

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

SOSYAL İLİŞKİLERİN TÜRK SEÇMENİNİN
SİYASAL DAVRANIŞINA ETKİSİ
DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN **HAZIRLAYAN**
Prof. Dr. Y. Cemalettin ÇOPUROĞLU **Adem DOĞAN**

ELAZIĞ / 2014

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

SOSYAL İLİŞKİLERİN TÜRK SEÇMENİNİN SİYASAL DAVRANIŞINA
ETKİSİ

DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN
Prof. Dr. Y. Cemalettin ÇOPUROĞLU

HAZIRLAYAN
Adem DOĞAN

Jürimiz 24/06/2014 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu Doktora tezini oy birliği ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

- 1. Prof. Dr. Zahir KIZMAZ**
- 2. Prof. Dr. Y. Cemalettin ÇOPUROĞLU**
- 3. Doç. Dr. Taner TATAR**
- 4. Yrd. Doç. Dr. Beyzade Nadir ÇETİN**
- 5. Yrd. Doç. Dr. Hasan UZUN**

F.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih ve sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Zahir KIZMAZ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET**Doktora Tezi****Sosyal İlişkilerin Türk Seçmeninin Siyasal Davranışına Etkisi****Adem DOĞAN****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****Sosyoloji Anabilim Dalı****Kurumlar Sosyoloji Bilim Dalı****Elazığ / 2014, Sayfa: XXIII + 446**

Sosyal ilişki, toplumsal yaşamın en temel ve en önemli öğelerinden biridir. Bu önem örgütlü toplumlarda çok daha belirleyici bir özellik sergilemektedir. Sosyal ilişki biçimlerimiz, tutumlarımızı, davranışlarımızı, inançlarımızı, kültürümüzü ve kimliğimizi oluşturmaktadır.

Bireylerin davranışlarının oluşmasında ve şekillenmesinde yaşadığı toplumsal yapı içerisindeki birçok faktör etkili olabilmektedir. Sosyal yapının bir parçası olarak birey, ilişkide ve iletişim içerisinde bulunduğu, aile, okul, arkadaş grupları, sivil toplum kuruluşları, siyasi partiler, cemaatler, meslek kuruluşları gibi sosyal gruplardan ve kitle iletişim araçlarından etkilenmekte; bunların etkisiyle siyasal davranışlarını oluşturmaktadır.

Seçmen olarak bireyin siyasal davranışının oluşması sürecinde birey çeşitli iç ve dış faktörlere maruz kalmaktadır. Hiç şüphesiz bu faktörler arasında sosyal grupların ve bu gruplarla gerçekleştirilen iletişim sürecinin önemli bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Seçmen, siyasal davranışını oluştururken, uyma, ikna ya da itaat duygusu çerçevesinde içerisinde bulunduğu grubun etkisinde kalır. Grup normu ve değerleri doğrultusunda grup üyelerinin bir konuya karşı benzer bir tutum ve davranışı gerçekleştirmeleri beklenmektedir.

Sosyal ilişki gruplarının seçmen olarak bireyin, siyasal davranışına etkileri farklı düzeylerde ve şekillerde gerçekleşebilmektedir. Bu sosyal ilişkinin biçimi, sosyal

ilişkinin süresi, sosyal ilişkinin oluşturduğu tutumlar ve değerlere göre farklıdır. Ancak, bunların nasıl gerçekleştiği ve ne düzeyde etkilerinin bulunduğu bilimsel bir araştırma kapsamında tüm yönleriyle ortaya konulması gereği bulunmaktadır. Çünkü, genelde sosyal bilimler alanında özelde de seçmen davranışı çalışmalarında sosyal ilişkilerin seçmen davranışına etkisi bugüne kadar araştırmaya ve değerlendirmeye tabi tutulmamıştır. Bu çalışmada sosyal ilişkilerin seçmenin siyasal davranışına etkisi belirlenmeye çalışılacaktır.

Literatürde sosyal ilişkilerin siyasal tercihe etkisine ilişkin bütüncül bir çalışmanın olmaması; çalışmanın temel motivasyonlarından biridir. Bu çalışmada, bireylerin siyasal davranış bağlamında, sosyal ilişki deneyimlerinin açıklanması, keşfedici ve betimleyici nitelikte bir alan araştırması yapılmasını gerekli kılmaktadır.

Bu çerçevede, bu çalışmada "Sosyal İlişkilerin Türk Seçmenin Siyasal Davranışına Etkisi"nin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu yönüyle özgün ve literatüre katkı sağlayacak olan ve Türkiye'nin 12 kentinde yapılan çalışmada nicel veri toplama tekniği kullanılmıştır. Çalışmada alan araştırması yöntemi esas alınarak ve veriler 12 ilde 2579 örneklem üzerinde yüz yüze anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; siyasal sosyalleşme sürecindeki temel rolü dolayısıyla aile, siyasal davranış üzerindeki etkisi olan sosyal grupların başında gelmektedir. Akrabalarla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi sosyal ilişkilerin gerçekleşme düzeyi ile doğru orantılıdır. Komşularla sosyal ilişkiler, farklı kimliğe ve siyasal kültüre ait olan bireylerin sosyal birlikteliği olarak değerlendirildiğinden siyasal davranışa etkisi diğer sosyal gruplara göre çok daha düşük düzeyde görülmektedir. Arkadaşlarla sosyal ilişkilerin sadece sosyal değil siyasal boyutu da bulunmaktadır. Arkadaşlarla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisinde meslekte çalışma süresi, arkadaşların siyasal tercih için yönlendirmede bulunması ve arkadaşların siyasi görüşleri önemli faktörler olarak değerlendirilmektedir. Cemaat üyelerinin bir bölümünün cemaatin önde gelenlerinin isteği doğrultusunda bir siyasi parti ya da adaya oy verdiği belirlenmiştir. Bu etkide sosyal çevreden dışlanma endişesi ya da sosyal çevrenin baskısından daha ziyade dini inançların öne çıktığı görülmektedir. STK üyelerinin faaliyetlere katılım düzeyi arttıkça diğer bir ifade ile STK ile sosyal ilişki sıklığı arttıkça bu sosyal grubun siyasal davranışa etkisi de artmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal İlişkiler, Sosyal Gruplar, Siyasal Toplumsallaşma, Siyasal Davranış, Seçmen

ABSTRACT

PhD Thesis

The Effect of Social Relations on the Political Behaviours of Turkish Voters

Adem DOĞAN

The University of Fırat

The Institute of Social Sciences

Department of Sociology

Institutions Sociology

Elazığ / 2014, Pages: XXIII + 446

Social relation is one of the most basic and important elements of social life. This importance has a more deterministic characteristic in organized societies. Our social relation types form our attitudes, behaviours, beliefs, culture and identity.

Many factors in the society that the individuals live may be effective on forming their behaviours. Individual, as a part of social structure, is being effected by the media and social groups such as family, school, friend groups, non-governmental organisations, political parties, congregations, profession foundations; they form their political behaviours in effect of all these.

As a voter, the individual is subjected to many internal and external factors in the process of the formation of their political behaviour. It is considered that the social groups and the communication process among these groups are undoubtedly effective significant factors amongst these factors. While forming his political behaviour, the voter is effected by the group he is in membership in the frame of compliance, persuasion or obedience. Meanwhile the group members are expected to carry out a similar attitude and behaviour towards a matter according to the group norms and values.

Social relation groups have effects in different levels and forms on the individual as a voter. This differs than the form of social relation, the duration of the social relation, the attitudes and values that are generated by social relation. However there is a

need of a scientific study to produce how these are actualized and at what level they have effects. Because generally in the field of social sciences, specifically in the researches of voter behaviours, the effect of social relations on voter behaviour has not ever been studied, nor considered.

The lack of an integrated study in the literature about the effect of social relations on political choice is one of the basic motivations of the study. Explaining the social relation experiences in the context of political behaviours of the individuals in this study, necessitate an exploratory and descriptive field research.

In this context, "Turkish political behavior of voters on the impact of social relations" is intended to describe. From this perspective will be unique and will be conducted in 12 cities of Turkey in this study, quantitative data collection techniques were used. This work, according to a research methods and survey data of 2579 samples in 12 cities were face to face to get using.

According to the findings obtained from the research; therefore essential role of the family in the process of political socialization, political behavior of social groups that have an impact on the tops. The effect of social relationships with relatives of political behavior is directly proportional to the level of realization of social relations. Social relations with neighbors belonging to different political culture identity and social cohesion of individuals are considered as other social groups influence political behavior is seen in much lower levels .Not only the political dimension of social relations with friends of social are also available. Influence political behavior, social relationships with friends while working in the profession, friends and colleagues have routing to the political preferences of the political opinions are regarded as important factors. A section of members of the congregation at the request of the congregation leading a political party or candidate is determined to vote. This effect of the social environment or social environment of exclusion from the pressures of concern rather is seen by the emergence of religious beliefs. As the level of NGO participation in activities of members of NGOs and social relations, in other words, the increased frequency of these social groups influence political behavior is also increasing.

Keywords: Social Relations, Social Groups, Political Socialization, Political Behaviour, Voter.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	II
ABSTRACT	IV
İÇİNDEKİLER.....	VI
TABLolar LİSTESİ	XII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XX
GRAFİKLER LİSTESİ	XXI
ÖNSÖZ.....	XXII
GİRİŞ.....	1

I. BÖLÜM

1. SOSYAL İLİŞKİLER VE TOPLUMSAL GRUPLAR	6
1.1. Sosyal İlişki Olgusuna Genel Bir Bakış: Temel Yaklaşımlar	7
1.2. Gelenekselden Moderniteye Değişen Sosyal İlişkiler	16
1.3. Sosyal Gruplar Tanımı ve Özellikleri.....	20
1.3.1. Sosyal Grupların Oluşumu	23
1.3.2. Grupların Fonksiyonları	24
1.3.3. Grupların Bireyler Üzerindeki Etkileri	25
1.4. Sosyal İlişki Grupları.....	29
1.4.1. Birincil ve İkincil Gruplar	30
1.4.2. Cemaat ve Cemiyet	35
1.4.3. Formel (Resmi) ve İnformel (Resmi Olmayan) Gruplar	46
1.4.4. Geçici Gruplar ve Sürekli Gruplar	49
1.4.5. İradi Gruplar ve Gayri İradi Gruplar	50
1.4.6. Üyelik ve Referans Grupları.....	50

II. BÖLÜM

2. YENİ TEORİLER BAĞLAMINDA SOSYAL İLİŞKİLER	53
2.1. Jean Baudrillard ve Tüketim Toplumu	55
2.2. Manuel Castells ve Ağ Toplumu.....	64
2.3. Richard Sennett ve Mahremiyet Toplumu	71
2.4. Zygmunt Bauman ve Bireyselleşmiş Toplum.....	81
2.5. Alain Touraine ve Programlanmış Toplum	90

III. BÖLÜM

3. TOPLUMSALLAŞMA OLGUSU VE SİYASAL TOPLUMSALLAŞMA SÜRECİ.....	99
3.1. Toplumsallaşma.....	100
3.2. Siyasal Toplumsallaşma	107
3.3. Siyasal Toplumsallaşma Kuramları.....	112
3.3.1. İşlevselci Yaklaşım	112
3.3.2. Çatışmacı Yaklaşım	114
3.3.3. Psikanalitik Yaklaşım.....	115
3.4. Siyasal Toplumsallaşma Araçları.....	116
3.4.1. Aile	117
3.4.2. Arkadaşlık Grupları.....	122
3.4.3. Okul.....	125
3.4.4. Kitle İletişim Araçları.....	130
3.4.5. Cemaatler	138
3.4.6. Sivil Toplum Kuruluşları.....	140

IV. BÖLÜM

4. SİYASAL DAVRANIŞ VE SİYASAL DAVRANIŞI ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	142
4.1. Siyasal Davranış Kavramına Genel Bir Bakış	142
4.2. Siyasal Davranış İle İlgili Teorik Yaklaşımlar.....	147
4.2.1. Sosyolojik Yaklaşım	148
4.2.2. Sosyo-Psikolojik Yaklaşım ya da Partiyle Özdeşleşme	151
4.2.3. Rasyonel Tercih Yaklaşımı	154
4.2.4. Ekonomi Politik Yaklaşımı	157
4.3. Siyasal Davranışı Etkileyen Faktörler	160
4.3.1. Siyasal Parti	160
4.3.2. Lider	163
4.3.3. Aday	166
4.3.4. Seçmen	167
4.3.5. Seçim Sistemleri	170
4.3.6. Seçim Türü(Genel Seçim-Yerel Seçim).....	171
4.3.7. Propaganda	172

4.3.8. Kanaat Önderleri	174
4.3.9. Kamuoyu Araştırmaları	175
4.3.10. Din	177
4.3.11. Aile	179
4.3.12. Baskı Grupları	180
4.3.13. Kitle İletişim Araçları	182
4.3.14. Yerleşim Yeri (Kent-Köy)	187
4.3.15. İklim Koşulları	190
4.3.16. Genler	191

V.BÖLÜM

5. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	194
5.1. Literatüre İlişkin Bir Değerlendirme	194
5.2. Araştırmanın Konusu ve Amaçları	201
5.3. Araştırmanın Önemi	203
5.4. Araştırma Soruları ve Hipotezler	204
5.5. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Sınırlılıkları	207
5.6. Bilgi Toplama Araçları	210
5.7. Anket Formunun Hazırlanması	210
5.8. Uygulama	211

VI. BÖLÜM

6. SOSYAL İLİŞKİLERİN TÜRK SEÇMENİNİN SİYASAL DAVRANIŞINA ETKİSİ ALAN ARAŞTIRMASI: BULGULAR VE YORUMLAR	212
6.1. SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER	212
6.1.1. Cinsiyet Dağılımı	212
6.1.2. Yaş Dağılımı	213
6.1.3. Eğitim Durumu	214
6.1.4. Meslek	215
6.1.5. Meslekte Çalışma Süresi	216
6.1.6. Gelir Durumu	217
6.1.7. Sosyal Sınıf	218
6.1.8. Medeni Durum ve Çocuk Sahibi Olma	221
6.1.9. Yaşanılan Yerleşim Birimi ve Yerleşim Biriminde İkamet Süresi	222
6.1.10. Konutun Türü	225

6.1.11. Konutun Mülkiyet Türü.....	226
6.2. TÜRK TOPLUMUNDA SOSYAL İLİŞKİLER;	228
BİRLİKTE YAŞAYABİLİYOR MUYUZ?	228
6.2.1 Hanehalkı Üyelerinin Birlikte Yaptığı Faaliyetler	229
6.2.2. Akraba, Arkadaş ve Yakınları Ziyaretleri	231
6.3. GRUP KAZANIMI: BİR GRUBUN İÇERİSİNDE BULUNMA NEDENLERİ .	235
6.3.1 Bir Grubun İçerisinde Bulunmanın Sağladığı Katkılar	236
6.3.2. Bir Konuda Yardıma İhtiyaç Olduğunda Başvurulan Kişi.....	238
6.4. AİLE VE SOSYAL İLİŞKİLER	241
6.4.1. Aile Türüne Göre Dağılım.....	242
6.4.2. Hane Halkı Üyelerinin Bir Araya Geldikleri Zaman	243
6.5. AİLE VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA	247
AİLE ÜYELERİNİN SOSYAL İLİŞKİLERİ	247
6.5.1. Aile Üyelerinin Siyasal Gündemle İlgili Konuşması	248
6.5.2. Siyasal Seçimlerde Oy Kullanmadan Önce Aile Üyeleriyle Görüşme	249
6.5.3. Aile Üyelerinin Siyasal Tercihi	251
6.5.4. Ailede Siyasal Tercihe Karar Veren Kişi	252
6.5.5. Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Üzerine Oy Verme.....	254
6.6. AKRABA İLİŞKİLERİ VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA	
AKRABALARIN SOSYAL İLİŞKİLERİ	258
6.6.1. Görüşülen Akrabalarla Oturma Mesafesi	259
6.6.2. Akrabalarla Yüz Yüze Görüşme Sıklığı.....	260
6.6.3. Akrabalardan Birinin Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu	262
6.7. KOMŞULUK İLİŞKİLERİ VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA	
KOMŞULARLA SOSYAL İLİŞKİLER.....	267
6.7.1 Komşuların Kimlerden Oluştugu	269
6.7.2 Komşularla Görüşme Sıklığı	270
6.7.3. Komşularla Görüşülen Mekan	271
6.7.4 Komşulardan Memnuniyet Düzeyi	273
6.7.5 Komşuların Siyasal Tercihe Etkisinin Olması.....	274
6.7.6. Komşulardan Birinin Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu	274
6.8. ARKADAŞLIK İLİŞKİLERİ VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA	
ARKADAŞLARLA SOSYAL İLİŞKİLER	279

6.8.1 Arkadaşların Oluştığı Çevre	279
6.8.2. Arkadaşlar ile Görüşme Mekânı	280
6.8.3. Arkadaşlardan Memnuniyet Düzeyi	281
6.8.4. Arkadaşlarla Sosyal İlişkilerin Boyutu	282
6.8.5. Arkadaşlardan Birinin İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu	284
6.9. CEMAAT VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA CEMAAT ÜYELERİNİN SOSYAL İLİŞKİLERİ	294
6.9.1 Yakın Çevre ya da Arkadaşların Dini Cemaatlerle İlişkisi Olma Durumu	295
6.9.2. Katılımcıların Dini Cemaatlerle İlişkisi	296
6.9.3. Cemaate Katılma Nedeni	298
6.9.4. Cemaate Katılmada Etkili Olan Sosyal Grup	299
6.9.5. Siyasal Seçim Dönemlerinde Cemaatin Önde Gelenlerinin Siyasal Tercih İçin Yönlendirme Durumu	300
6.9.6. Cemaat Üyelerinden Birinin İsteği ya da Önerisi Üzerine Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu	301
6.10. SİVİL TOPLUM VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA SİVİL TOPLUM KURUŞLARI VE SOSYAL İLİŞKİLER	307
6.10.1. Katılımcıların Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği	307
6.10.2. Sivil Toplum Kuruluşunun Türü	311
6.10.3. Üye Olunan Sivil Toplum Kuruluşunun Faaliyetlerine Katılım Sıklığı	313
6.10.4. Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Nedeni	313
6.10.5. Üye Olunan STK'nın Siyasal Tercih İçin Yönlendirmede Bulunma Durumu	315
6.10.6. Üye Olunan STK'nın İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu	316
6. 11. SOSYAL MEDYA VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA SOSYAL MEDYA GRUPLARI İLE SOSYAL İLİŞKİLER	320
6.11.1. Katılımcıların İnternet Kullanma Durumları	320
6.11.2. Katılımcıların Sosyal Medyada Hesabı Bulunma Durumu	322
6.11.3. Sosyal Medyayı Kullanma Amacı	325
6.11.4. Sosyal Paylaşım Ağındaki Arkadaş Sayısı	326
6.11.5. Sosyal Medyada Arkadaşların Sosyal Çevreye Oranı	327
6.11.6. Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma	328
6.11.7. Sosyal Medyada Takip Edilen Grupların Siyasal Tercihi Belirleme Etkisi ..	332

6.11.8. Sosyal Medyada Üyesi Olunan Grubun İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu	333
6.12. MEDYA VE SOSYAL İLİŞKİLER.....	338
6.12.1. Televizyon ve Sosyal İlişkiler.....	339
6.13. SİYASAL PROPAGANDA ARAÇLARI VE SİYASAL DAVRANIŞ	344
6.13.1. Siyasal propaganda Araçlarının Siyasal Davranışa Etkisi.....	344
6.14. SOSYAL ÇEVRE VE SİYASAL DAVRANIŞ	350
6.14.1. Sosyal Çevrenin Siyasal Davranışa Etkisi.....	350
6.15. DİNİ DEĞERLER VE SİYASET: DİNİ DEĞERLERİN SİYASAL DAVRANIŞA YANSIMASI.....	357
6.15.1. Dini Kimlik Tanımlamaları	358
6.15.2. Dini Pratikleri Yerine Getirme.....	359
6.15.3. Siyasal Davranış ve Dini Tutumlar	360
6.16. SİYASAL PARTİ ÜYELİĞİ VE SİYASAL KATILIM.....	369
6.16.1. Seçim Kampanyası Sırasında Miting veya Siyasi Toplantıya Katılma.....	370
6.16.2. Siyasal Seçim Dönemlerinde Seçim Bürolarına Gitme Durumu.....	372
6.16.3. Seçim Kampanyasında Bir Parti ya da Adaya Çalışma	374
6.16.4. Siyasi Parti ya da Adayların Ev Ziyaretlerinin Siyasal Tercihe Etkisi	376
6.16.5. Kamuoyu Araştırmalarının Siyasi Tercihe Etkileri.....	377
6.16.6. Parti Liderinin Siyasal Davranışa Etkisi.....	378
6.16.7. Siyasal Parti Üyeliği.....	380
6.16.8. Siyasal Katılma Biçimleri.....	383
6. 17. SİYASET VE KİMLİK:	387
SİYASAL KİMLİK Mİ? KİMLİK SİYASETİ Mİ?	387
6.17.1. Siyasal Kimlik.....	388
6.17.2. Kimlik.....	390
6.18. SİYASAL BİLGİ EDİNME KAYNAKLARI	392
6.18.1. Siyasal Bilgi Edinme Kaynakları.....	392
6.18. 2. Siyasal Davranış Kararının Netleştiği Zaman	394
SONUÇ.....	398
KAYNAKÇA.....	410
EKLER.....	437
ÖZGEÇMİŞ.....	446

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Cinsiyete Göre Dağılım.....	213
Tablo 2. Yaşa Göre Dağılım	214
Tablo 3. Eğitim Durumuna Göre Dağılım	215
Tablo 4. Mesleğe Göre Dağılım	216
Tablo 5. Meslekte Çalışma Süresi	217
Tablo 6. Gelir Durumuna Göre Dağılım.....	218
Tablo 7. Sosyal Sınıf Algısı	219
Tablo 8. Gelir Durumuna Göre Sosyal Sınıf Algısı	220
Tablo 9. Mesleğe Göre Sosyal Sınıf Algısı.....	221
Tablo 10. Medeni Duruma Göre Dağılım.....	222
Tablo 11. Çocuk Sahibi Olma Durumu	222
Tablo 12. Yaşanan Yerleşim Birimine Göre Dağılım	223
Tablo 13. Yaşanan Yerleşim Biriminde İkamet Süresi	224
Tablo 14. Oturulan Konutun Türü.....	225
Tablo 15. Oturulan Konutun Mülkiyet Durumu	226
Tablo 16. Hanede Yaşayan Kişi Sayısı.....	227
Tablo 17. Hanehalkı Üyelerinin Beraberce Yaptıkları Faaliyetler ve Sıklıkları.....	229
Tablo 18. Akraba, Arkadaş ve Yakınları Ziyaret Durumları ve Sıklıkları	232
Tablo 19. Bir Grubun İçerisinde Bulunmanın Sağladığı Katkılar.....	236
Tablo 20. Herhangi Bir Konuda Yardıma veya Görüşe İhtiyaç Olduğunda Başvurulan Kişi	238
Tablo 21. Cinsiyet ve Öğrenim Durumuna Göre, Herhangi Bir Konuda İhtiyaç Duyulduğunda Başvurulan Kişi.....	239
Tablo 22. Aile Türüne Göre Dağılım	242
Tablo 23. Hane Halkı Üyelerinin Bir Araya Geldikleri Zaman ve Sıklıkları.....	244
Tablo 24. Yerleşim Yeri Göre Aile Üyelerinin Genellikle Bir araya Geldikleri Zaman.....	245
Tablo 25. Aile Üyeleriyle Siyasal Gündemle İlgili Konuşma Durumu.....	248
Tablo 26. Siyasi Parti Üyeliği İle Aile Bireyleri Bir Araya Geldiğinde Siyasal Gündemle İlgili Konuşmalar Yapılma Sıklığı	249
Tablo 27. Siyasal Seçimlerde Oy Kullanmadan Önce Aile Üyeleriyle Görüşme Durumu.....	250

Tablo 28. Siyasal Parti Üyeliğine Göre Siyasal Seçimlerde Oy Vermeden Önce Aile Üyelenin Olarak Görüş Alış Verişinde Bulunma Düzeyi	251
Tablo 29. Aile Üyelerinin Siyasal Tercihi	252
Tablo 30. Ailede Siyasal Tercihe Karar Veren Kişi.....	253
Tablo 31. Cinsiyete Göre, Ailede Siyasal Tercihe Karar Veren Kişi.....	254
Tablo 32. Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme	255
Tablo 33. Cinsiyete Göre, Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme	255
Tablo 34. Öğrenim Durumuna Göre Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme	256
Tablo 35. Medeni Duruma Göre, Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme	257
Tablo 36. Yaşa Göre, Aile Üyelerinden Birinin İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)	257
Tablo 37. Görüşülen Akrabalarla Oturma Mesafesi.....	259
Tablo 38. Akrabalarla Yüz Yüze Görüşme Sıklığı	260
Tablo 39. Cinsiyete Göre, Akrabalarla Yüz Yüze Görüşme Sıklığı	261
Tablo 40. Yerleşim Yeri Göre Akrabalarla Yüz Yüze Görüşme Sıklığı	261
Tablo 41. Akrabalardan Birinin Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu	263
Tablo 42. Akrabalarla Yüz yüze Görüşme Düzeyine Göre Bir Akrabanın İsteği Üzerine Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu	263
Tablo 43. Akrabanın İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum Yargısına Katılım Düzeyi	264
Tablo 44. Akrabanın İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Seçim Döneminde Çevremden Siyasi Tercihlerim Konusunda Baskı Yapıldığını Hissediyorum Yargısına Katılım Düzeyi	265
Tablo 45. Akrabanın İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Bir Gruba Ait Olmak Aidiet ve Kimlik Kazandırır Yargısına Katılım Düzeyi	266
Tablo 46. Yaşa Göre, Bir Akrabanın İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)	266
Tablo 47. Komşuların Kimlerden Oluştugu.....	269

Tablo 48. Komşularla Görüşme Sıklığı	271
Tablo 49. Komşularla Görüşülen Mekân	272
Tablo 50. Cinsiyete Göre, Komşularla Görüşülen Mekan	273
Tablo 51. Komşulardan Memnuniyet Düzeyi	273
Tablo 52. Komşuların Siyasal Tercihe Etki Durumu	274
Tablo 53. Komşulardan Birinin Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu	274
Tablo 54. Komşulardan Memnuniyet Düzeyine Göre Komşulardan Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu	275
Tablo 55. Sosyal Sınıf Algısına Göre Komşulardan Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu	276
Tablo 56. Komşuların İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum Yargısına Katılım Düzeyi	277
Tablo 57. Komşuların İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Seçim Döneminde Çevremden Siyasi Tercihlerim Konusunda Baskı Yapıldığını Hissediyorum Yargısına Katılım Düzeyi	278
Tablo 58. Yaşa Göre, Komşulardan Birinin İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)	278
Tablo 59. Arkadaşların Oluştugu Çevre	280
Tablo 60. Arkadaşlar ile Görüşme Mekanı	281
Tablo 61. Arkadaşlardan Memnuniyet Düzeyi	282
Tablo 62. Arkadaşlarla Sosyal İlişkilerin Boyutu	283
Tablo 62. Arkadaşlardan Birinin İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu ...	285
Tablo 63. Cinsiyete Göre Arkadaşların Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme	285
Tablo 64. Yaşa Göre, Arkadaşların İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)	285
Tablo 65. Meslekte Çalışma Süresine Göre Arkadaşların İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu	286
Tablo 66. Arkadaşlarım Siyasal Tercih İçin Yönlendirme Yapar Yargısına Katılım Durumuna Göre Arkadaşların Önerisi veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu	287

Tablo 67. Siyasi Parti Üyelğine Göre Arkadaşlarımla Siyasal Tercih Konusunda Yönlendirme Yaparım Yargısına Katılım Düzeyi	288
Tablo 68. Arkadaşlarla Siyasal Konuları Konuşma Durumuna Göre Arkadaşlarınızın Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme	289
Tablo 69. Arkadaşlarımla Siyasal Tercih İçin Yönlendirme Yapar Yargısına Katılım Durumuna Göre Arkadaşların Önerisi veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme	290
Tablo 70. Siyasi Parti Üyelğine Göre Arkadaşlarımla Siyasal Konuları Konuşurum Yargısına Katılım Düzeyi	291
Tablo 71. Arkadaşların Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumuna Göre Arkadaşlarıma Güvenirim Yargısına Katılım Düzeyi	292
Tablo 72. Arkadaşlarımla Görüşleri Siyasal Tercihlerimi Belirlemede Önemli Yargısına Katılım Durumuna Göre Arkadaşların Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme	293
Tablo 73. Yakın Çevre ya da Arkadaşların Dini Cemaatlerle İlişkisi Olma Durumu ..	295
Tablo 74. Katılımcıların Dini Cemaatlerle İlişkisi	296
Tablo 75. Yerleşim Yeri İle Herhangi Bir Dini Cemaatle İlişki Durumu	297
Tablo 76. Cemaate Katılma Nedeni	298
Tablo 77. Cemaate Katılmada Etkili Olan Sosyal Grup	299
Tablo 78. Cinsiyete Göre Cemaate Katılmada En Çok Etkili Olan Sosyal Grup	300
Tablo 79. Siyasal Seçim Dönemlerinde Cemaatin Önde Gelenlerinin Siyasal Tercih İçin Yönlendirme Durumu	301
Tablo 80. Cemaat Üyelerinden Birinin İsteği ya da Önerisi Üzerine Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu.....	302
Tablo 81. Yaşa Göre, Cemaat Üyelerinden Birinin İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)	302
Tablo 82. Cemaatin Önde Gelenlerinin Siyasal Tercih İçin Yönlendirmede Bulunması Durumuna Göre Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu	303
Tablo 83. Siyasi Parti Üyelğine Göre Herhangi Bir Dini Cemaatle İlişki Durumu ...	304
Tablo 84. Dini Cemaatle İlişki Biçimine Göre Oy Verme Kararımda Dini İnançlarımla Etkilidir Yargısına Katılım Düzeyi	305
Tablo 85. Dini Bir Cemaatle İlişki Durumuna Göre Siyasal Tercih	306

Tablo 86. Katılımcıların Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği.....	308
Tablo 87. Cinsiyete Göre, Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği	308
Tablo 88. Yaşa göre, Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği.....	309
Tablo 89. Sosyal Sınıfa Göre Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği	310
Tablo 90. Öğrenim Durumuna Göre Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği	311
Tablo 91. Sivil Toplum Kuruluşunun Türü	312
Tablo 92. Üye Olunan Sivil Toplum Kuruluşunun Faaliyetlerine Katılım Sıklığı	313
Tablo 93. Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Nedeni	314
Tablo 94. Üye Olunan STK'nın Siyasal Tercih İçin Yönlendirmede Bulunma Durumu	315
Tablo 95. Üye Olunan STK'nın İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu	316
Tablo 96. Cinsiyete Göre Üye Olunan STK'ların Seçim Dönemlerinde Siyasal Tercihiniz İçin Yönlendirmede Bulunma Durumu	317
Tablo 97. Üye Olunan STK'nın İsteği Üzerine Oy Verme Durumuna Göre Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum Yargısına Katılım Düzeyi	317
Tablo 98. Üye Olunan STK'nın İsteği Üzerine Oy Verme Durumuna Göre Seçim Döneminde Çevremden Siyasi Tercihlerim Konusunda Baskı Yapıldığını Hissediyorum Yargısına Katılım Düzeyi	318
Tablo 99. Yaşa Göre, Üye Olunan Sivil Toplum Kuruluşu'nun İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)	319
Tablo 100. Katılımcıların İnternet Kullanma Durumları.....	321
Tablo 101. Cinsiyete Göre İnternet Kullanma Durumu	321
Tablo 102. Katılımcıların Sosyal Medyada Hesabı Bulunma Durumu	322
Tablo 103. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Hesabı Bulunma Durumu	323
Tablo 104. Öğrenim Durumuna Göre Sosyal Medya Hesabı Bulunma Durumu	324
Tablo 105. Yaşa Göre Sosyal Medya Hesabı Bulunma Durumu.....	325
Tablo 106. Sosyal Medyayı Kullanma Amacı	326
Tablo 107. Sosyal Paylaşım Ağındaki Arkadaş Sayısı.....	327
Tablo 108. Sosyal Medyada Arkadaşların Sosyal Çevreye Oranı	327
Tablo 109. Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma	328
Tablo 110. Cinsiyete Göre Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma	329
Tablo 111. Siyasi Parti Üyeliğine Göre Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma	330

Tablo 112. Oy Verilen Partiye Göre Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma Durumu.....	331
Tablo 113. Sosyal Medyada Takip Edilen Grupların Siyasal Tercihi Belirlemeye Etkisi	332
Tablo 114. Cinsiyete Göre, Sosyal Medyada Takip Edilen Kişi ya da Grupların Siyasal Tercihi Belirlemeye Etkisi.....	333
Tablo 115. Sosyal Medyada Üyesi Olunan Grubun İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu	333
Tablo 116. Yaşa Göre, Üye Olunan Sosyal Medya Grubunun İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)	334
Tablo 117. Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma Durumuna Göre Sosyal Medya Grubunun İsteği Ya Da Önerisi Üzerine Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu.....	334
Tablo 118. Sosyal Medyada Grubun İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum Yargısına Katılım Düzeyi.....	335
Tablo 119. Sosyal Medyada Grubun İsteği Üzerine Bir Partiye Verme Durumuna Göre Sosyal Çevremin Siyasi Tercihi Neyse Benim Siyasi Tercihim de Odur Yargısına Katılım Düzeyi.....	336
Tablo 120. Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma Durumuna Göre Sosyal Medyada Takip Edilen Kişi ya da Grupların Siyasal Tercihi Belirlemede Etkisi.....	337
Tablo 121. Televizyon ve Sosyal İlişkiler	339
Tablo 122. Cinsiyete Göre, “Televizyon Sosyal İlişkileri Olumsuz Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi.....	340
Tablo 123. Cinsiyete Göre, Televizyon Yalnızlığı Giderir Yargısına Katılım Düzeyi	340
Tablo 124. Medeni Duruma Göre “Televizyon Sosyal İlişkileri Olumsuz Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi.....	341
Tablo 125. Medeni Duruma Göre “Televizyon Yalnızlığı Giderir” Yargısına Katılım Düzeyi	342
Tablo 126. Akşam Yemeğinde Aile Üyeleriyle Bir araya Gelme Sıklığına Göre “Televizyon Sosyal İlişkileri Olumsuz Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi	343
Tablo 127. Siyasal Propaganda Araçlarının Siyasal Davranışa Etkisi	345

Tablo 128. Cinsiyete Göre “Televizyondaki Haber ve Programlar Siyasi Tercihimi Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi.....	347
Tablo 129. Cinsiyete Göre Günlük Gazetelerdeki Haber Ve Köşe Yazıları Siyasi Tercihimi Etkiler Yargısına Katılım Düzeyi	348
Tablo 130. Sosyal Medyada Üye Grubun İsteği ile Oy Verme Durumuna Göre Sosyal Medyada Yer Alan Yazı ve Yorumlar Siyasal Tercihimi Etkiler Yargısına Katılım Düzeyi.....	349
Tablo 131. Sosyal Çevrenin Siyasal Davranışa Etkisi.....	350
Tablo 132. Öğrenim Durumuna Göre “Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum” Yargısına Katılım Düzeyi.....	352
Tablo 133. Sosyal Sınıfa Göre “Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum” Yargısına Katılım Düzeyi	353
Tablo 134. Oy Verilen Partiye Göre “Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum” Yargısına Katılım Düzeyi.....	354
Tablo 135. Cinsiyete Göre, “Sosyal Çevrem Siyasi Tercihi Neyse Benim Siyasi Tercihim de Odur” Yargısına Katılım Düzeyi.....	355
Tablo 136. Mesleğe Göre, “Sosyal Çevrem Siyasi Tercihi Neyse Benim Siyasi Tercihim de Odur” Yargısına Katılım Düzeyi.....	356
Tablo 137. Katılımcıların Kendilerini Dini Açından Tanımlama Biçimleri.....	358
Tablo 138. Dini Pratikleri Yerine Getirme Durumu.....	359
Tablo 139. Siyasal Davranış ve Dini Tutumlar	360
Tablo 140. Dini Pratikleri Yerine Getirme Durumuna Göre Oy Verme Kararında Partinin Dini Söylemleri Etkilidir” Yargısına Katılım Düzeyi.....	364
Tablo 141. Dini Açından Kendini Tanımlama Durumuna Göre “Oy Verme Kararında Dini İnançlarım Etkilidir” Yargısına Katılım Düzeyi	365
Tablo 142. Yaşa Göre, “Oy Verme Kararında Dini İnançlarım Etkilidir” Yargısına Katılım Düzeyi.....	366
Tablo 143. Gelir Durumuna Göre “Oy Verme Kararında Dini İnançlarım Etkilidir” Yargısına Katılım Düzeyi.....	367
Tablo 144. Oy Verilen Partiye Göre “Oy Verme Kararında Partinin Dini Söylemleri Etkilidir” Yargısına Katılım Düzeyi	368
Tablo 145. Seçim Kampanyası Sırasında Miting veya Siyasi Toplantıya Katılma Durumu.....	370

Tablo 146. Yaşa Göre Seçim Kampanyalarında Miting veya Siyasi Toplantılara Katılma Durumu	371
Tablo 147. Siyasal Parti Üyelğine Göre Seçim Kampanyalarında Herhangi Bir Miting Veya Siyasi Toplantıya Katılma Durumu	372
Tablo 148. Siyasal Seçim Dönemlerinde Seçim Bürolarına Gitme Durumu	373
Tablo 149. Cinsiyete Göre Siyasi Partilerin Seçim Bürolarına Gitme Durumu	373
Tablo 150. Mesleğe Göre, Siyasi Partilerin Seçim Bürolarına Gitme Durumu	374
Tablo 151. Seçim Kampanyasında Bir Parti ya da Adaya Çalışma	375
Tablo 152. Siyasi Parti Üyelğine Göre, Seçim Kampanyalarında Herhangi Bir Aday Veya Siyasi Parti İçin Çalışma Durumu.....	376
Tablo 153. “Seçim Dönemlerinde Siyasi Parti ya da Adayın Evimi/İşyerimi Ziyareti Siyasi Tercihimi Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi	377
Tablo 154. “Seçim Gününden Önce Yayınlanan Kamuoyu Araştırmaları Siyasi Tercihimi Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi.....	377
Tablo 155. “Siyasi Parti Liderlerinin Kişilik, Tutum ve Davranışları Siyasi Tercihimde Etkili Olur” Yargısına Katılım Düzeyi.....	378
Tablo 156. Cinsiyete Göre, “Siyasi Parti Liderlerinin Kişilik, Tutum Ve Davranışları Siyasi Tercihimde Etkili Olur” Yargısına Katılım Düzeyi.....	379
Tablo 157. Katılımcıların Siyasal Parti Üyelği	380
Tablo 158. Cinsiyete Göre Siyasi Parti Üyelği	381
Tablo 159. Sosyal Sınıfa Göre Siyasi Partiye Üyelği.....	382
Tablo 160. Siyasi Parti Üyelğine Göre Oy Verilmesi Düşünülen Parti Durumu.....	382
Tablo 161. Katılımcıların Siyasal Katılma Biçimleri.....	383
Tablo 162. Cinsiyete Göre Siyasete Katılma Biçimleri.....	385
Tablo 163. Siyasal Kimlik Olarak Kendini Tanımlama Biçimleri.....	389
Tablo 164. Kimlik Olarak Tanımlama Biçimleri	390
Tablo 165. Siyasal Bilgi Kaynakları.....	392
Tablo 166. Cinsiyete Göre Siyasal Bilgi Kaynakları	393
Tablo 167. Oy Verme Kararının Netleştiği Zaman	394
Tablo 168. Sosyal Sınıf Algısına Göre, Seçimlerde Oy Verme Kararı Zamanı	396
Tablo 169. Cinsiyete Göre, Seçimlerde Oy Verme Kararı Zamanı	397

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Sosyal İlişkilerin Aşamaları.....	9
Şekil 2. Sosyal İlişkilerin Kavramsal Yapısı.....	12
Şekil 3. Sosyal Grupların Temel Özellikleri	22
Şekil 4. Sosyal Grupların İletişim Örüntüleri.....	28
Şekil 5. Birincil ve İkincil Grupların Özellikleri	34
Şekil 6. Cemaat ve Cemiyetin Özellikleri.....	45
Şekil 7. Toplumsallaşma Sürecinin Kavramsal Modeli	102
Şekil 8. Örneklem Dağılımı.....	208
Şekil 9. Örneklem ilçelere Göre Dağılımı.....	209

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Hanehalkı Üyelerinin Beraberce Yaptıkları Faaliyetlerin Düzeyi	230
Grafik 2. Akraba, Arkadaş ve Yakınları Ziyaret Durumlarının Düzeyi.....	233
Grafik 3. Bir Grubun İçerisinde Bulunmanın Sağladığı Katkıların Düzeyi	237
Grafik 4. Hanehalkı Üyelerinin Biraraya Gelme Düzeyleri	244
Grafik 5. Arkadaşlarla Sosyal İlişkilerin Düzeyi.....	284
Grafik 6. Medyanın Siyasal Davranışa Etki Düzeyi	346
Grafik 7. Sosyal Çevrenin Siyasal Davranışa Etki Düzeyi	351
Grafik 8. Dini Değerlerin Siyasal Davranışa Etki Düzeyi	361
Grafik 9. Siyasal Davranışa Lider Faktörünün Etki Düzeyi.....	379

ÖNSÖZ*

Siyasal davranış ve ya seçmen davranışı siyasal iletişim ve siyaset sosyolojisi alanında çalışan her akademisyenin hemen her seçim döneminde üzerinde titizlikle çalıştığı bir konudur.

Bu konuda son yıllarda yapılan çalışma sayısında artış olmakla birlikte halen daha işlenmemiş ve incelenmemiş boyutları olan bir konudur. Bu anlamda sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi, siyasal davranış çalışmaları kapsamında bütüncül bir yaklaşımla bugüne kadar incelenmemiş bir konudur.

Elbette ki, siyasal bir varlık olarak değerlendirilen insanın sosyal ilişki içerisinde bulunduğu grup ya da gruplardan etkilenmesi kaçınılmazdır. Ancak, bireyselleşmiş toplumsal yapımız içerisinde bu etkinin niteliği ve boyutu elbette ki tartışılması ve araştırılması gereken bir konuydu.

Bu anlamda çalışmanın ilerleyen sayfalarında oldukça dikkat çekici bulgulara yer verilmiş ve sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisine ilişkin yeni çalışmaların yapılmasının da önü açılmıştır.

Bu çalışmada önemli zorluklar yaşanmasına karşın, çalışmanın tamamlanmasının ardından artık onlardan söz etmek çok da anlamlı gelmemektedir. Zira, her bir çalışma tamamlandığında yaşanan zorluklara ilişkin duygular yerini mutluluk ve huzura bırakmaktadır.

Güzel duyguları, zorluklar ve sıkıntılarla yaralamak hem çalışmaya hem de emeğe haksızlık olsa gerek. Kaldı ki, zorluk olmadan emek ortaya çıkmaz.

Bu çalışmada, yardımlarını ve desteklerini her zaman gördüğüm çok değerli insanlar vardır.

Bunların başında, böylesi bir çalışma için beni cesaretlendiren ve her sıkıntılı anımda moral ve motivasyonumu akademik birikimi ile yükselten; bilgi ve deneyimleriyle bana yön veren danışman hocam Prof. Dr. Y. Cemalettin ÇOPUROĞLU'na sonsuz teşekkür ediyorum.

Yine çalışmanın her safhasında kendisi uzakta olmasına rağmen, sıcaklığını ve ruhunun güzelliğini hep yanımda hissederek derin tecrübelerinden yüksek düzeyde

* Bu çalışma, Fırat Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (FÜBAP) Tarafından İSBF.13.03 No'lu doktora tezi projesi kapsamında desteklenmiştir.

istifade ettiğim Doç. Dr. Taner TATAR hocama teşekkür etmek önemli bir görevim olsa gerek.

Bu süreçte, çalışmama sosyolojik derinlik verebilmem konusunda yardım ve destekleriyle her zaman güç veren Yrd. Doç. Dr. Beyzade Nadir ÇETİN hocama ne kadar teşekkür etsem azdır.

Bir dost olarak hep yanımda olan derin analizler yaptığımız sohbetleriyle bilimsel çalışmanın buhranı içerisinde her zaman nefes aldırان kadim dost, Yrd. Doç. Dr. Göksel GÖKER'e teşekkür ediyorum.

Ayrıca çalışmama maddi destek sağlayan Fırat Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi'ne (FÜBAP) katkılarından ötürü teşekkür ederim.

Çalışma sırasında ihmal etmek durumunda kaldığım ama hep yanı başımda olan, varlığıyla güç veren, çocuklarımla benim yerime de ilgilenen eşim Çiğdem Doğan'a; sesleriyle huzur bulduğum çocuklarım Ömer Berk ve Miray Nur'a teşekkür ediyorum.

Elazığ, 2014

Adem DOĞAN

GİRİŞ

Sosyal ilişkiler, toplumsal yapının işleyişini ve bireyler arasında belirli amaçlar çerçevesinde gerçekleşen iletişimi sağlayan bir mekanizmadır. Sosyal ilişkiler, birbirlerinin varlığını bilen en az iki kişi arasında belirli bir zaman aralığında süren ve belirli amaçlar çerçevesinde kurulan sosyal bir bağıdır. Bu bağ, toplumsal yapının varlığını ve işleyişini sağlamaktadır.

Sosyal bir varlık olmasının bir sonucu olarak toplumun içerisinde yaşayan bireyler ya da gruplar arasında sürekli olarak bir ilişki ve etkileşim vardır. Bu tür ilişkilerin gerçekleşmediği durumlarda ne birey, ne gruplar ne de toplum yaşamını sürdürebilir. Dolayısıyla sosyal ilişkiler toplumun varlığını sağlayan önemli dinamiklerden biridir.

Sosyal ilişki biçimlerimiz, tutumlarımızı, davranışlarımızı, inançlarımızı, kültürümüzü ve kimliğimizi oluşturmaktadır. Bireylerin davranışlarının oluşmasında ve şekillenmesinde yaşadığı toplumsal yapı içerisindeki birçok faktör etkili olabilmektedir. Sosyal yapının bir aktörü olarak toplumun içerisinde yaşayan bireyler ya da gruplar arasında sürekli olarak bir ilişki ve etkileşim vardır. Birey içinde yaşadığı toplumdan etkilenir ve toplumu etkiler.

Birey, yaşamı süresince sürekli olarak çevresiyle bir iletişim ve ilişki sürecindedir. Bu süreç içerisinde birey amaç, hedef, beklenti ve ihtiyaçlarına göre farklı sosyal ilişki gruplarının üyesi olabilmektedir.

Sosyal yapının bir parçası olarak birey, sosyal ilişkiler içerisinde bulunduğu, aile, okul, arkadaş grupları, hemşehri dernekleri, sivil toplum örgütleri, siyasi partiler, cemaatler, meslek kuruluşları, vb. gibi sosyal gruplardan sosyal ilişkiler sürecinde etkilenmektedir. Bireyin davranışları içinde bulunduğu gruba uyum sağlamak amacıyla sosyal ilişkiler sürecinde etkiye uğrayabilmekte ve bu etki çerçevesinde hareket edebilmektedir.

Sosyal gruplarla sosyal ilişkiler, bireyin çeşitli konulardaki tutum ve davranışlarında olduğu gibi siyasal davranışında da etkili olabilmektedir. Bu nedenle kişilerin siyasal davranışları sosyal ilişki içerisinde bulunduğu grup ya da gruplar tarafından bir takım etkilere maruz kalır. Bu durum bireyin mensubu olduğu sosyal gruplarla aidiyet duygusundan kaynaklanabileceği gibi sosyal dışlanma endişesinden dolayı da birey grubun etkisi altına girebilmektedir. Çünkü, grupların değerleri ve

normları üyeleri üzerinde etkili olmakta, aynı olay ve olgular karşısında aynı ya da benzer tutum ve davranışların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi sosyal gruplarla girdiği etkileşimin bir sonucudur. Burada dikkat çekilmesi gereken durum sosyal gruplardan daha ziyade sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisidir. Zira, sosyaş gruplarda sosyal ilişkiler çerçevesinde yada diğer bir ifade ile sosyal ilişkiler aracılığıyla bireyler üzerinde etkili olabilmektedir. Burada süreci belirleyen sosyal ilişkilerdir.

Bu durum toplumsallaşma süreci ile yakından ilgilidir. Bireyin ilk olarak aile grubunda yer almasıyla birlikte başlayan toplumsallaşma süreci daha sonraki aşamalarda arkadaşlar, okul, dernekler, sivil toplum örgütleri gibi birincil ve ikincil gruplarla devam eder.

Toplumsallaşmanın önemli boyutlarından biri olan siyasal toplumsallaşma birey ile siyasal-sosyal çevre arasında etkileşime dayalı siyasal sistemle ilgili davranış, tutum ve değerlerin öğrenilmesi şeklinde gerçekleştiğinden birey içinde bulunduğu sosyal gruplardan etkilenmektedir.

Bireyin daha çocukluk yıllarında başlayan siyasal toplumsallaşma süreci ileriki yıllarda oluşacak siyasal katılma ve siyasal etkinlik biçimlerine de zemin hazırlamaktadır. Ailede başlayan bu süreç arkadaşlık, okul, iş çevresi vb. tarafından biçimlenmesi devam etmekte ve bireyin hayatı boyunca sergileyebileceği siyasal tutum ve davranışlarına yön vermektedir.

Seçmenleri bu açıdan değerlendirdiğimizde, sosyal ilişkileri, seçmenlerin kişisel tercihleri, algıları ve ekonomik koşulları sınıflandırmaya yardımcı önemli parametrelerdir. Aynı zamanda seçmenlerin siyasal toplumsallaşma biçimleri, siyasi ideoloji ve partilere olan bağlılıkları da önemli etkenler olarak kabul edilebilir.

Seçmen bir taraftan etkiye son derece açık bir birey olabileceği gibi diğer taraftan aşılması ve ikna edilmesi oldukça zor bir siyasal aktör olarak değerlendirilebilir. Bu sebeple seçmenler birbirinden farklı düzeylerde etkiye açık ya da kapalı özellikler sergileyebilir.

Birey, bir seçmen olarak hiç şüphesiz, siyasal davranışını şekillendirirken birçok faktörden etkilenebilmektedir. Siyasal davranışlarının etkilerinin belirlenmesi için, sosyal gruplar, yaş, cinsiyet, kültür, gelir düzeyi, meslek ve yerleşim yeri gibi farklı değişkenlere başvurulmaktadır. Bunların her biri bireyin siyasal davranışında etkisi bulunan ya da bulunması muhtemel faktörlerdir.

Seçmen olarak bireyin siyasal davranışının oluşması sürecinde birey çeşitli iç ve dış faktörlere maruz kalmaktadır. Hiç şüphesiz bu faktörler arasında sosyal grupların ve bu gruplarla gerçekleştirilen iletişim sürecinin önemli bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Seçmen, siyasal davranışını oluştururken, uyma, ikna ya da itaat duygusu çerçevesinde içerisinde bulunduğu grubun etkisinde kalır. Grup normu ve değerleri doğrultusunda grup üyelerinin bir konuya karşı benzer bir tutum ve davranışı gerçekleştirmeleri beklenmektedir.

