Varyansı					Faktör	Varyansı
M51	0.822	-0.031	-0.032	0.678		M6	0.009	0.619	0.033	0.384	
M42	0.746	-0.108	0.037	0.570		M25	0.115	0.601	0.178	0.406	
M5	0.744	-0.035	-0.230	0.608		M9	-0.144	0.586	0.096	0.373	
M35	0.735	0.118	0.089	0.562		M33	0.021	0.557	-0.022	0.311	
M17	0.713	0.009	0.186	0.543		M27	0.022	0.556	0.125	0.325	
M28	0.684	0.239	0.023	0.526		M29	0.295	0.541	0.044	0.382	
M21	0.676	-0.079	0.156	0.488		M23	0.015	0.539	0.012	0.291	
M8	0.673	-0.006	0.096	0.462		M3	-0.043	0.526	0.073	0.284	
M43	0.671	0.120	-0.081	0.471		M11	0.176	0.511	0.158	0.317	
M40	0.581	0.174	0.002	0.368		M7	0.254	0.458	0.154	0.298	
M45	0.547	0.115	0.210	0.357		M4	0.102	0.457	-0.076	0.225	
M52	0.516	0.221	-0.374	0.455		M50	0.170	0.445	-0.242	0.285	
M34	0.506	0.160	0.196	0.320		M1	-0.040	0.410	0.314	0.268	
M32	0.487	0.033	0.354	0.364		M39	0.094	-0.028	0.765	0.595	
M16	0.036	0.694	0.081	0.489		M41	-0.100	-0.019	0.755	0.580	
M12	-0.121	0.678	0.020	0.475		M24	0.158	0.171	0.647	0.473	
M14	0.145	0.655	-0.030	0.451		M20	0.191	0.131	0.624	0.443	
M15	0.054	0.651	0.014	0.427		M19	0.167	0.286	0.558	0.421	
M13	0.121	0.625	0.073	0.411							

Açıklanan Varyans

Faktör1 : 21.121

Faktör2 : 13.719

Faktör3 : 7.536

Toplam : 42.328

Maddelere ait Faktör Yük Değerleri ve Ortak Faktör Varyans Değerleri incelendiğinde, en yüksek faktör yük değerinin 0.822 (51. madde), en düşük faktör yük değerinin ise 0.410 (1. madde) olduğu anlaşılmıştır. Birinci faktörde 14 maddenin, ikinci faktörde 18 maddenin ve üçüncü faktörde ise 5 maddenin yer aldığı görülmektedir. Faktörlerde yer alan maddelerin hangi değer boyutlarına denk geldiği göz önünde bulundurularak bir adlandırmaya gidilmiştir. Buna göre birinci faktörü oluşturan 14 madde “*istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*”^{*} olarak adlandırılmış, ikinci faktörü oluşturan 18 madde “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*”^{**} olarak adlandırılmış ve üçüncü faktörü oluşturan 5 madde “*güçlü liderlik beklentisi*”^{**} olarak adlandırılmıştır.

Ölçeğin tamamına ait Cronbach Alfa (C-A) güvenilirlik katsayısı 0.89 olarak saptanmıştır. Bu değer ölçeğin iç tutarlılığının yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçek üç faktöre sahip olduğu için her bir faktör için ayrı ayrı Cronbach Alfa katsayıları, madde kalan korelasyonları (corrected item-total correlation) ve madde toplam korelasyonları (item-total correlation) hesaplanmıştır. “*İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*” faktörü için güvenilirlik katsayısı 0.90; “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” faktörü için güvenilirlik katsayısı 0.88; “*güçlü liderlik beklentisi*” faktörü için güvenilirlik katsayısı 0.76 olarak elde edilmiştir. Maddelerin ölçek toplam puanı ile ilişkisini gösteren ve aynı zamanda madde ayırt edicilik indeksi olarak da yorumlanabilen (Büyüköztürk, 2012) madde kalan korelasyonları ve madde toplam korelasyonları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 11. Madde kalan ve madde toplam korelasyon katsayıları

Madde	Madde Kalan Korelasyonu	Madde Toplam Korelasyonu	Madde	Madde Kalan Korelasyonu	Madde Toplam Korelasyonu
M1	0.366	0.453	M24	0.472	0.663
M3	0.453	0.521	M25	0.554	0.617
M4	0.402	0.484	M27	0.492	0.572
M5	0.651	0.716	M28	0.633	0.689
M6	0.554	0.621	M29	0.504	0.571
M7	0.436	0.516	M32	0.453	0.533
M8	0.608	0.689	M33	0.479	0.551
M9	0.502	0.567	M34	0.475	0.551

* Proje kapsamında gerçekleştirilen çalıştay öncesindeki toplantılarda ve çalıştaya katılan akademisyen ve siyasetçilerle görüş alışverişinde bulunulması sonucunda daha öncesinde “pragmatizm” olarak adlandırılan 14 ifadelik bu boyutun “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” olarak adlandırılmasına karar verilmiştir.

* Benzer şekilde daha öncesinde “somut/ıcracı başarı” olarak adlandırılan 18 maddelik bu boyutun “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” olarak adlandırılmasına karar verilmiştir.

* Daha öncesinde “liderlik gücü” olarak adlandırılan 5 ifadelik bu boyutun, çalıştay öncesi ve sırasında yapılan görüş alışverişi sonucunda “güçlü liderlik beklentisi” olarak adlandırılmasına karar verilmiştir.

M11	0.476	0.549	M35	0.681	0.737
M12	0.574	0.636	M39	0.624	0.805
M13	0.561	0.625	M40	0.523	0.586
M14	0.591	0.660	M41	0.581	0.768
M15	0.582	0.646	M42	0.674	0.739
M16	0.630	0.688	M43	0.610	0.672
M17	0.661	0.731	M45	0.514	0.572
M19	0.434	0.619	M50	0.363	0.454
M20	0.530	0.696	M51	0.755	0.804
M21	0.609	0.680	M52	0.440	0.501
M23	0.462	0.531			

Madde kalan ve madde toplam korelasyonları incelendiğinde, madde kalan korelasyonlarının 0.363 ile 0.755; madde toplam korelasyonlarının 0.453 ile 0.805 arasında değiştiği görülmektedir. İki madde hariç tüm korelasyonlar 0.40'ın üzerinde elde edilmiştir. Alanyazında belirtildiği üzere 0.40 ve üzeri madde ayırtediclik indekslerinin mükemmel ayırtedici olduğu göz önüne alındığında, ölçekteki maddelerin oldukça ayırt edici olduğu görülmektedir (Ebel, 1965).

Açımlayıcı Faktör Analizi sonucunda elde edilen üç faktörlü yapının doğrulanıp doğrulanmadığına Doğrulayıcı Faktör Analizi ile bakılmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizi, örtük yapının ilgili veri seti ile doğrulanıp doğrulanmadığını test eden bir istatistiktir (Tabachnick ve Fidel, 2007). Modelin doğrulanması, uyum iyiliği istatistiklerine ve yapı geçerliğine ilişkin kanıtların bir arada sunulmasına bağlıdır (Hair, Anderson, Babin, Black ve Tahtam, 2006; Schumacker ve Lomax, 2004). Doğrulayıcı Faktör Analizi sonucunda önerilen modifikasyonlar doğrultusunda, 39* ile 41. madde* arasında bir modifikasyon tanımlanmış ve kuramsal açıdan da makul görüldüğü için iki madde birbirine bağlanmıştır. Bu iki madde yapısal olarak yüksek ilişki içinde olduğu ve benzer bir özelliği ölçtüğü için birbirine bağlanmıştır.

Modelin uygunluğuna ilişkin uyum indeksleri incelendiğinde; Ki-kare/sd nin 2.48 olduğu görülmektedir. Alanyazında bu değer 5'ten küçük olması, iyi uyuma ilişkin bir ipucu olarak değerlendirilmektedir (Haşlamam, 2005). Uyum indekslerinden GFI=0.83, CFI= 0.93, AGFI=0.80, IFI=0.93, RMSEA=0.06, SRMR=0.07, NFI=0.88 ve NNFI=0.92 olarak

* 39. Madde: "Dindar olduğumu düşündüğüm bir siyasetçinin dürüstlüğünden de emin olur, oyumu veririm". Bu madde dürüstlük değerinin bir göstergesi olarak din inancının güçlü olmasını, dini kurallara bağlı olmayı öne çıkarmakta ve bunun üzerinden oy verme davranışını açıklamaya çalışmaktadır.

* 41. Madde: "İmanlı olduğumu düşündüğüm bir siyasi lideri başarılı bulur, oyumla desteklerim". Bu madde ise din ve inanç üzerinden başarının tanımlamaya ve oy verme davranışına etkisini ölçmeye yönelik bir tutum ifadesidir.

saptanmıştır. Bu uyum indekslerinden CFI, IFI, NFI, NNFI, 0.90; AGFI 0.85 ve üzeri olduğunda, RMSEA ve SRMR 0.10'dan küçük olduğunda, yeterli bir uyumu göstermektedir (Jöroskog ve Sörbom, 2001; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003; Sümer, 2000). Modelin uygunluğuna ilişkin uyum indeksleri incelendiğinde modelin kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir.

Siyasal aktörlerin söylemlerinin Schwartz'ın değer ölçeğine göre analiz edilmesi sonucunda, 2000'ler Türkiye'sinde egemen olan değer öncelikleri tespit edilmiş ve ardından bu değer önceliklerinin toplumun siyasi tercihlerine yansımalarını ve nasıl kümelendiğini anlamak üzere Türkiye temsili örneklemine bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, siyaset söylemini şekillendiren bu değer ifadelerinin toplumdaki karşılığının üç boyut altında toplandığı saptanmıştır. Bu noktada pilot uygulama sonucunda ulaşılan üç faktörlü yapının nasıl değerlendirildiği ve Schwartz Değer Ölçeği'ndeki değerlerle olan ilişkisine değinmek yerinde olacaktır.

Ölçekte en fazla maddenin toplandığı "*Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*" faktörü altında toplanan ifadeler, siyasetin ölçülebilir icraatlar ve başarılar üzerinden tanımlandığı, toplumun beklediği sonuçları başarmak için gerekeni yapma becerilerine gönderme yapan ifadelerdir. Biyolojik organizmalar olarak insanların hayatta kalmalarını sağlayacak bireysel ihtiyaçlarına ve refah beklentilerine denk gelen bu ifadeler, "Bir siyasi partiye başarılı demeniz için ne yapması gerekir" ya da "Ne vaat eden bir partiye oy verirsiniz?" sorularına cevap niteliğindedir. Bu noktada başarı kavramının zenginlik, refah, güvenlik, dürüstlük, özgürlük gibi farklı unsurlar üzerinden tanımlanması ya da icraat kavramının içine başka değer alanlarına yaslanan unsurların girmesi nedeniyle, bu boyut altında bir araya gelen ifadeler farklı değerler üzerinden başarının tanımlandığı ifadelerdir. Bu değer alanları *kendi amaçlarını belirlemek, başarılı olmak, dürüstlük, sorumluluk sahibi olmak, ulusal güvenlik* alt değerlerdir. Temel değerler açısından *başarı, yardımseverlik ve kendini yönetme, güvenlik* boyutlarına denk gelen bu ifadelerin üst değer boyutlarındaki karşılığı ise ağırlıklı olarak *kendini geliştirme ve kendini aşmışlık* üzere *değişime açıklık* ve *koruma* olarak sıralanmaktadır. Bu sonuçlardan hareketle, Schwartz'ın değer ölçeğine göre farklı ve kimi zaman karşıt güdü, motivasyon ve beklentilere denk gelen değer ifadelerinin bir faktör altında toplanması nedeniyle bu boyutun "Popüler Siyasal Kültürel Değer Ölçeği" olarak adlandırılabilceği sonucuna ulaşılmıştır. Zira bu boyut, kalkınmayı ve ilerlemeyi sağlayacak, sorunlara çözüm üretecek ve toplumsal refahı artıracak başarılı iktidarı tanımlayan ifadelerin toplandığı boyut olarak, siyasi aktörlerin söylemlerindeki değer öncelikleri sıralamasına tek başına karşılık gelen ve ölçek yapısı gösteren bir boyut olarak öne çıkmaktadır.

“İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” olarak adlandırdığımız faktör altında toplanan ifadeler, temelde insanların düzenli sosyal etkileşim beklentisinin harekete geçirdiği, insanlar ve kaynaklar üzerinde hakimiyet kurmayı ve kontrol sağlamayı önceleyen güç temelli ifadelerdir. Toplumdaki talep ve çıkarların çok fazla ve farklı olması çatışmayı da beraberinde getirmektedir. Bu ortamda siyaset, farklı sosyal gruplar ve aktörler arasında güç, güç paylaşımı ve iktidar konularındaki mücadele demektir (Çebi, 2002:19). Siyaset bir yandan farklı fikirlerin, isteklerin ve yarışan menfaatlerin varlığı nedeniyle insanların içinde yaşadıkları kurallar hakkında bir “çatışma” alanı iken öte yandan bu kurallar üzerinde etkili olmak ya da bu kuralların devamlılığını sağlamak için diğerleriyle birlikte çalışmak zorunluluğu nedeniyle bir “işbirliği” alanıdır (Heywood, 2015:62-63). Bu bağlamda otoriter eğilimlerle desteklenen güç arayışının ağırlıkta olduğu bu ifadelerde, siyasal bir kararın toplumsal ortak fayda açısından değerlendirilmesi ve bunun üzerinden oy verme davranışı üzerindeki etkisinin derecelendirilmesi söz konusudur. Toplumun istikrar ve düzen beklentisini karşılamak için gerekeni yapma becerisinin içine nelerin dahil edildiğini anlatan bu ifadeler *sosyal güç, kamusal imajı korumak, sosyal düzen, otorite, ulusal güvenlik, özgürlük* alt değerlerine yaslanmaktadır. Değerlerin dairesel yapısına göre değerlendirildiğinde, birbiriyle uyumlu davranış ve tutumlara yol açan bu ifadelerin denk geldiği temel değer alanları ise *güç ve güvenlik* boyutlarıdır. Belirsizliklerin getirdiği tehditleri, ilişki ve kaynakları kontrol altında tutarak aşmaya (Schwartz, 1992:14-15), bu çerçevede değişimden kaçınma ve statükoya vurgu yapan bu temel değerler, üst düzey değerler açısından ise *kendini geliştirme ve koruma* boyutlarına denk gelmektedir. Kişinin kendisinin, ilişkide olduğu diğer insanların ve parçası olduğu toplumun istikrarı, uyumu ve güvenliği gibi kolektif beklentileri ifade eden bu boyut, tüm bu beklentileri gerçekleştirecek bir otorite yani *güç* değeriyle yakından ilişkilidir.

“Güçlü liderlik beklentisi” olarak adlandırılan boyut altında toplanan ifadeler ise siyaseti ve siyasal aktörlerin gücünü kişisel karizmayla ve toplumdan aldığı destekle ilişkilendiren anlayışa dayanmaktadır. Bu anlayışa göre lider, kişisel bakımdan sahip olduğu saygınlık ve çekicilik nedeniyle kendisine itaat edilen bir güç ve bir otoritedir. Liderin kişisel olarak sahip olduğu “karizmasal meşruluk” iktidarın kaynağı haline gelmektedir (Duverger, 2002:130-136). Bunun ardında yatan neden ise her toplumda belirli kişilik özelliklerinin ağır basması ve bu özelliklerin, o toplumsal yapıya mensup bireylerin liderlik algısı üzerinde etkili olmasıdır. Weber’in “karizmatik otorite” kavramı da bu noktada yol göstericidir. Modern toplumlardaki hukuki-rasyonel otoriteyi ele alan Weber, liderlerin meşruiyetinin hukuk ve kurumlarda yattığını ve demokrasilerde yönetilenlerin rızasına dayandığını belirtir. Karizmatik liderin gücünü, geleneklerden ya da tarihten değil karakter özelliklerinden ve taraftarlarının lidere yükledikleri niteliklerden aldığını belirten Weber, dini liderlik ile karizmatik liderlik

arasındaki benzerliğe dikkat çeker (Weber, 1968:244'den aktaran Taggart, 2004:127-128). "İnayet" (ihسان, iyilik, lütuf) sözcüğünden gelen karizma kelimesinden hareketle karizmatik liderlerin taraftarlarından dini bir adanmışlık ve imana dayanan bir sadakat görmesi söz konusudur. Willner ise taraftarlarının karizmatik liderlere adanmışlık, huşu, hürmet ve imanla kısacası dini inanişaya benzeyen duygularla bağlılığından bahseder (Willner, 1984:7'den aktaran Taggart, 2004:128). Lider merkezli bir siyaset anlayışını anlatan bu ifadeler Schwartz Değer Ölçeği'ndeki *otorite, sosyal güç, sosyal tanınma, başarılı olmak* alt değerler boyutuna; *güç* ve *başarı* temel değer boyutuna ve *kendini geliştirme* üst düzey değer boyutuna denk gelmektedir.

Özetlemek gerekirse, ölçekte yer alan ifadeler ağırlıklı olarak *kendini geliştirme* üst düzey boyutuna ve *güç, başarı, yardımseverlik* ve *güvenlik* temel değer boyutlarına denk gelmektedir. Bu noktada farklı siyasal değerleri yansıtmak amacıyla, siyasal söylemlerde fazla yer bulmayan ancak ölçeye eklenen *evrenselcilik, uyum* gibi temel değer ve *eşitlik, özgürlük, bağımsızlık, sosyal adalet* gibi alt değer boyutlarına ilişkin ifadeler, faktör analizi sonucunda ölçek dışında kalmıştır. Buradan hareketle siyaset söz konusu olduğunda, *özgürlük, eşitlik, sosyal adalet* gibi demokratik ve çoğulcu bir siyasal anlayışı yansıtan değerlerin hem siyasal söylemlerde hem de siyasal beklentilerde yer bulamadığını söylemek mümkündür.

3.2.2 Siyasal Değer Ölçeği'nin Türkiye Temsili Örneğine Uygulanması

Pilot çalışmada geçerlik ve güvenilirlik kanıtları ortaya konarak üç boyut ve 37 madde ile nihai uygulamaya hazır hale getirilen ölçeye, pilot çalışmada olduğu gibi 2 kontrol maddesi eklenmiştir. Bir sözcüğün bile cevabı etkileyebileceği düşüncesiyle pilot uygulamada yer alan ifadeler aynen korunmuştur. Nihai olarak 5 demografik bilgi sorusu ve 39 değer maddesinden oluşan ölçek Türkiye temsili örneğine uygulanmıştır. Ölçeğin Türkiye genelinde uygulanması, veri toplama ve veri girişi aşamasında hizmet alımı yoluna gidilmiştir. Asıl uygulama 24 Mart 2017-15 Nisan 2017 tarihleri arasında yani Yeni Anayasa tartışmalarının hız kazandığı bir dönemde gerçekleştirilmiştir.

3.2.2.1 Örneğe İlişkin Betimsel İstatistikler

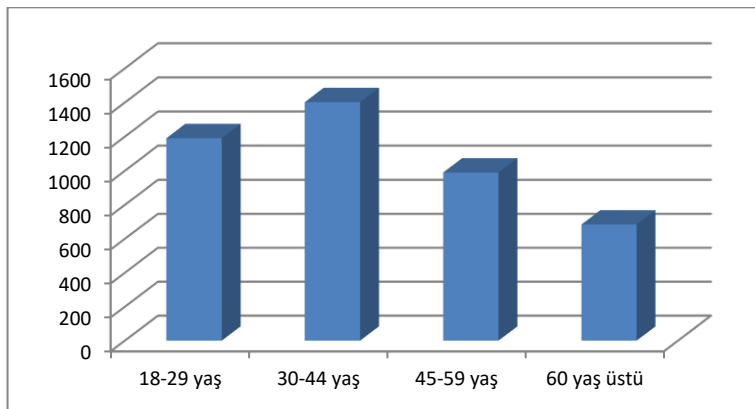
Ölçek proje önerisinde belirtildiği gibi 12 ilde toplam 4268 bireye uygulanmıştır. Proje önerisinde öngörüldüğü gibi 12 bölgeyi temsilen 12 ilde gerçekleştirilen asıl uygulamaya ilişkin betimsel istatistikler şöyledir.

Tablo 12. Katılımcıların bölge, cinsiyet ve yaş aralığına göre dağılımları

İL	18-29 Yaş Aralığı			30 - 44 Yaş Aralığı			45 - 59 Yaş Aralığı			60 ve üstü		
	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam
Ankara	58	58	116	69	70	139	51	50	101	36	29	65
Antalya	71	72	143	88	91	179	64	65	129	44	38	82
Bursa	54	57	111	68	71	139	51	49	100	38	31	69
Erzurum	18	20	38	16	17	33	11	11	22	10	8	18
Gaziantep	68	70	138	59	62	121	31	32	63	23	18	41
İstanbul	114	116	230	149	154	303	90	91	181	56	44	100
İzmir	70	73	143	91	94	185	75	75	150	62	52	114
Kayseri	28	30	58	32	35	67	25	25	50	21	17	38
Malatya	32	36	68	28	30	58	17	18	35	13	11	24
Tekirdağ	22	23	45	29	31	60	27	27	54	23	19	42
Trabzon	18	19	37	21	22	43	19	19	38	18	15	33
Zonguldak	31	33	64	37	38	75	34	33	67	32	27	59
Toplam	584	607	1191	687	715	1402	495	495	990	376	309	685

Toplam=4268

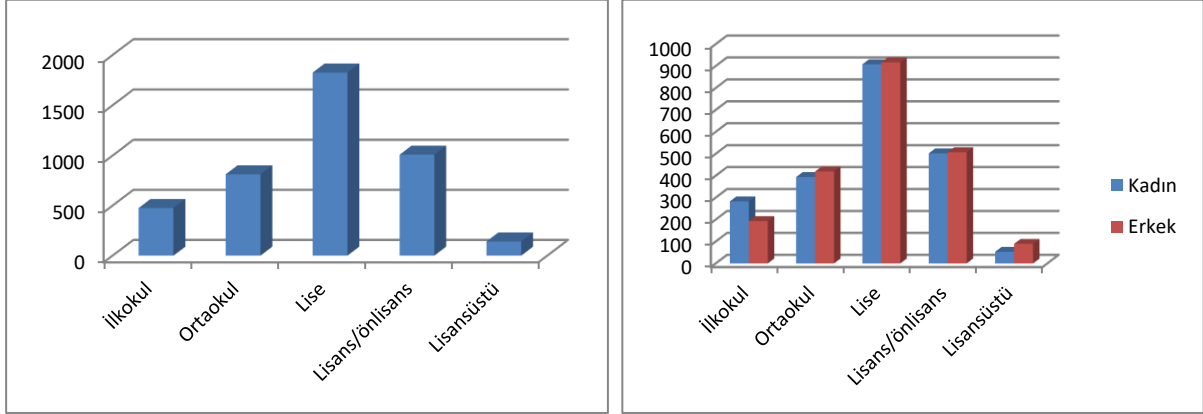
Araştırmaya katılanlarda cinsiyete göre dengeli bir dağılım söz konusudur. Katılımcıların yarısını kadınlar diğer yarısını ise erkekler oluşturmuştur. Katılımcıların yaşlarına ilişkin dağılıma bakıldığında yüzde 27.90'ını (f=1191) 18-29 aralığında, yüzde 32.85'i (f=1402) 30-44 aralığında; yüzde 23.20'si (f=990) ise 45-59 aralığındadır. Katılımcıların yüzde 16.05'i (f=685) 60 yaş ve üstünde yer almaktadır.



Şekil 19. Katılımcıların yaşlarına ilişkin dağılım

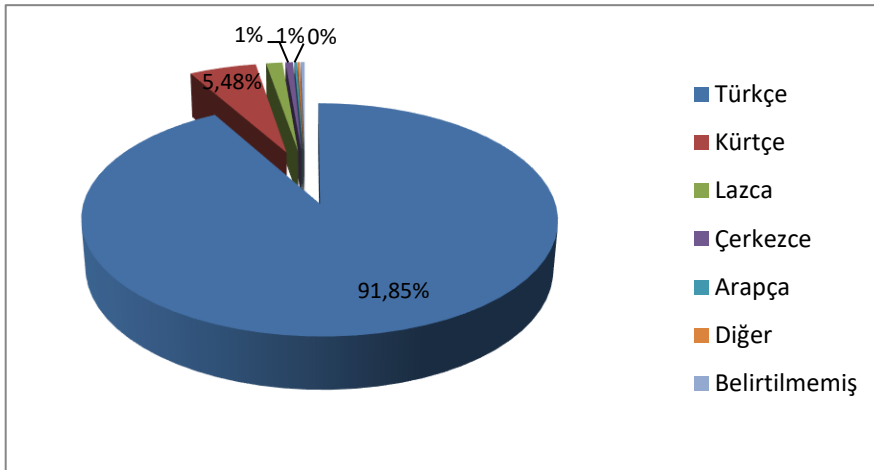
Eğitim düzeyleri değerlendirildiğinde, çoğunluğu yüzde 42,79 (f=1825) ile lise mezunları oluşturmuştur. Ardından sırayla yüzde 23,66 (f=1009) ile önlisans ve lisans

mezunları ve yüzde 19,06 (f=813) ile ortaokul mezunları gelmiştir. Araştırmaya katılan ilkokul mezunlarının oranı yüzde 11,16 (f=476) ve lisansüstü mezunlarının oranı yüzde 3,33'tür (f=142).



Şekil 20. Katılımcıların eğitim düzeyleri ve cinsiyet bazında eğitim durumlarına ilişkin dağılım

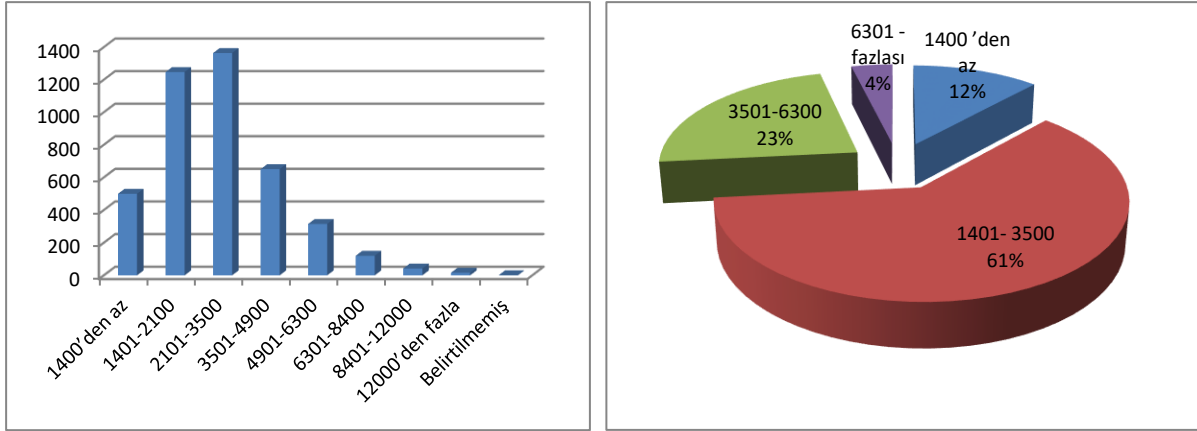
Katılımcıların eğitim durumları ve cinsiyet bazında değerlendirme yapıldığında, ilkokul mezunlarında kadınların sayısı fazlayken, lisansüstü mezunlarında erkeklerin sayısının fazla olduğu görülmüştür. Bütün olarak değerlendirildiğinde, proje verilerinin toplandığı hedef grubun eğitim durumu her iki cinsiyette de benzer dağılımlara sahiptir. Katılımcıların etnik kimliklerini anlamak üzere “Anadiliniz nedir?” şeklinde sorulmuştur. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%91.85) anadillerini Türkçe olarak belirtmişlerdir.



Şekil 21. Katılımcıların Anadillerine Göre Dağılımları

Türkçe'den sonra sırasıyla Kürtçe, Lazca, Çerkezce, Arapça dilleri hariç sekiz katılımcı farklı bir anadil belirtmiştir. 14 katılımcı ise anadilini belirtmemiştir. Sekiz katılımcıdan üçü İngilizce, birer tanesi de Almanca, Arnavutça, Bulgarca, Farsça ve Fransızca dillerini belirtmişlerdir. Bu sorudan elde edilen cevaplar yüzde 90'ın üzerinde benzerlik gösterdiğinden araştırmanın geri kalanında yapılacak olan analizlere bu değişken

dahil edilmemiştir. Araştırma kapsamında katılımcıların sosyo-ekonomik durumları konusunda fikir vermesi açısından hane halkı gelir düzeyi sorulmuştur.



Şekil 22. Katılımcıların gelir düzeylerine göre dağılımları

Katılımcılar hane halkına ait gelir düzeylerini asgari ücret baz alınarak oluşturulan aralıklar dahilinde belirtmişlerdir. Belirtilen hane halkı gelirleri en yüksek frekanstan düşüğe doğru sırasıyla 2101-3500 (%31,96), 1401-2100 (%29,22), 3501-4900 (%15,25), 1400'den az (%11,72) aralıklarıdır. 4900 TL'den büyük aralıklar yüzde 10'un altında kalmıştır. 13 katılımcı gelir düzeyini belirtmemiştir. Araştırmaya katılan bireylerin hanelerine ait toplam gelirler incelendiğinde yığılmanın 1401-3500 TL aralığında olduğu görülmektedir (%61, f=2611). 6301 TL üzerinde hane geliri belirten katılımcı oranı sadece yüzde 4'tür. Bu verilerden hareketle yorumlamalarda kolaylık oluşturması açısından gelir düzeyi yeniden sınıflandırılmış ve alt (1400'den az ve 1401-3500), orta (3501-6300) ve üst gelir gruplarına (6301 ve fazlası) denk gelecek şekilde dörde ayrılmıştır.

3.2.2.2 Ölçek Boyutlarına İlişkin Betimsel İstatistikler

Araştırmanın uygulandığı örnekleme ilişkin bu betimsel analizlerin ardından, sıra ölçek ifadeleriyle ilgili verilerin aktarılmasına gelmiştir. Ölçek geliştirme sürecinde “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi”, “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” ve “güçlü liderlik beklentisi” şeklinde üç boyut olarak tanımlanan Siyasal Değerler Ölçeği için öncelikle bu boyutlardaki betimsel istatistikler hesaplanmıştır.

Tablo 13. Toplam puanlara ilişkin betimsel istatistikler

İstatistik	İstikrar ve Düzen Odaklı Güçlü İktidar Beklentisi	Kalkındırmacı, Dürüst, Çözüm Odaklı Siyaset Beklentisi	Güçlü Liderlik Beklentisi
Minimum	20.00	31.00	5.00
Maksimum	68.00	90.00	25.00
Ranj	48.00	59.00	20.00
Aritmetik Ortalama	43.79	71,34	15.77

Ortanca	44.00	72.00	16.00
Mod	44.00	76.00	14.00
Standart Sapma	8.50	9.09	4.17
Varyans	72.25	82.55	17.43
Çarpıklık Katsayısı	0.005	-0.670	0.018
Basıklık Katsayısı	-0.452	0.631	-0.425

14 maddelik “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” boyutunda aritmetik ortalama 43.79, standart sapma 8.50; 18 maddelik “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutunda aritmetik ortalama 71.34, standart sapma 9.09 ve 5 maddelik “güçlü liderlik beklentisi” boyutunda aritmetik ortalama 15.77, standart sapma 4.17 olarak elde edilmiştir. Çarpıklık katsayılarının (-1,+1) aralığında olması, basıklık katsayısının ise (-3, +3) aralığında olması verilerin normalliğine ilişkin bir kanıt olarak kabul edilmektedir (Çokluk, Şekercioğlu&Büyüköztürk, 2012). Analiz sonucunda ulaşılan çarpıklık katsayıları ve basıklık katsayıları incelendiğinde üç boyutta da verilerin normal dağıldığı görülmektedir.

Boyutlara ait madde sayıları farklı olduğundan katılımcılara ait toplam puanların boyutlardaki madde sayısına oranı alınarak ortalama puanlar elde edilmiştir. Ortalama puanlara ilişkin betimsel istatistikler ise aşağıda sunulmuştur.

Tablo 14. Ortalama puanlara ilişkin betimsel istatistikler

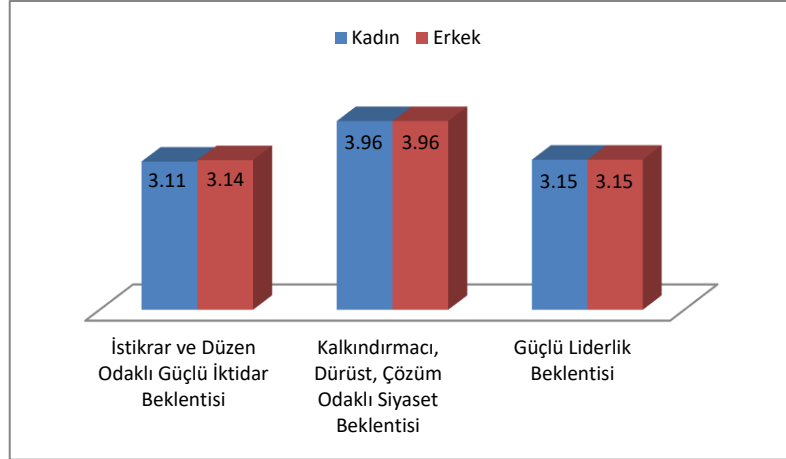
İstatistik	İstikrar ve Düzen Odaklı Güçlü İktidar Beklentisi	Kalkındırmacı, Dürüst, Çözüm Odaklı Siyaset Beklentisi	Güçlü Liderlik Beklentisi
Minimum	1.43	1.72	1.00
Maksimum	4.86	5.00	5.00
Ranj	3.43	3.28	4.00
Aritmetik Ortalama	3.13	3.96	3.15
Ortanca	3.14	4.00	3.20
Mod	3.14	4.22	2.80
Standart Sapma	0.61	0.50	0.83
Varyans	0.37	0.26	0.70
Çarpıklık Katsayısı	0.005	-0.670	0.018
Basıklık Katsayısı	-0.452	0.631	-0.425

Ölçekteki boyutlar puan ortalamaları açısından değerlendirildiğinde, “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutunun aritmetik ortalama puanları (3,96) diğer iki boyuttan fazladır. Buradan hareketle katılımcıların, biyolojik organizmalar olarak insanların

hayatta kalmalarını sağlayacak bireysel ihtiyaçlarına ve refah beklentilerine yönelik ifadelerden oluşan bu boyuta katılım oranları diğer boyutlardan daha yüksektir.

3.2.2.2.1 Ölçek Boyutları Ortalama Puanlarının Cinsiyet Bazında Dağılımı

Katılımcıların Değer Ölçeği boyutlarından elde ettikleri puan ortalamalarının cinsiyet bazında dağılımı aşağıda sunulmuştur.



Şekil 23. Siyasal Değer Ölçeği ortalama puanlarının cinsiyete göre dağılımı

Kadın ve erkek katılımcıların Değer Ölçeği'nden aldıkları puanlar birbirine paraleldir. Bununla birlikte hem kadınlarda hem de erkeklerde en düşük puan ortalaması “*istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*” boyutunda, en yüksek puan ortalaması “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” çıkmıştır. Buradan hareketle toplumun beklediği sonuçları başarmak için gerekeni yapma becerilerine gönderme yapan “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” anlayışına destek konusunda kadınların da erkeklerin de benzer bir tutum içinde oldukları görülmüştür. Değer ölçeğinden elde edilen verilerin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı “Bağımsız Örneklemeler için T Testi” ile incelenmiş ve elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

Tablo 15. Değer Ölçeği puanlarına ilişkin t testi sonuçları

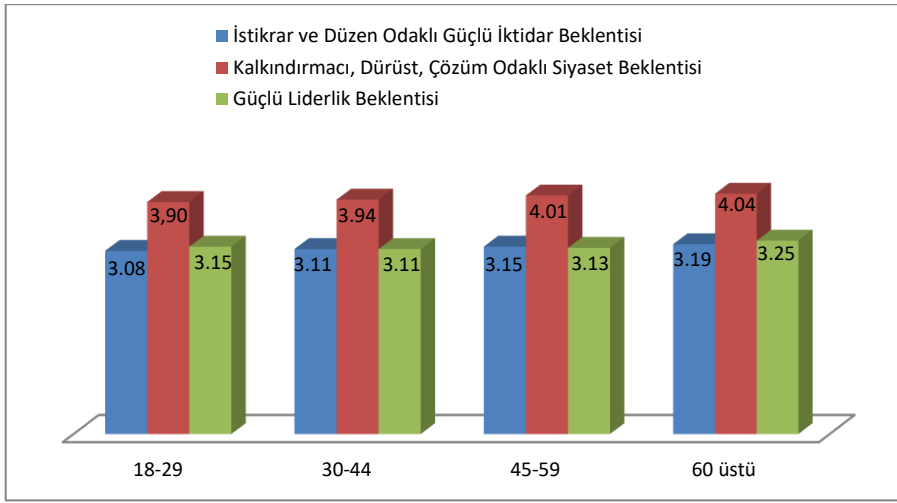
İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi	N	X	S	SD	T	p
Kadın	2142	3.112	0.606	4266	1.767	0.077*
Erkek	2126	3.144	0.608			
Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi	N	X	S	SD	T	p
Kadın	2142	3.963	0.502	4266	0.106	0.915*
Erkek	2126	3.964	0.508			
Güçlü liderlik beklentisi	N	X	S	SD	T	p
Kadın	2142	3.153	0.834	4266	0.031	0.975*
Erkek	2126	3.154	0.836			

*p>0.01

Değer Ölçeği'nden elde edilen puan ortalamalarının üç alt boyutta da cinsiyete göre manidar bir şekilde farklılaşmadığı saptanmıştır ($t_{(4266)}=1.767$, $p=0.077$; $t_{(4266)}=0.106$, $p=0.915$; $t_{(4266)}=0.031$, $p=0.975$). Yani araştırmaya katılan kadınlar da erkekler de ölçek boyutlarını benzer şekilde değerlendirmiştir.

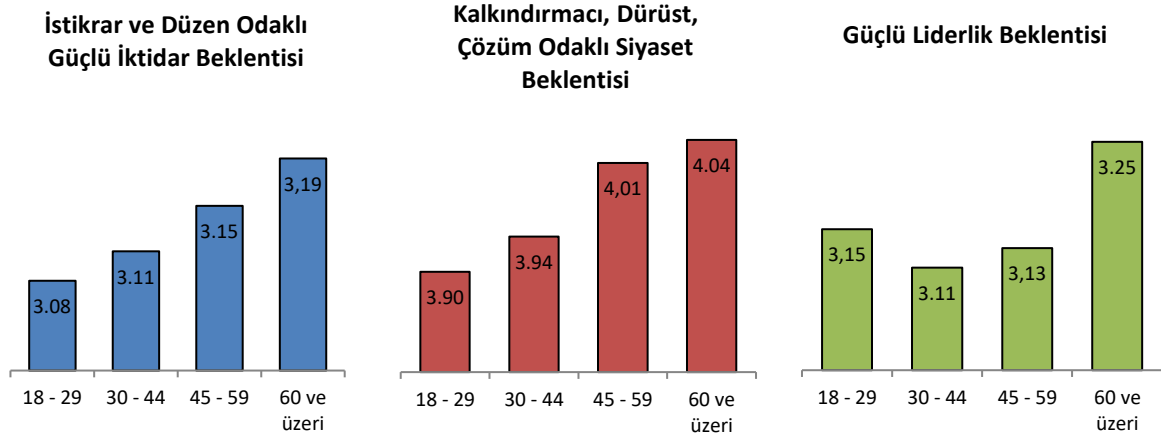
3.2.2.2. Ölçek Boyutları Ortalama Puanlarının Yaş Aralıklarına Göre Dağılımı

Siyasal Değerler Ölçeği'nden elde edilen puan ortalamalarının yaş aralıklarına göre dağılımları aşağıda verilmiştir.



Şekil 24. Siyasal Değer Ölçeği boyut ortalama puanlarının yaş aralıklarına göre dağılımı

Katılımcıların “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutundan aldıkları ortalama puan diğer iki boyuttan yüksektir. Ayrıca her yaş aralığında bu boyuta ait ortalama puanlar en yüksek çıkmıştır. Ortalama puanların yüksekliğinden hareketle, her yaş grubundan katılımcının siyaseti, insanların bireysel ihtiyaçlarına ve refah beklentilerini karşılayan icraatlar ve başarılarla ilişkilendirerek açıklayan bu boyuta diğer boyutlardan daha fazla önem verdiği gözlenmiştir. Zira, Kalender'in yerinde tespitiyle insan tercih ve kararlarında genel ve evrensel kriterleri gözetmekten çok bireysel yaşam alanından hareket etmekte ve yaşadıkları sorunlara en iyi çözümü bulmaya odaklanmaktadır (2005:19). Bu verilerden hareketle ayrıca 45-59 yaş aralığındaki katılımcıların kalkındırmacı ve ilerlemeci siyaset anlayışına diğer yaş gruplarından görece olarak daha fazla önem verdiklerini söylemek mümkündür. Ayrıca yaş açısından “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutunun oy verme davranışında en etkili olduğu grubun 60 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanlar arasında en gençlerle (18-29 yaş) en yaşlılar (60 yaş ve üzeri) arasında kalkınma ve çözüm odaklı oy verme davranışı arasında anlamlı fark vardır.



Şekil 25. Siyasal Değer Ölçeği ortalama puanlarının yaş aralıklarına göre dağılımı

“İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” boyutu değerlendirildiğinde, 18-29 yaş aralığı puan ortalamaları 45 yaş ve üzeri gruptan anlamlı şekilde düşük çıkmıştır. Benzer şekilde 30-44 yaş aralığı, 60 yaş ve üzeri gruptan anlamlı şekilde düşük çıkmıştır. Buradan hareketle yaş arttıkça insanlar ve kaynaklar üzerinde hakimiyet kuracak ve kontrol sağlayacak güçlü iktidar beklentisinin arttığı sonucuna ulaşılabilir. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutu açısından bakıldığında, 18-29 ve 30-44 yaş aralığı puan ortalamaları, 45 ve üzeri yaş gruplarından anlamlı şekilde düşük çıkmıştır.

Aynı yorumu “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” için de yapmak mümkündür. Yani yaşla beraber insanların günlük dertlerine çare olacak ve refah beklentilerine cevap verecek vaatler ve değerler üzerinden oy verme eğilimleri artmaktadır. Bu durumu yaşla beraber insanların muhafazakarlaşması, elindekini muhafaza etme ve koruma eğilimlerinin artması çerçevesinde değerlendirmek mümkündür. Buradan çıkarılabilecek bir diğer sonuç ise katılımcıların yaklaşık dörtte üçüne (%72) denk gelen 30 yaş ve üzeri grupların güçlü iktidar arayışının 30 yaş altı gençlerden daha yüksek olmasıdır.

“Güçlü liderlik beklentisi” boyutu açısından yaşın nasıl bir farklılık yarattığı incelendiğinde, 30-59 yaş aralığındaki bireylerin 60 yaş ve üzeri bireylerden anlamlı bir şekilde daha düşük puan aldıkları tespit edilmiştir. Diğer iki boyutta olduğu gibi, yaşla birlikte puan ortalamalarında düzenli bir artışın görülmediği “güçlü liderlik beklentisi” açısından dikkat çekici olan bir diğer nokta ise özellikle 60 yaş ve üzeri katılımcılarda lider merkezli siyaset anlayışının diğer yaş gruplarına göre daha güçlü olmasıdır. Elde edilen puanların üç boyutta da yaş aralığına göre istatistiksel açıdan farklılaşıp farklılaşmadığı tek faktörlü varyans analizi ile incelenmiştir. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” boyutuna ilişkin analiz sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 16. Yaş aralıklarına göre “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler

Yaş Aralığı	N	X	S
18-29	1191	3.084	0.602
30-44	1402	3.118	0.601
45-59	990	3.154	0.617
60 ve üzeri	685	3.199	0.607
Toplam	4268	3.128	0.607

Tablo 17. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarının yaş aralıklarına göre Anova sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark*
Gruplararası	6.806	3	2.269	6.177	0.000	1-3, 1-4,
Grupiçi	1566.19	4264	0.367			2-4
	3					
Toplam	1573.00					
	0					
*1:18-29	3:45-59					
2:30-44	4:60 ve üzeri					

Analiz sonucunda katılımcılara ait “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puan ortalamaları arasında yaş aralığına göre manidar bir fark saptanmıştır ($F_{(3,4264)}=6.177$, $p<0.01$). Tablo 16’da görüldüğü gibi alt boyuta ait en düşük puan ortalaması 18-29 yaş aralığında, en yüksek puan ortalaması ise 60 ve üzeri aralığında çıkmıştır. Çoklu karşılaştırmalar sonucunda; 18-29 yaş aralığında olan katılımcıların puan ortalaması ile 45 üzeri yaşa sahip katılımcıların puan ortalamaları arasında manidar fark görülmüştür. 18-29 yaş aralığındaki katılımcılar, 45 ve üzeri yaşındaki katılımcılara göre bu boyutta daha düşük puan almışlardır. Benzer şekilde 30-44 yaş aralığındaki katılımcıların puan ortalamaları da 60 yaş ve üzeri katılımcıların puan ortalamasından manidar şekilde düşük çıkmıştır. Yaş değişkeninin “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanları üzerinde küçük etkiye sahip olduğu görülmüştür ($\eta^2=0.004$). Elde edilen küçük etki büyüklüğü değeri, istatistiksel açıdan fark manidar çıksa da, yaş değişkeninin önemli bir etkiye sahip olmadığı şeklinde yorumlanabilir. Bir diğer boyut olan “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutuna ilişkin analiz sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 18. Yaş aralıklarına göre “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler

Yaş Aralığı	N	X	S
18-29	1191	3.904	0.512
30-44	1402	3.940	0.529
45-59	990	4.016	0.484
60+	685	4.040	0.452
Toplam	4268	3.963	0.505

Tablo 19. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarının yaş aralıklarına göre Anova sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark*
Gruplararası	11.723	3	3.908	15.492	0.000	1-3, 1-4,
Grupiçi	1075.466	4264	0.252			2-3, 2-4
Toplam	1087.189	4267				
*1:18-29	3:45-59					
2:30-44	4:60+					

Tablo 18’de görüldüğü gibi “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutunda en düşük puan ortalamasına sahip yaş aralığı 18-29, en yüksek puan ortalamasına sahip yaş aralığı 60 ve üstü olarak saptanmıştır. Fark karşılaştırması sonucunda “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” puan ortalamalarının yaş aralıklarına göre manidar şekilde farklılaştığı görülmüştür ($F_{(3,4264)}=15.492$, $p<0.01$). Etki büyüklüğü değeri 0.011 olarak elde edilmiştir. Çoklu karşılaştırmalar sonucunda 18-29 yaş aralığındaki katılımcıların puan ortalamaları ile 45-59 ve 60 üstü yaş aralıklarındaki katılımcıların puan ortalamaları arasında; 30-44 yaş aralığındaki katılımcıların puan ortalamaları ile de 45-59 ve 60 üstü yaş aralığındaki katılımcıların puan ortalamaları arasında manidar fark bulunmuştur. “*Güçlü liderlik beklentisi*” boyutuna ait elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir.

Tablo 20. Yaş aralıklarına göre “güçlü liderlik beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler

Yaş Aralığı	N	X	S
18-29	1191	3.157	0.829
30-44	1402	3.114	0.815
45-59	990	3.136	0.843
60+	685	3.254	0.867
Toplam	4268	3.154	0.835

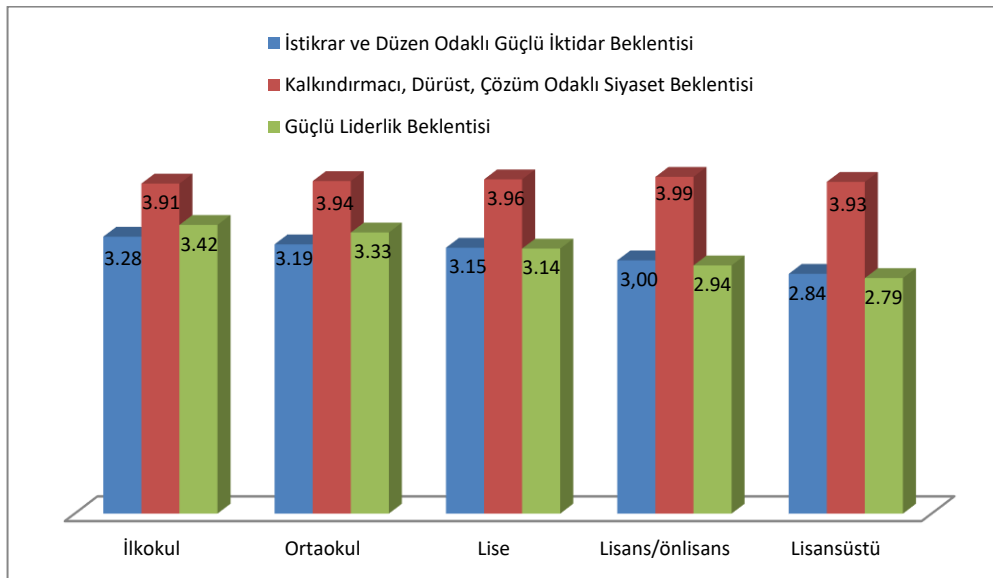
Tablo 21. “Güçlü liderlik beklentisi” puanlarının yaş aralıklarına göre Anova sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark*
Gruplararası	9.448	3	3.149	4.529	0.004	2-4, 3-4
Grupiçi	2965.253	4264	0.695			
Toplam	2974.701	4267				
*1:18-29	3:45-59					
2:30-44	4:60+					

“Güçlü liderlik beklentisi” boyutunda diğer boyutlardan farklı olarak en düşük puan ortalamasına sahip yaş aralığı 30-44 çıkmıştır. Sonrasında sırasıyla 45-59, 18-29 ve 60 ve üzeri aralıkları gelmektedir. Puan ortalamaları arasında gözükten farklar yapılan analiz sonucunda manidar bulunmuştur ($F_{(3,4264)}=4.529$, $p<0.01$). Çoklu karşılaştırmalar sonucu farkın kaynağının 30-44 ve 45-59 aralığındaki katılımcıların puan ortalamaları ile 60 üstü yaşa sahip katılımcıların puan ortalamaları arasında olduğu saptanmıştır. Etki büyüklüğü eta kare değeri 0.003 olarak hesaplanmıştır. Hesaplanan değer elde edilen farkların küçük bir etkiye sahip olduğunu, yaş bağımsız değişkeninin “güçlü liderlik beklentisi” puanları üzerinde önemli bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir.