Sosyal ilişki gruplarının seçmen olarak bireyin, siyasal davranışına etkileri farklı düzeylerde ve şekillerde gerçekleşebilmektedir. Bu, sosyal ilişkinin biçimi, sosyal ilişkinin süresi, sosyal ilişkinin oluşturduğu tutumlar ve değerlere göre farklıdır. Ancak, bunların nasıl gerçekleştiği ve ne düzeyde etkilerinin bulunduğu bilimsel bir araştırma kapsamında tüm yönleriyle ortaya konulması gereği bulunmaktadır. Çünkü, genelde sosyal bilimler alanında özelde de seçmen davranışı çalışmalarında sosyal ilişkilerin seçmen davranışına etkisi bugüne kadar araştırmaya ve değerlendirmeye tabi tutulmamıştır.

Literatürde sosyal ilişkilerin siyasal tercihe etkisine ilişkin bütüncül bir çalışmanın olmaması; çalışmanın temel motivasyonlarından biridir. Bu çalışmada, bireylerin siyasal davranış bağlamında, sosyal ilişki deneyimlerinin açıklanması, keşfedici ve betimleyici nitelikte bir alan araştırması yapılmasını gerekli kılmaktadır.

Bu çalışmanın temel inceleme alanını Türk toplumunda sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi oluşturmaktadır. Bu bağlamda Türk toplumunun sosyal ilişki biçimleri, sosyal ilişki düzeyleri ve sosyal ilişkilerin siyasal davranış üzerindeki etkileri araştırmanın temel konularını oluşturmaktadır.

Çalışma iki temel kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım kuramsal ve kavramsal çerçeveden oluşmaktadır. İkinci kısımda ise, Türk toplumunun sosyal ilişki düzeyleri ve sosyal ilişki gruplarının siyasal davranışa etkisi alan araştırmasından elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmakta ve analiz edilmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde sosyal ilişkiler olgusu bu olguyu ortaya koyan temel yaklaşımlar çerçevesinde tanımlanmaktadır. Toplumsal yapıda yaşanan değişimlerin bir sonucu olarak geleneksel toplumdan modern topluma geçiş sürecinde sosyal ilişkilerde yaşanan değişimler klasik sosyologların ortaya koyduğu kuramlar çerçevesinde analiz edilmiştir. Yine bu bölümde sosyal grupların tanımı ve özellikleri ile sosyal grupların oluşumu ve fonksiyonları değerlendirilmiştir. Sosyal ilişki

gruplarının sınıflandırmasında Cooley ve Tönnies'in sınıflandırması başta olmak üzere sosyal ilişki grupları ve özellikleri üzerine bir değerlendirme yapılmaktadır.

İkinci bölümde ise, yeni teoriler bağlamında sosyal ilişkiler konusu incelenmektedir. Toplumsal yapıda yaşanan değişim ve dönüşüm sosyal ilişkilerin ve sosyal grupların yeniden bir değerlendirmeye tabi tutulmasını gerekli kılmaktadır. Bu anlamda, sosyal ilişkilerde yaşanan değişimleri ele alan çağdaş yaklaşımlar önem kazanmaktadır. Bu çerçevede bu bölümde sosyal ilişkiler çağdaş teoriler çerçevesinde analiz edilmeye çalışılmaktadır. Yeni teoriler çerçevesinde sosyal ilişkiler farklı paradigmalardan hareketle değerlendirilerek, toplumsal yapıda yaşanan değişimin sosyal ilişkilere yansımaları ve sosyal ilişkilerin değişen yapısı ortaya konmaktadır.

Üçüncü bölümde, toplumsallaşma ve siyasal toplumsallaşma kavramları tanımlanarak, bu tanımlamalara ilişkin yaklaşımlara yer verilmek suretiyle toplumsallaşma sürecinin niteliği üzerinde durulmaktadır. Sosyal ilişkiler toplumdan topluma değişiklik göstermesinin önemli nedenlerinden biri bireyin yaşadığı toplumsallaşma sürecidir. Sosyal ilişkiler, bireyin doğumundan başlayarak tüm yaşamı boyunca devam eden toplumsallaşma olgusu içerisinde ortaya çıkmaktadır. Toplumsallaşma süreci sosyal ilişkiler çerçevesinde gerçekleşir ve birey sosyal ilişkiler aracılığıyla toplumsallaşmayı yaşar. Bu anlamda sosyal ilişkiler hem toplumsallaşma sürecinden etkilenen hem de toplumsallaşma sürecini etkileyen bir olgudur. Dolayısıyla toplumsallaşma konusu sosyal ilişki olgusuyla yakından bağlantılıdır. Toplumsallaşmanın önemli boyutlarından biri de siyasal toplumsallaşmadır. Siyasal toplumsallaşma sosyal ilişkiler çerçevesinde oluşan ve gelişen bir olgudur. Bu çerçevede bu bölümde toplumsallaşma ve siyasal toplumsallaşma konusu ele alınarak, siyasal toplumsallaşmaya ilişkin kuramsal yaklaşımlar değerlendirilmektedir. Yine bu çerçevede siyasal toplumsallaşma üzerinde etkili olan araçlara değinilerek, bu araçların etkileri üzerine ileri sürülen görüşlere yer verilmektedir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ise siyasal davranış kavramı ve kavrama yönelik kuramsal yaklaşımlar değerlendirilmektedir. Siyasal davranış, sosyal ilişkiler sürecinin etkisiyle gerçekleşen siyasal toplumsallaşma çerçevesinde bireyin kazandığı bilgi, siyasal kültür ve deneyimler doğrultusunda ortaya çıkan bir olgudur. Bu nedenle siyasal davranışın temelinde sosyal ilişkiler çerçevesinde gerçekleşen siyasal toplumsallaşma sürecinin etkisi bulunmaktadır. Bu kapsamda bu bölümde siyasal

davranışa ilişkin kuramsal yaklaşımlar değerlendirilerek, bireyin seçmen olarak siyasal davranışını etkileyen faktörler tartışılmaktadır.

Beşinci bölümde, araştırmanın metodolojisi hakkında bilgiler verilmektedir. Bu bölümde siyasal davranış üzerine yapılan çalışmalar değerlendirilecektir. Ayrıca, araştırmanın konusu, amacı ve önemi ifade edilerek, Türkiye'nin 12 ilinde yapılan anket tekniğine dayalı alan araştırması hakkında bilgiler sunulmaktadır.

Son bölümde ise alan araştırmasından elde edilen bulguların değerlendirilmesi ve tabloların sunumu yer almaktadır. Araştırmadan elde edilen bulgular 17 alt başlık halinde değerlendirilmektedir. Bu bölümde örneklem grubunun sosyo demografik özellikleri, sosyal ilişki düzeyleri, birlikte yaşama alışkanlıkları, sosyal ilişki gruplarıyla ilişki biçimleri, sosyal ilişki gruplarıyla ilişkilerinin siyasal davranışa etkisi, kimlik ve siyasal kimlik eğilimleri, siyasal katılım düzeyleri ve siyasal bilgi edinme kaynaklarına ilişkin veriler sunulmaktadır.

I. BÖLÜM

1. SOSYAL İLİŞKİLER VE TOPLUMSAL GRUPLAR

İnsanları sosyal ilişki içinde tutan, “diğerinin gözünün içine bakmak”tan doğan güven, el sıkışmakla oluşan anlaşma ve benzeri şeylerdir (Lyon, 2006: 34).

Sosyal ilişki, tarafların bir mana etrafında birbirlerine göre uyarlanmış ve o manaya yönelmiş davranışlar sergilemesidir (Weber, 2007:49)

Sosyal ilişkiler, günümüzde farklı boyutlarıyla tartışılan bir olgudur. Modernleşme sürecinin bir yansıması olarak toplumsal değerlerde çözümler ve toplumsal yapıyı oluşturan dinamiklerin işleyişinde değişiklikler meydana gelmiştir. Bu sürecin zaman içerisinde bireylerarası ilişkilerin değerini artırmasıyla birlikte, sosyal ilişkiler daha fazla önem kazanmaya başlamış ve sosyal ilişkiler olgusu farklı bakış açılarıyla değerlendirilmiştir.

Modernleşme sürecinin sunduğu bireyselleşerek özgürleşme vaadi karşısında bireyler yalnızlaşmış, yabancılaşmış, kendini güvensiz ve kimsesiz hisseder hale gelmiştir. Birey, doğası gereği, yaşamak için diğer bireylere ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyaçlar maddi olabileceği gibi manevi de olmaktadır. Sosyal ilişkiler özellikle manevi ihtiyaçlar olarak ifade edebileceğimiz paylaşım, dertleşme, yardımlaşma, birlikte hareket etme, mutluluk çerçevesinde daha bir önemlidir. Powdthavee (2008: 1459), sosyal ilişkilerin bireyin mutluluğunu geliştirdiğine dikkat çekmektedir.

Bir toplumda yaşayan iki ya da daha fazla sayıda insanın birbirleriyle girdiği, karşılıklı olarak devam ettirdiği kısa veya uzun süreli, anlamlı etkileşimlere sosyal ilişkiler denir (Cevizci, 2010:1428). Sosyal ilişkilerde farkındalık çerçevesinde bir karşılıklı iletişim ve etkileşim söz konusudur. Toplumun bir parçası olan birey, diğer insanlarla iletişimi sayesinde hem yaşamını idame ettirmekte, hem de üyesi olduğu toplumun değerlerini ve normlarını öğrenebilmektedir. Çopuroğlu'nun da ifade ettiği gibi (2000:165), bir toplumun sağlam ve sağlıklı sosyal ilişkilerin sürdürülmesine duyduğu ihtiyaç, bu ilişkileri meydana getiren davranışları düzenleyen norm ve değerlere bağlıdır. Bu çerçevede sosyal ilişkiler sayesinde, kültürümüz, kimliğimiz,

tutum ve davranışlarımız şekillenmektedir. Bizi, “biz” yapan değerler sosyal ilişkiler aracılığıyla öğrenilmektedir.

Bu süreç içerisinde birey amaç, hedef, beklenti ve ihtiyaçlarına göre farklı grupların üyesi olabilmektedir. Sosyal gruplar, bireyin doğumundan ölümüne kadar tüm yaşamını anlamlı kılmakta, oluşturduğu norm ve değerlerle bireyin davranışlarını etkilemektedir. Sosyal ilişkiler, sosyal gruplar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu nedenle sosyal ilişkilerde sosyal grupların yapısı ve niteliği önemlidir.

Bütün bu değerlendirmeler çerçevesinde bu bölümde, öncelikle sosyal ilişki olgusu, geliştirilen temel yaklaşımlar çerçevesinde tanımlanarak, sosyal ilişkilerin boyutunu ve niteliğini etkileyen faktörler belirlenmiştir. Toplumsal yapıda yaşanan değişimlere paralel olarak sosyal ilişkiler de değişme göstermiştir. Bu çerçevede geleneksel toplumdan günümüz modern toplumlarına sosyal ilişkilerde yaşanan değişimler klasik sosyologların ileri sürdüğü kuramlar çerçevesinde analiz edilmiştir. Daha sonra sosyal grupların tanımı ve özellikleri anlatılarak, sosyal grupların oluşumu ve sosyal grupların fonksiyonları çerçevesinde bireyler üzerindeki etkileri açıklanmaya çalışılmıştır. Son olarak da sosyal ilişki grupları çerçevesinde Cooley’in birincil ve ikincil gruplar ile Tönnies’in cemaat ve cemiyet sınıflandırması başta olmak üzere sosyal ilişki grupları ve özellikleri değerlendirilmektedir.

1.1. Sosyal İlişki Olgusuna Genel Bir Bakış: Temel Yaklaşımlar

Bireyin sosyal bir varlık olmasının bir sonucu olarak toplumun içerisinde yaşayan bireyler ya da gruplar arasında sürekli olarak bir ilişki ve etkileşim vardır. Bu tür ilişkilerin gerçekleşmediği durumlarda ne birey, ne gruplar ne de toplum yaşamını sürdürebilir. Hiçbir bireyin sosyal bir eylemi yalnız başına gerçekleştirmesi mümkün olmadığı gibi insan, doğası ve toplumsal formasyonun yapısı gereği hep topluluk halinde yaşamıştır.

Toplumu belirleyen iki ana unsurdan biri (Erkal, 2012: 169) olan sosyal ilişkiler karşılıklı ilişkiye bağlıdır. Marx'a göre, toplum insanların karşılıklı ilişkilerinin ve etkileşimlerinin ürünüdür. İnsanlar materyal ve düşünsel yaşamlarını her gün sürdürmek için birbiriyle sosyal ilişkiye girerler. Bu ilişkiyi gerçekleştirmek ancak iletişimle mümkündür (Erdoğan, 2007: 221). İletişim içerisinde bulunan bireyler birbirlerinin farkındadırlar ve birbirlerinden haberdardırlar.

Sosyal ilişkilerde taraflar karşılıklı olarak birbirlerinin varlıklarını bilmekle birlikte; eylemlerinin bilincini, idrakini taşırlar, bunun farkındadırlar. Böyle olmazsa, yani taraflar karşılıklı ilişkilerinin farkında olmadıkları takdirde ne sosyal ilişki ve ne de toplum var olur (Dönmezer, 1984: 157). Bu durumda iletişim süreci sosyal ilişkilerin varlığını; sosyal ilişkilerin varlığı da toplumun varlığını sağlayıcı unsur olarak değerlendirilebilir.

Sosyal ilişkilerde bireylerin, birbirlerinin varlıkları ve davranışları hakkında farkındalık bilinci içerisinde olmalarını Schutz, karşılıklı eylemde bulunma, dolayısıyla ötekine bir anlam iletme, bir şey söyleme olarak ifade eder. Örneğin, anestezi ile uyutulmuş bir hastayı ameliyat eden bir doktorun, hastanın vücudu üzerinde yaptığı işlemlerde sosyal bir ilişkiden bahsedilemez. Çünkü hastanın baygın durumda olması, onun kendisine yapılanlardan o anda haberdar olmaması demektir (Kılıç, 2012: 141). Bu durumda sosyal ilişkiden söz edilebilmesi için bireylerin birbirlerinden ve eylemlerinden farkında olmaları gerektiğini göstermektedir.

Alman sosyolog Max Weber'e göre (2007: 41), her beşeri temas toplumsal bir nitelik taşımamaktadır. Bisikletli iki kişinin birbirleriyle çarpışması tabiat hadisesi gibidir. Weber, bu nedenle çarpışmanın sosyal ilişki sayılabilmesi için yol verme teşebbüsü, çarpışmayı müteakiben bağırıp çağrışmalar, kavga veya dostça helalleşme gibi davranışların olması gerektiğini ifade eder.

Bireyler birbirlerinin varlıklarını tanımaları sonucunda davranış kalıplarını belirler ve bu kalıplar doğrultusunda hareket ederler. Bu bakımdan sosyal ilişkiler, çok boyutludur. Anne ile çocuk, işçi ile işveren, işçi ile işçi, seçmen ile aday, öğretmen ile öğrenci, polis ile sanık, tanık ile mağdur arasındaki ilişki sosyal ilişkilere verilen örneklerden sadece birkaçıdır. Sosyal ilişkileri diğer ilişkilerden ayıran temel özellik, ilişki içinde olan insanların birbirlerinin varlığını karşılıklı olarak onaylamasıdır. Karşılıklı onaylama dostça olabileceği gibi düşmanca da olabilir (Bahar, 2008: 33). Sosyal ilişkilerin süreç içerisinde değişik yansımalarının olması mümkündür. Dönmezer'e göre (1984: 158) sosyal ilişkiler ekonomik, siyasal, kişisel, kişisel olmayan, dostça veya düşmanca olabilirler. Sosyal ilişkiler insanları birleştirici ya da ayırıcı nitelikte olabilir.

Sosyal ilişkilerin kalitesi bir toplumun niteliğinin ve kalitesinin parçasıdır. Kolm (2008: 202) sosyal ilişkilerin kalitesinin açıklanmasında birçok karışıklığın olduğunu belirtirken, insanların genellikle sosyal ilişkilerin kötüye gitmesinden yakındıklarını

ifade eder. Kolm, aslında bu durumun insanların, bizzat kendileri tarafından ortaya çıkarıldığını, genellikle iyi sosyal ilişkilerden faydalanmak istediklerini ancak bunu geliştirmek için başarısız olduklarını da iddia eder.

Birleşmiş Milletler tarafından yapılan çalışmalarda da Kolm'un bu görüşüne katılarak, sosyal ilişkilerin, bir toplumda insanlar arasındaki etkileşimlerin kalitesi ile karakterize edildiği belirtilir. BM Sekreterliği Ekonomik ve Sosyal İşler Dairesi tarafından oluşturulan sosyal ilişkilerin aşamalarına göre, sosyal ilişkilerde hem negatif hem de pozitif bir yapının bulunduğu ifade edilmektedir (UN, 2007). Bu aşamalardan pozitif olanlar birliktelik, işbirliği ve birleşme olarak belirtilirken; negatif olan aşamalar ise parçalanma, dışlanma ve kutuplaşma olarak belirtilmiştir.

Birleşmiş Milletler tarafından oluşturulan şemanın (Şekil 1), üst kısmında pozitif aşamalar vurgulanmıştır. Birliktelik, sivil diyalog üzerine dönen sosyal ilişkiler tolerans ile ortaya çıkar. İşbirliği, sosyo-ekonomik adalet duygusu ile doğar

Birleşme, barış kültürü ile doğar, yani, sosyal ilişkiler paylaşılan anlam ve değer oluşumuna/ keşfine saygı duyarken hatta çeşitliliğini kutlarken bile destekler.



Sosyal İlişkilerin Aşamaları (UN, 2007)

Şekil 1. Sosyal İlişkilerin Aşamaları

Birleşmiş Milletlerin oluşturduğu şemanın alt kısmında ise negatif aşamalar vurgulanmıştır. Parçalanma, istismar, silahlı çatışma ve sosyal bozukluk gibi durumlarda ortaya çıkar. Bu durumda sosyal ilişkiler parçalanır. Dışlanma, ihmal ya da baskının olduğu yerde doğar. Bu durumda, sosyal ilişkiler asimetriktir, kendi kendine yardım ve geçim kapasitelerini inşa eden stratejilere sebebiyet verir. Kutuplaşma, gruplar harekete geçebildiği zaman ortaya çıkar. Bu durumda, sosyal ilişkiler düşmanca ve mücadelecidir (temel olarak dini / etnik kimlik düzeyinde), arabuluculuk / uzlaşmaya sebebiyet verir.

Sosyal ilişkilerin kimi zaman uzlaşma, kimi zaman da çatışma ile değerlendirilmesi sosyal ilişkilerin karmaşık doğası ile ilişkilidir. Sosyal ilişkiler bir değil, birden çok unsuru içerisinde barındırır. Bu nedenle sosyal ilişkiler oldukça karmaşıktır. Konuları, amaçları ve eylemleri çeşitlidir. Bir ilişkinin toplumsal nitelikli olması için (İçli, 2009: 51):

- 1) En az iki kişi arasında olması
- 2) Belli bir zaman süreci içinde devam etmesi
- 3) En az iki kişinin birbirinden haberdar olması
- 4) İlişkinin ortak bir anlam taşıması
- 5) İnsanların etkileşim halinde olması
- 6) Kişilerin ortak eylemlerine bir anlam vermesi gereklidir.

Sosyal ilişki birey ve grupların birbirlerinin davranışları konusunda sürekli karşılıklı beklentilere sahip olmaları, bu bağlamda az çok kalıplaşmış biçimlerde hareket etmeleriyle ortaya çıkar. Bu aşamada sosyal roller öne çıkar. Fichter, (2004: 113) sosyal rollerin, sosyal ilişkilerin birer düzenleyici mekanizması olduğunu ileri sürer. Kişiler, sosyal rolleri sayesinde ve içinde birbirleriyle eylemde bulunurlar. Ergün ise (1994: 123), insanın sosyal hayatta üstlendiği rollerini ancak başka insanlarla karşılıklı sosyal ilişkiler içinde gerçekleştirebileceğini belirtir.

Rol, statünün dinamik ve davranışsal boyutudur (Doğan, 2009:137; İçli, 2009:98). Statü, kişinin sosyal yerini, rol ise kişinin ne yaptığını anlatır (Fichter, 2004: 112). Toplumsal statüler kişiyi belirli toplumsal kurallara uymaya zorlar. İşte bu kurallara uymak, yani toplumsal statünün normlarına göre davranmak, toplumsal rolü yerine getirmektir. Her statü belirli rolleri gerektirir (Ceylan, 2011: 99). Bireyin, statüsünün gerektirdiği rollere uygun davranışlarda bulunması beklenir. Erkilet (2007: 17) insanlar arası etkileşim sürecinde ortak faaliyetleri koordine edecek unsurun norm

olduğunu belirterek bunun için, anlamların kolektif olarak tespiti ve paylaşılması gerektiğini söyler.

Her sosyal statü belirli kuralları temsil eder. Bu kurallar da sosyal ilişkilere kılavuzluk eder (Arslantürk vd., 2009: 192). Örneğin bir insan hem aile reisi hem de öğretim üyesi olabilir, bu durumda iki statüye birden sahip demektir. Bu kimsenin öğretim üyesi statüsü okulda ve özellikle gündüz, babalık statüsü ise evde ve özellikle akşamları ağır basar. İnsanların statüleri çeşitlilik gösterebildiği gibi çok hızlı değişir.

Bireyin toplumsal sistemin içinde oluşturduğu statü takımı zamanla değişebilir. Zaman içerisinde birey toplumsal konumunda değişiklik yapabilir. Statü değiştirme temelde bireyin kendi bilincinin ve iradesinin ürünü olmakla birlikte, bekâr olan birinin evlenmesi gibi bazı değişimler toplumsal bir töreni gerektirir. Çünkü bu tür statü değişikliği sadece bireyin kendisini ilgilendirmekle kalmaz, aynı zamanda toplumsal ilişki örüntüsünde de değişikliğe yol açar. Statü değiştirmenin sosyal ilişkilerin örgütlenmesi bakımından ortaya bazı meseleler çıkardığını söylemeye lüzum bile yoktur (Ceylan, 2011: 95).

Roller, kültürel kodlara göre belirlendiği ve kültürel olarak tanımlandığı için insanların davranışları da tahmin edilebilmektedir (Bahar, 2008: 61). Roller tekrarlanıp, alışkanlık olarak devam ettiğinden (İçli, 2009: 99) insanlar benzer olgu ve olaylar karşısında benzer tutum ve davranışta bulunurlar. Düğün törenleri, cenazeler, yeni bir işe girmek, bulunduğu işte terfi etmek, yeni bir apartmana taşınmak gibi sosyal yaşantımızda tekrarlanan olaylar karşısında nasıl bir davranışta bulunacağımız belirlidir ve tahmin edilebilir. İnsanların düğün törenlerinde sevinçlerini paylaşmak, bir yakınının vefat etmesi gibi bir durumda acısını paylaşmak, bayramlarda ziyaretlerde bulunmak rollerimiz tarafından düzenlenen, sosyal ilişkilere bağlı olarak şekillenen eylemlerimizdir.

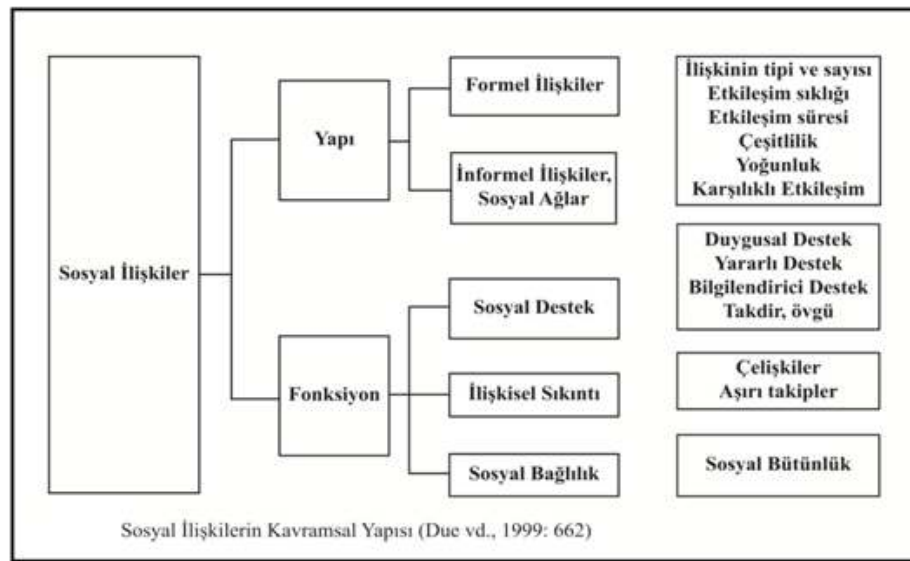
Doğan (2009: 98) sosyal ilişkiyi, “bir ferdin ya da grubun kendi dışındaki fert ve grupların çeşitli davranış şekillerini ve beklentilerini hesaba katarak sürdürdüğü ilişkiye dayalı etkileşim” olarak tanımlamaktadır. Bu tanımda, sosyal ilişkilerde davranış şekillerinin ve beklentilerin önemine vurgu yapılmaktadır. Çünkü sosyal ilişkiler belirli beklentiler çerçevesinde ortaya çıkar ve bu beklentileri karşılayacak davranışların ortaya konulması durumunda sürdürülebilir bir yapıya kavuşabilir.

Sosyal ilişkileri Bilgiseven (1986: 234) toplumu oluşturan insanlar arasındaki benzerliklerden ve farklardan doğan ve aynı gruba birlikte mensup olma duygusu ve bu

durumdan karşılıklı olarak haberdarlık hissi ile desteklenen ilişki tipi olarak ifade eder. Maciver ve Page ise (1971: 10) sosyal ilişkileri bireylerin birbirlerini onaylamaları çerçevesinde değerlendirirler. Seçmenin adayla, annenin çocukla, işçinin işverenle, arkadaşın arkadaşla olan ilişkileri çeşitlilik arzeden ilişki tiplerinin bir kaçıdır. Bireylerin birbirlerinin varlığını karşılıklı olarak onaylamaları esasına dayandırıldığı zaman, bunların hepsi sosyal ilişkilerdir.

İnsanın hareket ve davranışlarını sosyal ilişki çerçevesinde ele alan Weber (2007: 49) ise sosyal ilişkiyi, tarafların bir mana etrafında karşılıklı vaziyet olarak birbirlerine göre uyarlanmış ve o manaya yönelmiş davranışlar olarak ifade eder. Bu kapsamda Weber, sosyal ilişkiyi anlamlılık ve mana çerçevesinde değerlendirmektedir ve sosyal ilişkinin içeriğinin kavga, sevgi, düşmanlık, dostluk, sadakat, alışveriş, rekabet ya da dayanışma olabileceğini kaydeder.

Sosyal ilişkilerin işlevi, kişilerarası etkileşimi kapsar ve sosyal destek (örn., duygusal enstrümantal veya bilgi desteği), ilişkisel zorlanma (çatışmalar ve ilişkiler tarafından üretilen aşırı talepleri) ve sosyal ankraj (resmi ve gayri resmi gruplara aidiyet duygusu) olarak tanımlanabilir (Pedersen vd., 2012: 841). Bu değerlendirme sosyal ilişkilerin gündelik yaşamda ortaya çıkan bir dizi olgunun bir sonucu veya sebebi olduğu şeklinde yorumlanabilir. Kaldı ki, Luong ‘un da (2011:10) belirttiği üzere sosyal ilişkiler, biri diğerinin üzerine çok yönlü hareket etkisi bulunan birden çok partner arasında gerçekleşebilir. “Sosyal ortak” olarak değerlendirilen bu partnerler, deneyimlerini paylaşarak sosyal ilişkilerin tatmin edici olmasını sağlarlar.



Şekil 2. Sosyal İlişkilerin Kavramsal Yapısı

Sosyal ilişkilerin yapısını kişiler arası ilişkiye sahip bireyler ve bu bireyler arasındaki bağlantılar olarak tanımlayan Due ve arkadaşları (1999: 662) tarafından oluşturulan sosyal ilişkilerin kavramsal yapısında sosyal ilişkiler yapı ve fonksiyon olarak iki boyuta ayrılmıştır. Yapı, formel ilişkiler ve informal ilişkilerden oluşur. Bu ilişkilerde ilişkinin tipi, sıklığı, süresi, yoğunluğu ve karşılıklı etkileşim rol oynar.

Sosyal ilişkilerin fonksiyonu ise, sosyal ilişkilerin yapısı içindeki kişiler arası etkileşimler (Due vd., 1999: 663) olarak tanımlanmaktadır. Fonksiyonun sosyal ilişkilerin niteliksel ve davranışsal yönlerini kapsadığı ifade edilirken, bu boyut sosyal destek, ilişkisel sıkıntı ve sosyal bağlılığı içermektedir. Sosyal destek, diğer kişiler tarafından sağlanan kaynakların seviyesi olarak ifade edilirken; ilişkisel sıkıntı sosyal ilişkilerin fonksiyonlarının neden olacağı çelişkiler veya duygusal sıkıntı olarak ifade edilmektedir. Sosyal destek, sosyal ilişkilerin fonksiyonel yönünün pozitif boyutu olarak; ilişkisel sıkıntı ise negatif boyutu olarak değerlendirilmektedir. Sosyal bağlılık ise bireyin formel ve informal gruplardaki üyelik duygusunun kapsamını tanımlar. Bu, sosyal bütünlüğün sağlanmasında önemli bir yol oynadığından, sosyal ilişkilerde beklentilerin karşılanması ve doyuma ulaşmada pozitif etkiye sahiptir.

Bu nedenle sosyal ilişkilerde beklentiler de önemlidir. Beklentiler dolayısıyla oluşan sosyal ilişkiler, bireyleri birbirine bazen bağımlı kılar, bazen de birbirlerine tutkunluk sağlar. İnsan yaradılışının gereği olarak doğumundan itibaren bir grubun yani aile grubunun üyesi olmuştur. Bireyin ilk sosyal ilişkileri aile ortamında başlar. Çocuk önceleri ana-babasının sevgisini kazanmak için, onların onaylayacağı biçimde davranmaya alışıp onların değer ve tutumlarını paylaşır (İnceoğlu, 2010: 145). Parsons'a göre, çocuklar aile içinde genellikle çabuk uyarılabilir, kendisini şahsen ilgilendiren hususlara önem verir ve yetiştirilmesi sırasında belirli bir sosyal alanla sınırlanmamış davranış özelliklerine ağırlık verilir. Çünkü aile içindeki sosyal ilişkiler duygusalılık ölçüsündedir; aile bireyleri birbirlerini severler, korurlar, saygı gösterirler; burada kişiler merkezdedir (Ergün, 1994: 112).

Ailede başlayan sosyal ilişkiler, karakter oluşumunda da önemli bir etki göstermektedir. Berberoğlu'na göre (2009: 77) aile, içine girdiği toplumsal ilişkiler yoluyla içgüdüsel enerjileri yönlendirir ve çocuğun karakter yapısını oluşturur. Bu çerçevede Howell ve arkadaşları (1982: 40) ailede sosyal ilişkileri biçimlendiren gücün aile tecrübesi olduğunu ve aile ilişkilerinde çocukların benzer ekonomik pozisyonlar için hazırlandıklarını, arzularını ve benliklerini elde etmeye yöneldiklerini belirtirler.

Birey, sosyal yaşamının bir gereği olarak sürekli çevresiyle bir iletişim ve ilişki sürecine girmektedir. Bu süreç içerisinde birey amaç, hedef, beklenti ve ihtiyaçlarına göre farklı grupların üyesi olabilmektedir. Sosyal ilişki birey ve grupların birbirilerinin davranışları konusunda sürekli karşılıklı beklentilere sahip olmaları, bu bağlamda az çok kalıplaşmış biçimlerde hareket etmelerinden ortaya çıkar (İçli, 2009: 50). Sosyal ilişki, bu çerçevede, birey-birey, birey-grup, grup-grup arasında yaşanabilmektedir. Erkal'a göre (2012: 19) sosyal ilişkinin bireyin bireyle ilişkisi şeklinde ortaya çıktığı durumlarda bile bu ilişkinin aynı zamanda grup içi bir ilişki şekline bürünmektedir. Ancak, sosyal ilişki farklı gruplarda bulunan bireylerin birleriyle veya farklı grupları arasında da olabilir.

Sosyal ilişkiler belirli bir gereksinimi doyurmaktadır. Bağlanma, sevgi, ilgilenme, belirsizliği azaltma gibi durumlar bu gereksinim doyurulmasının bir sonucudur (Ertürk, 2012: 111). Kişilerin herhangi bir ilişkiden doyum sağlayıp sağlamamaları, içinde bulundukları ilişkiden elde ettikleri sonucu kendilerince oluşturdukları kıyaslama düzeyi ile karşılaştırmaları sonucu belirlenir (Hortaçsu, 1998: 39). Sosyal ilişkilerde doyuma ulaşma ile yaş arasındaki farklılığı incelediği çalışmasında Loung ve arkadaşları (2011: 9), yaşı ilerleyen yetişkinlerin genelde sosyal ilişkilerin doyum seviyelerinin gençlerden daha yüksek oranda olduğunu belirtmektedir. Bu durum, yaşamsal tecrübe ve yaşam doyumu ile açıklanabilir. Doyum, beklentilerin, gereksinimlerin, istek ve dileklerin karşılanması olarak ifade edilirken, yaşam doyumu ise bir insanın beklentileriyle (ne istediği), elinde olanların (neye sahip olduğu) karşılaştırılmasıyla elde edilen durum ya da sonuçtur. Diğer bir deyişle kişinin beklentilerinin, gerçek durumla kıyaslanmasıyla ortaya çıkan sonucu gösterir (Şener, 2009: 5).

Her toplumun bireyleri arasında ortak sembolleri ve bu semboller üzerine kurulu bir anlaşma sistemi vardır (Ergün, 1994: 62). Sosyal ilişkiler sembollere, Durkheim'in ifadesiyle ortak temsillere (Arslan, 2004: 193), Goffman'ın nitelendirmesiyle ise sembolik araçlara bağlıdır. Semboller, insanlar arası iletişim ve etkileşim sürecinin temel unsurları olarak dikkat çekerler (Akın, 2013:35). Sosyal ilişkiler sonucu öğrenilen (oluşan) semboller, yoğun anlam yüklü mesajlar içerir. Sembollerle aktarılan anlamlar, bireyin içinde yaşadığı toplumun ortak değerlerini yansıtır. Anlamlar karşılıklı ilişkiler yoluyla kazanıldığı için bireysel değil toplumsal bakımdan ortak bir değer ifade eder. Birey, sembollerle iletişimde pek çok anlam ve değer yani davranış ve düşünce

kalıplarını hazır olarak, sosyalize olduğu toplumdan alır (İnceoğlu, 2010: 2). Sosyalleşmenin gerçekleşebilmesi, sosyal ilişkilerin gerçekleşmesi ile mümkündür.

Sosyal ilişkileri düzenleyen ve belirli kurallara bağlayan araçların geliştirilmiş olmasının yanı sıra, toplumda yaşayan bazı sosyal müesseseler de ilişkileri kolaylaştırır. Dil, bu müesseselerin başında gelir (Erkal, 2012: 170). Dil, sosyal ilişkiler ağı içinde yaşayan insanların iletişim aracıdır. Sonradan öğrenilen dil, grup kurallarını ve bireyin kendisini ifade vasıtası olarak kullanılır (Ergün, 1994: 115). İnsanların birbirleriyle iletişim kurması, dilini bilmesi ile mümkündür. Dilin bilinmediği durumlarda sosyal ilişkilerin gerçekleştirilmesi oldukça zorlaşır. Toplum, insanlar arasında kurulan toplumsal ilişkilere; bu ilişkiler de dile bağlıdır (Akın, 2013: 36). Benzer biçimde Ergün, aile içinde kazanılan dilin en az zekâ ve yetenekler kadar sosyal ilişkiler için önemli olduğunu belirtmektedir.

Bu çerçevede değerlendirilen bir başka olgu ise dindir. Dini, toplumsal ilişkiler ağının salt bir ürünü olarak görenler de bulunmaktadır. Bu görüşte olanlara göre, dinin yapısal bir öge olarak toplum içerisinde bir yeri vardır ve dolayısıyla da toplumsal yapıyı bütünleştirici ve kuvvetlendirici bir fonksiyonu bulunmaktadır. Ergün (2004:9) de, insanların duygularını, düşüncelerini, vaziyet alışlarını etkileyen faktörlerin içinde dinin önemli bir yerinin olduğunu belirtir.

Sosyal ilişkilerde kendini ve başkalarını tanıma önemli bir yer tutmaktadır. Birey kendine açık olmayı ve açık bir iletişimi seçtiğinde başkalarından gelen geri bildirimlerle de beslenerek sosyal ilişkilerini geliştirebilir (Ertürk, 2012: 111). Başkalarına karşı içgüdü ya da sadece duygusal değil, makul olarak ileri sürülmüş ve bilinçli amaçlara göre davranırız. Bu yüzden sosyal ilişkiler, bireyler arasında akla dayanan ve belirli bir amaca bağlı davranışlar (Karaman, 2003:118) olarak ele alınmaktadır.

Bütün bu değerlendirmeler ışığında sosyal ilişkileri şu şekilde ifade edebilmek mümkündür. Sosyal ilişkiler, bireylerin bireylerle veya gruplarla karşılıklı olarak haberdarlık ve farkındalık içerisinde bulundukları, çeşitli beklenti, arzu ve talepler doğrultusunda sürdürdüğü etkileşim ve ilişkidir.

1.2. Gelenekselden Moderniteye Değişen Sosyal İlişkiler

Modern dünyada yaşayan bizler, toplumun hiçbir zaman statik olmadığı, toplumsal, siyasal ve kültürel değişikliklerin aralıksız devam ettiğinin farkındayız (Marshall, 2005:136).

İnsanların dayanışmasının biçimi değiştiğinde, toplum yapısı değişmeden kalmaz (Durkheim, 2006:213).

Sosyal ilişkiler, insan topluluklarının vazgeçilemez bir özelliğidir. İnsanlığın var olduğu günden bugüne kadar insanlar sürekli olarak birbirleriyle iletişim içerisinde bulunmuşlardır. Kongar (2010: 56), insanoğlunun bir arada yaşamaya başladıktan sonra birbiriyle ilişkiye girdiğini ve bu ilişkinin oluşturduğu etkileşim sonunda anlamlar, değerler, kurallar ve yönetim biçimlerinin ortaya çıktığını ifade etmektedir. Sanayi devriminden sonra kentleşme, teknolojik gelişmeler, ulaşım imkânları, kitle iletişim araçları insanlar arasındaki etkileşimin niteliğini ve boyutunu değiştirmiştir.

Toplumlar dinamik bir yapıya sahiptir ve sürekli bir değişim içerisinde. Dönmezer (1984: 428) değişmeyi insan toplumunun esas karakteristiği olarak ifade ederken, Erkal (2012: 220) değişimin olmadığı bir insan topluluğu düşünmenin mümkün olmadığı belirtmektedir. Bu halde, değişim toplumun doğasının bir gereği olarak daha önceki bir durumda meydana gelen farklılıktır. Sosyal değişim, toplumun yapısını oluşturan toplumsal ilişkiler ağı ve bu ilişkileri belirleyen toplumsal kurumların değişmesidir (İçli, 2009: 141). Dönmezer'in ifadeleriyle (1984: 429) sosyal değişim sosyal ilişkilerde oluşan değişimdir.

Sosyologlar bu yaşanan değişimleri dönemsel özelliklerine göre ayırarak ifade etmeye çalışmışlardır. İbni Haldun, dönemlerin değişmesiyle birlikte toplumların tabiatının da değiştiği fikrini (Kayapınar, 2006: 85) ileri sürmektedir. Bu çerçevede toplumsal yapıda meydana gelen her değişim sosyal ilişkilerin de değişmesine neden olmuştur. Toplumsal yapı, zaman, mekân vb. gibi olgular sosyal ilişkilerin yapısında ve niteliğinde değişikliklere yol açmışlardır.

Toplumsal yapıdaki yaşanan değişimler çerçevesinde toplumlar klasik sosyologlar tarafından genellikle dikotomik bir sınıflandırmaya tabi tutulmuşlardır. Sosyolojik olarak dikotomi'yi, Thedorson, "birbirinin zıddı iki değer alabilen değişken" (Yelken, 1999: 53) olarak tanımlamaktadır. Dikotomik açıklamalara

Tönnies'in cemaat ve cemiyet, Durkheim'in mekanik ve organik dayanışma, Cooley'in birincil ve ikincil grup ayrımı örnek verilebilir. Yelken'e göre (1999: 53) sosyologlarca "büyük ikilik/ayırım" olarak adlandırılan bu gelenek, günümüz sosyal bilimlerinin "geleneksel ve modern" ya da "modern-postmodern" ayrımlarının da temelini oluşturmaktadır. İkiye ayırarak tipleştirme mantığı, başından bu yana zamansal olarak bir dönemleştirme geleneğini de içinde barındırarak süregelmıştır. Yani aslında ikiye ayrımların çoğu betimledikleri içerik açısından aynı zamanda bir sürece ya da tarihsel bir zaman dilimine atıfta bulunarak bir dönemleştirme işlevi de görmektedir.

İbni Haldun, insan topluluklarının ilk durumunun göçebelik olduğunu, bunun zamanla yerleşikliğe, kentliliğe dönüştüğünü öne sürer (Kongar, 2010: 66). İbni Haldun, toplumları organizmacı bir yaklaşımla bedevi ve hadari diye iki temel toplum şeklinde sınıflandırmıştır. Bedevi kırsal yaşamı, hadari ise kentsel yaşamı temsil etmektedir.

İbni Haldun, bu ayrımın özellikle toplumsal üretimin yöneldiği amacın farklılaşmasına dayandığını düşünür. Bedevî yaşam biçimi, yaşamın sürdürülebilmesi için gerekli olan şeylerin üretimi ile sınırlıdır. Toplumsal üretimde güç, zenginlik, rahatlık ve boş zaman arzusuyla artı değerler arttıkça hadarî yaşam biçimine doğru ilerler. Bu bakımdan bedevî yaşam biçimi, tarihsel açıdan hadarî yaşam biçimini önceler. Çünkü yaşamı sürdürmek için gerekli olan şeyleri elde etmekle işe başlamak, yaşamı yetkinleştirmek için gerekli olan şeylerden önce gelir (Yıldız, 2010: 40).

Toplumsal değişimlerin temelinde "asabiyet" olgusunu yerleştiren İbn Haldun'a göre bedevî toplumlarda birlikteliği sağlayan güç "asabiyet" adını alır. Bu asabiyet kan bağına dayanır ki buna "nesep asabiyeti" adı verilir. Yerleşik hayata geçen ve geniş cemiyetler oluşturan toplumlarda ise nesep asabiyeti yerini, söz konusu cemiyeti birbirine bağlayan güç olan "sebepe asabiyeti"ne bırakır. Asabiyetin amacı mülk ve iktidardır (Özkılıç, 2007: 5). Bu çerçevede Kongar, (2010: 66) İbni Haldun'un asabiyet kavramı ile birlik ruhuna dayalı olan kuvveti" kastettiğini, asabiyetin hem dayanışmayı hem de güç sahibi olmayı içerdiğini ileri sürer. Yelken ise (1999: 27, asabiyeti, her şeyden önce bir grubun üyelerini bir arada tutan, birbirlerine yaklaştıran "biz" bilinci veren bir unsur olarak nitelendirirken, Kayapınar (2006: 92) asabiyetin, zaman içerisinde, zor şartların beraberinde getirdiği kaynaşmanın bir neticesi olarak ortaya çıktığını ifade eder.

İbni Haldun'un "asabiye" kavramı, Tönnies'in "doğal irade" kavramına, "bedevilik" kavramı ise kırı temsil eden "cemaat" kavramına, "hadarilik" kavramı ise

kenti temsil eden “cemiyet” kavramına çok benzemekte, fakat doğal olarak kavramları koyma, kullanma ve açıklama biçimleri farklılaşmaktadır (Yelken, 1999: 27). Bu açıdan bakıldığında Tönnies’in, İbni Haldun’un değerlendirmelerinden ve topluma ilişkin tanımlamalarından etkilendiğini söyleyebilmek mümkündür.

İbni Haldun ile Tönnies’in teorilerini karşılaştıran Orçan, (2004: 81) İbni Haldun’un 14. yüzyılda ortaya attığı bedevi asabiyetten hadariliğe geçişin bir teorisi olan asabiyet teorisiyle 19. yüzyılda cemaatten cemiyete geçişi çözümlemeye çalışan Tönnies’in kuramı, hem tanım açısından, hem de bu tanımda kullanılan kriterler bakımından birbirine oldukça benzemekte olduğunu ifade eder.

Toplumsal yapıda meydana gelen değişimi Tönnies, cemaat’ten (gemeinschaft) cemiyete (gesellschaft) geçiş olarak açıklarken, Durkheim ise mekanik dayanışmadan organik dayanışmaya geçiş olarak açıklar. Hem Tönnies hem de Durkheim açıklamalarında toplumsal yapıda yaşanan değişimlerle birlikte sosyal ilişkilerin de değişime uğradığı üzerinde dururlar.

Cemaat ve cemiyet kavramlarını sosyal ilişkilerin oluşumunda ideal tip olarak kurgulayan Tönnies, temel çalışması Gemeinschaft-Gesellschaft’ta geçmişteki toplumlar ile girilmekte olan sanayi çağı Avrupası arasındaki temel farklılıkları, özellikle toplumsal ilişkilerdeki değişimin doğası ve kapsamını kavramaya çalışır (Slattery, 2008: 59). Bu çerçevede cemaat ve cemiyet şeklinde gruplandırma sosyal ilişkilerdeki değişimin de bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir.

Toplumların yaşadığı değişimi dayanışma ve iş bölümü çerçevesinde inceleyen Durkheim, sanayi toplumu ve sanayi öncesi topluma ilişkin, mekanik ve organik olmak üzere iki farklı toplumsal düzen ileri sürmektedir (Kivisto, 2008: 130). İnsanların dayanışmasının biçimi değiştiğinde, toplum yapısı değişmeden kalmaz. Dayanışmanın hemen hemen tek biçimi olan mekanik dayanışmanın giderek alanını yitirmesi ve organik bir dayanışmanın yavaş yavaş üstün bir duruma gelmesi tarihin bir yasasıdır (Durkheim, 200: 213).

Mekanik dayanışmada kan birliğinin doğurduğu yakınlıklar, onları bir arada tutan asıl bağdır görüşünü ileri süren Durkheim’e göre, geleneksel toplumlar, topluluklar/cemaatler veya gruplarla ilişkiler özellikle yüz yüze veya mekaniktir ve işbölümü çok basittir, insanların çoğunluğu genellikle aynı işi yapar (Slattery, 2008: 114). Bu tür toplumlarda üyeler arasındaki bağlar kuvvetlidir. Bireyler, birbirleriyle uyum ve harmoni içinde olup, bireysel kimliklerini kaybederek kolektif bilincin bir

parçası haline gelirler (Kızılçelik, 1994: 62). Mekanik toplumda, kişilerin arkadaşlık çevresi, kendi akraba çevresiyle sınırlıdır ve burada çocukların eşlerinin kim olacağına bile ebeveynler karar verir. İlişkilerin ve yükümlülüklerin niteliği net bir şekilde belirlenmiştir. Sosyal ilişkiler, fazla karmaşık olmayan bir sosyal yapıda otomatik ve mekanik olarak ortaya çıkmaktadır (Van der Loo-Reijen, 2006: 90).

Mekanik toplumda bireyler birbirlerine benzer tutum ve davranış sergilerler. Aron (2004: 256) mekanik toplumda bireylerin birbirlerinden pek az farkları bulunduğunu ve aynı topluluğun üyelerinin aynı duyguları hissettikleri, aynı değerlere katıldıkları, aynı kutsala inandıkları için birbirine benzediklerini, henüz farklılaşmadıklarını ifade etmektedir. Mekanik dayanışmanın olduğu toplumlarda, sosyal ilişkiler aile, komşu ve arkadaşlarla yoğun bir şekilde gerçekleşmektedir. Burada belirtilmesi gereken önemli bir husus mekanik toplumlarda kolektif bilincin hâkim olması, bireyselliğe az yer verilmesidir. Can'a göre (2004: 97) bu tür toplumlarda ilişkiler yüz yüze yani birincil ilişkilerdir, sosyal ve kolektif bilinç güçlüdür ve kolektif bilinç her eylemi ayrıntılı olarak tanımlamış ve bireylere zorla benimsetmiştir. Durkheim (2006: 109) ortak bilinci, bir toplumu oluşturan üyelerin ortalamasına yaşayan inanç ve duyguların tümü, kendine özgü yaşamı olan ortak bir dizge olarak tanımlar. Durkheim, ortak bilincin bireylerin içinde bulundukları özel koşullardan bağımsız olduğunu ve bireylerin geçici onun ise kalıcı olduğunu ifade eder.

Durkheim'e göre toplumsal iş bölümü geliştikçe, diğer bir deyişle işbölümü ile birlikte mekanik dayanışmanın egemen olduğu farklılaşmamış toplum tipinden, organik dayanışmanın yaygın olduğu farklılaşmış toplum tipine geçilmektedir (Kızılçelik, 1994: 62). Durkheim, farklılaşma üzerine kurulu bireyler arası dayanışmaya organik dayanışma adını verir (Aron, 2004: 256) ve organik dayanışmanın özünü, herkesin karşılıklı bağımlılık içinde olduğu modern toplumların sanayi ekonomilerini ayakta tutan kompleks işbölümü oluşturduğunu (Slaattery, 2008: 115) ifade eder. Kongar'a göre (2010: 103) organik dayanışmanın egemen olduğu toplumlarda, bireycilik gelişmiştir, ihtisaslaşma artar, yerel bağlar zayıflar ve evrensel değerler gelişir.

Durkheim, (2006: 221) organik dayanışmanın olduğu toplumları bireyler perspektifinden şu şekilde değerlendirmektedir.

Gerçekten burada bireyler, artık soy ilişkilerine göre değil, kendilerini adadıkları toplumsal etkinliğin özel niteliğine göre bir araya gelmektedir. Onların doğal ve zorunlu ortamları, artık doğdukları ortamlar değil, meslek ortamıdır. Her bireyin yerini belirleyen, artık gerçek ya da sanal kan bağı değil, yerine getirdiği işlevdir.

Bu toplum tipinde bireyler heterojendir, bireysellik ve uzmanlaşma ön plana çıkmıştır dolayısıyla bireyler farklı görevler üstlendikleri için farklılaşırlar (Kızılcı, 1994: 62). Bu toplum tipinde kolektif bilincin zayıflayarak bireyselliğin artmasına, toplumsal çözülme ve kaosa yol açacağı (Van der Loo-Reijen, 2006: 93) endişesi taşınmaktadır. Böylece Durkheim, organik toplumda sosyal ilişkilerin yapısının ve niteliğinin değiştiğini daha önce dar bir çevrede gerçekleşen sosyal ilişkilerin, iş bölümünün artmasıyla daha geniş bir çevrede geliştiğini ancak bununla birlikte bağların da zayıfladığını, ortak değerlerin azaldığını ifade eder. Can (2004: 97), Durkheim'in bu durumu sorun olarak gördüğünü ifade eder. Hedefi düşünce birliğini sağlayarak bir toplum oluşturmak olan Durkheim'e göre işbölümü ve uzmanlaşma sayesinde toplumun bireyleri arasında dayanışma yeniden ve daha sağlıklı bir şekilde tesis edilecektir.

Geleneksel toplumdan modern topluma geçişle birlikte hız kazanan toplumlarda değişim ve dönüşüm devam etmektedir. Bu değişim ve dönüşüm hiç şüphesiz sosyal ilişkileri de etkilemiştir ve etkilemeye devam etmektedir.

Sosyal ilişkilerin toplumsal yaşam içerisinde farklılıklar göstermesinin bir diğer nedeni sosyal gruplardır. Sosyal ilişkiler ya da ilişki biçimleri, bireyin dahil olduğu grubun yapısı ve grup dinamikleriyle yakından ilişkilidir. Bu bakımdan sosyal grupların değerlendirilmesi konumuz açısından önem taşımaktadır.

1.3. Sosyal Gruplar Tanımı ve Özellikleri

Gündelik yaşamda bireylerin, çeşitli vesilelerle bir araya gelerek oluşturdukları topluluklar için grup kavramı kullanılmaktadır. Toplumun bizzat kendisi büyük bir sosyal grup olduğuna göre, sosyal ilişkiler kuşkusuz sosyal gruplarla ilgilidir (Kaya, 2008: 41). Grup ve sosyal grup kavramlarının tanımlaması konusunda sosyologların bir mutabakat içerisinde olduğunu söyleyebilmek mümkün değildir.

Resmi ya da gayri resmi üyelik ölçütleriyle tanımlanan, görece istikrarlı bir karşılıklı ilişkiler modeliyle birlik olma duygusunu paylaşan ya da kendilerini birbirlerine bağlı hissedenden çok sayıda kişinin oluşturduğu bir küme (Marshall, 2005: 284) olarak tanımlanan grup, insanın yaşamının doğumundan itibaren tüm aşamalarını

anlamalı kılan, tüm yaşama değer katan, oluşturdıkları normlarla bireylerin davranışlarını etkileyen bir olgudur.

Bir başka tanıma göre ise grup, birbirleriyle yakın ilişkiler kurmuş bulunan, birbirlerinin varlığından haberdar olan ve belirli bir amaç ya da amaçlar dizisini gerçekleştirmek üzere bir duyguyla hareket etmek üzere bir araya gelen insan topluluğudur (Şimşek vd., 2011: 215). Bu ifadeler çerçevesinde grubu oluşturan temel unsur, ortak amaçlar ve birlikte hareket etme düşüncesiyle gelişen sosyal ilişkilerdir.

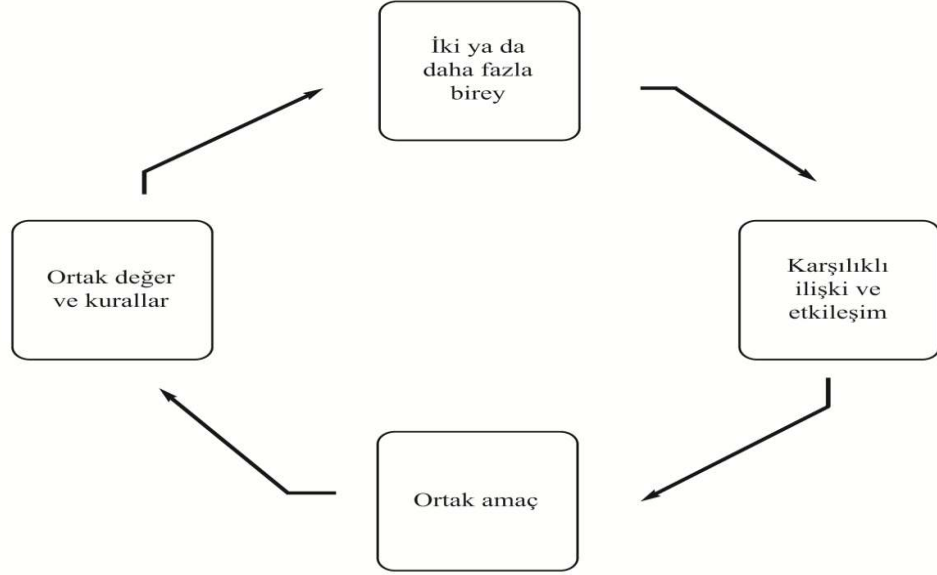
Grubu toplumsal organizasyon çerçevesinde ele alan Goffman (2009: 80), sosyal grubun toplumsal örgütlenmenin özel bir türü olarak tanımlanabileceğini belirtir. Bu grubun unsurları bireylerdir. Bireyler, örgütlenmeyi, katılımcıların birbirleriyle ilişkilerinden ayrı olarak, farklı bir kolektif birim, toplumsal bir varlık gibi algılar, kendilerini örgüte bağlı ve örgütle tanımlanan üyeler olarak duyumsar ve böylece ahlaksal destek aldıklarını düşünürler.

Belli sayıda ortak özelliği olan, birtakım ortak ihtiyaçlarını karşılamak için bir araya gelmiş, bağımsız bir varoluşa veya kimliğe sahip bulunduklarının bilincine sahip, birtakım ortak kurallara göre birbirleriyle ilişki içinde bulunan bireyler kümesi veya toplumsal birim sosyal grup olarak tanımlanır (Cevizci, 2010: 1428). Sosyal grubu, zaman, değer paylaşımı ve etkileşim bağlamında ele alan Erkal (2012: 18) sosyal grubu yeterli sayılabilecek bir süre birbirleriyle etkileşimde bulunan ve ortak değerleri paylaşan iki ya da daha çok insan olarak tarif etmektedir.

İki ya da daha fazla sayıda insanın bulunduğu her yerde potansiyel olarak bir grup gerçeğinden söz edilebilir. Ancak, gruplar sıradan kalabalıklar ya da kitlelerle aynı anlamı taşımamaktadır. Bankada işlem sırasını bekleyen müşteriler ya da kayıt yaptırmak için öğrenci bürosu önünde biriken üniversite öğrencileri grup olarak nitelendirilemez (Öcal, 2013: 276). İnsan birlikteliklerinin grup olarak nitelenmesi için kişiler arasında etkileşim olması gerekir (Ertürk, 2012: 247). Sosyal etkileşimde insanlar, diğer insanları bilinçli bir şekilde ele alırlar ve eylemlerini bu çerçevede gerçekleştirirler (Bahar, 2008: 34).

Diğer bir görüşe göre her insan topluluğu sosyal grup olarak ifade edilemez. Kaya'ya göre (2008: 43) aynı fiziksel mekânda bir arada bulunan, fakat aralarında çok az şeyi paylaşan topluluklar sosyal grup değildir. Örneğin, bir trende seyahat eden yolcular, seyahatle ilgili ortak bir amacı paylaşmakla birlikte, aralarında ciddi bir etkileşim olmadığı ve bu geçici birliktelik herhangi bir anlam ifade etmediği için sosyal

grup diye nitelendirilemez. Bazı sosyologlara göre esas olan şey “biz” bilincine sahip olmaları ve samimi ilişki içinde bulunmalarıdır (Doğan, 2009: 103). Bu çerçevede sosyal grup, üyelerinin karşılıklı iletişim içerisinde bulunduğu, ortak bir amaç ve hedefleri bulunan, birbirinin varlığını bilen, ortak değerleri paylaşan insan topluluğu olarak ifade edilebilir.



Şekil 3: Sosyal Grupların Temel Özellikleri

Şekil 3. Sosyal Grupların Temel Özellikleri

Bir sosyal grubun oluşabilmesi için, her şeyden önce birden fazla insanın bir arada bulunması, bu topluluğun diğer insanlardan ayrı, başlı başına bir birlik meydana getirmesi ve varlık kazanması, grup içerisinde her üyeye düşen bir rolün ve statünün var olduğu yapısal bir sistemin oluşması gerekir (Kaya, 2008: 45). Bu yapısal sistem, amaç ve çıkar birliğinin olduğu, ortak değerlerin paylaşıldığı ve iletişim sürecinin aktif olarak işlediği bir sistemdir.

Sosyolojik açıdan grubun özellikleri şu şekilde ifade edilebilir (Fichter, 2004: 61-62):

1. Grup olarak adlandırılan sosyal birim, hem üyelerince hem de dışarıdaki gözlemcilerce tanınabilmelidir.
2. Grupların sosyal yapıları vardır. Çünkü gruba katılan her üye, diğer pozisyonlarla ilişkili bir pozisyona sahiptir.

3. Gruptaki her üye kendi sosyal rolünü oynar. Böylece grup katılımı gerçekleşmiş olur. Üyeler rollerini oynamaktan vazgeçerlerse, grup da ortadan kalkar.
4. Grubun sürekliliği için karşılıklı ilişkiler son derece önemlidir. Grup üyeleri arasında iletişim ve temas olmalıdır.
5. Her grup, içinde rollerin oynandığı yolları etkileyen davranış normlarına sahiptir. Davranış normlarının yazılı olması, yönetmeliklere geçmiş olması zorunlu değildir.
6. Grup üyeleri belirli ortak ilgi ve değerleri paylaşırlar. Ortak ilgi ve değerlere bazı gruplarda özenle sahip çıkılır, bazı gruplarda ise ortak ilgi ve çıkarlar son derece belirsiz olabilir.
7. Grup eyleminin yöneldiği bazı sosyal hedefler bulunmalıdır. Her grup farklı derecelerde olmakla birlikte yine de bir veya birkaç amaca sahiptir.

Sosyal grup tanımlarından yola çıkarak, sosyal grubun iki temel niteliğe sahip olduğu görülmektedir (Qutwaite, 2003: 320): a) onu oluşturan bireyler arasında özgül ilişkiler vardır; ve b) her birey, bizzat grup ve onun simgeleri konusunda bilinçlidir.

1.3.1. Sosyal Grupların Oluşumu

İbni Haldun toplumu canlı organizmalara benzetmiştir. Toplum sosyal gruplardan oluştuğuna göre, grupların bir oluşum ve gelişim süreci vardır. Grup statik değil, dinamik bir olgudur. Bu çerçevede gruplar zamanla değişime uğrar, gelişir ve kendini yenileyebilir.

Grupların oluşumunu Robbins ve Judge temel olarak beş aşamada tanımlamaktadır:

1. İlk aşama oluşum aşamasıdır. Bu aşamada grubun amacı, yapısı ve lideri tanımlanmaktadır. Grup içi normlar bu aşamada az çok şekillenmektedir. Bu aşama, üyelerin kendilerini bu grubun bir parçası olarak tanımlamaya başlamalarıyla tamamlanır.
2. İkinci aşama fırtına aşamasıdır. Bu aşamada grup içi çatışmalar çıkmaktadır. Gruba ait olma ile grubun oluşturduğu baskıya karşı oluşan direnç bu aşamada ortaya çıkabilmektedir. Bir diğer çatışma konusu ise grup liderliğine ilişkindir. Bu aşama tamamlandığında grup içerisinde belirgin bir liderlik hiyerarşisinin oluşması beklenir.

3. Üçüncü aşama kurallar aşamasıdır. Grupta yakın ilişkiler gelişir ve bütünlük oluşur. Grup yapısı kuvvetlendiğinde ve grup içerisinde üyeler için doğru davranışların neler olduğuna dair beklenti setleri oluştuğunda kurallar aşaması tamamlanmış olur.
4. Dördüncü aşama performans aşamasıdır. Bu aşamada grup yapısı fonksiyoneldir ve grup üyeleri tarafından kabul edilmiştir. Grup daha çok görevlere odaklanmaktadır.
5. Beşinci aşama dağılma aşamasıdır. Bu aşamada yüksek performanstan ziyade faaliyetleri toparlamak önem kazanmaktadır (Bulut ve Gonca, 2012:105).

Her sosyal grup bu aşamaları benzer bir biçimde tamamlayamayabilir. Bazı gruplar beşinci aşamaya gelmeden önce dağılılabılırken, bazı gruplar ise aşamaların bir kısmından sonra grup oluşumuna geçebilirler.

1.3.2. Grupların Fonksiyonları

Sosyal grupların üyeleri için birtakım fonksiyonları vardır. Bireyler ihtiyaçlarını karşılamak, beklentilerini gidermek, statü elde etmek, güvenlik sağlamak gibi nedenlerden dolayı sosyal grupların üyesi olurlar.

Gruplara katılmak önemli psikolojik ve sosyal gereksinimleri karşılar, bir yere ait olmak, başkalarından ilgi görmek gibi (Kağıtçıbaşı, 2008: 285). Yalnız, izole olmuş, anlam kaybı yaşamakta olan bir birey, gruba girerek daha büyük bir bütünün parçası haline gelir. Grup, bireylerin hayatına anlam katarak, bireylere gerçekleştirebilecekleri hedef ve amaçları verir (Bulut vd., 2012: 108).

Gruplar, kişilerin davranış ve tutumlarının oluşmasına, gelişmesine yardımcı olur (Bulut vd., 2012: 108). Birey dünyaya geldiği andan itibaren sosyal gruplar içerisinde yaşamaya ve sosyalleşmeye başlar. Toplumsal hayat için gerekli olan sosyal değer ve normları, mantıki düşünme kurallarını da içinde yaşadığı gruplardan öğrenir (Ergan, 2001: 553). Grup üyeliği olumlu bir sosyal kimlik edinmemizi de sağlar. Bir gruba ait olan üyeliğimiz benliğimizin tanımında yer alabilir (Kağıtçıbaşı, 2008: 285). Bu çerçevede sosyal gruplar, sosyalleşme sürecinin temel aktörleridir. Kaya (2008: 72) bireyin katıldığı sosyal grubun davranış örneklerini ve olaylara bakış tarzını benimseyerek hem sosyalleştiğini hem de kişiliğinin geliştiğini ifade eder.

Gruplar üyelerine sosyal statü ve prestij sağlamaktadır (Bulut vd., 201: 108). Kişi, yaş, cinsiyet ve belli fiziksel özellikleriyle ilgili statülerini aile grubu içinde,

öğrencilikle ilgili statülerini okul grubu içinde, öğretim üyeliği, doktorluk, avukatlık gibi statüleri ise meslek grubunda edinir. Böylelikle girdiği değişik gruplar içerisinde çeşitli statüleri edinen fert, toplumsal yapı ve hiyerarşi içinde yer edinmiş olur (Ergan, 2001: 554). Gruplar üyelerini koruma işlevi de görür. Yalnız başında zayıf olan birey bir gruba katıldığında güç sahibi olmaktadır (Bulut vd., 2012: 108). Bu anlamdan Kağıtçıbaşı'nın da ifade ettiği gibi (2008: 285) gruplar, bireylerin kendilerini güvende hissetmelerini sağlar ve grup dışı düşmanlara karşı korunmayı kolaylaştırır.

1.3.3. Grupların Bireyler Üzerindeki Etkileri

Grupların bireyler üzerinde farklı etkileri bulunmaktadır. Grupların bireyler üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmalar ve teorik yaklaşımlar çerçevesinde bu etkilerin dört şekilde gerçekleşebileceği sonucuna varılmıştır (Ergan, 2001:569-572; Kağıtçıbaşı, 2008:288-307, Bulut vd., 2012: 109-112). Bu etkiler, grup içinde norm gelişmesi ve kişinin bu norma uyması, bireyin tutum değişimine etkisi, bireyin verimliliğine etkisi, bireyin riske girme davranışına etkisidir.

Grup içinde norm gelişmesi ve kişinin bu norma uyması

Grup normlarının birey üzerindeki etkisi özellikle Sherif (1936) ve Ash (1951)'in araştırmalarında ortaya konmuştur. Bir gruba dâhil olan üyeler, grup normlarına uyarak rollerini gerçekleştirirler. Grup hiyerarşisi içerisinde bireyin bulunduğu konum, grup normlarına uyma düzeyinde farklılık oluşturur (Bulut vd., 2012: 109).

Dittes ve Kelley yaptıkları bir deneyle “grup hiyerarşisi içinde hangi üyeler grup normlarına daha çok uyarlar?” sorusuna cevap aramışlardır. Bu deneyde bir çalışma grubu oluşturulmuş ve bunlar bir süre beraber çalıştıktan sonra, grup üyelerinin her birine grubun kendisini ne derece kabul ettiği, ona ne kadar değer verdiği hakkında bilgiler verilmiştir. Aslında grup içinde birbirinden pek farkı olmamalarına rağmen, bazılarına “grup seni seçti; sana değer veriliyor, grupta kalman isteniyor”; bazılarına “seni isteyenler de var istemeyenler de var, ileride durumun iyileşebilir de kötüleşebilir de”; bazılarına ise “grup seni seçmedi, grupta kalman fazla önemli görülüyor” şeklinde bilgiler verilmiştir. Aslında bu bilgilerin hepsi asılsızdır ve hiyerarşi oluşturmak için araç olarak kullanılmıştır (Kağıtçıbaşı, 2008:288). Yapılan çalışma sonucunda grupta orta düzeyde kabul görmüş bireylerin grup normlarına en fazla uyan

kişiler olduğu; grup tarafından beğenilip kabul edilenlerin ikinci derecede grup normlarına uyduğu, gruptan reddedilenlerin ise grup normlarına en düşük düzeyde uydukları tespit edilmiştir. Bu açıdan grup içerisinde kabul görmek, hem grupta bütünleşme hem de normlara uyma açısından önemlidir.

İnsanlar gruplara tamamen kabul edilinceye kadar kurallara büyük oranda uyum gösterirlerken, kabul edildikten sonra bir dereceye kadar grup kurallarından bağımsız olarak hareket etmeye başlarlar (Bulut vd., 2012: 109; Ergan, 2001:569).

Grubun bireyin tutum değişimine etkisi

Grup, bireylerin tutumları ve tutumlarının değişimi üzerinde önemli düzeyde etkiye sahiptir. Grup, üyelerinin tutum değişimini artırabilir de engelleyebilir de. Eğer tutum değişimi grup normu doğrultusunda, grup bunu artırıcı yol oynar; eğer grup normuna ters düşüyorsa, grup tutum değişimini engelleyici rol oynar (Kağıtçıbaşı, 2008: 292).

Grubun bireyin tutum değişimini engelleyici rolüne örnek olarak Kelley ve Volkert'in izci çocuklar üzerindeki araştırması; grubun bireyin tutum değişimini artırıcı rolüne örnek olarak Kelley ve Woodruff'un üniversite öğrencileri üzerindeki araştırması örnek verilebilir.

Kelley ve Volkert'in izci erkek çocukların izcilik konusundaki tutumlarını ölçmek amacıyla, günümüzde izciliğin önemini yitirdiği, gençlerin tabiatı daha iyi tanımak yerine şehirlerdeki olanakları denemelerinin onların gelişimine daha yararlı olacağı anlatılmıştır. Bu etkileyici iletişimden sonra ikinci tutum ölçeğinde çocukların pek çoğunun izcilik hakkında olumlu tutumlarını değiştirmedikleri görülmüştür. Bu çocuklar, üyesi bulundukları izci grubunun normlarına ters düşen propagandaya karşı direnç göstermişlerdir (Kağıtçıbaşı, 2008: 292).

Kelley ve Woodruff'un üniversite öğrencileri üzerindeki araştırmasında ise öğrencilere bir konuşma teyipten dinletilmiş, bazılarının konuşmanın sonunda duyulan alkış seslerinin yine kendi gruplarına benzer üniversite öğrencilerinden geldiği, diğerlerine ise bu alkışların bir grup dinleyiciden geldiği söylenmiştir. Araştırma sonucunda, alkışların kendilerine benzeyen kişilerden geldiğini sanan deneklerin çok daha fazla tutum değişimi gösterdikleri, yani propagandayı daha fazla kabul ettikleri görülmüştür. Çünkü, kişi kendi grubuna benzer grupların normlarının da kendi grubundakine benzediğini varsaydığı görülmektedir (Kağıtçıbaşı, 2008:293). Bu

bakımdan yapılan deneylerden elde edilen bulgularda da görüldüğü gibi, grup normların oluşmasında ve bireyin sahip olduğu tutumların şekillenmesinde önemli bir etki gücüne sahiptir.

Grubun bireyin verimliliğine etkisi

Grubun bireyin verimliliğine etkisini belirlemek üzere yapılan araştırmalarda grup içerisinde yer alan bireyin, yalnız olduğu durumdan daha fazla üretken olduğu, yalnız olduğu durumdan daha fazla iş çıkardığı görülmüştür. Ancak, grup içerisinde öğrenmenin daha yavaş olduğu gözlemlenmiştir. Grup halinde yapılan işin miktarı artmakta, fakat kalitesinin azalmakta olduğu ortaya çıkmıştır. Yani grup içinde olmak, bazen bireyin verimini artırmakta, bazen azaltmaktadır (Ergan, 2001: 571).

Bu durum şöyle yorumlanmaktadır. Başka kimselerin varlığı, kişinin güdülenmesini ve faaliyet düzeyini artırır. Böyle olunca, kişinin yapma eğiliminde olduğu tepkilerini yapma olasılığı artar. Böylece, kişinin yanlış yapma eğilimi varsa, grup içinde yanlışları artacak, doğru yapma eğilimi varsa da doğru yapmak olasılığı artacaktır (Kağıtçıbaşı, 2008: 297). Başka bir açıdan, birey grup içerisinde olduğunda yapılan işin sorumluluğunu diğer grup üyeleriyle paylaşabilir, sorumluluğun paylaşılması için kalitesinin azalmasında etkilidir.

Grubun bireyin riske girme davranışına etkisi

Grubun, bireyin riske girme eğilimi üzerindeki etkisi konusunda gerçekleştirilmiş araştırmalar ise, karar verme sürecinde bireylerin gruplarda daha fazla risk içeren seçenekleri tercih ettiğini ortaya koymaktadır (Bulut vd., 2012: 111). Grup içinde insanların riskli çözümleri benimsemelerinin sebeplerinden biri sorumluluğun paylaşılmasıdır. Grup içindeki bireyler kendi davranışları için yalnız oldukları durumlarda olduğundan daha az sorumluluk duyarlar (Ergan, 2001:572). Gerek grup normları, gerek grup bütünlüğü ve dayanışması, bireyin üzerinde bir kontrol, destek mekanizması olmaktadır (Bulut vd., 2012: 111).

Grup içinde insanların riskli çözümleri benimsemelerinin sebeplerinden bir diğeri ise kültürel değerlerdir. Ergan'a göre (2001: 572) birçok durum ve kültürde insanlar riske girme eğilimine hayranlık ve saygı duyar, değer verirler. Bir kararı başka insanlarla tartışma ya da diğer insanların tercihlerini bilme bu kültürel normu daha

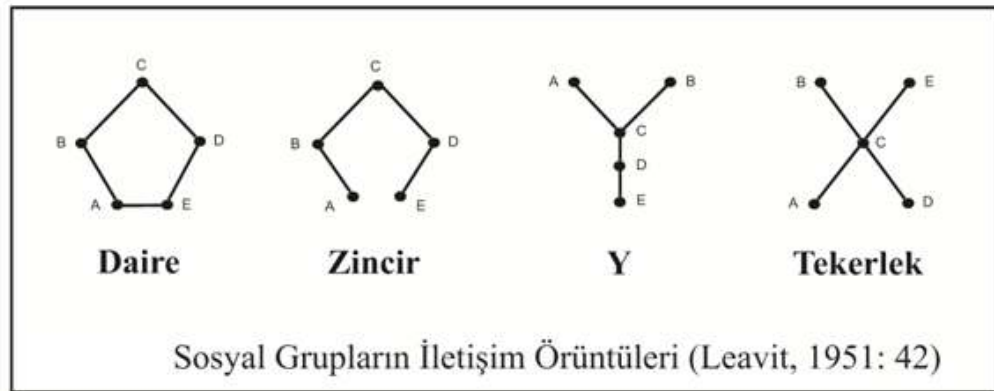
önemli hale getirir ve dolayısıyla bireyin, yalnız durumunda seçebileceğinden daha riskli bir kararı seçmesine sebep olur.

Bazı durumlarda ise birey, grubun diğer üyelerini de göz önünde bulundurarak, risk almaktan kaçınabilir. Çünkü grup içerisinde birey, diğer üyelerin alınan riskten zarar görme ihtimalini değerlendirir. Örneğin, bir babanın riskli bir karar alması çocuklarını da etkileyebileceği için daha zor olabilir.

1.3. Sosyal Gruplar ve İletişim

Bireylerin içinde bulunduğu sosyal grubun yapısı ve özelliklerine göre iletişimin amacı ve türü değişiklik gösterebilir. Grup içerisinde ortak bir hedef doğrultusunda bir araya gelen bireyler için iletişim yaşamsal bir önem taşımaktadır. Sosyal gruplar açısından iletişim grubun varlığını idame ettirmesi ve sürekliliğini sağlaması bakımından hayati bir gerekliliktir. Bireyler, iletişim aracılığıyla hem kendi hem grup amaçlarını gerçekleştirebilir ya da davranış ve tutum değişimini sağlayabilir. Sosyal grubu oluşturan bireyler arasında iletişim ne kadar güçlü ve etkili olursa sosyal ilişkiler de o düzeyde verimli ve olumlu düzeyde gerçekleşir.

Grubun etkinliğini belirleyen bir unsur olarak grup içi iletişim yapısını inceleyen Leavit (1951: 42) dört değişik iletişim örüntüsünün olduğunu ifade etmiştir. Leavit grupları faaliyet, başarı ve tatmin yönünden karşılaştırmıştır. Leavit, iletişim örüntülerini Daire, Zincir, Y ve Tekerlek Modeli çerçevesinde incelemiştir. Ancak, daha sonra yapılan araştırmalar da, serbest iletişim ağı ve ya serbest model olarak ifade edilen bir model de ortaya konulmuştur.



Şekil 4. Sosyal Grupların İletişim Örüntüleri

Daire Modeli; demokratik bir yapıya sahiptir. Grupta belirgin bir lider yoktur. Genellikle yerinden yönetimlerde uygulanan bir iletişim modelidir. Çalışanların morali yükselir fakat bilginin doğruluğu çok kişiden geçmesi nedeniyle azalma eğilimi gösterir.

Zincir Modeli, ilişkilerin zayıf olduğu bir modeldir. Lider herhangi bir sorumluluk üstlenmeyen ancak iletişimde önemli rolü oynayan kişidir. Bilgiler kademe kademe atladığından doğruluk olasılığı ve hızı azalır. Çalışanların morali zayıflar, ilişkileri zayıflar ve grubun verimliliği tehlikeye düşer.

Y Modeli, A bireyi iletişimin yöneticisidir. Başlangıçta demokratik, sonrasında otokratik bir yapı vardır. Mesaj iletiminde doğruluk derecesi iyi ve lider belirgindir. Moral ve iş doyumu zayıftır.

Tekerlek Modelinde, bilgi alışverişi A'da yoğunlaşmaktadır. Emir komuta zinciri vardır. Bilgi aktarımı hızlıdır ve doğruluk derecesi yüksektir (Ertürk, 2012: 262).

Bu modellerden farklı olarak bir de bütün kanalların açık olduğu iletişim ağı bulunmaktadır. Bu iletişim biçiminde bütün üyeler arasında karşılıklı bir ilişki mevcuttur. Buna bağlı olarak arkadaşlık ilişkisi de gelişmiştir. Haberleşmenin hem hızlı hem de yoğunluğu artmış durumdadır. Grup üyeleri statü ve güç bakımından eşit durumdadır (Ergan, 2001: 574). Demokratik iletişim modeli olarak ifade edilen bu modelin çok daha düşük merkezileşme derecesine karşılık çok fazla iletişim kanalına sahip olduğu ve kişisel tatmine karşılık, yüksek bir grup tatmini sağladığı ve nihayet iletişimin hız ve doğruluğu açısından düşük düzeyler sergilediği söylenebilir (Şimşek vd., 2011: 170). Bu bakımdan sosyal grupların yapısı ve sosyal ilişki biçimleri, grup içerisinde ortaya çıkan iletişim örüntülerinde belirleyici rol oynar.

1.4. Sosyal İlişki Grupları

Sosyal gruplar birbirinden farklı özelliklere, niteliklere sahip olmanın yanında karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu durum sosyal grupların sınıflandırılmasında da görülmektedir. Sosyal gruplar özelliklerine, ilişki biçimlerine, büyüklüklerine, amaçlarına, işlevlerine göre farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır (Fichter, 2004:80; Dönmezer, 1982:191, Zincirkıran, 2012:102, Öcal, 2013:80; Şimşek, 2011:215). Buna göre gruplar, birincil ve ikincil gruplar, cemaat ve cemiyetler, resmi (biçimsel) ve resmi olmayan (biçimsel olmayan) gruplar, geçici ve sürekli gruplar, iradi ve gayri iradi gruplar, üyelik ve referans grupları şeklinde ele alınacaktır.

Sosyal ilişki grupları temelde birincil ve ikincil gruplar ile cemaat ve cemiyet şeklinde değerlendirildiğinden ve bu çerçevede yaşandığından çalışmada ağırlıklı olarak bu iki sınıflandırma üzerinde durulacaktır. Bununla birlikte diğer sınıflandırmalara ilişkin de bilgi verilecektir.

1.4.1. Birincil ve İkincil Gruplar

Sosyolojide, çeşitli grup sınıflandırmaları yapılmasına karşın en yaygın ve temel olanı Charles Horton Cooley tarafından yapılan grup ayrımıdır. Doğan (2009: 105) Amerikalı sosyolog Cooley'in grupları ilişkilerin sıklığı ve seyrekliği ölçütü çerçevesinde "birincil gruplar" ve "ikincil gruplar" olarak sınıflandırdığını belirtir.

Amerika'daki ilk sosyologlar kuşağının üyelerinden biri olan Cooley, "birey" ve "toplum" kavramlarının ancak birbirleriyle ilişkileri çerçevesinde tanımlanabileceğini, çünkü insan yaşamının özünde bir toplumsal etkileşim (Marshall, 2005:107) olduğunu ileri sürmektedir. Grupları sosyal ilişkileri çerçevesinde sınıflandıran Cooley, (1929: 23) birincil grupların samimi yüz yüze birliktelikler ve işbirliği ile karakterize edildiğini belirtmektedir. Cooley'e göre birincil gruplar, çoğu anlamda birincil bir özellik sergiler, ancak birincil gruplar temelde sosyal yapının ve bireysel ideallerin biçim kazanmasında başlıca unsurlardır. Samimi birlikteliklerin bir sonucu olarak birey, müşterek bütünle kaynaşır. Bu bütünlüğü tanımlamanın belki de en kolay yolu "biz" söylemidir; "biz", bir tür duygudaşlığı ve ortak bir kimliği ifade etmektedir.

Birincil gruplarda samimiyet ve işbirliği düzeyinin yüksek olduğunu ifade eden Cooley'e göre, bu samimi birliktelik ve işbirliğinin en önemli örnekleri; aile, çocuk oyun grupları, komşuluk veya yetişkin gruplarıdır. Bunlar hemen hemen evrenselidir. Cooley'in belirttiğine göre (1929: 24) aile ve komşu grupları, diğerleriyle kıyas kabul etmeyecek ölçüde, çocukluk döneminin en etkin gruplarıdır.

Bu gruplar, sadece bireysel açıdan değil, aynı zamanda sosyal kurumlar açısından da hayatın kaynaklarıdır. Kısmen özel gelenekler tarafından biçimlendirilirler ve büyük ölçüde, evrensel bir yapıyı ifade ederler. Diğer medeniyetlerin inançları ve yönetim biçimleri bize yabancı görünebilir, ancak çocuk ya da aile grupları ortak yaşamı taşırlar ve onlarla birlikte kendimizi evde hissediriz (Cooley, 1929: 27).

Forsyth'nin ifade ettiğine göre (2006:7) birçok durumda, bireyler istemsiz olarak birincil grupların bir parçası haline gelmektedir. Çocuklar ilk olarak doğdukları ve onların refahını sağlayan ailenin sosyal grubuna dâhil olurlar. Diğer birincil grupları

oluşturmak ve anlamlı bir etkileşim sağlamak ise uzun süre alır. Bu çerçevede Forsyth, birincil grupların, sosyalleşmenin birincil kaynağı olarak hizmet verdiğini ve üyelerinin tutumlarını ve değerlerini sosyal yönlendirme ile şekillendirdiklerini de belirtir. Yıldırım ise (2008: 67) aile, arkadaşlık, komşuluk ve akrabalık gibi birincil grupların özel hayatımızda etkin olan gruplar olduğunu, kolektif bilincin yüksek, duygusal birlikteliğin esas olduğunu belirtir. Birincil gruplarda bireyin katılım ve kendini gerçekleştirme imkânının geniş olduğu değerlendirmesini yapan Yıldırım, bireysel gelişimin ilk ve temellerinin bu grup ortamlarında edinilen deneyimlerle inşa edildiği görüşünü paylaşır. Dönmezer de (1984: 210) bu çerçevede birincil grupların temel fonksiyon ve hizmetleri görebilmelerini gruba giren kişi sayısının az olmasına bağlamaktadır. Çünkü, ancak küçük sayıda insandan oluşmuş gruplar samimi ve kişisel ilişkiler yürütebilirler. Kişilerin sayısı arttıkça, ilişkiler daha büyük oranda çoğalacağı için böyle bir grupta bütün üyeler arasında kişisel, içten samimi ilişkiler devam ettirilemez, sayının artışı ise dağılmaya sebep olur.

Birincil ilişkiler genellikle yüz yüze olan ilişkilerdir. Ama bu anlam daima yüz yüze gelen kişiler arasında yaşanan ilişkilerin birincil ilişkiler olduğu anlamına gelmez. Bir işyerinde çalışan kişiler her zaman yüz yüzedir ama aralarında birincil ilişki olmayabilir. Birincil ilişkilerde asıl dikkat edilmesi gereken nokta; karşılıklı olan kişiler arasında hemen tüm hayatın paylaşımı söz konusudur. Yani sosyal hayatın sevinç-üzüntü, dert-tasa, mutluluk, kazançlar-kayıplar, başarılar-başarısızlıklar vb. tüm yanlarının paylaşıldığı ve tüm bu yanlarının beraber hissedildiği türden bir ilişki söz konusudur. “Biz” duygusu ön plana çıkmaktadır. Bu özelliklerinden ötürü birincil gurubun, fertlerin toplumun fonksiyonel bir üyesi haline gelme sürecinde önemli bir yeri vardır (Yılmaz, 2007: 25). Bu nedenle birincil ilişkilerde “duygusallık” bağı oldukça önem taşımakta ve sosyal ilişki sürecinde de aidiyet, bağlılık ve samimiyet önemli unsurlar olarak dikkat çekmektedir. Bu çerçevede birincil ilişkiler “biz” duygusunu kazandırdığı gibi aynı zamanda sosyalleşmeyi sağlayan araçlar olarak değerlendirilmektedir.

Birincil grupları sosyalleştirme çerçevesinde değerlendiren bir başka bilim adamı Fichter (2004: 71)’dir. Kişinin en erken ve en formlaştırıcı deneyimleri birincil aile gurubu içinde oluşur. Aile en uzun etkili sosyalizasyon grubudur. Bireyin sosyal kişiliği büyük ölçüde ailesiyle teması ve iletişiminin sonucudur. Bireyin yaşamı boyunca ilişkide bulunduğu arkadaşlık benzeri gruplar da yine bireye en yakın gruplar

oldukları için, birey açısından birincildir. Bu gruplar bireyin sevdiği, güvendiği ve hayran olduğu kimselerden oluşur. Onlar bireyin en değerli deneyimlerini paylaştığı kişilerdir. Yaşamayı değerli kılan kimselerdir onlar. Bu gruplar, bireyin “gerçek” kişiliğinin içinde belirdiği gruplar oldukları için de birincildir, ikincil gruplarda birey, sosyal rolüne ilişkin katı beklentilere göre hareket etmeye zorlanırken, birincil gruplarda çok daha “kendi”sidir. Dönmezer’e göre (1984: 210) birincil grupların üyeleri genellikle anlayış ve tecrübe bakımından hemen hemen aynı veya birbirlerine yakın durumdadır. Hatta kişilerin geçmişleri de benzer nitelik taşır. Aksi takdirde belirtilen nitelikleri taşımayan kimselerin birincil gruplara girmeleri grup sürecini bozar. Birincil grup üyeleri arasında katılımcı bir ruh vardır. Ortak ilgi bireysel içtepileri yok edebilecek güçtedir.

Birincil gruplardan ikincil gruplara geçişin sosyal ilişkileri zayıflattığını düşünen Cooley, (1929: 26) şehirlerdeki kalabalık konutlar ve genel ekonomik ve sosyal karmaşanın, aileyi ve komşuluk ilişkilerini ciddi bir şekilde yaraladığını belirterek, sürecin ikincil gruplara doğru yöneldiğini ima etmektedir. İkincil ilişkilerin ortaya çıkışını Dönmezer ise, (1984: 206) zaman ve mekân bağlamında değerlendirmektedir. Zaman ve uygarlık ilerledikçe, toplum karmaşık biçimler aldıkça, büyük cemaat ve şehir toplumları geliştikçe ilk ilişkiler kaybolmakta ve bunun yerini çok geniş ölçüde olmak üzere ikincil ilişkiler almaktadır. Dönmezer, ikincil ilişkiler içerisinde kişiliklerin kaybolduğu, insanların işgal ettikleri yerlerin, mevkilerin birer simgesi halini aldığını vurgulamakla birlikte; bugün daha ziyade aşk, dostluk ve arkadaşlık gibi temellere dayanan birincil ilişki şekilleri içinde yaşandığını da belirtmektedir.

Doğan’a göre, (2009: 106) kişisel olmayan, resmi ve kısmi ilişkilere “ikincil ilişkiler” denir. Buna paralel olarak, üyeleri arasındaki ilişkilerin ikincil ilişkiler seviyesinde olduğu gruplara da “ikincil gruplar” denir. Yelken, “grup ve ilişki” kavramlarından hareketle; birincil grupların daha çok kırsal topluluklar arasındaki ilişkileri, ikincil grupların ise kentsel gruplar arasındaki ilişkileri tanımladığını belirtir. Yüksel’e göre (1999: 80) artık kentsel gruplar arasında da birincil ilişkiler söz konusudur. Grup vurgusundan “ilişki” vurgusuna bir geçiş ve ilişki biçimini yine temel alma söz konusudur.

İkincil gruplar ise birincil grupların dışında her türlü gruplardır. Sanayi toplumlarında daha fazla görülen büyük çaplı, resmi gruplar ve örgütlerdir (Ergan, 2001: 559). Bu çerçeveden ikincil gruplar kamusal alana ilişkin olanlardır. Resmi

kurallara dayanır. Rasyonel ve objektiftirler. Burada kişiler arası sözleşmeler geçerlidir. Dernekler, siyasal partiler, sendikalar (Yıldırım, 2008: 67) vakıflar, resmi ve özel kuruluşlar bu tür ilişkilere örnek olarak verilebilir. Sanayi toplumu ile birlikte köyden kente doğru yönelim toplumsal yapıda değişime neden olmuştur. Toplumun sadece ekonomik yapısında değil aynı zamanda sosyal, kültürel yaşamında da değişimlere neden olan kentleşmenin doğal bir sonucu olarak toplumsal farklılaşma artmış, belirli görev, rol ve statülerinin gereği olarak iletişim kurma durumunda olan ikincil ilişki türleri daha fazla görülmeye başlanmıştır.

İkincil grup, birincil gruptan daha seyrek bir birlikteliktir. Bireysel kişi ikincil ilişkilere gönüllü, amaçlı ve genellikle sözleşmeli olarak girer. Bu ilişkiler yasa ve kurallarla, resmi alışkılarla ve anlaşmalarla düzenlenmiştir. Daha dikkatli ve hesaplıdır. İkincil gruplarda kişi, “kendini en iyi davranışı” ile gözlettirmelidir. Bir kişi bir mesleki derneğe “söz namustur” diyerek giriyorsa ikincil grupta birincil grubun karşılıklı güven ve anlayışına dayanmakta olduğunu ileri sürmektedir (Fichter, 2004: 72). Ancak, Dönmezer, (1984: 206) “birincil ilişkileri idare eden temellerden birinin karşılıklı itimat olduğu halde, ikincil ilişkileri kanunlar, duygulardan uzak objektif kurallar yönetir” değerlendirmesini yapmaktadır. Birincil grupların sosyal ilişkilerinde yer alan duygusallık bağı, aidiyet, karşılıklı güven ile gayri resmi ilişkilerin yerini ikincil gruplarda sözleşmelere dayalı, resmi ilişkiler almıştır.

İkincil ilişkiler faydacılık temelinde birleşen, hiyerarşinin, yazılı iletişimin, uzmanlaşmaya dayalı işbölümü ve işin amacına yönelik resmiyetin hâkim olduğu ilişkilerdir. Sosyal ilişkiler, resmi normlar, yani ilgili gurubun varlığını, birliğini, işleyişini ve devamını belirleyen ve yönlendiren yasa, yönetmelik, genelge, yazılı emir gibi resmi sosyal kurallar çerçevesinde yürütülmektedir (Yılmaz, 2007: 26). Birincil gruplardaki samimiyete ve geleneksel değerlere bağlı sosyal ilişkiler, ikincil gruplarda ise sözleşmeye ve kurallara bağlıdır. Birincil gruplarla ikincil grupların karşılaştırmalı özellikleri aşağıdaki tabloda verilmektedir.

<i>Birincil Gruplar</i>	<i>İkincil Gruplar</i>
Yüz yüze karşılıklı etkileşim vardır	Yüz yüze etkileşim sınırlıdır
Aidiyet duygusu güçlüdür	Aidiyet duygusu zayıftır
Etkileşim ilişkisi güçlüdür	Psikolojik-duygusal bağlar zayıftır
Yüz yüze yoğun ilişki vardır	İlişkiler sınırlıdır
Sürekli	Sürekli değildir.

Şekil 5. Birincil ve İkincil Grupların Özellikleri (Kaya, 2008:150)

Birincil gruplar bireyler için, ikincil gruplar toplum için önemlidir. Her ikisinin de sosyal hayatta yeri vardır. Önemli buluşlar ikincil gruplar tarafından gerçekleştirilir. Birincil gruplar bireyin sosyalleşmesinde çok önemli rol oynar (Kaya, 2008:148). Toplum bireylerden oluştuğuna göre hem birincil gruplar hem de ikincil gruplarla gerçekleştirilen sosyal ilişkiler önemlidir. Ancak, süreçte belirleyici olanın bireyin sosyalleşmesini sağlayan birincil gruplardaki sosyal ilişkiler olduğu düşünülmektedir. Çünkü, özellikle aile, sosyalleşme sürecinin en etkili aracı olarak bireyin kişiliğini oluşturan bir merkez hüviyetindedir. Birey, ailede toplumsal değerleri, normları, inançları ve tutumları öğrenir. Elbette ki birincil gruplar arasında yer alan arkadaş grupları da aile kadar önemlidir. Fichter (2004: 72), bireylerin her iki grubun da üyesi olduğunu ifade etmektedir. Çok küçük bebekler hariç, sosyal kişiler aynı anda hem birincil hem ikincil gruplara üyedir. Kişinin ailesi birincil grubudur, işyeri ise ikincil grubudur. Birey için ikisi de vazgeçilmez önemlidir.

Birincil ilişkilerde, sevgi, nefret, kıskançlık, düşmanlık ve korkularımızdan söz edebiliriz. İkincil ilişkilerde resmi kalıplar ve etkileşim şekilleri vardır. Kişisel duygularımız serbest bir şekilde ifade edilemez (Bahar, 2008: 34) . Ancak, burada şunu da belirtmek gerekir ki, bazı hallerde ikincil gruplar süreç içerisinde üyelerin birbirlerini daha iyi tanınması, ilişki düzeylerinin ve süresinin artması, duygusal bağının oluşması durumunda birincil gruba dönüşebilirler. Fichter (2004: 72) ise birincil-ikincil grup çizgisini çekmenin pek kolay olmadığını düşünmektedir. Birincil gruplar gevşedikçe ikincil grup olurlar; ikincil gruplar ise birincil sosyal ilişkiler geliştirerek birincil gruplara doğru kayabilirler. Başka bir açıdan, ikincil bir grup içerisinde küçük birincil gruplaşmalar ortaya çıkabilir.

Çağdaş toplumlarda birincil tür ilişkiler ile ikincil tür ilişkilerin toplumsal amaçları etkin bir biçimde gerçekleştirmek için bir arada işlev yapabilecekleri çeşitli kuramsal ve uygulamalı çalışmalarla gösterilmiştir. Örneğin, doğal felaketlerin ve benzeri olayların karşısında, birincil gruplar örgütlerden daha etkili olabilmektedir. Bu durumun en önemli nedeni, birincil tür ilişkilerin varlık ve güçlerinin günümüzde de etkin bir biçimde sürmekte oluşudur (Kongar, 2010: 296).

Bütün bu değerlendirmelerin neticesinde ikincil grupların üyeleri arasında duygusallık bağının bulunmadığını, grup üyeliği sürekli olmadığından değişebilir bir niteliğe sahip olduğunu, grup üyeleri arasındaki ilişkilerin sözleşmeler ve kurallar çerçevesinde gerçekleştiğini, üyeler arasında belirli amaçlar doğrultusunda gelişen bir ilişkinin bulunduğunu söyleyebilmek mümkündür.

1.4.2. Cemaat ve Cemiyet

Alman sosyolog Ferdinand Tönnies, 1887’de yayınladığı “Cemaat ve Cemiyet” adlı yapıtında toplumları sosyal ilişkilerin niteliğine göre iki gruba ayırır. Bunlar: Cemaat (topluluk) ve Cemiyet (toplum)tir.

Tönnies bu eserinde, toplumsal değişmeye bağlı olarak, toplumların gelenekselden-moderne geçiş sürecinde ortaya çıkan ilişki sistemleri ve değişimler üzerinde durmaktadır (Solmaz, 2011: 40). Tönnies cemaat ve cemiyet kavramını sanayi toplumları ile sanayi öncesi toplumların, başka bir ifade ile kırsal hayat tarzı ile şehir hayatının farklı özelliklerini belirtmek amacıyla geliştirmiştir (Durmuş, 2012: 11)

Cemaat kavramı, sosyoloji literatüründe sıklıkla ele alınan bir kavram olmasına rağmen kavrama ilişkin ortak ve kesin bir tanıma ulaşılammıştır. George A. Hillery, bu tartışmaya katıldığı klasik bir metninde, cemaat kavramının en az doksan dört tanımı bulunduğunu saptayıp bunları analiz etmiş, fakat bu analizden ancak altı farklı ve karakteristik ögeyi ayıran bir sınıflandırma ortaya koyabildiği için vardığı sonuçlar pek aydınlatıcı görülmemiştir (Marshall, 2005: 91).

Türkiye’de “cemaat” kavramı denince ağırlıklı olarak manevi ve dini topluluklara atıf yapılmasına rağmen kavramı bu kadar sınırlandırmak ve sadece “dini” yönünü dikkate alarak diğer yönlerini bir kenara atmak mümkün değildir. Zira, “cemaat” kavramının etnik, ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarının olduğu kabul edilen bir gerçektir.

Bu çalışmada, Tönnies'in grupları, sosyal ilişki sınıflandırması çerçevesinde cemaat (gemeinschaft) ve cemiyet (gesellschaft) kavramı, topluluk ve toplum şeklinde ele alınacak ve açıklanmaya çalışılacaktır.

Cemaat bir yere bağlı yerleşme ve organizasyon şeklidir (Gezgin, 1998: 184). Minimal ölçekte cemaat, genellikle sınırları belli bir coğrafi alanda yer alan, birbirleriyle ortaklaşan kurumlar çerçevesinde etkileşimde bulunan ve ortak bir karşılıklı bağımlılık ve aidiyet duygusuna sahip olan bir grup insanı ifade eder (Quthwaite, 2008: 117). Bir grubun cemaat olması için, kişinin bütün sosyal ilişkilerinin o grup içerisinde bulunabilmesi gerekmektedir. Ancak bu, cemaatin kendi kendine yeter olması gerektiği anlamına gelmez (Önür, 2009: 600).

Cemaati, yerleşim yeri ve karşılıklı ilişki çerçevesinde ele alan Dönmezer ise (1982: 227) kavramsal olarak cemaati; “Aileler ve diğer sosyal bireylerden oluşmuş ve gündelik ihtiyaçlarının büyük bir kısmının tatmini hususunda biri diğerine karşılıklı olarak bağlı, tabi ve birbirine yakın yerlerde yerleşmiş insan grupları” olarak tanımlar.

Sennet'e göre (2010: 288) Gemeinschaft başkalarıyla dolaysız ve açık duygusal ilişkilerin yaşandığı cemaattir. Cemaat geleneksel toplumlarda var olmuştur, toplum ilişkileri ise tersine, sabit statülerden çok istikrarsız sınıfların ve işbölümünün olduğu modern topluma uygundur. Maciver ve Page ise (1971: 15) cemaati, mekân ve cemaat duygusu esaslarına göre değerlendirir ve bir cemaatin bir alanı kapladığını ve cemaat duygusunun aidiyet hissini sağladığını belirtir. Ona göre; bir büyükşehirde ya da ilçede yaşayan bireyler birliktelik şuurunun ve aidiyet hissini şartlarını taşıyacak kadar ilişki ve ilgiye sahip olmaları durumunda bunlara cemaat denir. Maciver ve Page (1971: 10) cemiyeti ise bir muamele ve usuller sistemi, otorite ve karşılıklı yardımlar, birçok gruplaşma ve bölünmeler, insan davranışının kontrol ve hürriyetleri sistemi olarak tanımlar. Maciver ve Page, cemiyetin hem benzerliği hem de farkı ihtiva ettiği düşüncesindedir. Bu çerçevede, cemaat ve cemiyete farklı bakış açılarıyla yaklaşmış ve cemaatte belirginleşen ortak ruh ve aidiyet duygusunun yerine, cemiyette benzerlik hissi ve farkların birbirini tamamlamasını (değiş tokuşun yer aldığı ilişkileri) koymaktadır.

Tönnies, sosyal ilişkilerin temeline irade kavramını koyar. Topluluğun, “doğal irade”, toplumun “akılcı irade” temelinde kurulduğunu düşünür ve geleneği toplulukları oluşturan sosyal irade olarak tanımlar (Özyurt, 2004: 12). Cemaatte var olan doğal irade, insanların doğal eğilimlerine göre cemaatin aynılığını ve ortak eylemlerini güdülerken, cemiyet hayatını oluşturan ve besleyen rasyonel irade, insanı topluluğun

baskısı ve kontrolünden uzaklaştıran, daha özgür kılan, kendi çıkarını ve amaçları ön plana alan bir bakış açısını dikkate almaktadır (Perşembe, 2004: 34).

Tönnies, cemaat hayatında belirleyici unsurun mahiyet iradesi olduğunu öne sürerken, cemiyet hayatında belirleyici faktörün serbest irade olduğunu söylüyordu. Mahiyet iradesi birden fazla ve mümkün seçeneklerden birini tercih etmeye yarayan rasyonel bir işlem değildir, o dümdüz bir hat üzerinde ve amacı bireyin katılımından önce belirlenmiş olarak devam eder. Cemiyet hayatında söz konusu olan irade ise birçok amaçtan birini seçmeye karar verme durumudur. Bu seçimde belli bir amaca hizmet etmek üzere rasyonel düşünce rol oynar. Serbest iradede, kendi çıkarları doğrultusunda hareket eden iki egoist insanın çıkar dürtülerinin örtüşmesiyle teşekkül eder. Bunlar bir araya gelir, bir sözleşme akdeder ve çıkarları gerektirirse, üçüncü bir şahsı da içlerine alırlar. Demek ki cemiyet bireylerin kendi aralarında serbestçe anlaşmalarına dayanır ve unsurları çıkarlar arasındaki sözleşme ve akitler şeklinde belirginleşir (Bulaç, 2000).