3.2.2.2.3 Ölçek Boyutları Ortalama Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

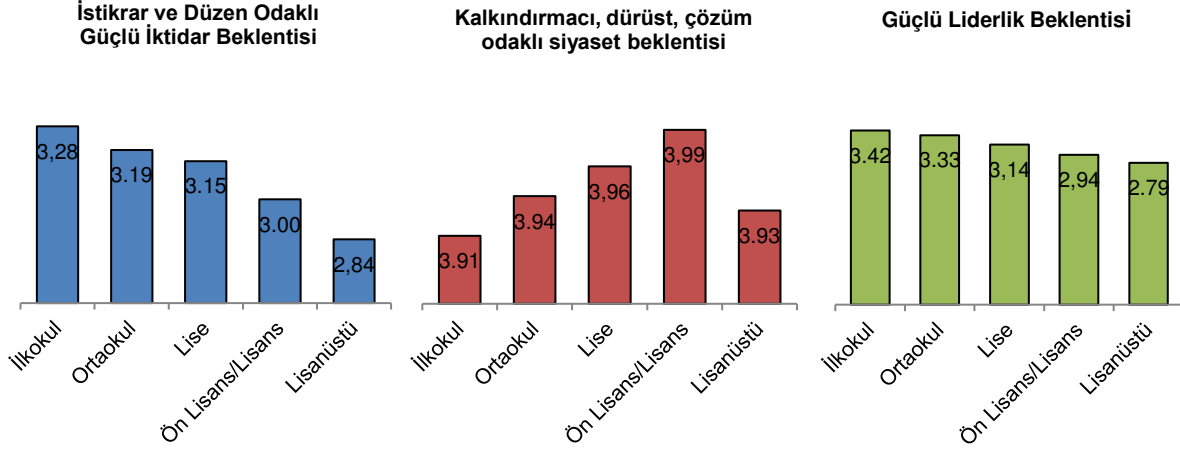
Araştırmada eğitim değişkeninin nasıl bir fark ortaya çıkardığını anlamak üzere Siyasal Değer Ölçeği puan ortalamalarının eğitim durumuna göre dağılımları incelenmiştir.



Şekil 26. Siyasal Değer Ölçeği boyut ortalama puanlarının eğitim durumuna göre dağılımı

Yaş bağımsız değişkeniyle benzer şekilde “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutu ortalama puanlarının her eğitim seviyesinde diğer iki boyuttan

yüksek olduğu saptanmıştır. “*Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutu puan ortalamaları farklı eğitim düzeylerine göre farklılaşmamıştır, yani farklı eğitim düzeylerinde puan ortalamaları birbirine çok yakındır.



Şekil 27. Siyasal Değer Ölçeği ortalama puanlarının eğitim durumlarına göre dağılımı

“*Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutunda lisansüstü eğitim düzeyine kadar düzenli ve sınırlı bir artış varken sadece lisansüstü eğitimde bir farklılık ortaya çıkmış ve ortalamalar düşmüştür. Buradan hareketle öncelikle siyaseti ölçülebilen icraatlar ve başarılar üzerinden tanımlama ve oy verme davranışında göz önünde bulundurma, diğer bir deyişle rasyonel beklentilerle oy verme eğiliminin her eğitim seviyesinde ön planda olduğu görülmektedir.

“*İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*” puanları incelendiğinde eğitim düzeyi yükseldikçe puan ortalamalarının anlamlı şekilde düştüğü görülmektedir. İlkokul ve ortaokul mezunu bireyler kendi aralarında anlamlı olarak farklılaşmaz iken, diğer gruplar için eğitim düzeyi arttıkça “*güçlü liderlik beklentisi*” puan ortalamaları anlamlı bir şekilde düşmüştür. Buradan hareketle eğitim arttıkça bireysel ihtiyaçlar ve refah beklentisiyle oy verme eğilimi artarken, hakimiyet ve kontrol beklentisiyle şekillenen, otoriter eğilimlerle de desteklenen güçlü iktidar ve lider merkezlilik eğilimi azalmaktadır. Benzer bir durum lider merkezliliğe işaret eden “*güçlü liderlik beklentisi*” boyutu için de geçerlidir. Eğitim seviyesi ile güçlü liderlik beklentisi arasında negatif bir ilişki vardır. Yani eğitim seviyesi yükseldikçe siyaseti kendisine itaat edilen bir güç ve otorite olarak liderle ilişkilendirme eğiliminin azaldığı görülmüştür.

Boyutlara göre puan ortalamalarının eğitim durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı tek faktörlü varyans analizi ile incelenmiştir. “*İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*” boyutuna ilişkin bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 22. Eğitim durumuna göre “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler

Eğitim Durumu	N	X	S
İlkokul	476	3.285	0.595
Ortaokul	813	3.193	0.595
Lise	1825	3.151	0.592
Lisans/Önlisans	1009	3.002	0.609
Lisansüstü	142	2.847	0.640
Toplam	4265	3.128	0.607

Tablo 23. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarının eğitim durumlarına göre Anova sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark*
Gruplararası	43.392	4	10.848	30.274	0.000	1-3, 1-4,
Grupiçi	1526.493	4260	0.358			1-5, 2-4,
Toplam	1569.885	4264				2-5, 3-4, 3-5, 4-5

*1:İlkokul
2:Ortaokul
3: Lise
4:Lisans
5:Lisansüstü

Anova sonuçlarına göre “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” boyutu puan ortalamaları arasında eğitim düzeyine göre manidar fark saptanmıştır ($F_{(4,4260)}=30.274$, $p<0.01$). Çoklu karşılaştırmalar sonucunda lisansüstü mezunu olan katılımcıların puan ortalamaları manidar şekilde diğer kategorilerdeki katılımcıların puan ortalamalarından düşük çıkmıştır. Lisansüstü mezunu katılımcıların puan ortalaması 2.85 iken en yakın ortalama ile lisans mezunlarının ortalaması 3.00, en yüksek ortalama ile ilkokul mezunlarının ortalaması 3.29 olarak bulunmuştur. Benzer şekilde lisans/önlisans mezunlarının “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puan ortalamaları diğer kategorilerdeki katılımcıların puan ortalamalarından manidar bir şekilde farklı çıkmıştır. Etki büyüklüğü değeri 0.03 olarak elde edilmiştir. Diğer boyutumuz olan “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutu puan ortalamalarının eğitim düzeyine göre farklılaşp farklılaşmadığına bakıldığında aşağıdaki verilerle karşılaşılmıştır.

Tablo 24. Eğitim durumuna göre “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler

Eğitim Durumu	N	X	S
İlkokul	476	3.914	0.535
Ortaokul	813	3.945	0.505
Lise	1825	3.968	0.478
Lisans/Önlisans	1009	3.997	0.537
Lisansüstü	142	3.933	0.488
Toplam	4265	3.963	0.505

Tablo 25. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarının eğitim durumlarına göre Anova sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplararası	2.777	4	0.694	2.730	0.028	Yok
Grupiçi	1083.570	4260	0.254			
Toplam	1086.347	4264				

“Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutunda puan ortalamaları arasında eğitim düzeyine göre manidar bir fark saptanmamıştır ($F_{(4,4260)}=2.730$, $p>0.01$). Aritmetik ortalamalar incelendiğinde puan ortalamalarının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. “Güçlü liderlik beklentisi” boyutuna ilişkin analiz sonuçları ise şöyledir.

Tablo 26. Eğitim durumuna göre “güçlü liderlik beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler

Eğitim Durumu	N	X	S
İlkokul	476	3.424	0.807
Ortaokul	813	3.332	0.814
Lise	1825	3.149	0.800
Lisans/Önlisans	1009	2.945	0.855
Lisansüstü	142	2.790	0.841
Toplam	4265	3.154	0.835

Tablo 27. “Güçlü liderlik beklentisi” puanlarının eğitim durumlarına göre Anova sonuçları

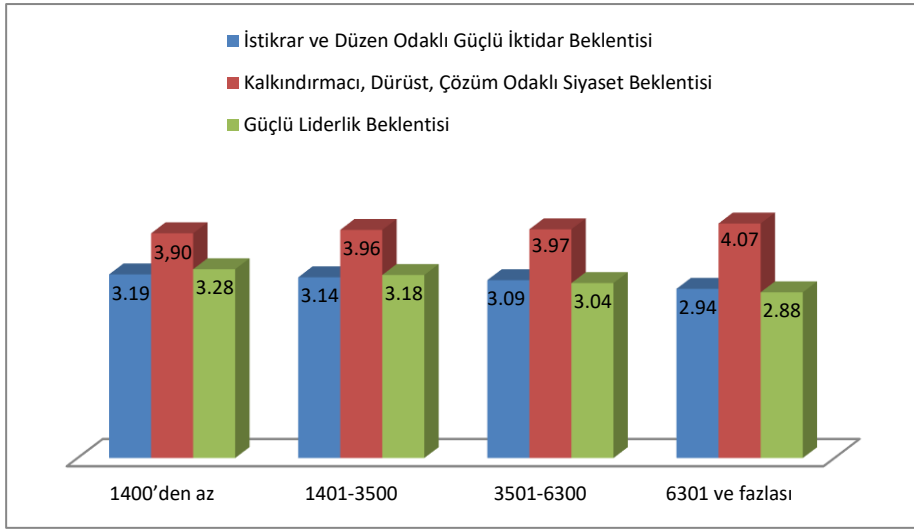
Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark*
Gruplararası	123.412	4	30.853	46.122	0.000	1-3, 1-4,
Grupiçi	2849.686	4260	0.669			1-5, 2-3,
Toplam	2973.097	4264				2-4, 2-5, 3-4, 3-5

*1:İlkokul	4:Lisans
2:Ortaokul	5:Lisansüstü
3: Lise	

Tablo 27’de görüldüğü gibi “*güçlü liderlik beklentisi*” puan ortalamaları arasında eğitim düzeyine göre manidar bir fark saptanmıştır ($F_{(4,4260)}=46.122$, $p<0.01$). Farka ilişkin eta kare değeri (etki büyüklüğü) 0.04 olarak bulunmuştur. Farkın kaynağı araştırıldığında lisansüstü ile ilkokul, ortaokul ve lise mezunu katılımcıların ortalama puanları arasında; lisans/önlisans mezunu katılımcıların ortalama puanları ile yine ilkokul, ortaokul ve lise mezunu katılımcıların ortalama puanları arasında manidar fark saptanmıştır. Bununla birlikte ilkokul ve lise mezunu katılımcıların ortalama puanları arasında lise aleyhine, ortaokul ve lise mezunu katılımcılar arasında yine lise aleyhine manidar fark tespit edilmiştir.

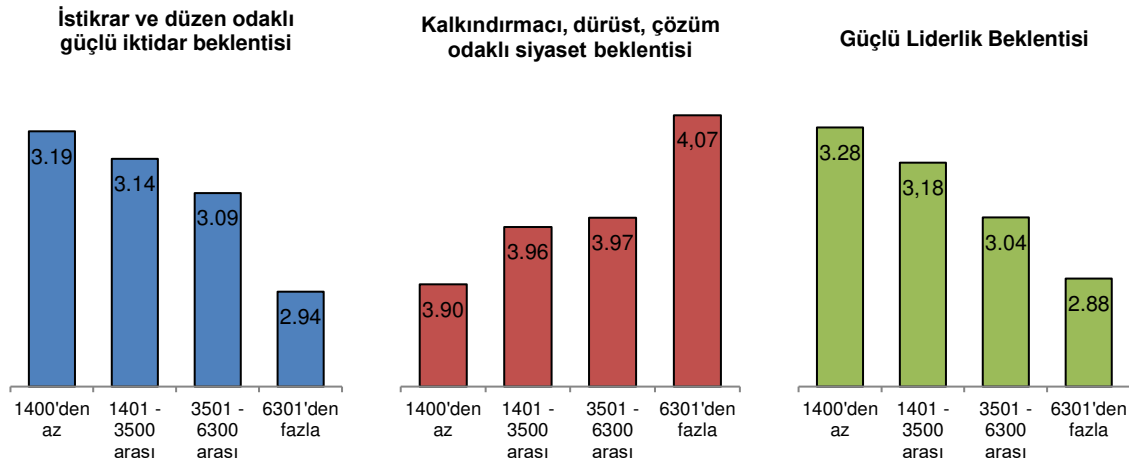
3.2.2.4 Ölçek Boyutları Ortalama Puanlarının Gelir Düzeyine Göre Dağılımı

Gelir düzeyinin katılımcıların oy verme eğilimlerine nasıl yansıdığı incelendiğinde aşağıdaki tablo ortaya çıkmıştır.



Şekil 28. Siyasal Değer Ölçeği boyut ortalama puanlarının gelir düzeyine göre dağılımı

Yaş ve eğitim değişkenleriyle benzer şekilde tüm gelir grubundakilerin ortalama puanlarının en yüksek olduğu boyut, “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutudur. Bu boyut açısından 3500 TL’den daha az gelire sahip bireylerin puan ortalamaları, 6301 TL’den daha fazla gelire sahip olan bireylerden anlamlı şekilde daha düşük çıkmıştır. Yani gelir yükseldikçe kalkınma, ilerleme gibi soyut kavramları icraatlar üzerinden somutlaştırma beklentisiyle yani rasyonel beklentilerle oy verme eğilimi yükselmiştir. Bu yükseliş özellikle üst gelir grubu olarak nitelendirilen 6301’den fazla gelire sahip olan kesimde daha net görülmektedir.



Şekil 29. Siyasal Değer Ölçeği ortalama puanlarının gelir düzeyine göre dağılımı

“İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puan ortalamaları incelendiğinde, 3500 TL’den az geliri olan gruplar kendi aralarında anlamlı olarak farklılaşmaz iken, diğer gruplar için gelir düzeyi arttıkça ortalamalar anlamlı şekilde düşmüştür. Benzer şekilde “güçlü liderlik beklentisi” boyutunda da 3500 TL’den daha az gelire sahip grupların puan ortalamaları, 3501 TL’den fazla gelire sahip gruplardan anlamlı şekilde daha yüksek çıkmıştır. Buradan hareketle “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” ve “güçlü liderlik beklentisi” boyutları ile gelir arasında negatif bir ilişki olduğu görülmüştür. Yani gelir arttıkça otoriter eğilimlerle şekillenen güçlü iktidar beklentisi ve lider merkezli eğilimlerin azaldığı, gelir düştükçe de tam tersi şekilde bu eğilimlerin yükseldiği saptanmıştır. Buna karşın gelir ile “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” arasında lineer bir ilişki vardır. Gelir arttıkça siyaseti ölçülebilen icraatlar ve başarılar üzerinden tanımlama eğilimi de kademeli olarak artmıştır.

Üç alt boyuttaki puan ortalamalarının gelir düzeyine göre farklılaşp farklılaşmadığı tek faktörlü varyans analizi ile incelenmiştir. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” boyutuna ilişkin bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 28. Gelir düzeyine göre “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler

Gelir Düzeyi (TL)	N	X	S
1400'den az	500	3.19	0.595
1401-3500 arası	2611	3.14	0.601
3501-6300 arası	966	3.09	0.607
6301'den fazla	178	2.94	0.675
Toplam	4255	3.13	0.606

Tablo 29. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarının gelir düzeyine göre Anova sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark*
Gruplararası	9.610	3	3.203	8.759	0.000	1-3, 1-4, 2-4,
Grupiçi	1554.640	4251	0.366			3-4
Toplam	1564.250	4254				

*1:1400'den az 3:3501-6300 arası
2:1401-3500 arası 4: 6301'den fazla

3500 TL'den az geliri olan gruplar kendi aralarında anlamlı olarak farklılaşmaz iken, diğer gruplar için gelir düzeyi arttıkça “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puan ortalamaları anlamlı bir şekilde düşmüştür. Bu bağlamda alt gelir grubunda istikrar ve güç arayışı, orta ve üst gelir gruplarından anlamlı şekilde yüksektir. Aşağıda “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutuna ilişkin analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 30. Gelir düzeyine göre “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler

Gelir Düzeyi	N	X	S
1400'den az	500	3.90	0.557
1401-3500 arası	2611	3.96	0.488
3501-6300 arası	966	3.97	0.493
6301'den fazla	178	4.08	0.601
Toplam	4255	3.96	0.504

Tablo 31. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarının gelir düzeyine göre Anova sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark*
Gruplararası	4.171	3	1.390	5.49	0.001	1-4, 2-4
Grupiçi	1075.897	4251	0.253			
Toplam	1080.067	4254				

*1:1400'den az 3:3501-6300 arası
2:1401-3500 arası 4: 6301'den fazla

“Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutu açısından değerlendirildiğinde, 3500 TL'den daha az gelire sahip bireylerin puan ortalamaları, 6301 TL'den daha fazla gelire sahip olan bireylerden anlamlı şekilde daha düşük çıkmıştır. Üst gelir grubu olarak nitelendirilen gruptakilerin, ilerlemeci ve kalkındırmacı siyaset beklentisi

diğer alt ve orta gelir gruplarından anlamlı şekilde yüksektir. “Güçlü liderlik beklentisi” boyutuna ilişkin analiz sonuçları ise şöyledir.

Tablo 32. Gelir düzeyine göre “güçlü liderlik beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler

Gelir Düzeyi	N	X	S
1400'den az	500	3.28	0.840
1401-3500 arası	2611	3.19	0.811
3501-6300 arası	966	3.04	0.865
6301'den fazla	178	2.88	0.865
Toplam	4255	3.15	0.834

Tablo 33. “Güçlü liderlik beklentisi” puanlarının gelir düzeyine göre Anova sonuçları

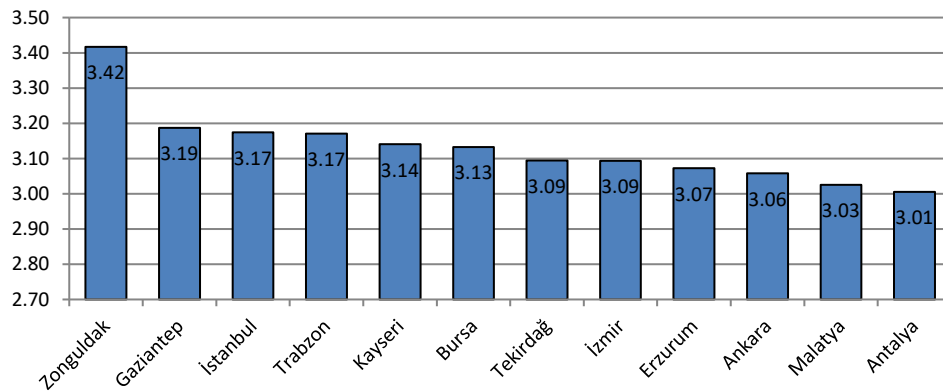
Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark*
Gruplararası	35.717	3	11.906	13.317	0.000	1-3, 1-4, 2-3,
Grupiçi	2922.572	4251	0.688			2-4
Toplam	2958.289	4254				

*1:1400'den az 3:3501-6300 arası
2:1401-3500 arası 4: 6301'den fazla

3500 TL'den daha az gelire sahip grupların puan ortalamaları 3500 TL'den fazla gelire sahip gruplardan anlamlı şekilde yüksek çıkmıştır. Yani alt gelir grubundekilerin güçlü liderlik beklentisi orta ve üst gelir gruplarından yüksektir.

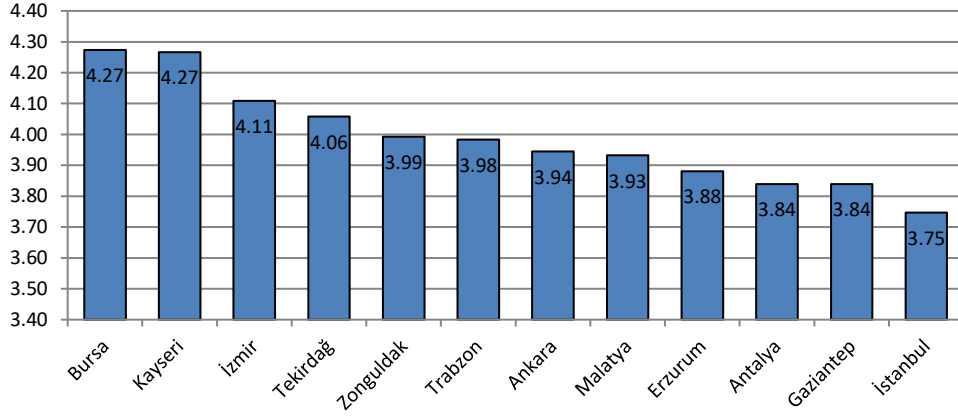
3.2.2.2.5 Ölçek Boyutları Ortalama Puanlarının Bölgelere Göre Dağılımı

Yaşanılan yerin ölçekte yer alan boyutlara ilişkin ortalama puanları nasıl etkilediğini anlamak üzere üç farklı boyuta ilişkin veriler betimsel olarak analiz edilmiştir. Öncelikle Değer Ölçeği'nden alınan puanların ortalamaları, üç alt boyut için ayrı ayrı 12 farklı il bazında büyükten küçüğe doğru sıralanarak aşağıda sunulmuştur.



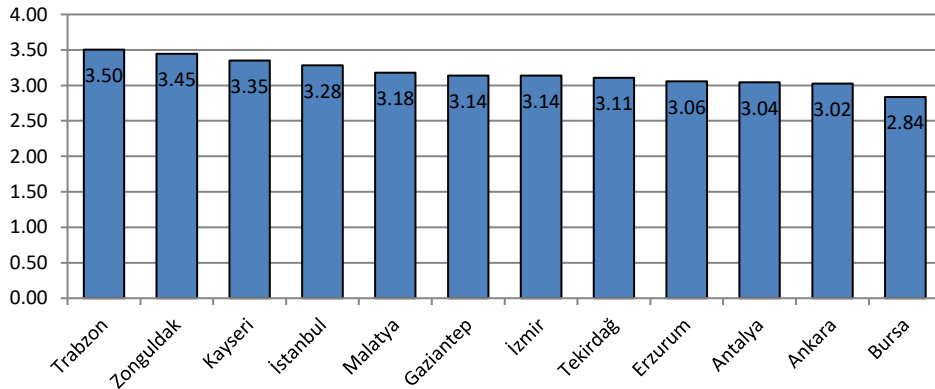
Şekil 30. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” ortalama puanlarının illere göre dağılımı

“İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” alt boyutu puan ortalamaları arasında, illere göre anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. Zonguldak ilindeki çalışmaya katılan katılımcıların “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puan ortalamaları en yüksek olarak saptanmıştır. Benzer şekilde İstanbul ilindeki katılımcılara ait puan ortalamaları Ankara, Antalya ve Malatya illeri; Gaziantep ili puan ortalamaları Antalya ili puan ortalamalarından anlamlı şekilde daha yüksek çıkmıştır.



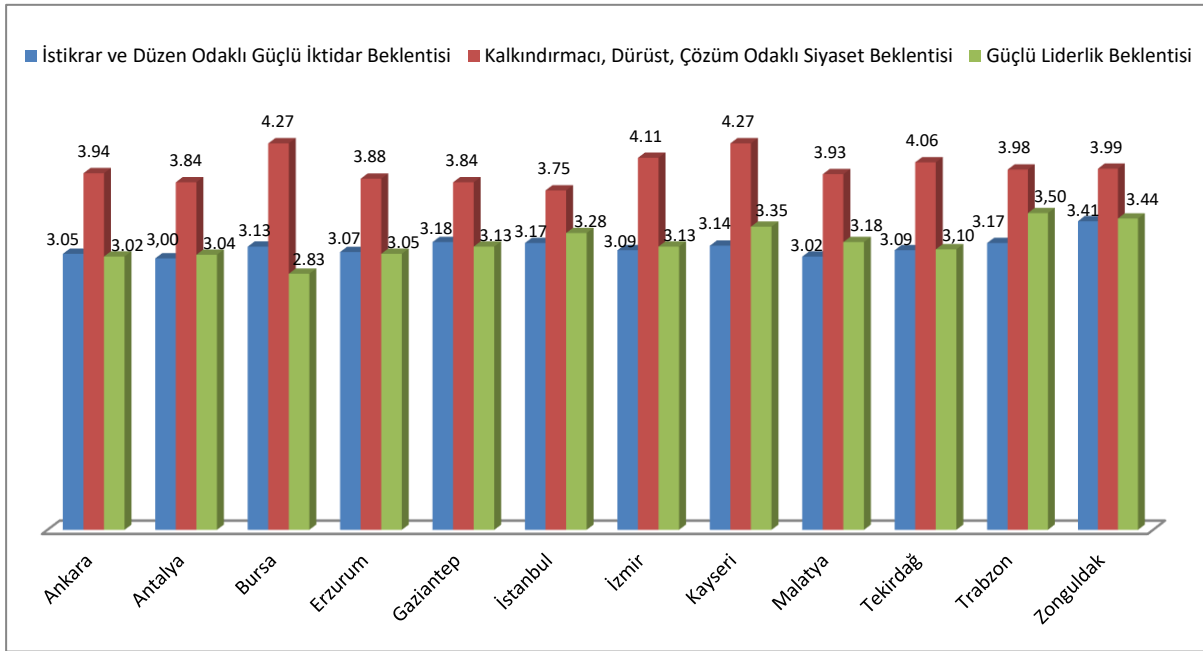
Şekil 31. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” ortalama puanlarının illere göre dağılımı

“Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puan ortalamaları arasında illere göre anlamlı fark olduğu saptanmıştır. Bursa ili puanları, Kayseri haricinde kalan 10 ilden anlamlı şekilde daha yüksek çıkmıştır. Benzer şekilde Kayseri ili puanları, Bursa haricinde kalan 10 ilden anlamlı şekilde daha yüksek çıkmıştır. İzmir ili puanları Bursa ve Kayseri illeri puanlarından düşük, diğer illerin puanlarından yüksek çıkmıştır. Tekirdağ ili puanlarının Bursa ve Kayseri illeri puanlarından düşük, diğer illerin puanlarından yüksek olduğu görülmektedir.



Şekil 32. “Güçlü liderlik beklentisi” ortalama puanlarının illere göre dağılımı

“Güçlü liderlik beklentisi” ortalama puanlarına bakıldığında, en yüksek puana sahip Trabzon ilindeki katılımcıların İstanbul, Zonguldak ve Kayseri illerindeki katılımcılardan anlamlı bir şekilde daha yüksek puan aldıkları görülmüştür. Yine yüksek puana sahip Zonguldak ilindeki katılımcıların, Kayseri ve Trabzon hariç diğer tüm illerdeki katılımcılardan anlamlı şekilde yüksek puan aldıkları saptanmıştır. En düşük puana sahip Bursa ilindeki katılımcıların puan ortalamaları, Ankara ve Erzurum dışındaki 9 ildeki katılımcıların puan ortalamalarından anlamlı şekilde daha düşük bulunmuştur. İl bazında üç alt boyut ortalama puanlarına ilişkin dağılımlar aşağıda yer almaktadır.



Şekil 33. İl bazında üç alt boyut ortalama puanlarına ilişkin dağılım

Yaş, eğitim ve gelirmede olduğu gibi ortalama puanların en yüksek olduğu boyut “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutudur. Buradan hareketle katılımcıların oy verme davranışında en fazla göz önünde bulundurdıkları değerlerin, hayatlarını idame ettirmeleri anlamında ekonomi, tehdit algılarından uzakta yaşamaları anlamında güvenlik gibi günlük hayatın dertlerine, sorunlarına ve beklentilerine denk gelen değerlerdir.

Üç farklı alt boyut için illere göre katılımcıların puan ortalamalarının farklılaşıp farklılaşmadığına “Tek Faktörlü Varyans Analizi (ANOVA)” ve “Kruskal Wallis H Testi” ile bakılmıştır. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puan ortalamaları ve “güçlü liderlik beklentisi” puan ortalamaları tüm iller için normal dağılım gösterirken, “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puan ortalamaları için Antalya, Erzurum ve Trabzon illerinde veriler normal dağılımdan uzak çıkmıştır. Üç ilde puan ortalamalarına ait çarpıklık

katsayısı 1.00'dan büyük elde edilmiştir. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puan ortalamalarına ilişkin tek faktörlü varyans analizi sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 34. İllere göre “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler

İl	N	X	S
Ankara	421	3.058	0.632
Antalya	533	3.006	0.609
Bursa	419	3.132	0.622
Erzurum	111	3.073	0.448
Gaziantep	363	3.187	0.649
İstanbul	814	3.174	0.493
İzmir	592	3.093	0.714
Kayseri	213	3.141	0.565
Malatya	185	3.025	0.567
Tekirdağ	201	3.094	0.543
Trabzon	151	3.171	0.685
Zonguldak	265	3.412	0.545
Toplam	4268	3.128	0.607

Tablo 35. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puanlarının illere göre Anova sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark*
Gruplararası	38.752	11	3.523	9.773	0.000	1-12, 2-12, 3-12,
Grupiçi	1534.247	4256	0.360			4-12, 5-12, 6-12,
Toplam	1573.000	4267				7-12, 8-12, 9-12, 10-12, 11-12, 1-6, 2-6, 2-5, 6-9

*1:Ankara	5: Gaziantep	9: Malatya
2:Antalya	6:İstanbul	10:Tekirdağ
3:Bursa	7:İzmir	11:Trabzon
4: Erzurum	8:Kayseri	12:Zonguldak

Analiz sonucunda “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puan ortalamalarında illere göre manidar bir fark olduğu saptanmıştır ($F(11,4246)=9.773$, $p<0.01$). Farkın kaynağı çoklu karşılaştırmalarla incelendiğinde, Zonguldak ile diğer tüm iller arasında Zonguldak lehine manidar bir fark tespit edilmiştir. Zonguldak ilinden çalışmaya katılan katılımcıların “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” puan ortalamaları en yüksek olarak (3.41) saptanmıştır. Benzer şekilde İstanbul ile Ankara, Antalya ve Malatya illeri arasında manidar bir fark görülmüştür. Ankara ilindeki katılımcıların puan ortalamaları 3.06, Antalya ilindeki katılımcıların puan ortalamaları 3.01, Malatya ilindeki katılımcıların puan ortalamaları 3.02, İstanbul ilindeki katılımcıların ortalamaları ise 3.17 olarak bulunmuştur. Bu alt boyutta İstanbul'daki katılımcıların puan ortalamaları manidar şekilde diğer üç ildeki puan ortalamalarından yüksek çıkmıştır. Son olarak Antalya ve Gaziantep puan ortalamaları arasındaki fark Antalya aleyhine manidar olarak bulunmuştur. Antalya ilindeki katılımcılar her ne kadar en düşük ortalamaya sahip olsa da Gaziantep, İstanbul ve Zonguldak dışındaki

diğer illerdeki puan ortalamaları ile anlamlı farka sahip değildir. Farka ilişkin etki büyüklüğünü hesaplamak için eta-kare (η^2) korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Etki büyüklüğü (η^2); 0.01, 0.06 ve 0.14 düzeyinde sırasıyla küçük, orta büyük olarak yorumlanmaktadır (Büyüköztürk, 2012). Yapılan karşılaştırma için eta kare değeri 0.03 olarak hesaplanmıştır. Bu değer yaşanan bölge değişkenin bağımlı değişken üzerinde küçük etkiye sahip olduğunu göstermektedir. “*Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutu puan ortalamalarının illere göre farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin analiz sonuçları aşağıdadır.

Tablo 36. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarının illere göre Kruskal Wallis Testi sonuçları

İl	N	Sıra Ortalaması	Sd	χ^2	p
Ankara	421	2124.22	11	554.880	0.000
Antalya	533	1869.28			
Bursa	419	2916.70			
Erzurum	111	1799.39			
Gaziantep	363	1910.02			
İstanbul	814	1529.92			
İzmir	592	2483.90			
Kayseri	213	2903.54			
Malatya	485	2044.22			
Tekirdağ	201	2424.78			
Trabzon	151	2264.34			
Zonguldak	265	2122.65			

Yapılan analiz sonucunda, katılımcıların “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” puan ortalamaları arasında illere göre manidar bir fark saptanmıştır ($\chi^2_{(11,4268)}=554.880$, $p=0.000$). Farka ilişkin etki büyüklüğü 0.12 olarak bulunmuştur. Bu değer, il değişkeninin “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” puanlarındaki toplam varyans üzerinde orta büyüklükte bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Farkın kaynağını araştırmak için parametrik olmayan çoklu karşılaştırma yöntemlerinden Bonferroni (Dunn’s) testi kullanılmıştır. Yapılan çoklu karşılaştırma sonucunda Bursa ili ile Kayseri haricinde kalan 10 il ile Bursa lehine manidar fark bulunmuştur. Bursa ilindeki katılımcıların puan ortalamaları Kayseri hariç diğer illerdeki puan ortalamalarından daha yüksek çıkmıştır. Benzer şekilde Kayseri ilindeki katılımcıların puan ortalamaları da Bursa ili hariç diğer 10 ildeki katılımcıların puan ortalamalarından manidar şekilde yüksek çıkmıştır. İzmir ilindeki katılımcıların puan ortalamaları ile Tekirdağ ve Trabzon hariç diğer 9 ildeki katılımcıların puan ortalamaları arasında manidar bir farklılık saptanmıştır. Tablo 36’daki sıra ortalamaları incelendiğinde, İzmir ilindeki katılımcılara ait “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” puanlarının Bursa ve Kayseri illeri puan ortalamalarından düşük, diğer illerin puan ortalamalarından yüksek olduğu görülmektedir. Tekirdağ ili ile Gaziantep, Antalya, Erzurum, İstanbul, Kayseri ve Bursa illeri arasında fark manidar olarak saptanmıştır. Tekirdağ ilindeki katılımcıların da “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” puan ortalamalarının

Bursa ve Kayseri illeri puan ortalamalarından düşük, diğer illerin puan ortalamalarından yüksek olduğu görülmektedir. Trabzon ili ile Antalya, İstanbul, Bursa ve Kayseri; Ankara ile İstanbul, İzmir, Kayseri ve Bursa; Zonguldak ile İstanbul, Bursa, Kayseri ve İzmir; Malatya ile İstanbul, İzmir, Kayseri ve Bursa; Gaziantep ile İstanbul, Bursa, Kayseri, İzmir ve Tekirdağ; Antalya ile İstanbul, Trabzon İzmir Tekirdağ Kayseri ve Bursa illeri arasında farklar manidar olarak saptanmıştır. Farklara ilişkin özet bir açıklama aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 37. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puanlarına ilişkin çoklu karşılaştırmalar

İl	Sıra Ort.	Ankara	Antalya	Bursa	Erzurum	Gaziantep	İstanbul	İzmir	Kayseri	Malatya	Tekirdağ	Trabzon	Zonguldak
Ankara	2124.22	-											
Antalya	1869.28	Yok	-										
Bursa	2916.70	Var	Var	-									
Erzurum	1799.39	Yok	Yok	Var	-								
Gaziantep	1910.02	Yok	Yok	Var	Yok	-							
İstanbul	1529.92	Var	Var	Var	Yok	Var	-						
İzmir	2483.90	Var	Var	Var	Var	Var	Var	-					
Kayseri	2903.54	Var	Var	Yok	Var	Var	Var	Var	-				
Malatya	2044.22	Yok	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Var	Var	-			
Tekirdağ	2424.78	Yok	Var	Var	Var	Var	Var	Yok	Var	Yok	-		
Trabzon	2264.34	Yok	Var	Var	Yok	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Yok	-	
Zonguldak	2122.65	Yok	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Var	Var	Yok	Yok	Yok	-

“Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puan ortalamaları en yüksek çıkan il Bursa olmuştur. Çok yakın bir puan ile Kayseri ilindeki katılımcılar yine en yüksek puan ortalamasına sahiptir. İki ildeki katılımcıların “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” puan ortalamaları diğer 10 ilden manidar bir şekilde yüksek çıkmıştır. En düşük puan ortalamasına sahip İstanbul ilini Erzurum ve Antalya takip etmiştir. İstanbul ilindeki katılımcıların puan ortalamaları Erzurum’daki katılımcılar hariç diğer 10 ildeki katılımcıların puan ortalamalarından manidar şekilde düşük çıkmıştır. “Güçlü liderlik beklentisi” puan ortalamalarının illere göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiş ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

Tablo 38. İllere göre “güçlü liderlik beklentisi” puanlarına ait betimsel istatistikler

İl	N	X	S
Ankara	421	3.024	0.790
Antalya	533	3.045	0.831
Bursa	419	2.835	1.024
Erzurum	111	3.055	0.730
Gaziantep	363	3.138	0.666
İstanbul	814	3.283	0.725
İzmir	592	3.137	0.934
Kayseri	213	3.353	0.859
Malatya	185	3.181	0.815
Tekirdağ	201	3.107	0.818
Trabzon	151	3.504	0.770
Zonguldak	265	3.446	0.680
Toplam	4268		0.835

Tablo 39. “Güçlü liderlik beklentisi” puanlarının illere göre Anova sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark*
Gruplararası	120.961	11	10.996	16.400	0.000	1-6, 1-8, 1-11, 1-12, 2-3, 2-6, 2-8, 2-11, 2-12, 3-5, 3-6, 3-7, 3-8, 3-9, 3-10, 3-11, 3-12, 4-11, 4-12, 5-6, 5-11, 5-12, 6-12, 7-11, 7-12, 9-11, 9-12, 10-11, 10-12
Grupiçi	2853.741	4256	0.671			
Toplam	2974.701	4267				

*1:Ankara	5: Gaziantep	9: Malatya
2:Antalya	6:İstanbul	10:Tekirdağ
3:Bursa	7:İzmir	11:Trabzon
4: Erzurum	8:Kayseri	12:Zonguldak

Tablo incelendiğinde “*güçlü liderlik beklentisi*” boyutunda en yüksek puan ortalamasının Trabzon ilindeki katılımcılara, en düşük puan ortalamasının ise Bursa ilindeki katılımcılara ait olduğu görülmektedir. Analiz sonucunda “*güçlü liderlik beklentisi*” puan ortalamaları arasında illere göre manidar bir fark olduğu saptanmıştır ($F(11,4246)=16.400$, $p<0.01$). Farkın kaynağı için yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucunda en yüksek puana sahip Trabzon ilindeki katılımcıların İstanbul, Zonguldak ve Kayseri illerindeki katılımcılardan manidar bir şekilde daha yüksek puan aldıkları görülmüştür. Yine yüksek puana sahip Zonguldak ilinde katılımcıların, Kayseri ve Trabzon hariç diğer tüm illerdeki katılımcılardan manidar şekilde yüksek puan aldıkları saptanmıştır. En düşük puana sahip Bursa ilindeki katılımcıların “*güçlü liderlik beklentisi*” boyutundaki puan ortalamaları, Ankara ve Erzurum dışındaki 9 ildeki katılımcıların puan ortalamalarından manidar şekilde daha düşük bulunmuştur. Farka ilişkin eta kare değeri 0.04 olarak bulunmuştur.

3.2.3 Sonuç ve Değerlendirme

Toplam puanlar üzerinden boyut boyut değişkenlere göre farklılıkların incelendiği bu bölüm sonucunda ulaşılan bulgular kısaca şunlardır. Öncelikle her cinsiyet, yaş, eğitim, gelir ve bölge ortalama puanlarının en yüksek olduğu boyutun “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” olduğu görülmüştür. Bu boyut, insanların ihtiyaçlar hiyerarşisinde ön sıralarda yer alan hayatı idame ettirmek için gereken fiziksel ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı gibi materyalist temel değerlere denk gelmektedir. Bu şu şekilde yorumlanabilir; cinsiyet, yaş, eğitim, gelir ve yaşanılan yer fark etmeksizin Türkiye toplumunun oy verme davranışında en fazla göz önünde bulundurduğu değerler, bireysel yaşamlarından hareketle gündelik hayatı kolaylaştırmaya, yaşadıkları sorunlara çözüm bulmaya, refah beklentisini karşılamaya kısaca rasyonel beklentilere cevap vermeye yönelik değerlerdir. Türkiye’nin son dönemlerde yaşadığı ekonomik, siyasi, sosyal sorunlar göz önünde bulundurulduğunda,

hayatta kalmaya çalışan insanların günlük dertlerine çare bulma çabası çerçevesinde bu beklentilere seslenen değerleri ön planda tutması anlaşılabilir bir durumdur. Ölçek boyutlarının demografik değişkenler açısından analizi sonucunda ulaşılan bulguları kısaca özetlemek, bu tespitimizi detaylandırmak ve somutlaştırmak açısından yararlı olacaktır.

Siyasal Değer Ölçeği ortalama puanlarının cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde, kadın ve erkek katılımcıların aldıkları puan ortalamalarının üç alt boyutta da farklılaşmadığı saptanmıştır. Birbirine paralel olan bu oranlardan hareketle araştırmaya katılan kadınların da erkeklerin de ölçek boyutlarını benzer şekilde değerlendirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Her yaş grubunda ortama puanların en yüksek olduğu boyut, insanların ihtiyaçlarına ve refah beklentilerine karşılık gelen “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” olmakla birlikte özellikle yaş arttıkça bu boyutun ortalama puanları da artmıştır. Benzer şekilde yaşla birlikte insanlar ve kaynaklar üzerinde hakimiyet kuracak ve kontrol sağlayacak güçlü iktidar beklentisine denk gelen “*istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*” boyutunun ortalama puanları artmıştır. “*Güçlü liderlik beklentisi*” ortalama puanları incelendiğinde 18-29 yaş aralığındaki puan ortalamaları yaş arttıkça düşerken, özellikle 60 yaş ve üzeri katılımcılarda lider merkezli siyaset anlayışı boyutunun ortalama puanları, diğer yaş gruplarına göre ciddi şekilde yüksektir, yani 60 yaş ve üzerinde güçlü liderlik beklentisi oy verme eğilimleri üzerinde diğer yaş gruplarına göre daha etkilidir.

Eğitim düzeyi yükseldikçe bireysel ihtiyaçlar ve refah beklentisiyle oy verme eğilimi artarken, hakimiyet ve kontrol beklentisiyle şekillenen ve otoriter eğilimlerle desteklenen güçlü iktidar ve lider merkezlilik eğilimi azalmaktadır. Gelir yükseldikçe kalkınma, ilerleme gibi soyut kavramları göstergeler ve icraatlar üzerinden somutlaştırma beklentisiyle oy verme eğiliminin yükseldiği saptanmıştır. “*istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*” ve “*güçlü liderlik beklentisi*” boyutları ile gelir arasında negatif bir ilişki olduğu, yani gelir arttıkça otoriter eğilimlerle şekillenen güçlü iktidar beklentisi ve lider merkezli eğilimlerin azaldığı, gelir düştükçe de tam tersi şekilde bu eğilimlerin yükseldiği saptanmıştır.

Analiz sonucunda “*istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*”nin en yüksek olduğu şehrin Zonguldak olduğu ardından sırayla Gaziantep, İstanbul ve Trabzon’un geldiği saptanmıştır. “*Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” puan ortalamaları incelendiğinde kalkınma ve refah beklentisiyle oy verme eğiliminin en yüksek şehirler olduğu şehirlerin Bursa ve Kayseri olduğu ve ardından sırayla İzmir ve Tekirdağ’ın geldiği görülmüştür. *Güçlü liderlik beklentisi*” ortalama puanlarına bakıldığında, ilk sırada Trabzon vardır, ardından sırayla Zonguldak ve Kayseri gelmiştir.

Özetle kadın-erkek farkı olmaksızın yaş arttıkça, eğitim düzeyi yükseldikçe, gelir arttıkça “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” yani günlük sorunlara çare üretecek ve refahı artıracak siyaset beklentisi artmıştır. Yine cinsiyet farketmeksizin yaş

arttıkça, eğitim düzeyi düştükçe, gelir azaldıkça “*istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*” yani ülkede düzen ve istikrarı sağlayacak güçlü iktidar beklentisi artmıştır. Özellikle 60 yaş üzeri kesimde ve gençlerde (18-29), eğitim düzeyi düştükçe, gelir azaldıkça “*güçlü liderlik beklentisi*” yani lider merkezlilik artmıştır.

3.3 Ölçek Boyutlarında Farklılaştırıcı ve Birleştiren Değerler

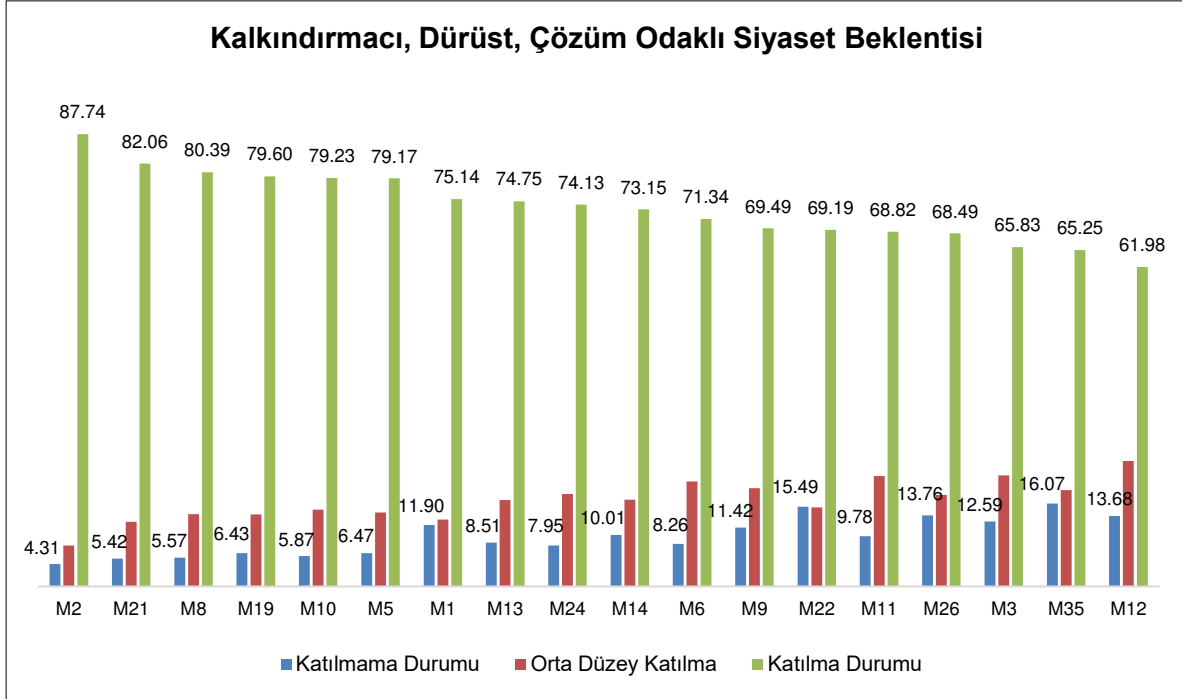
3.3.1 “Kalkındırmacı, Dürüst, Çözüm Odaklı Siyaset Beklentisi” Boyutunda Farklılaştırıcı ve Birleştiren Değerler

Ölçekte yer alan boyutlara ilişkin bu betimsel analizlerin ardından sıra boyut içindeki maddelere yakından bakmaya gelmiştir. Öncelikle her bir boyutta katılım düzeylerine bakılarak en fazla onaylanandan en az onaylanana doğru bir değerlendirme yapılmıştır. Ardından her maddenin demografik değişkenlere göre analizi yapılarak her boyutun hangi demografik değişkenlerde farklılaştığı, hangi demografik değişkenlerde birleştiğine ilişkin veriler sunulmuştur. Bu yapılırken aynı değere ilişkin eğilimi ölçen farklı ifadeler birlikte değerlendirilerek bütünsel bir bakış açısı oluşturulmaya çalışılmıştır.

Araştırma beşli Likert tipi dereceli ölçek şeklinde tasarlanmış ve veriler bu şekilde toplanmıştır. Bu çerçevede katılımcılara görüşlerini derecelendirme yani görüşlerinin keskinliğini belirtmelerine imkan verecek şekilde “tamamen katılıyorum” (5) ile başlayan ve “tamamen katılmıyorum” (1) giden beşli bir skala sunulmuştur. Analiz aşamasında yorumlamalarda kolaylık sağlaması açısından, katılma ve katılmama durumları değerlendirilirken, az ya da çok katılma/katılmama durumu tek bir grup olarak ele alınarak toplanmıştır (tamamen katılıyorum+katılıyorum=katılma durumu, kesinlikle katılmıyorum+katılmıyorum=katılmama durumu). Ancak demografik değişkenler yorumlanırken “tamamen katılıyorum” ya da “tamamen katılmıyorum” oranlarındaki anlamlı farklılıklar göz ardı edilmeyerek açıklanmaya çalışılmıştır. Puan ortalama düzeyinin en yüksek olduğu “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutunda yer alan maddelerin bu şekilde değerlendirilmesiyle elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur.