Tönnies'in bakışı çerçevesinde; her tür yakın, samimi ve özel birlikte yasama biçimi, "topluluk" (gemeinschaft) iken, "toplum" (gesellschaft) ise, bizim dışımızda olan kamusal yaşam, başlı başına bir dünyadır. Tönnies'e göre cemaatler, ırk, etnik menşe ve kültür bakımından farklılaşmamış fertlerden meydana gelen ve fertler arasındaki şahsi, sıcak, samimi veya içli dışlı bağlantılar üzerine kurulmuş olan küçük, homojen ve mahrem topluluklardır. Cemiyetler ise, ırk, etnik menşe, sosyo-ekonomik statü ve kültür sistemleri bakımından farklılaşmış ve heterojen topluluklardır (Topal, 2004: 278).

Tönnies, sosyal ilişkilerin oluşturduğu toplumsal örgütlenmelere bağlı olarak üç tip topluluğun meydana geldiğini ileri sürer: 1. Akrabalık Topluluğu 2. Yer Topluluğu 3. Fikir Topluluğu. Bu topluluk örgütlenmelerini şu şekilde değerlendirir:

1. Akrabalık Topluluğu (Kan bağı): Sosyal ilişkiler çerçevesinde insanları kucaklayan en yaygın ve en tabii bağ durumundaki akrabalık dikkatimizi çekmektedir. Bundan meydana gelen ve ortak hayatın orijinal formu olarak bilinen bütün halklar arasında yaygın olan en önemli toplumsal örgütlenme veya birliktelik grubu; akrabalık kümesi, boy, kabiledir.

2. Yer Topluluğu (Komşuluk İlişkileri): Toprakla müşterek bir ilişki akraba olabilecek veya kendilerinin akraba olduklarına inanabilecek insanları birleştirmeye isteklidir. Komşuluk, birlikte yasama keyfiyeti ve birliklerin temelidir; kararlar akıl verme ve enine boyuna düşünüp taşınmayla verilir. Kırsal köy topluluğu, çoğu kez büyük bir aile veya kabileyle özdeştir, fakat ne kadar yabancı unsur dahil edilirse o ölçüde akrabalık

özelliklerini kaybeder. Arazi ve toprak ve birlikte yaşama bağı, müşterek nesep bağıyla önce birlikte seyreden, daha sonra gitgide onun yerini almaya başlar. Bir toplumsal örgütlenme veya tüzel kişilik olarak, köy topluluğunun varlığı dostluk formunda sürer.

3. Fikir Topluluğu (Kasaba ve Kentsel Mekânlardaki İlişki): Kan bağı ile birbirine bağlı olmayan insanlar kasabalarda toplanmaya başlarlar. Bunlar, barış ve düzenin sürdürülmesi için eşit haklara sahip yurttaşlar olarak siyasi bir topluluk oluştururlar. Bu topluluklar ve toplumsal gruplar, birlikte aidiyetin orijinal durumundaki köklerini muhafaza ederler. Gerçekten de, ortak var olma, yaşama ve çalışmanın orijinal durumu değişse bile, fikri ve siyasi biçimini ve birlikte faaliyette bulunmaya ilişkin işlevlerini koruyup bunları yenilemeye muktedirdir (Tönnies, 2000:213-214).

Tönnies, üç topluluk biçimini oluştururken merkezden çevreye doğru bir mantıksal süreç izlemiştir. Başka bir deyişle, Tönnies, insan birlikteliklerinin en temel ve en ilkel biçimi olan aileden başlayarak kan bağı temeline dayalı, duygusallığın, fiziksel yakınlığın ve sevginin egemen olduğu bir akrabalık topluluğu kavramını öne sürmüştür. Bundan sonraki aşamada, yer topluluğunu oluşturan komşuluk ilişkilerini betimlemiştir. Tönnies, en son birlikteliği temsil eden fikir topluluğuna örnek olarak, kasaba ve kentsel mekânlardaki ilişkileri vermiştir. Kasaba ve kentlerde, bireyler arasında belirli bir yakınlık ve benzerlik gerektiren şirket ortaklıkları, loncalar, dini gruplar ve zenaat kuruluşları vardır. Böylece Tönnies, toplulukların oluşumunu aileden köylere ve köylerden kentlere doğru bir dönüşüm süreci çerçevesinde açıklamaya çalışmaktadır (Oktik ve Nas, 2005: 122).

Cemaatin üç düzeyine (akrabalık, komşuluk ve arkadaşlık) mukabil özsel iradenin üç biçimi şunlardır; haz, gelenek ve hatırlama. Haz, özsel iradenin hayvani biçimidir: nefes alma, yeme-içme, ve çoğalma iradesi. Gelenek, tecrübe pratik ve görgü ile kazanılan bazı şeylerin ve aktivitelerin düzenidir. Hatırlama, bir halkın düşüncesinin potansiyel olarak sanat vasıtasıyla iletildiği kolektif ve hayali bir hafızaya dayanan cemaatin ruhsal şeklidir (Falk, 2004: 50).

Cemaat hayatında biz duygusu insanlar arasındaki benzerliğe dayanır. Ferdiyet son derece zayıftır (Bilgiseven, 1986: 235). Cemaat, halkı "biz" duygu ve düşüncesi içinde birbirleri ile kaynaşmış, kopmaz, ayrılmaz bir sosyal topluluk olmuşlardır. Herkes birbirini tanır ve birbirleriyle tanışır. Cemaat topluluğuna hâkim olan "biz" şuuru bütün fertlerini kendi nüfuz sahası içinde toplar. Herkes şahsî kabiliyetine ve cinsi

farklılıklarına göre cemaat bütününün varlık şuuruna hizmet eder. Bu sosyal grup, fertlerini gayet sıkı bir kontrole tâbi tutar. Ferdin şahsiyeti üzerinde onun büyük izleri görülür. Bu bakımdan aile de devamlı ve gerçek bir cemaat olarak kabul edilmektedir (Nirun, 1967:135).

Cemaatte toplumsal organizasyonun önemli bir özelliği, insanların topluluk içerisindeki konumlarının bütününü doğuştan gelen toplumsal statülerine göre, bireyin haklarıyla ödevlerinin de topluluk ya da onun temelindeki aile içindeki ilişkiler, akrabalık ve kan bağları taraflarından belirleniyor olmasıdır (Perşembe, 2004: 35). Bu toplum içerisinde doğan bir kişinin kendini doğal olarak evinde hissedeceğini belirten Zijderveld'e göre (2007: 240), ortak bir dil, geleneksel bir yaşam biçimi ve dini bir inanç cemaatin ana özelliklerini oluşturmaktadır. Bayhan ise (2002: 11) bu yapı içerisinde aile, akraba, hemşehri, kabile, siyasi parti yandaşı, ideoloji ya da dinsel cemaat birlikteliğinin bütün sosyal ilişkileri belirlemekte olduğunu ifade eder.

O halde denilebilir ki, cemaat; insanlar arası birincil ilişkilerin olduğu, samimiyetin, dayanışmanın, paylaşımın, gelenek – göreneklerin etkili olduğu birliktelik türüdür. Kırısala ait olan bu özellikler, bir değişimi de bünyesinde barındırır. Zaman içerisinde nüfus artışı ile beraber sosyal ilişkilerde değişim gözlenmeye başlamış ve kentleşmeye ait olan “cemiyet” kavramı ortaya çıkmıştır (Dever, 2012: 205). Tönnies'e göre cemaat'ın temel vasfı, insanlar arasındaki ilişkilerin "duygusal" bir temele dayanmasıdır. Geleneksel ilişki sisteminde, ilişkiler belli bir amacın gerçekleştirilmesi için değil; doğal ve kendiliğinden kurulmakta ve devam ettirilmektedir. Cemaat'ın aksine cemiyette ise ilişkiler akılcı nedenlerle kurulmakta, ilişkiler belli bir amaca yönelik ve nesnel olmaktadır (Solmaz: 2011: 40). Sosyal ilişkiler rasyonel ve pragmatik bir yaklaşım çerçevesinde gerçekleşerek, bireyselleşmeye yol açmaktadır.

Teknolojinin getirdiği yüksek hayat standardı, cemaatlerin çözülmesine ve yeni tür bireyciliğin yükselmesine yol açmıştır. Kişinin kendi öz çıkarı, gruptan daha önemli hale gelmiştir. Şehir yaşamı ve ekonomik gelişmeler bireyciliği ve izolasyonu güçlendirmiştir (Bozkurt, 2004: 65). Bireyselleşme ve cemaat yapısı “iki tarafı keskin bıçak” gibidir. Dolayısıyla, iki yapının uygun bileşimi, toplumun dengesi ve sağlığı açısından önem taşımaktadır. Bu çerçevede, Batı toplumlarında aşırı “bireyci” yapı nedeniyle “yabancılaşma” problemleri yaşanmaktadır. Doğu toplumlarında ise, aşırı “cemaat” yapısı, sivil toplum örgütlerini gelişmesini engellemekte, keskin cemaatleşme “yabancılaşmayı” paradoksal olarak yeniden üretmektedir (Bayhan, 2002: 11). Bu

çerçevede, Zijderveld'in ifadesiyle (2007: 241) toplumda asla kendinizi evinizde gibi hissedemezsiniz, her zaman birazcık yabancılaşma hüküm sürmektedir. Bu toplum biçimi için dil, ahlak ve din değil, ticaret yapmak, seyahat etmek, bilim önemlidir.

Modernleşme sürecine paralel olarak, cemaat (Gemeinschaft) yerini cemiyete (Gesellschaft) bırakmıştır. Ancak modern dünyada gerileyen "cemaat", post-endüstriyelleşme sürecine paralel olarak yeniden gündeme gelmiştir (Bozkurt, 2004: 66). Cemaatlerin şekil değiştirerek devam ettiği veya cemaatlerin modernleşme süreciyle birlikte ortadan kalktığı şeklinde tartışmalar vardır.

Bu tartışmalar çerçevesinde savunulan bir görüşe göre, geleneksel toplum birimi olan cemaatler (gemeinschaft) çözüldü, nüfus hareketlerinin, iletişim ve ulaşımın yaygınlık kazanmasıyla daha büyük toplum birimleri ortaya çıktı. Dağılan cemaatlerin yerini siyasi birimler ve piyasa ilişkileriyle bütünleşen daha büyük ve kapsayıcı bir cemaat yani "ulus" aldı (Solmaz, 2011: 39). Modern toplumlarda bütünleşme, bir taraftan insanların birincil sosyal ilişkilerden ve yerellikten kopartılarak bireyler haline getirilmesi; diğer taraftan da reel-politik öne çıkarılarak evrensel duyguların kısıtlanmasıyla sağlanmış. Bireylere sosyal bir anlam dünyasını ulusal kimlikler vermiştir (Özyurt, 2004: 19).

Bilgiseven (1984: 235) sosyal ilişkilerin yeniden cemaate yönelme eğiliminde olduğunu belirtmektedir. Bilgiseven'e göre, bu yönelmenin sebepleri arasında, XX. yüzyılda aşırı bireysellik eğilimine karşı oluşan reaksiyon, ilmi ve manevi düşünsel akımlarda cemaat duygusuna yöneliş, manen bozulmuş nesillerin ortaya çıkması, kitle savaşlarının cemaat duygusunu kuvvetlendirmesi, ailedeki çözülme eğiliminin aile dayanışmasının önemini iyice hissettirmesi görülmektedir.

Bauman ise (2003: 319) postmodern sürecin "cemaat" olgusunun yeniden raftan indirilmesini sağladığını, Sennett (2010: 288) mahrem toplumda cemaat yapılarının bir fenomen haline gelerek yaygınlaşan bir görüntü sunduğunu, Castells, (2008b: 536) cemaatlerin direniş kimlikleri etrafında örgütlendiğini ve sanal cemaatlerin bilgisayar ağları aracılığıyla geniş bir yelpaze oluşturduğunu belirtirler.

Bu çerçevede, cemaatin dönüştüğünü düşüncesini paylaşan Yelken ise (1999: 15) cemaatin yeni bir görünümü ile karşı karşı olduğumuzu, bu yeni görünümün klasik cemaatle öz olarak aynı olmakla birlikte, biçim, içerik ve fonksiyon açısından farklılıklar gösterdiğini ifade etmektedir. Özyurt'a göre (2004: 14) cemaatler yok olmamış, şekil değiştirerek cemiyetlerle bir arada yaşamakta ve varlığını devam

ettirmektedir. Modern toplumlarda toplulukların yok olmasından değil ancak geri plana itilmesinden ya da sosyal ilişkilerdeki etkisinin azalmasından söz edilebilir. Modern karmaşık ilişkiler, toplulukları yok etmediği gibi yeni tipte çeşitli topluluk yapılarını üreterek aynı anda, aynı toplumsal zaman ve mekâna bağlı olarak toplulukların ve toplumun bir arada yaşamasını doğurmuştur. Bu çerçevede Durmuş (2012: 12) ise, cemaat olgusunun mekân ve şekil değiştirdiğini ileri sürmektedir. Cemaat artık şehirdedir. Büyük bir şehirde yaşadığı halde bütün ilgileri küçük bir gruba ait olan kimseler, klasik anlamda cemaat üyelerinin özelliklerine benzer ilişkiler içinde olabilmektedirler. Bu durum “cemiyyet içinde cemaat oluşması” şeklinde tanımlanmakta ve adına da cemaatleşme denmektedir. Cemaatleşme, herhangi önemli bir sebepten dolayı gitgide daha sıkı bir temas ve birlikte bulunmaktan doğan veya birlikteliği doğuran kader ve ülkü birliğinin meydana getirdiği ilişki biçimidir

Modern cemiyyetin bunalımları, rekabetçi toplumsal hayat şartlarının oluşturduğu gerilimler, kitleleri yeniden toplumsal kimlik ve aidiyetiyle ilgili cemaatsel bağlantı dünyalarına yönlendirmektedir. Büyük metropollerde yeniden bir araya gelen dinsel etnik v.b. gruplar kendilerin özgü yöntemlerle, modernliğe alternatif cemaatsel yapılar oluşturmaktadır (Perşembe, 2004: 35). Tönnies’in cemaat yapısının yok olduğu yönündeki endişelerinin yersiz olduğunu belirten Önr’e göre (2009: 597) gönlünü cemaate doğru çevirmiş olan Tönnies’in modern toplumla ilgili serzenişleri karşısında adeta onu teselli edercesine “bizde şehirleşme artıyor. Geleneksel topluluklar modern topluma dönüşüyor. Buna rağmen cemaatleşme de artıyor. Tönnies, bu noktada yanılmış ve boşuna üzölmüş. Demek ki, modern toplumda da cemaat olabiliyormuş. Çünkü, cemaatler de dönüştü ve dönüşerek modern toplumun bunalımına çare oldu” tarzında yaklaşımlar sosyolojik araştırmalarda dillendirilmektedir. Toplumlar süreç içerisinde çeşitli nedenlerden dolayı bir takım değişimlere uğramakta, bu değişimler toplumsal bir ihtiyaç olan sosyal ilişkilerin farklı şekillerde ya da farklı tarzlarda gerçekleşmesine kapı aramaktadır. Sosyal ilişkiler boyut değiştirebilir ancak, değişimle birlikte sürekli olarak var olan bir olgudur.

Teknolojik gelişmeler, özellikle de yeni iletişim teknolojilerinden internet, insan iradesi ve ortak mekân gibi ölçütler esas alınarak şekillenen cemaat ve cemiyyet gibi toplumsal örgütlenme anlayışlarının değişmesine ve toplumsal birimlerin yeniden ele alınmasına yol açmıştır (Haberli, 2012: 121) Bu çerçevede ileri sürölen bir diğerk kavram ise “sanal cemaat” kavramıdır.

Sanal cemaat kavramı insan ve teknolojinin şaşırtıcı bir biçimde bir araya gelmesinden doğmuştur. Aynı anda her yerde bulunan bilgisayar networklerinin, fiziki mekândan bağımsız, milyonlarca insanın "siberuzay"da bir araya getirmesiyle oluşmuştur (Bozkurt, 2004: 3). İnternetin iletişim aracı olmasının yanında yeni bir iletişim ortamı da yaratması, bireyleri günlük hayatın fiziki sınırlılıklarından arındırmış ve onlara alternatif bir yaşam alanı sunmuştur. Daha da önemlisi, bireyler günlük hayatlarının büyük kısmını bu kitle iletişim aracıyla geçirmeye başlamışlardır. Bu durum, bireyler arası iletişim ve etkileşimin farklı bir boyut kazanmasını ve sanal cemaatler olarak nitelendirilen yeni örgütlenme biçiminin ortaya çıkmasını sağlamıştır (Haberli, 2012: 119)

Howard Rheingold'a göre sanal cemaatler, kişisel ilişkiler ağının yaratılması için yeterli sayıda insan bir araya geldiğinde networkler (internet) vasıtası ile yaratılan sosyal gruplardır (Perşembe, 2004: 38). Bir başka tanımda ise; sanal cemaat, birbirleriyle internet yoluyla iletişime geçen ve iş, gönüllü aktivite ve oyun gibi ortak paylaşımlarda bulunan insanlar tarafından şekillendirilen topluluklar (Abercrombie ve Longhursts, 2007: 358) olarak tarif edilmektedir. Bu toplumun en belirgin özelliği; fiziksel olarak birbiriyle hiç karşılaşmamış bireylerin ortak ilgi alanları çerçevesinde oluşturdukları sanal birlikteliklerden kurulmuş olmasıdır (Göker ve Doğan, 2011: 179).

Rheingold'un da belirttiği şekilde sanal cemaatlerde insanlar, espri, bilimsel tartışma, ticaret ve planlar yaparlar... Duygusal ilişkileri paylaşırlar... Beyin fırtınası, dedikodu ve düşmanlık yaparlar... Aşık olur, arkadaş bulur ve onları kaybederler... Oyun oynar, flört ederler... Sanatla uğraşırlar veya amaçsız dolaşırlar. Birçok insan için, sanal dünyanın çeşitliliği ve kültürel zenginliği büyük bir çekiciliğe sahiptir. Sanal cemaatler içinde, kitap satın alınabilir, basılmamış akademik yayınların elektronik versiyonlarına ulaşılabilir, toplantı düzenlenebilir ve psikoterapi yeri olarak kullanılabilir (Bozkurt, 2004: 67).

Sanal cemaatlerin oluşum ve iletişim mekânı olarak değerlendireceğimiz internet kullanımına baktığımızda, insanların çok büyük bir bölümünün onu chat (sohbet) yani toplumsal ilişki için kullandıklarına tanık oluyoruz. Bir diğer ifade ile insanlar siber uzayda enformasyondan ziyade toplumsal ilişki aramaktalar. Ancak fiziki dünyada insanların kimlikleri ve yerleri bilinmektedir; onlar sabittir ve görseldir. Oysa siber uzayda, herkes karanlıktadır. Dolayısıyla bu cemaatlerin üyelerinin bağlılıkları gerçek de olabilir, sahte de olabilir (Bozkurt, 2004: 68).

Bu toplulukların bir diğer özelliği ise çok merkezli, çok-katmanlı oluşları, kendi içine kapalı değil, açık topluluklar olmalarıdır. Her topluluk diğerleriyle ilişki halindeyken, herhangi bir topluluğun üyesi paylaştığı farklı amaçları içeren diğer toplulukların üyesi de olabilmektedir (Perşembe, 2004: 41). Bu çerçevede, bireyler birden fazla grubun üyesi olarak çok gruplu bireyler olarak değerlendirilebilir ve birden çok amaçlarını bu çok grupluluk sayesinde gerçekleştirebilirler.

Sanal cemaatler, sosyo-ekonomik ve siyasi konularda kamusal alan oluşturmak yerine, giderek çok daha farklı bir kimliğe bürünmüşlerdir (Dolgun,2011: 226) Bu tür bir kimlik oluşumu ve kimliğin sunumu ağ toplumunda birbirine farklı koşullarda bağlanabilen bireylerin etkileşime geçmesi sonucu gerçekleşebilmektedir. Böylelikle bireyin ağlar içerisinde ilgi alanlarına göre konumlanması ve ortak ilgi alanlarına yönelen bireylerle etkileşime geçmesi kimliğinin oluşmasında ve belirginleşmesinde etkili olmaktadır (Göker ve Doğan, 2011: 180).

Sanal cemaatler, modern toplumun aşırı bireycileşen rekabete dayalı toplumsal pratiğinde, gerçek hayatta güvenle gerçekleştiremediği toplumsal bağımlılık ve kimlik arayışı duygusallığına sanal dünyada karşılık aramaktadır (Perşembe, 2004: 43). Bu çerçevede Bozkurt'a göre (2004: 71), istediği halde fiziki engeller dolayısıyla cemaat aidiyetinin dışında kalmış yalnız insanlar için sanal cemaatler yeni bir imkân sunmaktadır. Sanal cemaatler alacakaranlıkta sürdürülen ilişkiler sayesinde insanlara uygarlığın getirdiği toplumsal baskılardan uzaklaşma imkânı vermekte ve onları rahatlatmaktadır.

Sanal cemaatlerin samimiyetten uzak, güvenilirliği olmayan, gerçeklikle ilişkisi zayıf yapılar olarak değerlendirildiğini söylemek mümkündür. Bauman'a göre (1998: 84) sanal cemaatler, yüz yüze ilişkilerdeki gibi sıcak bir ağla örülmemiş olduğundan, bu cemaatlerin birliği ancak inançlara ve duygulara yapılan sürekli çağrılarla ayakta tutulmaktadır. Ryan ise, bu tarz ilişkilerin yaygınlaşmasının, insanların gerçek yaşamdaki ilişkilerini başka istikametlere yönlendireceğini, dolayısıyla gerçek yaşamdaki ilişkileri yoksullaştıracaklarını ifade eder (Bozkurt, 2004: 68).

Cemaatin tipik bir özelliği, menfaatin hemen hemen tek olduğu bir organizasyon halinde bulunuşudur. Çünkü burada üyelerin her birinin tekil menfaati cemaat bütünü menfaati ile büyük ölçüde özdeşleşmiştir. Cemaatin her bir üyesinin tekil amacı ile cemaat bütünü amacı büyük ölçüde çakışmaktadır (Gezgin, 1998: 187). Cemaat mensubiyeti aynı zamanda samimi bir dostluk ve arkadaşlık ilişkisi, şahsi çıkarlar

yerine fedakârlığı öne çıkarmak, tenkitçi değil, takdir edici (Güleçyüz, 2011: 10) bir uzun süreli yol arkadaşı olarak değerlendirilebilir.

Tönnies'in cemaat tanımında, grup üyelerinin (komünal toplum) ayrı ayrı menfaatleri değil de, ortak hayatın temel şartlarını paylaşacak biçimde, şahsiyetlerinin bütünüyle katılarak bir arada yaşamaları teması öne çıkar. Bu tanımda iki özellik belirginleşmektedir. Bir: Ortak bir hayatın bütün şartlarını bir arada yaşama zorunluluğu (mekân şartı). İki: Ortak hayat tarzından haberdarlık (cemaat duygusu / biz şuuru). (Durmuş, 2012: 112). Cemaat, dayanışma ruhu üzerine kurulmuştur ve esas gaye, cemaatin gelişimidir. Bireyler, kendilerine düşen görevleri yerine getirmenin verdiği hazzı yaşarken; aynı zamanda cemaat içi birliktelik de sağlanmış olmaktadır (Dever, 2012:206). Cemiyette ise herkesin şahsi menfaati peşinde koştuğu görülmektedir. Menfaat birliklerinde herkes başkaları ile menfaatinin icap ettirdiği noktalarda temas halindedir. Şahıslar şahsi menfaatlerine göre hareket eder (Nirun, 1967: 136).

Dönmezer de (1982: 233), cemiyette menfaatin öne çıktığını belirtmektedir. Cemiyette biçimsel, resmi, rasyonel, genelde ilişkilerin yazılı kurallarla belirlendiği bir örgütlenme söz konusudur. Özellikle kent yaşamında menfaat birlikleri hızla artmasına rağmen, birincil gruplar ortadan kalkmamakta, bilakis bunların içerisinde de birincil gruplar geniş olarak ortaya çıkabilmektedir.

Buna göre cemiyet olması için her şeyden önce, birbirinin varlığından haberdar olan sosyal varlıkların olması ve bu varlıklar arasında sosyal ilişkilerin bulunması, daha sonra ise, cemiyetin hem benzerlikleri hem de farklılıkları içinde barındırması gerekmektedir. Benzerlikler, cemiyet içindeki bireylerin cemiyete aidiyet duygusu içinde olmalarını sağlarken, farklılık ise işbölümünü sağlayacaktır (Önür, 2009: 600).

Tönnies'e göre cemiyet fertlerin sözleşmeler ve çıkarlarla, soğuk münasebetlerle birbirlerine bağlandıkları zümrelerdir. Mekanik ilişkiler, kişisel çıkarlar (bencillik) ön plandadır. Modern/endüstriyel toplumlar geliştikçe cemaat ilişkileri, yerini cemiyete bırakacaktır (Durmuş, 2012: 12). Bireyler, toplumsal yapının iç kısmında kendilerine en uygun olan yola ve menfaat birliğine yönelme hakkına sahiplerdir. Bireylerin iş sahibi olma, seyahat etme, haberleşme, istediği kişiyle evlenme-boşanma, sözleşme yapma, eğitim görme gibi sivil hakları vardır. Bunun yanı sıra bireylerin, seçme ve seçilme haklarını ifade eden siyasi ve devletin topladığı vergilerle desteklediği sosyal hakları bulunmaktadır. Sosyolojik anlamda cemiyet içinde varlık alanına sahip olan birey, budur. Açıktır ki, bireyin bu haklarını kullanabilmesi için her şeyden önce özgür olması

ve bu özgürlüğünden aldığı güç ile kendi aklını kullanabilmesi gerekmektedir (Önür, 2009: 602).

Cemiyet, geçici ve zahiri şekilde bir birliğin ortaya çıktığı yaşamanın ifadesidir (Gezgin, 1998: 184). Bir başka tanımlamaya göre cemiyet; insanlar arası ilişkilerin daha resmi, bireysel çıkarın ön planda olduğu, yazılı hukuk kurallarının temel belirleyici unsur olarak ortaya çıktığı bir yaşam tarzına işaret eder (Dever, 2012: 205). Cemiyet, bu çerçevede ilişkilerin daha formel olduğu, daha pragmatist ve daha kuralcı bir ilişkinin olduğu bir yapıdır.

Bu sosyal topluluk içerisinde hiç kimse diğerini hakikî şahsiyeti ile tanıyamaz. Çünkü bu tip sosyal gruplar, içerilerine aldıkları fertleri bütün şahsiyetleri ile kavrayamamaktadırlar. Cemiyetteki iradeye Tönnies "Hür İrade - Kür Wille" adını verirken, burada şahısların hür şahsî iradelerine sahip olabildiklerini, şahsî menfaatlerinin gerektirdiği yolu seçmekte serbest bulunduklarını belirtmek ister. Hâlbuki bir cemaat iradesine "Mâhiyet İradesi-Wesenswille" der ki, fert umumun isteğine karşı koyamaz; aykırı bir karar veremez (Nirun, 1967:137).

<i>Sosyal Karakteri</i>	<i>Topluluk</i>	<i>Toplum</i>
Sosyal İlişkiler	Arkadaşlık, akrabalık	Alışveriş, rasyonel hesaplamalar
Temel Kurumlar	Aile kanunları, geniş akraba grupları	Devlet, kapitalistik ekonomi
Zenginliğin temel biçimleri	Toprak, kolektif mülkiyet	Para-özel mülkiyet
Yasa tipleri	Aile yasaları	Sözleşmeler yasası
Kurumların dereceleri	Aile yaşamı, kırsal köy yaşamı, kasaba yaşamı	Kent yaşamı, rasyonel yaşam, kozmopolitan yaşam
Sosyal kontrol tipleri	Ahenk, töreler, din	Sözleşme, mevzu kanunlar ve kamuoyu

Şekil 6. Cemaat ve Cemiyetin Özellikleri (Kızılçelik, 1994: 75)

Cemaatte esas olan aile yaşamıdır. Toplumsal yaşamda uyulması gereken kurallar aile hukuku, gelenek, örf ve adetlere dayanarak şekillenmektedir. Bu normlar yazısızdır ve aile eğitimiyle nesillerden nesillere aktarılmaktadır. Üretim tarzı ise toprağa dayalı tarımsal üretimdir.

Cemiyet (toplum) biçiminde ise, köy yaşantısı yerine metropoliten şehir yaşantısına geçilmektedir. Temel toplumsal üretim biçimi endüstriyel üretim olmuştur, ticaret ise kapitalist dünya ticaretidir. Toplumsal yaşamda uyulması gereken normlar artık devlet örgütlenmesinin yasama birimlerince resmi bir biçimde ortaya koyduğu yasalardır. Bu kurallar yazılıdır ve uyulmadığı takdirde ceza verme ve denetleme yetkisi yine devletin görevlendirdiği birimlerin elindedir. Cemiyet, bir nevi sözleşme örgütlenmesidir. Temel düşünsel faaliyetler ise, bilim ve doktrinlerin denetimi altındaki soyut düşünsel faaliyetlerdir. Cemiyette sözleşmeye dayalı iş bölümü vardır. Toplumsal sınıflar ortaya çıkmıştır. Cemaatte vazgeçilmez değer olan emek, yerini sermayeye bırakmıştır (Namdar, 2006).

Özetlenecek olursa, Tönnies'e göre, "cemaat" yakın aile ilişkilerine dayanan geleneksel toplumu ifade eder. Koruma, anlama ve sevgi normları, ortak dil, yakın bağlılık ve akrabalık sosyal ilişkileri ön plandadır. "Cemiyet" ise modern sanayi toplumunu gösterir. Bu toplumlarda ekonomik, kişisel ve yapay ilişkiler, ekonomik değer normları, tüketim, sosyal sınıf bağları önemlidir (Kızılcelik, 1994: 74). Modern toplumlarda ilişkiler samimiyet yerine yapay ya da pragmatik bir nitelik taşıdığından sosyal ilişki düzeyi daha düşüktür. Ancak, postmodernleşme süreci yalnızlaşan ve sosyal ilişkileri kopuk olan bireyi yeni arayışlara itmiş dolayısıyla yeni gruplar ve yeni sosyal ilişkiler biçimleri ortaya çıkmıştır.

1.4.3. Formel (Resmi) ve İnfornel (Resmi Olmayan) Gruplar

Formel gruplar, rasyonel olarak organize edilmiş, bilinçli çaba ve girişimlerle oluşturulmuş olan gruplardır (Aktan vd., 2007: 3). Bir başka tanıma göre ise, formel ilişkiler kurumlarda yaşanan, şekli ve sınırları resmi kurallar, yönetmelikler, kanunlarla belirlenmiş olan biraz daha şahsiliikten uzak olarak yaşanan ilişkilerdir (Yılmaz, 2007 :31). Formel grupların bir kısmı bireylerin gönüllü girişimleri ile bir kısmı ise yasal prosedürler ve zorlamalara uyum sağlamak amacıyla oluşturulmuştur (Aktan vd., 2007: 3).

Formel gruplar içerisinde emir grupları veya fonksiyonel gruplar, görev grupları, takımlar ve kendi kendini yöneten gruplar yer alırlar (Ünlü, 2011: 38-39). *Emir grupları*, süreklilik taşırlar; görev grupları ise nispeten geçici gruplardır. İşletmelerde birçok iş gören emir grupları altında çalışırlar. *Görev veya proje grupları* ise, genellikle

geçici olarak kurulur veya bir araya gelirler. Amaçları örgüte ilişkin belirli bir sorunu çözmektir. Sorunu çözdükleri zaman dağılırlar.

Takımlar, nispeten sürekli iş grupları olup; her düzeyde üyelerine ortak bir amaç, bağlılık sağlamak, örgütün içerisinde fonksiyonel bir bütün oluşturmak amacıyla oluşturulurlar. *Kendi kendini yöneten gruplar*, kendilerinin lider olduğu, grup başarısı için çabalarını birleştiren yöneticilerin olmadığı formel iş gruplarıdır.

Formel grupta, normların önceden belirlemiş olduğu biçimsel bir grup yapısı vardır (Bulut, 1988: 59) ve gruptaki her üyenin yetki, görev ve rolleri açık ve ayrıntılı bir şekilde önceden belirtilmiştir (Ergan, 2001: 565). Kaya'nın da belirttiği gibi (2008: 117) yasalar, yönetmelikler ve tüzükler, gruba giren elamanın davranış kurallarını, bunlara uyulmadığında ise yaptırımların neler olacağını belirleyen, sözleşme metinleri gibi düşünülür. Birey, gruba girmekle bunları kabullenmiş olur.

Formel grupların özellikleri şu şekilde özetlenebilir (Kaya, 2008: 117):

1. Resmi grupların kamuoyunca bilinen ya da kamuya açıklanmış bir adı vardır.
2. Resmi grupların kurulduğu belli bir mekân vardır.
3. Resmi gruplar, belirli bir atama, yükseltme ve cezalandırma sistemine sahiptir.
4. Resmi grupların bölümleri arasında bir koordinasyon, iletişim ve haberleşme düzeni vardır.
5. Resmi gruplarda çalışan üyelerden, belirli bir yetki ve sorumluluk çerçevesinde rasyonel bir tutum ve davranış sergilemesi beklenir.

Organizasyon, içerisindekileri işbölümü sistemi, koordinasyon sistemi, iletişim sistemine uygun bir biçimde sosyal ilişkilerini sürdürmek ve kendilerinden bekleneni yapmaya zorlamaktadır. Formel organizasyonların işleyişi belli kurallar çerçevesinde olduğu için bu tür organizasyonlarda atanma, yükseltme ve disiplin kuralları göz önüne alınarak ilişkiler şekillenir ve sürdürülür. Doğal hayatınızda selam bile vermeyebileceğiniz bir kimse ile organizasyon içerisindeki statüsü gereği belli bir ilişkiniz söz konusudur (Yılmaz, 2007: 32).

Formel yapıdaki ilişkilerde keyfilik yoktur. Önceden düzenlenmiş genel ve soyut kurallara göre hareket edilir. Formel örgütlerdeki ilişkiler gayri şahsidir. Yani bir çalışan işlerini sevgi ve nefret gibi duygusalıktan uzak, bütünüyle biçimsel kurallara göre yürütür. Bu tür örgütlerde görgü kuralları niteliğindeki protokol kuralları, başta yöneticilerin ve tüm çalışanların uymak ve uygulamak zorunda oldukları biçim ve davranışların sınırlarını çizer. Fakat bürokratik örgütlerde, uygulamada çalışanların

kendi aralarında geliştirdikleri informel (gayri resmi) yapı, formel yapıyla iç içe bir durum sergiler (Memduhoğlu ve Saylık, 2012: 6).

Toplumsal sistem içerisinde formel grupların yanında informel grupların varlığı söz konusudur. Informel gruplar, formel grupların içerisinde oluşurlar. Solmaz'a göre (2006: 564). Informel örgütler doğaları gereği her kurum için farklı şekillerde oluşur ve sürekli değişim halindedir ve kurumun her tarafına dağılmış informal çalışma grupları ve iş arkadaşları etrafında kendini gösterir.

Informel (Resmi Olmayan) gruplar, kişilerin ortak ilgileri, arkadaşlık ilişkileri, sosyal ihtiyaçları ve ortak beklentileri doğrultusunda oluşan gruplardır (Ergan, 2001: 565). Herhangi bir organizasyonda, kurumun normları, hedefleri veya liderleri, grubun üyelerini tatmin edici nitelikte değilse, böyle bir grup içinde gayri resmi bir gruplaşmaya yönelik faaliyetler ortaya çıkar (Kaya, 2008: 118). Formel grup içerisinde yer alan bireylerin birbirleriyle gerçekleştirdikleri iletişim sürecinden dostluklar ve sevgi doğabileceği gibi tam tersi durumlar da ortaya çıkabilir. Bu çerçevede informel gruplar, formel grupların bireylerin beklentilerini karşılama hususunda yetersiz kaldığı, ihtiyaçlarını tatmin edilemediği durumlarda ortaya çıktığı ifade etmek mümkündür.

Informel gruplar, çoğunlukla aşağıdan yukarıya doğru kendiliğinden gelişir ve ortadan kaldırılmaları da mümkün değildir. Bu grupların geliştirdiği kurallar ve usuller, bunların benimsenmesine yol açan inançlar, düşünceler, değer hükümleri ve tavırlar, söz konusu grupların gayri resmi olarak teşkilatlanmış olduğunun işaretleridir (Kaya, 2008: 119).

Formel organizasyonlar içerisinde ilgi, ihtiyaç ve beklentileri çerçevesinde oluşan informel grupların yazılı kuralları yoktur ve grup üyeleri genellikle kuralları, normları ve rolleri kendileri belirlemektedir. Informel grupların özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Şimşek vd., 2011: 217):

1. Resmi organizasyon içerisinde öngörülmemiş ve tanımlanmamıştır.
2. Kendilerine özgü iletişim kanalları ve biçimleri vardır.
3. Kendilerine özgü tutum ve davranış özellikleri geliştirmişlerdir.
4. Belirgin olmayan özellikleri sosyometrik testlerle saptanabilir.

Informel bir grup içerisinde oluşan informel ilişkiler, grup üyeleri arasında duygu akımını/alışverişini arttırıcı bir kaynak niteliği taşımakta, grup içi sosyal ilişkiler karşılıklı sevgi, anlayış, birlik, bütünlük ve dayanışma içinde geçmektedir

(Yılmaz, 2007: 70). Bu durum çeşitli sorunlar karşısında ortak bir ruh bilinciyle hareket etme olanağı sağlar.

Kişilerarası sosyal ilişkilerin kaçınılmaz bir sonucu olmakla birlikte informal örgütün kurumlardaki varlığının ve gelişiminin sağladığı en az üç fayda olduğu Thompson tarafından ifade edilir. Birincisi, informal örgüt, bu yapı içinde yer alan kişiler için bir tatmin unsurudur. Çünkü insanlar sosyal varlıklar olup çalışma arkadaşlarının varlıklarına ihtiyaç duyarlar. İkinci olarak, informal örgüt, kurum içindeki mevcut kişiler için bir destek kaynağıdır. Çünkü informal örgüt yapısı, kişilerin sorunlarını çözmelerine, kurumun gayri resmi kurallarını öğrenmelerine, başarının önündeki engelleri aşmalarına ve dayanışmada bulunmalarına yardımcı olur. Son olarak da, informal örgüt, içinde yer alan kişiler için bir haberleşme kaynağıdır (Solmaz, 2006: 566).

İnformel ilişkiler, örgütler açısından çeşitli yararları olmakla birlikte önemli sorunları da beraberinde getirebilir. Bu ilişkiler klikleşmelere, klikleşmeler de disiplin sorununa dönüşebilir. Benzer şekilde kurumda hemşerilik, bölgecilik, sendikacılık gibi sosyo-kültürel veya demografik benzerliklere dayanan kamplaşmalar, çözülmesi güç çatışma riski taşır. Yine benzer biçimde dedikodu ve söylenti, çarpıtılmış eksik bilgi ve haberin yayılmasıyla yıkıcı bir etkide bulunabilir. Ayrıca aşırı samimiyetin egemen olması, örgütlerde kuralların ve yöneticilerin ciddiye alınmamasına, kontrolün zayıflamasına ve işlerin aksamasına neden olabilir (Memduhoğlu ve Saylık, 2012: 7). Bütün bu olası sorunlar, informal ilişkileri etkileyebileceği gibi organizasyon yapısı içerisindeki formal ilişkileri de olumsuz yönde etkileyebilecektir.

1.4.4. Geçici Gruplar ve Sürekli Gruplar

Sosyal gruplar sürelerine göre geçici gruplar ve sürekli gruplar olarak sınıflandırılırlar. Geçici sosyal gruplar, belli bir işi yapmak veya etkinlikte bulunmak için kısa süreli olarak bir araya gelen bireylerden oluşan sosyal gruplardır (Kaya, 2008: 143). Geçici sosyal gruplar belirli bir süre devam ettikten sonra dağılan sosyal gruplar olduklarından genellikle yaşam süreleri kısadır. Ancak, bu tür geçici sosyal gruplar dağıldıktan sonra yeni bir faaliyet ve etkinlik için yeniden bir araya gelebilirler. Kısa süreli olarak, bir sosyal sorumluluk projesini gerçekleştirmek üzere bir araya gelen bireyler bu etkinliğin tamamlanmasının ardından dağılırlar, ancak daha sonra farklı bir etkinlik için yeniden bir araya gelebilirler. Ancak, her durum için geçerli değildir. Bir

sinema filmi izlemek için ya da bir maç izlemek için bir araya gelen sosyal gruplar daha sonra bir araya gelmeleri pek de mümkün olmayan gruplardır.

Sürekli sosyal gruplar, ömrü gruba katılan bireylerin ömürlerinden daha uzun olan sosyal gruplardır. Köy, şehir, aile, millet ve devlet gibi gruplar sürekli sosyal gruplardır. Bu tür gruplar uzun ömürlü gruplar olarak nitelendirilebilir. Çünkü, grup üyelikleri sağlam esaslara yani normlara ve kurallara bağlanmıştır (Kaya, 2008: 144). Bu tür gruplarda, sosyal ilişkiler bu kurallar ve normlar çerçevesinde gerçekleşmektedir. Sosyal grubun birey üzerindeki etkisi fazladır. Birey, davranışlarını ve tutumlarını sosyal grubun kuralları ve normlarına göre gerçekleştirmekte, grupta aidiyet ve bağlılık önem kazanmaktadır.

1.4.5. İradi Gruplar ve Gayri İradi Gruplar

Katılma özelliklerine göre sosyal gruplar, “İradi Gruplar” ve Gayri İradi Gruplar diye iki şekilde sınıflandırılmaktadır. İradi Gruplar, insanların kendi arzu, istek ve iradeleriyle istedikleri zaman katılabildikleri, istedikleri takdirde de ayrılacakları sosyal gruplardır. Bu tür gruplara katılma bireyin isteği ile gerçekleşir ve böyle bir istek sonucu oluşmuş sosyal grup üyeliğine de “kazanılmış üyelik” denir (Kaya, 2008:142). Sivil toplum örgütleri, hemşehri dernekleri, siyasi partiler, arkadaşlık grupları bireylerin isteyerek, kendi iradeleri ile katıldıkları sosyal gruplardır.

Gayri iradi sosyal gruplar ise, bireyin doğumuyla birlikte katıldığı, kendi iradesi dışında üyesi bulunduğu gruplardır. İnsanın iradesi dışında katıldığı sosyal grupların başında aile yer alır. Aile bağları, kan ve akrabalık bağları, istese de istemese de bir insanın doğumundan ölümüne kadar devam eder (Kaya, 2008:142). İnsanın bu tür gruplardan ayrılması reel olarak mümkün değildir. Kendisi istemese de grubun üyesidir.

1.4.6. Üyelik ve Referans Grupları

Üyelik grupları, bireylerin üyesi bulundukları ve içinde faaliyet gösterdikleri grupları ifade eder (Ergan, 2001: 562). Bireyler hem toplumda hem de çalıştıkları kuruluşlarda genellikle birden fazla grubun üyesidirler. Arkadaş grubu, spor kulübü, proje grubu ya da kar amaçsız çevreci bir grubun üyesi şeklinde örnekler çoğaltılabilir (Öcal, 2013: 283). Üyelik kriterlerini karşılayan herkes grubun bir üyesidir ve grupta belli bir statüye sahiptir (Holy, 2007: 602). Grup üyeleri grubun sağladığı imkan,

olanak ve haklardan yararlanabildiği; üyeliğin getirdiği sorumlulukları da yerine getirmek durumundadır.

“Kişinin tutumlarını, fikirlerini, değer yargılarını etkileyen ve kendisini üye (ait) kabul ettiği herhangi bir insan topluluğu” referans grubu olarak tanımlanır (İnceoğlu, 2010: 124). Bir başka tanıma göre ise bir ferdin kendi davranışlarını sevk ve idare etmek; inanç, vaziyet alış, düşünce ve değerlerini tanımlamak için başvurduğu grup veya kategori (Ergan, 2011: 561) olarak değerlendirilebilir. Bozkurt ise (2005:156) referans gruplarını, bireyin kendisini değerlendirmek için karşılaştırma yaptığı gruplar olarak ifade eder. Referans gruplarını Holy ise (2007: 602) bireyleri destekleyen ve arzuları için referans noktası kullanan kişilerin topluluğu olarak değerlendirmektedir.

İnceoğlu (2010: 124) referans gruplarının iki şekilde oluştuğunu ileri sürmektedir. Bunlar;

- Başta aile olmak üzere, kişinin yakın çevresi. Kişiyi yüz yüze ilişkilerde etkileyen yakın arkadaşları, akrabaları, komşuları, iş arkadaşları, mesleki açıdan ilişkide bulunduğu diğer kuruluşlarda ve sosyal gruplarda karşılaştığı ve etkileşimde bulunduğu kişiler referans gruplarını oluştururlar.
- Diğer yandan kişinin üyesi olmadığı gruplar, dolayısıyla da yüz yüze ilişkide bulunmadığı kimseler; ünlü sinema yıldızları, ünlü sporcular, müzik grupları vb. de referans gruplarını oluşturabilirler. Bunlar yaşamları, değer yargıları, giyinişleri, hareketleri, tutum ve davranış biçimleri «örnek» alınan grup ve kimselerdir.

Merton’a göre, referans grubu, bireylerin kendi değerlerini, düşünce ve davranışlarını geliştirmek amacıyla rehber edindikleri grup ve sosyal kategorileri ifade ettiğinden (Ergan, 2011: 562), bireyler kendilerine kısa ve uzun vadede avantaj sağlayabileceğine inandıkları bu gruplara üye olmak için gerekli şartları sağlayabilmek için harekete geçerler. Bu süreçte birey davranışlarını ve değerlerini gruptaki mevcut üyelerin davranışlarını örnek alarak değiştirmeye ya da geliştirmeye çalışır (Öcal, 2013: 283).

Bireyler, kendilerini daha önce yaşadıkları toplumun standartlarına göre ya da üyesi olmak istedikleri bir grubun özelliklerine göre değerlendirip kıyaslayabileceklerini belirten Özkalp (2001: 301) bu duruma şu örneği vermektedir. İşletme dalında yüksek lisans yapmak isteyen bir öğrenci kendini daha önce bu konuda çalışan bir yüksek

öğrencisiyle karşılaştırıp, gelişmelerini bu kimseyle kıyaslayabilir. Yani yüksek lisans yapan öğrenciler kendisinin referans grubunu oluşturur.

Referans gruplarını, kişilerin grup yaşamında yerine getirdikleri rolleri etkileyen önemli ve etkili bir sosyalizasyon süreci olarak ifade eden Fichter'e göre (2004: 65), referans grubu pek çok kişi için bir davranış modeli sağlar. İlginçliğinin kaynağı şudur: Referans grubu tarafından derinliğine etkilenen kişi, bu grubun üyeliğine kabul edilmemiş olabilir. Bu konumda iyi bir örnek, davranışı üç ayrı referans grubu tarafından etkilenen bir satıcıdır. Satıcının davranışları işverenlerinin emirleri, müşterilerin beklentileri ve diğer meslektaşlarının gayri resmi uygulamalarından etkilenir. Fakat o bu üç gruptan hiçbirine üye değildir.

Sosyal ilişki ve bu ilişkilerin çerçevesinin belirlendiği soysa grupların ele alındığı bu bölüm klasik sosyolojik bakış açısı çerçevesinde değerlendirilmiştir. Ancak, toplumsal yapıda yaşanan hızlı değişim sosyal ilişkilerin ve sosyal grupların yeniden ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, sosyal ilişkileri ve toplumsal grupları değerlendiren çağdaş yaklaşımlar önem taşımaktadır. İkinci bölümde konunun bu boyutu üzerinde durulacaktır. Yeni teoriler bağlamında sosyal ilişkiler farklı paradigmlar ve farklı yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilecektir. Toplumsal yapıda meydana gelen değişimlerin sosyal ilişkilere etkisi ve değişen sosyal ilişkiler çağdaş teoriler çerçevesinde analiz edilecektir.

II. BÖLÜM

2. YENİ TEORİLER BAĞLAMINDA SOSYAL İLİŞKİLER

Bilgi ve iletişim alanları başta olmak üzere meydana gelen teknolojik gelişmeler toplumsal yapıda önemli değişikliklere yol açmıştır. Bu değişim süreci toplumda değer yargılarının, sosyal ilişkilerin, anlayışların, üretim, tüketim ve yaşam tarzının da değişimini sağlamıştır. İşte, bu değişim ve dönüşüm sürecinde modernleşmenin ve onun getirdiği küreselleşmenin önemli bir etkisi bulunmaktadır.

Küreselleşmeyi modernliğin bir sonucu olarak değerlendiren Giddens (1998: 28) küreselleşmeyi zaman ve mekânsal olarak birbirlerinden oldukça çok uzakta gelişen olayların yerel oluşumları biçimlendirebilmesi ve bu yolla birbirleri ile ilişkili olan dünya ölçeğindeki sosyal ilişkilerin giderek yoğunlaşması olarak tanımlamaktadır. Küreselleşme yeni bir üretim ve yaşam tarzına bağlılığı beraberinde getirdi. Sermaye kavramı altında her şeyi reel olarak bir araya getirmek, tüm sosyal ilişkileri dönüştürdü (Kartal, 2007:262). Bu değişim ve dönüşüm toplumsal yapı üzerinde de gösterdiği etkiyle sosyal ilişkilere yeni boyutlar kazandırmıştır.

Küreselleşme toplumların iletişim araçları ve bilişim teknolojileri ile her ne kadar birbirine benzemelerini, birbirine yakınlaşmalarını sağlasa da bir o kadar da farklılaşmalarını ve çatışma içerisinde bulunmalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda küreselleşme bir yandan benzeşme diğer yandan ayrışma niteliği taşımaktadır. Sosyal ilişkiler açısından ise küreselleşme bir yandan yoğunlaşma diğer yandan ise yalnızlaşma özelliğinin her ikisini de bünyesinde barındırmaktadır.

Küreselleşme ve modernleşme süreci toplumsal yapıda çok önemli değişimler meydana getirmiştir. Dahrendorf'un, değişim her an her yerde mevcuttur (Erkilet, 2007: 174) değerlendirmesi doğrultusunda değişim ve dönüşümün durmaksızın devam ettiği kabul edilen bir gerçektir. Elbette ki bu değişimlere neden olan birçok faktör olduğu gibi bu değişimin birçok sonucu bulunmaktadır. Bu çerçevede, dünyanın küreselleşen yapısı içerisinde, zaman ve mekan olgusunun adeta ortadan kalkarak bireylerin ve toplumların birbirini çok daha hızlı ve kapsamlı etkilediği bir döneme girilmiştir. Dünya küçülmüş ancak aynı zamanda karmaşık bir hale gelmiştir. Bu yeni karmaşık yapıyı açıklamada ve anlamlandırmada artık klasik dönem paradigmaları yetersiz kalmıştır. Modernleşme süreciyle başlayan yeni toplumsal yapıyı açıklamak ve anlamlandırmak

için yeni teoriler geliştirilmiştir. Günümüz toplumlarının sosyal ilişkilerinde yaşanan değişim ve dönüşüm sosyal teorilerin önemli tartışma ve değerlendirme konularından biridir. Kongar'ın ifadesiyle (2010: 56) toplumun yapısı toplumsal kurumların belirlediği sosyal ilişkilerden medyana geldiğine göre, değişme, ilişkilerin değişmesidir. Berberoğlu'nun da (2009: 3) belirttiği gibi 20. yüzyıl boyunca toplumda ve toplumsal ilişkilerde tanık olduğumuz değişimler, modern ve postmodern kuramcılarının alternatif bakış açılarıyla çağdaş gelişmeleri nasıl açıkladıklarını tanımlamış ve yeniden tanımlamıştır.