3.3.1.1 Kalkınma ve İlerlemenin Formülü: Dürüstlük, Güvenlik, Sorumluluk

Araştırmada siyaset kurumunun kalkınma, ilerleme, sorunların çözümü adına başarı olarak gördüğü ve seçmeni ikna sürecinde argüman olarak kullandığı kriterlerin oy verme davranışında ne kadar etkili olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır. Analiz sonucunda “kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutu altında toplanan bu ifadelerin katılımcıların en fazla destek verdiği ifadeler olduğu gözlenmiştir. Öyle ki ortalamalara bakıldığında, yaklaşık her dört katılımcıdan üçü (%73,65) bu boyut altındaki ifadelere “katılıyorum” diyerek onaylamıştır.



Şekil 34. “Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi” boyutunda yer alan maddelere ilişkin katılım düzeyleri

Bu boyutta katılma oranlarının yüzde 80'nin üzerinde olduğu ilk üç ifade incelendiğinde *yardımseverlik*, *güvenlik* ve *başarı* temel boyutlarıyla karşılaşılmıştır. Bu sonuçlar, siyasal söylemlerde en fazla öne çıkarılan ortak alt ve temel değerlerle uyumludur. Nitekim nitel analizler sonucunda 2000'ler Türkiye siyasetinde sıradan politik kültürün ortak iyisini temsil eden alt değerlerin *kendi amaçlarını belirlemek*, *başarılı olmak*, *dürüstlük* ve *sorumluluk sahibi olmak* şeklinde, temel değerlerin ise *yardımseverlik*, *kendini yönetme*, *güç*, *güvenlik* ve *başarı* olarak sıralandığı tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların yüzde 80'inden fazlasının “katılıyorum” diyerek destek verdiği bu değer yüklü ifadeler şunlardır;

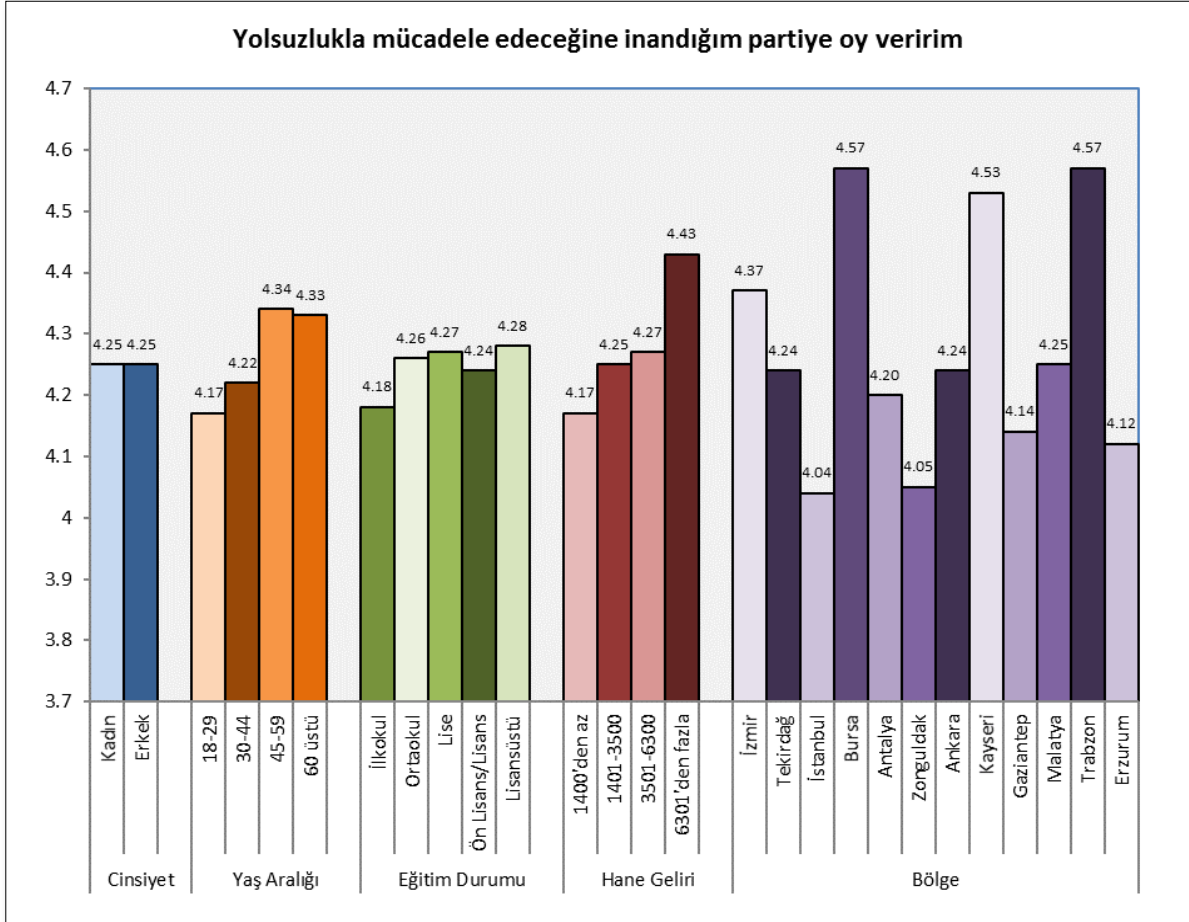
“Yolsuzlukla mücadele edeceğine inandığım partiye oyumu veririm” (M2).

“Terör sorununu ekonomideki eşitsizliği azaltmak ve kalkınmayı sağlamak yoluyla çözmekten yana olan partiye oyumu veririm” (M21).

“Özü, sözü ve yaptığı bir olan siyasi lideri başarılı bulur, oyumla desteklerim” (M8).

Bir toplum için geçerli olan ideal düşünme ve davranma yollarını anlatan kriterlerin ilk sıralarında dürüstlük, güvenilirlik, adalet, ahlak, saygı gibi değerler yer almaktadır. Bu çerçevede sözünde ve davranışlarında doğruluktan ayrılmamak, yaptıklarının arkasında durmak açısından dürüstlük, hesap verebilirlik, şeffaflık gibi unsurlar günümüz siyaset anlayışında da öne çıkan kriterlerdir. Bu kriterler siyasal aktörlerin hem kendilerini ve siyasi anlayışlarını anlatmak hem de karşısındaki rakibi seçmen gözünde zor durumda bırakmak için sıkça kullandığı argümanlardır.

Katılımcıların yüzde 87,74'ünün yolsuzlukla mücadele edeceğine inandığı partiye oyunu vereceğini belirtmesinden hareketle, Türkiye toplumunda dürüst ve temiz siyaset beklentisinin oy verme eğilimlerini etkileyen değerlerin başında yer aldığı söylenebilir. Ayrıca bu ifade, yüzde 43,29 ile “tamamen katılıyorum” diyerek görüşlerinin altını çizmek isteyenlerin de en fazla olduğu ifadedir. Bu maddenin demografik değişkenlere göre sonuçları aşağıda sunulmuştur.



Şekil 35. “Yolsuzlukla mücadele edeceğine inandığım partiye oyumu veririm” (M2) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

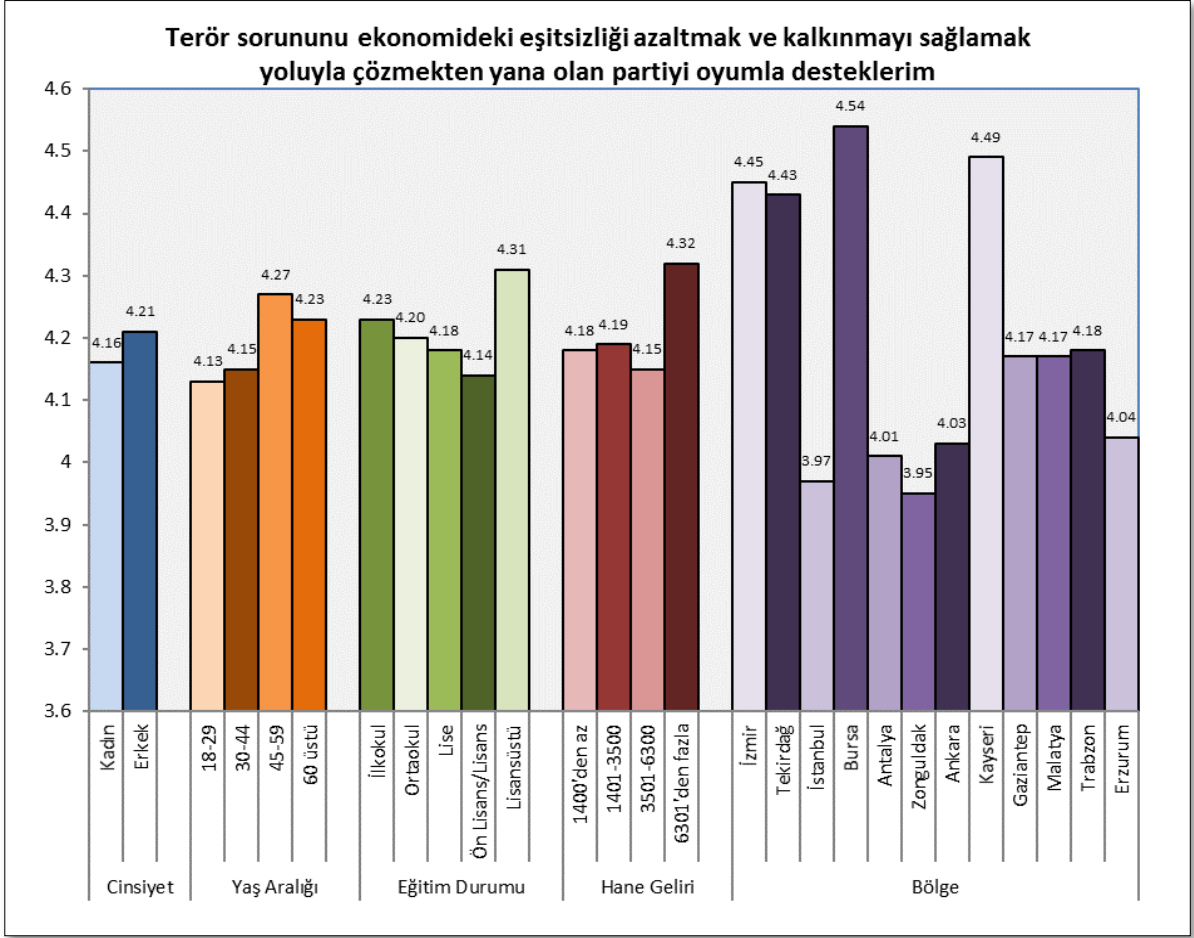
Yolsuzlukla mücadele önceliği açısından kadınlarla erkekler ya da yüksek eğitimlilerle ilkökull mezunları arasında anlamlı bir fark yoktur. Ancak gelir düzeyi ve yaş anlamlı bir fark yaratmaktadır. Gelir düzeyi yükseldikçe yolsuzlukla mücadele konusunun oy verme davranışı üzerindeki etkisi de kademeli artmaktadır. Özellikle üst gelir grubunun (6301 ve fazlası) yüzde 59,55'i “tamamen katılıyorum” diyerek, dürüstlük değerinin oy verme eğilimleri üzerindeki etkisini daha net biçimde göstermiştir. Yaşta da benzer bir durum vardır. Yaş ilerledikçe tamamen katılanların oranı artmıştır (60 yaş ve üzerinde tamamen katılıyorum diyenlerin oranı yüzde 48,61). Burada özellikle “tamamen katılıyorum” cevabı, bu yöndeki eğilimin gücünü ortaya koyması açısından önemlidir. Özetle ölçek içinde en fazla destek

gören bu ifadeden hareketle Türkiye toplumunun dürüst ve temiz siyaset beklentisinin diğer değerlerden öncelikli olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılanların yüzde 82,06'sının "katılıyorum" diyerek destek verdiği ifade ise güvenlik değer alanından hareketle kalkınma ve başarının tanımlandığı şu ifadedir; "*Terör sorununu ekonomideki eşitsizliği azaltmak ve kalkınmayı sağlamak yoluyla çözmekten yana olan partiye oyumu veririm*" (M21). Türkiye'nin yıllardır çözölemeyen önemli sorunlarından biri olan terör sorunu konusunda siyasal aktörlerin ne söyledikleri ve çözüm yolları oy verme davranışı üzerinde etkilidir. Bu nedenle de terör gibi toplumun önemli sorunlarına rasyonel çözümler bulmak konusu seçim dönemlerinde öne çıkan ve vaatlere konu olan hususlardan biri olagelmıştır. Peki Türk halkı terör sorununun temelinde ve dolayısıyla çözümünde neyi görmektedir? Ekonomik çözümler mi yoksa güvenlikçi tedbirler mi çözüme ulaştırır? Bunu ve oy verme davranışı üzerine etkisini anlamaya yönelik olarak araştırmamızda iki soru yer almıştır. Terör sorunu karşısında iki farklı teşhis ve dolayısıyla tedavi yolu öneren bu ifadelerin ilkinde, madde 21'de olduğu gibi, Türkiye'deki terör sorununun ekonomik nedenlere dayandığı teşhisinden hareketle tedavi olarak ekonomik eşitsizliklerin giderilmesi ve kalkınmanın sağlanması önerilmektedir. Diğerinde ise terörün bir asayiş sorunu olarak görülmesi ve tedavi olarak güvenlikçi politikaların önerilmesi söz konusudur ve araştırmada şu ifadeyle yer almıştır;

"Terör sorununu güvenliği ön planda tutan politikalarla çözeceğine inandığım partiye oyumu veririm" (M24).

"Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi" boyutunda yüzde 74,13 katılım oranıyla dokuzuncu sırada yer alan bu ifade, toplumun refah beklentilerinde güvenliğin ne kadar öncelikli göröldüğünü ortaya koymaktadır. Aşağıda öncelikle araştırmaya katılanların yüzde 82,06'sının destek verdiği M21'e ilişkin demografik veriler yer almaktadır.



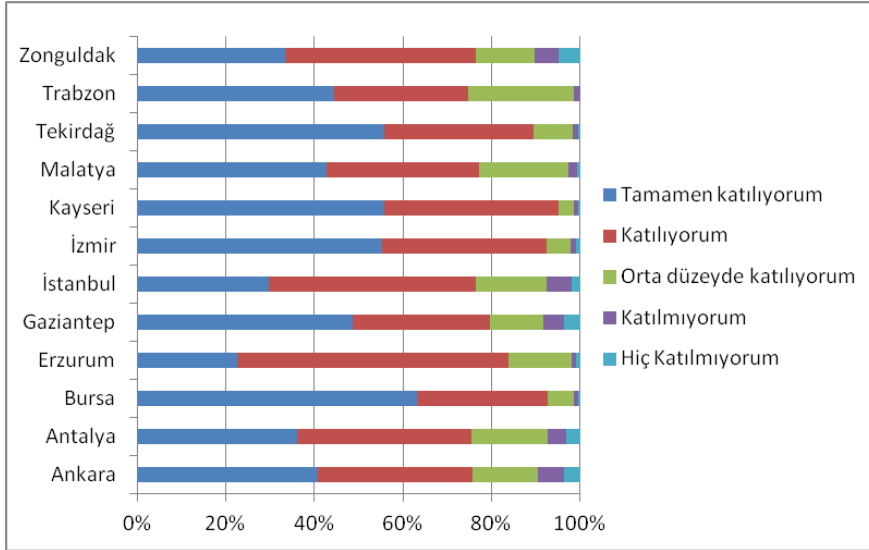
Şekil 36. “Terör sorununu ekonomideki eşitsizliği azaltmak ve kalkınmayı sağlamak yoluyla çözmekten yana olan partiye oyum veririm” (M21) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

Araştırmamız sonucunda terör sorununu ekonomik nedenlere bağlayan ve bu yönde çözüm getirecek bir partiye oyunu vereceklerin oranı her cinsiyet, eğitim, gelir, yaş ve bölge grubunda yüzde 80 düzeyindedir ve benzerlik göstermektedir. Kadınlar da erkekler de, yüksek eğitimliler de diğerleri de, yüksek gelirli de düşük gelirli de terör sorununu ekonomik eşitliği sağlayarak çözecek olan partiye oyunu vereceği konusunda hemfikirdir.

Güvenlik, eşitlik ve zenginlik değerleriyle çerçeveselenen bu maddeye yaş grupları açısından bakıldığında, katılım oranı her yaş grubunda yüzde 80 ve üzerindedir. Sadece 45 yaş ve üzerindeki grupların ifadeye katılım oranlarında yüzde 2-3'lük bir artış vardır. Yine bu grupta katılmayanların oranı da yüzde 4-5 oranında düşüyor.

Yaşanılan yerin fark yaratıp yaratmadığına bakıldığında, yine tüm bölgelerde ifadeye desteğin ortalama yüzde 82,46 ile oldukça yüksek olduğunu görüyoruz. Kayseri (%95,31), Bursa (%92,60) ve İzmir'de (%92,40) yüzde 90'ların üzerindeki katılımdan hareketle İç ve Batı Anadolu'da terör sorununun kalkınmayla, ekonomik gelişmeyle çözülebileceği inancının

daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Göreceli olarak desteğin en az olduğu şehirler ise sırayla Trabzon (%74,84) ve Antalya'dır (%75,66).



Şekil 37. “Terör sorununu ekonomideki eşitsizliği azaltmak ve kalkınmayı sağlamak yoluyla çözmekten yana olan partiye oyu veririm” (M21) ifadesine bölgelere göre katılım düzeyi

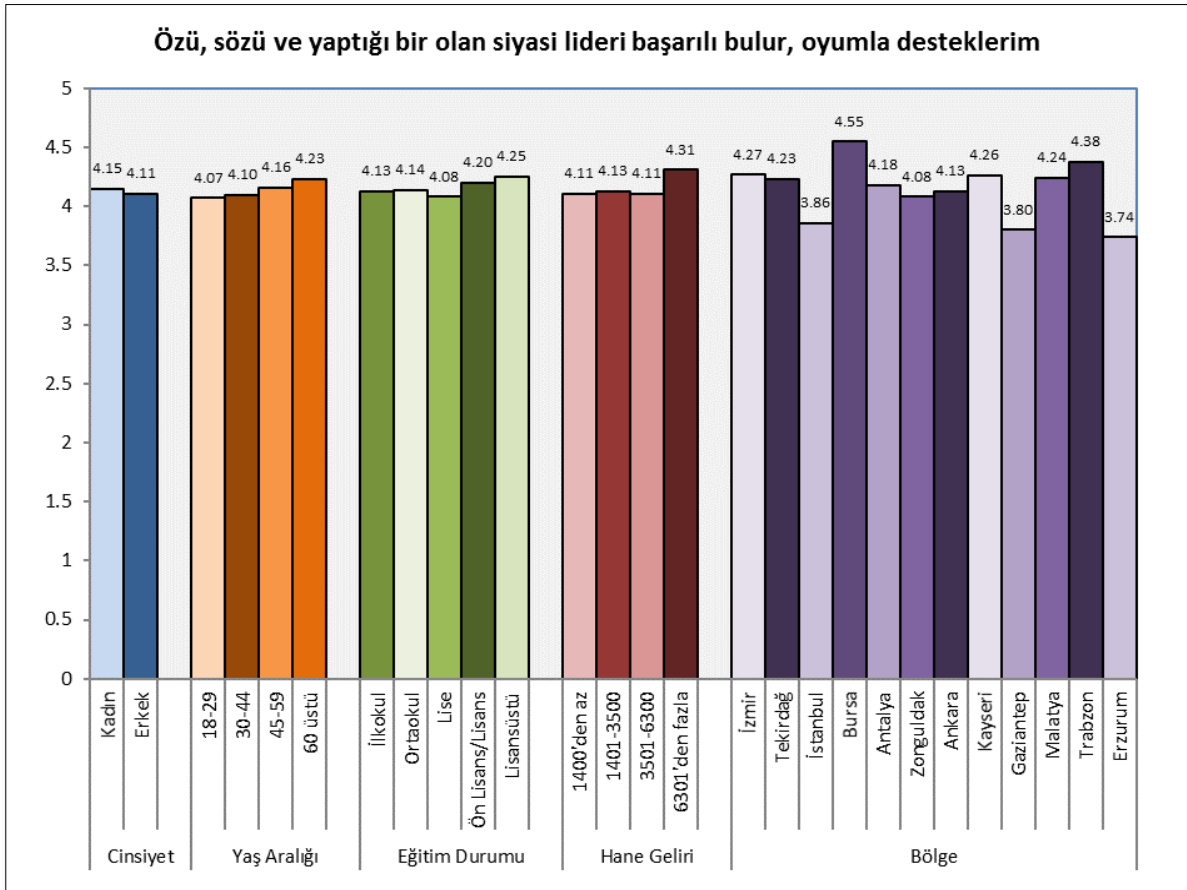
Bu madde özelinde “tamamen katılıyorum” şikkının yüksekliği katılımcıların görüşlerini daha net ve keskin bir şekilde ortaya koyma eğilimlerini göstermektedir. Bu iller arasında ilk üçte Bursa (%63,24), Kayseri (%55,86) ve Tekirdağ (%55,72) yer almaktadır.

Terörün bir asayiş sorunu olarak görüldüğü ve tedavi olarak güvenlikçi politikaların önerildiği “*Terör sorununu güvenliği ön planda tutan politikalarla çözeceğine inandığım partiye oyu veririm*” şeklindeki 24. maddeye ilişkin demografik veriler incelendiğinde, kadın ve erkeklerin, yüksek eğitimlilerle diğerlerinin, yüksek gelirlilerle düşük gelirlilerin düşüncelerinin birbirinden farksız olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak farklı cinsiyet, eğitim, gelir düzeyindeki her üç katılımcıdan ikisi bu ifadeye destek vermiştir. Ancak yaş ilerledikçe “terör güvenlikçi politikalarla çözülür” diyenlerin oranı kademeli olarak artmıştır. 18-29 yaş aralığında yüzde 67,92 olan oran kademeli olarak artmış ve 60 yaş ve üzerinde yüzde 81,87’ye ulaşmıştır. Yani 45 ve 60 yaş üstünde terörün güvenlikçi politikalarla çözülebileceğine inanç daha fazla ama zaten seçmenin 3/4’ü de böyle düşünmektedir. Yaşla birlikte toplumun muhafazakarlaşması açısından değerlendirildiğinde bu anlaşılabilir bir durumdur.

Doğu ya da Batı bölgelerinde yaşayanların bu konudaki düşüncelerinin ne kadar benzer ya da farklı olduğuna baktığımızda, ülke genelinde bu ifadeye katılımın yüzde 75,23 ile oldukça yüksek olduğu görülmüştür. Şehir bazında incelendiğinde ise Kayseri’de (%90,61), İzmir’de (%85,47) ve Bursa’da (%85,37) katılımcıların neredeyse tamamı terörün güvenlikçi politikalarla çözülebileceğini söylemiştir. Türkiye’nin yıllardır en fazla canını yakan terör sorunu konusunda iki farklı yaklaşım ve çözüm önerisinden hangisini öne çıkaran

siyasal söyleme destek verileceğine ilişkin bu iki ifadeyi birlikte değerlendirmek yararlı olabilir. Çünkü Bursa, Kayseri ve İzmir'deki katılımcılar terör sorununun çözümü konusunda ekonomik çözüm yaklaşımına yüzde 90'ların, güvenlikçi çözüm yaklaşımına ise yüzde 85'lerin üzerinde destek vermesini “hangi yolla olursa olsun sonuçta terör sorunu çözülsün” şeklindeki düşüncenin tezahürü olarak yorumlayabiliriz.

Araştırma sonucunda katılımcıların yüzde 80,39'unun “katılıyorum” diyerek destek verdiği ifade şöyledir; “Özü, sözü ve yaptığı bir olan siyasi lideri başarılı bulur, oyumla desteklerim” (M8). Söylediği söz ile yaptığı iş veya davranışların örtüşmesi ve tutarlı olması Türkiye toplumunda otoritenin, saygınlığın, karizmanın önemli bir kriteri ve göstergesidir. “Dürüstlük”, “otorite”, “sosyal güç” gibi değerlere yaslanan bu ifade verdiği sözün arkasında durmak, bugün söylediğini yarın unutmamak açısından önemli olarak görülür ve özellikle siyasette sıkça dile getirilir. Nitekim katılımcıların beşte dördünün onayıyla oy verme davranışında etkili olan kriterlerden biri olarak değerlendirilmiştir.



Şekil 38. “Özü, sözü ve yaptığı bir olan siyasi lideri başarılı bulur, oyumla desteklerim” (M8) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

Özü ve sözü bir olmak çerçevesinde sosyal istenirliği yüksek olan bu ifadenin oy verme davranışını ne kadar etkilediğini anlamak üzere yaptığımız araştırma sonucunda, kadınların da erkeklerin de, yoksulların da zenginlerin de, gençlerin de yaşlıların da, doğuda

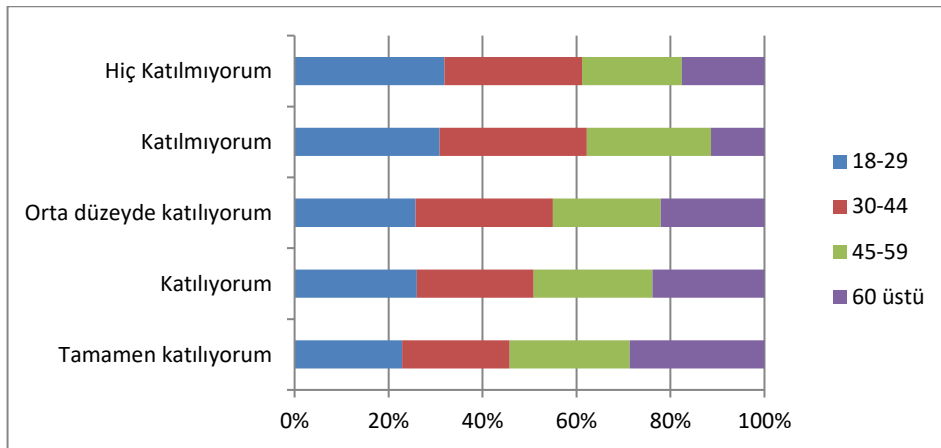
yaşayanın da batıda yaşayanın da kuzeyde yaşayanın da güneyde yaşayanın da yüzde 80 gibi yüksek bir oranda aynı fikirde olduğu görülmüştür. Türkiye'nin özellikle 90'larda yaşadığı sorunlar göz önünde bulundurulduğunda sorunlardan çıkma yolu olarak dürüstlük ve tutarlılığa işaret eden bu ifade beklenen bir Türkiye tablosunu ortaya koymaktadır.

Hem siyasal aktörlerin söylemlerinde geniş yer tutan ve hem de toplumun oy verme davranışında en fazla göz önünde bulundurduğu değerlerden bir diğeri ise *sorumluluk* alt değeri ve *yardımseverlik* temel değerine ilişkindir. Toplumun kalkınma, refahın artırılması, sorunların çözümü konusundaki beklentilerini karşılayacağı düşüncesiyle siyasetçilerin seçmeni ikna sürecinde sıkça başvurduğu sorumluluk değerinin, toplumun oy verme eğilimleri üzerindeki etkisi ölçülmüştür. Katılımcıların yüzde 79,60'ının katılıyorum diyerek destek verdiği bu ifade şöyledir;

“*Halka hesap vermeyi siyasi bir sorumluluk olarak gören partiyi oyumla desteklerim*” (M19).

“Halk iktidarı” anlamına gelen demokraside, halk kendi adına siyasi ve hukuki kararları almak ve uygulamak için bazı kişileri kendisine temsilci olarak seçmektedir. Halk adına karar alıp uygulayan temsilcilerden oluşan siyasi iktidarın eylem ve işlemlerinden dolayı halka hesap vermesi ise demokrasinin bir zorunluluğudur. Öyle ki topluma karşı sorumluluklarının bilincinde hareket etmek, söylem ve eylemlerinin hesabını vermek başarılı bir iktidar olmanın yolunu açmaktadır. Bu yöndeki beklentilerin oy verme davranışını nasıl etkilediğini ölçmek üzere araştırmada, demokrasinin olmazsa olmazı olan halka hesap verme sorumluluğunun oy verme davranışında ne kadar belirleyici olduğu sorulmuştur.

Sonuçlar kadınlarla ve erkekler, yüksek eğitimlilerle diğerleri arasında anlamlı bir fark olmadığını ortaya koymuştur. Ancak gelir düzeyi burada farklılaştırıcı bir unsur olarak karşımıza çıkmıştır. Tüm gelir gruplarının yüksek oranda (%78,74) “katılıyorum” dediği bu maddeye katılım oranının yaşla birlikte kademeli olarak arttığı görülmüştür.



Şekil 39. “Halka hesap vermeyi siyasi bir sorumluluk olarak gören partiyi oyumla desteklerim” (M19) ifadesine yaş gruplarına göre katılma oranı

Ayrıca “tamamen katılıyorum” diyerek kesin görüşlerinin altını çizmek isteyenlerin oranı da yaşla birlikte sistematik olarak artmıştır. 18-29 yaş grubunda “tamamen katılıyorum” diyenler yüzde 37,69 iken; 60 yaş üzerinde yüzde 47,14’e yükselmiştir. 60 yaş üstündekilerde “katılmıyorum” diyenlerin oranı da diğerlerine göre daha yüksektir. Demokratik yönetimler açısından önemli bir kriter olarak karşımıza çıkan halka hesap vermek, şeffaflık, dürüstlük, sorumluluk kavramları etrafında düşünüldüğünde yaşla beraber sorumluluk sahibi olacağına inanılan partiye oy verme eğiliminin arttığını söylemek mümkündür. Buradan hareketle orta ve üst yaş gruptaki seçmenlerin demokratik değerler olan hesap verebilmek, sorumlu siyaset anlayışı açısından beklentilerinin yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Tüm bölgelerde her beş kişiden dördünün (%80,02) destek verdiği bu ifadeye Kayseri (%93,87) ve Bursa’daki (yüzde 93,56) katılımcıların neredeyse tümü, halka hesap verme sorumluluğunu taşıyacak bir iktidara oy vereceğini belirtmiştir. Sosyal istenirliği yüksek olması çerçevesinde değerlendirildiğinde bu ifadeye toplumun genelinden gelen bu desteği açıklamak kolaylaşmaktadır.

3.3.1.2 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Ekonomiden Geçer

“*Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutunda yüzde 79,23 katılım oranıyla beşinci sırada yer alan ifade, Türkiye’nin önemli bir sorunu haline gelen ve dolayısıyla söylem genişliğiyle siyasetin değişmez konu başlıklarından biri olan işsizlik sorunuyla ilgili şu ifadedir; “*Türkiye’de işsizliği azaltma başarısı gösteren siyasi partiye oyumu veririm*” (M10).

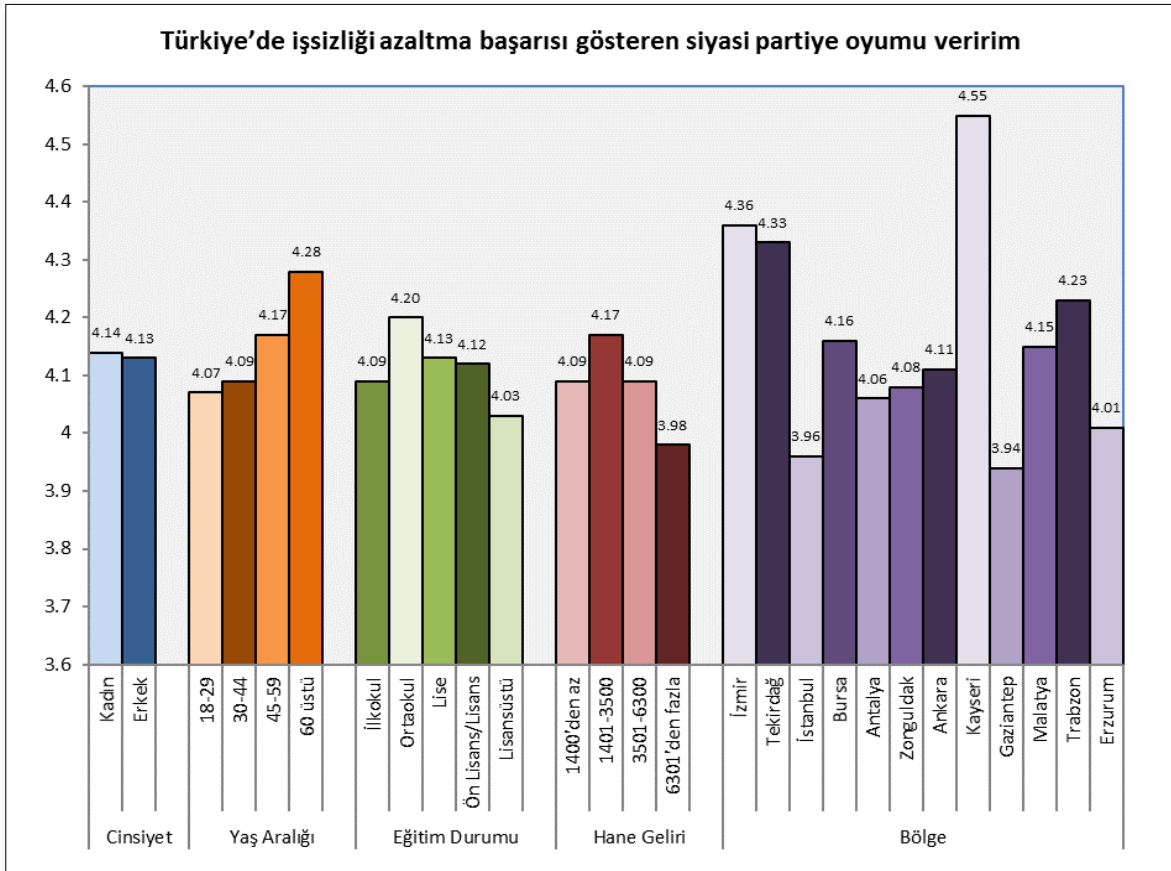
Teknik ve ekonomik gelişme düşüncesinin merkezi öneme sahip olduğu modern toplumlarda, büyümenin, kalkınmanın, ilerlemenin, gelişmenin tüm değer sistemi ve maddi uğraşların temeli olduğu görüşü egemendir (Duverger, 2002:302). Buna bağlı olarak da siyasette başarıyı ekonomik gelişme ve kalkınma ile özdeşleştiren icraatlar ve uygulamalar öne çıkmaktadır. Nitekim siyasal aktörlerin söylemleri üzerinden yapılan analizler de siyaseten başarının tartışıldığı parametrelerin başında ekonomik icraatlar ve vaatlerin geldiğini göstermiştir. Siyasal aktörler seçimler öncesinde özellikle ekonomik veriler ve göstergeler üzerinden kendilerini başarılı rakiplerini ise başarısız ilan etme yarışına girişmektedir. Bunun sonucunda ise siyasette *kendini geliştirme* üst düzey değeri içindeki *başarı* ve *güç* temel değerleri söylemsel olarak geniş yer tutmaktadır. Siyaset söyleminde büyük yere sahip olan bu değer boyutunu tek bir soruyla açıklamanın zorluğu nedeniyle aynı eğilimi ölçen değer ifadeleriyle oy verme davranışı üzerindeki etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır. Ölçekte “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutunda yer alan bu ifadeler şöyledir;

“Bir siyasi partinin sağlık, eğitim gibi alanlardaki imkanları artırmaya yönelik vaatleri oy vermemde etkilidir” (M13).

“Bir siyasi partinin ekonomik büyüme, milli gelir artışı, enflasyonu düşürme gibi toplumu kalkındırmaya yönelik vaatleri oy vermemde etkilidir” (M14).

Veriler, siyaseten başarıyı kalkındırmacı ekonomi politikalarıyla ilişkilendiren ve ekonomik göstergeler üzerinden tanımlayarak oy verme davranışına yansıtanların oranının yüzde 70’in üzerinde olduğunu göstermiştir. İşsizlik, enflasyon, hayat pahalılığı gibi sorunlarla sürekli mücadele eden bir toplumda siyasi başarının ekonomik göstergelerle ilişkilendirilmesi gayet doğaldır. Zira yoksul ve güvenliği tehdit altında olan, hayatını idame ettirmekte zorlanan insanlarda ekonomi ve güvenlik gibi materyalist değerler doğal olarak ön plana çıkmaktadır. Bu kategorideki ifadeleri katılım oranının en yüksek olduğu madde 10’dan başlayarak açıklayabiliriz.

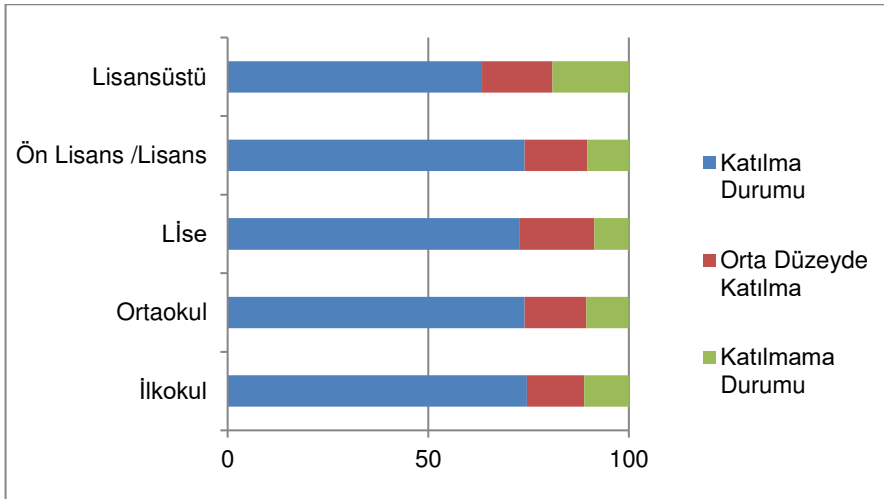
Türkiye gibi işsizlik, özellikle de genç işsizlik oranlarının çok yüksek olduğu bir ülkede başarılı bir siyasal iktidar olmanın yolu işsizliği azaltmaktan geçmektedir. Dolayısıyla da bu konuda kadın-erkek, yüksek eğitilmiş-düşük eğitilmiş, metropolde yaşayan-taşrada yaşayan bütün gruplar aynı görüşte birleşiyor: “İşsizliği azaltma başarısı gösterene oyu veririm”.



Şekil 40. “Türkiye’de işsizliği azaltma başarısı gösteren siyasi partiye oyumu veririm” (M10) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

Yaşa göre bakıldığında, işsizliğin oy verme davranışı üzerinde en etkili olduğu kesimin 60 yaş ve üzeri kesim olduğu görülmüştür. Öyle ki bu ifadeye “tamamen katılıyorum” diyenlerin oranı 18-20 yaş aralığında yüzde 39,09 iken yaşı 60 ve üzeri olanlarda yüzde 48,68’e ulaşmıştır. Bölge bazında anlamlı bir fark olmamakla birlikte özellikle Kayseri (%92,96) ve İzmir’de (%89,51) neredeyse katılımcıların tümü işsizlik meselesinin oy verme tercihlerini doğrudan etkilediğini belirtmiştir.

Soyut bir kavram olarak kalkınma ve ilerlemenin somutlaştırılmasına yardımcı olan göstergelerden bir diğeri de ekonomik göstergelerdir. Ölçekte “*Bir siyasi partinin ekonomik büyüme, milli gelir artışı, enflasyonu düşürme gibi toplumu kalkındırmaya yönelik vaatleri oy vermemde etkilidir*” (M14) şeklinde yer alan bu ifadeye katılım oranı yüzde 73,14’tür. Demografik değişkenlerin katılım düzeyinde ortaya çıkardığı değişimler incelendiğinde eğitim düzeyinin farklılaştırıcı etkisiyle karşılaşılmıştır.

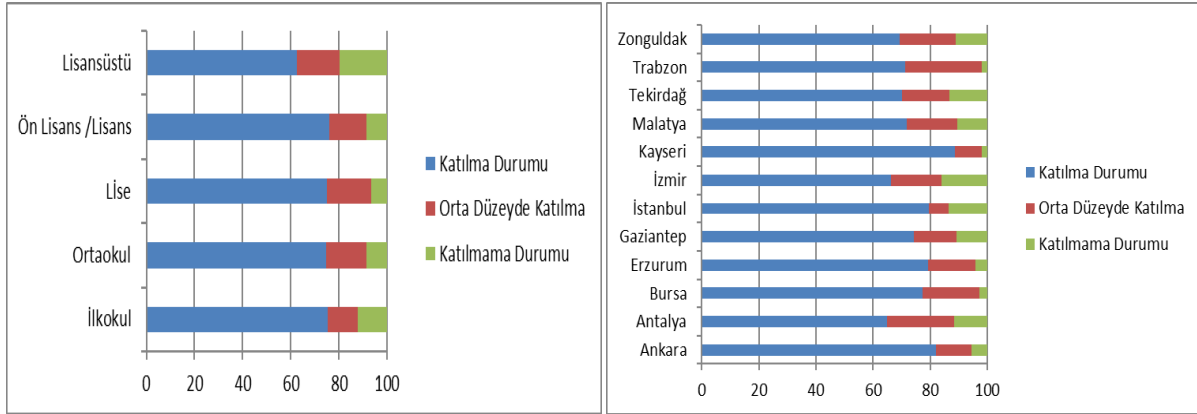


Şekil 41. “Bir siyasi partinin ekonomik büyüme, milli gelir artışı, enflasyonu düşürme gibi toplumu kalkındırmaya yönelik vaatleri oy vermemde etkilidir” (M14) ifadesine eğitim düzeyine göre katılma oranı

Ekonomik verileri oy verirken dikkate alanların oranı ilkökul, ortaokul, lise ya da üniversite mezunlarında yüzde 73 ve üzeri iken, lisansüstü mezunlarında bu oran yüzde 63,38’e düşmüştür. Yani eğitim seviyesi yükseldikçe “ekonomik veriler oy vermemde etkilidir” diyenlerin oranı görece olarak azalmıştır. Tüm gelir gruplarının yüzde 70’in üzerinde destek vererek birleştiği bu ifade açısından anlamlı tek fark, üst gelir grubundakilerin (6301 ve üzeri) yüzde 44,94 oranında “tamamen katılıyorum” diyerek bu ifadeye desteklerinin bir nevi altını çizmeleridir. Zira diğer gelir gruplarında böyle bir farklılıkla karşılaşılmamıştır. Ayrıca yaş arttıkça bu ifadeye katılım oranı da artmıştır. 60 yaş üstü katılımcılar diğer yaş gruplarına göre bu ifadeyi daha fazla desteklemiştir. Bunun nedeni gelecek kuşaklara daha iyi bir ülke ve gelecek bırakarak ve evlatlarının geleceğinden duydukları endişeden uzaklaşma ihtiyacı olarak değerlendirilebilir. Katılmama oranı ise tam tersi yaş arttıkça düşmüştür (%8,34).

Dolayısıyla yaş ilerledikçe bu tür somut vaatler üzerinden siyasi kararların verilmesi eğiliminin arttığını söylemek mümkündür.

Kalkınmacı ve ilerlemeci siyaset anlayışı; ekonomik kalkınma, hak ve özgürlüklerin genişletilmesi, eşitlik, sosyal adalet, eğitim ve sağlık imkanlarının artması gibi gündelik hayatı kolaylaştıracak somut icraatlar üzerinden tanımlanmaktadır. Kalkınmayı sağlayacak sosyal hakların genişletilmesi anlayışının sonucu olarak eğitim, sağlık imkanlarına ilişkin vaatlerin oy verme davranışına etkisi de anlaşılmaya çalışılmıştır. Ölçekte “*Bir siyasi partinin sağlık, eğitim gibi alanlardaki imkanları artırmaya yönelik vaatleri oy vermemde etkilidir.*” (M13) şeklinde yer alan bu ifadeye katılım oranı yüzde 74,75 ile sekizinci sıradadır. Gündelik hayatta somut karşılığı olan ve toplumda “hizmet” olarak değerlendirilen alanlardaki imkanların artırılması vadinin oy verme davranışına etkisinin ölçüldüğü bu ifadeye ilişkin demografik veriler şöyledir.



Şekil 42. “Bir siyasi partinin sağlık, eğitim gibi alanlardaki imkanları artırmaya yönelik vaatleri oy vermemde etkilidir” (M13) ifadesinin eğitim ve bölge değişkenlerine göre katılım oranı

Sağlık, eğitim imkanlarının artırılması vaadi konusunda kadınların da erkeklerin de, yaşlıların da gençlerin de, alt gelir grubunun da üst gelir grubunun da aynı görüşte olduğu saptanmıştır. Bu konuda fark ise eğitim düzeyinde ortaya çıkmıştır. Bu yöndeki vaatlerin yüksek eğitimlilerin (lisansüstü mezunları) oy verme davranışı üzerinde etkisi yüzde 62,67 iken diğer eğitim seviyelerinde bu oran yüzde 75'in üzerindedir. Ayrıca “katılmıyorum” diyerek sosyal devlet anlayışının bir sonucu olarak değerlendirilebilecek uygulamaların oy verme davranışını etkilemeyeceğini söyleyenlerin en fazla olduğu kesim de yüksek eğitimlilerdir (%19,72). Buradan materyalist değerler üzerinden siyasi başarıyı tanımlama ve buna göre oy verme eğiliminin ortaokul, lise ya da üniversite mezunlarında daha yüksek olduğunu ancak üst eğitim gruplarında durumun kısmen değiştiğini ve oy verme davranışına etkisinin kısmen azaldığını söylemek mümkündür.

Türkiye’de sağlık, eğitim imkanlarının artırılması vadinin tüm bölgelerin tam destek verdiği görülüyor (“tamamen katılıyorum” diyenlerin ortalaması %45,63). Trabzon yüzde 96,69, Kayseri yüzde 92,49 ile neredeyse tamamen bu ifadeye katılırken tek istisna

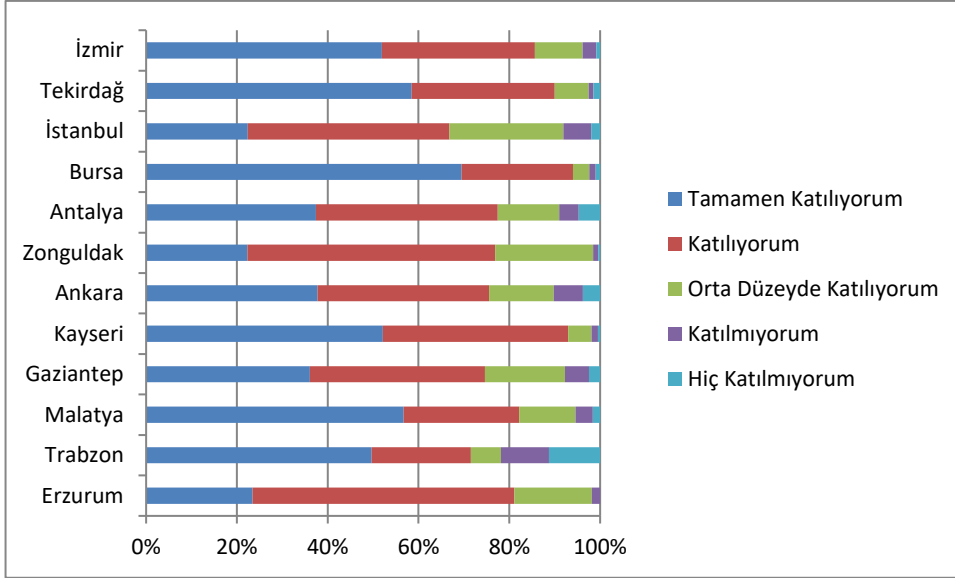
Gaziantep'tir (%56,47). Gaziantep'te neredeyse her iki kişiden biri söz konusu ifadenin oy verme davranışında etkili olduğunu söylerken katılmadığını söyleyenlerin oranı ise yüzde 22 ile en yüksek seviyededir.

3.3.1.3 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Kendine Yeten Bir Güç Olmaktan Geçer

Dilimize yerleşmiş olan “kendi göbeğini kendi kesmek” ya da “kendi başının çaresine bakmak” anlayışı çerçevesinde bağımsız hareket edebilmek, yardıma ihtiyaç duymadan işini kendi başına yapmak önemli bir unsurdur. Bu anlayışın siyasi alandaki karşılığı ise “bağımsız güçlü Türkiye” sloganıyla karşımıza çıkmaktadır. Bağımsızlık yani “bir başkasının iradesine tabi olmamak” (Bilgin, 2005:117) bireyler için olduğu kadar ülkeler için de önemlidir. Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş süreci ve sonrasında yaşananlar da bu algıda önemli bir etkidir. Ayrıca yaşanan ekonomik sorunlar nedeniyle dışa bağımlı politikalar yürütme zorunluluğu ya da sorunların ancak dış güçlerin yardımıyla çözülebilmesi, kendine yeten güçlü Türkiye özlemini artıran unsurlardır. Böyle bir ortamda siyasal aktörlerin söylemlerinde sıkça karşımıza çıkan, temelde başarı ve bağımsızlık değerlerine yaslanan bu anlayışın oy verme davranışını nasıl etkilediğini anlamak üzere ölçekte şu ifadeye yer verilmiştir;

“Türkiye'yi kendi sorunlarına kendi çözüm bulacak güçte bir ülke haline getireceğine inandığım partiye oy veririm” (M5).

Siyasetçilerin konuşmalarında “Güçlü Türkiye” sloganı çerçevesinde sıkça karşımıza çıkan söylemleri kısaca açıklayan bu ifadeye destek oranı yüzde 79,17 ile “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutunda altıncı sıradadır. Özellikle “başarı” tanımının neye göre yapıldığını ve başarılı bir iktidar tanımının içinde nelerin yer aldığını göstermesi açısından önemli olan bu ifadeye katılım açısından kadınlarla erkekler, yüksek eğitimlilerle temel eğitim düzeyindekiler, yüksek gelirlilerle düşük gelirliler arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

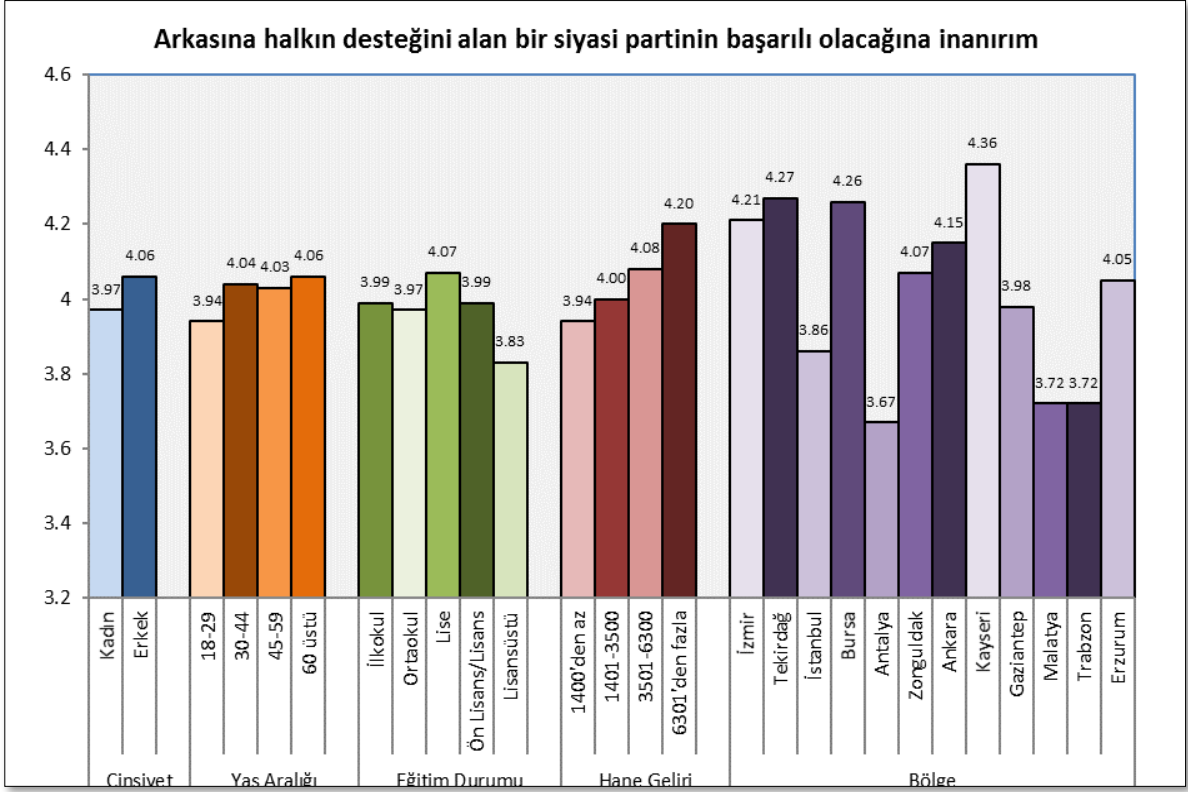


Şekil 43. “Türkiye’yi kendi sorunlarına kendi çözüm bulacak güçte bir ülke haline getireceğine inandığım partiye oy veririm” (M5) ifadesinin bölge değişkenine göre katılma oranı

Her cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyinden yüzde 80 oranında onay alan bu ifadeye “tamamen katılıyorum” diyerek tam destek verenlerin oranı da hayli yüksektir (“tamamen katılıyorum” diyenlerin oranı %41,33). İfadelere tepkiler ortaya konurken genel eğilim “katılıyorum” şıkkını işaretlemek yönündedir. Ancak bu ifade “tamamen katılıyorum” diyenlerin oranının “katılıyorum” diyenlerden (%37,84) yüksek olması açısından ayrıca önemlidir. Buradan hareketle bağımsız politikaya olan inancın, güçlü ve bağımsız Türkiye özleminin oy verme eğilimleri üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle Bursalı seçmenin bu beklentisinin yüksek olduğu (%94,03) görülüyor. Tüm yaş gruplarının destek verdiği güçlü Türkiye vaadine özellikle 60 yaş ve üzerindeki katılımcıların yüzde 47 oranında “tamamen katılıyorum” diyerek destek verdikleri görülüyor.

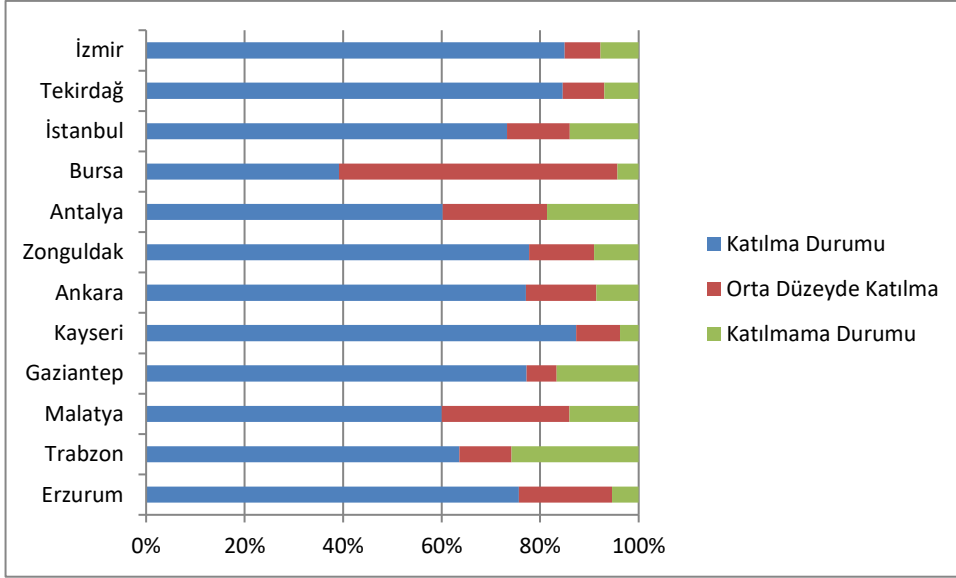
3.3.1.4 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Milli İradeden Geçer

“Arkasına halkın desteğini alan bir siyasi partinin başarılı olacağına inanırım” (M1) ifadesi kısaca siyasette sıkça dile getirilen “milli irade” ve “milli iradenin temsilcisi olmak” söylemleri etrafında değerlendirilebilir. Türkiye’de siyasal aktörler, iktidarın asıl sahibi olarak sundukları halkı yücelterek, bu halkla kendilerini özdeşleştirerek ortak bir popülist bir tavır sergilemektedir. Geniş halk kesimlerinin desteklediği güçlü bir siyasal irade ve bu iradenin başarılı olacağına dair inancın dile getirildiği bu ifadeye katılım düzeyi yüzde 75,14’tür. Bu sonuç toplumun genelinin bir siyasi partinin başarısı ile bu partinin halkla kurduğu ilişki ve aldığı destek arasında bağ kurduğunu ve buna göre oy verdiğini göstermiştir. Veriler ilkökul ya da lisans mezunu, kadın ya da erkek, yaşlı ya da genç fark etmeksizin herkesin halkla özdeşleşen partinin başarılı olacağı konusunda hemfikir olduğunu göstermiştir.



Şekil 44. “Arkasına halkın desteğini alan bir siyasi partinin başarılı olacağına inanırım” (M1) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

Gelir durumu açısından bir değerlendirme yapıldığında, alt (3500 ve altı), orta (3501-6300) ya da üst gelir (6301'den fazla) gruplarının benzer tutumlar sergiledikleri, ancak dikkat çekici şekilde üst gelir grubunda “tamamen katılıyorum” diyenlerin oranlarının arttığı görülmüştür. Bu bağlamda üst gelir grubuna dahil olanların, halkın desteğini almayı çok daha fazla önemseydiği gözlenmiştir. Yaşanılan yerin milli iradenin temsilcisi olan partinin başarılı olacağına yönelik inancı etkilediği ve yaşanılan yere göre anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. Halkın desteğini almayı başarı kriteri olarak görenlerin oranı batıdan doğuya gidildikçe kademeli olarak düşmüştür.



Şekil 45. “Arkasına halkın desteğini alan bir siyasi partinin başarılı olacağına inanırım” (M1) ifadesine bölge değişkenine göre katılma oranı

Kayseri (%87,32), İzmir (%84,97) ve Tekirdağ'daki (%84,58) katılımcıların çoğunluğu bu ifadeye katıldığını ifade etmiştir. Trabzon'da bu ifadeye katılım yüzde 63,58 iken, katılmayanların oranı yüzde 25,83 ile diğer şehirlerden ciddi oranda farklılaşmıştır. Genel olarak “katılmıyorum” diyenlerin oranının yüzde 11,9'lar düzeyinde olduğu göz önünde tutulduğunda Trabzon'dan gelen bu karşı çıkış daha da anlamlı hale gelmektedir.

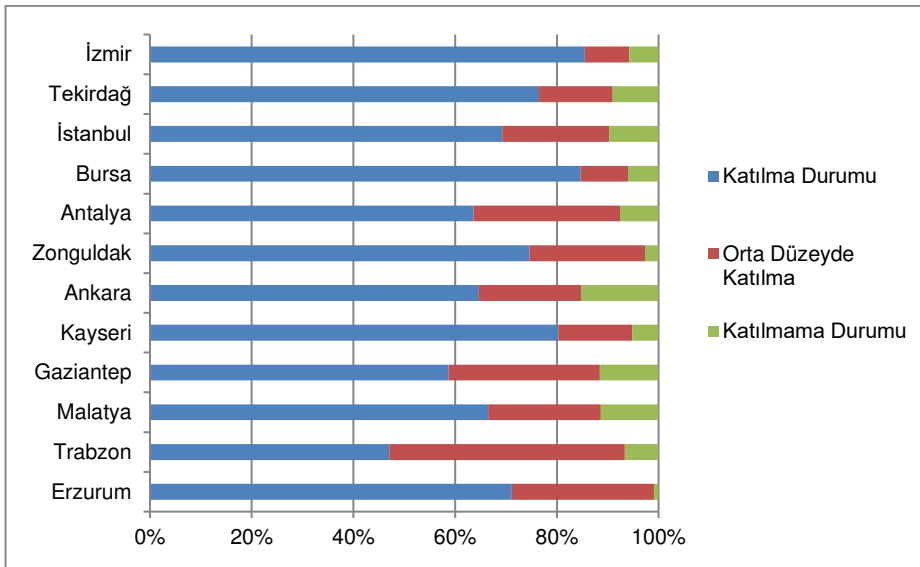
3.3.1.5 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Güvenlikten Geçer

Değer alanındaki önemli isimlerden Inglehart, ekonomi, savunma, güvenlik, asayiş kısaca maddi hayatın düzenlenmesini öncelikli gören hedefleri materyalist olarak nitelendirirken; özgürlük, katılımcılık, eşitlik yani maddiyata daha az önem veren hedefleri postmateryalist olarak nitelendirir (Esmer, 2012:17). Ancak postmateryalist hedeflerin öncelik kazanabilmesinin yolu, Maslow'un “İhtiyaçlar Hiyerarşisi”nde olduğu gibi materyalist hedefleri gerçekleştirmekten ve aşmaktan geçmektedir. Bu bağlamda hayatı idame ettirebilme endişesine cevap veren değerler de siyasetin öncelikli değerleri arasında yer almaktadır. Buradan hareketle siyaset kurumu açısından istikrar ve bu istikrarı devam ettirecek güvenlik önlemlerini almak ve bu yönde politikalar uygulamak önemli bir başarı parametresi olarak görülmektedir. Buna bağlı olarak da başarı ile güvenlik arasında doğrudan bir ilişki kurularak bu yöndeki değerler öne çıkarılmakta ve seçim çalışmalarında argüman olarak sıkça kullanılmaktadır. Araştırma kapsamında ulaşılan katılımcıların yüzde 71,34'ünün desteklediği ifade şudur;

“Oy verirken öncelikle siyasetçilerin ülke güvenliğini sağlamaya yönelik vaatlerine bakarım” (M6).

Siyasetteki başarının güvenlik ve güvenliği sağlayacak politikalar geliştirilmesi üzerinden tanımlandığı bu ifade, temelde güvenlik beklentisinin oy verme davranışı üzerindeki etkisini anlamaya yöneliktir. Araştırma sonucunda ülke güvenliğinin sağlanmasını öncelikli gören anlayışı destekleme açısından kadınların erkeklerden, yüksek eğitimlilerin diğerlerinden ya da düşük gelirlilerin yüksek gelirlilerden çok da farklı düşünmediği tespit edilmiştir. Zira araştırmaya katılan her cinsiyet, eğitim ve gelir seviyesindeki üç kişiden ikisi güvenlikçi politikaların ve söylemlerin oy verme eğilimleri üzerinde öncelikli olduğunu belirtmiştir.

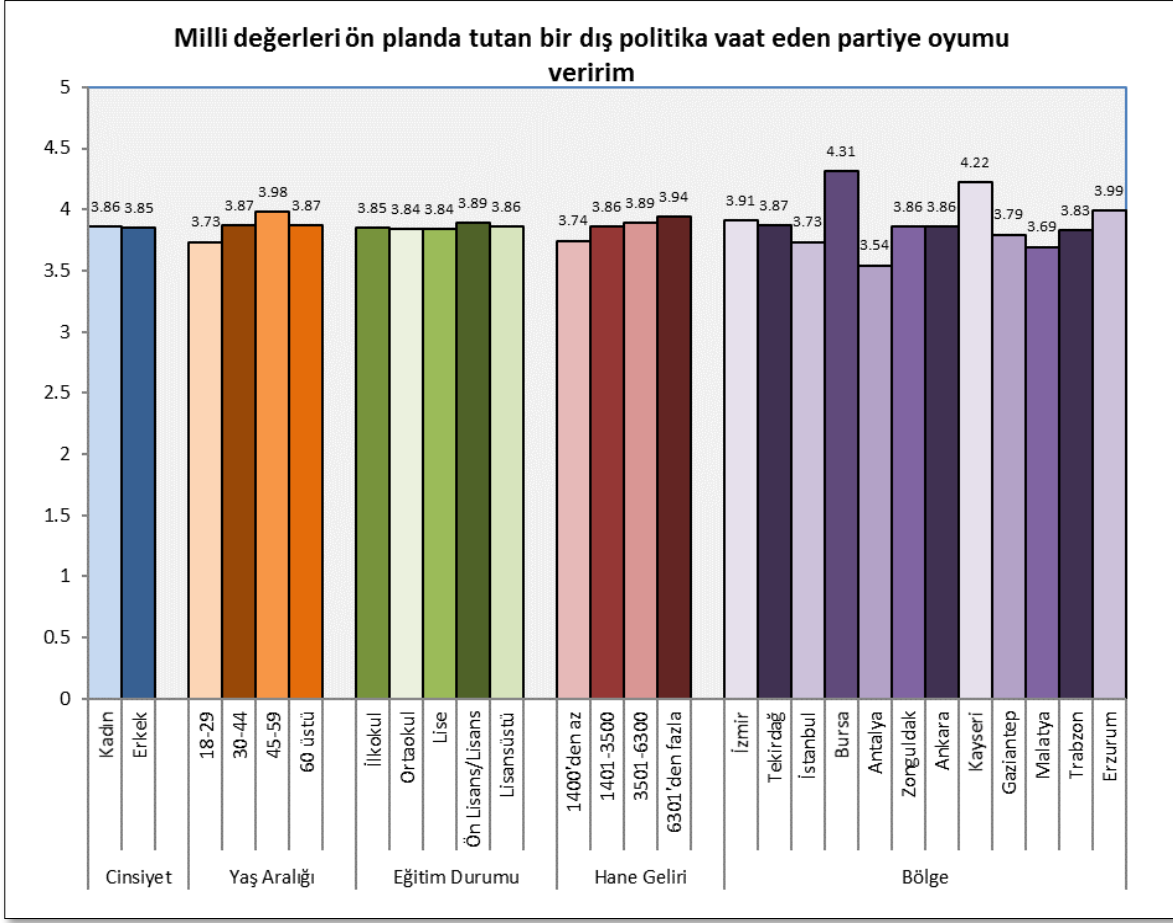
Yaşla ilgili veriler incelendiğinde anlamlı bir farkla karşılaşılmıştır. Ülke güvenliğini sağlamaya yönelik vaatleri öncelikli olarak görenlerin oranı yaşla beraber artarken, öncelikli görmeyenlerin oranları da benzer şekilde kademeli olarak azalmıştır. Yani, yaşla birlikte bireylerin güvenlikle ilgili endişeleri, statükoyu korumaya yönelik istekleri ve dolayısıyla muhafazakar eğilimleri ve tüm bunların sonucunda güvenlikçi politikalara destekleri artmıştır.



Şekil 46. “Oy verirken öncelikle siyasetçilerin ülke güvenliğini sağlamaya yönelik vaatlerine bakarım” (M6) ifadesine bölge değişkenine göre katılma oranı

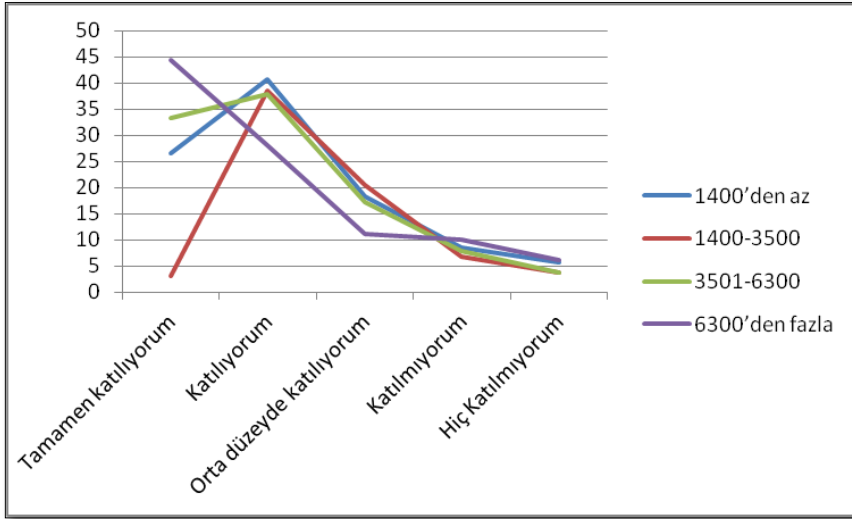
Durum bölgeler açısından değerlendirildiğinde İzmir, Bursa ve Kayseri’de bu ifadeye katılanların oranı yüzde 80 ve üzerindedir. Dikkat çekici olansa, milliyetçi eğilimlerin yüksek olduğu bir yer olarak bilinen Trabzon’da bu maddeye katılanların oranının yüzde 47,02 ile Türkiye genelinden farklılaşmasıdır. “Orta derecede katılıyorum” diyenlerin oranının yüzde 46,36 ile “katılıyorum” diyenlerle neredeyse eşit olması Trabzonlu katılımcıların kararsızlığı şeklinde yorumlanabilir.

Güvenlik çerçevesinde değerlendirilecek bir diğer ifade ise “*Milli değerleri ön planda tutan bir dış politika vaat eden partiye oyu veririm*” (M9) şeklindedir. Siyasi başarı ile bağımsızlık, aidiyet, güvenlik değerleri arasında ilişki kuran bu ifade ile milli değerlere sadakatin oy verme davranışı üzerinde ne kadar etkili olduğu ölçülmüştür.



Şekil 47. “Milli değerleri ön planda tutan bir dış politika vaat eden partiye oyumu veririm” (M9) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

Araştırmamız kadınlarla erkeklerin, yaşlılarla gençlerin, üst gelir grubuyla alt gelir grubundakilerin bağımsız dış politika söylemine eşit mesafede olduğunu ortaya koymuştur. Pek çok konuda olduğu gibi burada da en büyük farkı eğitim yaratmıştır. Lisansüstü mezunlarının neredeyse yarısı milli değerlere dayalı bir dış politika vaadine tam destek vererek (“tamamen katılmıyorum” diyenlerin oranı %42,25) diğer eğitim gruplarından farklılaşmıştır. Genel olarak katılmama oranlarının da bu grupta diğerlerine göre yüksek olduğu gözlenmiştir (%17,6). Diğer eğitim düzeylerindeki katılımcıların milli politika önceliği açısından birbirine yakın olduğu saptanmıştır. Gelir açısından da benzer bir durum söz konusudur.



Şekil 48. “Milli değerleri ön planda tutan bir dış politika vaat eden partiye oyumu veririm” (M9) ifadesine gelir değişkenine göre katılma oranı

Üst gelir grubundakiler (6300'den fazla) daha net bir şekilde milli değerlere bağlı dış politika vaadine tam destek vermiştir. Öyle ki bu grupta “tamamen katılıyorum” diyenlerin oranı (%44,38) diğer sıklardan yüksektir. Yaşanılan yer açısından değerlendirdiğimizde ülke genelinde milli değerlerin oy verme davranışında ortalama yüzde 70'ler seviyesinde etkili olduğu gözlenmektedir. Şehirler arasındaki farklılığa bakıldığında ise milli değerlere odaklı dış politika vaadini oy verirken en fazla göz önünde bulunduranların Bursalı (%86,36) katılımcılar olduğu, görece en az göz önünde bulunduranların ise Antalyalı (%55,35) katılımcılar olduğu saptanmıştır.

3.3.1.6 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Dürüst Siyasetten Geçer

“*Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutu altında toplanan ifadeler arasında katılım düzeyinin en yüksek olduğu madde, araştırmaya katılanların yüzde 87,74'ünün “katılıyorum diyerek onayladığı “*Yolsuzlukla mücadele edeceğine inandığım partiye oyumu veririm*” (M2) ifadesi olmuştur. Bu noktada toplumun oy verme davranışında etkili olan bir değeri tek bir ifadeyle açıklamak ve ölçmek mümkün değildir. Bu nedenle her bir değere ilişkin aynı eğilimi ölçen değer ifadeleriyle oy verme davranışını etkileyen değerler çok yönlü anlaşılmaya çalışılmıştır. Dürüstlük alt değeri üzerinden, yakın çevremizdeki insanların refahını korumak ve artırmak için çalışmaya, bunun için bencil çıkarları aşmaya (Schwartz, 1992:14-15) yani yardımseverlik temel değerine gönderme yapan ifadeler şöyledir;

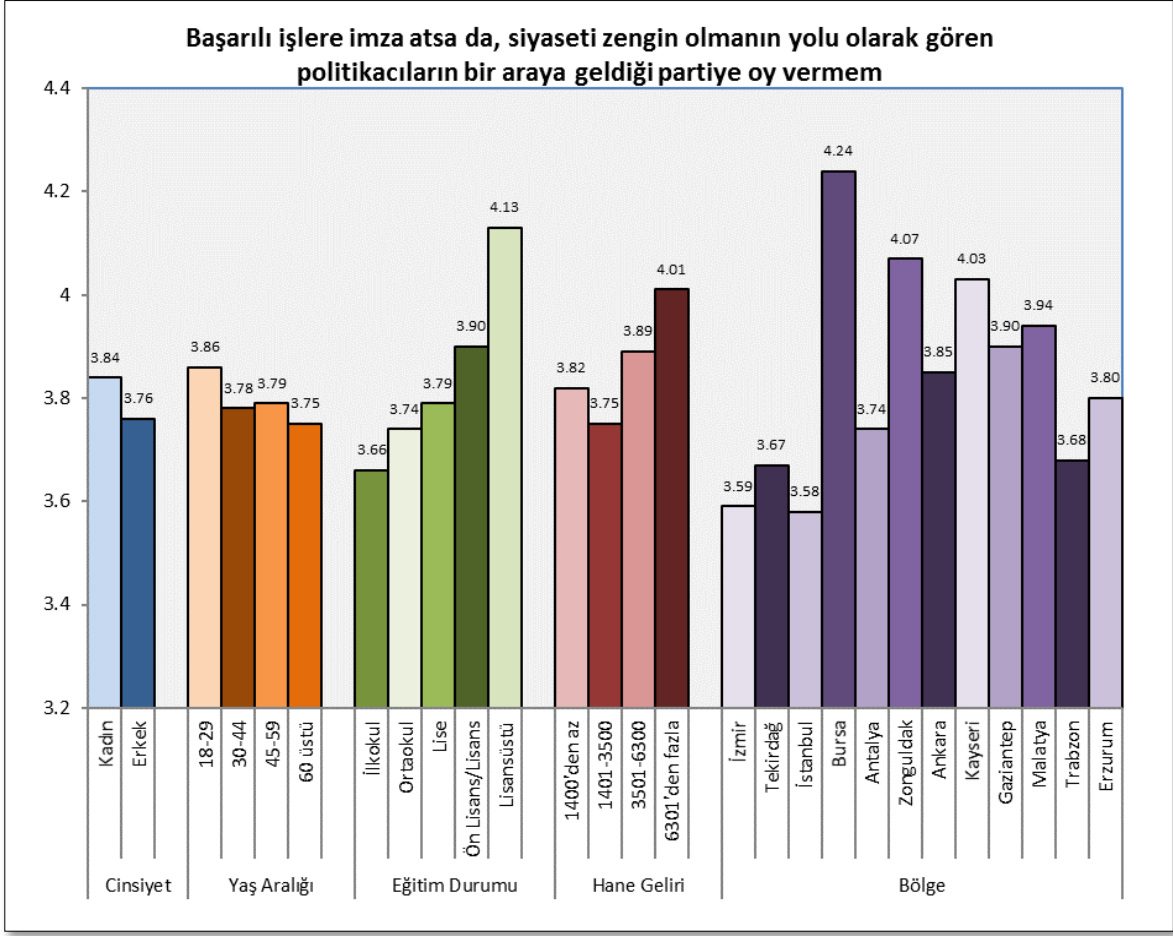
“*Başarılı işlere imza atsa da, siyaseti zengin olmanın yolu olarak gören politikacıların bir araya geldiği partiye oy vermem*” (M22).

“*Geçmişte yolsuzluğa adı karışmış siyasetçilerin bulunduğu partiye oy vermem*” (M26).

Bu ifadeler, dürüstlük değeri ile başarılı icraatlar arasında ilişki kurarak “her şeye rağmen dürüstlük” eğilimini ve yolsuzluk konusunun oy verme davranışında ne kadar etkili ve temiz siyaset beklentisi konusundaki eğilimin ne kadar tutarlı olduğunu ortaya koymuştur. Siyasal Değer Ölçeği’nde yer alan ifadelerden bazıları kaçınılmaz olarak sosyal istenirliği yüksek ifadelerdir. Bu tür araştırmalarda toplumsal kabul edilebilirliği, istenirliği, saygınlığı yüksek olan şıkların ya da ifadelerin kabul edilme, onaylanma, desteklenme eğilimi fazladır. Böyle bir durumda kişiler gerçek düşünceleri, duyguları ya da davranışlarından ziyade onaylanma ihtimali yüksek olan cevaba yönelir. Bu noktada yolsuzlukla mücadelenin oy verme davranışı açısından ne kadar belirleyici olduğunu anlamak için başarının dürüstlük ve temiz siyasetle ilişkilendirildiği ifadelere verilen cevaplara bakılmıştır. Böylece katılımcıların beklenen cevabı verip vermediklerini anlamak ve bu konudaki eğilimlerini netleştirmek mümkün olmuştur.

Dürüstlüğün ne oranda başarının bir kriteri olarak görüldüğü ve oy verme davranışını etkilediğini anlamak için sorulan M22’ye katılımcıların yüzde 69,19’u “katılıyorum” diyerek onaylamıştır. Buradan hareketle dürüst eylem ve icraatlar üzerinden bir siyasi partinin başarılı ya da başarısız olarak değerlendirilmesi eğiliminin toplumda oldukça güçlü olduğu anlaşılmıştır. Bilgin (2005:126) insanlarda teknik ve yabani düşünce olmak üzere iki düşünme tarzı olduğundan bahseder. Teknik düşünceyi amaca ulaşmada yöntemi öne çıkaran anlayış olarak tanımlayan araştırmacı yabani düşünceyi ise amacı öne çıkaran ve hedefe ulaşmak için ne olursa olsun her yolu meşru sayan ve tüm yolları eşdeğer gören anlayış olarak betimler. Bu kriterlerden hareketle bu ifadenin amaca ulaştırılan yol ile ilgili sınırı öne çıkarması nedeniyle teknik düşünceyi temsil ettiğini söylemek mümkündür.

Araştırmadan elde edilen veriler değerlendirildiğinde, özetle “başarılı icraatlarına rağmen dürüst olmayana oy vermem” diyenler arasında cinsiyet ve yaş demografik değişkeninin anlamlı bir farklılık yaratmadığı gözlenmiştir. Buna karşın eğitim, gelir ve yaşanılan yer değişkenlerinin “her şeye rağmen dürüstlük” olarak özetlenebilecek bu ifadeye katılım düzeylerinde anlamlı bir fark yarattığı saptanmıştır.



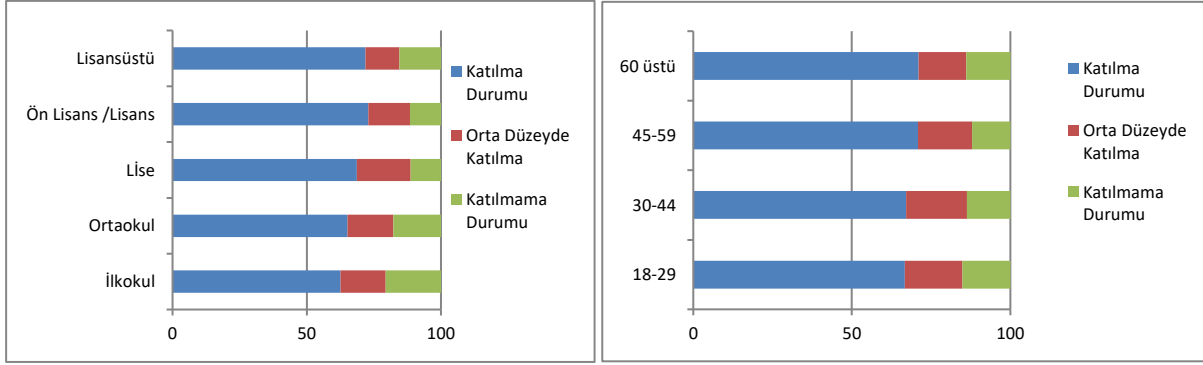
Şekil 49. “Başarılı işlere imza atsa da, siyaseti zengin olmanın yolu olarak gören politikacıların bir araya geldiği partiye oy vermem” (M22) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

Veriler incelendiğinde başarılı da olsa siyaseti zenginleşme yolu olarak görenlere oy vermeyeceğini ifade edenlerin oranı tüm eğitim düzeylerinde ortalama yüzde 69,17 ile oldukça yüksektir. Ancak eğitim düzeyinin artışıyla birlikte bu ifadeye “katılıyorum” diyenlerin oranı da kademeli ve sistematik olarak artmıştır. İlkokul seviyesinde yüzde 63,86 olan oran lisansüstü seviyesinde yüzde 77,46’ya çıkmıştır. Kısacası yüksek eğitimlilerin dürüst ve temiz siyaseti düşük eğitimlilerden daha fazla önemsedikleri görülmüştür. “Katılmıyorum” diyenlerin oranı da bu kez ilkokul mezunlarında daha fazlayken (%20,59) lisansüstünde (%11,27) düşmüştür. Bu veriler eğitim seviyesinin bu ifade özelinde farklılaştırıcı bir değişken olduğunu göstermiştir. Gelir düzeyinin de bu ifade özelinde benzer bir farklılaşmaya yol açtığı saptanmıştır. Gelir arttıkça özellikle “tamamen katılıyorum” diyenlerin oranı artmış ve ilkokul düzeyinde yüzde 31,6 olan oran lisansüstü düzeyinde yüzde 50’ye yükselmiştir.

İller bazında değerlendirildiğinde, Bursa (%79) Kayseri (%78,87), Zonguldak (%78,49) oranlarıyla genel ortalamanın da (%69,18) üzerindedir. Trabzon ise yüzde 48,34 ile ortalamanın çok altında bir “katılıyorum” cevabı vermiştir. Buna karşın Trabzon’da “orta derecede katılanlar” ise yüzde 45,70 ile oldukça yüksektir. Benzer şekilde Erzurum’da da

“orta derecede katılanlar” diğerk bir deyişle net olarak katılma ya da katılmama yönünde tavrını ortaya koymayanların sayısı yüksektir (%32,43). İzmir ise yüzde 65,03'lük katılma ve yüzde 28,04'lük katılmama durumuyla net olarak tavrını göstermiştir. İzmir'de temiz siyaset temelinde anlaşılabilir bu ifadeyi oy verme davranışında dikkate almayacağını söyleyenlerin oranı diğerk bölgelere göre daha yüksektir.

Siyaseten başarı ile temiz siyaset arasında ilişki kurulan “Geçmişte yolsuzluğa adı karışmış siyasetçilerin bulunduğu partiye oy vermem” (M26) ifadesi ile siyaset kurumuna olan güvenin azalmasına neden olan yolsuzluk kavramından hareketle dürüstlük ve başarı arasında ilişki kurularak bu durumun oy verme davranışına etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır. Katılım oranı bu ilişkinin oy verme davranışı üzerinde etkili olduğunu göstermiştir; yüzde 68,49. Demografik veriler değerlendirildiğinde, kadınların da erkeklerin de, üst gelir grubunun da alt gelir grubunda benzer düşündüğü bu ifade özelinde eğitim, yaş ve yaşanan yerin anlamlı farklılıklar yarattığı tespit edilmiştir.



Şekil 50. “Geçmişte yolsuzluğa adı karışmış siyasetçilerin bulunduğu partiye oy vermem” (M26) ifadesine eğitim ve yaş değişkenlerine göre katılma oranı

Eğitim düzeyi yükseldikçe siyasette dürüstlük beklentisinin arttığı ve bu durumun oy verme davranışına etkisinin kademeli yükseldiği saptanmıştır. İlkokul mezunlarında ifadeye katılma oranı yüzde 62,6 iken lisans mezunlarında yüzde 72,94 ile en yüksek seviyeye yükselmiştir. Burada lisans ve lisansüstü eğitime sahip olanlar arasında, lisans mezunlarının bu ifadeye daha fazla katılmaları açısından bir fark vardır. Yani lisans ve yüksek lisans mezunları arasında “adı yolsuzluğa karışmış olanların bulunduğu partiye oy vermeyeceklerin” oranı ilkokul düzeyindeki katılımcılardan daha fazladır. İlkokul düzeyinde bu ifadeye katılmama oranı (%20,59) yani “yolsuzluğa adı karışmış olanların bulunduğu partiye de oy verebileceğini” belirtme oranı diğerk eğitim seviyelerine göre daha yüksek iken bu oran eğitim seviyesi yükseldikçe düşmüştür. Kısacası eğitim düzeyi yüksek olanların diğerk seviyedekilere oranla siyasette dürüstlük beklentileri daha fazladır.

Yaş açısından değerlendirildiğinde oranların birbirine çok yakın olduğu ve yaşla birlikte bu ifadeye katılma oranının sınırlı da olsa arttığı görülmüştür. 18-29 yaş aralığında yüzde 66,72 olan oran 60 yaş ve üzerinde yüzde 71,05'e çıkmıştır. Yaş ilerledikçe dürüstlük

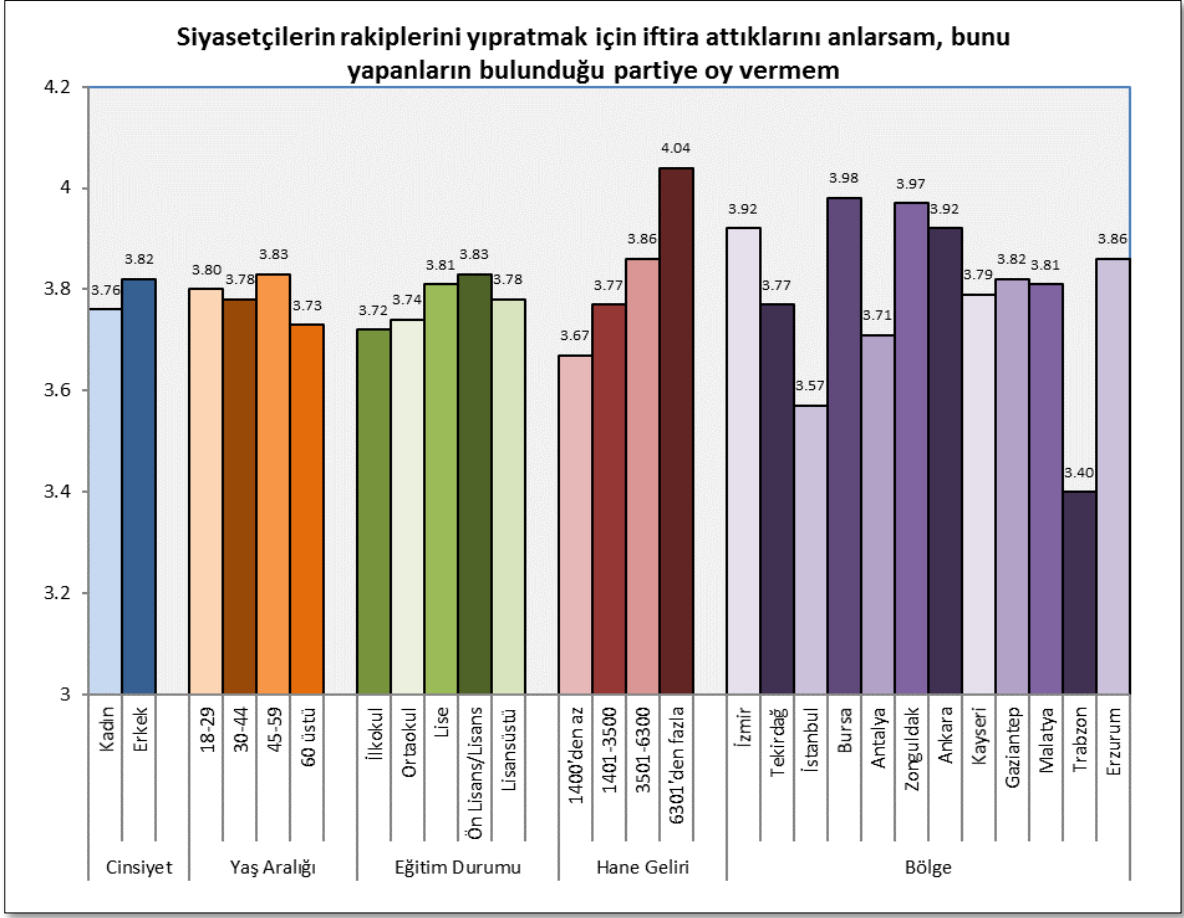
beklentisinin arttığı ve buna göre oy verme davranışının şekillendiği gözlenmiştir. Katılmama durumu da tutarlı şekilde yaş arttıkça azalmıştır. 18-29 yaş aralığında yüzde 15,12 iken 60 yaş sonrası yüzde 13,88'e düşmüştür.

Türkiye'de yolsuzluğa adı karışanların olduğu partiye oy vermeme eğilimi açısından bölgeler arasında bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Genel olarak şehir bazında bu ifadeye katılım oranı yüzde 68,48 ile oldukça yüksektir. Şehir açısından değerlendirildiğinde "yolsuzluğu önemserim ve oy vermem" diyenlerin çoğunlukta olduğu yer yüzde 77,33 ile Bursa, yüzde 76,60 ile Zonguldak ve yüzde 76,42 ile Kayseri'dir. Bu bölgelerdeki seçmenin 3/4'ünün dürüst siyaset beklentisinin fazla olduğu ve bu konuda hassas oldukları saptanmıştır.

Temiz siyaset ya da dürüstlük değeri çerçevesinde değerlendirilebilecek bir diğer unsur da özellikle 2011 seçim döneminde çokça gündeme gelen yıpratma politikalarına ilişkindir. Schopenhauer (2016:31) bir görüşü çürütmek istediğimizde, izlenecek iki yol olduğunu söyler; konuya ilişkin ve kişiye ilişkin. Kişisel özellikler üzerinden tartışmak ya da haklı çıkmaya çalışmak rekabet durumlarında yaygın kullanılan bir yöntemdir. Bu bağlamda siyasette kullanılan yıpratma politikalarının oy verme davranışına etkisini anlamak için araştırmada şu ifade yer almıştır;

"Siyasetçilerin rakiplerini yıpratmak için iftira attıklarını anlarsam, bunu yapanların bulunduğu partiye oy vermem" (M3).

Bu madde ile Türkiye'de egemen olan siyaset kültüründe sıkça karşılaşılan "Alicengiz oyunları" konusunda seçmenin tavrı sorulmuştur. "Siyasetçilerin üslubu ve bu tarz yıpratma politikalarını siyaset alanının bir parçası olarak mazur görürüm ve oyumu etkilemez ya da karşı çıkararak gereğini yaparım ve oy vermem". Siyaset yapma tarzına ilişkin seçmenin korumacı tepkisinin ölçülmeye çalışıldığı bu ifadeye katılımcıların yüzde 65,83'ü "katılıyorum" diyerek yanlış yaptığını gördüğü kişiye ve partiye oy vermeyeceğini belirtmiştir.



Şekil 51. “Siyasetçilerin rakiplerini yıpratmak için iftira attıklarını anlarsam, bunu yapanların bulunduğu partiye oy vermem” (M3) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

Veriler incelendiğinde cinsiyete, yaşa ve eğitime göre anlamlı bir fark olmadığı sadece gelir düzeyinin anlamlı bir fark oluşturduğu saptanmıştır. Bu bağlamda Türkiye toplumunda kadınların da erkeklerin de, yaşlıların da gençlerin de, yüksek eğitimlilerin de temel eğitim seviyesindekilerin de büyük bölümü siyaset yapma tarzı olarak yıpratma politikalarının kullanılmasını mazur görmeyeceğini ifade etmiştir.

Gelir düzeyi açısından değerlendirildiğinde, gelir arttıkça sistemli ve sürekli şekilde katılma oranının da arttığı görülmüştür. 1400'den az gelire sahip olan grupta yüzde 60,8 olan oran üst gelir grubunda yüzde 71,91'e yükselmiştir. Özellikle 6300'den fazla gelire sahip olan yüksek gelir grubunda “tamamen katılıyorum” diyerek net şekilde eğilimini ortaya koyma oranı hayli yüksektir (%44,94). Yaşanılan yer açısından değerlendirildiğinde Türkiye’de “rakiplerine iftira atarak yıpratmaya çalışana oy vermem” diyenlerin oranı bütün bölgelerde ortalama yüzde 65,64 ile oldukça yüksektir, bu konuda tek istisna vardır; Trabzon. Trabzon’da bu ifadeye “katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 41,33 iken orta derecede katılanların oranı yüzde 37,33’tür. Buna karşın Erzurum’daki katılımcılar yüzde 74,77 oranında siyaset yapma tarzını oy verme davranışında gözettiklerini belirtmişlerdir.

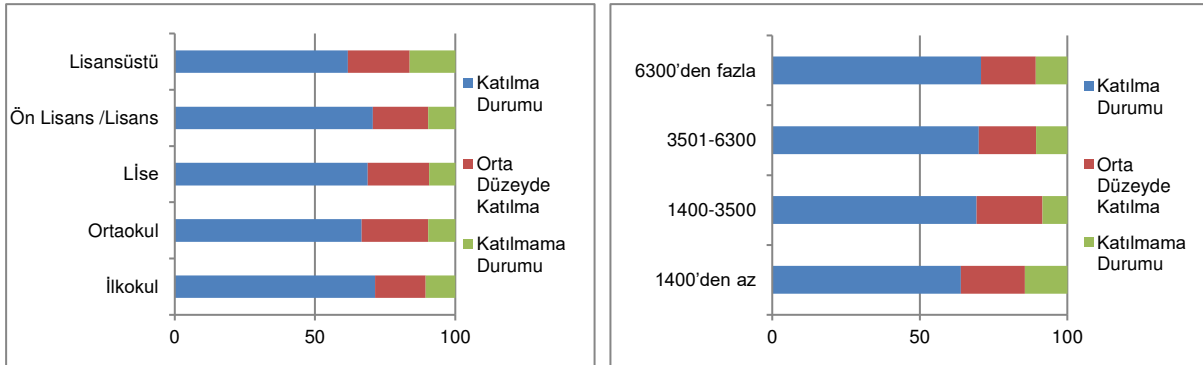
3.3.1.7 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Gerçekleştirilebilir Projelerden Geçer

Siyasette, geleceğe dair umut yaratabilecek plan ve projelere sahip olmak yanında gerçekleştirilebilir vaatlerle kendini ve atacağı adımları net olarak ortaya koymak, seçmeni ikna açısından çok önemlidir. Araştırmamızda bunu anlamaya yönelik şöyle bir ifade yer almıştır;

“Bir siyasi partinin gerçekleştirilebilir projelerinin olması oy vermemde etkilidir” (M11).

Başarıya sorumluluk ve dürüstlük değerleri üzerinden sınır çizen bu ifadeye katılım açısından cinsiyet, yaş ve yaşanan yer anlamlı bir fark yaratmamıştır. Kadın-erkek, genç-yaşlı ya da metropolde-taşrada yaşamak fark etmemiş ve herkes aynı görüşü paylaşmıştır; “Gerçekleştirilebilir hedefleri olana oy veririm”. Sadece sınırlı da olsa eğitim ve gelirin küçük bir fark yarattığı gözlenmiştir.

Tüm eğitim düzeylerinde ifadeye katılım oranı yüzde 67,80 seviyesinde yani oldukça yüksektir. Buradaki fark, eğitim seviyesi yükseldikçe gerçekleştirilebilir projeler üzerinden başarıyı tanımlama ve oy verme eğiliminin düşmesidir. İlkokul mezunlarında ifadeye katılım oranı yüzde 71,37 iken lisansüstü mezunlarında yüzde 61,70'e gerilemiştir.



Şekil 52. “Bir siyasi partinin gerçekleştirilebilir projelerinin olması oy vermemde etkilidir” (M11) ifadesine eğitim ve gelir değişkenlerine göre katılım oranı

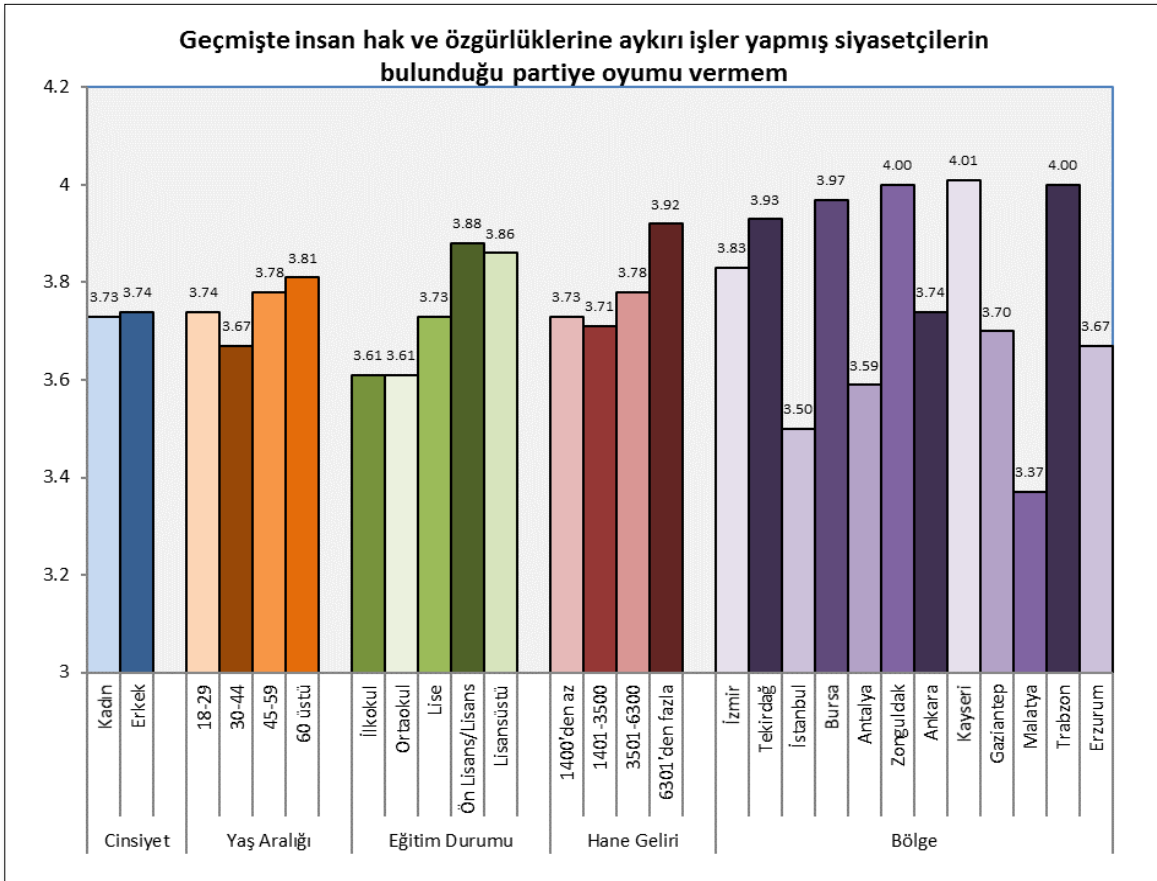
Gelir düzeyi açısından bakıldığında, öncelikle tüm gelir gruplarında katılım oranının yüksek olduğunu söylemek gerekmektedir (%68,47). Bu oran, Türk halkının dörtte üçünün ekonomik göstergelerin oy verme davranışında etkili olduğunu söylemesi açısından önemlidir. Sadece 6300 üzerinde gelire sahip olanların “tamamen katılıyorum” diyerek gerçekleştirilebilir projelere göre oy verme eğilimi diğer gruplardan daha yüksektir (% 43,26). Başka bir deyişle üst gelir grubundakilerin gerçekleştirilebilir projelere göre oy verme eğilimi, düşük gelir grubundakilerin (1400'den az) iki katı oranındadır.