Yeni teoriler, değişen yeni toplum yapısını farklı şekillerde tanımlamaya çalışmışlardır. Baudrillard, bu topluma “tüketim toplumu”, Castells; “ağ toplumu”, Bauman; “bireyselleşmiş toplum”, Sennett; “mahremiyet toplumu”, Touraine; “programlanmış toplum” adını vermiştir. Çağdaş dünyanın yeni teorisyenleri, yeni toplumu en iyi ve en güzel şekilde tanımlayacak bir kavramla ifade etmeye çalışmışlardır. Yeni teorisyenler, günümüz toplumuna farklı kavramlarla ifade etmiş olmalarına rağmen birçok konuda ortak bir noktada buluşabilmektedirler. Modernleşme sürecinin insanı yalnızlaştırdığı, kimliksizleştirdiği, bireyselleştirdiği, sosyal ilişkilerin geleneksel toplumdaki gücünü yitirdiği, yeni boyutlar kazandığı ve sosyal ilişkilerin soluklaştığı düşüncesi çağdaş teorilerin ortak noktaları arasında yer almaktadır. Ancak, yeni toplumu anlama ve anlamlandırmada farklı düşündükleri hususlar da vardır ki, kamusal alan, özel alan ayrımı bunlardan biridir. Örneğin, Sennett kamusal alanın çöktüğünü, bireylerin özel alanlarına diğer bir ifade ile mahrem alanlarına yöneldiklerini ifade ederken, Bauman ise kamusal alanın özel alan tarafından istila edildiği görüşünü savunmaktadır.

Bu çerçevede, bu bölümde modernleşme süreciyle yaşanan küresel değişimi açıklayacak ve anlamlandıracak yeni paradigmaları ortaya koyan Baudrillard, Castells, Sennett, Bauman ve Touraine gibi teorisyenlerin toplum ve birey perspektifinden toplumsal yapıda yaşanan değişime ilişkin değerlendirmelerine ve sosyal ilişkilerin değişen yapısına, işleyişine ve sosyal ilişkilerde yaşanan sorunlara ilişkin yeni teorisyenlerin bakış açılarından hareketle bir çerçeve sunulmaktadır.

2.1. Jean Baudrillard ve Tüketim Toplumu

Tüketim toplumunda birey, tüketim mallarını satın almanın ve bunları sergilemenin toplumsal bir ayrıcalık ve prestij getirdiğine inanır. İnsani ilişkiler yerini maddeyle ilişkiye bırakır. Baudrillard.

Kapitalist sistem; toplumu, toplumsal değerleri tümünden değiştirmiştir ve bu değişim süreci sistemin beklenti ve hedefleri doğrultusunda devam etmektedir. Sistem, tüketimi bir gösterge olarak sunmakta ve sosyal ilişkiler tüketim olgusu çerçevesinde yaşanmakta veya oluşmaktadır. Kapitalist sistem kâr amaçlı olarak insanları sınırları belirli olmayan ihtiyaçların karşılanması, diğer bir ifade ile tüketim arzusunun yöneltmektedir. Bu çerçevede sistem, kitleleri belirli davranış ve düşünce kalıplarına sokmakta ve bireyleri tek tipleştirerek rasyonel bir toplum oluşturmaktadır.

Kapitalist sisteme dayanan tüketim toplumunun oluşturmaya çalıştığı pragmatist bireyler, sosyal ilişkilerini de bu çerçevede şekillendirmekte ve sürdürmektedir. Ersoy'a (2008: 146) göre kapitalizmin değerler levhasında, görüldüğü üzere maddi karşılığı ve faydası olan bir şeyin değeri vardır. Yani insan çıkarı ve yararı olan şeye değer vermelidir. Çıkarıcı ve faydacı bir zihniyetle örülmüş sosyal ilişkiler sisteminde insan, karşısındaki nesne veya kişileri ancak kendisine sağlayacağı fayda ölçüsünde değerli olarak görür. Douglas ve Isherwood'un da (1999: 78) belirttiği gibi bireyler birbirleriyle, ortak çıkarları olduğu için ahabpık ederler. Ama ille de hepsi eşit fayda sağlamaz, ne de fayda sağlamanın maliyetlerini paylaşırlar.

Baudrillard, tüketim toplumu kavramını kapitalist sistemin ürettiği ve yeniden ürettiği bir toplum olarak eleştirel bir biçimde değerlendirmekte ve insan ilişkilerinin yerini nesnelerle ilişkiye bıraktığını ifade etmektedir. Bu çerçevede Baudrillard'ın görüşleri ve değerlendirmeleri doğrultusunda öncelikle tüketim toplumunu açıklayan veya tanımlayan yorumlara yer verilmekte ve tüketim toplumunda sosyal ilişkilerin yapısına ilişkin değerlendirmeler yapılmaktadır.

Baudrillard'a göre, tüketim doğal ihtiyaçların mal ya da hizmet aracılığıyla tatmin edilmesi olarak değil, kodlar ve kurallarla düzenlenmiş global ve tutarlı bir göstergeler sistemi olarak yorumlanmalıdır. Gerçek ihtiyaçlar ile sahte ihtiyaçlar

arasındaki ayrımın ortadan kalktığı tüketim toplumunda birey tüketim mallarını satın almanın ve bunları sergilemenin toplumsal bir ayrıcalık ve prestij getirdiğine inanır. Satın alınanlar yalnızca basit, doğrudan faydacı bir kullanımı olan maddi bir nesne değil, bir anlam ileten, o sırada tüketicinin kim olmayı amaçladığını sergilemek amacıyla kullanacağı nesnelerdir (Bocock, 1997: 59). Bu çerçevede tüketim toplumu, statünün kişisel itibarla, itibarın da malların tüketim ölçeğini akla getiren kullanımlarıyla ilişkilendirildiği (Douglas ve Isherwood, 1999: 124) bir toplum olarak değerlendirilebilmektedir. Ritzer (2011: 250) ise bu durumu “gösterişli sıradanlık” kavramıyla nitelendirir ve insanların toplumsal konumlarını yükseltmek için dikkat çekici bir şekilde gösterişli boş zaman ve gösterişli bir tüketim içerisinde olduklarına vurgu yapar.

Tüketim toplumu, tüketimin öğrenilmesi toplumu, tüketime toplumsal bir biçimde alıştırma toplumudur, yani yeni üretim güçlerinin ortaya çıkması ve verimlilik taşıyan ekonomik bir sistemin tekelci yeniden yapılanmasıyla orantılı yeni ve özgül bir toplumsallaşma tarzı”dır (Baudrillard, 2004: 45). Tüketim, hem kolektif ve hem de bireysel kimlik duygularının sembolik oluşumunu içeren etkin bir süreç haline dönüşmüştür (Bocock, 1997: 74). Tüketim toplumunda birey, göstergelerin hâkimiyeti altındadır. Sembolik alanların ürettiği aidiyetlikler sürekli onaylanmak ve tekrarlanmak ister, bu nedenle modern toplumdaki sembolik etkileşimler sahip oldukları tüm ritüelleri gündelik yaşamın içerisine yayarlar. Bu nedenle bireyin güç, statü, prestij, sınıf konumu ve kabul görmesi veya onaylanması gibi politik ekonomik hususlar, tüketim süreci ve metaları ile kurduğu ilişkinin anlamsal bütünlüğü ile doğrudan ilişkilidir. Böylelikle birey kişisel özelliklerinin yanında toplumsal konumunu da tüketimin göstergesel anlamlarına dayalı olarak kurgulamaktadır (Göker ve Alpman, 2011: 112).

Bugün tüm çevremizde nesnelerin, hizmetlerin ve maddi malların çoğaltılmasıyla oluşturulmuş ve insan türünün ekolojisinde bir tür temel dönüşüm oluşturan akıl almaz bir tüketim ve bolluk gerçekliği vardır. Daha doğrusu, bolluk içindeki insanlar artık tüm zamanlarda olduğu gibi başka insanlar tarafından değil daha çok nesneler tarafından kuşatılmış durumdadır. Bu insanların gündelik alışverişi başka insanlarla değil, daha çok mal ve iletilerin edinilmesi, algılanması ve güdülenmesi biçimini taşımaktadır. (Baudrillard, 2004: 15). Tüketimin temel göstergesi “nesne”dir. Birey nesneyi satın alarak kendisine statü, marka temsili ve aidiyet gibi psikolojik etiket sağlamaya çalışmaktadır. Böylece **tüketim toplumunda** insanlar maddi tatminden daha

çok, psikolojik veya simgesel bir tatminin peşine düşmüşlerdir. İmajlar, göstergeler ve simülasyonlarla insanlar kendilerini gerçek olmayan bir tüketim piyasasının içinde bulmuşlardır. Tüketilen şey maddi varlıkların simgeleri ve imajlarıdır. Reklâmlarla yayılan imajlar insanların tüketme arzularını harekete geçirmektedir (Ersöz, 2010: 39).

Tüketimi yöneten büyümlü bir düşüncenin, gündelik yaşamı yöneten mucizeci bir göstergenin olduğunu ileri süren Baudrillard, bolluk ve refahın mutluluk göstergesi olduğunu, hem büyümlü düşüncenin hem de tüketim düzeninin göstergelerle beslendiğini ve göstergelere sığınarak yaşadığını ileri sürer. Bu şekilde birey, nesne ile arasında duygusal bir bağ kurarak tükettikçe özgürleştiği, kendini gerçekleştiriyormuş gibi bir atmosfere kapılır.

Göstergelerin ele geçirme ve savma, uzaklaştırma işlevine sahip olduğunu belirten Baudrillard, gerçeklerin bu göstergelerin uzaklığında tüketildiğini ifade eder. Bu göstergelere örnek olarak haberleri gösteren Baudrillard'a (2004: 26-27) göre, haber tümüyle güncelleştirilir; yani gösterisel tarzda dramatikleştirilir ve tümüyle güncel dışlaştırılır, yani iletişimin aracı tarafından uzaklaştırılır ve göstergelere indirgenir. Kitle iletişimin bize verdiği gerçeklik değil, gerçekliğin baş döndürücülüğüdür. Böylece göstergelere sığınarak ve gerçeğin yadsınması içinde yaşanmaktadır.

Baudrillard, tüketim toplumunun sadece bireysel harcamaların hızlı artışıyla nitelendirilemeyeceğini, bunun yanı sıra yurttaşlar yararına üçüncü kişilerin (özellikle yönetim) harcamalarında da artışların meydana geldiğini belirtmekle birlikte, bolluğun artışının bir takım zararlara yol açtığına da dikkat çeker. Baudrillard, tüketim toplumunda bolluğun ortaya çıkardığı zararları şu şekilde örneklendirir:

Zararlara örnek olarak; yerleşim yerlerinin bozulması, trafik, görüntü, gürültü, hava ve su kirliliği verilebilir. Ancak bir de hesaplaması olası olmayan kültürel zararlar vardır. Örneğin, malların ve zamanın hızlı değişiminden kaynaklanan bir güvensizlik ortamı ve istikrarsızlığın yol açtığı psikolojik zararlar bu gruba girer (Baudrillard, 2004: 35).

Tüketim toplumunda büyümeyi mutluluk sağlayıcı olarak nitelendiren Baudrillard, mutluluk kavramının ideolojik gücünün toplumsal ve tarihsel olarak modern toplumlarda mutluluk söyleminin eşitlik söylemini devşiren ve canlandıran söylem olmasından ileri geldiğini, tüm insanların ihtiyaç ve tüketim ilkesi önünde eşit olduğunu çünkü, tüm insanların nesnelerin ve malların kullanım değeri önünde eşit

olduğunu belirtir. Bocock ise (1997: 58), tüketilen mallar ve deneyimler önceden paketlenmiş, düzenlenmiş, oluşturulmuş ve tüketicide istenen tepkiyi uyandırmak üzere kodlandığını ifade ederek, insanların nesnelerin ve malların kodlanmış kullanım değerini kullanırken “eşitlik” içerisinde olduğuna vurgu yapar.

Eşyaların kullanımındaki yetkinsizlik tüketim toplumunun gerektirdiği itaat, düzenlilik, rıza gibi “uyum” ile ilgili sorunların gün yüzüne çıkmasına neden olabilmektedir. Bu uyumsuzluk süreci, bilinçli bir karşı çıkışı da içerisinde barındırabilir, ancak tüketim toplumunda uyumsuzluğun ya da karşı çıkışın sonucu marjinalleşmeyi, toplumdan dışlanmayı veya soyutlanmayı beraberinde getirmektedir. (Göker ve Alpman, 2011: 112).

Tüketim toplumunda ihtiyaçların yapılandırılarak toplumsal kategoriler arasında bir geçiş özelliği bulunduğunu ifade eden Baudrillard’a (2004:70) göre, tüketim alanı yapılandırılmış bir toplumsal alandır. Bu alanda yalnızca mallar değil, ihtiyaçların kendileri de çeşitli kültürel özellikleri alarak örnek bir gruptan, yönetici bir elitten diğer toplumsal kategorilere geçerler.

İnsanlar mallara, başkalarıyla iletişim kurmak ve etrafında olanları anlamlandırmak için ihtiyaç duyar (Douglas ve Isherwood, 1999:108). Nesne ve hazza yönelmiş gibi görünen tüketim davranışlarının başka amaçlara da yanıt verdiğini belirten Baudrillard’a (2004: 91) göre, nesneler toplamı üzerinden bireysel çıkar işlevi değil, bir göstergeler toplamı üzerinden değerlerin doğrudan doğruya toplumsal değiş tokuş, iletişimi ve dağıtım işlevidir.

Günümüzde bireyin birey olarak gerekli ve hemen hemen yeri doldurulamaz olduğu yer tüketici konumudur (Baudrillard, 2004:98). Sistemin tüketici birey üretmeye başladığını, bu şekilde yeni bir köle tipi oluşturduğunu belirten Baudrillard (2009: 90), bu çerçevede toplumsal değerlerin bilinçli bir şekilde zayıflatıldığını, sıradanlaştırıldığını vurgular. Toplumsal değerlerin zayıflaması bireylerin birincil sosyal ilişkilerini de zayıflatabilmekte birey özgürleştirilirken aslında yalnızlaştırılmaktadır. Yine, Baudrillard, tüketim toplumunda bireyin her yerde öncelikle kendini beğenmeye, kendinden hoşlanmaya özendirildiğini, kendisini beğenerek, başkalarınca beğenilme şansına ulaşılacağına inandırıldığını belirtmektedir. Toplumsal yapı içerisinde kendisinin beğenilmesini arzu eden, bu arzusuyla ya mutlu olabilmekte ya da mutsuz olabilmektedir. Sosyal ilişki sürecini de bu arzusunun yönü belirleyebilmektedir.

Arzusunun gerçekleştiği birey ya da gruplarla daha sürdürülebilir bir sosyal ilişki süreci gerçekleşirken aksi halde sosyal ilişkileri hasara uğramaktadır.

Bugün geçmişte yaşanan kapitalizmin doğurduğu köleliğe karşı, günümüzde; kişiliğini ve kimliğini ürünlerin imajı altında bırakarak yaşayan, bir üründen diğerine koşuşturan stratejileriyle popüler kültürün ve tüketim toplumu unsurlarına bağımlı olarak yaşayan insanların bir köleliği söz konusudur. İşte bugün belirttiğimiz şekilde, yine efendilik ve kölelik olgusu sürmekte, sadece kavramların mahiyeti değişmektedir. Bugün efendilik insandan eşyaya doğru kayarken, kölelikte tek bir efendiye değil de, eşyadan insana uzanan süreçte, kültür endüstrisinin cilalayıp makyajladığı, paketlediği, zamanın pek çok efendisine yönelik olmaktadır (Ersoy, 2008: 148).

Modern tekelci üretimin asla mal üretimi değil aynı zamanda her zaman tekelci bir ilişki üretimi ve fark üretimi olduğunu ileri süren Baudrillard, (2004: 105) bu farkın, kişiselleştirme, statü, toplumsal ve ekonomik konumun dayandığı göstergelerle değerlendirildiğini belirtir. Tüketerek, statü sağlayacağına inanan birey, sosyal ilişkilerini de tükettikleri ile değerlendirmektedir. Tüketim toplumunda metalar sembolik önem taşımaktadır. Hangi otomobili kullandığımız, ne giydiğimiz, nerede oturduğumuz, nereden alışveriş yaptığımız toplumsal denklemin neresinde olduğumuzun bir göstergesidir

Tüketime, bireyin prestij ya da uzlaşma talebine göre bir grup bağlamına endekslendiğini ve ihtiyaçlar çerçevesinde düzenlenmediğini görmek gerektiğini ileri süren Baudrillard, (2004: 110) bireyleri kişiselleşmiş olarak üreten bir yapısal farklılaşma mantığı olduğunu söyleyerek, bireylerin kişiselleştirildiklerini yani toplumsal mekanizmadan uzaklaştırılarak, ayrıştırdıklarını vurgular. Buradaki temel mantık, farklılaşma ve kişiselleşme mantığıdır. Ersöz'e (2010: 41) göre tüketim toplumunda bireyler değer verilme ve saygı duyulma ihtiyaçlarını tüketim aracılığıyla dışa vurmaktadırlar. Bu nedenle, günümüzde tüketim bireyler için bir kimlik edinme sürecine dönüşmüş, idealleştirilmiş bir yaşam kurgusuna erişmek için sonsuzca çeşitlendirilmiş metalar dünyasında daha iyi bir yaşam hedefine yönelmiş durumdadır.

Bir bireyin kendisini diğer bireylerden farklı kılabilmek için kullandığı giyim kuşam tarzının diğer bireyler tarafından anlaşılıp yorumlanması gerekir. O halde bir birey kendisini ancak diğerleri ile ortak birtakım kültürel sembolleri paylaşabildiği ölçüde farklı kılabilir (Bocock, 1997: 26). Sosyolojik olarak grubun bütünleşmesini pekiştiren farkların değiş tokuş olduğunu ileri süren Baudrillard'a (2004: 111) göre

doğumdan, soydan, dinden gelen farklılıklar eskiden değiş tokuş edilmiyordu. Günümüzde farklılıklar (giysi, ideoloji, hatta cinsiyet farklılıkları) geniş bir tüketim ortaklığı içinde değiş tokuş ediliyor. Bu toplumsallaştırılmış bir göstergeler değiş tokuşudur. Baudrillard, grup üyelerinin tercihlerini toplumsallaştıklarını şu sözlerle açıklar:

Riesman'da peer-group (akran grubu) üyelerinin tercihlerini toplumsallaştırdıklarını, beğenilerini değiş tokuş ettiklerini ve grubun iç ilişkilerini ve narsist tutarlılığını sürekli rekabetleriyle güven altına aldığını görüyoruz. Bunlar gruba "rekabet" yoluyla daha doğrusu açık ve şiddet taşıyan pazar ve mücadele rekabeti yoluyla değil; rekabetin, moda kodu tarafından süzölmüş oyunsal bir soyutlamasıyla katkıda bulunur (Baudrillard, 2004: 111).

Duygusal bir ilişki kurma arzusunun eksikliğini(yokluğunu) ifade eden simgeye karşılık; gösterge-nesne bir ilişki yokluğuyla her biri ayrı birer birey haline gelen özneleri ifade etmektedir. Tüketim toplumunun sosyal ilişkilerinde gösterge-nesne ve simgesel nesne etkili olmaktadır.

Karşılıklılığa dayanmadığı anda değiş tokuş ya da nesne (değiş tokuş malzemesi) derhal bir göstergeye indirgenmektedir (Baudrillard, 2009: 60). Gösterge-nesne verilen ya da alınan bir şeyden çok bireysel öznelerin bir gösterge gibi sahiplendikleri, ellerinde tuttukları ve yararlandıkları bir şey, yani kodlanmış bir farklılıktır. Tüketim gösterge-nesne tüketmek anlamına gelirken, gösterge nesnede geçmişe özgü, şeyleştirilmiş, bir kod görünümü kazandırılmış toplumsal bir ilişki biçimine benzemektedir.

Simgesel nesne, her türlü toplumsal ilişkinin kökeninde yalnızca arzusun bulunduğunu (karşıt anlamlara sahip ama karşıt anlamlar sayesinde tüm toplumsal ilişkileri belirleyen), göstermekle kalmayan, aynı zamanda özgün bir nesne aracılığıyla karşılıklılığa dayalı ya da grupla bütünleşmek amacıyla kurulan ve herkesin gözü önünde gerçekleştirilen toplumsal ilişkiler demektir (Baudrillard, 2009: 61). Bu çerçevede grupla bütünleşmek, aidiyet kazanmak isteyen birey, simgesel bir değiş tokuş (armağan) nesnesi aracılığıyla ilişki kurabilmektedir. Sosyal ilişkilerde armağan verme, ilişkinin somut karşılığı olarak değerlendirilmektedir.

Modern dönemin başlarında ekonomik ve sosyal ilişkilerin karmaşılaşmaya yüz tuttuğu kentler, zenginlerin serbest zaman etkinlikleriyle servetlerinin tadını çıkardığı, zevk ve sefaya dayalı bir yaşam stiline feda ettikleri, fakirlerin ise onları taklit ettiği yer (Sennett, 2010: 163) olarak nitelendiriliyordu. Şehir yaşamı, bir tarza sahip olma

bilincini, yani hem belli bir gruba has belirleyici özellikleri hem de bireysel seçimleri yansıtabilecek bir alan içinde tüketme gereksinimi artar. Şehirdeki birey daha çok, bir kimlik duygusu oluşturabilmek, kim olarak algılanmayı arzu ettiğini belirtebilmek amacıyla tüketmektedir (Bocock, 1997: 26). Kentsel ilişkilere Bauman da (2001: 179) anonim ve taahhütsüz ilişkiler olarak bakar ve bu ilişkilerin tüketicilik ruhuyla doyurulduğuna dikkat çekmektedir.

Kent ya da kentsel alan günümüzde etkisiz kılınarak türdeşleştirilmiş, duyarsızlık ve kentsel gettolarda giderek artan bir ayrımcılıkla, mahallelerin, ırkların, belli bir yaş grubuna ait olanların sınıflandırıldıkları bir alana, yani bölünmüş ayrımlayıcı göstergeler alanına dönüşmüştür. Gündelik yaşama ait her eylem, her zaman dilimi çeşitli kodlar aracılığıyla belli bir zaman/mekâna indirgenmektedir. Kent sistemi, kendini mekân içinde, yalnızca ekonomik değil aynı zamanda dallanıp budaklanan göstergeler ve kodların yanı sıra toplumsal ilişkilerin simgesel anlamda yok edildiği derinlemesine bir yeniden üretim alanı, devasa bir ayıklama ve sınırlama merkezidir (Baudrillard, 2008: 138). Her yenilik beraberinde bir terk etmeyi ve bir yıkımı, her yeniliğin kazanımı beraberinde bir kaybetmeyi getirmektedir. İşte değerlerin entropisi sonucu, toplumun değerlerinin özündeki bir kuruma ve boşalma ile değerlerin işlevsel boyutunda da bir daralma gerçekleşmektedir. Toplum, değerlerin bütünleştirici, birleştirici ve düzenleyici işlevlerden yoksun olmasıyla birlikte, kalabalık bir yığın zümresine dönüşmektedir (Ersoy, 2008: 148).

Baudrillard, kentin göstergelere ait bir alan olduğunu ve bu göstergelerin kodlar aracılığıyla sosyal ilişkilerin değişimini sağladığını şu şekilde ifade etmektedir:

Kent artık göstergeler, iletişim araçları ve koda ait bir alandır. Tarihi dayanışma biçimi yani fabrika, mahalle ve sınıf dayanışması bugün ortadan kalkmıştır. Bundan böyle fabrika, mahalle ve sınıf birbirlerinden ayrılarak, televizyon ve otomobille, iletişim araçları ya da kentsel yapıya ait davranış modelleri görünümüne bürünmüştür. Onları birbirlerine doğru yönlendiren bir karşılıklı özdeşleşme çılgınlığı aşamasında olup, yönlendirilen simülasyon modellerine dönüşmüşlerdir. Artık, farklı boyutlara sahip görüntü sunabilen bireyler çağında yaşıyoruz. Oysa kodun görüntüsü sabit kalıp, merkezi bir nitelik taşımaktadır. Kentsel dokunun her yerinde karşımıza çıkan bu kod tekeli gerçek toplumsal ilişki biçiminin ta kendisidir (Baudrillard, 2008: 140).

Belli bir tarihselliğe ve coğrafyaya göre şekillenmiş kurumları, üretim ve yeniden üretime dayalı sosyal ilişkileri, farklı iletişim formları, medya ve benzeri arasındaki etkileşimle oluşmuş mekânsallığı içeren kent mekânlarında sosyal ilişkiler, aleni ve herkese dönük olarak gerçekleşmekte; ortak tepkisellik, gözetim ya da denetime ilişkin bir farkındalık üzerinden ilişkiler cereyan etmektedir. Buralar, kent kamusunun boy attığı, filiz verdiği, kendisini farklı şekillerde ürettiği/çoğalttığı bir şeye karşılık gelmektedirler (Aytaç, 2007: 206). Sosyal ilişkilerin, gündelik yaşam kültürünün oluşturulması kent mekânları olarak ifade edilen alışveriş merkezleri, kafeler, oyun salonları, fast-food restoranları, oteller, dinlenme parkları, çay bahçelerinde gerçekleşir.

Tüketim toplumunda sosyal ilişkiler tüketilmekte ve yeniden üretilmektedir. Yeniden üretim hemen her alanda olduğu sosyal ilişkilerde de görülmektedir. Baudrillard, sosyal ilişkiler sürecini olumlu yönde etkileyen dayanışma, içtenlik, sıcaklık gibi unsurların tüketildiğini belirtmektedir. Toplumsal ve ekonomik kurumların yanında bizi burada daha çok ilgilendiren daha az biçimsel, kurumsal olmayan tümüyle başka bir toplumsal ilişkiler sistemidir. Bu tüketimin gündelikliğini işgal eden “kişiselleştirilmiş” tüm iletişim ağıdır. Çünkü söz konusu olan tam da tüketimdir. İnsan ilişkilerinin, dayanışmanın, karşılıklılığın, sıcaklığın ve hizmetler biçiminde standartlaşmış toplumsal katılımların tüketimi; sürekli şekilde ilginin, içtenliğin ve sıcaklığın tüketimi ama kuşkusuz sadece bu ilginin göstergelerinin tüketimi; toplumsal mesafe ve toplumsal ilişkilerin acımasızlığının nesneler kural olduğu bir sistemde birey için biyolojik beslenmeden daha hayati olan tüketim (Baudrillard, 2004: 208).

Kapitalist sistem, bireyi tüketen bir varlık olarak adeta kurguladığı gibi bu kurgu içerisinde insan ilişkilerinin yitirilmesini de planlamaktadır. Baudrillard’a (2004: 2010) göre toplumsal ilişkinin- göstergeler biçimi altında- toplumsal devreye sistematik olarak yeniden şırınga edilmesi ve gösterilen bu ilişkinin, bu insani sıcaklığın tüketimine bu tabanda tanık oluyoruz. Karşılama görevlisi, sosyal hizmet uzmanı, halkla ilişkiler mühendisi, reklâmdaki kapak kızı, kurumsal gülümsemeyle toplumsal ilişkilerin yumuşatılması, memnun edilmesidir.

Sistem, sosyal ilişkileri yeniden üretirken aslında ürettiği şey sosyal ilişkisizlik olmaktadır. Çünkü, sistem insanların birbirleriyle ilişkilerinden çok metayla ilişkilerini arzu etmekte, insan ilişkilerini ise samimiyetten uzak bir ilişki olarak düzenlemektedir. Baudrillard’a göre (2004:210) bu sistem tam bir çelişki üzerinde duruyor. Bu sistem yalnızca ticaret toplumunun tunç yasasını, toplumsal ilişkilerin hakikatini, yani rekabeti

ve kentsel ve endüstriyel izdiham ve yoğunlaşmayla büyüyen toplumsal mesafeyi, ama özellikle de değişim değeri için soyutlanmasının gündelikliğinin ve en kişisel ilişkilerin tam ortasında genelleşmesini gizleyememekle kalmaz. Görünüşün tersine bu sistemin kendisi bir üretim sistemidir; iletişim, insanlar arası hizmet ilişkisi üretimi. İlgi üretimine yönelik bu sistem aslında ister istemez eşanlı olarak uzaklık, iletişimsizlik, saydamsızlık ve acımasızlık üretir ve yeniden üretir.

Aytaç, bu durumu her şeyin metalaştığı, alınır satılır hale geldiği şeklinde ifade eder. Sosyal ilişkiler araçsal ilişkiye dönüşmüştür. İnsanlar, yakınlık kurdukları kişileri kendilerini bir yerlere çıkartacak, hedefe götürecek birer araç olarak görmektedirler. Bu toplumda bireysel davranışlar, doğal, içtenlikli güdülerden kaynaklanmamaktadır. Bireysel davranışı, bir başkasının onamaları, değer ölçüleri ya da kitlesel meşruiyet standartları belirlemektedir. Ancak, “herkes olmak”, “kalabalıktan bir parça olmak”, bireyin yaşadığı iç burkulmaları, güvensizliği, yalnızlığı ortadan kaldırmamaktadır. Kalabalık içinde, birey güçsüz, güvensiz, içini dökecek dosttan yoksunluk içindedir (Aytaç, 2002:245).

Tüketim toplumu hem bir mal üretimi hem de ilişki üretimi toplumdur. Hatta tüketim toplumunu hızlandırılmış ilişki üretimi olarak da tanımlayan Baudrillard (2004:223), üretilmek ve tüketilmek için ilişkinin, -tıpkı mallar, emek gücü gibi ve aynı mantığa göre-, kurtarılmış ve özgürlüğüne kavuşmuş olması gerektiğini, yani ilişkinin tüm uzlaşımlardan ve geleneksel toplumsal ritüellerden kurtarılması gerektiğini ileri sürer ve ilişkinin üretimin ve modanın etkisi altına girdiğini de belirtir.

Marx’ın meta fetişizm kavramında da ifade edildiği üzere, tüketim toplumunda ilişki şeyler üzerinden tasarlanmaktadır. Marx’a göre bireysel ve toplumsal emek arasındaki ilişki, “bu meta 500 lira değerindedir” ibaresinde olduğu gibi, meta ürünün kendisine ait bir nesnel özellik gibi görünür. Şeylerin tarihsel bakımdan özgül süreçlerinde kurulmuş olan sosyal ilişkiler gözden kaybolurlar ve başka bir şey olarak, yani açgözlü, tarih-dışı bireyler ile bunların birer tüketici olarak peşinde olduğu metalar arasındaki ilişkiler şekilde ortaya çıkar (Marshall, 2005:494). Sosyal ilişkiler moda göstergeleri içerisinde gerçekleşebilmekte ve tüketim üzerinden kurgulanmaktadır.

Tüketim toplumlarında, yok olan birincil ilişkiler, yani aile, akrabalık, komşuluk ilişkileri, başka biçimde oluşturulan dernekler, klüpler, hippilik gibi kurumlarla dengelenmeye çalışılırken, ikili bir yabancılaşmaya düşülmektedir. Kişisel ilişkilerin ve etkileşimin sıcak ve içten geleneksel yapıları çözülürken, yerine konmaya çalışılanlar da

etkili, yönlendirici ve kalıcı olamamaktadır (Bayhan, 2011: 235). Bu nedenle, tüketim toplumunda sosyal ilişkiler samimi olmayan, göstergelerin hâkim olduğu, içtenlikten yoksun, karşılıklılığa dayalı, fayda ve yarar merkezli, bu ilişki bana ne kazandırır düşüncesinin sorgulandığı, kısa süreli ilişkilerdir. Bu tür sosyal ilişkiler bireylerde mutlusuzluk, güvensizlik gibi psikolojik sorunlar oluşturduğu gibi toplumsal yapıda da güvensiz bir yapı, pragmatist bir sosyal yapıya neden olmaktadır.

2.2. Manuel Castells ve Ağ Toplumu

Ağ toplumu farklı kurumsal ifadeleriyle şimdilik kapitalist toplumdur. Üstelik kapitalist üretim biçimi tarihte ilk kez, tüm gezegen çapında toplumsal ilişkileri şekillendirmektedir. Castells

Bilişim teknolojilerinin hızlı ve sürekli bir biçimde gelişmesi, iletişim araçlarında yeni uygulamaları ortaya çıkarmış ve yeni medya olarak ifade edilen araçların yaygınlığını ve kullanımını artırmıştır. Bilgi teknolojileri hem bireylerin gündelik yaşamlarını hem de toplumları değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Bu yaşanan gelişmeler toplumun, bilgi ve iletişim teknolojileri çerçevesinde yeni kavramlarla nitelendirilmesine neden olmuştur. Bilgi toplumu, teknoloji toplumu, enformasyon toplumu ve bilişim toplumu bu nitelendirmelerden bazılarıdır.

Manuel Castells, bu nitelendirmelerin günümüz toplumunu ifade etmekte yeterli olmadığını, yaşadığımız toplumsal yapıyı tam olarak açıklamayacağını belirterek, “ağ toplumu” (The Network Society) kavramını ortaya koymuştur.

Castells’in “Ağ Toplumu” kuramı, gelişmiş iletişim teknolojileri temelinde dünya çapında oluşturulan birtakım ağların çerçevesinde dünyanın yeniden oluşumu hakkında yeni perspektifler açmaktadır. Kuramın temel savı, toplumun bütün alanlarının temel yapılarındaki süreçlerin organizasyonunda hiyerarşilerden ağlara (network) doğru bir kaymaya tanık olduğumuzdur. Bu değişim, kültürel olduğu kadar düzene ilişkin (organizasyona ilişkin) bir sorundur (Doğan, 2011: 171). Castells’e göre enformasyonu ön plana çıkaran ağ toplumu bilişim teknolojileri tarafından harekete geçirilen, bilişim ağlarında oluşan ve tüm küreye yayılmış yeni bir toplumsal organizasyon yapısıdır. Bu yapı insanlar arasında kültür aracılığıyla şekillenen bir etkileşim ortaya koyduğu gibi;

üretim, tüketim ve güç ilişkilerini de etkilemiştir (Başlar, 2013: 4). Ağ toplumunun ortaya çıkmasında kapitalizmin yeniden yapılanmasının da etkisi olduğunu belirten Castells'e (2008b: 4) göre;

Bu yeni toplumsal örgütlenme biçimi, kapsayıcı küreselliğiyle tüm dünyaya yayılıyor; sını kapitalizmi ile onun düşman kardeşi sını devletçiliğinin 20.yy.da yaptığı gibi kurumları sarsıyor, kültürleri dönüştürüyor, zenginlik oluşturuyor, yoksulluğa sebep oluyor, açgözlülük, yenilik ve umut saçıyor, zorluklar dayatırken bir yandan da umutsuzluk veriyor.

Castells, (2008a: 621) ağ kavramını birbiriyle bağlantılı düğümler dizisi ve aynı iletişim kurallarını paylaşımları halinde yeni düğümlerle bütünleşen açık yapılar olarak ifade eder. Ağ kavramı sosyolojik anlamıyla bir veya birden fazla toplumsal ilişkiyle birbirine bağlanmış, dolayısıyla toplumsal bir bağ oluşturan bireylere gönderme yapmaktadır (Marshall, 2005: 4). Bu açıdan bakıldığında toplumsal ilişkilerin var olduğu günden bugüne kadar ağ olgusu sosyal hayatın bir parçası olarak değerlendirilebilir. Ancak, günümüzde özellikle de enformasyon teknolojilerinin gelişme göstermesiyle birlikte yeni bir sosyal organizasyon türü ortaya çıkmıştır. Ağlarla örülü bu organizasyonun adı 'Ağ Toplumu'dur. Bu toplumun ağ kavramı ile özdeşleştirilmesi ya da birlikte anılması, onun ağ temeli üzerine kurulmuş (sosyal, ekonomik, politik) ilişkileri, yoğun bir şekilde kullanıyor olmasından kaynaklanmaktadır. Van Dijk (2006: 20) ise ağ toplumu kavramının bilgiyi uygulama, değişimin organizasyonu ve oluşumunu vurguladığını, sosyal medya bağlantılarının alt yapısının da buna bağlı olduğunu dolayısıyla, ağ toplumunun; sosyal ve medya bağlantılarının alt yapısına sahip sosyal bir oluşum olarak tanımlanabileceğini ifade eder.

Castells'e göre enformasyonu ön plana çıkaran ağ toplumu bilişim teknolojileri tarafından harekete geçirilen, bilişim ağlarında oluşan ve tüm küreye yayılmış yeni bir toplumsal organizasyon yapısıdır. Bu yapı insanlar arasında kültür aracılığıyla şekillenen bir etkileşim ortaya koyduğu gibi; üretim, tüketim ve güç ilişkilerini de etkilemiştir (Başlar, 2013:2). Kapitalist sistemin üretimde ve tüketimde gerçekleştirdiği değişim ve dönüşüm sosyal ilişkileri de etkilemiştir.

Ağ toplumunun farklı kurumsal ifadeleriyle şimdilik bir kapitalist bir toplum olduğu görüşünü ileri süren Castells (2008a: 624) kapitalist üretim biçiminin tarihte ilk

kez tüm gezegen çapında toplumsal ilişkileri şekillendirdiğini vurgular. Kapitalist sistem, bu şekillendirme çabalarını özellikle bilişim teknolojileri ve kitle iletişim medyası aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Burada yeni iletişim teknolojilerinin önemi ve vazgeçilemezliği bir kez daha dikkat çekmektedir.

Ağ toplumu yapısı sosyal ilişkileri, ortaya koyduğu yeni iletişim yapıları doğrultusunda etkilemiştir. Bu bağlamda yeni iletişim teknolojilerinin gelişiminin ve internetin medya alanına kazandırdığı kavramlardan biri olan sosyal medya, ağ toplumunun internet alanındaki yansıması gibidir. Yeni medyanın sosyal boyutunu kullanıcılar tarafından düzenlenen içeriklerle ve bu içeriklerin kullanıcılar arasında oluşan ağda dolaşıma girmesiyle meydana getirilen sosyal medya siteleri oluşturmaktadır (Başlar, 2013: 4). Ağ toplumunun en iyi temsilcisi olarak kabul edebileceğimiz sosyal paylaşım ağları, zaman ve uzam algısının yeni bir boyut kazanmasında etkili olmuştur.

Thompson'ın (2008: 56) da belirttiği üzere tekniğe dayalı iletişim medyasının kullanımından doğan en önemli değişikliklerin başında zamana ve uzama meydan okuyan, bireylere zamansal ve mekânsal sınırları aşma imkânı tanıyan bir iletişim alanının açılmış olması gelmektedir. Günümüzde zamansal ve mekânsal anlamda birçok zorluğu ortadan kaldıran internet ve ona bağlı olarak da sosyal paylaşım ağları, sosyalleşmenin tanımında yer alan sürece bağlı bir birikim olduğu önermesinden yola çıkılarak düşünüldüğünde, sosyalleşmenin önemli bir tamamlayıcı unsuru olarak ön plana çıkmaktadır. Günümüz toplumunun hızlı yaşanan kopuk ilişkileri içerisinde sosyal paylaşım ağları yardımıyla insanlar bir sosyal ilişki kurma ya da mevcut olan ilişkilerini sürdürme şansına sahip olabilmektedirler. Sosyal paylaşım ağları bireyleri, toplumun gittiği yönde sosyal olarak tamamlayan bir bileşen olarak karşımıza çıkmaktadır (Dilmen, 2010: 241).

Sosyal paylaşım ağlarının etkileri ve sosyalleşme biçimlerinin kültürel etkilerinin neler olduğu üzerine yapılan araştırmaları değerlendiren Castells (2008a: 475-485) araştırmaların birbirinden farklı sonuçları ortaya koyduğunu ve bu çerçevede konunun hâlâ belirsizlik taşıdığını ifade etmektedir. Örneğin kimi araştırmalarda sosyal paylaşım ağlarının bireyin yalıtılmasına, topluma yabancılaşmasına ve depresif özellikler göstermesine neden olduğu, bilgisayarların getirdiği sosyal ilişkilerin insanilikten uzaklaştığı, ev içinde dahi aile bireyleriyle iletişimde gerilemeye, sosyal çevrenin daralmasına, depresyon ve yalnızlık duygularının derinleşmesine neden olduğu

vurgulanırken, diğer yandan bazı araştırmacılar sosyal paylaşım ağlarının, fiziki anlamda sosyalleşmeyi kolaylaştırdığı sonucuna varmıştır. Bazı araştırmalarda ise bireylerin sanal ağlarda profillerini oluştururken ve etkileşime geçerken rol yaptığı tespit edilmiştir.

Ağ toplumunu en genel anlamıyla Anderson ve arkadaşları (2006:156); iş, iletişim ve yönetime yönelik amaçlarla küresel ağları düzenli olarak kullanan bir toplum olarak ifade etmektedir. Küreselleşme sürecinin bir sonucu olarak kendini her geçen gün daha fazla hissettiren ağ toplumunun iş dünyası ve ticari yaşama yaptığı etkiye Anderson atıf yapmakla birlikte, ağ toplumu bunun yanında sosyal ilişkiler bağlamında da önemli sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Ağ toplumunun en belirgin özelliklerinden biri, bireyleri gerçek yaşamın gündelik koşullarından tamamen olmasa da önemli ölçüde koparması ve sosyalliği başka bir boyuta taşımasıdır. Castells'in belirttiği şekliyle zaman ve uzamı devre dışı bırakabilen ağlar, yeni toplumsal ilişkilerin doğmasına da neden olabilmektedir (Göker ve Doğan, 2011:179).

Kendine özgü iletişim ve etkileşim koşullarını üretme ve bu ilişkileri ağ temelinde sürdürme konusunda kullanıcılarına en uygun ortamı hazırlayan iletişim teknolojisi ise elbette internettir. İnternet bu anlamda dünya üzerindeki en büyük ve en yaygın ağın ismi olarak değerlendirilebilir. İnternet ağına dayalı yeni sosyal yapılanmanın adı ise sanal cemaattir [virtual community] (Göker ve Doğan, 2011:180). Ağ toplumunun önemli bir yansıması olarak değerlendireceğimiz sanal cemaati, Abercrombie and Longhurts, (2007: 358) birbirleriyle internet yoluyla iletişime geçen ve iş, gönüllü aktivite ve oyun gibi ortak paylaşımlarda bulunan insanlar tarafından şekillendirilen topluluklar olarak tanımlamaktadır. Bu yapı, daha önce birbirleriyle hiçbir şekilde yüz yüze iletişimde bulunmamış insanların ortak hedef, çıkar veya ilgi alanları kapsamında ortaya çıkan sanal bir birlikteliktir. Dilmen'e göre (2010:241) günümüzde, internette vakit geçiren kişilerin kurduğu ilişkilere ne gibi bir tanımlama getirileceği veya üç boyutlu bir ortamda karşı karşıya gelmenin ve beraber, sanal olmasına rağmen bir şeyler yapmanın ne tür bir ilişki sayılabileceği gibi sorular zihinlerde yer almakta ve kendilerine cevap aramaktadırlar Bu bağlamda, sosyal ilişkilerin yapısı da hayatımızdaki birçok şey gibi dönüşmektedir.

Bilgisayarlar aracılığıyla iletişimin geniş bir sosyal cemaatler yelpazesi oluşturduğunu belirten Castells, (2008a: 476) sanal cemaati, ortak bir çıkar ve amaç doğrultusunda örgütlenen, kendi kendini tanımlayan interaktif, elektronik bir iletişim

ağı olarak ifade ederken, ağ toplumunda bireyin gerçeklikle olan ilişkisi kadar oluşan cemaatlerin de gerçeklikle ilişkisinin neler olduğunun sorgulandığını belirtir. Sanal cemaatler gerçek cemaatler midir? Castells bu sorunun cevabını şu şekilde vermektedir (2008a: 479): Hem evet, hem hayır. Cemaattirler, ama fiziksel değildirler; fiziksel cemaatlerin izlediği etkileşim ve iletişim kalıplarını izlemezler. Ancak ‘gerçekdışı’ değildirler, farklı bir gerçeklik düzleminde işlerler.

Goffman’ın (2009) ifade ettiği ‘izlenim denetimi sanatı’ ve bireyin kendini göstermek için sarf ettiği ‘performanslar’ (gerçek) sosyal yaşamda olduğu gibi ağ toplumunda da işlerliğini sürdürmektedir. Ancak ağ toplumunda bu ‘performanslar’ın kontrolü asgari düzeyde mümkün gözükmektedir. Çünkü sanal etkileşimde fiziksel yakınlıktan, temastan ve gözlemden yoksun bir etkileşim hâkim durumdadır. İnternet, geleneksel anlamda kimlik üretimini değiştirmiştir. Sanal çevrede, cismani bedenden bağımsız olarak karşılaşmalar gerçekleşmekte, bu ise kişinin fiziksel özellikleri hakkında hiçbir fikir vermemektedir (Zhao ve ark., 2008:1817). Dolayısıyla sunulan kişiliklerin gerçeklikle ilişkisi her zaman bir soru işareti oluşturmakta ve güven sorununu ortaya çıkarmaktadır.

Ağ toplumunun en belirgin özelliği, bireylerin mekân ve zaman kısıtlamasından kurtulmuş bir şekilde sürekli bir bağlantılılık hâlinde olmasıdır. Tarım toplumunda toprakta çalışan ve sadece içine doğduğu köydeki diğer insanlarla ortak bir kaderi ve kültürel yaşam formunu paylaşan bireyler, günümüz sanayi sonrası (post-endüstriyel) toplumunda kendilerini ‘şimdiye ve buraya’ (yani mevcut zaman dilimine ve yerel coğrafyaya) bağlayan zincirlerini ‘kırmış’ gözükmüyorlar (Esen, 2013). Dijk’e göre modern toplum, sosyal ağlar aracılığı ile yeniden bir organizasyonel ve yapısal değişime uğrayacaktır. Bu değişim ile bireyler aile üyeleri, arkadaşları, komşuları, iş arkadaşları ile iletişimlerini sosyal ağlar üzerinden gerçekleştirecekler ve komşuya gitme, bir kafede buluşma, ziyaretler, birlikte yemeğe çıkma gibi kişilerin yüz yüze yaptıkları uygulamalar ortadan kalkmaya başlayacaktır (Akbıyık vd., 2012: 1012).

Teknoloji ile üretimin teknik ilişkileri toplumun başat alanlarından doğmuş paradigmlar çerçevesinde örgütlenseler de tüm bir toplumsal ilişkiler, toplumsal yapılar düzenine yayılır, böylece onları değiştirirler yorumunu yapan Castells, (2008a: 21), kapitalist sistemin iş yaşamının yanı sıra aile, özellikle ataeril aile yapısı üzerinde de değişimlere, tahribatlara yol açtığını belirtir. Aile yapısındaki değişim ve dönüşüm sosyal ilişkilerin boyutunu da değiştirmiştir. Ellul da (2003:344) bu çerçevede

toplumsal yaşamda yaşanan değişimlerin aile yapısını değiştirdiğine dikkat çekmektedir. Kadın ve çocuklar artık geleneksel işlevlerini yerine getirmiyorlar. Koca ile karı arasında ve ebeveyn ile çocuk arasında yeni bir ilişki var. Kalp artık bir anlam taşmıyor; aile ilişkilerinin sabırla kurulmasının bir gerekçesi yok. Sosyalleşmenin temel kurumu olan ailenin zayıflaması bireyleri farklı arayışlara, yaşam biçimlerine yeni sosyal ilişki türlerine yöneltmektedir.

Castells'e (2008b:251) göre, ataerkillik sosyal ilişkilerin belirli şekillerde üretilmesinin ve toplumların temel yapılarından biridir ve erkeklerin, kadınlar ve çocuklar üzerinde kurumsal olarak desteklenen bir otoriteye sahip olmasıyla tanımlanabilir. Bu otoritenin icra edilebilmesi için, ataerkilliğin üretim ve tüketimden siyasete, hukuka ve kültüre, toplum örgütlenmesinin tamamına işlemesi gerekir. İnsan ilişkileri ve kişilik de ataerkilliğin izlerini taşır. Castells, ağ toplumunda ataerkil aile krizi yaşandığını ve krizle de aile reisinin aile üzerinde süregelen bir otorite/egemenlik icra ettiği aile modelinin zayıflamasını kasteder.

Ataerkil aile, diğer bir ifadeyle uzun vadeli bağlılığa dayalı aile modelinden kopulduğunu dört göstergeyle ifade eden Castells bunları şu şekilde ifade eder:

Evliliklerin boşanmayla ya da ayrılıkla dağılması; evliliklerde yaşanan bunalımların giderek artması, evlilik, iş ve hayatı uyumlu kılmanın zorlaşması, başka iki güçlü eğilimle de ilişkili görünmektedir, evlenmeyi erteleme ve evlenmeden birlikte yaşama; nüfusun yaşlanması dolayısıyla da klasik çekirdek aile modelinin yaygınlığı gerilemekte, yalnız yaşayanların, çocuklarıyla yalnız yaşayanların sayısı artmakta; ailenin istikrarsız olduğu bu koşullarda, kadınların doğurmaya ilişkin tutumlarında giderek özerkleşmesiyle birlikte ataerkil ailenin krizi, nüfusun yenilenmesiyle ilgili toplumsal izleklerin de krize girmesine uzanmaktadır (Castells, 2008b: 256-257).

Ataerkilliğe başkaldırı ve ataerkil ailenin krizinin, kültürel kodların kuşaktan kuşağa düzenli bir biçimde aktarımını kesintiye uğrattığı, kişisel güvenliğin temellerini sarstığı ve sonuçta erkekleri, kadınları ve çocukları yeni yaşam biçimleri geliştirmeye zorladığı (Castells, 2008b: 534) değerlendirmesinde bulunan Castells'e (2008b: 378) göre yeni kuşaklar, geleneksel ataerkil aile kalıbının dışında sosyalleşmektedir; erken yaşlardan itibaren farklı düzenlere, yetişkinlerin farklı roller üstlenmesine ayak uydurmaları beklenmektedir. Yeni sosyalleşme süreci, bir ölçüde ataerkil ailenin kurumsal normlarını, geri plana itmekte ve aile içindeki rolleri çeşitlendirmektedir.

Sosyalleşme sürecinin en önemli araçlarından biri olan ailenin geri plana itilmesi, bireyin toplumun genel kabul görmüş değer, kural ve kaidelerini öğrenememesine ya da yetersiz öğrenmesine, dolayısıyla başarısız sosyalleşmeye neden olur.

Sosyal ilişkilerin öğrenildiği ailenin bu süreçten uzaklaştırılması bireyin sonraki yaşamında düzenli ve sürekli bir sosyal ilişki yaşamasına da engel olacaktır. Bu durum toplumsal düzeyde ise bir travmaya neden olabilmektedir. “Güven, sadakat, bağlılık” duygularının yerini sanal ilişkilerin, gerçekliği tartışılan bedenlerin aldığı bir toplumsal yapıda birey, sosyal ilişkilerini sağlıklı bir şekilde gerçekleştirmekte zorlanmakta ve paradoks yaşamaktadır.

Kapitalist sistem, üretim ilişkilerindeki değişim çerçevesinde çalışma şekillerinde de değişimi sağlamış ve bu çerçevede kadının toplumsal rolü artmış ve iş dünyasındaki varlığı, ücretli işgücüne kitlesel biçime dâhil olmasıyla görünür hale gelmiştir. Castells’e göre (2008b: 280) kadınların işgücüne kitlesel olarak dâhil oluşu, bir yandan ekonominin enformasyonelleşmesinden, ağlar oluşturmaktan ve küreselleşmesinden; diğer yandan verimliliği, yönetim denetimini ve nihayetinde kârı artırmak için kadınların özgül toplumsal konumlarından yararlanma amacıyla işgücü piyasasının cinsiyete dayalı olarak bölünmesinden kaynaklanır. Bu süreç, aile açısından önemli sonuçları ve sorunları ortaya çıkarmıştır. Ev içinde erkeğin otoritesi sarsılmış, kadınların aile içindeki pazarlık gücü artmış ve sonuçta ataerkil ailenin dönüşmesini sağlamıştır.

Ağ toplumunda üzerinde tartışmaların yapıldığı bir başka konu ise kimlik ve kimliğin inşasıdır. Kimliği, insanların anlam ve tecrübe kaynağı olarak tanımlayan Castells (2008b:12), kimliğin inşasının bastırılmış kimliğe dayandığını, ağ toplumunun yükselişinin beraberinde kimliğin inşa süreçlerinin sorgulamasını da getirdiğini dolayısıyla yeni toplumsal değişim biçimlerinin ortaya çıktığını savunur.

Giddens (2008: 159) ise ağ toplumunda kişisel kimliğin daha açık hale geldiğini, artık kimliklerimizi geçmişten değil, başkalarıyla iletişime girerek oluşturmak zorunda olduğumuzu ifade eder. Castells (2008b: 535) ağ toplumunda, toplumsal bir kimliğin inşa edilmesinde küresel akışlarla, radikal bireycilikle silinip gitmeyi reddeden güçlü direniş kimliklerinin cemaatçiliğin etkisiyle ortaya çıktığını ileri sürer. Cemaatlerin, devlet aygıtları, küresel ağlar ve benmerkezci bireylerle birlikte direniş kimlikleri etrafında örgütlendiklerini belirten Castells, (2008b: 536) bu kimliklerin, bir biçimde

birbirinde ayrılmış ilkeler üzerinde kurulu olduğundan birbirleriyle iletişimlerinin az olduğuna dikkat çeker.

Ağ toplumunun, bu değerlendirmeler ışığında sosyal ilişkilere yansması fiziksel temastan uzak, sanal, samimi olmayan, bireysel yarar merkezli ilişkiler ortaya çıkarması; ataerkil aile yapısının zayıflaması neticesinde ailenin sosyalleşme sürecinde etkisinin azalması ve dolayısıyla sosyal ilişkilerin gerçekleşmesini sağlayacak temel toplumsal değer ve normların yeterli düzeyde öğrenilememesi gibi olumsuz yansımalarının yanında mekân ve zaman olgularını ortadan kaldırarak sürekli bir biçimde, farklı çevre ve gruplarla sosyal ilişkiler geliştirilmesine imkan tanınması, yeni sosyal ilişki biçimlerinin ortaya çıkmasına olanak sağlaması, sanal dünyada kurulan sosyal ilişkiler aracılığıyla sosyal sorumluluk projeleri çerçevesinde bireylerin ortak ruh ve birlikte hareket edebilme duygularının gelişmesi gibi olumlu yansımalarının olduğunu söyleyebilmekteyiz.

2.3. Richard Sennett ve Mahremiyet Toplumu

Mahremiyet bir görüş biçimi ve insan ilişkilerinde bir beklentidir. İnsani deneyiminin yerelleştirilmesidir; öyle ki, yaşamın dolaysız şartlarına yakın olan, en yüce olandır. Sennett

Modernleşme sürecinde feodal yapının çökmesi, nüfus artışı, göç ve fabrikaların kurulması ile kentli toplumun oluşması, kitlesel üretimle birlikte tüketimin de kitleselleşmesi, iletişim alanında yaşanan gelişmeler birçok alanda etkisini gösterdiği gibi geleneksel sosyal ilişkilerin de dönüşümüne neden olmuştur.

Richard Sennett, sosyal ilişkilerde yaşanan değişim ve dönüşümü; Avrupa'nın iki büyük kenti Londra ve Paris örneğinde, kentlileşen toplumda kamusal alan ile özel alanın yapılarındaki değişim çerçevesinde ele almış ve mahrem toplum oluşum sürecini ifade etmiştir.

Şehirleşme ve kamusal mekânların işlevlerindeki değişim çerçevesinde sosyal ilişkilerin yapısal dönüşümünü irdeleyen Sennett (200:24), modernleşme süreciyle birlikte kentlerde kamusal alanın etkisini kaybettiğini, özel alanın popüler bir hale

geldiğini, bu çerçevede bireylerin narsist bir kişilik yapısına bürünerek mahrem bir toplumun ortaya çıktığını ifade eder.

Toplumsal yapıda ve sosyal ilişkilerde yaşanan bu değişim bir sürecin sonucudur ve birçok faktöre dayalı olarak yapılandırılmış mahrem bir toplum ortaya çıkmıştır. Sennett'in, aile ve yakın arkadaşlarla sınırlı yaşam bölgesi olarak ifade ettiği "mahrem"i; Habermas, (2000: 28) özerk alanın psikolojik arka yüzü, özgürleştirilmiş alan olarak; Göle (2010: 20) gizliliğe, aile hayatına, kadının sahasına, yabancının bakışlarına yasaklanan şeye ilişkin olarak, Yılmaz ise (2011: 132) kişiyi özgürleştiren ve diğerine karşı koruyan bir alan olarak tanımlar. Modern toplumlar mahrem alanın giderek daraldığı düşüncesini paylaşan Çaha (2003: 84) mahrem alanı evlerin yatak odaları, banyo ve tuvaletleri ile sınırlandırmaktadır. Bütün bu tartışmalar gözetimin kamusal yaşamın hemen her noktasında yaşandığı günümüzde her şeye rağmen ailenin yaşam bölgesinin mahrem alan olarak nitelendirilmesi gerçeğini de ortadan kaldırmamaktadır.

Burada açıklanması gereken bir diğer kavram ise kamusal alan ve özel alandır. Kamusal alan ile özel alan hem nitelik olarak hem de sınırları itibariyle tartışılmaktadır. Habermas (2000: 119) özel alan ile kamusal alan arasındaki ayrım çizgisinin evin tam ortasından geçtiğini ifade ederek, evin tüm bölümlerinin özel alan olmadığını, örneğin salonun eve değil cemiyete ait olduğunu dile getirir. Bacık (2003: 27) bu çerçevede kamusal alanın evin, ailenin içinde başladığını belirtir. Kamusal alan-özel alan tartışmalarına, özellikle kamusal alan arasındaki ayrım bulanıklaşmıştır ifadesiyle katılan Ritzer'e göre (2011:220) bir zamanlar özel olarak düşünülen bilgi artık kamusal alanın bir parçasıdır. Yine özel-kamusal ayrımının bulanıklaşmasının başka bir yanı da, yeni tüketim araçlarının evi istilasıdır. Bir zamanlar ticari dünyanın hamlelerinden kaçış yeri olan ev artık bu dünyanın bütünsel bir parçası haline gelmiştir.

Modern yaşam aynı zamanda kamusal ve özel alan ayrımında, insanların bir diğeri ile kuracağı ilişkinin sınırlarını da belirler. Özel yaşam daha çok mahremiyet algısı üzerinden şekillenirken, kamusal alan herkesin herkesle karşılaştığı bir arenadır. Ancak, mahrem olanın sınırlarını belirlemek ve tanımlayabilmek o kadar da kolay değildir (Yılmaz, 2011: 132). Geleneksel özel-kamusal alanlar arasındaki fay hattının bugün için neredeyse ortadan kalktığını ve tek tip kamusal alandan çok, farklı inanç, kimlik, renk ve desenlerin renklendirdiği çoğulcu bir kamusal alanın geliştiğini dile

getiren Çaha (2003:80), geleneksel toplumda çoklu olan “özel” alanın modern toplumda sayısını, kapsamını, alanını ve fonksiyonlarını azalttığını belirtir.

Aile bireylerinin, artık bir ailenin kimliğinden çok kendi kişisel, politik toplumun kendilerine verdiği vatandaş kimliğiyle kamuya dâhil olduklarından, ailenin bir özel alan olmaktan ziyade kamusal yapının bir parçası haline geldiğini savunan Çaha (2003:81), benzer bir durumun dini grupların kamusal alanda geliştirdikleri kurumlar aracılığıyla kamusal yaşamın önemli aktörleri haline gelerek görüldüğüne de dikkat çeker.

Günümüzde toplumun, kamusal özelliğini yitirerek mahrem bir yapıya büründüğünü iddia eden, düşünürlerin başında gelen Sennett, (2010: 32) kamusal sözcüğünü herkesin denetimine açık olan, toplumsal yaşam bölgesi, “özel” sözcüğünü ise kişinin ailesi ve arkadaşları ile sınırlanan mahfuz bir yaşam bölgesi anlamında kullanır. Sennett, sosyal ilişkiler evreninin de özel ile kamusal alanın birlikte oluşturduğunu söyler. Bu bakımdan sosyal ilişkiler, hem kamusal hem de özel alanın etkisi altındadır.

Sennett, kamusal yaşamın çöküşünü, özel yaşamın yükselişini anlamak için öncelikle Londra ve Paris’te kamusal yaşamın güçlü olduğu dönemdeki, oluşumuna, etkisine ve sonuçlarına bakılması gerektiğini ifade etmektedir. 18. yy. Avrupa’sının iki büyük şehri olan Londra ve Paris’te yükselen burjuva ve yok olmaya yüz tutan aristokrasi çevresinde odaklanmış bir kamusal yaşam biçimi söz konusudur. Sennett’e göre, 18. yy’ da toplumsal ilişkileri anlamlı kılan tiyatro ve günlük yaşamdaki inanç kodlarıdır. Sennett, Paris’teki yaşam koşullarının sosyal ilişkiye girmek için insanları aktörler gibi davranmaya zorladığını, sahnede inanılır olanla sokakta inanılır olan arasında bir köprü kurulduğunu ifade eder (Sennett, 2010: 96). Bu durum, aslında insanların sosyal ilişkilerini adeta tiyatro ile özdeşleşerek gerçekleştirdiklerini, bunun da sahne sokak bütünleşmesiyle ortaya çıktığının bir göstergesidir.

Dönemin Avrupa’sında sosyal ilişkiler giysilerin göstergeleriyle şekillenmekte ve bu göstergeler devlet tarafından düzenlenmektedir. Sennett (2010: 97), Paris ve Londra sokaklarında dış görünüşlerin sosyal konumun kesin göstergeleri olacak şekilde güdümlendiğini, yapılan işin türünün her mesleğe ait özel giysilerden anlaşılabilmesinin yanında, giysilerdeki düğme ve şeritler yoluyla kişinin kendi meslek alanında hangi mevkide olduğu da dışarıdan bakılarak çıkarılabildiğini, hem Paris hem Londra’da ki nizamnamelerde toplumsal hiyerarşideki her mevki için kılık kıyafet kanununa uygun

bir takım giysi belirlendiğini ve bir mevkiye ait olanların başka bir mevkidekilerin kostümünü kullanmalarının yasaklandığını belirtir.

Bu çerçeveden bakıldığında kamusal alanda sosyal ilişkiler devletin kanunlarla düzenlediği bir statü yapısı içerisinde gerçekleşmektedir. Sennett, bu durumu şu şekilde ifade etmektedir: “18.yy sokak giyimini cazip kılan, sokakta ötekilere sizin kim olduğunuzu biliyormuş gibi davranma fırsatı tanıma amacı taşıyorken evdeki giyim, kişinin bedenine ve ihtiyaçlarına yanıt vermesiydi. Bir tür sokakları düzenleme aracı olarak giyim kodları insanların kim olduğunu keyfi bir biçimde de olsa açıkça belirlemede işe yarıyordu (Sennett, 2010: 100). Günümüz şehirlerinde insanlar ise birbirlerine çok benzer şekillerde giyinebilmekte, giyim üzerinden statü değerlendirmesi yapabilmek artık mümkün olamamaktadır. Bu durumda giyim göstergesi üzerinden sosyal ilişkilerin şekillenmesi gibi bir yapı yerine; iyimser bir yaklaşımla bireye “insan olduğu için” iletişim kurma ya da pragmatist bir yaklaşımla “yararlı-gerekli olacağı için” iletişim kurma gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Avrupa’da kamusal mekânların başında tiyatro salonları gelmektedir. Buralarda seyirci ile aktör adeta oyunu birlikte oynarken zamanla bu alanlarda seyirci sayısının azalmasıyla birlikte, daha az sosyal bir niteliğe bürünmesi dolayısıyla, insanlar kahvehaneleri alternatif sosyalleşme mekânları olarak gördüler.

Kahvehaneler enformasyon merkezleri olarak, doğallıkla sohbetin geliştiği, ortak buluşma yerleriydi. Neşeli, nazik konuşmalar, tatlı anlar ve yakın dostluklar bir fincan kahve etrafında gerçekleşiyordu. Enformasyonun mümkün olduğunca eksiksiz olması için, mevki ayrımları geçici olarak askıya alınıyordu. Orada oturan herkesin tanısını tanımasını, istediği ile konuşmaya, istediği konuya katılmaya hakkı vardı. Kahvehane sohbeti, mevki, soy, beğeni gibi anlam simgelerinden tamamen ayrı, aslında onlara meydan okuyan, bir işaret sistemiyle anlatmanın uç örneğiydi (Sennett, 2010: 118). Basın yayın, ticaret ilişkilerinin de kahvehane üzerinden yürümekte olduğunu ifade eden Sennett’e göre, Çin ve Hindistan’la ticaretin genişlemesi, buralardan gelen çayın ilgi görmesi, bu mekânların düşüş sürecine girmesine neden oldu. 18. yy ortasına gelindiğinde bir sosyal etkinlik anlamında sokakta gezinmek, insanların yürüyüş yaparak sosyalleşmelerini sağlamak amacıyla düzenlenen parklar yeni kamusal mekânlar haline geldi.

Sennett, sanayileşmeyle birlikte 19.yy. da kamusal yaşamın dönüşümünü sağlayan üç etken olduğunu belirtir. Bunlar, sanayi kapitalizminin biçim verdiği ikili

bir değişim; yeni bir sekülerliğin biçim verdiği kamusal inanç koşullarındaki değişim; kamusal ideolojinin tek bir yanının hayatta kalması sonucu kamusal davranışta ortaya çıkan değişim (Sennett, 2010: 172) şeklinde gerçekleşmiştir.

19.yy’da şehirlerin nüfus olarak büyümesini sanayiye sahip olmayan büyük şehirlerde daha yoğun bir şekilde gerçekleştiğini ifade eden Sennett, bu duruma sebep olarak da perakende mağazalarının, büyük satış mağazalarının yaygınlaşmaya başlamasını göstermiş ve bu durumun kamusal alanda da bir değişimi tetiklediğini dile getirmiştir. Şehir insanlarla doldukça, bu insanlar birbirleriyle işlevsel bağlantılarını yitirmeye başladılar. Daha fazla yabancı vardı ve daha yalıtılmış durumdaydılar (Sennett, 2010: 177- 183). Sennett, alıcının mallara kullanım değerlerinin üzerinde ve ötesinde kişisel anlamlar vermesinin kamusal alan anlayışında bir değişimin ifadesi olan duygulara yatırım ve kişisel gözlem deneyimi olarak tezahür ettiğini ifade ederek, kamusal alandaki değişimi şu şekilde açıklar:

Mağazaların doğuşu her ne kadar sıradan bir olay gibi görünse de, aslında bu aktif bir alışveriş alanı olarak kamusal alanın yerini nasıl insan yaşamında daha yoğun fakat daha az sosyal bir kamusal deneyime bıraktığı paradigmanın özüydü (Sennett, 2010: 190).

Sosyal ilişkiler bağlamında değerlendirildiğinde, seri üretimin başlaması ve mağazalarda satışı ile birlikte satıcı ve alıcı arasındaki aktif ilişki daha pasif ve tek taraflı bir ilişkiye dönüştü (Sennett, 2010: 215). Günümüzde alış veriş merkezlerinin insanlarını büyülediğini dile getiren Ritzer (2011: 255) bu çerçevede, araçlar olarak çok geniş bir yelpazede yer alan mal ve hizmetleri tüketmemize olanak sağlayan ve hatta tüketime yöneltmek üzere yapılandırılmış ortamlar olarak ifade ettiği yeni tüketim araçları ve bunların büyülu niteliklerine işaret eden tüketim katedrallerinin öteki insanlarla etkileşime girmek yerine katedrallerin kendileri ve onların sunduğu mal ve hizmetlerle etkileşime girme eğiliminde olduklarında sosyal ilişkilerin niteliğini değiştirdiklerini ifade eder. Bu durum bireyler arasındaki sosyal ilişkilerin ya hiç oluşmamasına ya da tahribata uğramasına neden olmaktadır.

Sennett’e göre (2010: 196) kapitalizmin kamusal yaşam üzerindeki etkilerinden biri kamusal fenomenleri gizemli kılmak, diğeri ise, kapitalizmin özel yaşamın doğasını değiştirmesi yani kamusal alanın karşısında duran alanı etkilemesidir. Kapitalizmin kamusal alan üzerindeki etkileri kişiliğin kamusal alandaki dönüşümünü de etkiledi.

Kamusal alanda kişilik kendini gösterdi ve dış görünüşle oluşturulan kişilik yapılaşmış bir halde kamusal alana girdi. (Sennett, 2010: 214). Bu kişilik maskeli bir kişiliktir. Maskelerin yüze dönüşmesi toplumsal etkileşimi zayıflattı. İnsanların kişilikleri dış görünüşlerinde aranmaya başlayınca, sınıf ve cinsiyet olguları endişe edilen sorunlara dönüştü.

Kişiliğin yapılaşmasını da giysiler aracılığıyla sanayi üretimi güçleriyle iç içe geçerek gerçekleştirdi. Dış görünüşten yola çıkarak kişiye ilişkin bilgi edinebilmek bu nedenle kostümlerinin ayrıntılarında saklı ipuçlarını bulabilmeyi gerektiriyordu. Bedenin sokakta bu şekilde deşifre olması da sahne sokak arasındaki köprüyü etkiledi. Sokak görünümüne ilişkin inanç kodları sahne üzerindeki görünüşlere ilişkin inançtan temelde ayrıldı. (Sennett, 2010: 241).

Kişiliğin kamusal alana girmesiyle kamusal insanın kimliğinin ikiye bölündüğünü ileri süren Sennett, bu bölümlenmede aktör-insan imgesine yeni bir kimlik, izleyici imgesi eklendiğini ve izleyicinin kamusal yaşama katılmaktan çok bir kenarda gözlemek için kendini yetiştirdiğini ileri sürer (Sennett, 2010: 255). Seyircinin kamusal yaşama katılmamasının nedenleri korku ve endişe duymasıdır. Ancak, Sennett, bireyin pasif olmakla beraber kamusal yaşama inandığının altını çizer.

Kişiliğin yeni şartları, kamusal alandaki sahne sokak ilişkisini değiştirdiğinden kamusal-özel alan ilişkisinin de değiştiğini belirten Sennett, bu değişimin özel alanın en temel kurumu olan aileyi de etkileyerek yapıldığını, dönemin çekirdek ailesinde kişisel ilişkileri istikrara kavuşturma ve toplumsal çekilme arzusuna karşın, kişiliğin aynı öğelerinin aile süreçlerini sekteye uğrattığını vurgular (Sennett, 2010:253). Sennett, bu düşüncesiyle geniş aile yapısının çekirdek aileye dönüşmesinde kentsel büyümenin etkili olduğunu belirtir.

Habermas (2000: 270) ise, devletle toplumun birbirlerine karşılıklı nüfuz etmeleri ölçüsünde, küçük aile kurumunun, toplumsal yeniden üretim süreçleriyle olan bağlantısının çözüldüğünü, eskiden bütün özel alanın merkezi olan mahremiyet alanının, özel alanın bizzat “özel”lik vasfını kaybettiği, bu alanın kıyısına çekildiğini belirtir.

Sennett, 19. yy’da kişiliğin kamusal alana girmesinin mahrem topluma zemin hazırladığını ve mahrem toplumun iki ilke temelinde kurulduğunu ifade eder. Birincisi benliğin tatmin arayışı narsizm; diğer ise cemaate yaptığı güçlü vurgudur. Narsizim,

toplumsal ilişkilerde etkilidir ve kişinin duygularını öteki insanlara açığa vurma deneyimi yıkıcı hale gelmiştir (Sennett, 2010: 290-337).

Narsizm, sosyal ilişkilerde bulunmaktan çekinmenin yaşandığı karakter bozukluğu, “Bu kişi ya da olay benim için ne ifade eder? takıntısı; amacına ulaşma ya da bir başkasıyla ilişki kurma noktasında “Aslında istediğim bu değildi? duygusuna kapılma durumudur. Narsist, “Keşke daha fazla hissedebilseydim, o zaman başkaları ile ilişki kurabilir, gerçek ilişkilere girebilirdim” düşüncesiyle sürekli olarak bir boşluk ve bağlantısızlık hissi halindedir. Narsizm, benliğin tatmin arayışıdır ama bu arayış aynı zamanda da bu tatminin oluşumunu engeller (Sennett, 2010: 23- 415).

Mahrem toplumun ikinci temel ilkesi, cemaat yapılarının daha yayın bir şekilde görülmesidir. Sennett’e göre (2010: 288) cemaat yalnızca bir mahalle, harita üzerinde bir yer değildir; öteki insanlarla doğrudan ve açık duygusal ilişkileri kapsayan bir yapıdır. Cemaat, bir dizi töre, davranış ve öteki insanlara karşı takınılan tavırla sınırlandırılmaz. Cemaat, aynı zamanda kim olduğumuzu dile getirme biçimi ve kolektif bir kimliktir.

Cemaat kimliği’nin, savaş ya da doğal felaket gibi nedenlerle bir grubun yaşamının tehdit edilmesi durumunda oluştuğunu ileri süren Sennett, (2010: 289) bu tehdit karşısında insanlar kolektif eylem içine girerken kendilerini birbirlerine yakın hissettikleri gibi onları sıkı sıkıya bağlayacak imgeleri aradıklarını, kolektif öz imgeyi besleyen kolektif eylem olduğunu söyler. Sennett, ortak fanteziler tarafından üretilen kolektif bir kişiliği olan cemaati incelediğini ifade ederek, kolektif kişilik cemaatler oluştuğu ortak imgelerin ortak eylem için caydırıcı güç olmaya başladığını söyler. Sennett (2010: 291) cemaatin, kolektif eyleme değil de kolektif varlığa ilişkin bir fenomen haline geldiğine de vurgu yapar. Bu bakımdan, 19. yy kozmopolit kültürü cemaatin olduğundan çok değerli görünmesini sağladı.

Modern kapitalizmin hesapta olmayan sonuçlarından birisi de yerin değerini artırması ve insanlarda bir cemaat özlemi oluşturmaları olduğunu ileri süren Sennett (2008: 145), kapitalizmin getirdiği sorunları aşmak isteyen bireyin arayış içinde olduğunu, yalnızlaşan bireyin “biz” duygusunu da cemaat içerisinde bulduğunu ifade eder. Bu ifadeler aslında aynı zamanda samimi sosyal ilişkiler arayışıdır. Paylaşmak, ortak hareket etmek, birlikte olmak, biz olmak isteyen birey bu duygularını ve beklentilerini cemaat yapısı içerisindeki sosyal ilişkileri aracılığıyla gerçekleştireceğini düşünmektedir. Modernleşme süreciyle “bireyselleşen” toplum yeniden yapılanmakta

sosyal ilişkilerin yoksunluğu ya da zayıflığından bunalım içerisinde olan birey kendini toplumsal yapının bir parçası olarak görmek, yalnızlık ya da kimsesizlik hissinden kurtulmak için yeni yapılara kendini adeta atmaktadır.

Şehirlerde cemaat oluşturma çabaları, psikolojik değerleri toplumsal ilişkilere aktarma çabalarıdır. Bu nedenle kişi dışı ve psikolojik yaşamın dengesizliğinin cemaat ilişkilerinde nelere yol açtığını, ölçmek için cemaat yaşamı arayışının bir mecburiyet haline gelmesi gerçeğinin ötesine, insanların aynı toprak parçasını paylaştıkları kişilerle yüz yüze, açık ve yakın ilişkilere nasıl özlem duyduğuna bakarız (Sennett, 2010: 383).

Kamusal alana güven duymayan ve gerçekliğin anlamının bir ölçüsü olarak mahrem duygusunun yön verdiği bir kültür, sosyal ilişkilerde narsizmi seferber etmektedir (Sennett, 2010: 418). Modern toplumsal yaşamda yetişkinlerin toplum normlarına uygun davranabilmesi için narsist olmaları gerekir. Mahrem toplumda önemli olan ne yaptığınız değil, yaptıklarınız hakkında ne hissettiğinizdir. Kolektif kişilik özelliklerinin ortak hale gelmesi, bu kişiliği paylaşabilen cemaat daraldıkça sistemli bir şekilde yıkıcı bir sürece dönüştü. Narsizm yıkıcı *gemeinschaft*'in bu savaşı araçsal ve duygusal toplumsal ilişkilere bir biçim vererek örgütlediğini görmek şarttır (Sennett, 2010: 339). Günümüz toplumunda narsist sosyal ilişkileri daha fazla görebilmek mümkündür. Çünkü, insanlar bireyselleşirken aynı zamanda “ben” merkezli bir dünya kurgusuna kapılmışlardır.

Toplumun mahrem alana çekilmesi sürecinde iletişim alanında yaşanan gelişmelerin ve medyanın sosyal ilişkileri zayıflattığını, dahası gerekli olmaktan çıkarır duruma geldiğini görmekteyiz. Sennett'e göre (2010: 364) medya, toplumsal grupların birbirlerine ilişkin bilgi birikimlerini olağanüstü artırırken, fiili bağ kurmayı gereksizleştirdi. Radyo, özellikle de televizyon mahrem araçlardır. Onları çoğunlukla evden izlersiniz. Kitlel medya, toplumda olup bitenler üzerine insanların sahip olduğu bilgiyi sonsuza dek artırır ve onların bu bilgiyi politik eyleme dönüştürmelerini de sonsuza dek engeller.

Sennett, (2010: 16) günümüzde kamusal yaşamın formel bir yükümlülüğe dönüştüğünü, çoğu yurttaşın, devletle ilişkilerine teslimiyetçi ve kanıksayıcı bir ruh haliyle baktığını, yabancılarla kurulan ritüel ilişkiler ve onlara karşı takınılan tavırlar en iyimser yaklaşımla formel ve yavan, en kötümser anlamda da sahte görülmekte olduğunu belirtir. Bu durum kamusal alanda gerçekleşen sosyal ilişkilerde sessizliği ve

suskunluğu ortaya çıkarmakta, ancak birey bu durumu da aşmak için bazı yöntemler uygulamaktadır.

İnsanların kendilerine yabancı bir ortamda mahrum edildikleri şeyleri mahrem ilişkiler alanında aramalarının nedeni ölü kamusal alandır. Kişi kamusal alanda başkalarının gözetimine karşı sessiz kalarak kendini koruma gereği duyduğu oranda, doğan boşluğu, ilişki kurmak istediği insanlara kendini açarak doldurur. Burada tamamlayıcılık ilişkisi vardır; çünkü toplumsal ilişkilerin tek bir, genel dönüşümünün iki farklı ifadesi söz konusudur (Sennett, 2010: 31).

Mahremiyet, sıcaklık, güven ve duyguların açıkça ifade edilmesi gibi şeyler çağırıştırır (Sennett, 2010: 18). Kamusal alan terk edildiği oranda mahrem ilişkilerin temel bakış açısının çekim gücü artar. Birey, kendini ifade etme, sosyal beklentilerini karşılama, insan olarak düşüncelerini dile getirmek için mahrem alanda sosyal ilişkilere yönelir. Ancak, sınırlı alanda yaşanan sosyal gelişmeler bireyi dış dünyaya karşı güven duymayan, soyutlanmış bir kişilik haline getirebilir.

Sennett, (2010: 334) mahremiyet ideolojisinin üç görüşün birleşmesi ve toplamı olarak eler alır. Günümüzde etkin olan görüş, kişiler arasındaki yakınlığın ahlaki bir değer olduğudur. Yine günümüzün en önemli özlemi başkalarıyla yakınlaşma ve samimi deneyimlerle bireysel kişiliğin geliştirilmesidir. Günümüzün miti ise toplumdaki kötülüklerinin tümünün kişi dışılığı, yabancılaşmaya ve soğukluğa ilişkin kötülükler olarak anlaşılabileceğini varsayar. Mahremiyet ideolojisi içtenlik ve sıcaklıktır.

Sennett'e göre kent planlamacıları, 19. yüzyılın sonlarından itibaren sosyal bir hedef olarak kendilerine, “karşılıksız dayanışma” ve “dolaysız ilişkiler”in yaşanabileceği topluluk mekânları inşa etmeyi seçmektedirler. Böylece Ortaçağ'ın topluluklara ayrılmış, parçalı kentleri idealize edilmektedir. Yeni planlama anlayışında “ne yapmalı?” yerine “neden kaçınmalı?” sorusuna cevap aranmaktadır. Yakın zamanlara kadar topluluk ile kent bir arada algılanırken, günümüz kentçileri topluluğu kente karşı algılayacak ölçüde ileri gitmişlerdir. Bu yönelim, her insanın birbirinin yabancı olduğu kalabalıkları tehdit olarak algılamanın sonudur. Bu yabancılığı yenmenin çözümünün, insani deneyim ölçeğinin mahremleştirilmesinde ve meskûn bölgenin kutsallaştırılmasında görülmesi, sağlıklı bir çözümdür. Çağdaş toplumda “ölü kamusal yaşam ve sapkın komünal yaşam bir tür *anomalidir*” (Özyurt, 2007: 120).

Birçoğumuz hayatı minik odalarda geçiriyor. Bize ait o küçük alana sahibiz ve onu bağrımıza basıyoruz; ama dışarıya çıkma zorunluluğu, beraberinde savunmasızlığı ve sırtımızdan vurulma olasılığını gerektiriyor. Bunun için de kapımızı kapatıyor, lüks odalarımızda saklanıyoruz (Niedzviecki, 2010: 243). Mahrem alan güven veren alan olurken, bu alan dışındaki kent bize güvensizlik hissi vermektedir. Şehri, kişi dışı yaşamın aracı, içinde toplumsal deneyimler olarak çeşitli ve anlaşılmaz kişilerin, çıkarların ve zevklerin mevcut olduğu kalıp olarak ifade eden Sennett, (2010: 436) medeni var oluş nosyonunun kişi dışı yaşama duyulan korku, mahrem ilişkilere biçilen büyük değerden oluştuğunu bu anlamda mahrem ilişkiler içine hapsolmanın, medenileşmemiş bir toplumun göstergesi olduğunu ileri sürer.

Bu çerçevede burada belirlemekte yarar görülen bir başka hususta yeni kapitalizmin iş dünyasına ve çalışma hayatına getirdiği değişiklik ve yeniliklerin bireylerin karakter yapılarını, davranışlarını ve sosyal ilişkilerini etkilediğidir. Sennett, çalışma hayatında dönüşümün “uzun vade yok” sloganı ile şekillendirildiğini, bu şekillendirmenin güven, sadakat ve karşılıklı bağlılığı aşındırdığını, bu durumun aynı zamanda ailedeki ilişkileri de etkilediğini belirtmektedir. “Uzun vade yok” sloganı aile ilişkilerine aktarıldığında “bırak git”, anlayışı yaygınlaşırken, “kendini adama”, fedakârlıkta bulunma” gibi değerleri zayıflatır. “Uzun vade yok” anlayışı uzun vadede kişinin davranışını yolundan saptırıyor, güven ve sadakat bağlarını zayıflatıyor, iradeyle davranışı birbirinden koparıyor (Sennett, 2008:30). Bu değerlendirmelere göre yeni kapitalizmin sadece kamusal alanın çöküşüne değil, mahrem alanı da etkilemeye çalıştığı görülmektedir, bu durum toplumsal buhranlara yol açabilecektir.

Kamusal alanda arzu ettiği sosyal ilişkileri mahrem alanda arayan ya da bulmaya çalışan birey; bu alandan da kaçmak durumunda kaldığı kendini yeni bunalım ve buhranlara atacaktır. Sennett, (2005: 125) özel alanı, içinde insanların kendilerini açmakta, zayıflıklarını ve ihtiyaçlarını ortaya koymakta özgür hissettiği yer olarak nitelendirirken, Kömeçoğlu (2003: 13) özel alanı, bireye güç kazandıran alan olarak ifade eder. Özel olması, özerk olması ve özgür olması yönüyle mahrem alan bireyin samimiyeti yaşadığı yerdir. Mahrem alanda sosyal ilişkilerin önemli özelliklerinden biri bireyi, dış sıkıntı, bunalım, şok ve baskılara karşı korumasıdır.

Sonuç olarak, kamusal alanda kendini yabancı, yalnız ve güvensiz hisseden birey günümüzde mahrem alanın sıcaklığı, samimiyeti ve içtenliğine yönelerek, mahrem toplumu oluşturmuştur. Mahrem toplum, sosyal ilişkilerin kamusal alandaki

soğukluğunun, pragmatistliğinin, maskelenmişliğinin giderilmesini bekleyen dursun, kendini mahremiyetini korumanın da çabası içerisindedir.

2.4. Zygmunt Bauman ve Bireyselleşmiş Toplum

“Bireyselleşme” insan kimliğinin bir veriden bir “göreve” dönüştürülmesinden ve aktörlere bu görevi yerine getirmenin ve bunun oluşturacağı sonuçların sorumluluğunun yüklenmesinden ibarettir. Bauman

Modernleşme süreci, bir değişim ve dönüşüm sürecidir. Kentleşme, demokratikleşme, ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel değişimler, rasyonalite, büyüünün bozulması nasıl modernleşme sürecinde ortaya çıkan olgular ise, bu sürecin ortaya çıkardığı bir başka olgu bireyselleşmedir.

Tönnies, modernleşmeyi cemaatten cemiyete dönüş olarak nitelendirirken bireyciliğin zayıf olduğu topluluk yapısından bireyciliğin daha güçlü olduğu toplum yapısına geçişi ifade etmektedir. Benzer şekilde Durkheim’da toplumların modernleşirken toplumsal dayanışma şekillerinde yaşanan değişimi mekanik ve organik dayanışma çerçevesinde analiz ederek; mekanik dayanışmada kolektivizmin yerini organik dayanışmada bireyciliğin (Slattery, 2008: 115) aldığını belirtir. Simmel ise modernleşme ile birlikte mahşeri kalabalığın olduğu modern kentlerde tüm duygusal ve rasyonel dokunuşların topluluk kavramının yitirilmesine, bireyselliğin yükselerek modern kentlerin temel karakteristiği (Talu, 2010: 146) haline geldiğini belirtir. Weber ise, modern toplumun daha önceki toplum yapılarından rasyonel bir örgütlenme biçimiyle ayrıldığını ve bu yeni toplum yapısının demir kafesten kurtulan insanı için ideal tipin bireyselleştirici özelliklerinin önem kazandığını vurgular ve Berberoğlu’nun (2009:4) ifadesiyle toplumsal gelişmenin ve toplumsal ilişkilerin saiki olarak bireye öncelik verir.

Klasik dönem sosyal teorisyenlerde olduğu gibi çağdaş dönem sosyal teorisyenlerde de “bireyselleşme” olgusu önemli bir tartışma konusu olmuş ve modernleşmenin getirdiği bireyselleşmenin olumlu ya da olumsuz yansımaları üzerinde farklı değerlendirmeler yapılmıştır.

Modernleşmenin bireyselleşmeye neden olduğu ya da bireyselleşmeyi sağladığı yönündeki tartışmalara katılan teorisyenlerden biri de Zygmunt Bauman'dır. Bauman, modernleşmenin ürettiği bireyselleşmenin, sosyal ilişkilerin oluşmasını sağlayan yapılar ve sosyal ilişkilerin niteliğinde değişikliklere neden olduğunu, insanlar arasında bağların zayıfladığını ve ilişkilerin soluklaştığını ifade eder. Bauman, bu yeni toplum tipini ise “bireyselleşmiş toplum” olarak nitelendirir. “Bireyselleşmiş toplum”da kendini, kimliğini, sosyal ilişkilerini, güvenliğini, değerlerini kendi oluşturmaya zorlanmaktadır ve birey bu süreçte yalnız, yabancı, turist ya da hacı olarak yersiz ve yurtsuzdur. Bu çerçevede Bauman (2011: 78), toplumsallığımızın ve dolayısıyla paylaştığımız toplumun biçiminin, “bireyselleşme” görevinin tasarlandığı ve karşılık bulunduğu tarza bağlı olduğunu ifade eder.

Bauman, toplumu onaylama ve paylaşma ama aynı zamanda onaylanmış olanı ve paylaşılanı yüceltilmiş hale getiren güç olarak ifade eder. “Toplumsal içinde yaşamak” –onaylamak, paylaşmak ve paylaştığımız şeye saygı göstermek- mutlu yaşamının tek reçetesidir (Bauman, 2011: 10). Bu düşüncesiyle Bauman, mutluluk ve sosyal ilişkilerin sağlıklı bir şekilde yürümesinin metodunu vermektedir. Bu da günümüzde çok nadir rastlanılan duygular olan paylaşmak ve yardımlaşmaktır. Sosyal ilişkilerde yaşanan sıkıntıların sebepleri arasında da güvensizlik, aidiyet bağlarının zayıflaması, pragmatist düşüncenin yanında paylaşma duygusunun zayıflığı da gösterilmektedir.

Geleneksel toplumda bireyler, birbirinden ayrılmaz bir şekilde, doğum yoluyla ait oldukları belirli bir sosyal grupla iç içe yaşıyorlardı. Modern toplumda insanları kendi başlarına ve tek bir birey olarak görüyoruz (Van der Loo, 2006: 166). “Artık toplum tarafından kurtarılmıyorken”. Burada kolektif kamusal aşkınlık araçları inkar edilir ve birey, tek başına yerine getirmek için ihtiyaç duyulan kaynaklardan çoğu inanılmaz yoksun olduğu bir görevle tek başına mücadeleye terk edilir (Bauman, 2011:15). Bu süreçte Bauman’a göre eski toplumsal bağları sıkılaştırma ve onları sürdürme sanatının hızla yok oluşu; ayrılma ve yalnız bırakılmaya dair şizofrenik korkular, arzu, umutsuz bir topluluk arayışına eşlik eden akkor halindeki tutkular ve toplulukların parçalara bölünme hali karşımıza çıkmaktadır. Öztürk’ün de dikkat çektiği gibi (2012: 690) bireyselleşme; rasyonel düşünme, amaçlı davranma, menfaatini gözetme gibi duygusallıktan uzak ve çoğu durumda insanın doğasına aykırı vasıfların kabullenilmesini hem teşvik etmekte hem de meşrulaştırmaktadır. Hayat tarzı, yaşam

standartı gibi olgular üzerinden bireye, yetersizliğinin aşırı derecede hatırlatılması suretiyle korku, panik, yetersizlik, uyum sağlayamama, marjinalize olma gibi negatif durumlar araçsallaştırılarak uyma ve itaat etme davranışı tesis edilmektedir.

Bauman, Marx'ın ünlü “tarihi insanlar yapar, ancak seçtikleri koşullar altında değil” sözü çerçevesinde bireyselleşmenin, koşulları ve seçenekleri belirleyen güçler tarafından sağlandığına işaret eder. Bauman, bireylerin kendi bireysel var oluşlarını inşa ederken içinde bulundukları ve kendi seçimlerinin alanını ve sonuçlarını belirleyen koşulların, onların bilinçli etki sınırlarının ötesine gerilerken, bu koşullara yapılan göndermelerin ortadan silindiğini ya da sisli bir alana sürüldüğü belirtir.

Sürecin özü her vakada farklı olsa da hem koşullar hem de anlatılar aralıksız bir “bireyselleştirme” sürecinden geçer. Kişi, biçimleri ne olursa olsun koşulların etkisinden kaçamaz, onlar davetsiz misafirdirler ve kişi onların ortadan kalmasını istese de kalkmazlar (Bauman, 2011: 16).

Modern toplumun üyelere bireyler olarak rol vermemesini alametifarika olarak değerlendiren Bauman (2011: 61) modern toplumda, bireylerin toplum denilen karşılıklı karmaşıklıklar şebekesinin her gün yeniden biçimlenmesinden ve yeniden müzakere edilmesinden ibaret olan etkinlikleri kadar, bireyselleşme etkinliğinin de var olduğunu anlatır. Bauman'a göre, iki ortağın hiçbiri uzun süre bulunduğu yerde kalmaz. Böylece, bireyselleşmenin anlamı değişmeye, geçmiş tarihin birikmiş sonuçları yeni kurallar oluşturdukça ve oyunun her evresine katıldıkça yeni biçimler kazanmaya devam eder. Bireyselleşme artık yüzyıl önceki anlamından ve modern çağın erken zamanlarında, insanların cemaatçi bağımlılık, gözetleme ve pekiştirmeden oluşan sıkıca bağlanmış ağından kurtulup “özgürleşme”nin çok övüldüğü zamanlarda aktardığı şeyden çok farklı anlam taşır. Bauman (2011: 63) burada bir hususu özellikle belirtir. Daha önce olduğu gibi şimdi de bireyselleşme bir seçenek değil bir kaderdir; bireysel seçme özgürlüğü alanında, bireyselleşmekten kaçma, bireyselleşme oyuna katılmayı reddetme seçeneği kesinlikle gündemde değildir.

Modernleşme süreci adeta sistematik bir biçimde bireyselleşmeyi gerçekleştirmektedir. Bu durum kaçınılması, sakınılması ya da uzak durulması mümkün olmayan bir gerçekliktir. Koşullar ve seçenekler bizi bireyselleştirmektedir. Bauman'ın da (2011: 133) belirttiği gibi artık hepimiz bireyleriz; seçtiğimiz için değil, mecbur olduğumuz için. Bizler de facto (fiilen) bireyler olup olmadığımıza bakılmaksızın, de

jure (kanunen) bireyleriz; kendi kimliğini edinme, kendi kendini yönetme, kendini kabul ettirme ve en önemlisi bu üç görevin yerine getirilmesinde kendi kendine yeterli olma; bu yeni görevi yerine getirmenin gerektirdiği kaynaklara komuta etsek de bizim görevimizdir. Çoğumuz gerçekten bireyler haline gelmeksizin bireyselleştirildik ve daha çoğumuz bireyselleşmenin sonuçlarıyla yüzleşecek kadar yetkin bireyler olmadığımız kuşkusu içindeyiz.

Endüstri toplumunu, ağır modernite çağı olarak nitelendiren Bauman, ağır modernitenin emek ve sermaye arasındaki bağımlılıkların karşılıklı oluşuyla güçlendirilen bir nişanlılık dönemi olduğunu; işçilerin kendi geçimlerini sağlamak için iş alınmaya, sermayenin de kendini yeniden üretmek ve büyütmek için işçilere bağımlı olduğunu belirtir. Bauman’a göre (2011: 42), ağır modernite çağının zaman ufukları uzun vadeliydi. “Uzun vade” zihniyeti deneyimden doğan ve bu deneyim tarafından yeterince desteklenen bir beklentiyle emeği satın alan ve onu satan insanların kaderlerini uzun vadede, pratikte ebediyen, sıkı ve ayrılmaz biçimde birbirinin içine geçmesiyle eş anlamlıdır.

Modernleşme sürecinin bir sonucu olarak sosyal ilişkilerde ortaya çıkan, Sennet’in ifadesiyle “uzun vade yok” (Sennett, 2008: 30) anlayışını, Bauman da “kısa vadeli” yeni zihniyet olarak değerlendirir. Bauman’a göre (2011: 36) modernleşme sürecindeki değişimin hayati malzemesi “uzun vadeli” zihniyetin yerini almak üzere ortaya çıkan “kısa vadeli” yeni zihniyettir. “Ölüm bizi ayırana kadar” sürmesi beklenen evliliklere artık pek rastlanmıyor; eşler artık birbirine uzun süre eşlik etmiyor. Uzun vadeli karşılıklı bağımlılığın hikmetine, eleştirel yaklaşım bir yanda, ciddi bir ilgi bile zar zor gösterilir.

Her bağlılık yeminine ve her taahhüde, “bir sonrakine kadar” şartı ilâştirildiğini (Bauman, 2006: 94) ve uzun vadeli olmamayı, güven, sadakat ve karşılıklı bağımlılığı çürüten bir ilke olarak değerlendiren Bauman, bu tür toplulukların sosyalleşmeden ya da komşuluk ilişkisinden yoksun olmadığını ancak bu topluluklarda yer alan hiç kimsenin bir başka kişinin hayatına uzun süre tanık olmadığını, bu koşullarda, geçici birlik biçimleri insanlar için uzun vadeli bağlantılardan daha yararlı (Bauman, 2011: 53) olduğunu düşünür.

Modernleşme sürecinde yalnızlık, belirsizlik ve bireyselleşme, güven duygusuna olan ihtiyacı artırmıştır. Bireyselleşerek, özgürleşen bireyler aynı zamanda güven sorunu da yaşar hale gelmişlerdir. Sosyal ilişkilerindeki “kısa vadeli zihniyet”

güvenilirlik düzeyini de düşürmüştür. Bauman, modern, kapitalist toplumun en önde giden, aslında kurucu özelliğinin güven, yani kişinin kendine, başkalarına ve kurumlarına duyduğu güven olduğunu ve güvenin üç parçasının da birbirinden ayrılamaz olduğunu belirtir. Çünkü, her biri diğerinin koşuluydu; biri çekilip alındığında diğer ikisi içe doğru patlıyor ve çöküyordu (Bauman, 2011: 40). Bireyler, özgürlüğün verdiği hazzı yaşamak ama aynı zamanda güvenli bir yaşam sürerek, mutlu olmak isterler. Bauman, (2011: 57) bireyin, güvenlik ve özgürlük ikilemi arasında kalabileceğini, özgürlük için güvenlikten feragat edilmesinin sorunlara yol açacağını düşünür. Çünkü, güvenliksiz özgürlüğün, özgürlüksüz güvenlik durumunu getireceğinden daha fazla mutsuzluğa yol açacağını, insanların hem özgürlüğe hem de güvenliğe ihtiyaç duyduklarını ve birinden fedakarlık etmenin acı sebebi olacağı kaygısını taşır.

Modern öncesi toplumlarda toplum; güven, topluluk bağları, akrabalık ve arkadaşlık ilişkileri temelinde şekillenen yüz yüze ilişkilerden rafine edilerek oluşan, kökleri değerlerde gömülü olan kadim bir değerdir (Öztürk, 2012: 680). Ancak, modernleşme süreci bu değer üzerinde de bir erozyona neden olmuş ve sosyal ilişkilerin sürdürülebilir ve etkin yapısı içerisinde bu önemli olguyu tahrip etmiştir. Bauman'ın da ifade ettiği gibi (2011:61) kime ve neye güvenileceği açık değildir; çünkü hiç kimsenin işlerin nasıl gideceğini denetlemediği görülmektedir, işlerin beklenen yönde gideceğine dair hiç kimse de garanti veremez. Güvenliksiz koşullarda yaşamak bir "Risikoleben"dir (riskli hayat) ve üstlenilen risklerin maliyetlerini ödemek zorunda olan eyleyen kişidir.

Sosyal ilişkilerin sosyallik vasfının dışlanarak mekanize edilmesi diğer bir ifadeyle insanların hem cinsleriyle olan ilişkilerinin kurumlar üzerinden düzenlenerek insanın aracılık rolünü üstlenen birey konumuna indirgenmesi bir anlamda onun güven oluşturma potansiyelinin göz ardı edilmesine yol açmaktadır. Değerlerin yerine kurumların yüceltilerek toplumun kurumların önceliklerine göre düzenlenmesi bireyin nazarı itibara alınmamasına, insan ilişkilerin araçsallaşmasına yol açmaktadır (Öztürk, 2012: 689). Bireylerin, sosyal ilişkilerini sağlayan norm ve değerlerin zayıflatılması bu sürecin sağlıklı bir şekilde işleyişini engellediği gibi, bireylerin sosyal çevre dışında devlet, teknoloji, tüketim gibi başka mekanizmalara yönelmesine neden olmaktadır.

Modernleşme ile birlikte değişime uğrayan bir başka olgu da "kimlik"tir. Kimlik bu süreçte birey için bir sorun ve bunalım haline gelmiştir. Kimlik tartışmaları sosyolojide önemli tartışma konularından biridir. Modernleşme sürecinde kimliğin

oluşumuna bakış iyimser ve kötümser olarak iki ana kampa ayrılabilir. İyimserlere göre, modern dünya beraberinde bireyselliğin artışı ve çok değişik kimlikler arasında seçim yapma olanağı getirmiştir. Buna karşılık kötümserler ise, yabancılaşmış bir kitle toplumu portresi çizerler. Sosyologlar, parçalanma, evsizlik ve anlamsızlık doğrultusunda bir eğilim görürler ve bencilliğin artması yüzünden kamusal otoritenin yok olmasına yas tutarlar (Marshall, 2005:406). Bauman da kimlik sorununa kötümser bakış açısıyla yaklaşmaktadır.

Modern zamanların başlangıcından beri insanlara musallat olan “kimlik sorunu” biçimini ve içeriğini değiştirmiştir. Yüzyılın dönümünde erkeklere ve kadınlara azap çektiren tereddüt, seçtikleri kimliği nasıl edindikleri ve bu kimlikleri çevrelerindeki insanlara nasıl kabul ettirecekleri değil, hangi kimliği seçecekleri ve seçtikleri kimliğin piyasadan çekilmesi ya da ayartıcı gücünü kaybetmesi halinde başka bir seçim yapabilmeleri için gerekli olan dikkat ve uyanıklığı nasıl sağlayacaklarıdır (Bauman, 2011:182).

Kimlik sorununun coğrafi ve sosyal hareketlilik ile sosyal değişmeye bağlı olarak ortaya çıktığını ileri süren Özyurt’a göre (2005:183) kimlik, öteki ile karşılaştığımız anda, bizi diğerlerinden ayıran şey üzerine düşünmeye başladığımızda, kendimiz gibi davranmaya çalıştığımızda somut olarak kendini gösterir. Ne ve kim olduğumuz hakkında tereddüt ettiğimizde ise kimlik sorunu ortaya çıkmış demektir. Kimlik sorununa Sözen ise farklı bir bakış açısıyla yaklaşır. Sözen’in yaklaşımında kimlik problemi ya da kimlik bunalımı, mevcut kimliklerinden hoşnut birey ve grupların problemi değildir; mevcut kimlik yaşama evrenlerinin dışına düşmüş insanların problemidir. Başka bir deyişle, kendilerini kendi evlerinde hissetmedikleri için tehlike anında görenlerin problemidir (Sözen, 1999: 31).