3.3.1.8 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Demokratik Hak ve Özgürlüklerden Geçer

Araştırmada, hak ve özgürlükler konusundaki hassasiyetin oy verme davranışını nasıl etkilediğini anlamak amacıyla şöyle sorulmuştur;

“Geçmişte insan hak ve özgürlüklerine aykırı işler yapmış siyasetçilerin bulunduğu partiye oyumu vermem” (M35).

Demokratik hak ve özgürlüklere saygı üzerinden başarının tanımlandığı bu ifade ayrıca geçmişte yapılanların oy verme davranışını nasıl etkilendiğini anlamaya yöneliktir. Oy verme davranışında insan hak ve özgürlüklerine saygının ne kadar önemsendiği sorulmuş ve katılımcıların yüzde 62,25’inin hak ve özgürlükler konusunu oy verirken göz önünde bulundukları tespit edilmiştir. Cinsiyet ve yaş açısından anlamlı bir farkın olmadığı bu ifadede eğitim, gelir ve yaşanan yerin anlamlı bir fark yarattığı saptanmıştır.



Şekil 53. “Geçmişte insan hak ve özgürlüklerine aykırı işler yapmış siyasetçilerin bulunduğu partiye oyumu vermem” (M35) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

Öncelikle sosyal istenirliği yüksek olan bu ifadeye her eğitim seviyesinde “katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 66,47 ile oldukça yüksektir. Eğitim seviyesi yükseldikçe hak ve özgürlükler konusunda duyarlılığın arttığı gözlenmiştir. Lise mezunlarında yüzde 61,05’lik oran lisansüstü seviyede yüzde 76,06’ya yükselmiştir. Bu anlamda yüksek eğitimlilerin, deyim yerindeyse “insan hakları konusunda sicili bozuk partilere” görece daha mesafeli

olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca Türkiye’de eğitim seviyesi fark etmeksizin her üç kişiden ikisinin “oy vermem” dediğini düşünürsek, seçmenin büyük bir kısmının insan hakları ve özgürlükler konusunda duyarlı olduğunu ve oy verme tercihlerinde bu konuyu önemsediklerini söylemek mümkündür.

Öncelikle tüm gelir gruplarında insan haklarına aykırı işler yapanlara oy vermeyeceği yönünde genel bir uzlaşma olduğundan bahsetmek mümkün, zira tüm gelir gruplarında bu ifadeye katılma oranı yüzde 67,93’tür. Gelir değişkeni açısından da eğitime benzer bir durum söz konusudur. Yani eğitim seviyesi arttıkça insan haklarına duyarlılık arttığı gibi üst gelir seviyesindekilerin de görece hak ve özgürlüklerin savunulmasına daha çok önem verdikleri görülmüştür. Alt gelir grubunda (1400’den az) “insan hak ve özgürlüklerine aykırı işler yapana oy vermem” diyenlerin oranı yüzde 65,67 iken üst gelir grubunda (6301’den fazla) bu oran yüzde 75,84’e yükselmiştir. Kısacası üst gelir grubundakilerin 3/4’ünün siyasi tercihlerinde bu konudaki hassasiyeti önemseydiği görülmüştür.

Şehirlerin tümünde bu ifadeye katılım oranı (%66,36) eğitim ve gelirden olduğu gibi çok yüksektir. Özellikle Zonguldak (%75,67), Kayseri (%74,18) ve Bursa’da (%71,84) neredeyse her dört kişiden üçü “bir partinin hak ve özgürlükler konusundaki geçmişinin oy verme davranışını etkileyeceğini” ifade etmiştir. Bunun yanında “insan hak ve özgürlüklerine aykırı işler yapana oy vermem” ifadesine katılmadığını söyleyenler de bölgelere göre farklılaşmıştır. Malatya (%30,81), İstanbul (%20,69), Gaziantep (%18,18) şehirlerinde insan hakları meselesinin oy verme eğilimleri üzerinde diğer şehirlere oranla daha az belirleyici olduğu gözlenmiştir. Katılım oranının en düşük olduğu il olan Malatya (%52,43) aynı zamanda “katılmıyorum” diyenlerin oranlarının da en yüksek olduğu ildir (%30,81).

3.3.1.9 Kalkınma ve İlerlemenin Yolu Katılımcı Anayasadan Geçer

Anayasa devlet karşısında bireyin haklarını koruyan, bireyin toplum içindeki sorumluluklarının ve sahip olduğu özgürlüklerin sınırını belirleyen, yasama-yürütme-yargı güçlerinin nasıl kullanılacağını gösteren, kısaca toplumsal yaşamı düzenleyen hukuki metindir. Demokratik ülkelerde, toplumsal yaşamın kurallarını belirleyen bu metnin, toplumun genelinin rızası ile oluşturulması söz konusudur. Temel olarak devlet-birey ilişkilerini düzenleyen, toplumun tümüne ait bir hukuki metin olan anayasada yapılacak değişikliklerin toplumun çoğunluğunun rızasıyla gerçekleştirilmesi demokratik yönetimler açısından vazgeçilmezdir.

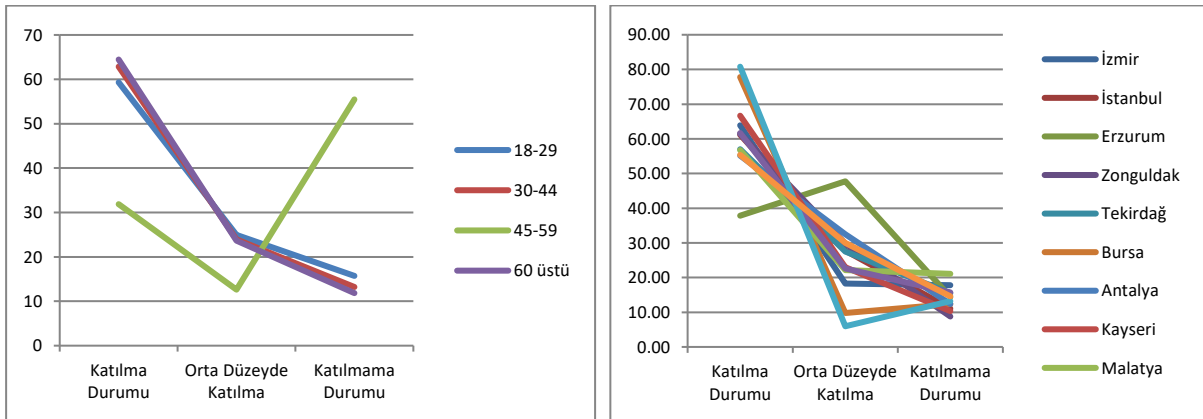
Türkiye’de uzun bir geçmişe sahip olan anayasa değişikliği tartışmaları 2000’li yılların ortasından itibaren daha yüksek bir sesle dillendirilmeye başlanmıştır. Özellikle seçim dönemlerinde siyasal aktörlerin vaatleri arasında sıkça karşımıza çıkmıştır. Uzun yıllardır gündemde olan ve özellikle 2011 seçiminin önemli tartışma konularından olan “Yeni

Anayasa” vaadi etrafında değerlendirildiğinde, bu madde dönemi anlamak açısından önemlidir. Araştırmanın tüm Türkiye örnekleme uygulanması aşamasının 16 Nisan 2017 Referandumu öncesine denk gelmesi de bu açıdan oldukça anlamlıdır. Bu çerçevede siyasal söylemde karşımıza sıkça çıkan yeni anayasa vaadi araştırma kapsamında şu şekilde sorulmuştur;

“Katılımcı ve sivil bir anayasa hazırlamayı vaat eden partiye oyumu veririm” (M12).

Bu ifade ile toplumsal yaşamın tüm alanlarını etkileyecek yapısal bir değişiklik vaadinin oy verme davranışına etkisi anlaşılmaya ve farklılıklar saptanmaya çalışılmıştır. Ayrıca araştırmaya katılanların anayasanın yapıma şekli ve niteliğine ilişkin görüşleri de alınmak istenmiştir. Bu çerçevede toplumun bir arada yaşamasının kurallarını düzenleyen anayasanın değiştirilme şekline ilişkin vaatler üzerinden başarıyı tanımlayacak ve oy verme davranışına etkisini ölçecek şekilde bir ifade yazılmıştır. Bu noktada ölçek oluşturma aşamasında yeni anayasa tartışmalarına ilişkin bir madde daha olmakla birlikte pilot uygulama sonrasında pek çok madde gibi bu maddenin de elendiğini belirtmek gerekir.

Anayasanın özellikle farklı kesimleri temsil etmesi, farklı seslere söz hakkı vermesi ve sivil yani halka ait olması vurgusunu öne çıkaran bu madde açısından değerlendirildiğinde cinsiyet ve eğitim durumuna göre anlamlı bir fark görülmemiştir. Yani kadın ya da erkek, lisansüstü ya da ilkökul mezunu, yaşlı ya da genç fark etmeden her beş kişiden üçünün bu ifadeye katıldığı saptanmıştır (%61,98). Burada tek istisna yüzde 31,89 oranında “katılıyorum” diyen 45-59 yaş aralığındaki kesimdir. Bu yaş grubundakiler yüzde 55,48 oranında sivil ve katılımcı anayasa vaadini “oy verirken göz önünde bulundurmam” diyerek detaylı bir araştırmayı hak etmektedir.



Şekil 54. “Katılımcı ve sivil bir anayasa hazırlamayı vaat eden partiye oyumu veririm” (M12) ifadesine yaş ve bölge değişkenlerine göre katılma oranı

Gelir açısından da durum farklı değildir, her gelir grubundaki beş kişiden üçü bu ifadeye “katılıyorum” demiştir (%62,03). Özellikle üst gelir grubu (6301’den fazla) büyük çoğunlukla “tamamen katılıyorum” (%37,64) diyerek katılımcı ve sivil bir anayasa vaadinin oy

verme eğilimleri üzerindeki etkisini net olarak ortaya koymuştur. Bölge açısından bakıldığında ise Trabzon'da "sivil ve katılımcı anayasa vaadine oy veririm" diyenlerin oranı yüzde 80,79 ile en yüksek iken Erzurum'da yüzde 37,84 ile bunun yarısından da azdır. Erzurum'da bu ifadeye "orta düzeyde katılıyorum" diyen yani bir anlamda kararsız kalanların oranı ise hayli yüksektir (%47,75). Bu durumun ortaya çıkmasında, araştırmancının anayasa referandumu öncesinde gerçekleştirilmesi ve Erzurum'daki katılımcıların bu soruya cevap vermekten çekinmiş olabilecekleri şeklinde yorumlanabilir.

3.3.1.10 Sonuç ve Değerlendirme

Araştırmancının bu bölümünde toplumun, siyaset söyleminde geniş yer tutan değerlere yönelik tutumları ve demografik değişkenlerin bu tutumlar üzerindeki etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır. Analizler sonucunda "*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*" boyutunda yer alan ifadelerin, araştırmaya katılanların en fazla destek verdiği ifadeler olduğu saptanmıştır. Buradan hareketle siyaset kurumunun kalkınma, ilerleme, sorunların çözümü adına başarı olarak gördüğü ve seçmeni ikna sürecinde argüman olarak kullandığı kriterlerin oy verme davranışında da etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada siyasetin toplumu etkilemek için başvurduğu değer öncelikleri sıralaması ile toplumun oy verme davranışındaki öncelik sıralamasının ne kadar benzeştiği ya da farklılaştığı sorusu önem kazanmaktadır.

Kalkınmayı ve ilerlemeyi sağlayacak, sorunlara çözüm üretecek ve toplumsal refahı artıracak başarılı iktidarı tanımlayan ifadelerin yer aldığı bu boyut altında toplanan değerlerin çeşitliliği, siyasal aktörlerin söylemlerindeki değer öncelikleri sıralamasına tek başına karşılık gelmesi ve ölçek yapısı göstermesi nedeniyle "*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*" boyutu tek başına ölçek olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca Schwartz Değer Ölçeği'ndeki farklı ve hatta çatışan güdü, motivasyon ve beklentilere denk gelen değer ifadelerinin bir faktör altında toplanması nedeniyle bu boyutun "Popüler Siyasal Kültür Değer Ölçeği" olarak adlandırılabilirliği ifade edilmiştir. Tüm bu özelliklerinden hareketle, hem madde puan ortalamalarının en yüksek olduğu hem de araştırmaya katılanların en fazla destek verdiği ifadelerden oluşan bu boyutun kendi içinde değerlendirilmesi, toplumun oy verirken en fazla hangi değerleri göz önünde bulundurduğunu ortaya koymuştur.

Araştırma sonuçları incelendiğinde, katılma oranlarının yüzde 80'ler civarında olduğu ilk beş ifadenin *dürüstlük, ulusal güvenlik/başarı, sorumluluk sahibi olmak, başarı/kendi amaçlarını belirlemek* alt değerlerine ve *yardımseverlik, güvenlik, başarı, kendini yönetme* temel boyutlarına denk geldiği saptanmıştır. Nitekim nitel analizler sonucunda 2000'ler Türkiye siyasetinde sıradan politik kültürün ortak iyisini temsil eden alt değerlerin *kendi amaçlarını belirlemek, başarılı olmak, dürüstlük ve sorumluluk sahibi olmak* şeklinde, temel değerlerin ise *yardımseverlik, kendini yönetme, güç, güvenlik ve başarı* olarak sıralandığı

tespit edilmiştir. İki araştırma sonucu birlikte değerlendirildiğinde, toplumun oy verme eğilimlerini şekillendiren alt ve temel değerler ile siyasal söylemlerde öne çıkarılan ortak alt ve temel değerlerin birbiriyle uyumlu olduğu saptanmıştır.

Siyasal aktörlerin söylemlerinde öne çıkan *yardımseverlik* değerinin siyaset söylemindeki karşılığı *dürüstlük* ve *sorumluluk sahibi olmak* alt değerleri üzerinden betimlenmektedir. “*Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutunda katılımcıların en fazla destek verdikleri beş ifadenin üçünün *yardımseverlik* boyutunda yer alan *dürüstlük* ve *sorumluluk sahibi olmak* değerlerine ilişkin olmasından hareketle, toplumun *kendini aşmışlık* üst düzey değer alanını oy verme davranışında öncelikli olarak gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşın nitel analiz sonucunda Türkiye’de siyasal söylemin karşıt kutuplarda yer alan *kendini geliştirme* ve *kendini aşmışlık* üst düzey değerleri üzerine kurulu olduğu ve *başarı* ve *güç* değerlerinin siyasal aktörlerin söylemlerindeki yoğunluğu nedeniyle *kendini geliştirme* boyutunun söylem genişliği en fazla olan boyut olduğu saptanmıştır.

“*Kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutunda yer alan ifadelerin temelde hangi değerlere yaslandığı ve bunun siyasal söylemin değer öncelikleriyle ne kadar benzer ya da farklı olduğuna ilişkin bu değerlendirmelerin ve her maddenin hangi demografik verilerde benzeştiği ve farklılaştığına ilişkin analizlerin ardından elde edilen veriler demografik değişkenler arasındaki farklar açısından ele alınmıştır. Öncelikle bu boyutta yer alan her bir ifadede demografik değişkenler açısından anlamlı farklarla karşılaşılmıştır.

Veriler bu açıdan incelendiğinde “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutunda en çok farklılık yaratan değişkenin yaşanılan yer yani bölge olduğu (%77,77) en az farklılık yaratan değişkenin ise eğitim (%44,44) olduğu tespit edilmiştir. Gelir (%50) ve yaş (%55,55) bu boyut üzerinde anlamlı farklar yaratan değişkenler olarak dikkat çekmiştir. Genel olarak “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutuna katılım açısından veriler incelendiğinde, gelir yükseldikçe, yaş arttıkça, eğitim yükseldikçe bu boyuta desteğin arttığı saptanmıştır. Özellikle bazı ifadelerde gelirle beraber “tamamen katılıyorum” diyenlerin oranının kademeli olarak arttığı gözlenmiştir (M1, M11, M14).

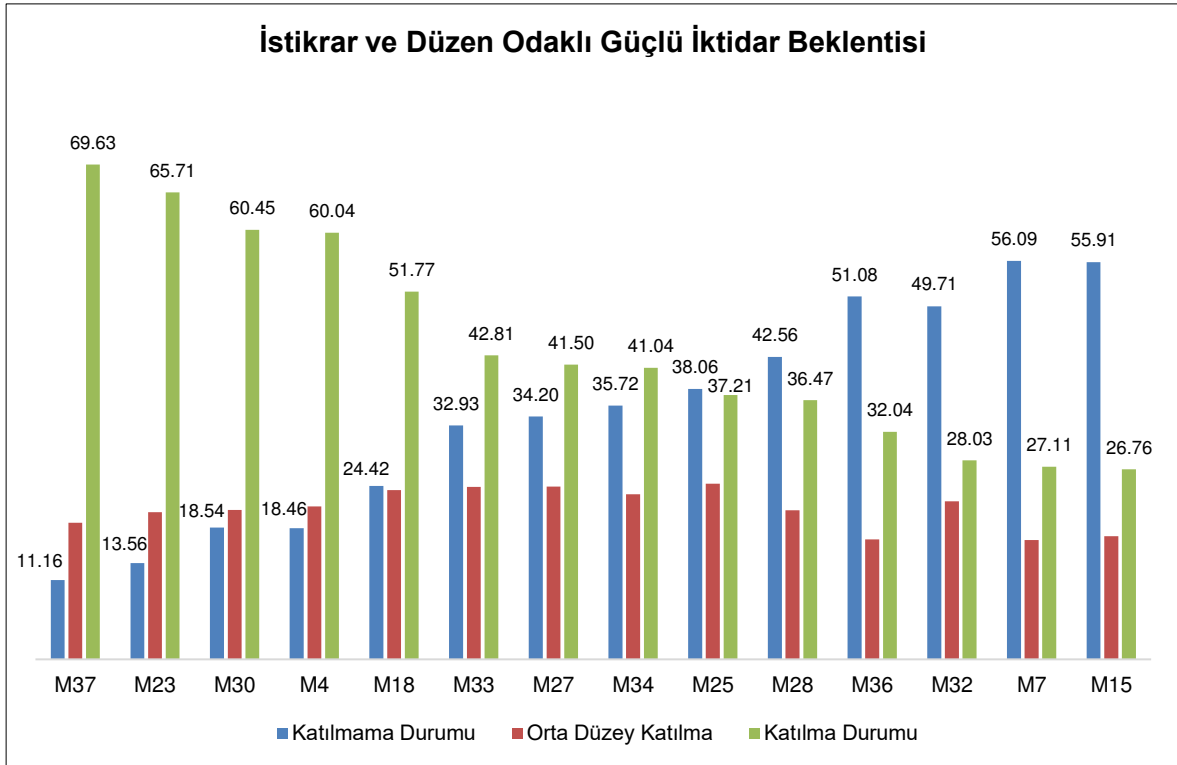
Bölge bazında değerlendirildiğinde, siyasetin ölçülebilen icraatlar ve başarılar üzerinden tanımlandığı, toplumun beklediği sonuçları başarmak için gerekeni yapma becerilerine gönderme yapan, insanların hayatta kalmalarını sağlayacak bireysel ihtiyaçlarına ve refah beklentilerine denk gelen bu ifadelere katılım açısından 14 ifadede anlamlı farklar olduğu tespit edilmiştir. Bu boyuta katılım anlamında farkın en yüksek olduğu iller Bursa, Kayseri, İzmir olarak sıralanmıştır.

Gelir ve eğitim değişkenleri en fazla dürüstlük üzerinden başarının tanımlandığı değer ifadelerinde fark yaratmış, gelir ve eğitim arttıkça bu yöndeki eğilimler de doğru orantılı olarak yükselmiştir. Buna karşın eğitim değişkeni özellikle ekonomik kriterler ve sorumluluk değeri

üzerinden başarının anlatıldığı ifadelerle ters orantılı bir şekilde çalışmıştır. Yani eğitim arttıkça bu yöndeki ifadelere katılım azalmıştır (M11,M13, M14). Yaş değişkeni en fazla güvenlik, ardından dürüstlük ve ekonomik gelişmeler üzerinden başarının tanımlandığı ifadelerde fark yaratmış ve yaş arttıkça bu yöndeki ifadelere onay da artmıştır. Bölge açısından en çok fark yaratan değerler güvenlik, sorumluluk ve dürüstlük değerlerine ilişkin olanlardır.

3.3.2 “İstikrar ve Düzen Odaklı Güçlü İktidar Beklentisi” Boyutunda Farklılaştırıcı ve Birleştirici Değerler

Araştırma kapsamında toplumdaki talep, beklenti ve çıkarların farklılığından hareketle ortaya çıkan çatışma, güç, güç mücadelesi ve tüm bunlar karşısında insanların düzenli sosyal etkileşim beklentisinin harekete geçirdiği, insanlar ve kaynaklar üzerinde hakimiyet kurmayı ve kontrol sağlamayı öncelleyen güçlü iktidar arayışının oy verme davranışı üzerindeki etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır. Temelde *sosyal güç, kamusal imajı korumak, sosyal düzen, otorite, ulusal güvenlik, özgürlük* alt değerlerine yaslanan bu boyut, toplumun istikrar ve düzen beklentisini karşılamak için gerekeni yapma becerisinin içine nelerin dahil edildiğini anlatmaktadır. Analiz sonucunda “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” boyutu altında toplanan ifadelere katılım oranı ortalama yüzde 44,32 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca boyut içinde yer alan ifadelere “katılım” oranları kademeli olarak düşerken aynı zamanda katılmama oranlarının da kademeli olarak arttığı saptanmıştır.



Şekil 55. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” boyutunda yer alan maddelere ilişkin katılım düzeyleri

Bu boyutta katılım oranlarının yüzde 50 ve üzerinde olduğu ilk beş ifade incelendiğinde, ilk ikisinin *sosyal düzen* değerlerinin ise *başarı, sosyal tanınma, dürüstlük/sorumluluk* alt değerleri ve *güvenlik, başarı, güç, yardımseverlik* temel değer alanlarına denk geldiği gözlenmiştir. Birbiriyle uyum içindeki *güvenlik, güç ve başarı* değerlerinin yan yana gelmesinden hareketle düzen ve güvenliği sağlayacak güçlü bir iktidar

beklentisinin bu boyutta belirleyici olduğundan bahsetmek mümkündür. Araştırmaya katılanların yüzde 50'den fazlasının “katılıyorum” diyerek destek verdiği bu ifadeler şunlardır;

“Yaşantımın, yaşam tarzımın değişeceğine yönelik endişem oy verme kararımı etkiler” (M37).

“Toplumsal yaşamı kontrol edecek her türlü yetkiyi sonuna kadar kullanacağına inandığım partiye oyumu veririm” (M23).

“Oy vereceğim siyasi parti önceki seçimlerde başarısız olsa da siyasi tercihim değişmez” (M30).

“Bir partinin seçim çalışmaları sırasında söyledikleri vereceğim oyu değiştirmez” (M4).

“Seçim sürecinde liderlerin birbirlerine ağır suçlamalarda bulunması siyasetin doğası gereği olduğundan oyumu değiştirmez” (M18).

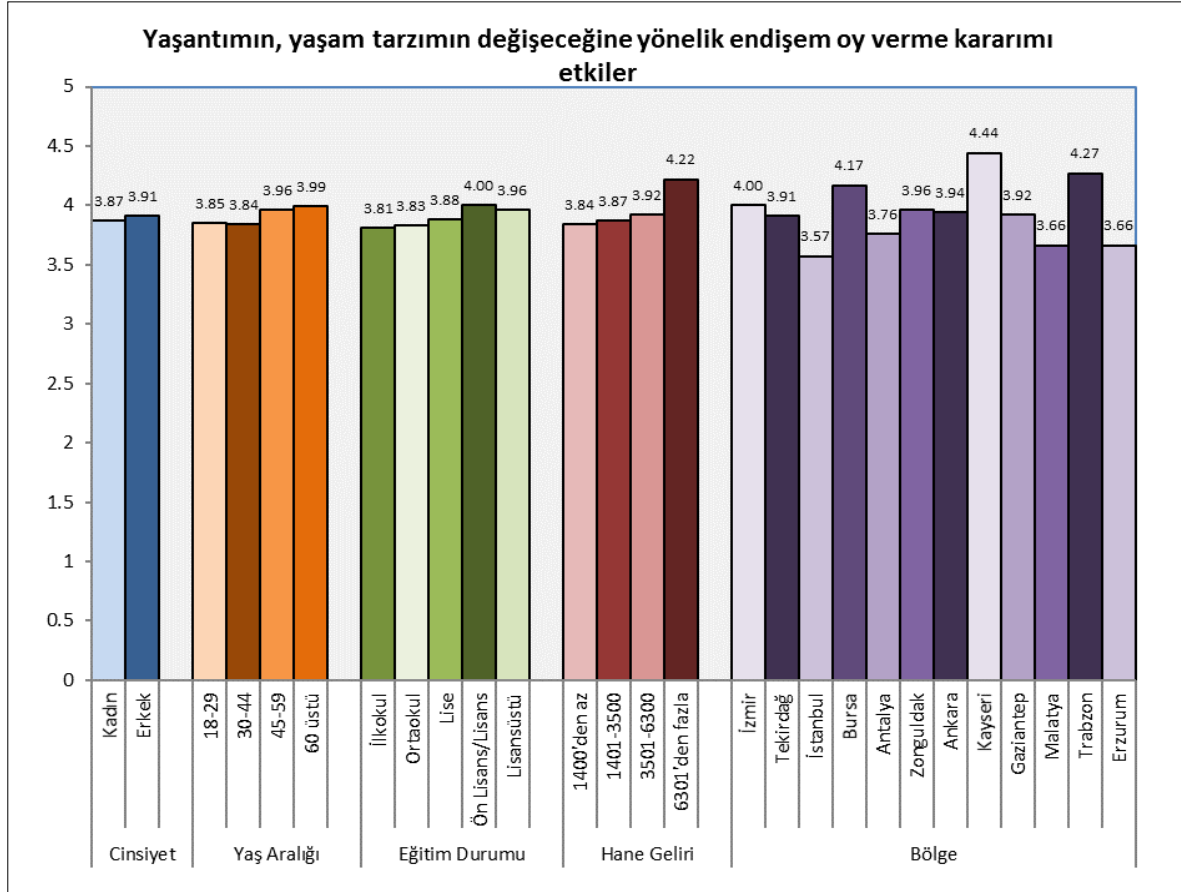
3.3.2.1 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Güvenlik

Araştırma kapsamında Türkiye’de son dönemde farklı örnekler üzerinden tartışılan yaşam tarzı konusunun oy verme davranışını etkileyip etkilemediği anlaşılmaya çalışılmıştır. Analizler yaşam tarzının değişmesi endişesinin, *“istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi”* boyutunda yüzde 69,63 ile en fazla destek gören ifade olduğunu ortaya koymuştur. Hak ve özgürlükler kavramının gündelik hayata taşındığı maddede siyasetin yaşam tarzı üzerindeki etkilerinin oy verme davranışını nasıl şekillendirdiği anlaşılmaya çalışılmıştır.

Toplumsal bir varlık olarak insan, hukukun tanıdığı haklar çerçevesinde hiçbir zorlama ve müdahale olmadan ve engellenmeden serbestçe hareket edebilir. Özgürlüğün “negatif” ve “pozitif” olmak üzere iki şekilden söz eden Isaiah Berlin’in sınıflandırmasında negatif özgürlüğe denk gelen bu yaklaşıma göre birey, bir kişi veya grubun müdahalesi olmadan istediğini yapabilir (Berlin, 1958’den akt. Heywood, 2015:197). Birey üzerindeki müdahalesizlik anlamında dışarıdan gelecek sınırlandırmaların bulunmaması, dilediği gibi hareket edebilmesidir. İnsanın yaşama tarzı üzerinde dış müdahalenin bulunmaması anlamında negatif özgürlük, insanın özel yaşamında müdahaleden uzak kalmasını öngörür. Pozitif anlamdaki özgürlük ise Barry’e göre, “bir kimsenin, şunu değil de bunu yapmasını veya şu değil de bu olmasını tayin edebilen denetimin veya müdahalenin kaynağı nedir veya kimdir?” sorusunun cevabında saklıdır (Barry, 2012:347’den aktaran Urhan, 2016:114). Buna göre pozitif özgürlük, bireyin müdahalesi ile belirli bir hedefin ya da kazanımın başarıyla gerçekleştirilmesi anlamına gelir. Negatif özgürlük “bir şeyden özgür olma”, pozitif özgürlük ise “bir şeyi yapmaya özgür olma” anlamındadır (Heywood, 2012:197). Siyasi yönetim açısından ele alındığında, siyasi iktidarın bireylerin yaşamlarına yönelik müdahalesi, hareket

alanını vatandaşın haklarını kısıtlayacak ve yaşam alanını daraltacak şekilde genişletmeye yönelik girişimleri, demokratik ya da otoriter yönetim anlayışı konusunda önemli ipuçları verir.

Bu çerçevede negatif özgürlük alanı olarak görülen yaşam alanına yönelik müdahalelerin, oy verme davranışı üzerindeki etkisinin anlaşılmasına çalışıldığı bu ifadeye ilişkin demografik veriler şöyledir. Cinsiyet ve yaş faktörü anlamlı bir fark yaratmamış, yani kadın-erkek, yaşlı-genç farkı olmaksızın katılımcıların yüzde 69,63'ü “yaşam tarzına yönelik müdahaleler oyumu etkiler” ifadesini onaylamıştır.



Şekil 56. “Yaşantının, yaşam tarzının değişeceğine yönelik endişem oy verme kararımı etkiler” (M37) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

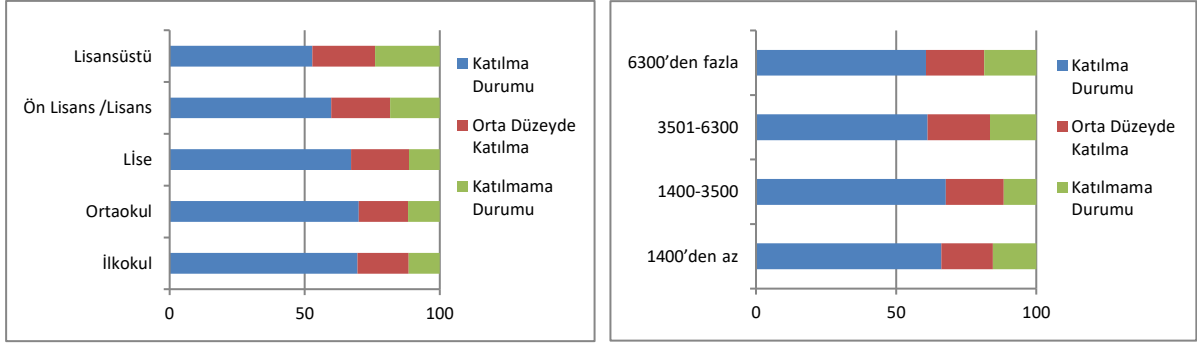
Veriler, her eğitim seviyesindeki katılımcının yaşam tarzına yönelik değişiklik endişesinin oy verme davranışını etkileyeceğini ortaya koymuştur. Eğitim seviyelerinin bu ifade özelinde ayırt edici olup olmadığına bakıldığında, ilkokul mezunlarında bu yöndeki endişe yüzde 68,14 iken lisansüstü mezunlarında yüzde 71,13'e yükselmiştir. Yani eğitim seviyesinin yükselmesiyle paralel şekilde yaşam tarzına yönelik endişelerin oy verme davranışına etkisi de yükselmiştir.

Gelir düzeyine ilişkin veriler incelendiğinde, tüm gelir gruplarında “yaşam tarzına yönelik müdahaleler oyumu etkiler” diyenlerin oranı yüzde 69,66, “etkilemez” diyenlerin oranı ise yüzde 11,17'dir. Gelir farklılaştıkça eğilimler ne yönde değişiyor diye baktığımızda ise

1400'den az gelire sahip olanların yüzde 67,27'lik katılma durumu üst gelir grubunda (6300'den fazla) yüzde 79,78'e yükselmiştir. Bu açıdan üst gelir grubundakilerin oy verme davranışı üzerinde yaşam tarzlarının değişeceğine yönelik endişelerin daha etkili olduğunu söylemek mümkündür. Meseleyi önemsemeyenler ise her gelir grubunda yaklaşık yüzde 10 seviyesinde kalırken, özellikle bu oran eğitim seviyesi arttıkça azalma eğilimi göstermiştir.

Ülke genelinde yaşam tarzının değişmesine yönelik endişelerin oy verme davranışını doğrudan etkilediği saptanmıştır (%69,61). İller içerisinde bir farklılık olup olmadığı incelendiğinde, bu endişenin en yüksek olduğu illerin Trabzon (%87,33), Kayseri (%86,85), ve Bursa (%79,95) olduğu görülmüştür. Bu şehirlerdeki her beş kişiden dördü yaşam tarzına müdahale edilebileceği düşüncesinin oy verme davranışını etkilediğini belirtmiştir. Bu ifadeye "katılıyorum" diyenlerin Türkiye çapında yüzde 69,63 olduğu düşünüldüğünde, seçmenin neredeyse 2/3'ünün yaşam tarzına sahip çıkma eğiliminde olduğu gözlenmiştir. Bu konuda görece daha az endişe duyan iller ise İstanbul (%57,74), Erzurum (%59,46) ve Malatya'dır (%60,54). Sadece Malatya'da yüzde 18,38'lik bir "katılmıyorum" oranı göze çarparken diğer bölgelerdeki oranlar daha düşüktür.

Araştırmaya katılanların yüzde 65,71 ile bu boyutta en fazla destek verdiği ikinci ifade ise şöyledir; "*Toplumsal yaşamı kontrol edecek her türlü yetkiyi sonuna kadar kullanacağına inandığım partiye oyumu veririm*" (M23). Eski Yunan ve Roma başta olmak üzere tarihin bilinen en eski dönemlerinden itibaren özgürlük ve otorite sürekli birbirine karşıtlık içinde bulunan iki kavram olagelmıştır (Mill, 2004:40'dan aktaran Urhan, 2016:113). Ancak bu kadar eski olan bir diğer şey ise tüm toplumların hangi gelişmişlik ya da demokratiklik seviyesinde olursa olsun kendi işleyişlerini düzenlemek ve istikrarı sağlamak için sosyal kontrol mekanizmaları tesis etmesidir (Bilgin, 2005:221). Gündelik hayatı kontrol etmeye yönelik düzenlemeler ise otoriter ve demokratik yönetimleri birbirinden ayıran temel unsurdur. Zira demokrasilerde toplumsal yaşam içindeki temel hak ve özgürlüklerin korunması büyük önem taşımaktadır. Ancak bazı durum ve koşullarda bu hak ve özgürlüklerden taviz vermek yeğ tutulabilir. Güvenlik endişesi ile toplumsal yaşamın kontrolüne destek arasındaki ilişkiyi anlamaya yardımcı olan *sosyal düzen* odaklı bu ifadeye katılım konusunda kadınlar ve erkeklerin, yaşlılarla gençlerin hemfikir olduğu saptanmıştır. Görüş farklılıkları ise eğitim, gelir ve yaşanan yer değişkenlerinde ortaya çıkmıştır.



Şekil 57. “Toplumsal yaşamı kontrol edecek her türlü yetkiyi sonuna kadar kullanacağına inandığım partiye oyumu veririm” (M23) ifadesine eğitim ve gelire göre katılım oranı

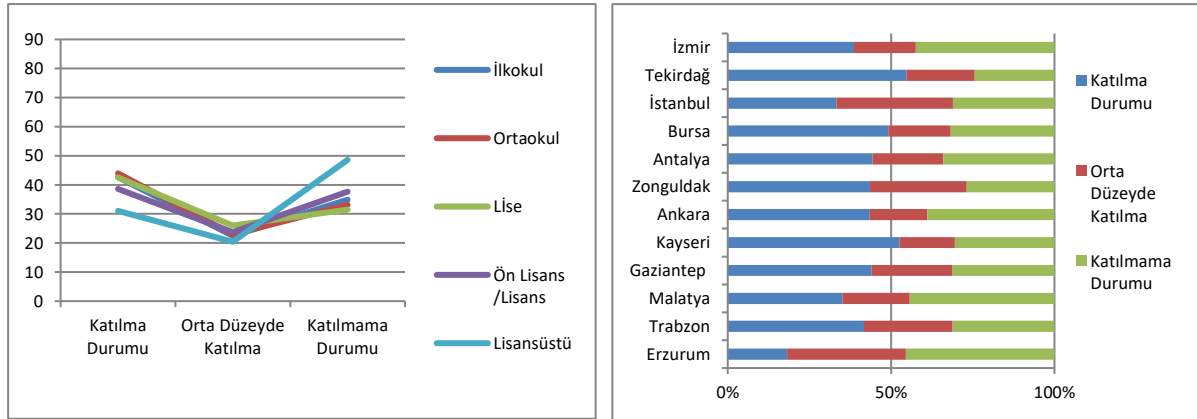
Eğitim değişkeninin “düzeni sağlamak için her türlü yetki kullanılabilir” önermesine destek konusunda nasıl bir fark yarattığı incelendiğinde, eğitim seviyesi ile bu ifadeye destek arasında negatif bir ilişki olduğu görülmüştür. Yani eğitim seviyesi yükseldikçe toplumsal yaşamı kontrol etme eğilimine destek azalmıştır. İlkokul mezunlarında “katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 69,54 iken, eğitim seviyesi yükseldikçe bu destek kademeli olarak düşmüş ve lisansüstü mezunlarında yüzde 52,82’ye inmiştir. Bu bağlamda eğitim düzeyi toplumsal yaşamın kontrolüne karşı çıkma tepkisini artırıcı bir unsur olarak yorumlanabilir. Nitekim “önce güvenlik” anlayışına “katılmıyorum” diyen lisansüstü mezunlarının (%23,94) oranı da ilkokul mezunlarının (%11,55) iki katından fazladır. Dolayısıyla eğitim düzeyi arttıkça otoriter eğilimlere karşı olumsuz tutum da, yaşam biçimine müdahale konusundaki kaygılar da artmıştır. Gelir düzeyinin nasıl bir fark yarattığı incelendiğinde eğitimle benzer bir tabloyla karşılaşılmıştır. Gelir seviyesi yükseldikçe toplumsal kontrole yönelik destek kısmen zayıflamıştır.

Şehir açısından değerlendirildiğinde, Trabzon’daki katılımcıların yüzde 89,33’ünün “düzeni sağlamak için her türlü yetki kullanılabilir” ifadesini onaylarken, bu oran Malatya’da yüzde 57,30 seviyesindedir. Araştırma yapılan diğer şehirlerde de destek oranı oldukça yüksektir. Tekirdağ (%77) ve Kayseri’de (%74,65) her dört kişiden üçü “katılıyorum” diyerek desteğini göstermiştir. Öyle ki Tekirdağ (%46,5) ve Bursa’da (%45,34) neredeyse her iki kişiden biri “tamamen katılıyorum” diyerek toplumsal kontrol konusundaki desteğini net şekilde ortaya koymuştur.

Bu konudaki genel eğilimleri anlamaya yardımcı olacak bir diğer ifade ise güçlü iktidar beklentisine odaklı bu boyutta araştırmaya katılanlar tarafında en fazla desteklenen yedinci ifadedir; “Ülke birliğini sağlamak için gerektiğinde temel hak ve özgürlüklerden taviz verebilecek partiye oy veririm” (M27). Devletlerin en eski ve en kapsamlı işlevi egemenliği altında yaşayan insanların güvenliğini sağlamaktır (Çelebi, 2010:183). Kimi dönemlerde düzen ve istikrarın korunması için toplumu bir arada tutan değerlerin ön plana çıkarılması söz konusuysa kimi zaman da devlet tarafından anayasal güvence altına alınan ve hatta

devletin müdahale edemediği özgürlüklerin güvenlik uğruna sınırlandırılması söz konusu olabilmektedir.

“Güvenlik mi? Özgürlük mü? Ne için neden vazgeçersin?” sorusuna cevap aradığımız bu ifade, ülkenin birlik ve beraberliği ya da mevcut toplumsal düzeni söz konusu olduğunda bireyin yaşamını düzenleyen temel hak* ve özgürlüklerin sınırlandırılmasına ne kadar sıcak baktığı ya da karşı çıktığını anlamaya yöneliktir. Toplumsal yaşamda düzen olağan, istikrarlı ve öngörülebilir davranış biçimlerini ifade ederken toplumsal karmaşa alışılmadık, rastgele ve saldırgan davranış biçimlerini ifade etmektedir. Bu çerçevede düzen hem tehdit, şiddet ve bunların korkusundan âzade olmak anlamında fiziksel güvenlik hem de düzenli ve alışkın olduğumuz koşulların neden olduğu rahatlık ve istikrar anlamında psikolojik güvenlik anlamına gelmektedir (Heywood, 2015:33). Güvenlik ile özgürlükler arasındaki sınırın oy verme davranışına etkisini anlamaya yönelik bu ifade, ayrıca muhafazakar devlet anlayışına olan desteği de ortaya koymaktadır. Zira muhafazakarlar devleti, muhtemel bir kargaşadan toplumu korumak için ihtiyaç duyulan otorite ve disiplin ile ilişkilendirerek geleneksel olarak güçlü bir devleti tercih ederler (Heywood, 2015:32). Bu yaman çelişkiye yani güvenlik beklentisinin özgürlük arayışını nasıl etkilediğine ilişkin görüşler şöyledir;



Şekil 58. “Ülke birliğini sağlamak için gerektiğinde temel hak ve özgürlüklerden taviz verebilecek partiye oy veririm” (M27) ifadesine eğitim ve bölgeye göre katılım oranı

Araştırma sonucunda devlet otoritesini eyleme geçiren bir araç olarak iktidarın ülke birliği ve düzenini sağlamak için hak ve özgürlüklere müdahale edebileceği anlayışına destek açısından kadınlarla erkekler, üst gelir grubuyla alt gelir grubu arasında anlamlı bir fark olmadığı gözlenmiştir. Eğitim çoğu zaman olduğu gibi bu konuda da fark yaratan bir unsur olarak karşımıza çıkmıştır. Eğitim ile bu ifadeye destek arasında negatif bir ilişki vardır. Eğitim seviyesi düştükçe “güvenlik söz konusu olduğunda özgürlüklerden taviz verilebilir” diyenlerin oranı artarken (ilkokul mezunlarında %42,65), eğitim seviyesi yükseldikçe bu

* Temel haklar, devlet tarafından korunan ama aynı zamanda devletin müdahale edemediği düşünce, din ve vicdan özgürlüğü, meslek seçme özgürlüğü gibi özgürlükleri kapsar (Çelebi, 2010:182).

yöndeki destek azalmıştır (lisansüstü mezunlarında %30,99). Benzer şekilde hak ve özgürlüklerden taviz verilemeyeceğini düşünenlerin oranı eğitim seviyesi düştükçe azalırken (ilkokul mezunlarında %34,88), eğitim seviyesi yükseldikçe (lisansüstü mezunlarında %48,59) artmıştır.

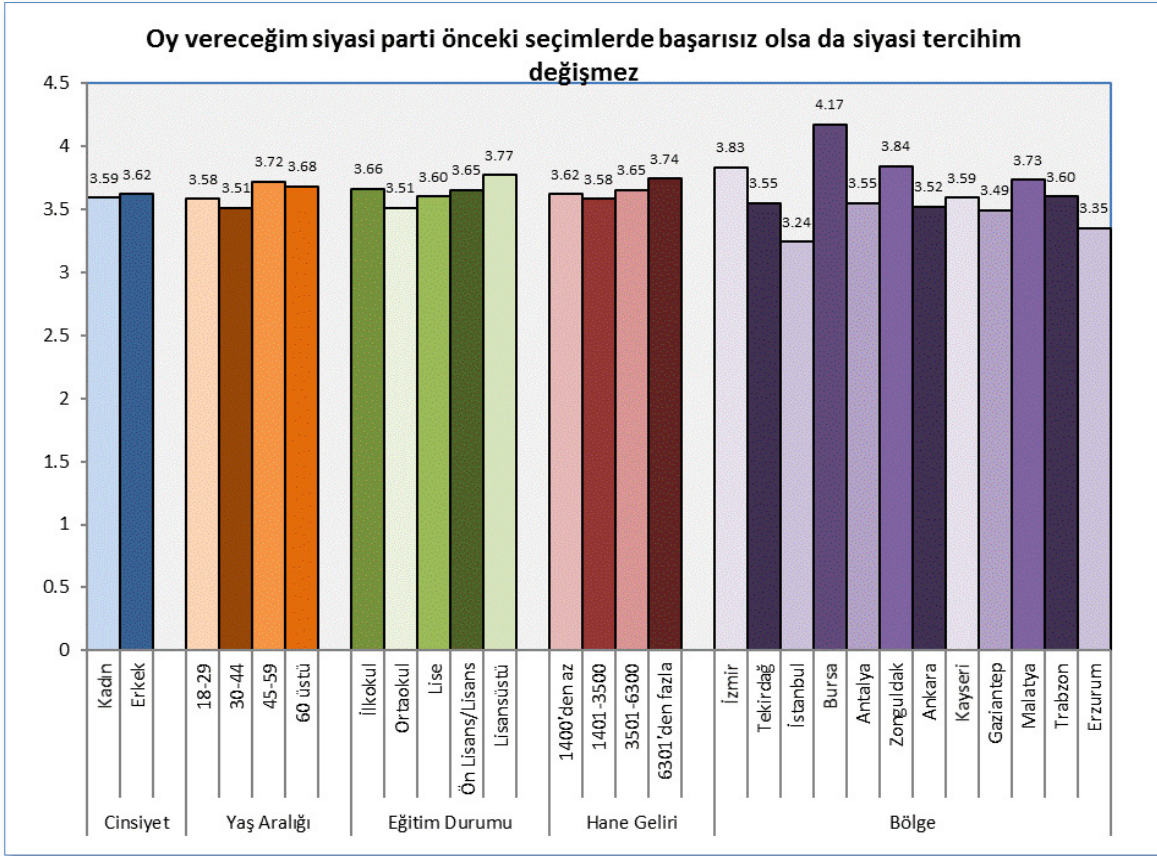
Yaş arttıkça “güvenlik gerekçesiyle özgürlüklerden taviz verilebilir” diyenlerin oranı sınırlı da olsa artmıştır. 18-29 yaş aralığında yüzde 34,92’den 60 yaş üstünde yüzde 44,38’e yükselmiştir. Şehir açısından bakıldığında, ifadeye destek verenlerin en fazla olduğu yerler Tekirdağ (%54,73), Kayseri (%52,58) ve Bursa (%49,16) olarak sıralanmıştır. Buralardaki katılımcıların yarısı güvenlik ve ülke bekası söz konusu olduğunda temel hak ve hürriyetlerden belirli ölçüde de olsa vazgeçilebileceğini söylemiştir. Bu ifadeye katılım anlamında en düşük destek (%18,18) ve en yüksek itiraz (katılmama durumu %45,45) Erzurum’dan gelmiştir. Erzurum’u katılmama durumuyla Malatya (%44,32) ve İzmir (%42,40) takip etmiştir. İki doğu ve bir batı şehri özgürlüklerden taviz verilemeyeceğini söyleyen şehirler olarak karşımıza çıkmıştır.

3.3.2.2 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Sadakat ve Aidiyet

Siyasette başarılar üzerinden çizilmeye çalışılan olumlu tablolar yanında rakibin başarısızlıkları üzerinden kendi başarılarına gönderme yapmak da mümkündür. Nitekim siyasal aktörler bu yöneme sıklıkla başvurmaktadır. Çünkü modernitenin bilişsel anlamdaki en önemli etkilerinden biri, ikili karşıtlıklar üzerinden işleyen bir düşünme sistematiğini yerleştirmesidir. İyinin kötü üzerinden ya da doğrunun yanlıştan hareketle anlam kazanması örneğinde olduğu gibi her olay, durum ya da kişinin zihinde anlam kazanmasında karşıtlık üzerinden işleyen bir değerlendirme söz konusudur. Böyle bir düşünme sistematiği içerisinde geçmiş seçimlerdeki başarısızlıkların seçmenin oy verme davranışı üzerindeki etkisini anlamak üzere araştırmada şöyle sorulmuştur;

“Oy vereceğim siyasi parti önceki seçimlerde başarısız olsa da siyasi tercihim değişmez” (M30).

“İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” boyutunda katılımcıların en fazla onayladığı ifadeler arasında üçüncü sırada yer alan, başarı ve aidiyet değer alanlarına yaslanan bu ifade ile ayrıca katılımcıların parti ve lider konusundaki korumacı tepki ve bağlılıkları da ölçülmüştür. Analiz sonucunda katılım anlamında kadınların erkeklerden ya da yüksek eğitimlilerin diğerlerinden farklı düşünmediği ve bu ifadeye yüzde 60,45 oranında destek verdiği saptanmıştır. Buradan hareketle toplumun 3/5’i “başarısız olsa da siyasi görüşümün arkasındayım” demiştir.



Şekil 59. “Oy vereceğim siyasi parti önceki seçimlerde başarısız olsa da siyasi tercihim değişmez” (M30) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

Genel olarak tüm gelir grupları yüzde 60,45 oranında siyasi tercihinde ısrarcı olurken özellikle üst gelir grubunda parti ve lidere bağlılık kısmen artmıştır (%65,54). Gelir grupları içinde başarıyı görece olarak en fazla göz önünde bulunduranlar ise ifadeye “katılmıyorum” diyen 1401-3500 aralığındaki yüzde 19,99'luk kesimdir. Kısacası gelir düzeyiyle aynı tercihte ısrar etme eğilimi arasında çok manidar bir ilişki saptanmamıştır.

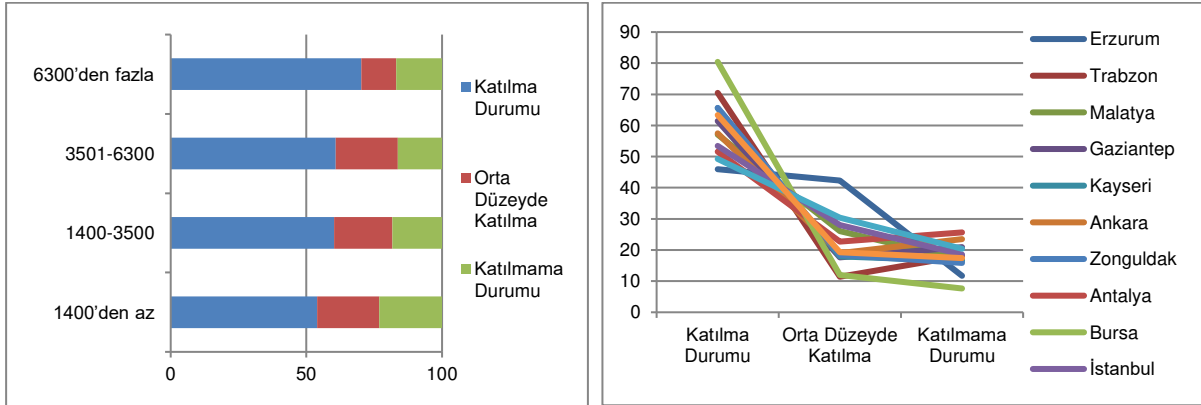
Öncelikle farklı yaşlardaki her beş kişiden üçü başarısız olsa da siyasi görüşünün arkasında olduğunu ifade etmiştir. Ancak yaşla beraber geçmiş başarılar üzerinden değerlendirme eğiliminin arttığı saptanmıştır. Nitekim gençlerde (18-20 yaş) yüzde 58,70'lik oran ortaya yaşa gelindiğinde (45-59) yüzde 64,74'e ulaşmıştır. Veriler incelendiğinde Türkiye toplumunun yüzde 60,45 oranında oy tercihinde ısrarcı olduğu ve başarısız bile olsa partisini desteklemeye devam ettiği gözlenmiştir. Sadakat çerçevesinde değerlendirebileceğimiz bu eğilimin en fazla etkili olduğu yerler ise Bursa (%79,95), İzmir (%70,90) ve Zonguldak'tır (%67,42).

Siyaset söyleminde farklı şekillerde yer alan bir değer boyutunu tek bir soruyla açıklamak zordur. Dolayısıyla araştırma kapsamında çok boyutlu bu değerlerin anlaşılabilmesi amacıyla aynı eğilimi farklı açılardan ölçen değer ifadeleriyle bunların oy verme davranışı üzerindeki etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır. Nitekim “istikrar ve düzen odaklı

güçlü iktidar beklentisi” boyutunda yüzde 60,04 oranıyla dördüncü sırada yer alan “*Bir partinin seçim çalışmaları sırasında söyledikleri vereceğim oyu değiştirmem*” (M4) ifadesi de sadakat ve bağlılık üzerinden düzen değerinin anlaşılmasına çalışıldığı bir diğer ifade olmuştur.

Seçmenin siyasal iletişim çalışmaları karşısındaki tavrı, ideolojik tutarlılığı, parti ve lider konusundaki sadakati ya da korumacı tepkisi oy verme davranışını etkileyen önemli bir unsurdur. Çünkü oy verme davranışı, siyaset kurumu ve siyasi icraatlar üzerinden açıklanabileceği gibi bireysel bağlılıklar ve öncelikler üzerinden de açıklanabilir. Ayrıca oy verme davranışını her zaman rasyonel gerekçelerle açıklamak da mümkün değildir. Bireyin geliştirdiği ve davranışını da yönlendiren bağlılıkları ve bu çerçevede ortaya koyduğu korumacı tepkiler de bu süreçte etkilidir.

Oy verme davranışı açısından değerlendirildiğinde bu ifade, siyasal duruşu, ideolojik görüşü daha belirgin ve net olan, kendi çizgisine bağlı, dolayısıyla “yüzgezer oy”lar içerisinde yer almayan bir eğilime işaret etmektedir. Araştırmadan elde edilen veriler “oy verirken söze bakmam” diyenlerin cinsiyete, eğitime, yaşa göre farklılaşmadığını göstermiştir. Sadece gelir durumu ve yaşanılan yer anlamlı farklılıklar yaratmıştır. Aşağıdaki grafikler de bu durumu net olarak göstermektedir.



Şekil 60. “Bir partinin seçim çalışmaları sırasında söyledikleri vereceğim oyu değiştirmem” (M4) ifadesine gelir ve bölgeye göre katılım oranı

Gelir ile “oy verirken söze bakmam” diyenler arasında lineer bir ilişki bulunmaktadır. Gelir arttıkça “katılıyorum” diyenlerin oranı da kademeli artış göstermiştir. Ek olarak üst gelir grubundakilerin (6301 ve üzeri) “tamamen katılıyorum” diyerek net tavır gösterme oranı diğerlerine göre daha yüksektir (%42,13). Yaşanılan yer açısından değerlendirildiğinde, tüm bölgelerde katılımcıların yüzde 60,03’ünün “oy verirken söze bakmam” dediği görülmüştür. Özellikle Bursa (%80,43) ve Trabzon’daki (%70,47) katılımcılar, ideolojik anlamda fikirleri daha net bir kitle olarak diğer şehirlerden ayrılmıştır. Bu durumu siyasal aktörlerin söylemlerinden ve değer vurgularından daha az etkilenen bir kitlenin bu bölgelerde yaşadığı şeklinde yorumlamak mümkündür.

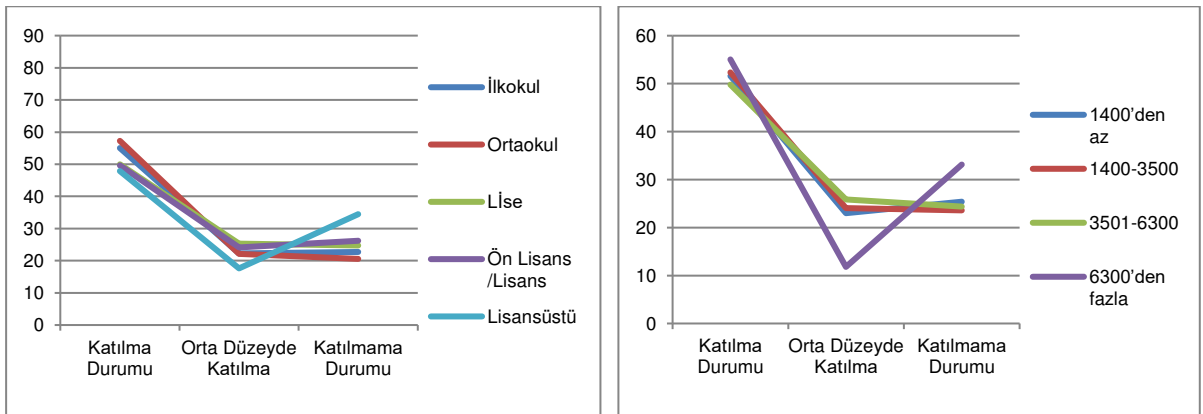
3.3.2.3 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Dürüstlük ve Sorumluluk

Nitel analiz kapsamında siyasal aktörlerin negatif propaganda çerçevesinde rakiplerini yıpratmak için çeşitli yollara başvurdukları ve bu anlayışın siyasal söylemlerde en çok dürüstlük ve sorumluluk değerleri etrafında şekillendiği saptanmıştır. Buradan hareketle araştırmada katılımcılara siyasetteki üslup ve dil, siyasal söylemdeki nezaket, sorumluluk ve saygı konusunda ne düşündükleri sorulmuştur. “İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” boyutunda yüzde 51,77 oranıyla beşinci sırada yer alan bu ifade şöyledir;

“Seçim sürecinde liderlerin birbirlerine ağır suçlamalarda bulunması siyasetin doğası gereği olduğundan oyumu değiştirmez” (M18).

Bilgin’in (2005:99) yerinde tespitiyle “genelleşmiş kuralsızlık” anlayışının oy verme davranışına etkisini ölçmeye çalışan bu ifade ile “olan ile olması gereken” arasındaki farkın oy verme davranışına etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu ifadeye “tamamen katılıyorum” cevabını vermek, ağır suçlamalara ya da nezaket sınırlarını aşan söylemlere rağmen “kime oyumu vereceksem veririm” şeklinde değerlendirilebilir. “Hiç katılmıyorum” cevabı ise nezaket ve siyasal dile verilen önemi ve oy verirken bu hususların dikkate alındığını göstermektedir. Sonuçlar incelendiğinde, ifadeye “katılıyorum” (%51,77) diyenlerin oranının “katılmıyorum” (%24,42) diyenlerin iki katından fazla olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla genel olarak toplumun, Türkiye’deki siyasal söylemden ve siyaset yapma tarzından rahatsız olmadığını söylemek mümkündür. Bu durumu siyasetin bir yarış olarak görüldüğü dolayısıyla da rakibi yıpratmak için yapılacak hamleleri toplumun normal karşıladığı ve farklı bir siyasi arayış içerisinde olmadığı şeklinde yorumlayabiliriz.

Detaylara bakıldığında, cinsiyet ve yaşın fark yaratan değişkenler olmadığı ve her cinsiyet ve yaş grubundan katılımcının yarısından fazlasının siyasetteki üslubu doğal karşıladığı gözlenmiştir. Buna karşın eğitim, gelir ve yaşanan yer siyasetin doğası içine neyin dahil edip edilmediğini etkileyen unsurlar olarak karşımıza çıkmıştır.



Şekil 61. “Seçim sürecinde liderlerin birbirlerine ağır suçlamalarda bulunması siyasetin doğası gereği olduğundan oyumu değiştirmez” (M18) ifadesine eğitim ve gelire göre katılım oranı

Eğitim d¼zeyi d¼řt¼k¼e ifadeye katılım artarken, eğitim d¼zeyi y¼kseldik¼e katılmayanların oranı artmıştır. İlkokul mezunlarında “siyasette ¼slup oyunu değiştirmez” diyenlerin oranı y¼zde 55,04 iken, lisans¼řt¼ seviyesinde y¼zde 47,88’e inmiştir. Yine ilkokul mezunlarında “¼slup oyunu değiştirir” diyenlerin oranı y¼zde 22,68 iken lisans¼řt¼ mezunlarında y¼zde 34,51’e y¼kselmiřtir. Nezaket ve sorumluluk sahibi olmak ve d¼r¼řtl¼k değerleri etrafında ele alınabilecek bu maddeye daha ¼ok ilkokul, ortaokul ve lise mezunlarının destek verdiği, ¼niversite ve lisans¼řt¼ mezunlarınıninsa desteğinin azalmakla birlikte y¼zde 50 bandında olduğunu vurgulamak gerekir. Bu da eğitim d¼zeyi y¼kselse de her iki kişiden birinin ¼lkedeki siyaset yapma durumundan rahatsız olmadığını g¼stermiřtir.

Gelir a¼ısından bakıldığında, ¼st gelir grubundakilerin (6301 ve ¼zeri) hem katılma hem de katılmama hususunda (¼zellikle de katılmama) ciddi ve kararlı bir tutum sergiledikleri g¼r¼lm¼řt¼r. Bu grupta katılım oranları (%55,03) katılmama oranları da (%33,15) diğer gruplardan g¼rece y¼ksektir. Aslında her gelir grubunda iki kişiden birinin bu g¼r¼ře katıldığı g¼zlenmiřtir, ancak fark 6301 ¼st¼nde daha da netleşmiştir. Diğer gelir gruplarında neredeyse her 4 kişiden biri kararsız iken, bu oran ¼st gelir grubunda 5 kişiden birine karşılık gelmiştir. Bu bağlamda ¼st gelir grubunun daha az kararsız ve daha ¼ok keskin olduğunu s¼ylemek m¼mk¼nd¼r.

Siyaset¼ilerin birbirilerine ağır suçlamalarda bulunmalarını siyasetin doğası olarak normal karşılama eğiliminin t¼m b¼lgelerde y¼zde 50’ler seviyesinde olduğu g¼zlenmiřtir. Ancak ¼zellikle Trabzonlu (%66,23), Bursalı (%64,92), Malatyalı (%61,62) ve Zonguldaklı (59,92) katılımcıların 3/5’i siyasette ¼slubu ¼nemsemediđini belirtmiştir. İki Karadeniz şehri Trabzon ve Zonguldak, hem katılma hem de katılmama a¼ısından diğer b¼lgelere g¼re net bir tavır sergilemiştir. Trabzonluların %5,96’sı, Zonguldaklıların da %7,63¼ oy verirken ¼slup ve tarz a¼ısından siyaset yapma şekliini ¼nemsediđini belirtmiştir. Bu bağlamda bu şehirde yaşayanların mevcut siyaset yapma bi¼iminden en memnun insanlar olduğunu s¼ylemek m¼mk¼nd¼r.

3.3.2.4 G¼çl¼ İktidar ve İstikrar İ¼in Eşitlik

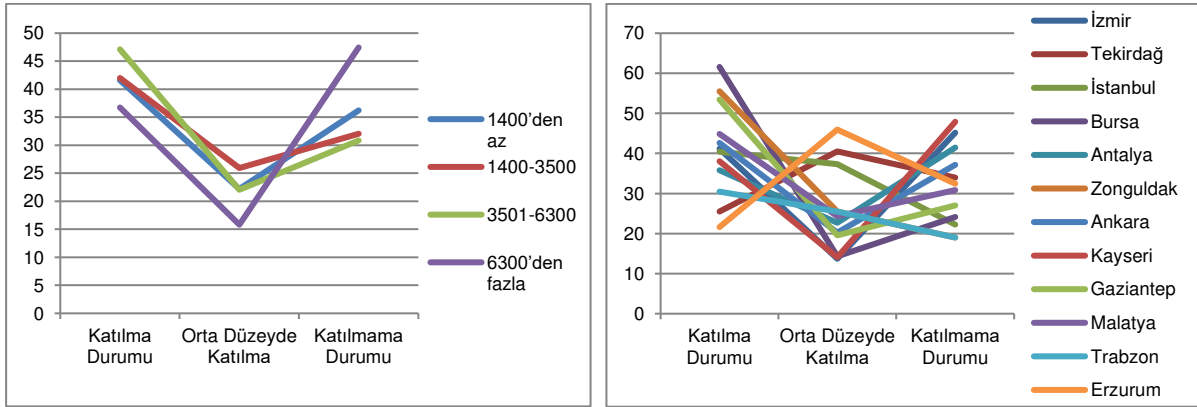
Etnik kimliğe dayalı siyaset kavramının etkili olduğu T¼rkiye koşullarında* araştırmaya katılanların kimlik siyasetine nasıl baktıkları ve bu siyasi anlayışın oy verme davranışını etkileyip etkilemediğini anlamak i¼in ř¼yle bir ifade yer almıştır; “*Siyasi partilerin kendilerini etnik kimlikler ¼zerinden tanımlaması oyunu etkilemez*” (M33). Aidiyet ve eşitlik değer alanına yaslanan bu ifadeye bu boyuttaki katılımcıların y¼zde 42,81’i “katılıyorum” diyerek, etnik kimlik siyasetinin oy verme davranışı ¼zerinde etkili olmadığını belirtmiştir. Sonu¼lar, etnik kimlik siyasetini ¼nemsememe a¼ısından kadınlarla erkekler, gen¼lerle yaşlılar arasında

* ¼zellikle 2011 se¼imlerinde, “K¼rt A¼ılımı” ¼er¼evesinde bu y¼nde s¼ylemlerle sık¼a karşılaşılmıştır.

fark olmadığını, anlamlı farkların eğitim, gelir ve bölge değişkenlerinde ortaya çıktığını göstermiştir.

Farklı eğitim seviyesindeki katılımcıların yüzde 42,81'i etnik kimlik siyasetinin oyunu etkilemeyeceğini söylerken ("katılıyorum" diyenlerin oranı), yüzde 32,91'i "oyum etnik kimlik siyasetinden etkilenir" demiştir ("katılmıyorum diyenlerin oranı). İlkokul mezunlarının neredeyse yarısı (%49,58) etnik kimlikler üzerinden siyaset yapılmasının oyunun rengini değiştirmeyeceğini belirtmiştir. Eğitim seviyesi arttıkça bu konudaki hassasiyet artmış ve yaklaşık 1/2 olan oran 1/3'e düşmüştür. Lisansüstü mezunlarının yüzde 32,62'si "etnik kimlik siyasetini oy verirken önemsemem" demiştir. Bu sonuçları yüksek eğitimlilerin etnik kimlik siyasetine daha mesafeli oldukları şeklinde yorumlamak mümkündür.

Gelir düzeyi ile milliyetçi eğilimler ve etnik siyasete yönelik tutum arasındaki ilişki değerlendirildiğinde, tüm gelir gruplarında "etnik kimlik siyaseti oyunun rengini etkilemez" ifadesini destekleyenlerin oranı (%42,81) desteklemeyenlerden (%32,92) fazladır. Gelirin artmasıyla beraber aidiyet temelli siyasete olan destek azalmıştır. Alt gelir grubundakilerin (1400'den az) yüzde 41,6'sı bu ifadeye katılırken, üst gelir grubundakilerin (6300'den fazla) yüzde 36,72'si katıldığını ifade etmiştir. Katılmama durumu da benzer şekilde gelir arttıkça yüzde 36,2'den yüzde 47,45'e yükselmiştir. Tüm bu rakamlar "Orta direk" diye tabir edilen orta sınıf gelir grubundaki seçmenin (3500-6300) diğer gelir gruplarına göre etnik siyasete çok daha fazla mesafeli olduğunu göstermiştir (%47,11). Üst gelir grubundakilerin ise neredeyse yarıya yakını (%47,45) daha milliyetçi bir tavırla konuya yaklaşmış ve etnik söylemlerin etki alanından uzaklaşmıştır.



Şekil 62. "Siyasi partilerin kendilerini etnik kimlikler üzerinden tanımlaması oyunu etkilemez"(M33) ifadesine gelir ve bölgeye göre katılım oranı

Türkiye siyasi haritasını gözümüzün önüne getirdiğimizde bölgelere göre zikzaklar çizen bir dağılımla karşılaşırız. Şehirler açısından değerlendirildiğinde, Bursalı (%61,58), Zonguldaklı (%55,1) seçmenin yarıdan fazlası ve Malatyalı (%44,86) seçmenin yarıya yakını etnik kimlik siyasetini oy verirken dikkate almadığını söylemiştir. Bu illerde etnik kimlik siyasetinin oy verme davranışını etkilemediğini ifade edenlerin oranı diğerlerinden yüksektir.

“Etnik kimlik siyaseti oyumu etkiler” diyenlerin en fazla olduğu iller ise Kayseri (%47,89), İzmir (%45,18) ve Trabzon’dur (%44,37). Bu illerde, etnik kimlik üzerinden siyaset yapılmasının oyunu etkileyeceğini söyleyenlerin, daha milliyetçi ve etnik siyasete mesafeli bir duruşa sahip olanların oranı diğer illere göre fazladır.

Siyaset kavramı olarak devlet işlerini düzenleme ve yürütme sanatı olarak tanımlanır. Bu işleri düzenleme ve yürütmek için iktidara gelen partilerin siyasal otoriteyi kendi düşünce ve çıkarları doğrultusunda kullanmaları ve kendilerini iktidara taşıyan grup, sınıf ve kesimlerin haklarını ve çıkarlarını korumaya ve kollamaya çalışmaları ise doğal karşılanır. Nitekim demokratik kurallar çerçevesinde seçilmiş iktidarın, kendisine oy vermeyen kesimlerin de haklarını korumak, yasal sınırlar içinde kalmak koşuluyla siyasal otoritenin olanaklarından yararlanma hakkı mevcuttur (Çelebi, 2010:179). Ancak partilerin, yalnızca temsil ettikleri kesimlerin çıkarlarını savunmaları çoğunluğu yakalama şansını ortadan kaldırır. Zira bu işlerin yürütülmesinde eşitlik önemli bir değerdir. Öyle ki siyasetin eşitsizlik-eşitlik* kavram çifti üzerinde inşa edildiği yönünde görüşler vardır (Urhan, 2016:109). Bu bağlamda teorik olarak kamu alanının bütün kurumlarını içeren dolayısıyla da kamu çıkarını ve ortak faydayı temsil eden devletin otoritesini eyleme geçiren yönetimin/iktidarın tarafsız olması, her bireye eşit yaklaşması ve fırsat sunması beklenir (Heywood, 2015:30). Ancak modern siyaset anlayışının insanların doğuştan niteliksel eşitlik içerisinde olduğu anlayışına ve bu yöndeki siyasi kabullere rağmen, uygulamada partizanca davranışların yaygın olduğu görülmektedir. Bunu anlamak üzere araştırmada şöyle bir ifade yer almıştır;

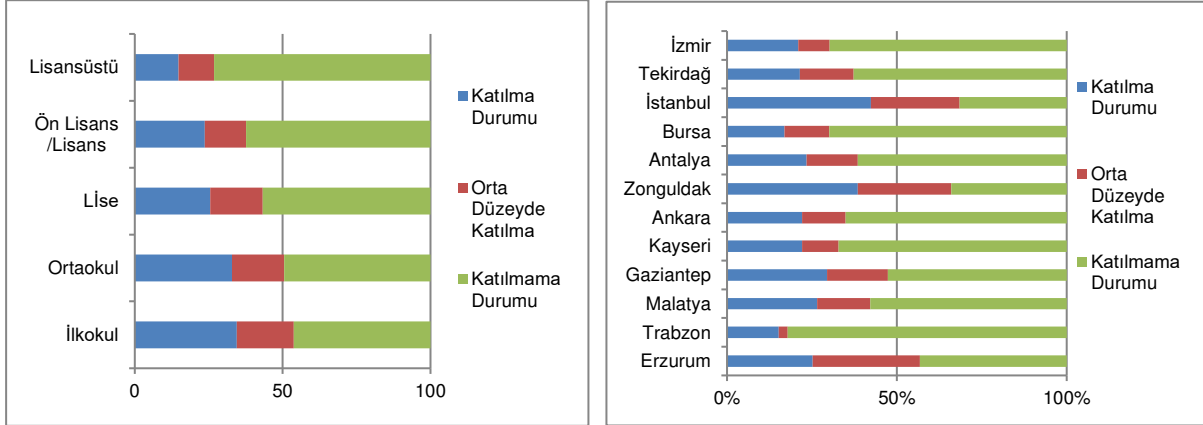
“Öncelikle kendi seçmenlerine fırsat yaratan siyasi partiye oyumu veririm” (M7).

“İktidar nimetlerinden yararlanmak” anlayışı çerçevesinde yorumlanabilecek bu ifadenin dayandığı değerler “eşitlik” ve “aidiyet”tir. Temel olarak siyaset kurumunun toplumun her kesimi için politika üretmesi, toplumun tüm kesimlerine eşit mesafede durması gerekir. Öncelikle kendi seçmenine fırsat yaratan anlayışın ne oranda kabul gördüğünü anlamaya yönelik bu ifadeye katılmayanların oranı yüzde 56,09’dur (“katılıyorum” diyenlerin oranı %27,11). Ölçekte en fazla itiraz edilen madde olması yanında ayrıca “hiç katılmıyorum” diyenlerin oranının yüzde 30,58 ile en yüksek olduğu madde olması da gayet anlamlıdır. Bu açıdan toplumun siyaset kurumunun herkese eşit mesafede olmasını önemseydiğini ve bu durumun oy verme eğilimlerini etkilediğini söylemek mümkündür.

Demografik değişkenler açısından durum değerlendirmesi yapıldığında, yüksek eğitimlilerin diğerlerinden, üst gelir grubunun alt gelir grubundan farklılaştığı görülmüştür.

* Eşitlik kavramının kurumsal eşitlik, biçimsel eşitlik ve fırsat eşitliği olmak üzere üç şekli vardır. Kurumsal eşitlik, yaşamlarının eşit ahlaksal değere sahip olması anlamında insanların eşit doğdukları fikrini içerir. Biçimsel eşitlik, insanların toplumsal yaşam içerisindeki haklarını ve yetkilerini belirleyen, en açık ifadesini hukuk karşısındaki eşitlikte ve “tek adam tek oy” olarak siyasetteki eşitlikte bulan eşitlik anlayışıdır. Fırsat eşitliği ise her hangi bir konuda herkesin aynı başlangıç noktasında bulunması ya da eşit yaşam şansına sahip olmasıdır (Heywood, 2015:174).

Eğitim düzeyi ile kendi seçmenine fırsat yaratma anlayışı arasında anlamlı ve güçlü bir negatif ilişki saptanmıştır. Eğitim düzeyi arttıkça partizan uygulamaları hoş karşılamama ve oy verme davranışına yansıtma eğilimi artmıştır (lisansüstü mezunlarının katılmama oranı %73,24). Bunu toplumun tüm kesimlerine eşit mesafede durma beklentisi olarak da yorumlayabiliriz. Eğitim düzeyi düştükçe “bal tutan parmağını yalar” anlayışı olan desteğin büyük ölçüde arttığı görülmüştür (ilkokul mezunlarının ifadeye katılma oranı %34,46 ile lisansüstü mezunlarının iki katından fazla).



Şekil 63. “Öncelikle kendi seçmenlerine fırsat yaratan siyasi partiye oyumu veririm” (M7) ifadesine eğitim ve bölgeye göre katılma oranı

Gelir açısından da benzer bir durum söz konusudur. Gelir düzeyi yükseldikçe kendi seçmenini ön planda tutan anlayışa destek azalırken, gelir düzeyi düştükçe bu yöndeki eğilimin güçlendiği gözlenmiştir. Genel olarak tüm bölgelerde partizan uygulamalara karşı çıkma ve eşitlik beklentisinin yüksek olduğunu söyleyebiliriz (%56,91). Trabzon (%82,12), Bursa (%69,93) ve İzmir’de (%69,76) kendi seçmenine fırsat yaratma anlayışını onaylamama ve eşitlik değerini öne çıkarma eğilimi diğer yerlere göre fazladır. Buradaki istisna ise Türkiye genelinde bu ifadeye en fazla destek verenlerin bulunduğu İstanbul’dur. İstanbul’da kendi seçmenine fırsat yaratma anlayışını destekleyenlerin oranı yüzde 42,38 ile karşı çıkanlardan (%31,57) daha fazladır.

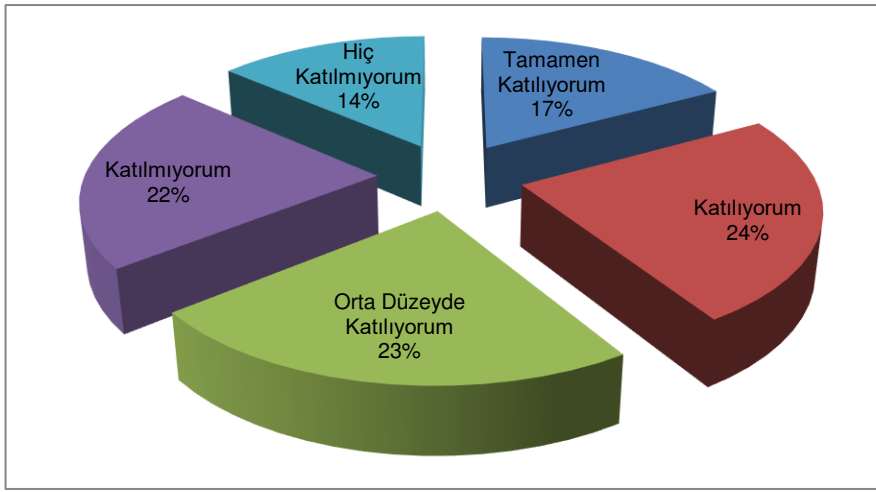
3.3.2.5 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Ekonomik Başarı

Ekonomik ilerleme ve kalkınma toplumların hayat standartlarını yükselten ve refahı artıran önemli bir unsurdur. Genelde de ekonomik büyüme ile milli kalkınma özdeşleştirilir. Ancak ekonomik gelişmelere demokrasi, özgürlük, eşitlik ve insan hakları gibi değerler eşlik etmezse ya da eşitlikçi bir anlayış benimsenerek buna uygun ekonomik ve sosyal politikalar geliştirilmezse bu ekonomik kazanımların toplumun tüm kesimlerine yayılması zorlaşır. Bunun sonucunda ise istikrar ve düzen açısından sorunlar ortaya çıkabilir. Bu bağlamda ekonomik alanda gelirin ve zenginliğin dağıtımı ve bölüşümünde eşitliğin sağlanması ve bunda da liyakat ve ihtiyaç ölçütlerinin dikkate alınması önemlidir (Urhan, 2016:107). Tüm bu

değerlendirmelerden hareketle siyasette sosyal adalet üzerinden başarının tanımlandığı söylemlerle karşımıza çıkan bu değerler konusunda toplumun ne düşündüğü anlaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmada katılımcılara milli gelir artışı için ekonomik eşitsizlikleri ne kadar görmezden gelebileceklerine, fırsat eşitliği ve sosyal adalet değerlerini ne kadar önemsediklerine ilişkin şöyle bir ifade yöneltilmiştir;

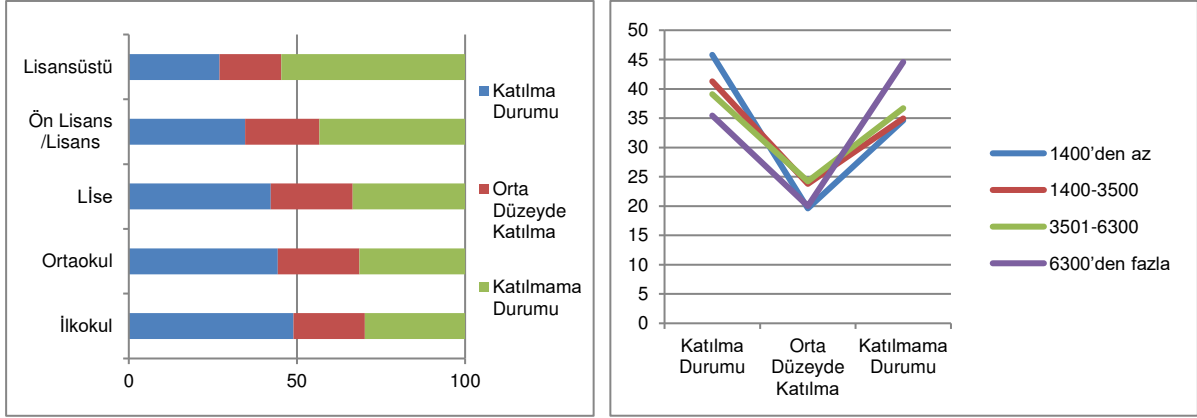
“Bireysel olarak ekonomik eşitsizlikler artmış olsa bile ülkenin milli gelirini artıran partiyi oyumla desteklerim” (M34).

Araştırma sonuçları toplumun bu konuda oldukça kafasının karışık olduğunu ve net bir tavır koymakta zorlandığını göstermektedir. Kısmen destek verenlerin oranı yüksek olsa da oranlar birbirine oldukça yakındır.



Şekil 64. “Bireysel olarak ekonomik eşitsizlikler artmış olsa bile ülkenin milli gelirini artıran partiyi oyumla desteklerim” (M34) ifadesine genel katılma oranı

Demografik değişkenlerin nasıl bir fark yarattığı incelendiğinde, eğitim düzeyi ile sosyal adaletsizliklere göz yumma eğilimi arasında ters bir orantı olduğu saptanmıştır. Yani eğitim seviyesinin yükselmesiyle ekonomik başarı için sosyal adaletsizliklere göz yumma oranı azalmıştır. İlkokul mezunlarında ekonomik eşitsizliklere rağmen milli geliri artıran partiyi destekleyeceğini söyleyenlerin oranı yüzde 48,95 iken bu oran lisansüstü eğitim seviyesinde yüzde 26,95’ye düşmüştür. Buradan hareketle ilkokul mezunlarında “bireyin değil devletin güçlü olması daha önemli” düşüncesinin diğer eğitim seviyesindekilerden daha etkili olduğunu söyleyebiliriz. Zira ilkokul mezunlarının neredeyse yarısı “katılıyorum” diyerek ortak refaha ve kalkınmaya vurgu yapmıştır. Eğitim düzeyi arttıkça bireyci anlayışın da yükseldiği ve bu ifadeye katılımın düştüğü gözlenmiştir. Özellikle lisansüstü mezunlarında “katılmıyorum” diyenlerin oranı yüzde 54,61 ile neredeyse ilkokul mezunlarının (%29,83) iki katıdır. Kısacası eğitim seviyesi yükseldikçe ekonomik büyüme ya da başarı için sosyal adalet değerinden ödün vermeyeceklerini söyleyenlerin sayısı artmıştır.



Şekil 65. “Bireysel olarak ekonomik eşitsizlikler artmış olsa bile ülkenin milli gelirini artıran partiyi oyumla desteklerim” (M34) ifadesine eğitim ve gelire göre katılma oranı

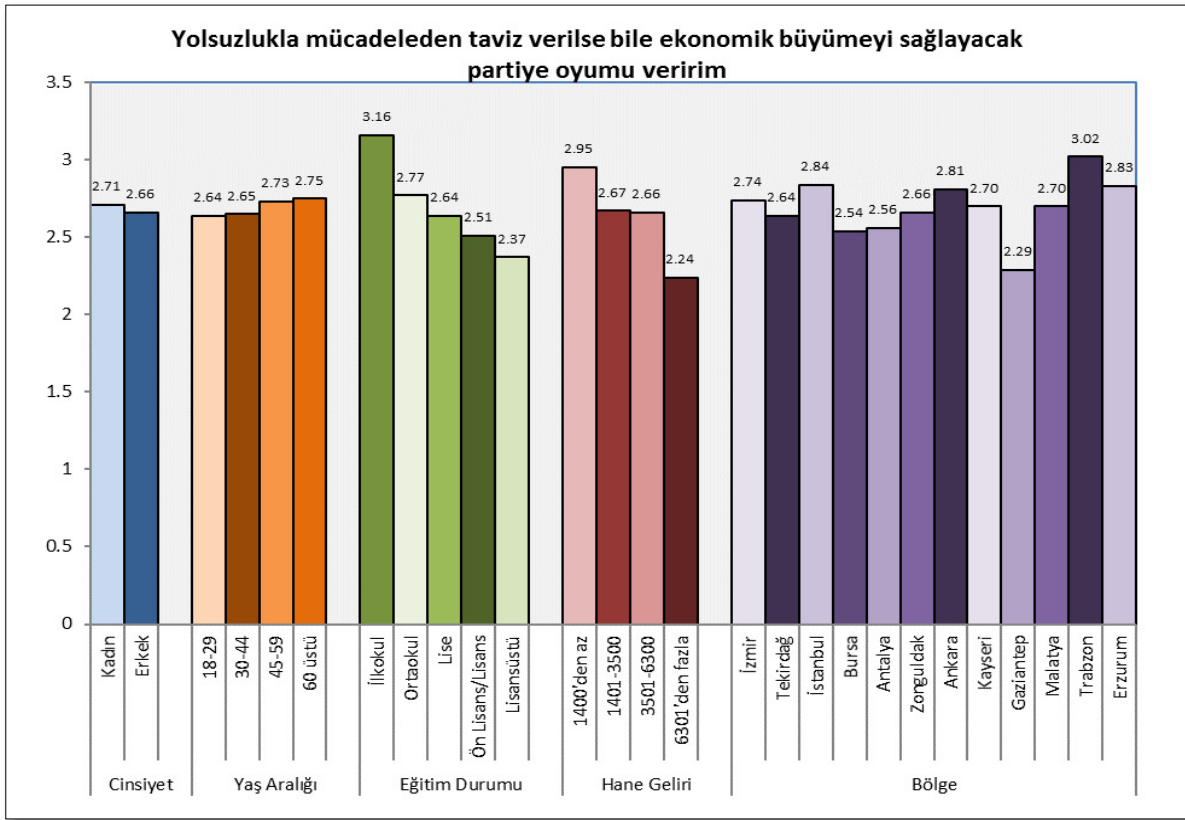
Gelir artışıyla beraber “mili gelir artsın da ne olursa olsun” diyenlerin oranı azalmıştır. Alt gelir grubunda (1400'den az) bu ifadeye katılma oranı yüzde 45,8 iken üst gelir grubunda (6301'den fazla) yüzde 35,43'e düşmüştür. Tutarlı şekilde, alt gelir grubunda katılmama oranı yüzde 34,60 iken üst gelir grubunda yüzde 44,57'ye yükselmiştir. Bu açıdan üst gelir grubunda gelir dengesi adaletsizliğinin diğer gelir gruplarına göre daha fazla önemsendiğini söylemek mümkündür. Sonuç olarak gelir grupları açısından değerlendirildiğinde alt gelir grubunun ekonomiyi öncelikli gördüğü ve neredeyse yarısının sosyal adaletsizlik artışına rağmen ekonomik büyüme ve milli gelir artışını sağlayacak partiye oy vereceği gözlenmiştir. Eğitimdeki gibi gelir seviyesi düştükçe milli gelirin yükselişi, ortak zenginlik ve refah önemsenirken bireysel anlamda refah ve paylaşım, eşitlik, sosyal adalet söylemleri daha az destek bulmuştur.

Yaş açısından da fark anlamlıdır, zira yaş arttıkça deyim yerindeyse “ne olursa olsun ekonomi gelişsin” diyenlerin oranı artmıştır. 18-29 yaş aralığında yüzde 37,26 olan destek oranı 60 yaş ve üzerinde yüzde 46,12'ye yükselmiştir. Bu çerçevede yaş ilerledikçe, milli gelir artışının gelir adaletsizliğine rağmen daha fazla önemsendiği gözlenmiştir. Bu yaşla birlikte toplumun geleceğine ilişkin kaygıların arttığını ve bireyci/liberal değil daha muhafazakar bir anlayışa doğru evrildiğini göstermiştir. Katılmama durumu açısından yaş grupları arasında fark anlamlı değildir zira benzer katılmama eğilimi göstermişlerdir.

Bölge açısından değerlendirildiğinde “önce ekonomi” diyenlerin yoğunlukta olduğu iller Gaziantep (%54,70), İzmir (%48,05), Zonguldak'tır (%45,38). Bu illerde ülke ortalaması olan yüzde 41'in üzerinde bir destek vardır. Bu düşünceye katılmayanların en fazla olduğu ve ülke ortalaması yüzde 36,02'nin (“katılmıyorum” diyenlerin oranı) üzerinde olan iller ise Malatya (%51,89), Trabzon (%48), Antalya'dır (%41,28). Burada dikkat çekici olan nokta ise Trabzon'da önce ekonomi diyenlerin ve buna karşı çıkanların oranının birbirine neredeyse eşit olmasıdır. Trabzon'daki katılımcıların yüzde 44,67 oranında “katılıyorum” ve yüzde 48 oranında “katılmıyorum” diyerek bu konuda birbirinden tamamen farklı düşünen iki kesimin

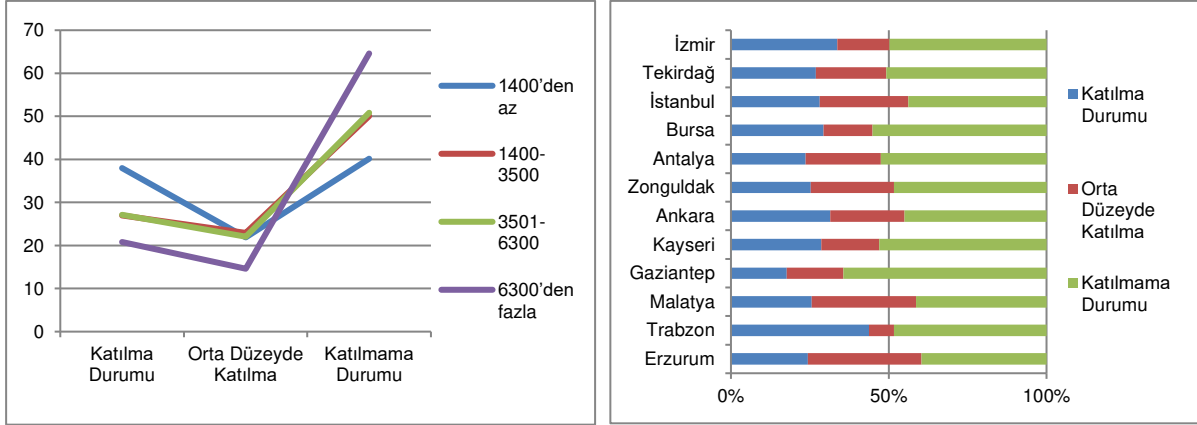
yan yana yaşadığı ve toplumsal tartışmaların keskinleşebileceği bir bölge olarak karşımıza çıkmıştır.

“Ekonomik ilerleme ve istikrar için nelerden vazgeçersin?” diye sorulan bir diğer ifade ise şudur; “Yolsuzlukla mücadeleden taviz verilse bile ekonomik büyümeyi sağlayacak partiye oyumu veririm” (M32). Dürüstlük, başarı, kendi amaçlarını belirleme değerlerine yaslanan bu ifadeye katılanların oranı yüzde 28,03 iken katılmayanların oranı yüzde 49,71’dir. Araştırmaya katılan her iki kişiden birinin “katılmıyorum” cevabından hareketle Türk toplumunun yolsuzluğa rağmen ekonomik büyüme anlayışına itiraz ettiğini söylemek mümkündür.



Şekil 66. “Yolsuzlukla mücadeleden taviz verilse bile ekonomik büyümeyi sağlayacak partiye oyumu veririm” (M32) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

Veriler incelendiğinde eğitim, gelir ve yaşanan yerin küçük de olsa anlamlı bir fark yarattığı gözlenmiştir. Eğitim seviyesi yükseldikçe “ekonomik büyüme için yolsuzlukla mücadeleden taviz verilebilir” diyenlerin oranı kademeli olarak düşmüştür. İlkokul düzeyinde “katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 42,23 iken lisans düzeyinde yüzde 23,32’ye, lisansüstünde yüzde 22,53’e gerilemiştir. Bu görüşe katılmayanların oranı ise ilkokul düzeyinde yüzde 32,98 iken lisansüstünde yaklaşık iki katına (%61,27) yükselmiştir. Benzer bir tabloyla gelir gruplarının dağılımında da karşılaşılmıştır.



Şekil 67. "Yolsuzlukla mücadeleden taviz verilse bile ekonomik büyümeyi sağlayacak partiye oyumu veririm" (M32) ifadesine gelire ve bölgeye göre katılım oranı

Yüksek gelir grubundakilerin (6300'den fazla) bu ifadeye destek oranları düşerken (%20,78), 1400'den az gelire sahip olanların oranı yükselmiştir (%37,95). Bu durum yüksek gelir grubundakilerin yolsuzluk konusunda daha hassas olduklarını, ekonomik anlamda başarılı olsa da deyim yerindeyse "sicili bozuk" bir partiyi desteklemeyeceklerini göstermektedir. Katılmama oranlarına bakıldığında ise alt gelir grubu yüzde 40,16 "katılmıyorum" derken bu oran yüksek gelir grubunda yüzde 64,6'ya çıkmıştır. Yani gelir arttıkça "ekonomik büyüme için yolsuzlukla mücadeleden taviz verilebilir" diyenlerin oranı düşmüştür.

Yaş açısından değerlendirildiğinde, çok belirgin bir farklılık olmasa da yaş ilerledikçe yolsuzluk meselesine duyarlılıkta azalma ve ekonomik büyüme konusunda beklentilerde artma gözlenmiştir. 60 yaş ve üzerindekiilerin yüzde 32,9'u bu ifadeye "katılıyorum" derken bu oran 18-29 yaş grubunda yüzde 25,08'dir. Kısacası 60 yaş üstündeki seçmenin ekonomik büyümeyi yolsuzluk meselesinin önüne koyduklarını söylemek mümkündür. Yaşanılan yer "yolsuzlukla mücadeleden tavize rağmen ekonomik büyümeye destek veririm" diyenlerin oranını nasıl etkiliyor? Tüm bölgelerde "katılıyorum" diyenlerin oranı yüzde 28,03 iken "katılmıyorum" diyenler yüzde 49,32 ile çoğunluğu oluşturmuştur. "Herşeye rağmen ekonomik büyüme önemlidir" diyenlerin oranının en fazla olduğu iller Trabzon (%43,71), İzmir (%33,67) ve Ankara'dır (%31,43). "Katılmıyorum" diyenlerin en fazla olduğu iller ise Gaziantep (%64,36), Bursa (%55,13) ve Kayseri'dir (%53,05). Bu şehirlerde yolsuzluk meselesinin seçmenin yarısından fazlası tarafından öncelikli görüldüğü saptanmıştır. Ekonomik büyümeyi getirirse de dürüstlükten taviz verilmemesi konusunda bu bölge seçmenin daha duyarlı olduğunu söylemek mümkündür. "Orta derecede katılıyorum" diyen Erzurum (%36,04), Malatya (%33,15), Zonguldak (%26,42) gibi şehirlerde "ekonomik gelişme mi yolsuzlukla mücadele mi öncelikli olmalı" konusunda bir kafa karışıklığından bahsetmek mümkündür.

3.3.2.6 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Güç ve Otorite

“İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” boyutunda istikrar için önemli görülen konulardan biri de güçlü liderlik olmuştur. Siyasal söylemlerde “tek başına iktidar olmak” söylemi özellikle 2007 seçiminde iktidar ya da muhalefet fark etmeksizin tüm siyasal aktörler tarafından sıkça dillendirilmiştir. Buradan hareketle araştırmada siyasal havaya egemen olan tek başına iktidar olma önceliği ile istikrar arasında ilişki kurularak, katılımcıların partiye ve lidere bağlılıklarının oy verme davranışlarına yansımaları şu ifadelerle ölçülmüştür;

“Partisinin tek başına iktidar olmasını sağlayamayan lidere bir daha oy vermem” (M25).

“Siyasi görüşü ne olursa olsun tek başına iktidar olabileceğine inandığım partiye oyumu veririm”(M36).

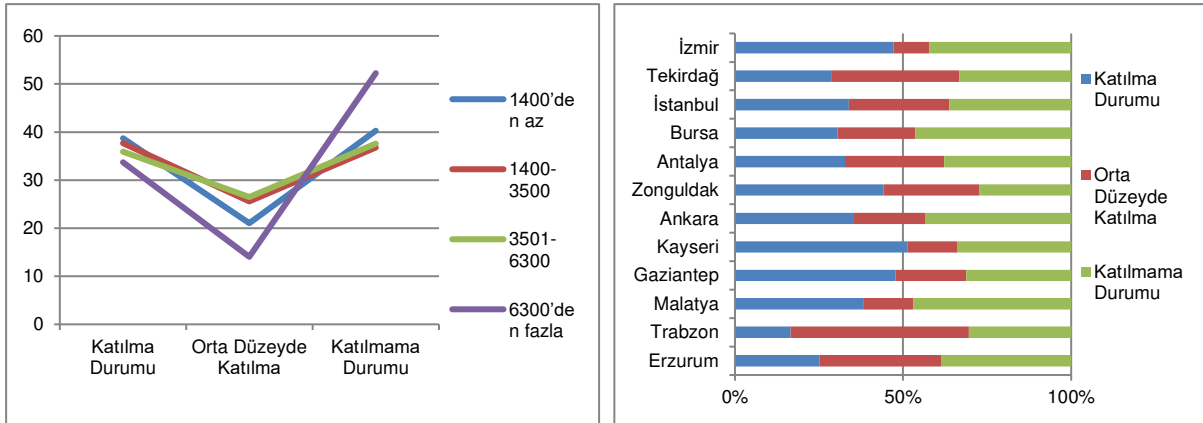
“Hangi partiye oy vereceğim konusunda kararsız kaldığımda, kazanma ihtimali yüksek olan partiye oy veririm” (M15).