Kimlik arayışının küreselleşme ve bireyselleşmenin birlikte ürettiği baskı ve gerilimlerin yan etkisi ve yan ürünü olduğunu ileri süren Bauman’a göre (2011:184) bugünlerde aranan “kimlikler” giysi değiştirir gibi benimsenebilen ve çıkarılıp atılabilen kimliklerdir. Serbestçe seçilmeleri halinde, yapılan seçim “artık bağlılıklara ve sonuçlara işaret etmez” ve bu durumda “seçme özgürlüğü pratikte seçmekten kaçınmaya varır. Modern toplumların kişisizleştirici niteliğine tepkiler ve direnmeler çeşitli araçları kullanarak kişisel kimlik arayışları şeklinde belirginleşmişlerdir (Akça, 2005: 14). “Kimlik çağı” gürültü ve öfkeyle doludur. Kimlik arayışı böler ve ayırır; ne var ki,

ayrı ayrı kimlikler oluşturma'nın rizikosunu kimlik oluşturmaları, bireysel olarak yaşadıkları korkular ve endişeleri hep birlikte aşabilecekleri askılar aramaya ve başkalarının, yani benzer biçimde korkulu ve endişeli bireylerin eşliğinde kötü ruhları defetme ayinleri yapmaya yöneltir (Bauman, 2011: 188). Kimlik arayışı, bireyi bu noktada aidiyet ya da bağ kuracağı yeni yapılara yönlendirir. Kişi ne zaman kendisinin nereye ait olduğundan kuşku duyarsa o zaman kimlik üzerine düşüneceğini ifade eden Bauman (2001: 113) bu çerçevede kimliği de belirsizlikten kaçış olarak adlandırır. Birey, kimlik arayışı içerisinde kendi başının çaresine bakmak, kendine bir yol haritası çizmek durumundandır. Hiç şüphesiz, birey kimlik arayışında bir takım gruplardan ya da yapılardan etkilenmektedir. Çünkü, Bauman'ın da (2001: 353) vurguladığı üzere kişinin kendi kimliğini yalnızca kendi tahmin ve sezgilerine dayanarak inşa etmesi kolay bir mesele değildir. Birey, yaşadıkları kimlik sorununda cemaatleri bir çözüm mercii, bir aidiyet biçimi olarak görmektedir. Tekin'in de belirttiği gibi (2004: 109), cemaat artık kentsel mekânın "kamusal" alanlarında varlık gösteren bağlanış biçimleri halini almaktadır. Yeni cemaat olgusunun en önemli özelliklerinden birisi de bireye "kimlik" kazandıran bir boyut olarak öne çıkmasıdır. Bauman (2001:353) cemaatleri, yeni kimlik kaynakları olarak değerlendirmektedir. Cemaat düşüncesi hiçbir yere bağlı olmayan insanlığı öngören modernliğin kendisini kaldırdığı raftan indirildi ve eskiden yakaladığı gerçek ya da hayali şanı yeniden yakaladı. İflas eden ya da itibarını yitiren kurumlardan umudunu kesen birçok insan artık yeniden cemaate yöneliyor. Bir zamanlar kısıtlayıcı bir şey olarak reddedilen şey bugün yeniden "özgürleştirme kapasitesi" olan bir şey olarak alkışlanıyor (Bauman, 2001: 354).

Bauman (2003: 315), postmodernliğin aynı zamanda cemaat çağı, cemaat açlığının, cemaat arayışının, cemaat icadının, cemaat tahayyülünün çağı olduğunu ifade etmektedir. İnsanlara doğal olarak ait oldukları bir yerde kalmaları değil, cemaate katılmaları istenir. Katılmak bir özgürlük eylemi ve yeni bir hayatın başlangıcı olarak sunulur; katılmaktan bir özgür irade eylemi olarak söz edilir; aslında o, kişinin özgürlüğünün ilk doğru tezahürüdür (Bauman, 2009: 87). Cemaatin, etnik, dinsel, siyasal ya da başka türlü, farklılık ve yarenliğin esrarengiz karışımı, yalnızlıkla malül olmayan bir biriciklik, kökleri olan bir olumsuzluk, kesin bir özgürlük olarak düşünüldüğünü ifade eden Bauman'a göre (2003: 316) cemaatin imajı ve cazibesi, korunmak için barınak sunduğu, sunduğu umulan, evrensel müphemlik dünyası kadar uyumsuzdur. Bauman, bu düşünceleriyle cemaat olgusunun yeniden raftan indirilmesine

eleştirel bakmakta ve bu yeni yapıyı yeni kabilecilik ya da Kant'ın ifadesiyle "estetik cemaat" olarak nitelendirmektedir. Bauman'ın değerlendirmelerine göre (2003: 319) bunlar, umudun gerçekleşmesinden sonra yaşayabilecek kadar sağlam olmayan oluşumlar ve varlıklarını boş bir vaade borçludur. Bauman (2001: 354) cemaatin insanları ayartmak için korkusuzluk ve kendi evinde, kendi yurdunda dinginliğini vaad ettiğini, ancak gerçekliğin de tam tersi olduğunu belirtmektedir. Bu çerçevede, Bauman'ın bakış açısıyla sosyal ilişkilerde postmodernleşme sürecinde yeniden önemli bir aktör olmaya başlayan cemaatlerin, kısa süreli olduğuna ve bunların geçici niteliklerinin ağır bastığına, baskı ve denetim altında bir yapının oluştuğuna dikkat çekmektedir.

Günümüzde sosyal ilişki sürecini olumsuz yönde etkileyen unsurlar arasında belirsizlik ve güvensizlik dikkat çekmektedir. İnsanların birbirlerine, yakınlarına, arkadaşlarına güvenlerinin azalması sosyal ilişkilerini etkilediği gibi bireyleri yalnızlığa, yabancılaşma, dışlanmaya ve aidiyet zafiyetine götürebilmektedir. Bauman (2011: 90) dünyada az ya da çok ölçüde, riskler, belirsizlik ve güvensizlik ortamında yaşadığımızı, toplumsal statümüz, işlerimiz, güvendiğimiz ortaklıklarımız, komşularımız ve dostluk şebekelerimizin istikrarsız, kırılgan ve güvenle demirlememize izin vermeyecek ölçüde tekinsiz limanlar olduğunu belirterek, sosyal ilişki biçimlerimizin ve sosyal ilişki sürecinin güvensizlik ve belirsizlikler sarmalında bulunduğunu ima eder. Bauman, bu çerçevede artık hiçbir şeyin açık ve aşikâr olmadığını ve belirsizliğin her şeyi kapladığını, dolayısıyla belirsiz şeylerden uzak durulmasını tavsiye eder.

Sosyal ilişki içerisinde bulunduğumuz gruplarda bazı hallerde söylenen sözlerin dahi farklı şekillerde algılandığını, çarpıtıldığını görebilmekte ve bu tür durumlardan uzak durabilmek için sosyal ilişkilerimizi en alt düzeye indirebilmekteyiz. Bu duruma Bauman da dikkat çekmekte ve sosyal ilişkilerin solduğunu dile getirmektedir.

İnsan ilişkilerinin bütün diğer türleri en zayıf cinsel belirtilerden bile arındırılır, şevkle, ihtiyatlı biçimde, saplantılı olarak, zaman zaman paniğe yol açan bir tarzda ve bu durumda ilişkinin süreklilik kazanması için pek az şans vardır. İş arkadaşımızın güzelliği ya da cazibesi üzerinde söylenen sıradan bir sözün cinsel kışkırtma olarak ve bir fincan kahve teklifinin taciz olarak sansür edilmesi muhtemeldir. Bu durumun kapsamlı sonucu, insan ilişkilerinden hızla özgürleşmek, onları içtenlikten ve duygusallıktan soymak ve bu ilişkilere girme ve onları canlı tutma arzusunun solmasıdır (Bauman, 2011:286).

Bütün değerlerin yeniden değerlendirildiği ve tarihsel olarak biçimlenen alışkanlıkların gözden geçirildiği bir zamanda, insan davranışına ilişkin hiçbir normun garantisinin olamayacağını ve hiçbirinin uzun süre rekabete maruz kalmamasının olası olmadığını belirten Bauman (2011: 287) artık, normun ne olduğu ve hangi türde norma uyum sağlamanın onları iyileştirebileceği bilinmediği için bu durumun daha vahim psikolojik nevrozlara gebe olduğunu belirtir. Bauman aslında Durkheim'in daha önceleri ifade ettiği anomi durumunu hatırlatmaktadır. Durkheim, toplumu bir arada tutan şeyin, değerler sistemi yani temel bir ahlaki konsensüs veya kolektif bilince dayanan normlar olduğunu ve normlarının yokluğunun (anomi), bir düzensizlik durumu, sınırlandırılmamış bireyciliğin gemlenememesi nedeniyle sosyal kontroller ve toplumsal düzenin işlemez hale gelmesine neden olacağını belirtmekteydi (Slattery, 2008:36). Bu durum da bireylerin, sosyal ilişkilerini yitirmesinin yanında psikolojik rahatsızlıklara yol açmaktadır.

Bauman, bu süreçte sosyal ilişki kimliklerinin belirsizleştiğine ve çözüldüğüne de dikkat çekmektedir. Evlilikler, akrabalık zincirini sürekli kılan sağlam birleştiriciler olarak hizmet edeceği yerde, zincirlerin koptuğu ve aile soyuna ilişkin kimliklerin belirsizleştiği, seyredildiği ve çözüldüğü buluşma noktaları haline gelmektedir (Bauman, 2011: 297). Aile, arkadaşlık ve komşuluk ilişkilerinin zayıflaması sosyal ilişkilerin zamanla değerini ve önemini yitirmesine neden olmaktadır. Bu durumda birey, yalnızlık hissine kapılmakta ve bu histen kurtulmak için kendini tüketim gibi farklı arayışlara yönlendirebileceği anti sosyal bir kişilik olarak içine de kapanabilmektedir. Sorun aslında Bauman'ın da (2011: 194) ifade ettiği üzere bağılıklar ve ortaklıkların, üretilecek değil tüketilecek şeyler olarak görülmesinde ve onların diğer tüketim nesneleri gibi aynı değerlendirme ölçülerine tabi olmasındadır. Toplumsal değerlerin ve “biz”i bir arada tutan bağılıkların da tüketilmesi, toplumun da tüketimi anlamına gelmektedir.

Kamusal alan, özel alan tartışmalarına bireyselleşme çerçevesinden bakan Bauman (2011:134), bireyselleşmenin kamusal alanın niteliğini ve özelliğini değiştirdiğini ifade eder. Kamusalın, özeli sömürgeleştirdiği artık doğru değildir. Tam tersi geçerlidir. Özel çıkarların ve uğraşların diline tam ve eksiksiz tercüme edilemeyen her şeyi ezerek ve kovalayarak kamusal alanı sömürgeleştiren özel alandır. Birey için kamusal alan dev bir ekrandan başka bir şey değildir. Özel endişeler, görüntü büyütülürken özel olmaktan çıkmaksızın bu ekrana yansıtılır. Kamusal alan özel sınırların

yakınlıkların kamusal itirafının yapıldığı yerdir. Bauman, bu düşünceleriyle Sennett'ten ayrılmaktadır. Sennett, kamusal alanın çöküşüyle bireyin kendi mahrem alanına çekildiğini ve sosyal ilişkilerini bu çerçevede yapılandığı düşüncesinde iken Bauman, kamusal alanın özel alan tarafından istila edilerek özel sınırların paylaşıldığı bir alan haline geldiğini düşünmektedir.

2.5. Alain Touraine ve Programlanmış Toplum

Birbirimizden farklı olsak da, birlikte yaşamak için toplumsal oyunun kurallarına uyalım, bir iyi davranış düzgüsünü belirleyelim. Touraine.

Küresel köy olarak McLuhan tarafından nitelendirilen dünyamızda hemen her alanda yaşanan değişim ve dönüşüm süreci toplumları da etkilemekte, değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Mekân ve zamanın Giddens'a göre ortadan kalktığı, Harvey'e göre ise sıkıştığı; Bauman'ın değerlendirmesiyle bireysel anlamda yurt ya da mekân kavramının anlamını yitirdiği günümüzde endüstri toplumu tarafından oluşturulan yapı, kurallar, kurumlar ve normlar hızlı bir değişime uğramaktadır.

Modernleşme süreci toplumun sadece ekonomik ve teknolojik alanlarında değil siyasal, kültürel ve sosyal alanlarında önemli değişiklikler ortaya çıkarmaktadır. Geleneksel yapıdan modern yapıya geçişte toplumların sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik yapılarında meydana gelen değişimler, toplumsal yapıyı ve bu yapının işleyişini sağlayan faktörleri de etkilemektedir.

Post kapitalist paradigmlar çerçevesinde üretim, tüketim, iş yaşamı ve sosyal yapıda yaşanan her değişim sosyal ilişkileri de doğrudan etkilemektedir. Farklı bilim adamı, yazar ve düşünürler bu yeni süreci ve geleceğe ilişkin öngörülerini yeni kavramlar ileri sürerek nitelendirmektedirler. Bu yeni süreci, geç modern, yeni modern ve post modern dönem olarak değerlendiren bilim adamlarının yanında bu yeni süreçte oluşan toplumu da “post modern toplum”, “sanayi ötesi toplum”, “organizasyonel toplum”, “bilgi toplumu” şeklinde ifade etmektedirler.

Modernizme ve modernizm çerçevesinde oluşan kurumlara eleştirel bir bakış açısı ortaya koyan Touraine ise, bu yeni toplum tipini ifade etmek üzere “programlanmış toplum” kavramını kullanır. Touraine, programlanmış toplum

kavramını sanayi toplumu kavramı ile karşılaştırarak tanımlar ve bu çerçevede programlanmış toplum kavramının, sanayi sonrası toplum kavramından daha isabetli bir kavram olacağını belirtir.

Programlanmış toplum, kültürel malların kitlesel olarak üretim ve dağıtımının, sanayi toplumunda maddi malların sahip olduğu türden merkezi bir konuma yerleşmiş olduğu toplumdur. Sanayi toplumunda demir, çelik, tekstil, kimya hatta elektrik ve elektronik sektörleri ne ifade etmişse, bilgilerin, tıbbi bakımın ve bilişimin yani eğitim, sağlık ve medyanın üretimi ve dağıtımı da programlanmış toplumda aynıdır (Touraine, 2000: 272).

“Programlanmış toplum” kavramını kullanma gerekçesini, bu toplumda işletme gücünün; kanaatleri, tutumları öngörme ve değiştirme, kişilik ve kültüre biçim verme, dolayısıyla da, yararlılık alanıyla sınırlı kalacağına, doğrudan doğruya “değerler dünyasına girmeye dayalı olmasına bağlayan Touraine, kültür sanayilerinin yeni öneminin, geleneksel toplumsal denetim biçimlerinin yerine yeni insan yönetimi mekanizmalarını koyması olarak açıklar. Bu çerçevede Touraine, sanayi toplumundan programlanmış topluma geçişi “şey”lerin idaresinden insanların yönetimine geçiş olduğunu söylemektedir.

Kapitalist sistem, kendi amaç ve hedefleri doğrultusunda kurduğu, oluşturduğu plan ve programlarla devleti, toplumu ve bireyi sürekli bir biçimde dönüştürmektedir. Bu dönüşüm süreci günümüzde artık birçok bilim adamının da ifade ettiği üzere doğrudan bireyler ve bireylerin değer dünyası üzerinden olmaktadır. Üretim ve tüketim kitlesel olmakla birlikte etkisi aslında bireysel olarak gerçekleşmektedir. Sistem kendi araçlarını özellikle medya aracını kullanarak kültürel ve toplumsal değerler üzerinden bireye etki etmektedir. Touraine’in de programlanmış toplum nitelendirmesinin temeli bu sürece dayanmaktadır. Aslında programlanmış toplum, sistemin çeşitli araç, mekanizma ve göstergeleri kullanarak etkilediği, diğer bir ifade ile belli davranışları sergilemek üzere adeta programladığı bir toplumdur. “Programlanmış toplum”da diğer bütün alt sistemler olduğu gibi sosyal ilişkiler de belirlenen ve istenen doğrultuda gerçekleşmektedir.

Touraine, dünyanın sanayi toplumundan programlanmış topluma geçtiğini bu süreçte, temel olanın maddi sanayilerin yerini kültür sanayilerinin almasına bağlı olarak yeni bir kültürün ve yeni sosyal ilişkilerin oluştuğunu kabul etmek (Touraine, 2000:

277) gerektiğini ileri sürer. Touraine, bu toplumsal değişimle birlikte toplumsal ve siyasal örgütlenme biçimlerinin, bireysel ve kolektif tutumların değiştiğini ifade eder.

Touraine'e göre (2000: 279), bu toplumu en iyi tanımlayan ortaya yeni tekniklerin çıkması değil, özne fikrine geri dönüştür. Özne fikri, toplumsal ilişki fikrinden ayrılmaz. Programlanmış toplumda, yalnızca bir tüketici, bir insan kaynağı ya da bir hedef kitleye indirgenen birey, sisteme egemen olan mantığa, şeylerin dünyasına ve kendi gereksinimlerinin tecimsel birer talep olarak nesneleştirilmesine karşı, kendisini özne olarak kanıtlama yoluyla karşı çıkıyor.

Özne'yi bireyin edimci olarak davranma ve edimci olarak kabul görme isteği olarak ifade eden Touraine'e göre (2000: 232), Özne, Ben'den Özne/Ben'e geçiş, yaşantı üzerinde, o yaşantının kişisel bir anlam olması, bireyin toplumsal ilişkileri dönüştürerek ama asla hiçbir grupta, hiçbir toplulukla özdeşleşmeden dönüştürerek, o ilişkilerin içine giren bir edimciye dönüşmesi için kurulan bir denetimdir.

Modern toplumların kalıntılarında ve kurumlarında bir yandan küresel üretim, tüketim ve iletişim ağları çıkıyor, bir yandan da topluluğa doğru bir geri dönüş. Topluluklar belli bir toprak bütünlüğü içinde toplumsal düzeni, ekini ve erki dinsel, ekinsel, budunsal ya da siyasal bir yetke altında toplayarak yeniden topluluklara dönüşmekte (Touraine, 2011a: 13). Hep birlikte olduğumuzda hemen hemen hiç ortak yanımız yok; belli inanışları ve belli bir tarihi paylaştığımızda da bizden farklı olanları reddediyoruz. Bauman'a göre (2001: 346) yan yanayız ama ayrı. Uzmanı paylaşmak ama düşünce ya da duyguları değil; ve nereden bakılırsa bakılsın bu insanlar aynı kaderi paylaşmadıklarının bilincindedir. Bu farkındalık soğukluk ve kayıtsızlığı yayıyor. Buradaki diyalog bir monologlar toplamıdır; insanlar birbirleriyle konuşuyor ama birbirlerini konuşmuyorlar.

Touraine, günümüzde kimliğimizi yitirdiğimizde, birlikte yaşayabildiğimizi belirterek, kimliğin topluluklara geri dönüşüne neden olduğunu ileri sürer. Kimliksizleştirilen birey, hiçbir değeri ve normu olmayan bireydir. Kimliksiz birey, sadece bir takım mekanizmaların kölesi olmakla kalmaz aynı zamanda kendisi de toplumsal yapı içerisinde kendini yalnız hisseder. Çünkü, onu bağlayan ya da anlamlı kılan hiçbir unsur olmadığında diğer bireylerle sosyal ilişkilerinin de anlamı kalmayacaktır. Touraine, bu durumu “birlikte yaşıyoruz ama aynı zamanda hem iç içeyiz hem de birbirimizden ayrı” şeklinde yorumlar. David Riesman'ın kullandığı kavramla, her geçen gün iletişim kurma yeteneğini biraz daha yitiren “yalnız

kalabalıklara” dönüşüyoruz. Bireyleri ve öbekleri toplumsal ilişkileriyle tanımlamak güçleşti (Touraine, 2011a: 17). Sosyal ilişkileriyle tanımlanamayan toplumlar yalnız toplumlardır. Birliktelikleri toplumu oluşturan bireyler, aslında yalnızdırlar.

Modern bireyi ifade eden bir olgu olan yalnızlık, kişinin sosyal ilişkiler ağının niceliksel ya da niteliksel olarak önemli şekilde yetersiz olması durumunda ortaya çıkan nahoş bir deneyimdir (Perlman ve Peplau, 1981: 32). Bir başka bakış açısından yalnızlık, bireyler arasında sosyal ilişkilerin olmaması veya bireyin kendisini kabul edecek bir topluluk içinde yer almamasıdır (Mercan vd., 2012: 215). Bu çerçevede, yalnızlık sosyal ilişkilerin yetersizliği kadar aynı zamanda uyumsuzluğunun da bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Perlman ve Peplau (1998: 572), yalnızlığın kavramsallaştırılmasında sık başvurulan teorilerden biri olan bilişsel çelişki kuramı bakış açısından yalnızlığın, kişinin gerçek sosyal ilişkileri ve ihtiyaç duyduğu ya da arzuladığı sosyal ilişkileri arasında bir uyumsuzluk olduğunda meydana geldiğini belirtirler. Örneğin evli olmayı arzu eden fakat hala yalnız yaşayan bir kişi yalnızlık hissedebilir. Çetin (2003: 115) yalnızlaştırılan bireyin bütün yaşam alanları, işi, evi, beslenmesi, sağlığı, eğitimi, eğlencesi bireyleri kişilikten arındırılmış sayılar, gruplar ve soyut birimler olarak ele almaya yönelik çeşitli bürokratik örgütlerce yönetildiğini ifade ederek, adeta programlanmış yapıya işaret eder.

Yalnızlıkların temelinde, diğer insanlarla olan sosyal ilişkilerde yaşanan hayal kırıklıklarının büyük bir payı olduğunu söyleyebiliriz. Bu bağlamda, kişilerin diğer insanlarla yaşadıkları sorunlardan dolayı, benzeri bir hayal kırıklığı yaşamamak için yakın sosyal ilişkilerden uzak durup, yalnız kalmayı tercih ettikleri veya bu konuda yeterli bir çaba sergilemedikleri söylenebilir. Çünkü, bireyler genelde, ilişkilerin çoraklaştığı bir ortamda yaşamak için su biriktiren kaktüsler gibi, kuşku ve güvensizlikle başa çıkabilmek için çevrelerine diken örerek içlerine kapanırlar. Yalnızların sosyal ilişkilerde uğradıkları bozgun, onlarda reddedilmişlik, değersizlik, yetersizlik ve hayal kırıklığı oluşturur ki, bu duygular, yalnızlığın önemli sebeplerindendir (Yaşar, 2007: 250). İnsanlar yalnız olduklarında sosyal yaşamdan faydalanamazlar; toplum izole üyelerden oluştuğunda parçalanmaya meyillidir (Çakır, 2011: 131). Toplumsal yapıdan parçalanarak, yalnızlaşarak ya da yabancılaşarak ayrılan, kopan birey kendini başka mekanizmaların içerisine atar. Kurtuluşu, mutluluğu, huzuru ya da özgürlüğü ararken aslında sosyal ilişkilerinden koparak sözde bir

özgürlüğe kavuşur ama aslında özgürlüğü gerçek değil, üretilmiştir, simule edilmiştir ve üstelik yalnızlaştırılmıştır.

Programlanmış toplumda zaman, boş zaman ve çalışma şeklinde programlanmıştır ve bu zamanlar, bireylerin sosyal ilişkilerini geliştirmek yerine daha yüksek performans ve daha fazla tüketimi hedeflemektedir. Çalışma zamanında birey, Sennett'in de ifadesinde yer bulduğu gibi, eskinin demir kafesinden kurtulmuş olsa da, yukarıdan aşağıya işleyen yeni bir denetime ve gözetime tabidir (2008: 62). Çalışma zamanı gözetime tabi olmasının yanında aynı zamanda doğası gereği planlıdır. Esnek çalışma sistemi içerisinde bireyin eğildiği vurgusunu yapan Sennett (2000: 47), işin fiziksel olarak merkezsiz hale gelse bilse, işçinin üzerindeki iktidarın daha dolaysız hale geldiğini belirtir. Şirkette, evde çalışanlar bilişim teknolojileri kullanılarak sürekli olarak denetim altında tutulmakta, “uzun vade yok” anlayışı ile sosyal ilişkilerin yerleşmesine ve güçlenmesine imkân verilmemektedir. Boş zamanı da, bireye özgü ve bireyin özgür olduğu zamanlar olarak düşünmek doğru değildir. Boş zaman, kapitalist sistemin bireyleri daha fazla tüketmeleri için bir “tüketim zamanı” olarak planladığı ve tasarladığı bir zamandır. Tüketim toplumunda sosyal ilişkiler suni bir görünüm arz etmektedir. Meta ile birey arasındaki ilişki yoğunlaştıkça, birey ile birey arasındaki ilişki de özelliğini ve niteliğini kaybetmektedir. Bu durum birey grup ya da gruplarla ilişkisine yansıtmaktadır.

Yaşantısı, “kısa vade” (Bauman, 2011: 35) ve pragmatist bir anlayış üzerine kurulan birey, aidiyet ve ortak kimlik olmadığından bir gruptan diğerine geçmekte ve grupla kendisi arasında bağlayıcı bir mekanizmanın kurulmasına adeta müsaade edilmemektedir. Bütün bu ilişkiler programlandığı gibi böylece devam etmektedir. Touraine, eleştirel bir bakış açısıyla içinde yaşadığımız dünyayı değerlendirmektedir. Eskiden sessizlik içinde yaşıyorduk, şimdi gürültü içinde yaşıyoruz; eskiden yapayalnızdık, şimdi kalabalığın içinde yitmiş bir durumdayız. Pek az mesaj alıyorduk, şimdi mesaj bombardımanına tutuluyoruz (Touraine, 2000: 109).

Küreselleşme, toplumu norm oluşturma rolünden yoksun bıraktı. İyi bir yurttaş, iyi bir çalışan, iyi bir baba, anne, oğul ya da kız olarak toplumun iyi işleyişine katkıda bulunmak yeterli hatta kabul edilebilir bir ahlaklılık normu olmaktan çıktı artık (Touraine, 2011a: 50). Kapitalizmin yeni aşamasında ya da modernliğin dönüşümüyle atbaşı giden süreçte ahlâki olanın da parçalandığı, yeni yeni ahlâk türlerinin kök saldığı ve her bir ahlâki alanın genel ahlâkın hükümsüzlüğüne dair kısmi ilkeler icat ederek,

toplumun tamamı için geçerlilik taşımayan lüzumsuz normlar sistemi inşa ettikleri görülür: bürokrasi ahlâkı, meslek ahlâkı, çevre ahlâkı, iş dünyası ahlâkı vs.gibi (Aytaç vd., 2008: 202). Bu süreç ahlakı da bireyselleştirerek, bireye indirmekte ve genel toplumsal yapıyı sarsmaktadır. Elbette ki, bu durum toplumsal yapıda güvensizlik, bunalım, kriz ve sendromların oluşmasına neden olmaktadır.

Touraine, modernleşme sürecinde toplumsal normların yok olduğunu ifade ederek, yaşam dünyasının oluşmasında etkin olan toplumsal rol, norm ve değerlerin ortadan kalkmasına toplumdışılaşma (Touraine, 2011a: 59) adını verir. Normlar, törenler ve aşamalanma düzeyleri eskisi kadar biçimlendirmez özel yaşamımızı (Touraine, 2011a: 178). Sosyal normlar, ortaya koydukları davranış kuralları veya standartları ile sosyal ilişkileri düzenlerler. Sağlıklı ve sürdürülebilir sosyal ilişkiler, sosyal normların aracılığıyla sağlanabilir. Normların, etkinliğini kaybettiği ya da erozyona uğradığı toplumlarda sadece sosyal ilişkiler değil toplumsal yapı da sorunlar yaşar, bunalım ve kaoslar sürekli biçimde var olur.

Toplumun işleyiş kuralları ve yasaları, ilk hedef olarak genel çıkarı, ortak iyiyi ya da toplumsal yararlılığı belirleyemez artık hiç kuşkusuz; bu kural ve yasaların ilk hedefi Öznenin özgürlüğüne etkin biçimde hizmet etmek olmalıdır (Touraine, 2011b: 191).

Toplumumuzun bugün yaşadığı bunalımı en iyi tanımlayan şey, bireyciliğin içinde bulunduğu bunalımdır. Yani bireyin nesneler ya da uygulamalar dünyasıyla ekin dünyası arasında bölünmesidir (Touraine, 2011a: 352). Bireyselleşme, bir seçenek değil bir kaderdir; bireye seçme özgürlüğü alanında, bireyselleşmekten kaçma ve bireyselleşme oyununa katılmayı reddetme seçeneği kesinlikle gündemde değildir (Bauman, 2011: 63). Bireyselleşme, bağlılığı, aidiyeti, ortaklığı engellediğinden, bütün bu değerler tüketilmekte; birey, kendi başına, kimsesiz, yalnız ve yabancı paradoksları arasında bunalımlı bir yaşam sürmektedir.

Bugün dünyasında yönümüzü belirleyen tüketim toplumu ya da bizi tutkularımıza tutsak eden bir zevk arayışı (Touraine, 2011a: 80), sosyal ilişkilerimizin niteliği ve niceliği üzerinde önemli etkiler ortaya çıkarmaktadır. Tüketim toplumunda, sosyal ilişkiler insanlardan daha çok metalarla gerçekleşmektedir. İnsanlar, tüketen bir varlık olarak adeta asli görevleri olan tüketimi yerine getirirken aslında ilişkilerini de tüketmekte ve son süreçte kapitalist sistemin kölesi olarak, tükettikçe tükenen bir varlık

olmaktadır. Modernlik bizi içinde yaşadığımız yerel kültürün dar sınırlarından çekti aldı ve bir yandan bireysel özgürlük dünyasının öte yandan da kitle toplumunun ve kültürünün içine attı. Bu yeni toplum, tüketimin yoğunlaştığı, her şeyin tüketildiği, anın yaşandığı, ilişkilerin tüketildiği bir toplumdur.

Tüketim toplumuna iyimser bir bakış açısıyla yaklaşan Touraine'e (2011b: 194), göre tüketim toplumu öteki toplum türlerinden daha çok çeşitlilik içerir, daha az normalleştirir ve en önemlisi daha hoşgörülüdür. Touraine'in burada dile getirdiği hoşgörü anlayışı, sapkın olarak nitelendirilen cinsellik biçimleri üzerindeki baskının giderek azalması, toplumsal kurallar yerine kişi gerçekliğinin gelmesidir. Elbette ki, böylesi bir hoşgörü anlayışını toplumsal dinamikleri zedelemesinden dolayı kabul edebilmek mümkün değildir. Çünkü, kendisinin de ifade ettiği üzere bu hoşgörü anlayışı, beden dâhil her şeyin tüketildiği pazar ekonomisidir. Burada unutulmaması gerekir ki, bireylerin tüketildiği bir sosyal yapıda toplum da tükenecektir. Böylesi bir hoşgörü ve özgürlük anlayışı aslında tüketim toplumunun daha fazla tüketim için sunduğu bir imkândır.

Kapitalist sistem seri üretim ve seri tüketim için özgürlük, güç ve güzelliği insanlığın ortak sembolü olarak sunmaktadır. Johansson (1994.239) özgürlük, güç ve güzellikle özdeşleşmiş bir şekilde sunulan ürünlerin, güzellik ve özgürlük duygusunu geliştirdiğini, modern tüketim toplumunda güç, güzellik ve özgürlük sembollerini tek gerçek güç olarak sunulduğunu belirtirken, aslında özgürlük, güç ve güzelliğin modern tüketimi sağlayan motivasyon unsurları olduğunu ifade eder.

Birey için özgürlüğün en temel değer oluşundan yola çıkılarak özgürlük "tüketebildiğin kadar tüket ve kullan at" tarzıyla sloganlaştırılmaktadır. Hiçbir şeyin kalıcılığı ve devamlılığı söz konusu olmamalıdır. Her şey tek kullanımlık olmalıdır. "Kullan at" tarzı yaklaşımda değerlere, kayıtsızlık da telkin edilmektedir. Modern püritanizmin, çalışkanlık, basiret ve tutumluluk erdemlerine karşı "şimdi yaşa, sonra öde" felsefesi tüketimi teşvik etmek üzere dile getirilmiştir (Özbolat, 2012: 123). Bireyler bu süreçte kendilerini ifade etmek için tüketmekte, kendilerini ifade etme şekli olarak tüketime yönelen bireyler, duygusal açıdan kendilerini en iyi hissettirecek seçimlere yöneliyor ve bu yolla bir gruba ait olma, kabul görme gibi sosyal statü ihtiyaçlarını karşılıyor (Alemdar,2012: 210). Ancak tüketim toplumunda her şey "şimdi, şu an" mantığı çerçevesinde yaşandığı için, gruplara aidiyet ve sosyal ilişkiler

de “şu an” içindir. Geleceğe ve yarına yer yoktur, yarın için bir şey yapmaya gerek de yoktur.

Yaşanılan süreç, bireylerin de kendilerini programlamalarını ve planlamalarını ortaya çıkarmıştır. Van Der Loo ve Reijen’e göre (2006: 150), modern bireylerin her biri zamanla bir planlamacı olup çıkmıştır. Bu şekilde, eğitimleri, kariyerleri, evlenme şekilleri, emeklilik günleri için planlar geliştirmeye başlamışlardır. Bu çerçevede aynı zamanda kişilerin neyi yapıp neyi yapmayacaklarını, kimlerle ilişki kurmaları gerektiğini bildirmekte ve başkalarıyla ilişkilerimiz araçsal değil stratejik olarak gerçekleşmektedir. Bu değerlendirmelere göre, birey sosyal ilişkilerini planlı bir şekilde ve çıkarıcı bir anlayışla gerçekleştirmektedir. Goffman ise, güzellik, sevgi, sadakat ve hakikat gibi modern bireyin propaganda ettiğini söylediği değerlerin aslında sadece sosyal ilişkileri esnek bir şekilde yürütmekten başka bir işe yaramadığını ve modern insanın sadece büyük bir iletişimci değil aynı zamanda büyük bir sahtekar (Van Der Loo ve Reijen, 2006: 151) olduğunu ileri sürerek, aslında akılcığın sosyal ilişkilerin doğasını ve özünü ortadan kaldırdığını ima eder.

Touraine, milyarlarca birey aynı televizyon programlarını izlediğini, aynı içeceklerden içtiğini, aynı giysileri giyip ve bir ülkeden ötekine iletişim kurmak için aynı dili kullandığımızı (2011: 11) ifade ederek, birlikte yaşadığımız vurgusunu yapmaktadır. Touraine, bu ifadeleriyle kültürün medya aracılığıyla küreselleştiğine dikkat çekmektedir. Medya, kültür endüstrisinin en önemli aracı olarak kültürü tek tipleştirmekte ve böylece kitle kültürünün oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Taylan’a göre, (2008: 93) küresel kitle kültürü, “kültürel üretimin modern araçlarının hâkimiyetindedir. Dilsel sınırları hızlı ve kolay bir şekilde geçebilen, anında tüm dillerde konuşan görüntünün hâkimiyetindedir. Popüler yaşamın, eğlencenin ve dinlenmenin yeniden inşasına doğrudan iştirak eden görsel ve grafik sanatlar her nevi mücadelenin hâkimiyetindedir. Hâkimiyet esasen kapitalist sınıfın mülkiyetindedir. Bu çerçevede, medya görev olarak, Yaylagül’ün (2010: 148) değerlendirmesiyle kapitalist üretim biçiminde ortaya konan toplam sosyal ilişkilerin üretimi ve yeniden üretimini gerçekleştirir.

Alain Touraine’in ifade ettiği programlanmış toplum, kültürel ürünlerin kitlesel olarak tüketilerek, bireylerin tüm yaşamının programlandığı; kurulu sistemin inisiyatifi dışında bireye iradesini kullanma imkânının verilmediği ve bu sayede sosyal ilişkilerin soyutlanarak, anlam ve manasının ortadan kaldırıldığı toplumsal bir yapıdır.

Çalışmanın buraya kadar ele alınan kısmında sosyal ilişki kavramı, klasik ve çağdaş teorisyenlerin görüşleri çerçevesinde ele alınmıştır. Klasik teorilerden, çağdaş teorilere geçişle birlikte; sosyal ilişkilerin değişiminin toplumsal değişimle yakından ilintili olduğu görülmüştür. Bu bakımdan sosyal ilişkilerin toplumdan topluma, kültürden kültüre değişiklik gösterdiği belirtilmelidir.

Sosyal ilişkilerde ortaya çıkan bu farklılığın en temel nedenlerinden biri de bireyin yaşadığı toplumsallaşma sürecidir. Çünkü, sosyal ilişkiler, özellikle bireyin doğumundan itibaren başlayan ve yetişkinlik dönemlerinde de devam eden bir süreç olarak toplumsallaşma olgusu içerisinde ortaya çıkmaktadır. Birey toplumsallaşma sürecine, sosyal ilişkiler çerçevesinde girer ve sosyal ilişkiler yoluyla toplumsallaşmayı yaşar. Bu çerçevede toplumunun kültürünü, değerlerini ve normlarını benimser ve sosyal ilişkiler ağı içerisinde kullanır. Sosyal ilişkiler hem toplumsallaşma sürecinden etkilenen hem de toplumsallaşma sürecini etkileyen bir olgudur.

Bu bakımdan toplumsallaşma konusu sosyal ilişki olgusuyla yakından bağlantılıdır. Bu nedenle diğer bölümde toplumsallaşma konusuna, özellikle de sosyal ilişkiler çerçevesinde gelişen ve edinilen siyasal toplumsallaşma konusu incelenecektir.

III. BÖLÜM

3. TOPLUMSALLAŞMA OLGUSU VE SİYASAL TOPLUMSALLAŞMA SÜRECİ

Hiçbir insan, yaşam çevriminin bütün aşamalarında davranışlarını etkileyen ve değiştirmelerine yol açan tepkilere karşı bağışık değildir (Giddens,2008: 1077)

Toplumsallaşma, sosyal ilişkilere dayanmaktadır. Toplumsallaşmanın gerçekleşmesi için sosyal ilişkilerin bulunması gerekir. Sosyal ilişki gruplarındaki her üye bir diğerrinin davranışı üzerinde etkili olmakta, grup bilinci, dinamiği ya da grup değeri ve normları karşılıklı iletişim doğrultusunda toplumsallaşmayı etkilemektedir. İnsanın toplumsal yaşama uyum sağlayabilmesi, yaşadığı toplumsal çevrenin bilincinde olmasına, duygu ve düşüncelerini ifade edebilmesine ve deneyimlerini diğeri insanlara aktarabilmesine bağlıdır (Erkan ve Bağlı, 2005: 185). Bir başka ifadeyle sosyalleşme süreci sosyal ilişkilere bağlı bir süreçtir. Bireyler, sosyal ilişkide bulunduğu aile, arkadaş çevresi gibi birincil gruplar, okul, sivil toplum kuruluşları gibi ikincil grupların etkisiyle sosyalleşme süreci içerisinde bulunurlar.

Toplumsallaşma, toplumdaki değerlerin, inançların, davranışların birey tarafından benimsenme süreci; siyasal toplumsallaşma da buna paralel olarak, siyasal inanç, davranış ve değerlerin birey tarafından benimsenme süreci (Alkan 1979: 5). olarak değerlendirilmektedir. Toplumsallaşmanın en önemli fonksiyonu, bireyi topluma entegre etmektir (Miegel, 1994: 187). Parsons, toplumsallaşma süreci ile insanların bir toplumun değerlerini içselleştirdiğini söylemektedir; yani, toplum içindeki diğeri aktörlerden, kendilerinden ne beklediğini öğrenerek kültür sisteminin toplumsal değerlerini kendi değerleri yapmaktadır (Wallace ve Wolf, 2012: 57). Bu çerçevede, toplumsallaşma sürecinde, birey toplum içinde nasıl davranacağını, toplumun beklentilerini ve toplumda kabul gören davranışlar sergilemesinin beklendiğini öğrenir. Toplumsallaşma sürecinde birey, aileden en dış sosyal katmana doğru tanışarak kimliğini oluşturur. Ayna benlik olarak da tanımlanan bu durumda kişi kendi kimliğini oluştururken çevresinden etkilenir. Bireye öğretilmek istenilen kültürel ve toplumsal

değerler, kurallar ve davranışlar bir sosyal ilişkiler ağı içinde uygun bir zemin, anlayış ve etkileşim içinde kazandırılmaktadır (Bakıroğlu, 2013: 2). Toplumsallaşma ve siyasal toplumsallaşma süreci sosyal ilişkilerin sağladığı bir yapı içerisinde gerçekleşmektedir. Bu süreç, bireylerin sosyal ilişkilerinin niteliğiyle doğrudan ilişkilidir.

Toplumsallaşma süreci ve siyasal toplumsallaşma süreci aslında bir bütündür. Toplumsallaşma süreci içerisinde bireyin siyasal değer, inanç ve davranışları öğrenmesi siyasal toplumsallaşmayı oluşturmaktadır. Schwarzer'in de belirttiği gibi (2011: 2) siyasal sosyalleşme bireyin siyasal tutum ve davranışları nesilden nesile öğrendiği; siyasal sosyalleşme araçları tarafından etkilendiği bir öğrenme sürecidir.

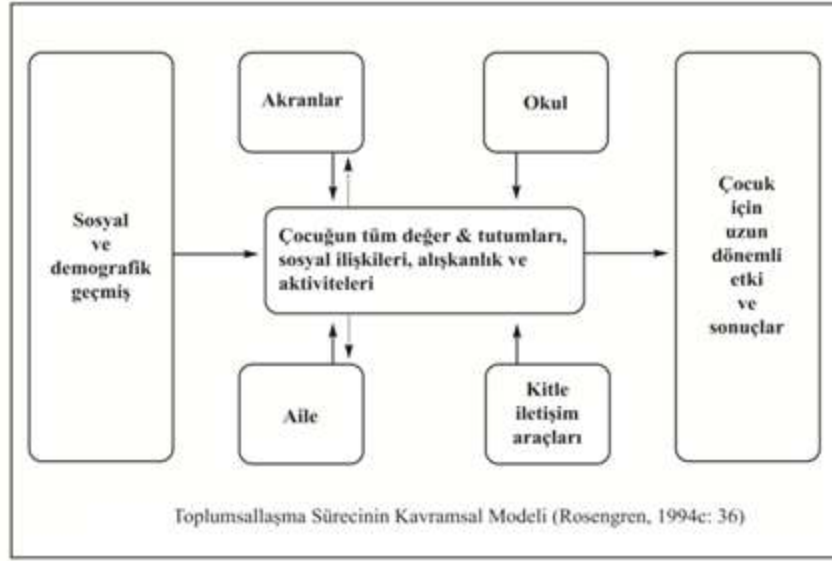
Bu bölümde, toplumsallaşma ve siyasal toplumsallaşma kavramları tanımlanacak, bu tanımlamalara ilişkin yaklaşımlara yer verilerek toplumsallaşma sürecinin niteliği üzerinde durulacaktır. Yine bu çerçevede siyasal toplumsallaşmaya yaklaşım tarzları bağlamında siyasal toplumsallaşmaya ilişkin kuramsal yaklaşımlar değerlendirilerek, siyasal toplumsallaşmanın belirleyiciliği üzerinde durulacaktır. Siyasal toplumsallaşma üzerinde etkili olan araçlar değerlendirilecek, bu araçların etkileri üzerine ileri sürülen görüşlere yer verilecektir.

3.1. Toplumsallaşma

İnsan, doğumdan itibaren çevresiyle sosyal etkileşim içerisinde bulunmaktadır. İnsan bu etkileşim çerçevesinde düşünmekte, algılamakta, öğrenmekte ve davranmaktadır. Bir sosyal etkileşim ağı içinde olmayan insanın dil öğrenerek kendini ifade etmesi, değer dünyasının oluşması ve buna bağlı olarak sosyal davranış normlarını öğrenmesi mümkün değildir (TAYA, 2011: 21). Bu süreç toplumsallaşmayı gerekli kılmaktadır. Toplumsallaşma, hayat boyu aralıksız bir şekilde var olan bir süreçtir. Ergil'in de ifade ettiği üzere, (1984: 23) bireyin insanlaştırılması, ya da toplumda yaşayabilmesi için ona gerekli hünerlerin ve bilgilerin kazandırılması zorunludur. Sosyal bir varlık olan insan, yaşamını toplumun bir üyesi olarak toplum içerisinde sürdürür. Yaşamını sürdürürken bireylerin bir takım rol ve değerleri öğrenmesi ve bu çerçevede tutum ve davranışlar ortaya koyması beklenir. Perse (2008: 1615) toplumsallaşmanın toplumun değerlerini ve normlarını öğrenmeyi gerektirdiğini ifade etmektedir. Birey, yaşadığı toplumun değer ve normlarını öğrenerek, üye olabilme ve bu toplumsal yapı içerisinde uygun davranışlar gösterebilme hüviyeti kazanır.

Bu çerçevede toplumsallaşma, bireyin uyumlu bir toplum üyesi olma, toplumsal bir birey haline gelme, toplumsal hayatın gereklerine uygun değer, inanç ve eğilimler kazanarak beklentiler doğrultusunda davranışlar gösterecek bir yapıda yetiştirme sürecidir (Dursun, 2012: 220). Yine bu bağlamda, Bruce and Yearley (2006: 286) toplumsallaşmanın, bireyin (özellikle çocuk) bir toplumun tam üyesi olabilmek için gerekli bilgi, kişilik ve kültürleme olarak bilinen süreci ifade ettiğini dile getirir. Toplumsallaşma, bizlerin gerek toplumun norm ve değerlerini içselleştirerek, gerekse toplumsallaşma rollerimizi (işçi, arkadaş, yurttaş vb. olarak) yerine getirmeyi öğrenerek, toplum üyeleri haline gelmeyi öğrenme sürecimizdir (Marshall, 1999: 760). Jahoda'ya göre ise (2008: 820) insanların, kendi toplumsal dünyalarının davranış standartlarını, normlarını, kurallarını ve değerlerini benimsemeye kendileri aracılığıyla ikna edildiği süreçler toplumsallaşma olarak adlandırılır.

Toplumsallaşma süreci bir sosyal olgu olarak ferdin doğuştan itibaren toplum üyeliğini kazanmasında geçirdiği safhaların hepsine verilen addır (Erkal, 2012: 105). Toplumsallaşma sırasında, özellikle yaşamın ilk yıllarında çocukların, yaşlıların davranış biçimlerini öğrenerek, onların değerlerini, normlarını ve toplumsal pratiklerini sürdürdüklerini ifade eden Giddens'a göre (2008: 201) toplumsallaşma, yardıma gereksinimi olan bebeğin, yavaş yavaş içerisinde doğduğu kültür için geçerli olan becerileri edinerek kendi bilincinde olan, bilgili bir kişi haline gelmesi sürecidir. Bozkurt (2004: 111) toplumsallaşmanın bir taraftan bireylere kimlik kazandırırken diğer taraftan da toplumun kültürünü kuşaktan kuşağa aktardığını ifade ederek, sosyalleşmenin bireysel ve toplumsal önemine değinmektedir. Kimlik kazanımı ve kültürün aktarımı sosyalleşmenin fonksiyonları olarak dikkat çekmektedir. Bu çerçevede Türkkahraman (2000: 17) toplumsallaşmanın kültürel aktarmayı sağlayan en önemli unsur olduğunu da belirtmektedir.



Şekil 7. Toplumsallaşma Sürecinin Kavramsal Modeli

Toplumsallaşma, bireylerin sosyal ve kültürel bir sembol sistemlerinin bulunduğu her yerde vardır. Ancak toplumsallaşmanın olabilmesi için somut sosyal ilişkilerin bulunması gerekir, yoksa soyut sosyal sistemlere yönelik bir sosyalleşme olmaz. (Ergün, 1994: 64). Sosyal ilişkiler de bir toplumu oluşturan birey veya grupların birbirleriyle davranışları ve beklentileri doğrultusunda sürdürdüğü ilişki olduğuna göre sosyalleşme süreci bu davranış ve beklentilerin öğrenilmesidir. Dönmezer'e göre (1984: 141) sosyalleşme, toplumun, kişinin diğerleri ile birlikte yaşayabilmesi için ondan beklediklerini temsil eder. Kişinin toplum içindeki diğerleri ile birlikte ortak bir yaşam sürdürebilmesi, toplumun örf ve adetlerine, geleneklerine, örneklerine itaat etmesi, giyinme, yeme içme, oynama, eğlenme, çalışma bakımından asli bir takım teknikleri kabul etmiş bulunması, toplumsal hayatın norm ve ayinlerine uyması ve grup içinde kendisine verilecek rolleri gereğince yerine getirebilmesi halinde mümkün olabilir. Goslin'e göre karşılıklı sosyal ilişkilere dayanan sosyalleşmede, gruptaki her üyenin davranışı diğerlerinin davranışını etkiler, kontrol eder ve düzenler; böylece sosyalleşme de karşılıklı olur (Ergün, 1994: 49).

Toplumsallaşma bir dizi araç arasında karmaşık bir etkileşim içerisinde gelişir (Rosengren, 1994b: 262) ve toplumsallaşma süreci karmaşık olduğu kadar yaşamın her yönünü etkilemektedir (Smaragdi, 1994: 109). İnsan, etrafında bulunanların her gün karşılaştığı sayısız olayların ve kişilerin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik-kültürel koşulların, gelenek, töre ve yasaların, fiziksel çevrenin ve sayılmakla bitmeyen daha pek

çok unsurun etkisindedir. Bu etkenlerin karmaşık etkileşimi sonunda insan bir kişi olarak belirir. Bu etkenlerin oluşturduğu karmaşık bütün hiçbir zaman iki ayrı insan için tıpatıp aynı olmayacağından, hiç kimse bir diğerrinin tıpatıp aynısı değildir (Kağıtçıbaşı, 2008: 360). Toplumsallaşma, toplumsal yapı içerisinde gerçekleştiğinden toplumların yapısının farklılığı sosyalleşme sürecinin de farklı olarak gerçekleşmesine neden olacaktır. Aziz'in de belirttiği gibi (1982: 23) her toplumun yapısı farklı olduğundan, bu yapının biçimlendirdiği ya da belirlediği işlevler de farklı olacaktır. Bundan ötürü, farklı toplumlardaki bireyin toplumsallaşma sürecinde belirgin farkların olması doğaldır. Özellikle gelişmişlik, gelişmemişlik olgularının belirlediği farklı kültürler, bireyin farklı kuralları benimsemelerini zorunlu kılacaktır. İlkel toplum özelliği gösteren bir Afrika toplumu ile gelişmiş ülke toplumundaki toplumsallaşmanın, etmenler aynı olsa bile, farklı olacağı açıktır.

Çocuk açısından sosyalleşme, bir öğrenme sürecidir. Sosyalleşme süreci içerisinde çocuk aile, okul, sosyal çevre ve kitle iletişim araçları aracılığı ile toplumun kendisinden beklediği rol ve beklentileri öğrenir (Kaya ve Tuna, 2008: 162). Belli bir kültür ortamında yetişkinlerin tesirinde toplumsallaşan çocuk, zamanla kendini o kültürün ve toplumun bir parçası olarak görmeye başlar, üstlendiği çeşitli rollerle söz konusu toplumun birikimini sonraki kuşaklara taşır. Sonuçları ve bireyi aşan boyutu itibariyle sosyalleşme, insanlığın her türlü birikiminin öğrenilerek yaşatılması; yeni kuşakların önceki kuşaklardan uygarlığı öğrenmesi ve sonraki kuşaklara aktarmasıdır (Özpolat, 2010: 11). Toplumdaki diğer bireyler, çocuğa sorumluluklarını, toplumun gelenek ve göreneklerini, değerlerini ve normlarını farkında olarak ya da olmayarak sergiledikleri davranışlarla öğretir; bu durumda, sosyalleşme sürecinin toplumsal etkileşimin bir işlevi olduğu söylenebilir (İrkin, 2012: 25). Sosyalleşme, daima karşılıklı etkileşim şeklinde olmaktadır. Sosyalleştirici kişiler ve sosyalleştirme yerleri tarafından çocuklara ve gençlere öğretilip benimsetilmek istenen kültürel ve toplumsal değerler, kurallar ve davranışlar bir "sosyal ilişkiler ağı" içinde, uygun bir zemin, anlayış ve etkileşim içinde kazandırılır (Ergün, 1994: 49). Sosyal ilişkiler ağı, toplumsallaşmanın başarılı gerçekleşmesini sağlayan önemli bir unsurdur.