Özellikle 1970’ler ve 1990’larda yaşanan uzun koalisyon hükümetleri, istikrarsız yönetim dönemleri nedeniyle Türkiye’de işbirliği ve koalisyonlardan korkan ve bu nedenle güçlü iktidar arayışının hakim olduğu bir siyasal iklim egemendir. Buna bağlı olarak da “tek başına iktidar olmak” kavramı yan anlamlar kazanarak istikrar, ilerleme, gelişmeyi akıllara getirmektedir. Siyasal aktörler de bu çağrışımları güçlendirecek söylemlere sık sık başvurarak toplumdaki bu eğilimi kuvvetlendirmektedir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar toplumun bu konudaki kararsızlığını net şekilde ortaya koymuştur. Zira katılımcıların yüzde 38,06’sı “Partisinin tek başına iktidar olmasını sağlayamayan lidere bir daha oy vermem” ifadesine katılmazken yüzde 37,21’i katıldığını yani bir daha “oy vermeyeceğini” ifade etmiştir.

Veriler eğitim düzeyiyle “tek başına iktidar olamayan lidere oy vermem” anlayışı arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. İlkokul mezunlarının yüzde 45,17’si bu ifadeye “katılıyorum” derken, lisansüstü mezunlarında bu oran yüzde 28,87’ye düşmüştür. Dolayısıyla liderleri başarısız bile olsa üst eğitim grubundakiler desteklerini sürdüreceklerini ifade etmiştir. “Katılmıyorum” diyen ilkökul mezunlarının oranı yüzde 33,41 iken lisansüstü mezunlarında bu oran yüzde 52,11’e yükselmiştir. Kısacası lisansüstü eğitime sahip olan her iki kişiden biri, iktidar olamasa da partisine ve liderine oy vermeye devam edeceğini, başarı kriterinin sadece tek başına iktidar olmayı sağlamaktan ibaret olmadığını belirtmiştir.

Gelir açısından değerlendirildiğinde, gelir arttıkça “tek başına iktidar olamayan lidere oy vermem” diyenlerin oranı azalmıştır. Alt gelir grubundakilerin (1400’den az) yüzde 38,68’i bir daha oy vermem derken, üst gelir grubunda (6301 ve üstü) bu oran yüzde 33,71’dir. Tutarlı şekilde katılmama durumu da gelir arttıkça artmış (üst gelir grubunda katılmıyorum

diyenlerin oranı %52,25), gelir azaldıkça azalmıştır (1400'den az gelire sahip olanların oranı %40,28). Kısacası gelir yükseldikçe “iktidar olamasa da oy veririm” diyenlerin oranı artmıştır.



Şekil 68. “Partisinin tek başına iktidar olmasını sağlayamayan lidere bir daha oy vermem” (M25) ifadesinin gelir ve bölgelere göre katılım oranı

Yaş arttıkça “tek başına iktidar olamayan lidere bir daha oy vermem” diyenlerin oranında kademeli artış olmuştur. 18-29 yaş grubundakilerin yüzde 33,48’i “katılıyorum” derken, 60 yaş ve üzerindekiilerin yüzde 42,25’i katıldığını ifade etmiştir. Aynı şekilde katılmama oranı da yaşa göre kademeli olarak düşmüştür; 18-29 yaş aralığında yüzde 40,12 olan katılmama oranı 60 yaş üstünde yüzde 35,97’ye düşmüştür.

Bölge açısından değerlendirildiğinde tek başına iktidar olmayı başarının bir koşulu olarak gören şehirlerin başında Kayseri (%51,42), Gaziantep (%47,79), İzmir (%47,21) ve Zonguldak (%44,11) gelmektedir. Tek başına iktidar olmanın oy verme davranışını etkilemeyeceğini, dolayısıyla oy verdiği partiye ve liderine sahip çıkacağını söyleyenlerin ağırlıkta olduğu şehirler ise Malatya (%47,03), Bursa (%46,30) ve Ankara’dır (%43,47). “Ahde vefa” anlayışı çerçevesinde, başarısız bile olsa liderine sahip çıkma, aynı çizgide kalma düşüncesinin bu şehirlerdeki seçimde hakim olduğunu söyleyebiliriz. Burada dikkat çeken bir diğer nokta ise Trabzonlu katılımcıların yüzde 52,98’inin “orta derecede katılıyorum” diyerek bir anlamda kararsız kalmış olmasıdır.

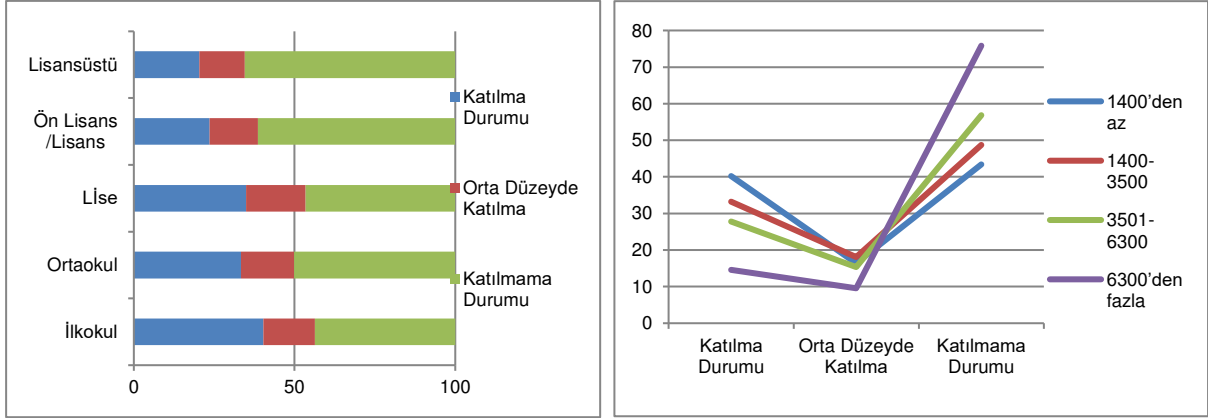
İstikrar ve düzen için tek başına iktidar önceliğini ölçen bir diğer ifade ise araştırmaya katılanların yüzde 51,08’inin “katılmıyorum” ve yüzde 32,04’nün “katılıyorum” diyerek karşılık verdiği “Siyasi görüşü ne olursa olsun tek başına iktidar olabileceğine inandığım partiye oyumu veririm” (M36) ifadesidir. Türkiye’deki önemli bir oy kitesini oluşturan kararsız seçmenin yüzgerzer oylarının nasıl yön bulduğunu anlamak açısından yol gösteren bu ifade ayrıca seçim dönemlerinde ardı ardına açıklanan seçim anketlerini anlamayı kolaylaştıracaktır; kararsız kitleyi kendine çekmek. Bunda insanların kanaat, düşünce ve inançlarının çoğunun diğer insanlarla paylaşılması ve gerçeklik değerini de bu paylaşılmışlıktan almasının büyük etkisi vardır (Bilgin, 2005:140). Günlük yaşam içinde dillendirilen bu bilgiler zamanla sarsılmaz hakikatler haline gelerek insanların davranışlarına

yön verir. İşte bu nedenle siyasi partiler seçim öncesi dönemde toplumun genelinin onların arkasında olduğu, herkesin temsilcisi olduğu, çoğunluğun desteklediği parti ve lider olduğu yönündeki bilgiyi ve bunu destekleyecek verileri kamuoyuna sunmaktadır. Çünkü insanlar net bir düşünceye sahip olamadıkları belirsiz durumlarda, en çok sayıda insana benzeyerek, çoğunluğun düşünce sistemini benimseyerek kendilerine emniyet arama eğilimindedir. Çünkü İnsan Bilgin'in (2005:222) de söylediği gibi "kimi zaman tek başına haklı olmaksızın birlikte yanılmayı yeğler".

Burada açıklayıcı olabilecek yaklaşımlardan bir diğeri de "suskunluk sarmalı" görüşüdür. Yani toplumda sıkça dile getirilen ve çoğunluğun görüşü olarak kabul edilen görüşlerin kabul edilme oranları yüksek iken, bu görüşlerin karşısında yer alan görüşlerin dillendirilme oranı ve ihtimali düşer. Toplumdan dışlanma endişesi, kabul edilmeme, onaylanmama korkusu çerçevesinde değerlendirilebilecek olan bu yaklaşım, özellikle seçim dönemlerinde önemlidir. İşte bu nedenle seçim öncesi yapılan kamuoyu araştırmaları partiler açısından ayrı bir önem kazanır, çünkü kararsız seçmeni güçlü, başarılı ya da kazananın yanında olmaya ikna etme ihtimali artar.

Tüm bu bilgiler ışığında araştırmaya katılanların belli bir siyasi görüşe sadakatleri, ideolojik tutarlılıkları anlaşılmalı ve başarılıdan yana olma eğilimlerinin cinsiyete, eğitime, yaşa, gelire ya da yaşadığımız yere göre ne orada değiştiği ya da aynı kaldığı anlaşılmalı çalışılmıştır. "*Siyasi görüş fark etmez, kazanma ihtimali yüksek olanın yanında olurum*" diyerek istikrardan yana oy kullanacağını belirten yüzergezer seçmenin oy verme davranışlarını anlamaya yönelik bu ifadeye kadınların da erkeklerin de yarısı "katılmıyorum" cevabını vermiştir. Veriler yaşın da bir fark yaratmadığını ve tüm yaş gruplarının yarısının "siyasi görüş fark eder" dediğini ortaya koymuştur.

Farklı eğitim düzeylerindeki yüzde 51,08'lik kesim "ne olursa olsun sadece kazanacak olana oy veririm" anlayışını reddetmiştir. Eğitim seviyesinin bu eğilim üzerinde etkili olduğu gözlenmiştir. İlkokul (%40,34), ortaokul (%33,37) ve lise (%34,9) seviyesindekilerin tek başına iktidar olabilmeyi önemsedikleri, özellikle sürekli yapılan istikrar vurgusuna daha duyarlı oldukları görülmüştür. Eğitim seviyesi yükseldikçe bu eğilim beşte bir düzeyine inmiştir. Yüksek eğitimlilerin "ne olursa olsun tek başına iktidar olsun" anlayışından uzaklaştıkları ve daha belirgin bir tavırla (hiç katılmıyorum diyenlerin oranı %38,73) siyasi görüş ayrılıklarının önemli olduğunu belirttikleri görülmektedir. Katılmama durumu açısından yorumlandığında ise ilköğretim mezunlarında yüzde 43,7 olan oran lisansüstü mezunlarında yüzde 65,49'a yükselmiştir. Kısacası eğitim seviyesi yüksek olanlarda sadece kazanma ihtimalini gözeterek oy verme davranışının ilköğretim seviyesinden daha az olduğu görülmüştür.



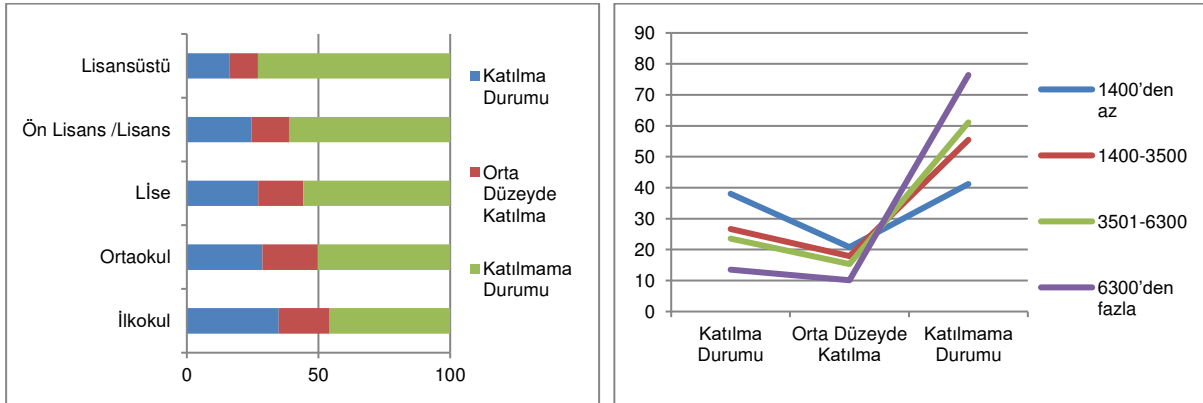
Şekil 69. "Siyasi görüşü ne olursa olsun tek başına iktidar olabileceğine inandığım partiye oyumu veririm"(M36) ifadesine eğitim ve gelire göre katılım oranı

Gelir ile "ne olursa olsun tek başına iktidar olsun" anlayışı arasında negatif bir ilişki olduğu saptanmıştır. Gelir düzeyi arttıkça katılmama (olumsuz cevap verenler) durumu artarken, gelir azaldıkça katılma durumu artmıştır. Genel olarak her gelir düzeyinde "katılmıyorum" diyenlerin oranı (%51,08) "katılıyorum" diyenlerden (%32,04) fazladır. Alt gelir grubunda (1400'den az) katılma (%40,2) ve katılmama (%43,4) oranları birbirine yakınken, üst gelir grubunda katılma (%14,61) ve katılmama (%75,84) oranları arasındaki makas açılmıştır. Alt gelir grubu siyasi görüşüne sahip çıkma ya da siyasi istikrardan yana oy kullanma arasında gidip gelirken, üst gelir grubundakilerin 3/4'ü siyasi görüşlerini, istikrar ve güçlü hükümet tercihinin üzerine koymuştur. Özellikle asgari ücret düzeyinde geliri olan alt gelir grubundakilerin "ne olursa olsun tek başına iktidar olsun" anlayışına daha yakın durdukları, parti ve ideolojik öncelikler olmadan sadece istikrar vurgusunun bu gelir grubunda daha etkili olduğu gözlenmiştir. Tüm bu verilerden hareketle gelirin siyasi görüş gözetmeksizin sadece kazanma ihtimaline göre oy verme eğilimini etkilediğini ve gelir arttıkça bu şekilde oy verme davranışının azaldığını söylemek mümkündür.

Ülkenin her köşesinde toplumun yüzde 51,08'lik bölümünün siyasi anlayış fark etmeden kazanma ihtimaline oy verme eğiliminde olmadığı tespit edilmiştir. Bölgeler arası farklılıklar incelendiğinde, ifadeye katılım anlamında desteğin en fazla olduğu ilin Zonguldak (%50,57), desteğin en az olduğu ilin ise Bursa (%18,14) olduğu gözlenmiştir. Oy verme davranışında siyaset fark etmeksizin kazanandan yana olacağı ifadesine katılmayanların en fazla olduğu il ise Bursa'dır (%71,84). Bursa'daki katılımcıların bu ifade özelinde tutumlarının çok net olduğunu söylemek mümkündür. Bu ifadeye katılmadığını söyleyenlerin yoğunlaştığı diğer iller ise Kayseri (%68,54) ve Trabzon'dur (%61,74). Bu illerde ideolojinin ve siyasi tercihin seçmen açısından daha önemli olduğu, istikrar ve dolayısıyla tek parti iktidarı vurgusuna karşı kendi siyasi tercihlerini öne çıkardıklarını söyleyebiliriz. Diğer bir deyişle toplumun geneli her şeye rağmen istikrar ve tek parti iktidarı dememiştir.

Bu yöndeki eğilimleri ölçen bir diğer ifade ise şudur; “Hangi partiye oy vereceğim konusunda kararsız kaldığımda, kazanma ihtimali yüksek olan partiye oy veririm” (M15). Araştırmaya katılanların yüzde 55,91’inin “katılmıyorum” dediği bu ifade “istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi” boyutunda katılmama oranının en yüksek ve katılma oranının (%26,76) en düşük olduğu ifade olması açısından önemlidir. Araştırma sonuçları güçlünün yanında olma eğilimi açısından cinsiyet ve yaş faktörünün ayırt edici olmadığını göstermiştir. Yani kadınların da erkeklerin de, yaşlıların da gençlerin de yarısı “katılmıyorum” diyerek oy verirken kazananın yanında olma anlayışını reddetme konusunda birleşmiştir. Ancak kararsız kalındığında başarılının yanında olma konusunda eğitim, gelir ve bölgeler arasında farklılık olduğundan bu bulgulara daha ayrıntılı bakmak yararlı olacaktır.

Eğitim düzeyinin bu ifade açısından oldukça belirleyici olduğunu söylemek mümkündür. Zira eğitim seviyesi yükseldikçe sadece kazanma ihtimali ile oy verme eğilimi azalırken, eğitim seviyesi azaldıkça da kazananı tercih etme, onun yanında yer alma davranışı ya da arzusunun arttığı saptanmıştır. Katılmama oranı da benzer şekilde eğitim düzeyi arttıkça yükselmiştir. Rakamlarla somutlaştırmak gerekirse; ilkokul mezunlarında bu ifadeye katılanların oranı yüzde 34,88 ve katılmayanların oranı yüzde 45,8 iken, lisansüstü mezunlarının sadece yüzde 16,31’i bu ifadeye katılmış, yüzde 73,05’i katılmadığını ifade etmiştir. Kısacası bu madde açısından eğitimin oy verme davranışını etkileyen temel unsurlardan olduğunu söylemek mümkündür.



Şekil 70. “Hangi partiye oy vereceğim konusunda kararsız kaldığımda, kazanma ihtimali yüksek olan partiye oy veririm” (M15) ifadesine eğitim ve gelire göre katılma oranı

Gelir düzeyi açısından bakıldığında, eğitimle benzer bir tabloyla karşılaşılmıştır. Alt gelir grubunun (1400’den az) katılma oranı yüzde 38 iken, üst gelir grubunun (6301 üzeri) katılma oranı yüzde 13,49’a düşmüştür. Yani gelir arttıkça bu ifadeye destek azalmıştır. Katılmama oranı da gelir düştükçe azalmış (alt gelir grubunda %41,2) ve gelir yükseldikçe artmıştır (üst gelir grubunda %76,4).

Bölge bazında değerlendirildiğinde, Bursa'da ifadeye katılanlar (%13,84) ile katılmayanlar (%75,89) arasındaki fark oldukça fazla iken, Gaziantep'te katılanlar (%40,22) ile katılmayanlar (%42,15) arasındaki fark oldukça azdır. Erzurum (%37,84), Zonguldak (%36,88) ve İstanbul'da (%35,79) katılma düzeyi ortalamaların (%26,76) üzerindedir dolayısıyla bu bölgelerde kararsız kalındığında, istikrar adına kazanandan yana oy verme eğiliminin yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

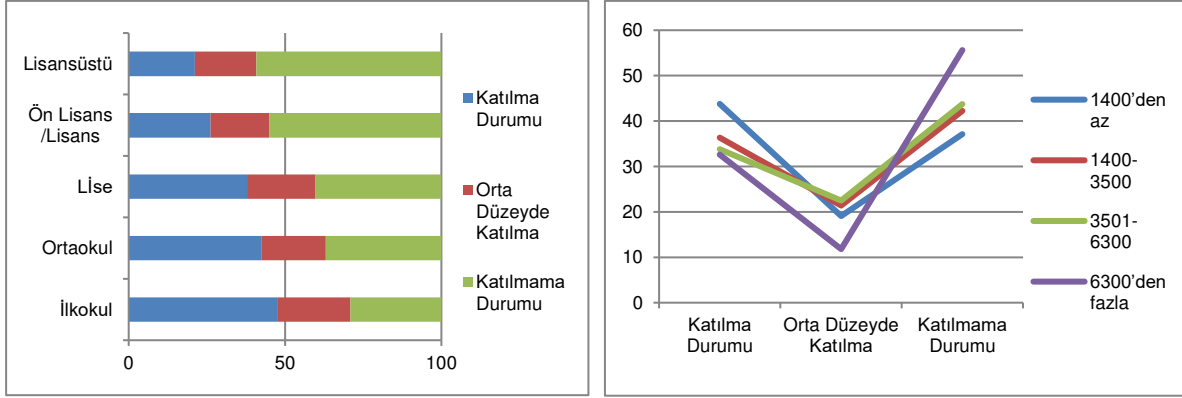
3.3.2.7 Güçlü İktidar ve İstikrar İçin Yardımseverlik

Türkiye'de seçim dönemlerinde seçmeni ikna çalışmalarında başvuru yöntemlerinden biri de çeşitli hediyeler vermektir. Bazı kesimler tarafından desteklenen bazı kesimlerce de kıyasıya eleştirilen bu siyaset yapma tarzı, Türk siyasetinin bir özelliği olarak geçmişten günümüze devam etmektedir. Son dönem seçimlerinde sıkça gündeme gelen bir başka konu ise "Seçim yardımları" konusudur*. Araştırmada katılımcıların bu konudaki görüşlerini almak üzere şöyle bir ifade yer almıştır; "*Partilerin seçim öncesinde yoksul kesimlere yaptığı sosyal ve ekonomik yardımlar, oyumu olumlu yönde etkiler*" (M28). Araştırmaya katılanların yüzde 42,86'sının "katılmıyorum" dediği, yüzde 36,47'sinin ise "katılıyorum" diyerek destek verdiği bu ifadeyle ilgili demografik veriler şöyledir.

Son dönem siyasetin önemli konu başlıklarından olan sosyal ve ekonomik yardımlar ve yardımların oy verme davranışına etkisi konusunda cinsiyet ve yaş değişkenlerinin anlamlı bir fark yaratmadığı gözlenmiştir. Her cinsiyet ve yaş grubundan katılımcı bu ifadeye benzer bir tepki vermiştir. Toplumun üçte birinden biraz fazlası (%36,47) "katılıyorum" derken "katılmıyorum" (%42,56) diyenlerin oranı daha fazladır. Geriye kalan yüzde 20,97'lik kesim de yardımseverlik çerçevesinde değerlendirilebilecek bu ifadeye katılıp katılmama konusunda arada kalmış durumdadır.

Veriler eğitim açısından yorumlandığında, eğitim düzeyi ile seçim yardımlarına destek arasında negatif bir ilişki olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi yükseldikçe "katılmıyorum" diyenlerin oranı artarken (%59,15), eğitim düzeyi düştükçe "katılıyorum" diyenlerin sayısı artmıştır (ilkokul mezunlarında katılma düzeyi %47,46). Lisansüstü eğitime sahip olanların sadece 1/5'i sosyal ve ekonomik yardımların, oyunun rengini olumlu yönde etkileyebileceğini söylemiştir (%21,13). Yani eğitim düzeyi yükseldikçe oy verme davranışı üzerinde ekonomik ve sosyal yardımların etkisinin net olarak azaldığı görülmüştür.

* 2007 ve 2011 seçimlerinde yardım meselesi iktidar ile muhalefet arasındaki önemli tartışma başlıklarından biri olmuştur.



Şekil 71. "Partilerin seçim öncesinde yoksul kesimlere yaptığı sosyal ve ekonomik yardımlar, oyumu olumlu yönde etkiler" (M28) ifadesine eğitim ve gelire göre katılma oranı

Pek çok maddede olduğu gibi eğitim yanında gelir düzeyi de ayırt edici unsur olarak karşımıza çıkmıştır. Gelir arttıkça sosyal ve ekonomik yardımların oy verme davranışı üzerindeki etkisi azalmış, gelir yükseldikçe ifadeye "katılmıyorum" diyenlerin sayısı artmıştır. 1400'den az gelire sahip olanların yüzde 43,78'i bu ifadeye katılırken, 6301 üstü gelire sahip olanların ancak yüzde 32,59'u katıldığını ifade etmiştir. Katılmama durumlarına bakıldığında alt gelir grubunda yüzde 37,15 olan oran, üst gelir grubunda yüzde 55,62'ye yükselmiştir. Bu verilerden hareketle seçim yardımlarının oy verme davranışına etkisi konusunda eğitimin daha ayırt edici olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü üst gelir grubuyla alt gelir grubu arasındaki makas eğitim düzeyleri arasında olduğu kadar açılmamıştır. Genel olarak tüm bölgelerde "seçim yardımları oyumu olumlu yönde etkiler" diyenlerin oranının en fazla olduğu yerler sırayla Zonguldak (%54,2), Gaziantep (%49,04) ve Kayseri (%48,11) olurken, etkilemez diyenlerin en fazla olduğu yerler sırayla Bursa (%66,59), Trabzon (%50,99) ve İzmir (%49,41) olmuştur.

3.3.2.8 Sonuç ve Değerlendirme

Temelde insanların düzenli sosyal etkileşim beklentisinin harekete geçirdiği, insanlar ve kaynaklar üzerinde hakimiyet kurma ve kontrol sağlamayı önceleyen güç temelli ifadelerden oluşan "istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi" boyutu istikrar ve düzenle ilişkilendirilen farklı değerlerin bir araya geldiği bir boyuttur. Araştırma sonucunda katılım oranlarının yüzde 50 ve üzerinde olduğu ilk beş ifade incelendiğinde bunların *sosyal düzen, başarı, sosyal tanınma, dürüstlük/sorumluluk* alt değerleri ve *güvenlik, başarı, güç, yardımseverlik* temel değer alanlarına denk geldiği gözlenmiştir. Değişimden kaçınma ve statükoya vurgu yaparak birbiriyle uyumlu davranış ve tutumlara yol açan bu ifadelerin denk geldiği üst düzey değer boyutu ise *kendini geliştirme ve koruma* boyutlarıdır.

Bu sonuçlar, siyasal aktörlerin söylemlerinin analizi sonucunda elde edilen verilerle birlikte değerlendirildiğinde, incelenen üç seçim döneminde en fazla öne çıkarılan *kendi amaçlarını belirlemek, başarılı olmak, dürüstlük ve sorumluluk sahibi olmak* alt değerleri ve

yardımsızlık, kendini yönetme, güç, güvenlik ve başarı temel değerleriyle kısmen uyum içinde olduğu saptanmıştır. Bu boyutta öne çıkan sosyal düzen ve dolayısıyla *güvenlik* vurgusu farklılığın temel nedeni olarak karşımıza çıkmıştır. Özellikle bu boyutta öne çıkarılan temel değerler, siyasal aktörlerin söylemlerinin analizine dayanan nitel analiz sonuçlarıyla uyuşmakla birlikte değer öncelik sıralaması birbirinden farklıdır. Bunun üzerinden üst düzey değerler arasındaki fark ortaya çıkmıştır.

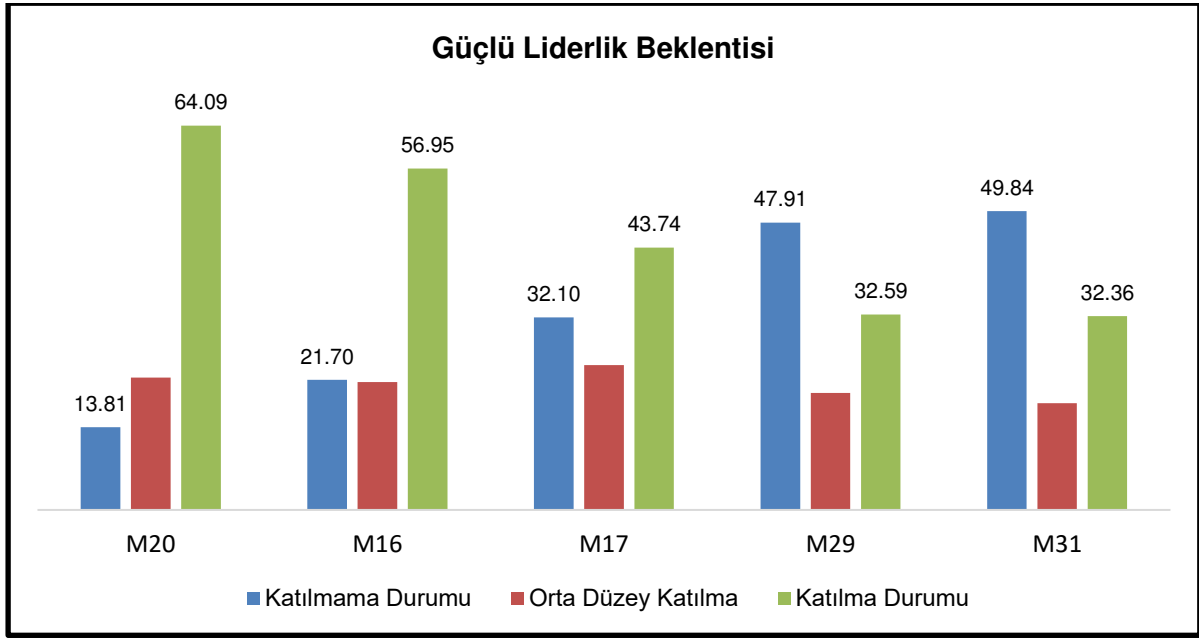
Siyaset söyleminde öne çıkan *güvenlik* temel değerinin siyaset söylemindeki karşılığı *sosyal düzen ve ulusal güvenlik* alt değerleri üzerinden inşa edilmektedir. “*İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*” boyutunda araştırmaya katılanların en fazla onayladıkları beş ifadeden ilk ikisinin *sosyal düzen* değerine karşılık gelmesinden, boyut öncelikler sıralamasındaki diğer ifadelerin de *başarı* ve *sosyal tanınma* gibi *güç* ve *başarı* temel değerlerine karşılık gelmesinden hareketle bu boyutta *koruma* ve *kendini geliştirme* üst düzey değer boyutlarının ağırlığı söz konusudur diyebiliriz. Kişinin kendisinin, ilişkide olduğu diğer insanların ve parçası olduğu toplumun istikrarı, uyumu ve güvenliği gibi kolektif beklentileri ifade eden koruma boyutu, tüm bu beklentileri gerçekleştirecek bir otorite yani güç değeriyle yakından ilişkili olması nedeniyle kendini geliştirme boyutuyla yakından ilişkilidir.

“*İstikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*” boyutundaki ifadeleri demografik değişkenler arasındaki farklar açısından okumaya çalıştığımızda, bu boyut her dört değişken açısından da aynı ifadede anlamlı farkların ortaya çıktığı bir boyuttur. Demografik değişkenler arasında en çok fark yaratan değişkenin bölge olduğu saptanmıştır. Zira yaşanan yer tüm ifadelerde fark yaratan bir unsur olarak karşımıza çıkmıştır. Bu boyutta en az fark yaratan değişken ise yaş değişkeni olmuştur (%35,71). Ardından yüzde 85,71 ile eğitim ve yüzde 92,85 ile gelir değişkeni gelmiştir. Burada dikkat çeken nokta özellikle gelir ve eğitim değişkenleri ile ifadelere katılma arasında negatif bir ilişki olmasıdır. Bu verilerden hareketle gelir ve eğitim düzeyi düştükçe, yaş arttıkça, insanlar ve kaynaklar üzerinde hakimiyet kurmayı ve kontrol sağlamayı önceleyen güç temelli ifadelere destek artmıştır. Bölgeler bazında anlamlı farklılıkların çıktığı bu boyuta en fazla destek Zonguldaklı, Gaziantep’li ve İstanbullu katılımcılardan gelmiştir.

Gelir ve eğitim değişkenleri en çok sosyal güç ve otoriteye odaklanan ifadelerde fark yaratmış, eğitim ve gelir yükseldikçe bu yöndeki ifadelere onay azalmıştır. Yaş değişkeni ise başarı, sosyal düzen, sosyal adalet, sosyal güç, otorite, dürüstlük tüm bu değerlerde aynı ölçüde fark yaratmıştır. Bu bağlamda düzen ve istikrar kaygısıyla otorite ve güç odaklı eğilimlere eğitim ve gelir arttıkça karşı çıkışların da arttığını söylemek mümkündür.

3.3.3 “Güçlü Liderlik Beklentisi” Boyutunda Farklılaştırıcı ve Birleştirici Değerler

Türk siyasetinde yerleşmiş olan lider kültü ve kişi odaklı siyaset anlayışı nedeniyle partiye değil kişiye oy verilmesi yaygın bir eğilimdir. Buradan hareketle araştırmada siyasal aktörlerin seçmeni ikna sürecinde başvurdukları *sosyal güç*, *kamusal imaj*, *otorite* değerlerinin oy verme davranışına etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır. Analiz sonucunda “*güçlü liderlik beklentisi*” boyutunda yer alan ifadelerin araştırmaya katılanların ortalama yüzde 45,94 oranında destek verdikleri ifadelerden oluştuğu saptanmıştır.



Şekil 72. “Güçlü liderlik beklentisi” boyutunda yer alan maddelere ilişkin katılım oranları

Katılım düzeylerinin yüzde 64,09 ile yüzde 32,36 arasında değiştiği bu boyutta yer alan ifadelerden ilk ikisi *otorite* ve *sosyal güç* alt değerlerine diğerleri ise *başarı*, *dürüstlük*, *dindarlık* alt değerlerine ve *güç*, *başarı*, *yardımsızlık* ve *gelenek* temel değerlerine denk gelmektedir. Bunların üst düzey değerler olarak karşılığı ise *kendini geliştirme* ve *koruma* boyutlarıdır. Bu bağlamda “*güçlü liderlik beklentisi*” boyutunun üst düzey değerler açısından “*istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*” boyutuyla benzeştiği gözlenmiştir. Araştırmaya katılanların yarısından fazlasının “katılıyorum” diyerek onayladığı *sosyal güç* ve *otorite* değerlerine yaslanan ifadeler şöyledir;

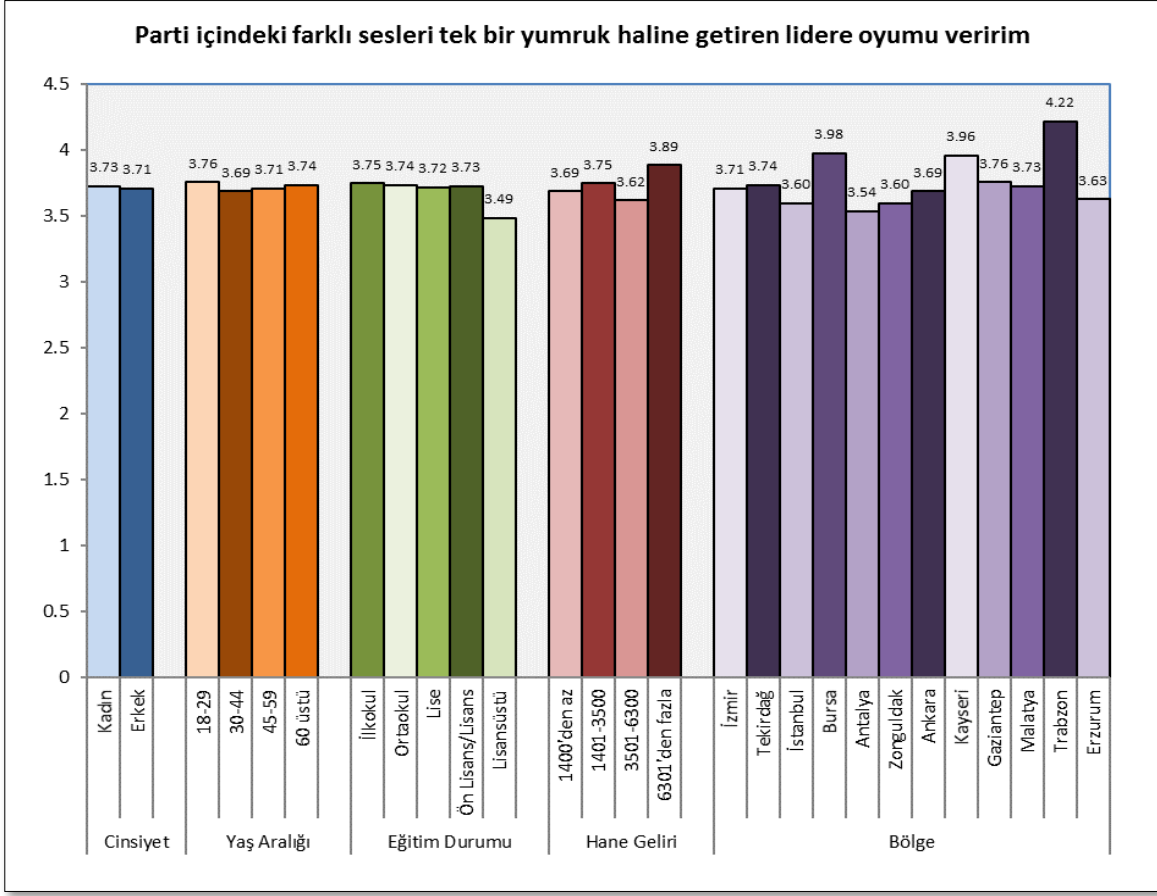
“Parti içindeki farklı sesleri tek bir yumruk haline getiren lidere oyumu veririm” (M20).

“Benim için bir partinin liderinin kim olduğu o partiye oy vermemde belirleyicidir” (M16).

3.3.3.1 Güçlü Liderlik İçin Güçlü Otorite

Her toplumda belirli kişilik özellikleri öne çıkması, değerli kabul edilmesi ve bu özelliklerin o toplumsal yapıya mensup bireylerin liderlik algısı üzerinde etkili olması söz konusudur (Kışlalı, 2002:147). Bu bağlamda Türkiye'nin siyasi kültüründe güçlü lider arayışı ve özleminin egemenliğinden bahsetmek mümkündür. Türkiye'de güçlü lider özleminin 2000'lerde yükselişe geçmesinde 90'ların koalisyon dönemlerinin, etkisiz hükümetlerin, yolsuzluk skandallarının, siyasetteki kirlenmenin etkisi büyüktür. Genelde olduğu gibi sorunların arttığı ve baş etmenin zorlaştığı dönemlerde bir kurtarıcı beklentisi artmaktadır. Bunun siyasetteki karşılığı ise güçlü lider ve lider merkezilik olarak somutlaşmaktadır. Güçlü bir lidere yönelik beklentilerden biri otorite, birlik ve beraberliği sağlama gücüdür. Nitekim ölçekte yer alan "*Parti içindeki farklı sesleri tek bir yumruk haline getiren lidere oyumu veririm*" (M20) ifadesi *otorite, sosyal güç, iç uyum* değerleri etrafında oy verme eğilimi ve bir siyasi liderden beklentileri anlamaya yönelik bir ifadedir.

Analizler "*güçlü liderlik beklentisi*" boyutunda yüzde 64,09'luk katılım oranıyla ilk sırada yer alan bu ifadeye katılım açısından cinsiyet, yaş, eğitim, gelir ya da bölge değişkenlerinin hiçbirinin anlamlı bir fark yaratmadığını ortaya koymuştur. Liderliği parti üzerindeki hakimiyet, otorite ve kişisel karizma üzerinden tanımlama eğilimi açısından kadınlarla erkekler, yaşlılarla gençler, yüksek eğitimlilerle diğer gruplar, üst gelir grubuyla alt gelir grubu, metropolde yaşayanlarla taşrada yaşayanlar arasında bir uyum söz konusudur.



Şekil 73. “Parti içindeki farklı sesleri tek bir yumruk haline getiren lidere oyumu veririm” (M20) ifadesinin demografik değişkenlere göre sütun grafiği

Toplumun her yaş, eğitim, gelir, cinsiyet ve bölgesinde yaşayanların benzer tepkiler ortaya koyduğu bu ifadeyi anlamak açısından Türkiye toplumuna yakından bakmaya ihtiyaç vardır. Bu noktada Weber'in itaat yoluyla istikrarın sağlandığı hiyerarşik bir ilişki olarak otorite tanımı yol gösterici olabilir (Çelebi, 2010:177). Weber'in karizmatik otorite kavramı, siyasal liderin üstün kişisel özelliklerinden ve toplumun lidere duyduğu güven, saygı ve hayranlıktan doğan liderlik gücünü anlatmaktadır. Bu otorite tipinde lider, kitlelere neye ve ne biçimde itaat etmeleri gerektiğini söylerken kitleler de liderle özdeşleşir ve lidere duydukları güven ölçüsünde onun sözlerini yasa kabul etme ve uygulama eğilimindedir (Çelebi, 2010:172). Çünkü lider, tüm erdemleri somutlaştıran, tüm iyiliklerin sembolü olarak algılanmaktadır (Bilgin, 2005:274). Liderlik burada otorite, güç ya da iktidar sahibi olmaktan farklı bir anlam taşımaktadır. Karizmatik liderlerin topluluk ya da grup üzerindeki etkisi yasal bir güce, bir statüye sahip olmasına ya da ekonomik kaynakları elinde tutmasına bağlı değildir. Kitle üzerindeki etkisi zorlamadan ziyade iknaya, güven duygusuna, kitlelerin rızasına, insanlarla kurdukları ilişki ve iletişim biçimine bağlıdır (Bilgin, 2005:225).

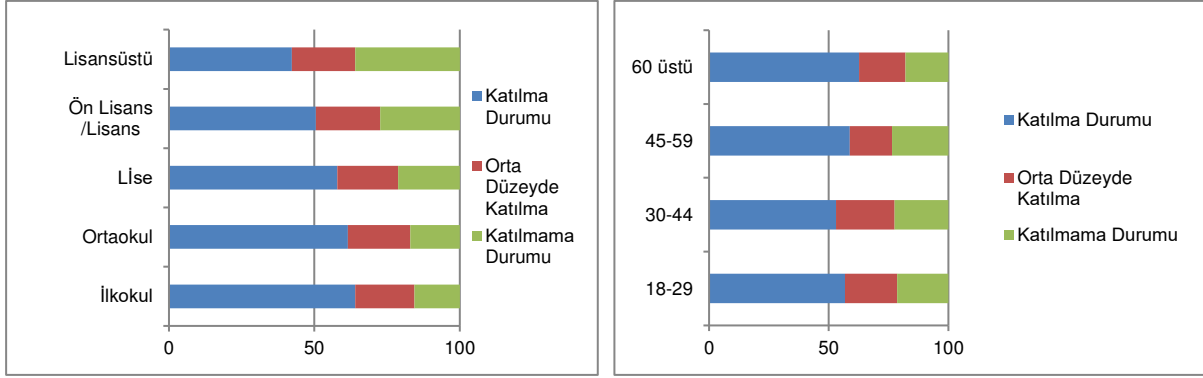
Türkiye toplumu genel olarak uyuma ve ahenge önem veren bir toplumdur. Kavram olarak uyum, farklı ve karşıt olanların düzenli bir birlik oluşturması anlamına gelir. Ancak bu

uyumun nasıl sağlandığı önemli bir soru olarak karşımıza çıkar. Türkiye’de toplumu oluşturan unsurlar arasında farklılıklardan ziyade benzerlikler üzerinden bir bütün oluşturmak bunu sağlarken de uzlaşa kültüründen ziyade bağımlılık kültüründen hareket etmek anlayışı egemendir. Bunun siyasete yansması ise çoğu zaman güçlü siyasi lidere aşırı bağlılık, inanç, güven ve mutlak itaat şeklinde olmaktadır.

Genel olarak her eğitim seviyesinde benzer tepkilerin ortaya konduğu bu ifade özelinde lisansüstü mezunlarında “katılıyorum” diyenler azalırken (%65,05’ten %57,04’e geriliyor) “katılmıyorum” diyenler diğerlerine göre artış göstermiştir (%13,47’den %23,24’e yükselmiştir). Gelir açısından bakıldığında belirgin bir fark yoktur, sadece 6301 ve üzeri gelir grubunda yer alanlar tepkilerini “tamamen katılıyorum” (%48,02) şeklinde daha net ifade etmişlerdir. Alt gelir grubundakilerde (1400’den az) “tamamen katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 25,1 iken, üst gelir grubunda bu oran ikiye katlanmıştır. Araştırmaya dahil olan tüm bölgelerde güçlü lidere destek büyüktür. Bölgeler içerisinde Trabzon, katılımcıların tamamına yakınının (%87,33) “farklı sesleri tek bir yumruk yapacak lidere oy veririm” ifadesine destekle dikkat çekmiştir.

Lider üzerinden başarının tanımlandığı ve oy verme davranışına doğrudan yansıdığı anlatan bir diğer ifade ise şöyledir; “*Benim için bir partinin liderinin kim olduğu o partiye oy vermemde belirleyicidir*” (M16). Oy verme davranışı üzerinde liderin kişisel karizmasının etkisini ölçmeye çalışan bu ifadeye katılım oranı yüzde 56,95’tir. Veriler cinsiyet değişkeninin anlamlı bir fark yaratmadığını kadınların da erkeklerin de yarısından fazlasının “liderin kim olduğu vereceğim oyu doğrudan etkiler” görüşünde birleştiğini göstermiştir. Ancak diğer demografik değişkenlerde anlamlı farklılıklarla karşılaşmıştır. Partiye değil lidere oy verme eğilimi yüksek eğitimlilerden diğerlerine, yüksek gelirlilerden alt gelir gruplarına, gençlerden yaşlılara gidildikçe artmıştır.

Eğitim düzeyi ile lidere oy verme anlayışı arasında negatif bir ilişki söz konusudur, çünkü eğitim yükseldikçe parti lideri üzerinden oy verme eğilimi düşmüştür. Kademeli olarak ilkokul mezunlarından lisansüstüne doğru liderin belirleyiciliğinin azaldığı saptanmıştır. İlkokul düzeyinde lidere göre oy verenlerin oranı yüzde 64,07 iken lisansüstü mezunlarında üçte bir oranında azalmış ve yüzde 42,25’e düşmüştür. Buna karşın katılmayanların oranı ilkokul mezunlarında yüzde 15,54 iken lisansüstü mezunlarında ikiye katlanmıştır (%35,91). Bu verilerden hareketle daha ilkokul, orta okul gibi temel eğitim seviyesindeki kişilerde lider figürünün çok daha fazla önem arz ettiğini ve oy verme davranışını etkilediğini söylemek mümkündür.



Şekil 74. “Benim için bir partinin liderinin kim olduğu o partiye oy vermemde belirleyicidir” (M16) ifadesine eğitim ve yaşa göre katılma oranları

Benzer bir durum gelir için de geçerlidir. Çok keskin olmamakla birlikte gelir seviyesi yükseldikçe “partiden ziyade lidere oy veririm” diyenlerin oranı düşmüştür. 1400’den az gelire sahip olanlarda yüzde 59,12 olan oran 6301’den fazla gelire sahip olanlarda yüzde 48,88’e inmiştir. Bu verileri üst gelir grubundakilerin yarıya yakınının lider odaklı düşünmediği, liderliğin oy verme davranışında diğer gelir gruplarına göre daha az belirleyici olduğu şeklinde yorumlamak mümkündür.

Yaş açısından değerlendirildiğinde, 45-59 ve 60 yaş üstü katılımcıların lidere oy verme eğiliminin arttığı gözlenmiştir. Yani lidere olan inanç ve bağlılık diğerlerine göre daha fazladır. Gençlerde (18-29 yaş grubunda %56,72 ve 30-44 yaş grubunda %53,03) nispeten düşük olan oran 60 yaş üzerinde yüzde 62,63’e çıkmıştır. Yaş ilerledikçe bireylerin daha fazla muhafazakarlaşması bu durumu açıklamaya yardımcı olabilir. Bölge açısından bakıldığında, Bursa ve Batı Marmara’da lidere bağlılık nispeten düşükken Kayseri, Zonguldak, Trabzon’da lidere bağlılık artmıştır.

3.3.3.2 Güçlü Liderlik İçin Başarı

Başarılı olmak değerini çeşitli vesilelerle sık kullanan siyaset kurumu, rakipten gelen eleştirileri değersizleştirmek için, Schopenhauer’in (2016:35) kavramlarıyla konuşursak “genelleme” yoluna gitmektedir. Yani gelen eleştiriler kendi sınırlarının dışına taşınarak, bağlamından uzaklaştırılarak karşılanmaya çalışılmaktadır. Böyle olunca konular üzerinden tartışmaları sürdürmektense, rakibi açıklama yapmak zorunda bırakacak sorularla farklı yöne çekmek kolaylaşmaktadır. “Gündem değiştirme” olarak sıkça karşımıza çıkan bu durumun örneklerine özellikle siyasal iletişim çalışmalarının yoğunlaştığı seçim dönemlerde çokça rastlanmaktadır. Siyasetin bu taktiğinin seçimde nasıl karşılık bulunduğunu anlamak üzere araştırmada şu ifade yer almıştır;

“Oy verdiğim partiye yönelen yoğun eleştirileri “Meyve veren ağaç taşlanır” anlayışıyla değerlendiririm” (M17).

Bu ifadede kişinin oy verdiği partiyle kendisini özdeşleştirmesi, sahip çıkması ve gelen eleştirileri karşılamaya çalışması söz konusudur. Hatta gelen eleştirileri birilerinin haksızlık yapması olarak görüp önemsizleştirme eğilimi vardır. Belli bir siyasi görüşe sahip olan ve bunu, oy verme davranışıyla da düşünce boyutundan davranış boyutuna taşıyanların, bu parti onların düşüncelerine aykırı işler yapmakla eleştirildiğinde bunu görmekte zorlanmaları söz konusudur. Bu durumda ya aykırı enformasyona itibar etmeme ve muhaliflerin görüşlerine kulak tıkama ya da mazeret bulma yoluna gidilmektedir (Bilgin, 2005:209). Bunun ardından ise insanın düşünce ve davranış açısından tutarlı olma ve onaylanma isteği yatmaktadır.

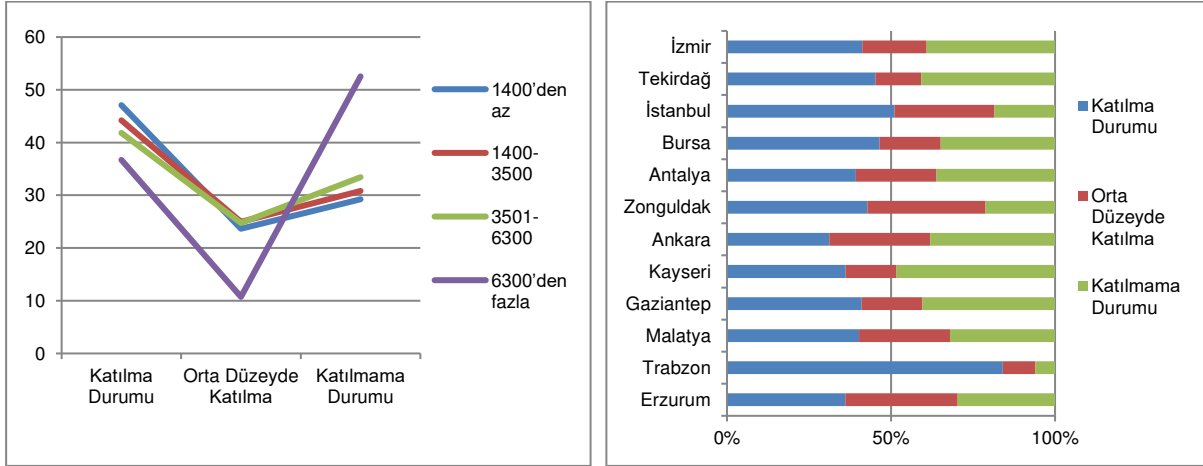
Lippman, insanların onları çevreleyen gerçekliğe değil, bu gerçekliğe ilişkin kendilerinin oluşturduğu temsile tepkide buldukları görüşündedir. Temsiller ise Lippman'a göre sosyal sistemdeki güç ve değer ilişkilerini kavramaya ve toplumdaki pozisyonumuzu savunmaya yönelik stereotiplerdir (Bilgin, 2005:34). Çünkü insan çevresini, dünyayı, insanları ve şeyleri çift kutuplu (iyi/kötü, doğru/yanlış, yakın /uzak) algılar, sınıflandırır ve buna göre hareket eder. Kişi kendince olumlu anlamlar yükleyerek gerçekleştirdiği oy verme davranışına ilişkin zihnindeki temsilden hareketle tavır alır. Bu bağlamda kendisine yakın olduğunu, onunla benzer düşündüğünü, onun yararına çalıştığını düşündüğü ile kendisine uzak olduğunu, ondan farklı olduğunu, onun aleyhine çalıştığını düşündüğü parti ya da siyasal görüş arasında algılamada bir yakınlık ve uzaklık farkı vardır.

Bu kısa bilgilendirmenin ardından verilere baktığımızda, “*güçlü liderlik beklentisi*” boyutunda, aldığı yüzde 43,74'lük destekle üçüncü sırada yer alan bu ifade, eleştirilerle başarı ve gücü doğrudan ilişkilendirmektedir. Veriler, kadın ve erkekler arasında “meyve veren ağaç taşlanır” anlayışına destek açısından anlamlı bir fark olmadığını göstermiştir. Ancak aynı şeyi eğitim, gelir, yaş ve bölge açısından söylemek mümkün değildir.

Eğitim düzeyleri açısından bakıldığında, bu ifadeye “katıyorum” diyenlerin oranı ilkokul düzeyinde yüzde 51,79 iken lisansüstü mezunlarında yüzde 39,01'e düşmüştür. İlkokul ve ortaokul mezunlarında katılma oranı daha yüksekken lise, lisans ve lisansüstü seviyesinde katılım azalmıştır. Katılmama oranı da belirgin ve sistematik biçimde ilkokuldan lisansüstüne doğru artmıştır. Katılmayanların oranı ilkokulda yüzde 21,27 düzeyinden lisansüstüne geldiğinde neredeyse iki katına (%43,97) yükselmiştir. Dolayısıyla eğitim açısından anlamlı bir fark vardır, eğitim düzeyi yükseldikçe bu ifadeye katılım oranı düşmüş ve katılmama oranı artmıştır. İlkokul düzeyinde oy verdiği partiye gelen eleştiriler karşısında savunmacı bir tepkiyle karşılık verme eğilimi artarken, bu durumun eğitimle değiştiğini ve eleştiriler karşısındaki bu savunmacı tavrın farklılaştığını söylemek mümkündür.

Gelir düzeyine göre değerlendirildiğinde yine anlamlı bir farkla karşılaşmıştır. Gelir azaldıkça katılım oranının arttığı, gelir yükseldikçe de katılım oranının düştüğü görülmüştür.

Yine katılmayanlar açısından değerlendirildiğinde, gelir durumu daha düşük olanların daha az “katılmıyorum” ifadesini kullandıkları (%29,26), orta ve üst gelir grubunda ise katılmama oranının daha yüksek olduğu görülmüştür (6301’den fazla gelire sahip olanlarda %52,54). Gelir düzeyi düştükçe bu ifadeye katılanların oranı artarken (1400’den az gelire sahip olanlarda %47,09) gelir düzeyi yükseldikçe katılmayanların oranı artmıştır (%52,54). Dolayısıyla gelir de bu maddede eğitim gibi belirgin bir değişken olarak karşımıza çıkmıştır.



Şekil 75. “Oy verdiğim partiye yönelik yoğun eleştirileri “meyve veren ağaç taşlanır” anlayışıyla değerlendiririm” (M17) ifadesine gelire ve bölgeye göre katılım oranı

Yaş aralığı açısından değerlendirildiğinde 60 yaş üstü katılımcıların bu ifadeye katılma oranları diğer gruplardan kısmen yüksektir. 18-29 yaş yüzde 41,26 iken 60 yaş üstü 48,54’e yükselmiştir. Diğer veriler çok anlamlı bir ilişki göstermemiştir. Yaşanılan yer açısından bakıldığında, bu ifadeye katılanların en yüksek olduğu yer Trabzon’dur (%84,11). Diğer şehirlerde ülke ortalaması olan yüzde 43,74’e yakın oranda katılım ifade edilirken Trabzon diğer bölgelerin neredeyse iki katı oranında bu ifadeye “katılıyorum” diyerek farklı ve net tavrını ortaya koymuştur. Katılmayanlar açısından değerlendirildiğinde ise Kayseri’nin yüzde 48,36 ile diğerlerinden farklılaştığı görülmüştür.

3.3.3.3 Güçlü Liderlik İçin Dindarlık

Yaşadığımız dünyayı kendimiz için anlamlı hale getirirken bir takım kestirme yollara başvururuz. Bunlardan biri de stereotipleştirme yani kalıp yargılara başvurmadır. Stereotipleştirme kısaca etnik, cinsel, mesleki yönden farklı bir grup insana atfedilen özellikler bütünüdür. Belirli bir şeye ilişkin zihnimizdeki boşlukları dolduran ve önceden oluşturulmuş izlenimler bütünü olan stereotipler bireysel değil kolektif kurgulardır. Böylece gerçeklik olduğu gibi değil, düşünce eğilimlerimize göre algılanır (Bilgin, 2005:142). Dolayısıyla çevremizdeki kişileri sahip oldukları özelliklerden hareketle değil, ait oldukları kategori hakkındaki bilgilerimizle değerlendiririz. Böylece dünyayı kendimize göre anlamlı bir düzene sokar ve buna uygun tavır alırız. Mesela kadınların romantik ve geveze erkeklerinse

mantıklı ve rasyonel olarak ya da Almanların disiplinli ve çalışkan İtalyanların da neşeli olarak kategorileştirilmesi, bizim bu kişilerin davranışlarını açıklamamızı kolaylaştırır. Türkiye toplumunun dünyayı anlamlı hale getirirken başvurduğu kriterlerin başında ise din gelir. Türkiye’de yaygın kullanılan “alın secdeye değmek”, “imanlı olmak” gibi deyimler bir kişiyi değerlendirirken kullanılan kriterler olarak önemlidir. Tabi bu kriterler siyasete bakışı ve siyasi davranışları da etkilemektedir.

Bu noktada Weber’in, dini liderlik ile karizmatik liderlik arasında kurduğu benzerliği hatırlamakta fayda vardır (Weber, 1968:244’dan aktaran Taggart, 2004:127-128). “İnayet” (ihsan, iyilik, lütuf) sözcüğünden gelen karizma, karizmatik liderin taraftarlarından dini bir adanmışlığı çağrıştıran ve imana dayanan bir sadakat görmesini beraberinde getirmektedir. Bu çerçevede Willner, taraftarlarının karizmatik liderlere adanmışlık, huşu, hürmet ve imanla yani dini inanışa benzeyen duygularla bağlılığından bahsetmiştir (Willner, 1984:7’den aktaran Taggart, 2004:128). Özellikle popülist söylem liderlik ile din arasında kurduğu ilişki üzerinden lidere bağlılığı dini referanslarla bezemeye çalışmaktadır.

Din çetrefilli, karmaşık ama bir o kadar da hayatın merkezinde ve önemli bir konudur. İnsanın düşünce yapısını ve davranma şeklini doğrudan etkileyen din, toplumu ve toplumsal yaşamı şekillendiren en önemli güç konumundadır. Peki hayatın her alanında belirleyici olan din siyasi görüşümüzü, oy verme davranışımızı, başarılı lider algımızı nasıl etkilemektedir? Bunu anlamak için dinin temel anlamı ve dindarlığın en önemli boyutu olarak görülen iman ve inanç meselesinin oy verme davranışına etkisi şu ifadeyle sorulmuştur;

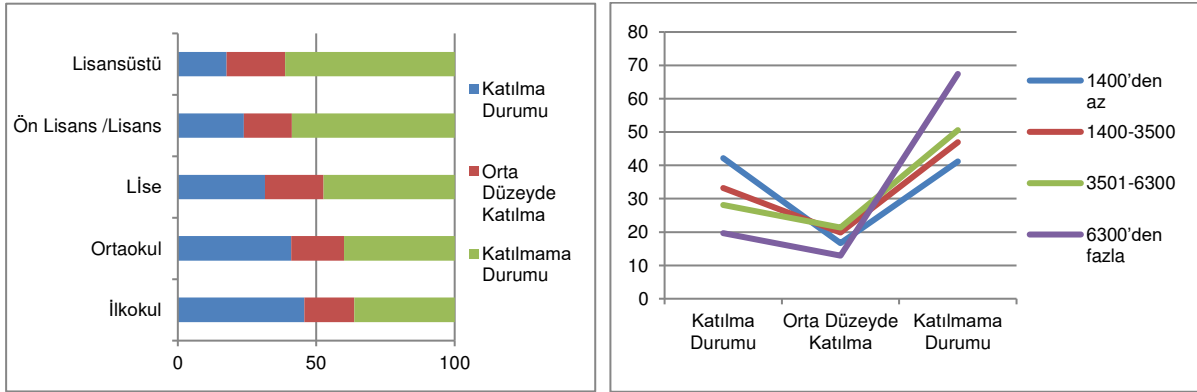
“İmanlı olduğumu düşündüğüm bir siyasi lideri başarılı bulur, oyumla desteklerim” (M29).

“Dindar olduğumu düşündüğüm bir siyasetçinin dürüstlüğünden de emin olur, oyumu veririm” (M31).

Kişilerin dindarlık kategorisinin içine neleri dahil ettiğini ve bunun oy verme davranışlarına olan etkisini anlamaya yönelik bu ifadeleri değerlendirirken, Türkiye toplumunun yüzde 98’inin Müslüman olduğunu, toplumun dini değerlere bağlılığını ve muhafazakar eğilimlerini göz önünde tutmak gerekmektedir. İmanın siyasi başarının kriteri olarak görüldüğü ve oy verme davranışını olumlu etkilediğine ilişkin “imanlı lideri başarılı bulurum” ifadesi ile ilgili araştırma sonuçları değerlendirildiğinde, katılımcıların yüzde 32,59’u “katılıyorum” diyerek liderlik, başarı ve din arasında ilişkiyi onaylarken, yüzde 47,91’i “katılmıyorum” diyerek aradaki farkı ön plana çıkarmıştır. Demografik veriler açısından bir durum değerlendirmesi yapıldığında kadınlar ve erkekler, yaşlılar ve gençler arasında anlamlı farklarla karşılaşılmazken eğitim, gelir ve bölge anlamlı farklılıklar ortaya çıkarmıştır.

İmanlı olmayı başarılı liderlik özelliği olarak görme açısından, farklı eğitim düzeyleri arasında makasın gittikçe açıldığını söylemek mümkündür. Eğitim düzeyi arttıkça, liderin

imanlı olmasını bir başarı kriteri olarak gören ve oy verme davranışına yansıtacağını belirtenlerin (olumlu cevap veren) sayısı neredeyse üçte bire düşmüştür. Yani eğitim düzeyi arttıkça imanlı lidere destek azalmıştır. İlkokul mezunlarında yaklaşık 1/2 civarındaki katılım oranının (%45,68) lisansüstünde 1/5'in altına inmesi (%17,6) oldukça anlamlıdır. "Katılmıyorum" diyerek olumsuz cevap verenlerin oranına bakıldığında, ilkokul mezunlarında yüzde 36,21 olan oran lisansüstü mezunlarında neredeyse ikiye katlanmış ve yüzde 61,27'ye yükselmiştir. Kısacası başarılı liderlik tanımı içinde imanlı olmayı yani dini hassasiyetlerin yüksek olmasını önemseme durumu eğitimle birlikte büyük ölçüde değişmiştir. Eğitim düzeyi yükseldikçe seküler yaklaşımların da arttığı ve dolayısıyla imanlı olmayı ve dindarlık ile ilişki kurularak sunulan bir lider profilini önemseyerek oy verme davranışına yansıtma eğilimi azalmıştır.



Şekil 76. "İmanlı olduğumu düşündüğüm bir siyasi lideri başarılı bulur, oyumla desteklerim" (M29) ifadesine eğitim ve gelire göre katılım oranları

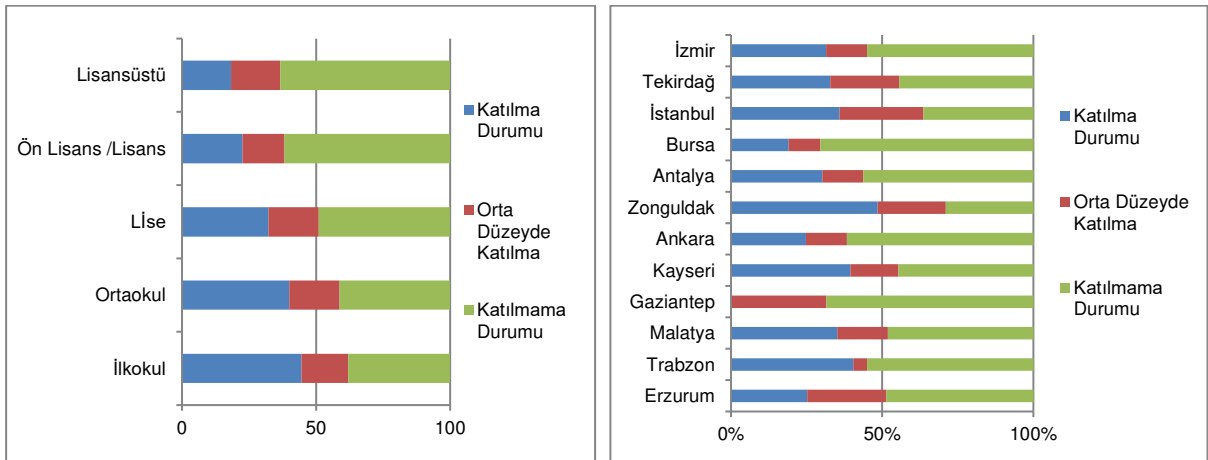
Gelir açısından bakıldığında katılım oranlarıyla gelir arasında ters bir ilişki olduğu görülmüştür. Yani gelir arttıkça katılım oranı (olumlu cevap verme) düşerken (alt gelir grubundakilerin katılım oranı %42,17 iken üst gelir grubundakilerin oranı %19,66), katılmama oranı artmıştır (alt gelir grubundakilerin katılmama oranı %41,17 iken üst gelir grubundakilerin %67,42). Veriler 1400'den alt gelire sahip olanların bu ifadeye katılıp katılmama açısından benzer oranlara sahip olduğunu göstermiştir. Nasıl ki eğitim düzeyi yükseldikçe seküler yaklaşımlar artıyor ve din-siyaset ilişkisi çok anlamlı olmuyorsa, gelir yükseldikçe de aynı durum söz konusudur.

Yaşanılan yer açısından değerlendirildiğinde ülke genelinde "katılmıyorum" diyenlerin oranı yüzde 47,91 iken "katılıyorum" diyenlerin oranı yüzde 32,59'dur. İmanlı olmayı başarılı bir lider olmanın koşulu olarak gören ve bu yönde oy verme eğiliminin en yüksek olduğu yerler Zonguldak (%47,73), Kayseri (%44,13) ve Trabzon'dur (%41,33). Tam tersi imanlı olmayı başarılı lider olmanın koşulu olarak ve dolayısıyla oy verme davranışında etkili olarak görmeyenlerin oranının en yüksek olduğu yerler ise Bursa (%72,08), Ankara (%57,96) ve

İzmir'dir (%52,2). Bu durum seküler yaşamın metropol düzeyindeki kentlerde ne kadar yaygın bir durum olduğunu göstermektedir.

Bu konudaki bir diğer ifade ise “*Dindar olduğumu düşündüğüm bir siyasetçinin dürüstlüğünden de emin olur, oyu veririm*” (M31) şeklindedir. İnsanların dünyayı kendilerince anlamlı hale getirirken başvurdukları ancak algı yanlışlarına yol açabilen kestirme yöntemlerden biri de hale etkisidir. Bir kişide gördüğümüz bir özellikten hareketle o özellikle ilintili olduğunu düşündüğümüz diğer özellikleri atfetme ve zihnimize o şekilde yerleştirme eğilimidir (Kağıtçıbaşı, 2010; Arkonaç, 1998). Böylece bir kişiden neyi bekleyip neyi beklemememiz gerektiği konusunda kendimizce bir yol haritası çıkarmak kolaylaşır. Bu algılama eğiliminden hareketle, siyaset açısından önemli olan dürüstlük ile dindarlık arasında nasıl ilişki kurulduğu ve bu ilişkinin oy verme davranışına nasıl yansıdığı anlaşılmaya çalışılmıştır.

Tarihin her döneminde din, toplumları bir arada tutan unsurlardan biri olmuştur. Dindarlığı dürüstlük göstergesi olarak yorumlayarak oy verme davranışını şekillendirme açısından etkisini ölçmeye yönelik bu ifadeye katılımcıların yüzde 49,84’ü katılmadıklarını, yüzde 32,36’sı katıldıklarını ifade etmiştir. Toplumda dindar olduğu düşünülen siyasetçilerin dürüst oldukları varsayımıyla oy verme eğilimi toplumun sadece üçte birinde geçerliken, araştırmaya katılanların neredeyse yarısı bu yönde düşünmediğini ortaya koymuştur. Veriler incelendiğinde cinsiyet ve yaşa göre anlamlı bir farkın olmadığı, buna karşın eğitimin farklılaştırıcı bir değişken olduğu gözlenmiştir. İlkokul mezunlarında yüzde 44,51 olan ifadeye olumlu cevap verme oranı lisansüstü mezunlarında yüzde 18,31’e düşmüştür. Katılmama açısından değerlendirildiğinde ise katılmayanların oranı eğitimle birlikte doğru orantılı olarak artmıştır. İlkokul mezunlarında yüzde 37,97 olan katılmama oranı, lisansüstü mezunlarında yüzde 63,38’e yükselmiştir.



Şekil 77. “Dindar olduğumu düşündüğüm bir siyasetçinin dürüstlüğünden de emin olur, oyu veririm” (M31) ifadesine eğitim ve bölgeye göre katılma oranları

Gelir açısından bakıldığında, eğitimle benzer bir durum söz konusudur. Gelir arttıkça dürüstlük ve dindarlık arasındaki ilişki üzerinden oy verme davranışını şekillendirenlerin sayısı azalmıştır. 1400'den az gelire sahip olanların yüzde 41,57'si "katılıyorum" derken 6300'den fazla gelire sahip olanların yüzde 19,66'sı katıldığını ifade etmiştir. Yani yüksek gelir grubundakilerde ifadeye destek oranı diğer gelir gruplarına göre bir hayli düşüktür. "Katılmıyorum" diyenlere baktığımızda, alt gelir grubunda katılmama oranı yüzde 44,38 iken üst gelir grubunda yüzde 65,16 düzeyine çıkmıştır. Kısacası eğitim ve gelirdeki artış dindarlığa bakışı önemli ölçüde etkilemiş ve seküler bir yaşam tarzının izleri bu gruplarda daha net görülmüştür.

"Dindar olan siyasetçi dürüsttür" anlayışı açısından bölgeler değerlendirildiğinde, katılım oranının en yüksek olduğu yerler Zonguldak (%48,47), Trabzon (%40,4), Kayseri'dir (%39,44). Bu şehirlerde dindarlıkla dürüstlük arasında ilişki kurularak oy verme davranışına yansıtma eğilimi diğer şehirlerden görece yüksektir. Katılmama durumlarına bakıldığında "dindar olan dürüsttür oyumla desteklerim" ifadesine katılmayanların en yüksek olduğu yer yüzde 70,41 ile Bursa'dır. Bursa ayrıca "katılıyorum" (%19,09) diyenlerin de en düşük olduğu yer olarak bu konuda oldukça tutarlı bir tablo ortaya koymuştur. İfadeye katılmayanların çoğunlukta olduğu Antalya (%56,29), İzmir (%54,99) ve Trabzon'a (%54,97) bakıldığında bu şehirlerde daha seküler bir seçmen topluluğuyla karşı karşıya olduğumuz görülmüştür. Bu noktada Trabzon ilginç bir tablo sergilemiştir. Şehirde yaşayanların yarıya yakını "dindar olan dürüsttür" derken (katılıyorum diyenler %40,4) diğer yarısı "arada o kadar net ilişki yoktur" (katılmıyorum diyenler %54,97) demiştir.

3.3.3.4 Sonuç ve Değerlendirme

Temelde siyaseti ve siyasal aktörlerin gücünü kişisel karizmayla ve toplumdaki aldığı destekle ilişkilendiren anlayışa dayanan "*güçlü liderlik beklentisi*" boyutu, güçlü lider algısının içinde hangi özelliklerin ve beklentilerin yer aldığına ilişkin değer ifadelerinden oluşmuştur. Araştırmadan elde edilen veriler incelendiğinde, bu boyutta yer alan ifadelerin *güç*, *başarı*, *yardımseverlik* ve *gelenek* temel değerlerine denk geldiği saptanmıştır. Bu sonuçlar siyasal aktörlerin konuşmalarında söylemsel genişliğe sahip olan değerlerle karşılaştırıldığında *güç*, *başarı*, *yardımseverlik* temel değerlerinden hareketle bir örtüşmeden bahsetmek mümkündür.

"*Güçlü liderlik beklentisi*" boyutunda öne çıkarılan temel değerler, siyasal aktörlerin söylemlerinin analizine dayanan nitel analiz sonuçlarıyla uyumla birlikte, değer öncelik sıralaması birbirinden farklıdır. Bunun nedeni bu boyutta katılımcıların en fazla destek verdikleri *otorite* ve *sosyal güç* alt değerlerini yansıtan ifadelerden hareketle *güç* boyutuna yapılan vurgudur. Bunun sonucunda ise bu boyutun üst düzey değerler olarak karşılığı, *kendini geliştirme* ve *koruma* boyutlarına denk gelmektedir.

“Güçlü liderlik beklentisi” boyutundan elde edilen verileri demografik değişkenler arasındaki farklar açısından okumak istediğimizde gelir, eğitim ve bölge değişkenlerinin hepsinin bu boyutta yüzde yüz fark yarattığı, yaş değişkeninin ise yüzde 40 fark yarattığı görülmüştür. Buradan hareketle gelir yükseldikçe, eğitim seviyesi arttıkça bu boyutta yer alan ifadeler katılım oranı azalmıştır. Trabzon, Zonguldak ve Kayseri illeri lider merkezlilik oranının en yüksek olduğu iller olarak öne çıkmıştır. Gelir ve eğitim değişkenleri en çok otorite üzerinden gücün tanımlandığı ve dindarlık üzerinden liderlik gücünün betimlendiği ifadelerde fark yaratmıştır. Kısaca eğitim ve gelir yükseldikçe otorite ve dindarlık üzerinden güce yapılan vurguya destek azalmıştır.

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu araştırma projesinde Türkiye’de egemen olan siyasal iklim ve sıradan insanın bu iklimden nasıl etkilendiğini değerler açısından anlamak ve açıklamak üzere yola çıkılmıştır. Temelde bir etki araştırması niteliğindeki bu çalışmada, öncelikle Türkiye’de siyasal aktörlerin söylemlerinde öne çıkan değerler belirlenmiştir. Ardından bu değerlere karşı bireylerin tutum ve beklenti düzeyleri ve söz konusu değerlerin oy verme davranışına etkisi ortaya konmaya çalışılmıştır. Analizler sonucunda siyasal aktörlerin medyaya yansıyan değer öncelikleri sıralamasıyla toplumun bu değerlere karşı tutum ve beklenti düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğu, yani siyaset söz konusu olduğunda benzer değer önceliklerine sahip oldukları gözlenmiştir. Ayrıca 2000 sonrası Türkiye siyasetinde yer alan aktörlerin zaman ve kişi farkı olmaksızın benzer değerler üzerinden kendilerini anlatmaya çalıştıkları görüşmüş, dolayısıyla Türkiye siyasetinde sıradan politik kültürün “iyi” ve “doğru”sunu temsil eden değerlerin aynı olduğu tespit edilmiştir.

3 Kasım 2002, 22 Temmuz 2007 ve 12 Haziran 2011 seçimlerinde farklı görüşlere sahip siyasal aktörlerin seçmeni ikna çalışmalarında hangi beklenti ve değerlere atıf yaptıkları sorusu çerçevesinde analizler yapılmıştır. Sonuçta, her üç seçim döneminde de söylemsel genişliği en fazla olan alt değerlerin *kendi amaçlarını belirlemek, başarılı olmak, dürüstlük ve sorumluluk sahibi olmak* değeri olduğu görülmüştür. Bu değerlerin seçim dönemleri ve siyasi partiler açısından sıralaması değişmekle birlikte önceliklerdeki yerinin sabit kaldığı tespit edilmiştir. Siyasal aktörler açısından söylemsel genişliğe sahip olan bu alt değerlerin temel biyolojik ve psikolojik gereksinimler ve motivasyonlar açısından hangi temel değer boyutlarına denk geldiğini incelemek söylemlerin genel çatısını anlamak açısından önemlidir. Bu çerçevede yapılan analizler sonucunda, siyasal aktörlerin söylemsel önceliklerinin temel değerler açısından *yardımseverlik, kendini yönetme, güç, güvenlik ve başarı* değerlerine karşılık geldiği saptanmıştır.

Türkiye’de son yıllarda siyasetçilerin söylemlerinde en çok başvurdukları temel değer, *dürüstlük* ve *sorumluluk* alt değerleriyle tanımlanan *yardımseverlik* boyutudur. Çünkü Türkiye’nin 90’lardan miras aldığı ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel sorunlar karşısında siyaset kurumu en çok çevremizdeki insanların refahını korumak ve artırmak için çalışmak ve bu uğurda kendini aşmak güdüsüne dayanan *yardımseverlik* değeri üzerinden kendini anlatma ve karşısındakini eleştirme imkanına kavuşmaktadır. Ayrıca siyasal aktörler, geleceğe dair umut yaratabilecek plan ve projelerle, gerçekleştirilebilir vaatlerle kendilerini ve atacakları adımları anlatırken *kendini yönetme* değer alanından beslenmektedir. Toplumun beklentilerini karşılamayı başarmak için gereken bilgi, birikim, beceri ve güç ve bu gücün ortaya çıkaracağı toplumsal konum vurgulanırken *başarı, güç ve güvenlik* temel değerlerine başvurulmaktadır. Bir üst aşama yani üst düzey değer boyutları açısından bu tablonun

yorumlanmasına geçtiğimizde, yanyana gelen bu temel değerlerin hangi güdülerden beslendiği daha da netleşmektedir.

Kendi başarısının peşinde olmayı ve diğerleri üzerinde hakimiyet kurmayı vurgulayan *güç ve başarı* temel değerlerinin yoğunluğu nedeniyle Türkiye’de siyaset söyleminin *kendini geliştirme* üst düzey değer alanına yaslandığı gözlenmiştir. Türkiye’nin yaşadığı sorunlar ve siyaset kurumunun kalkınma, ilerleme, sorunların çözümü adına başarı olarak gördüğü ve seçmeni ikna sürecinde argüman olarak kullandığı kriterlerin çeşitliliği ve yoğunluğu bu boyutu öncelikler sıralamasının tepesine yerleştirmiştir. Ardından *kendini aşma* yani insanların eşitliğini ve çevremizdeki diğer insanların refahını artırmayı kendi *başarı, güç* ve çıkar arayışlarımızın önüne koyan boyut gelmiştir. Kısacası Türkiye’deki siyasal aktörlerin öncelikler sıralamasında gelişmeyi, kalkınmayı, sorunların çözümünü sağlayacak icraatlara vurgu ön plandadır.

2000’ler Türkiye siyasetinde sıradan politik kültürün ortak iyisini temsil eden bu karşıt iki boyutun değer öncelikleri sıralamasında yanyana gelmesinin, Türkiye’de siyaset söyleminin karşıtlıkları, çatışmaları aynı söylem içinde eritmesini kolaylaştıran popülist eğilimlerle mümkün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Farklı dönemlerde, farklı koşullarda yapılan her üç seçim döneminde de farklı siyasal aktörlerin söylemlerinde aynı alt ve temel değerlerin ağırlıkla öne çıkmasından hareketle, Türkiye’de ortak popüler değerler üzerinden siyaset yapıldığı ve söylem üretildiği sonucuna varılmıştır. Buradan hareketle de Türkiye toplumunun siyasal kültürünün bütünleştirici popüler politik değerlerini paylaşmak, güçlendirmek, yaygınlaştırmak konusunda farklı siyasal düşüncedeki aktörlerin benzer bir tutum sergiledikleri görülmektedir.

Medyadaki siyasal söylem evreninin analizi sonucunda tespit edilen bu değer öncelikleri kümesinin toplumda nasıl karşılık bulduğunu anlamak üzere saha araştırması yapılmıştır. Türkiye’yi temsilen farklı cinsiyetteki, eğitim seviyesindeki, yaştaki, gelir düzeyindeki ve bölgedeki 4268 kişi ile yüzyüze görüşülmüştür. Analizler sonucunda ölçekte yer alan ifadelerin üç boyut altında toplandığı görülmüştür. Bu boyutlardaki ifadelerin değerler açısından ortaklaştığı, benzeştiği noktalar göz önünde bulundurularak şu şekilde adlandırılmıştır; “*istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*”, “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” ve “*güçlü liderlik beklentisi*”.

Genel olarak, insanların düzenli sosyal etkileşim beklentisi doğrultusunda insanlar ve kaynaklar üzerinde hakimiyet kurmayı ve kontrol sağlamayı önceleyen güç temelli ifadelerin “*istikrar ve düzen odaklı güçlü iktidar beklentisi*” boyutunda; insanların hayatta kalmalarını sağlayacak bireysel ihtiyaçlarına ve refah beklentilerine denk gelen bu ifadelerin ağırlıklı olarak “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutunda; siyaseti ve siyasal

aktörlerin gücünü kişisel karizmayla ve toplumdaki destekle ilişkilendiren lider merkezli anlayışa denk gelen ifadelerin “*güçlü liderlik beklentisi*” boyutunda toplandığı gözlenmiştir.

Son söz olarak, bu çalışma ile ortaya koyduğumuz veriler elbette farklı tekniklerle farklı şekillerde analiz edilebilir. Biz bu araştırmanın başında sorduğumuz sorulara cevap olacak analizlerle araştırmayı ve analizleri sınırlandırdık. Çıkış noktamız ve amacımız bireylerin siyasi tercihlerinde etkili olan değerleri belirlemek ve bu çerçevede bir siyasal değer envanteri çıkarmak değildi. Amacımız siyasal aktörlerin seçim söylemlerindeki değer önceliklerini saptamak ve Türkiye çapındaki bir alan çalışması ile seçim kampanyalarında vurgulanan bu vaat, değer ve beklentilere karşı bireylerin tutum ve beklenti düzeylerini tespit etmektir. Buna uygun bir araştırma tasarımıyla yola çıktık, veriler topladık ve analizler yaptık.

Analiz sonucunda cinsiyet, yaş, eğitim, gelir ve bölge fark olmaksızın araştırmaya katılanların ağırlıklı destek verdikleri ve oy verme davranışında etkili olduğunu onayladıkları ifadelerin “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutunda yer aldığı saptanmıştır. Bu durum, Türkiye toplumunun bireysel yaşamlarından hareketle gündelik hayatı kolaylaştırmaya, yaşadıkları sorunlara çözüm bulmaya, refah beklentisini karşılamaya kısaca rasyonel beklentilere cevap vermeye yönelik değerleri ön plana çıkarmaları şeklinde yorumlanmıştır. Ayrıca bu boyut altında toplanan değerlerin çeşitliliği ve siyasal aktörlerin söylemlerindeki *yardımseverlik, güvenlik, başarı, kendini yönetme* temel değer öncelikleri sıralamasına tek başına karşılık gelmesi ve ölçek yapısı göstermesi nedeniyle “*kalkındırmacı, dürüst, çözüm odaklı siyaset beklentisi*” boyutu tek başına ölçek olarak değerlendirilmiştir. Ek olarak Schwartz Değer Ölçeği’ndeki farklı ve hatta çatışan güdü, motivasyon ve beklentilere denk gelen değer ifadelerinin bir faktör altında toplanması nedeniyle bu boyutun “Popüler Siyasal Kültür Değer Ölçeği” olarak adlandırılabilirdiği ifade edilmiştir.

5. KAYNAKLAR

Akşin, S. 2006. "Siyasal Tarih-1995-2003". Yakınçağ Türkiye Tarihi-1980-2003. İstanbul: Milliyet Kitaplığı, 163-186.

Allport, G. W. 1961. Pattern and Growth in Personality., New York: Holt, Rinehart& Winston.

Arkonaç, S. 1998. Sosyal Psikoloji. İstanbul: Alfa Basım Yayın.

Arslan, H. 2002. "Bilgi, Naturalizm ve Değerler", Bilgi ve Değer. Ankara: Vadi Yayınları.

Bardi, A. ve Schwartz, S. H. 2003. "Values and Behavior: Strength and Structure of Relations", Personality and Social Psychology Bulletin, 29 (10), 1207-1220.

Barnea, M. F. ve Schwartz, S. H. 1998. "Values and Voting", Political Psychology, 19 (1):17-40.

Barry, N. P. 2012. Modern Siyaset Teorisi, Çev: Erdoğan M. ve Şahin Y., Ankara: Liberte Yayınları.

Başlevent, C. and Kirmanoğlu, H. 2010. "The Role of Basic Personal Values in Voting Behavior of Turkish People", Problems and Issues in International Relations. Editör: Mavrikos-Adamou, T. Athens: ATINER, 135-48.

Başlevent, C. Kirmanoğlu, H. ve Şenatalar, B. 2004. "Voter Profiles and Fragmentation in The Turkish Party System", Party Politics, 10 (3), 307-324.

Başlevent, C. Kirmanoğlu, H. ve Şenatalar, B. 2009. "Party Preferences and Economic Voting in Turkey (Now That The Crisis is Over)", Party Politics, 15 (3), 377-391.

Başlevent, C. ve Kirmanoğlu, H. 2010. "The Role of Basic Personal Values in Voting Behavior of Turkish People". Problems and Issues in International Relations, Editör: Mavrikos-Adamou T. Athens: ATINER, 135-48.

Başlevent, C. ve Kirmanoğlu, H. 2016. "Economic Voting in Turkey: Perceptions, Expectations, and the Party Choice", Research and Policy on Turkey, 1(1), 88-101.

Bauman, Z. 2004. Sosyolojik Düşünmek. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bayhan, V. 2006. "Türkiye'de Gençlik: Sorunlar, Değerler ve Değişimler". Düünden Bugüne Türkiye'nin Toplumsal Yapısı. Editör: Zencirkıran, M. Ankara: Nova Basın Yayın.

Berelson, B. 1952. Content Analysis in Communication Research. Glencoe: Free Press.

- Bilgin, N. 2005. Siyaset ve İnsan. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bilgin, N. 2006. Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bilgin, N.2014. Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Borg, I. Bard, A. Schwartz, S. H. 2015. "Does the Value Circle Exist Within Persons or Only Across Persons?", Journal of Personality.
- Bulutay, T. ve Yıldırım N. 1969. "Türk Seçmenlerinin Oy Verme Eğilimlerinde İktisadi Sebeplerin Üzerinde Bir Deneme", SBF Dergisi, 22, 7–39.
- Büyükdüvenci, S. 2002. "Değer'in Değeri Üzerine". Bilgi ve Değer. Ankara:Vadi Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. 2012. Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. Ankara:Pegem Akademi.
- Caprara, G. V. Barbaranelli C. ve Zimbardo P. G. 1999. "Personality Profiles and Political Parties", Political Psychology, 20, 175-197.
- Caprara, G. V. Schwartz S. H. Capanna C. Vecchione M. ve Barbaranelli C. 2006. "Personality and Politics: Values, Traits, and Political Choice", Political Psychology, 27:1–28.
- Caprara, G. V., Zimbardo P. G. 2004. "Personalizing Politics: A Congruency Model of Political Preferences", American Psychologist, 59 (7), 581–594.
- Cochrane, R., Billig M. ve Hogg M. 1979. "Politics and Values in Britain: A Test of Rokeach Two-Values Model", British Journal of Social and Clinical Psychology, 18, 150-167.
- Çarkoğlu, A. 1997. "Macro Economic Determinants of Electoral Support for Incumbents in Turkey, 1950–1995", New Perspectives on Turkey, 17, 75–96.
- Çarkoğlu, A. 2002. "Turkey's November 2002 Elections: A New Beginning?", Middle East Review of International Affairs (MERIA), 6, 30–41.
- Çebi, M. S. 2002. "Günümüzde Siyasetin Medyada İnşası ve Sunumu Üzerine Bazı Dikkatler", İletişim, 14, 1-33.
- Çelebi, A. 2010. "Toplum ve Siyaset". Sosyolojiye Giriş. Editör: Sezal, İ. İstanbul:Beta Yayıncılık.
- Çokluk, Ö. Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. 2012. Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları. Ankara: Pegem Akademi.
- Duverger, M. 2002. Siyaset Sosyolojisi. Çeviren: Tekeli, Ş. İstanbul:Varlık Yayınları.

- Easton, D. 1981. The Political System. Chicago: University of Chicago Press.
- Ebel, R. L. 1965. Measuring Educational Achievement. New Jersey:Prentice Hall.
- Erdoğan, N. 1998. "Demokratik Soldan Devrimci Yol'a: 1970'lerde Sol Popülizm Üzerine Notlar", Toplum ve Bilim, 78, 22-37.
- Esmer, Y. 2002. "At The Ballot Box: Determinants Of Voting Behaviour In Turkey". Politics, Parties and Elections in Turkey, Editör: Sayarı, S. ve Esmer, Y. London:Lynne Rienner.
- Esmer, Y. (2012). Türkiye Değerler Atlası. İstanbul:Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları. https://www.academia.edu/9620697/T%C3%BCrkiye_De%C4%9Ferler_Atlas%C4%B1_2012?auto=download, Son erişim tarihi:27.05.2016
- Feldman, S. 2003. "Values, Ideology, and The Structure of Political Attitudes". Oxford Handbook of Political Psychology. Editör: Sears D. O. Huddy L. ve Jervis R. New York:Oxford University Press, 477-508.
- Fichter, J. 1990. Sosyoloji Nedir?. Çeviren: Çelebi, N. Konya:Toplum Yayınları.
- Gündoğan, A. O. 2002. "Ahlaki Hayatımızın Kaynağında Toplumculuk-Bireycilik Tartışması". Bilgi ve Değer. Ankara: Vadi Yayınları.
- Hair, J. Anderson, R. Babin, B. Black, W. ve Tahtam R. 2006. Multivariate Data Analysis. New Jersey: Prentice Hall.
- Haşlaman, T. 2005. "Programlama Dersi İle İlgili Özdüzenleyici Öğrenme Stratejileri İle Başarı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Bir Yapısal Eşitlik Modeli" (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Heywood, A. 2015. Siyasetin Temel Kavramları. Çeviren: Özler, H. Ankara:Adres Yayınları.
- Hofstede, G. 1980. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. USA: Sage Publication.
- Hofstede, G. 1991. Culture and Organizations: Software Of The Mind, USA: McGraw-Hill.
- Inglehart, R. 1977. The Silent Revolution. Princeton: Princeton University Press.
- Inglehart, R. 1997. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Countries. Princeton: Princeton University Press.

Jöreskog, K. G. ve Sörbom, D. 2001. Lisrel 8: User's Reference Guide. Chicago, IL: Scientific Software International, Inc.

Kağıtçıbaşı, Ç. 2010. Günümüzde İnsan ve İnsanlar, İstanbul: Evrim Kitabevi.

Kalaycıoğlu, E. 1999. "The Shaping of Party Preferences in Turkey: Coping With The Post-Cold War Era", *New Perspectives on Turkey*, 20, 47–76.

Kalender, A. 2005. Siyasal İletişim: Seçmenler ve İkna Stratejileri. Konya: Çizgi Kitabevi.

Kışlalı, A. T. 2002. Siyaset Bilimi. Ankara: İmge Kitabevi.

Kline, R. B. 2000. Principles And Practice Of Structural Equation Modeling. NewYork: The Guilford Press.

Köse, A. 2016a. "Değer ve Siyaset İlişkisi: 22 Temmuz 2007 Seçimi Üzerine Bir Değer Analizi", *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 2-19.

Köse, A. 2016b. "2007 Seçiminin Siyasal Değer Haritası: Siyasetçilerin Söylemleri Üzerine Bir Değer Analizi", *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (2), 611-635.

Köse, Aynur ve Yılmaz, M. 2012. Seçimler ve Değerler. Trabzon: Serander Yayınları.

Laclau, E. 2007. Popülist Akıl Üzerine. Çeviren: Çelik, N. B. Ankara: Epos Yayınları.

Laclau, E. 2011. "Popülizm: Bir Ad Ne İçerir?", Çeviren: Özen, H. *Atılım Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (1), 135-146.

Lane, J. E. ve Ersson, S. 2005. Culture and Politics: A Compoarative Approach. İngiltere: Ashgate Publishing Limited.

Müller, J.W. 2017. Popülizm Nedir?. Çeviren: Yıldız, O. İstanbul: İletişim Yayınları.

Oktay, M. 2002. Politikada Halkla İlişkiler. İstanbul: Derin Yayınları.

Özhan T. Ete H. ve Bölme S. M. 2011. SETA Analiz/2011'de Türkiye, Siyaset, Ekonomi ve Toplum Vakfı.

Özkan A. (Tarihsiz). "22 Temmuz 2007 Milletvekili Seçimleri'nin Siyasal İletişim Yönetimi Bağlamında Değerlendirilmesi", <http://www.siyasaliletisim.org/dr-abdullah-oezkan/dr-abdullah-oezkan/289-q22-temmuz-2007-milletvekili-secimlerinin-siyasal-letisim-yonetimi-baglaminda-degerlendirilmesi.html>, Erişim tarihi: 13.06.2016.

Özlem, D. 2002. "Değerler Sorununda Nesnelcilik/Mutlakçılık ve Öznellik/Rölativizm Tartışması Üzerine". *Bilgi ve Değer*. Ankara: Vadi.

Piurko, Y. Schwartz, S. H. ve Davidov, E. 2011. "Basic Personal Values and The Meaning of Left-Right Political Orientations in 20 Countries", *Political Psychology*, 32 (4), 537-561.

Rokeach, M. 1979. "The Two-Value Model of Political Ideology and British Politics", *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 18, 169-172.

Rokeach, M. 1967. *Value Survey*. California: Sunnyvale.

Rokeach, M. 1973. *The Nature of Human Values*. New York: Free Press,

Sagiv, L. Roccas, S. Cieciuch, J. ve Schwartz, S.H. 2017., *Personal Values in Human Life*", *Nature Human Behaviour*, 1, 630-639,

Sayan, S. ve Berument, H. 1997. "Türkiye'de Siyaset, Ekonomik Popülizm ve Hükümetler", *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (2), 171-185.

Schermelleh-Engel, K. ve Moosbrugger, H. 2003. "Evaluating The Fit Of Structural Equation Models: Tests Of Significance And Descriptive Goodness-Of-Fit Measures", *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.

Schopenhauer, A. 2016. *Haklı Çıkma Sanatı*. Çeviren: Salihoğlu, H. Ankara:İmge Kitabevi.

Schumacker, R. E. ve Lomax, R. G. 2004. *A Beginner's Guide To Structural Equation Modeling*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Schwartz, S. H. 1992. "Universals in the Content and Structure of Values: Theory and Empirical Tests in 20 Countries". *Advances in Experimental Social Psychology*. Editör: Zanna M. P., New York: Academic Press, 25, 1-65.

Schwartz, S. H. 1994. "Are There Universal Aspects In The Content And Structure Of Values?", *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.

Schwartz, S. H. 2006. "Basic Human Values: Theory, Measurement And Applications", *Revue Française de Sociologie*, 47, 249–288.

Schwartz, S. H. Caprara G. V. ve Vecchione M. 2010. "Basic Personal Values, Core Political Values and Voting: A Longitudinal Analysis", *Political Psychology*, 31 (3), 421-452.

Schwartz, S. H. Caprara, G. V. Vecchione, M, Bain, P. Bianchi, G., Caprara, M. G. Cieciuch, J. Kirmanoglu, H. Baslevent, C. Lönnqvist, J.E. Mamali, C., Manzi, J. Pavlopoulos, V. Posnova, T. Schoen, H. Silvester, J. Tabernero, C. Torres, C. Verkasalo, M. Vondrakova, E. Welzel, C. ve Zaleski, Z. 2014. "Basic Personal Values Underlie And Give Coherence To Political Values: A Cross National Study In 15 Countries", *Political Behavior*, 36: 899-930.

Schwartz, S.H. ve Bilsky, W. 1987. "Toward A Universal Psychological Structure of Human Values", *Journal of Personality and Social Psychology*, 53 (3), 550-562,

Sharma, S. 1996. *Applied Multivariate Techniques*. New York:Josh Wiley ve Sons Inc.

Sunar, İ. 1985. "Demokrat Parti ve Popülizm". *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Sümer, N. 2000. "Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar Ve Örnek Uygulamalar", *Türk Psikoloji Yazıları*, 3 (6) ,49-74.

Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. 2007. *Using Multivariate Statistics*. USA: Pearson Education.

Taggart, P. 2004. *Popülizm*. Çeviren: Yıldırım, B. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Theodorson, G. A. ve Theodorson, A. G. 1979. *A Modern Dictionary of Sociology*. New York: Barnes & Noble.

Urhan, V. 2016. "Siyaset Felsefesinde Adalet, Eşitlik, Özgürlük", *Kaygı Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, 26, 103-119.

Yıldız, O. 2015. "Popülist İtirazdan Popülist İdareye: SYRIZA ve PODEMOS Örnekleri", *Mülkiye Dergisi*, 39 (2), 291-296.

TÜBİTAK
PROJE ÖZET BİLGİ FORMU

Proje Yürütücüsü:	Doç. Dr. AYNUR KÖSE
Proje No:	114K788
Proje Başlığı:	2000'ler Türkiye'sinin Siyasal Değer Haritası: Siyasal Söylemler ve Siyasi Tercihler Arasındaki İlişkinin Değerler Açısından İncelenmesi
Proje Türü:	1001 - Araştırma
Proje Süresi:	24
Araştırmacılar:	MUSTAFA YILMAZ, EYLEM ARSLAN, FATİH KEZER
Danışmanlar:	KAMİLE OYA PAKER
Projenin Yürütüldüğü Kuruluş ve Adresi:	KARADENİZ TEKNİK Ü. İLETİŞİM F. GAZETECİLİK B.
Projenin Başlangıç ve Bitiş Tarihleri:	01/05/2015 - 01/10/2017
Onaylanan Bütçe:	304408.0
Harcanan Bütçe:	264142.57
Öz:	Siyaset ve değer ilişkisine odaklanan bu çalışma siyasal aktörlerin söylemlerine gömülü değerleri belirlemeyi ve bunların insanlardaki karşılığını değerler açısından anlamayı amaçlıyor. Türkiye'de siyasal söylemin ortak bir siyasal popüler kültürden beslendiği, kazanan/kaybeden parti farkı olmaksızın benzer değerlerin kullanıldığı saptanmıştır.
Anahtar Kelimeler:	Türkiye, Schwartz Değer Ölçeği, değer, siyasal söylem, seçim
Fikri Ürün Bildirim Formu Sunuldu Mu?:	Hayır
Projeden Yapılan Yayınlar:	1- 2007 SEÇİMİNİN SİYASAL DEĞER HARİTASI: SİYASETÇİLERİN SÖYLEMLERİ ÜZERİNE BİR DEĞER ANALİZİ (Makale - Diğer Hakemli Makale), 2- Değer ve Siyaset İlişkisi: 22 Temmuz 2007 Seçimi Üzerine Bir Değer Analizi (Makale - Diğer Hakemli Makale), 3- The Role of Values in the Relationship between Political Discourse and Political Preferences: An Analysis of Turkey's 12 June 2011 Parliamentary Elections from a Values Perspective (Bildiri - Uluslararası Bildiri - Sözlü Sunum), 4- Analyse Political Discourse in Terms of Values: Example of Election July 22, 2007 (Bildiri - Uluslararası Bildiri - Sözlü Sunum),