Sosyologlar genellikle toplumsallaşmanın iki aşamada gerçekleştiğini belirtirler. Bu aşamalar birincil toplumsallaşma ve ikincil toplumsallaşmadır. Bakıroğlu'na göre (2013: 3) sosyalleşme sürecindeki bu ayrımı oluşturan asıl etmen, bireyin kendi ailesi ve

yakınlarının oluşturduğu kapalı çevre ile geniş bir çerçeveye taşınan ve kalabalıklaşan bir çevrenin arasındaki farktır.

Birincil toplumsallaşma, bebeklik ve çocukluğun ilk döneminde gerçekleşir ve kültürel öğrenmenin en yoğun olduğu dönemdir. Aile, bu aşamada esas toplumsallaşma aracıdır (Giddens, 2008: 205). Yakınlık ve duygusallığın egemen olduğu bu aşamada, ailenin etkisi, sonraki aşamaları da etkilemektedir. Birincil toplumsallaşmanın önemli özelliği, grup içerisindeki ilişkilerin yüz yüze olması, sıklığı ve süresidir. Uzun süreli sık sık yinelenen yüz yüze ilişkilerin, bireyin toplumsallaşma olgusunda birinci yeri alması doğaldır. Bu yapı içerisinde etkili bir denetim sağlanacağı ve karşılıklı bir süreçle yöneleceği de açıktır. Birey, kendisini toplumsallaştırmaya çalışan, daha önce toplumsallaşmış bireyin denetiminden kaçamayacağı gibi, yüz yüze sürekli ilişkilerden ötürü, toplumsallaşma unsurunu da etkileyecektir (Aziz, 1982:17).

İkincil toplumsallaşma, çocukluğun sonraki dönemi ile olgunluk döneminde gerçekleşir. Okullar, arkadaş grupları, örgütler, medya ve giderek işyeri, bireyler için toplumsallaşma güçleri haline gelir (Giddens, 2008: 205). İkincil toplumsallaşma, ferdin toplumun objektif dünyasının yeni alanlarına açıldığı bir süreçtir. Bu sayede, bireyin toplum hayatına fonksiyonel anlamda uyum sağlaması beklenir (Türkkahraman, 2000: 20).

Sosyalleşme süreci kişinin doğumuyla başlamaktadır. Fakat gençlik çağlarında arayış içinde olan ergenin sosyalleşme süreci hız kazanmaktadır. Bu dönemde kişi sürekli olarak benliğini arar (Coşgun, 2012: 3) ve şahsiyeti oluşur. İnsan, diğerleriyle paylaştığı sosyal etkilerin sonucu olarak bir şahsiyet halini almaktadır (Koştas, 1999: 329). Sosyalleşme, sosyal-kültürel şahsiyetin meydana gelmesi (Ergün, 1994: 33) şeklinde de ifade edilmektedir. Aile ve okul gibi çevrelerde olgunlaşan ve yavaş yavaş sosyalleşme süreci içinde ilerleyen fert, daha sonra işyeri içinde de kendi şahsiyetini bulur ve geliştirir. Şahsiyetini bulan ve farklı konu ve faaliyet alanları ile ilgi kurarak sosyal ilişkilerini artıran ve yoğunlaştıran fert artık farklı amaçlar güden farklı kuruluşların faaliyetlerine katılarak sosyal hayat içinde şahsiyetini geliştirir (Erkal, 2012: 106). Sosyalleşme ve sosyal ilişkiler birbirine bağlı unsurlardır. Ailede başlayan sosyalleşme aynı zamanda sosyal ilişkilerin de öğrenme sürecidir. Sosyal ilişkilerin etkili bir şekilde sürdürülmesi sosyalleşme sürecinin de başarılı bir şekilde devam etmesine katkı sağlar.

Karşılıklı sosyal ilişkilere dayanan toplumsallaşma , gruptaki her üyenin davranışı diğerlerinin davranışını etkilemekte, kontrol etmekte ve düzenlemekte; böylece sosyalleşme de karşılıklı olmaktadır. Sonuç olarak, sosyalleşme, insanın doğal benliğinden sıyrılıp yüksek bir özgürlük kavramını kabulüyle, kimliğini oluşturma ve toplumla etkileşimde bulunarak bu bütünün bir parçası haline gelme sürecidir (Tokgöz, 2013: 2).

Toplumsallaşma başarılı ya da başarısız olabilir. Dönmezer (1984:153) başarılı sosyalleşmenin üç aracı olduğunu ifade eder: Bunlardan birincisi, bireyin önceden bildiği tutum ve davranış örnekleri ve konuları ile yenilerini birbirinden ayırt edebilmesidir. İkincisi, sosyalleştirici aracın çocuğu doğru ve uygun olmayan hareketleri bakımından cezalandırılması bir başka ifadeyle arzulanan tavır ve eylem örneklerinin ödülleri ve cezalarla kuvvetlendirilmesi gerekir. Üçüncüsü ise, arzuladığı bir hareketten yasaklanan kişinin duyduğu duyguların uygun şekilde idare edilmesidir.

Diğer yandan başarısız toplumsallaşma ise, bireyin toplumdaki uyum ve dayanışmayı sağlamaya yönelik kuralları öğrenememesi ya da eksik öğrenmesidir. Toplumsallaşma her birey için aynı biçimde gerçekleşmez (İçli, 2009: 121). Bireyin aile başta olmak üzere sosyalleşme sürecinde etkili olan diğer unsurların yapısı ve bireyin bu yapılarla kurduğu iletişimin boyutu sosyalleşme sürecini de etkilemektedir. Ergil'e göre (1984: 30), toplumsallaşma sürecinde kopukluklar meydana gelirse ya da toplumsallaşma işlevini en etkin olarak yapan birincil kümeler, kurumlar, görevlerini gereğince yapamazlarsa boşlukta kalan insan, kendisine yeni bir sosyal sığınak arar. Ergil'in burada dikkat çektiği gibi sosyalleşme sürecini etkileyen kurumların görevlerinin gereğini yapamamaları sosyalleşmenin başarısızlığına neden olmaktadır. Diğer yandan toplum içindeki bazı bireyler kültür isteklerine uygun hareket edememektedir (Dönmezer, 1984: 155). Bu durumda bu bireyler için toplumsallaşma sürecinin başarılı olarak gerçekleştiğini söyleyebilmek mümkün değildir. Dönmezer (1984:155) başarısız sosyalleşmeyi dört nedene bağlamaktadır. Bunlardan birincisi biyolojik kalıttır. Sosyalleşme durumunda olan kişi aklen zayıf, temel fizik bakımından engelli malul olabilir. İkinci neden, kültürdür. Kültür taşıdığı inanç, davranış ve değerleri itibariyle gelenekçi ve statik karakterde olduğundan, yeni bilgilerin yayılmasında yetersiz kalabilir. Üçüncü neden gruptur. Bazen, sosyal yapı içindeki yerleri dolayısıyla, bütün bir grup veya sosyal kategori mensuplarının uygunsuz ve yetersiz biçimde sosyalleşme geçirmiş olmaları mümkündür. Dördüncü unsur ise

doğal çevredir. Kişinin yaşadığı doğal çevre, bireyi uygun olmayan veya gerçekleştirilmesi mümkün olmayan davranışlara itebilir.

Toplumsallaşmanın başarılı olmasında sosyal ilişkiler önemli bir yere sahiptir. Bireyin sosyalleşme sürecinin yönünü sosyal ilişkilerinin niteliği ve etkinliği belirlemektedir. Özkalp de (2011:130) toplumsallaşmanın başarısına bu çerçeveden yaklaşmaktadır. İnsanın olumlu bir toplumsallaşma süreci yaşaması için gerekli en önemli şey, onun diğer insanlarla kurduğu iletişimidir. Çevrelerinden uzaklaştırılarak, yalnız başına bırakılan kimselerin bu süreci başarılı olarak tamamlayamadıkları gelişim bozuklukları gösterdikleri saptanmıştır.

Toplumsallaşma sürecinin doğumla başlayıp, ölüme kadar sürmesi bireylerin topluma uyum için sürekli bir öğrenme süreci içerisinde olduklarını göstermektedir. Bu durumda yalnızca çocuklar değil, yetişkinler de toplumsallaşmaktadır (İçli, 2009:123). Sosyalleşme sürecinde çocukluk çağı ile yetişkinlik çağı arasında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Dönmezer'in dile getirdiği gibi (1984: 151) çocuğun sosyalleşmesinde başta gelen unsur ailedir ve aile ile çocuk arasında duygusal bir ilişki vardır. Buna karşılık, yetişkinlerin sosyalleşmesinde duygusal ilişki yoktur. Çocuğun sosyalleşmesinde yüz yüze ilişkiler etkili iken yetişkin toplumsallaşmasında Aziz'in de belirttiği üzere (1982: 31) sosyal ilişkilerin geniş çaplı yapıldığı, yüz yüze ilişkinin azaldığı dernek, parti, çalışma yerleri, askeri kamplar gibi etmenler etkilidirler. Aile, çocuğu sosyalleştirirken çok kere kuvvete, zora buna karşılık yetişkini sosyalleştirirken akla ve faydaya başvurur (Dönmezer, 1982: 152). Yetişkin sosyalleşmesi, sosyalleşmenin daha akılcı ve rasyonel bir aşamasıdır. Bu aşamada güç ve kuvvet kullanma yerini ya pragmatik bir yaklaşıma ya da iknaya bırakabilmektedir.

Bireyin yetişkinlik döneminde bir yandan yeni konumuna uygun rol ve statülerin gerektirdiği norm, değer ve davranış kalıplarını, yaşamın bu dönemine gelinceye kadar toplumsallaşma sürecinde edindiklerine ekleyerek geliştirmekte, diğer yandan da var olanlara tamamen zıt, farklı toplumsal değişmelerin paralelinde ortaya çıkan yeni değer, norm ve ilişkilere uygun tutum ve davranış kalıpları geliştirebilmekte, yeniden toplumsallaşma sürecine dâhil olabilmektedir (Orhan, 2009: 45). Dinamik bir özelliği olan toplumsal yapı içerisinde birey yeni durumlar, roller ve statüler karşısında tutum ve davranışlarını da değiştirmektedir. Bu çerçevede, bireyin bilgilerini, değerlerini, alışkanlıklarını, tutum ve davranışlarını temelden değiştirmesine yeniden toplumsallaşma denir (İçli, 2009: 124). Sürekli bir değişimin yaşandığı günümüzde

bireyler yaşadığı mekânları, sosyal gruplarını, statülerini, mesleklerini, dolayısıyla yaşam alışkanlıklarını ve yaşam tarzlarını da değiştirebilmekte, yeni bulunduğu mekân, grup ya da statü çerçevesinde yeniden toplumsallaşma sürecini gerçekleştirmektedir. Yeninden toplumsallaşma, bu bağlamda toplumsal değişimle ilgilidir ve toplumsal değişimin etkisindedir.

3.2. Siyasal Toplumsallaşma

Birey dünyaya geldiğinde içinde doğduğu toplumla ilgili hiçbir şey bilmemektedir. Ne toplumun siyasal sistemi, ne ekonomisi, ne kültürü, ne eğitim ve diğer kurumları ve süreçleri hakkında herhangi bir bilgisi bulunmaktadır. Bunlarla ilgili bilgileri çeşitli yollarla, farklı aracı kurumlarla ve değişik yöntemlerle bir süreç halinde ve yavaş yavaş öğrenir (Dursun, 2012: 220). İşte bu toplumsallaşma sürecinin önemli bir boyutunu, siyasal toplumsallaşmayı ifade etmektedir.

Siyasal toplumsallaşma, bireylerin politik inanç ve tutumları elde etme sürecidir (Rob, 2007: 2). Diğer bir tanıma göre ise, siyasal toplumsallaşma, siyasal değerler ile toplum üyeleri arasında ilişki ve bu siyasal değerlerin bireylere aktarılma süreci (Türkkahraman, 2000: 23) olarak ifade edilmektedir. Bu çerçevede, siyasi toplumsallaşma süreci toplumun politik kültürünün halk grupları aracılığıyla nesilden nesile iletimidir (Ugwu vd. 2010: 44). Bir başka ifade ile siyasal toplumsallaşma, toplumsal-siyasal çevre ile birey arasında yaşam boyu süren dolaylı ve doğrudan etkileşim sonucunda, bireyin siyasal sistemle ilgili görüş, davranış ve değerlerinin gelişmesi (Alkan ve Ergil, 1980: 17) olarak da değerlendirilmektedir.

Marshall (1999: 666) siyasal toplumsallaşmayı, siyasal semboller, kurumlar ve prosedürler hakkında bilgi edinerek, yönetimin pasif ya da aktif bir üyesinin rolünü öğrenerek ve değer sistemi ile tüm yapıyı destekleyen ideolojiyi içselleştirerek siyasal sistemin içine yerleşme süreci olarak tanımlarken Mora (2008: 44) ise siyasal hayata ait düşünceler ve yargılardan oluşan siyasal inanç sisteminin, insanın bütün hayatını kapsayan bir etkileşim süreci sonucunda ortaya çıktığını ifade etmektedir. Mora'ya göre, siyasal kültürün aktarıldığı bir süreç olarak siyasal toplumsallaşma, bir yandan kişinin yaşadığı tüm kültürel değerlerin içselleştirildiği, diğer yandan farklılıkların ve aynılıkların belirginleştiği bir değişim sürecidir. Siyasal dünyaya bakış, bu süreç sonunda belirginleşmektedir. Yeşilorman'ın da (2009: 148) belirttiği gibi siyasal

toplumsallaşma bireyin genellikle yer aldığı toplumun siyasal yapısı ve değerlerine bağlıdır.

Siyasal toplumsallaşma, bireylerin siyasal toplumdaki yerlerini nasıl bulacağı ve onların siyasal amaçlar, aktörler, semboller ve süreçlere karşı bireysel tutumlarını nasıl keşfedeceğini (Schwarzer, 2011: 2) ortaya koymaktadır. Siyasal toplumsallaşma ile bireyler, siyasal sistemde rol oynamaya hazır birer “siyasal insan” haline gelirler. Bu süreçle bireyler siyasal sistemin değerlerini, kurallarını, inançlarını, eğilimlerini ve davranışlarını öğrenir, neler yapmaları gerektiğini kavrar ve ne tür rol oynayacaklarını bilirler (Dursun, 2012: 221). Siyasal toplumsallaşmayı siyaset ile ilgili bir öğrenme süreci olarak değerlendiren Türkkahraman (2000: 23) ise bu süreçte insanlara siyasete katılma veya katılmama konusunda hangi davranışlarının kabul edilebilir ve insanlar arası ve devletle olan ilişkilerinin nasıl olması gerektiğinin öğretildiğini belirtir. Bu çerçevede siyasal toplumsallaşma süreci bir yandan toplumun siyasal sisteminin değerlerini diğer yandan da siyasal sistem içerisinde nasıl bir tutum ve davranış gösterileceğinin öğrenilmesi ve ona uyum sağlanması sürecidir. Cho vd. göre de (2006: 166) siyasal toplumsallaşma oy konusunda karar almak dâhil belirli siyasi tutumları üretmektedir.

Çocuklar siyasete ilgi duymaya ve siyasi sisteme dair görüş, tutum ve değer hükümleri edinmeye oldukça erken bir yaş döneminde başlarlar (Taşdelen, 2010: 159). Siyasal toplumsallaşma, çocukluk döneminde başlayarak yaşam boyu devam eder. Siyasal toplumsallaşma sürecinde çocuk, sosyalleşme sürecinde olduğu gibi aile, okul, toplumsal çevre ve kitle iletişim araçları aracılığı ile siyasal değer, kural ve davranış kalıplarını benimsemekte, bu süreç yaşam boyu devam etmektedir (Baltacı– Uysal, 2012:190).

Easton ve Dennis, çocukların siyasi sosyalleşmesinin dört aşamadan geçtiğini ifade etmektedirler. Bunlardan birincisi, “siyasallaşma aşaması”dır. Bu aşamada çocuk ailesi dışında siyasi bir alanın varlığının farkına varır. İkinci aşama olan “kişiselleştirme aşaması”nda ise çocuk için başkan ve polis iki ideal otorite ve makamlardır. Üçüncü aşamada “genelleme aşaması”dır ki, bu aşamada çocuk ideal otorite sahiplerini idealize eder, siyasal meşrulaştırma genelleştirilir. Son aşama ise “kurumsallaştırma aşaması”dır. Bu aşamada, kişiselleştirilmiş yapılardan kurumlara yön değiştirilmesi gerçekleşir (Sears, 1971: 155). Ancak, yaşamın her evresinin siyasal toplumsallaşmada farklı özellikleri bulunmaktadır. Çocukluk çağının kendi ruhuna uygun özellikleri

siyasal toplumsallaşma sürecinde de kendini göstermekte, bu süreç ergenlikte farklı bir boyuta, yetişkinlik sürecinde ise daha farklı bir boyuta ulaşabilmektedir.

Tatar (1997: 63), çocuğun bu süreç içerisindeki tutum ve davranışlarının duygusal ve bilgisel olmak üzere iki boyutta düşünülmesi gerektiğini belirtir. Aile içerisinde başlayan duygusal boyutta, çocuk siyasi kültürün herhangi bir yönüne veya unsuruna bağlı olmakla birlikte sebep-sonuç ilişkisini izah edememektedir. Dursun'a göre (2012: 222) ise çocuk daha okula gitmeden önce evinde birtakım siyasal liderlerin fotoğrafları, maketleri veya sembolleriyle tanışır ve bunlara karşı bir duygusal tutum kazanır.

Siyasal toplumsallaşma süreci, özellikle çocuğun okula başlamasından sonra bilgisel yönden de gelişme gösterir (Tatar, 1997: 63). Siyasal sisteme ve liderlere yönelen duygusal eğilimler edinilen bilgilerle daha da güçlenir ve yeni anlamlar kazanır. Duygusal bakımdan toplumsallaşma son bulmaz, ancak bilişsel toplumsallaşma onun önüne geçer (Dursun, 2012: 223). Bu süreçte çocuk öğretmenleri, ders kitapları, arkadaşları ve kitle iletişim araçları aracılığıyla ülke yöneticilerini ve görevlerini, milletvekili, belediye başkanı ve mahalle muhtarı seçimlerini, oy kullanma yaşını öğrenir.

Her siyasal sistem, genç kuşakların eğitilmelerini ve eğitim aracılığıyla ülkedeki mevcut siyasal sistemin özelliklerini öğrenmelerini ister ve bu yönde çaba gösterir (Öztekin, 2003: 214). Aslında bu siyasal sistemin öğretilmesi sisteminin devamının bir gereğidir. Sistemin devamı elbette ki genç kuşakların bu bilgilerle donatılması ile sağlanacaktır. Erzen ve Yalın da (2012: 54) her siyasal sistemin, siyasal toplumsallaşma sürecinde siyasal düzenin sürmesine yönelik olarak değer, inanç ve davranış aşılamaya çalıştığını belirtmektedirler. Bu nedenledir ki, siyasal toplumsallaşmada ergenlik ve gençlik çağındaki gelişmeler son derece önemli rol oynar. Genellikle okullarda geçen bu yıllarda gençler siyasal sistemle ilgili her türlü bilgileri edinir, vatandaş olarak yetişmeleri sağlanır (Dursun, 2012: 223). Siyasal toplumsallaşmada eğitim kurumu önemli bir rol oynar. Ancak, her birey aynı şekilde eğitim sürecinden geçmez. Bu süreçte okulun yanı sıra, Orhan'ın da belirttiği üzere (2009: 34) siyasal öğrenme kaynakları farklılaşmakta, aile ve okul yanında arkadaş grupları, sivil toplum örgütleri, kitle iletişim araçları vb. kaynaklar da vazgeçilmez birer siyasal öğrenme kaynağı olmaktadır.

Genç kuşakların eğitim sürecini çeşitli dönemlerde bırakabilmektedir. Bir kısmı ortaokul, bir kısmı lisede eğitimlerini bırakmak durumunda kalırken bir kısmı ise üniversite eğitimini de sürdürmektedir. Turan'a göre (1977: 49) eğitime devam etmeyenlerin tecrübeleri farklı olacaktır. Örneğin, genç yaşta evlenen kızlar, siyasal yaşamla ilgisini kesecek ya da eşinin isteğine göre oy kullanacaktır. Erkeklerin çalıştığı kurumlar, ilişkide bulunduğu gruplar, yaşadıkları yerleşim biriminde edineceği değer, inanç ve kuralları onların siyasal davranışlarına yön verecektir. Bu çerçevede siyasal toplumsallaşmada sosyal ilişkilerin etkinliği dikkat çekmektedir. Birey, sosyal ilişkide bulunduğu grup ya da yapı doğrultusunda siyasal toplumsallaşma sürecini yaşayacak ve bu grup ya da yapıların değer ve normları doğrultusunda bir siyasal davranış ortaya koyacaktır.

Çocuklukla başlayan, gençlik döneminde edinilen siyasal değer, inanç norm ve davranışlar, buna dair gelişen tutum ve tercihler olgunlaşmış bir yapıda olmamakla birlikte bireyin ileriki yaşamındaki siyasal gelişimine temel teşkil etmesi bakımından önemlidir (Orhan, 2009: 39). Gençlik döneminin siyasal davranış açısından çeşitli sonuçlarının olduğu ileri sürülmektedir. Örneğin, gençlerin daha ülkücü oldukları, gösteriler, mitingler gibi siyasal faaliyet türlerine daha sık katıldıkları belirtilmiştir (Turan, 1977: 50). Gençlerin bu dönemde çeşitli siyasal katılım biçimlerini göstermeleri siyasal toplumsallaşma süreçlerini de etkilemektedir. Aile ve okuldan aldığı siyasal bilgi ve değerlerin yanında arkadaşlar ve sivil toplum örgütlerinden alınacak bilgilerle bu süreç daha etkin bir şekilde geçecektir.

Bu süreç, bireyde bazı değişimlerin olmasına neden olabilmektedir. Öztekin'in de (2003:215) vurguladığı gibi, bireyler aile fertlerinden edindikleri bilgiler doğrultusunda aldıkları siyasal kültür sonucu belirli siyasal görüşe ulaştıkları halde, okulun etkisi ile bir başka siyasi görüşü benimseyebilirler. Ya da okuldan aldıkları siyasi görüşlerin ve siyasal olaylar karşısındaki tutum ve davranışlarını, meslek örgütleri içine girdiklerinde bu örgütlerin etkisiyle değiştirebilirler. Toplumsallaşma gibi siyasal toplumsallaşma da bir süreçtir. Dolayısıyla karşılaşılan her yeni durum, bir değişikliğe ya da yeni bir tutum ve davranışın ortaya konulmasına neden olabilmektedir.

Bireyin gençlikten olgunluk çağına geçişi siyasal tutumlarında bazı değişikliklerin yaşanmasına neden olmaktadır. Bireyin evli olup olmadığı, çalışıp çalışmadığı, çocuk sahibi olup olmadığı gibi etkenler siyasal toplumsallaşmayı etkilemektedir (Turan, 1977: 50) ve bu etki sosyal ilişkilerin niteliğinde yaşanan

değişimle ilgilidir. İnsanlar genellikle toplumsal yapı içerisinde sınıf değiştirme, daha iyi yaşama imkânlarına erişme, refah düzeyini yükseltme gibi durumlarla yetişkinlik döneminde karşılaşır. Bu değişiklikler siyasal toplumsallaşma üzerinde de önemli değişiklikler meydana getirecektir (Dursun, 2012: 223). Yetişkinlik döneminde birey, iş sahibi olma, ev ve aile sorumluluğu taşıma vb. gibi konumsal farklılıklarının etkisiyle siyasal düşüncelerinde ütopyik idealleri savunan ideolojiler yerine, toplumsal ve siyasal realiteye uygun gerçekçi fikir ve düşünceler benimsemekte bu yönde tutum ve davranış kalıpları geliştirmektedir (Orhan, 2009: 49). Elbette ki bireyde yaşanan değişim süreci burada sona erecek değildir. Siyasal toplumsallaşma, çocukluk çağında başlayan yaşamının sonuna kadar devam eden bir süreçtir. Ancak, bu süreçte sürekli olarak bir değişimin olacağını söyleyebilmekte mümkün değildir. Zira, bazı hallerde çocuk yaşlarda edinilen siyasal bilgi çerçevesinde oluşan siyasal tutum, süreç içerisinde değişime uğrayabileceği gibi, bazı hallerde ise çocuklukta edinilen siyasal kültür yeni bir çerçeve kazandırılarak devam edebilmektedir. Tatar (2003: 338) bu çerçevede, bazen yetişme döneminde edinilen önemli deneyimlerin, bütün bir yaş grubunun siyasî görüşünü belirlemesi şeklinde olurken, bazen de gençlik, olgunluk ve yaşlılık çağlarının tipik sosyal tecrübe kalıpları arasındaki farklar olarak görüldüğünü ileri sürmektedir.

Siyasal toplumsallaşma sürecini toplumsal değişme ve gelişmelerin dışında düşünebilmek mümkün değildir. Toplumsal değişim ve gelişimler siyasal toplumsallaşma sürecini de etkilemektedir. Bu çerçevede, kentleşme, sanayileşme, göç vb. gibi unsurlar siyasal toplumsallaşma üzerinde farklı etkilerde bulunmaktadır. Turan'ın da belirttiği gibi (1977: 52) köyden kente gelerek yerleşen kuşaklar, köyde edindikleri kültürün yeni çevreleri ve koşullarıyla uyum sağlamadığını görebilirler. Köyde, başka bir siyasal parti yandaşlarıyla sosyal ilişkide bulunmazken, kentte işleri dolayısıyla ya da başka nedenlerle değişik eğilimli kişilerle etkileşimde bulunmaları gerekir. Yani Durkheim'in toplumsal iş bölümü kuramı çerçevesinde organik dayanışma, farklı çevrelerle sosyal ilişkileri zorunlu kıldığından, köyden kente gelen ya da küçük kentlerden daha büyük yerleşim birimleri metropollere gelen bireyler çok farklı çevrelerle sosyal ilişkiler içerisinde bulunmakta, siyasal düşünce ayrımı yapamamaktadır. Elbette ki, bu sosyal ilişkiler bireyin devam eden siyasal toplumsallaşma süreci üzerinde etkili olabilmekte, dahası bulunduğu ya da bulunmak istediği grubun davranışları doğrultusunda yeni davranışlar ortaya koyabilmektedir.

Hiç şüphesiz bütün bu nedenlerin yanında bireyin kendisinden kaynaklanan nedenlerden dolayı da değişimin olabilmesi mümkündür. Turan'a göre (1977: 53) bireyin yaşlanması, rollerin değişmesi, bilgi edinme imkânının artmasıyla birlikte siyasal bilgi düzeyinin de gelişmesi doğal olarak bireyi bazı değer ve tutumlarını yeniden gözden geçirmeye yöneltmektedir. Yaşın ilerlemesiyle birlikte tutuculuk artmakta, siyasal faaliyetlere katılım düzeyi yükselmektedir. Bir kimsenin yaşlanmasıyla birlikte, gelirinde, mesleğinde veya eğitim seviyesinde ilerlemenin de ihtimal dâhilinde olduğuna dikkat çeken Tatar'ın da belirttiği gibi (2003: 340) orta ve ileri yaş dilimlerinde düzene girmiş bir hayat ve nispeten sabitleşmiş tercihler söz konusudur. Bu da oy verme davranışına yansımaktadır. İleri yaş dilimlerinde emeklilik dolayısıyla daha çok serbest zamana sahip olmak, siyasete tartışma boyutunda yaşanan ilginin, orta yaşa göre artmasına neden olmaktadır.

3.3. Siyasal Toplumsallaşma Kuramları

Siyasal toplumsallaşmaya yaklaşım tarzlarının gerisinde, ideolojik bir argümanın beslediği devlet-toplum-birey ilişkilerine bakış açısındaki farklılıklar yatmaktadır. Plüralist teoriler bireyi, kolektivist teoriler toplumu, otoriter ve totaliter teoriler ise devleti ideolojilerinin temeline oturturlar ve siyasal toplumsallaşmayı bunlardan birinin belirleyiciliği çerçevesinde ele alırlar (Çetin, 2003: 47). Bu çerçevede siyasal toplumsallaşma konusunda öne çıkan teorik yaklaşımlar işlevselci, çatışmacı ve psikanalitik yaklaşım (Alkan, 1979: 13; Çetin, 2003: 48) olmak üzere üç temel başlıkta incelenebilir.

3.3.1. İşlevselci Yaklaşım

İşlevselci yaklaşım, genelde Amerika'daki sosyal bilimcilerin benimsediği bir yaklaşım olması ve siyasal toplumsallaşmanın konu olarak en çok bu ülkede çalışılmasından dolayı benimsenen teorik yaklaşımlardan birisi olarak öne çıkar (Akın, 2013: 73). Siyasal olguyu yapısal-işlevselci bir yaklaşımla ele alan bilim adamları (Almond, 1960; Easton, 1965; Almond ve Powel, 1966), siyasal toplumsallaşmayı da genel işlevselci çerçeve içinde değerlendirme eğilimindedirler (Alkan, 1979: 14). Bu değerlendirmelere göre işlevselci yaklaşım bireyin toplumsallaşmasına bir girdi-çıkı ilişkisi olarak bakar. Her siyasal sistem üyelerini kendi değer ve ilkelerine uyumlu kılmak için onlara bilgi, düşünce, kural, inanç ve değer aşlamak ister. Bireyler de

kendilerine yönelen bu talebe karşı olumlu veya olumsuz cevap verir (Çetin, 2003: 50). Siyasal sistemler varlığını idame ettirebilmek için üyeleri arasında bütünleşme, dayanışma ve mutabakat sağlamaya çalışır. Bunu da siyasal toplumsallaşma yoluyla yapabilmektedir.

Almond'a göre, siyasal toplumsallaşma genel siyasal sistem dâhilinde açıklanabilecek bir süreçtir ve toplumsallaşma araçları yoluyla toplumun üyelerini genel siyasal sisteme uyumlu birer üye olarak yetiştirilmesi işlevini yerine getirmektedir (Akın, 2003: 74). Böyle bir etki-tepki süreci içerisinde sistem, uzlaştırıcı, birleştirici, mutabakatçı ve yumuşak bir ifade kazanmakta, değişim ancak herhangi bir nedenle sistemin işleyişine ve uyuşumuna artık yardımcı olamayacak unsurların ortadan kaldırılmasıyla gerçekleşmektedir (Yücekök, 1987: 37). İşlevselci yaklaşım, siyasal toplumsallaşmayı siyasal sistemin sürekliliğini sağlayan bir yapı olarak değerlendirmektedirler.

İşlevselci yaklaşıma göre, bireyin siyasal sisteme yönelik ideolojik, hukuksal ve ekonomik bağlılığı arttıkça sistemin desteği güçlenir ve birey ve toplum arasında uyumlu bir gelişim ilişkisi ortaya çıkar. Birey, kendisinin rolünü (işlevini) toplumda hazır olarak bulur ve siyasal yapı bu role bireyi hazırlar. Bu sayede birey hem kuşaklar boyu devam eden çevresel kuşatmanın hem de siyasal sistemin ideolojik kuşatması altında rollerini işlevselleştirir (Çetin, 2003: 50). Sürekli bir biçimde aynı çerçevede işleyen bu yapı sayesinde birey siyasal sistem içerisinde kendisine yer bulabilmekte hem de siyasal sistemin devamı sağlanabilmektedir.

Siyasal sistemin sürekliliğinin siyasal toplumsallaşma yoluyla sağlandığını varsayan işlevselci yaklaşım, düzene ve sürekliliğe dikkat çekmesi, değişimi açıklamada yeterli görülmemesi dolayısıyla eleştirilmektedir (Alkan, 1979: 15). Her türlü ilişkinin statükonun belirlediği alanlar ve ilkeler içerisinde olacağını öngörmesi, işlevselci yaklaşımda bireyin ve bireysel tercih farklılıklarının yok sayılmasına neden olmaktadır (Çetin, 2003: 51).

Hiç şüphesiz, siyasal sistem de diğer olgular gibi çeşitli nedenlerden dolayı değişim yaşayabilmektedir. Toplumsal yapılar da, toplumsal kurumlar da normlarda değerlerde yaşanan değişimler siyasal toplumsallaşma sürecinde de değişime neden olmaktadır. Bu çerçevede işlevselci yaklaşımın dikkat çektiği gibi sürekli bir biçimde değişmeden devam eden bir yapıdan söz edebilmek mümkün değildir.

3.3.2. Çatışmacı Yaklaşım

Çatışmacı Yaklaşım, hem toplumsal farklılıkların hem de siyasal talep farklılaşmasının ürünü olarak siyasal toplumsallaşmanın da bu farklılıklar arası çatışmaya yol açtığını savunur (Çetin, 2003: 51). Bu çerçevede çatışmacı yaklaşım, siyasal sistemde denge ve süreklilik yerine değişime ve sınıfsal farklılaşmaların doğurduğu siyasal toplumsallaşmanın farklı görünümüne önem vermektedir (Alkan, 1979: 16). Bir başka ifadeyle, çatışmacı yaklaşım siyasal toplumsallaşmayı farklılık ve çatışma ekseninde eler alır ve değişim odaklı bir anlayışı ortaya koyar.

Çatışmacı yaklaşımın kökleri 19'uncu yüzyılda Avrupa'daki sanayi devriminin oluşturduğu sosyo-ekonomik koşulların ve gelişmelerin incelenmesine dayanmaktadır. Çatışmacı modeli hem Marxstler hem de Dahrendorf gibi Marxist ekolün dışındaki bazı teorisyenler de ele almışlardır. Marxistler, üretim ilişkilerinin egaliter bir düzeye ulaşması ile toplumda çıkar farklılaşması kalamayacağını, bunun bir sonucu olarak da çıkar çatışmalarını yansıtan sınıfların ortadan kalkacağını ileri sürmektedirler. Dahrendorf gibi düşünenler ise sınıflar arası çatışmanın kaçınılmaz olarak sınıfsız topluma ulaşacağını kabul etmeden, sınıf çatışmasının kapitalist bir toplum içerisinde sürekli olarak bulunabileceği düşüncesini savunmaktadırlar (Yücekök, 1987: 33). Bu değerlendirmeler çerçevesinde Yücekök'e göre (1987: 34) böylesine bir çatışma modeli, toplumsal değişimin ekonomik, siyasal, kültürel ve sosyal çevrenin etki-tepki ilişkisi içerisinde gerçekleştiğini, çatışmanın meşru baskı ile kontrol edilip kanalize edildiğini ve toplumu tek bir yöne itecek herhangi bir toplumsal dinamiğin var olmadığını önerir. Bu anlamda bu tür çatışma modelleri bize bir toplumda gelişmenin, modernleşmenin toplumsal dinamiklerini verir. Toplumun bünyesindeki grupların, kurumların iktidar savaşındaki rollerini ve etkilerini inceler, çatışmanın siyasal yapıda nasıl kontrol edilerek demokratik ve barışçı yollardan çözümlenebileceğini açıklar.

Birey, içerisinde bulunduğu ekonomik sınıfın, toplumsal statü grubunun, etnik ve dinsel yapının, ideolojik çevre unsurlarının etkisiyle kurulu yapının düzenliliği içerisine adapte olmak istemez. İçerisinde bulunduğu bu etkileşim unsurlarının katkısıyla farklı oluşumlara karşı, kurulu düzenin değer ve ilkelerini benimsemeyerek çatışmacı bir tutum izleyebilir. Ancak, bu davranışlar onun siyasal olarak toplumsallaşmasına, siyasal ve toplumsal yapıdan taleplerini aktif savunmasına yol açarak çatışma içerisinde bir uzlaşma geleneğini kabul etmesine neden olabilir. Bu çerçevede çatışmacı teori, sadece birey, toplum ve siyasal yapı arasındaki uyumsuzluk

ve ötekini yok etme mücadelesi olarak değil, aynı zamanda bir toplumsal uzlaşma ve siyasal konsensüs arayışı olarak da (Çetin, 2003: 52) değerlendirilmekte ve uzlaşmanın sağlanmasında farklılıkların sunumu ve taleplerin karşılanması noktasında görüşleri savunmaktadır. Güllüpınar'ın da dile getirdiği gibi (2013: 36) siyasal toplumsallaşma sürecinde çatışmacı yaklaşım, bireye içinde bulunduğu toplumsal ortamlara bağlı olarak taleplerini mevcut sisteme aktarma fırsatı verdiği gibi; bu taleplerin karşılanmasında diğerlerinin talepleriyle etkileşimde bulunarak uzlaşmacı bir kişilik oluşturmaya imkân sağlayabilmektedir.

Siyasal sistemde denge ve süreklilik yerine değişime, sınıfsal farklılaşmaların doğurduğu siyasal toplumsallaşmanın farklı görünümüne önem veren bu yaklaşım; işlevselci çalışmalardan çok daha tutarlı ve genellemeye elverişli sonuçlar doğurmaktadır. Örneklemelerine farklı toplumsal sınıfları ve etnik grupları almak, yöntem olarak açık uçlu sorulara ağırlık vermek, okul ve aile dışındaki toplumsallaşma etmenlerine önem vermek, yetişkinlerin toplumsallaşmasını göz önüne almak (Alkan ve Ergil, 1980: 16) çatışmacı yaklaşımı farklı kılan unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

3.3.3. Psikanalitik Yaklaşım

Psikanalitik yaklaşımın temelinde, bireyin davranış kalıplarının oluşmasına çocukluk döneminde kazanılan özelliklerin önemli rolü olduğu kabul edilir (Çetin, 2003: 48). Bu yaklaşıma göre, çocukluk döneminde edinilen bazı çelişkiler yaşam boyu süren temelli bir nitelik göstermekte, siyasal davranışlarda da etkili olmaktadır (Alkan, 1979: 13). Çünkü, çocukluk döneminde edinilen özellikler bireyin hayatı boyunca davranışlarını, olayları algılayışını ve hayata bakışını etkilemektedir (Güllüpınar, 2013: 32).

Freud 1900'lerde toplumsallaşma konusunda bireyin kişilik oluşumunu, duygusal-güdüsel bir süreç olarak ele almıştır. Bireydeki ahlâk gelişimini ise, bireydeki "alt ben" (id), "ben" (ego) ve "üst ben"(süper ego) ilişkilerindeki denge kavramına bağlamıştır. Çocuğun kalıtımsal niteliğinden doğan bu durum, daha sonra, çocuğun yakın ilişkide bulunduğu anne-baba ve ailedeki diğer kişilerin etkisi ile biçimlenmektedir. Sonraları Freud, bireyin toplumsallaşmasında temel aldığı kalıtımsal özelliklere "çevresel" etmenlerin etkisini benimsemiş ve böylece psikanalitik görüşe yeni bir boyut eklenmiştir. Ancak, temel etmen, bireyin kalıtımsal özellikleridir (Aziz,1982: 12). Bireyin çocukluk döneminde yaşadığı sevgi, düşmanlık, endişe, korku

vb. gibi duygular ile çeşitli konularda yaşadığı sorunlar temel davranışlarının belirmesinde etkilidir.

Psikanalitik yaklaşıma göre, bireylerin çocukluk döneminde yaşadığı sorunlar sonrasında ortaya çıkan tutumlar bireylerde ön yargı, toplumsal ilişkilerden kaçış, kendine güven veya güvensizlik, sorumluluk alma gibi tutumlar, toplumsal rollerini doğal olarak siyasal davranışlarını etkiler. Bireyin siyasal davranışları çocukluk döneminde edindiği çatışmacı veya uzlaşıcı kimlik ve kişilik özelliklerinin ürünüdür. Siyasal çatışmaların açık unsurları olan saldırganlık, zorbalık, egemenlik, otoritercilik gibi davranış kalıplarının bu dönemde edinilen dürtülerden kaynaklandığı (Çetin, 2003: 48) söylenebilir. Çocukluk döneminde özellikle ailede etkin bir toplumsallaştırılma sürecinin olduğu dikkate alındığında, Gökçe'ye göre ise (2013: 119) küçük yaşlardan itibaren aile otoritesi ve iktidar ilişkileri ile yüzleşen çocuk, siyasal kurumlarla ilişkilerini de bu çerçevede algılamakta ve o yönde davranış sergilemektedir.

Psikanalitik yaklaşım kısaca, bireyin kişiliğinde cereyan eden id-ego-süperego çatışması temelinde siyasal toplumsallaşmayı açıklamaya çalışmaktadır. Ancak, bireyin hem toplumsal hem de siyasal gelişmesi sadece çocukluk döneminde kendi çıkarları doğrultusunda ortaya çıkan istekleri ve bu isteklerin toplumsal çevre tarafından kısıtlanması ile sınırlı değildir (Akın, 2013: 73). Siyasal toplumsallaşma süreci çocukluk çağı ile başlamakta, daha sonraki dönemlerde de devam etmektedir. Dolayısıyla siyasal toplumsallaşma süreci bireyin yaşamı boyunca devam etmekte ve bu süreç içerisinde birçok faktörden etkilenmektedir. Siyasal toplumsallaşmayı bireyin sadece çocukluk dönemi çerçevesinde yaşananlarla değerlendiren psikanalitik yaklaşım bu eleştirilmektedir.

3.4. Siyasal Toplumsallaşma Araçları

Bölümün girişinde toplumsallaşma ve siyasal toplumsallaşma tanımlanmaya ve farklı yönleriyle değerlendirilmeye çalışılmıştı. Toplumsallaşma sürecinde olduğu gibi siyasal toplumsallaşma sürecinde farklı aracı kurumların etkisi bulunmaktadır. Siyasal toplumsallaşmanın aile, akran grupları, okul ve kitle iletişim araçları olmak üzere, temel ajanları/aracı kurumları, araçları vardır (Rob, 2007:3). Diğer yandan Rosengren (1994: 6), bunların yanında hukuk, din görevlileri ve büyük toplumsal hareketleri ve komşuluk ilişkilerini de toplumsallaşma aracı olarak değerlendirirken Arnet ise (1995: 617) kültürel inanç sistemini bu araçlar içerisinde değerlendirmektedir. Ancak, elbette ki

bunlar toplumsallaşma sürecinde tali unsurlar olarak nitelendirilebilir. Başat unsurlar olan aile, arkadaş grubu, okul ve kitle iletişim araçları toplumsallaşma sürecinde etkin rol oynamaktadır. Bunların yanında günümüzde cemaatler ve sivil toplum kuruluşları da siyasal toplumsallaşma sürecinde etkili olan araçlar olduklarından çalışma kapsamında bu araçlar da değerlendirmeye alınacaktır.

Bu araçlar doğrudan ya da dolaylı olarak bireyi etkilemekte, ona yaşadığı toplumla uyum sağlamasında yardımcı ve yönlendirici olmaktadır (Gökçe, 2013: 123). Bilimsel çalışmalar bu çerçevede siyasal toplumsallaşma sürecinde hangi araçların daha etkili olduğu, bu araçların bireyi nasıl etkilediği ve etkinin boyutunu ortaya koymaya çalışmaktadır. Elbette ki toplumsallaşma sürecinde olduğu gibi siyasal toplumsallaşma sürecinde de araçların etkisi birçok faktöre bağlı olarak değişmektedir. Bireyin yaşı, sosyal ilişki düzeyi, eğitimi, kitle iletişim teknolojilerinin yaygınlığı, sosyal çevresi, psikolojik yapısı bu araçların hangilerinin daha etkin olacağı noktasında önemli unsurlardır. Bütün bunlara rağmen Rob (2007: 3) bu araçların her birinin güçlü bir etkisinin olduğunu belirtmekle birlikte, ailenin çok daha önemli etkilere sahip olduğunu belirtir.

3.4.1. Aile

Aile toplumun en küçük etkileşim ağı olmakla birlikte toplumsal yapıyı oluşturan makro etkileşim örüntüleri olan kurumlar arasında yer alır. Üstelik ailenin bireyin temel beşeri ihtiyaçlarını birinci elden karşılayan tek kurum olması nedeniyle diğer kurumlara göre artı bir önemi vardır. Aileyi kurum yapan da bu özelliğidir. Toplumsallaşma süreci, bir kurum olarak ailenin önemini daha da arttırmaktadır. Bu nedenle toplumsallaşma süreci, aile araştırmalarında dikkat çeken konulardan biri olmuştur (TAYA, 2011: 44). Toplumun oluşturan bireyler, sosyalleşme sürecine, bir aile içinde başarılar ve kişiliklerinin ve bireysel özelliklerinin önemli bir bölümünü burada kazanırlar (Gür vd., 2011: 37). Bu çerçevede aile bize kimlik ve kişilik kazandıran ilk mekanizmadır. Bu mekanizma kendinden sonraki yapıların da sürece ne kadar ve nasıl etki edeceğini belirlemektedir. Bu nedenle kimlik ve kişilik oluşumu ailedeki sosyalleşme sürecinde başlar.

Bireyin yetişmiş olduğu ailedeki iletişim iklimi, bireyin kimlik ve yaşam tarzı için gerekli şartları belirler; sosyal ve kişisel kimlik gelişimi için hazırlar (Miegel, 1994: 188). Hayatta öğrenilen birçok şeyin daha önce öğrenilen bilgi, değer ve beceriler

üzerine bina edildiği, bu öğrenmelerin aile ortamında gerçekleştiği, ayrıca ailenin birçok kişi için hayat boyu bir yaşam alanı olduğu gerçeği, ailede işletilen sosyalleşme sürecinin önemini ortaya koymaktadır (Özpolat,2010: 15). Bu çerçevede Elkin'in de belirttiği gibi (1995: 67) aile, çocuğun ilişki kurduğu ilk birim ve toplumsallaşma kalıplarının geliştiği ilk çevredir.

Birey doğduğu anda ilk olarak ailenin üyesi olur. Aile çocuğu kuşatan ilk çevre olması ve hayatın önemli bir kısmının bu çerçevede gelişmesi nedeniyle önemli bir sosyalizasyon mekanizmasıdır (Türkkahraman, 2000: 31). Birey sosyalleşme sürecinde sosyal varlık olma özelliğini ilk önce anne kucağında ve aile ortamında kazanmaya başlar ve bu kazanıma toplum hayatı içinde devam eder (TAYA, 2011: 22). İlk bağımlılık, ilk sosyal ilişki ebeveyne karşı doğar ve o kadar etkilidir ki sonradan kurulan sosyal ilişkilerde hep ebeveynle olan ilişkilerin izinden gidilir (Duverger, 2007 :99). Diğer yandan birey ilk otorite ile ailede tanışır. Bu çerçevede, aile toplumsallaşma sürecinde en önemli ve başat faktör olarak sosyal bilimciler tarafından değerlendirilmektedir

Ailede bireyler sorumluluklarını öğrenir. Temel statü ve roller ailede belirginleşir. Çocuk temel becerileri, değerleri ve inançları önce ailede öğrenir (Bahar, 2008: 76). Çocuk okul öncesinde kendisine sunulan sosyal deneyimlerin yanı sıra, model alacağı kişiler olarak da aile bireylerinden yararlanır. Aile çocuğa sosyal açıdan kabul edilen davranış biçimlerinin gelişimi için rehberlik eder (Kandır vd., 2008 :35). Çünkü, aile çocuğun sosyal dünyaya açılan ilk penceresi ve rehberidir. Tezcan'a göre (1985: 159), ailede toplumsallaşma, çocuğa öğretimde bulunma, rehberlik, çocuğun eylemlerine yanıt vermek ve kendi eylemlerine çocuğu katmak yollarıyla olur. Çocuk da uygun örnekleri ve değerleri seçer. Bu seçimi, gözlem, başkalarına katılma, rol oynama ve kendi düşünce ve davranışını yargılama yollarıyla gerçekleştirir.

Grubun varoluşunu, yaşamasını sağlayan, sosyal ilişkilere belirli bir nitelik kazandıran ve bu ilişkilerin sistemli bir hâle bürünmesine olanak tanıyan normlar, ailenin dahil olduğu sosyalleşme sürecinde önemli bir konuyu oluşturmaktadır. Ebeveyn çocuk ilişkisiyle işletilen sosyalleşme sürecinin aileye dönük kısmında, çocuğa normlar teorik ve pratik olarak aktarılmaktadır. Çocuk, ilerde daha karmaşıklaşacak olan sosyal kural ve uygulamaların en basitini aile içinde, anne babasından etkin bir şekilde öğrenmektedir. Bundan sonraki aşamada çocuk, giderek kendi deneyimlerine bağlı olarak sosyalleşecek, toplumla tanışacak ve yüzleşecektir (Şentürk, 2008: 14).

Aile yapısı, özellikle sanayileşme devriminden bu yana değişiklikler göstermiş olmasına rağmen aile, bugün hâlâ toplumsal yapının temelini teşkil etmekte; birçok faaliyet alanını kaybetmiş olmasına karşın çocuk yapma, bakma, büyütme, eğitme ve sosyalleştirme fonksiyonunu sürdürmektedir (Ergün, 1994: 36). Geleneksel toplumların büyük bölümünde bir kişinin içine doğduğu aile büyük ölçüde, bireyin yaşamının geri kalanında yer alacağı toplumsal konumu belirlemektedir. Modern toplumlarda, toplumsal konum böyle doğumla birlikte devralınmaz, ancak yine de bireyin doğduğu ailenin bölgesi ile toplumsal sınıfı, toplumsallaşma kalıplarını kesin biçimde etkiler (Giddens, 2008: 205).

Çocuk, iktidar ilişkileri ile ilk kez ailede tanışmaktadır. Aile içerisinde emirler ve cezalar, saygı ve sevgi ilişkileri, anne-baba ilişkisi çocuğun otorite ile anlamlı ilişki kurmasına yardımcı olur. Bu alandaki iktidar ilişkileri, ileriki dönemlerde siyasal alana aktararak bireysel davranış kalıplarının oluşmasına etki eder (Çetin, 2003: 73). Aile en önemli birincil grup olarak Rawsley'in (2005: 73) de belirttiği gibi erken yaşlardan itibaren görüşlerin inşa edilmesini sağlar. Gross'un (2007: 13) Amerika'da gençlerin siyasal katılımını değerlendirdiği bir araştırmaya göre, ailesel etkiler ile oy verme olasılığı arasında pozitif bir ilişki ortaya çıkmıştır. Politikada aktif ve ilgili aile çocukları seçimlerde oy kullanması daha olası iken; politikaya ilgisiz aile çocuklarının siyasal katılım düzeyi daha düşük olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede siyasal toplumsallaşma sürecinde ailenin etki tartışılmazdır, ancak bu etkinin derecesi tartışılmaktadır. Bu tartışmalardan bir kısmı, Hyman (1959) gibi, ailenin etkisinin yüksek düzeyde olduğunu ifade ederken bir kısmı ise, Dawson (1977), Kornberg ve Thomas (1970) gibi, ailenin etkisinin sınırlı olduğunu ifade etmektedir. Ancak, kabul edilen bir gerçek vardır ki, Gökçe'ye göre (2013:126) ailenin siyasal toplumsallaşma sürecinin ilk aşamalarındaki etkin rolü tartışma dışıdır.

Aile dışındaki araçlarından siyasal toplumsallaşma sürecinde önemli etkileri vardır. Akın'ın da belirttiği gibi (2013: 108) aile en önemli toplumsallaşma araçlarının başında gelse de hem toplumsallaşma hem de siyasal toplumsallaşma süreçleri çocuklukla ya da ailenin yanında geçirilen zamanla sınırlı bir süreç değildir. Bununla birlikte, ailenin etkili olduğu dönemlerde de diğer toplumsallaşma araçları sürece etki etmektedir. Dursun'a göre (2012: 225) özellikle siyasal parti tercihlerinde ve genel tutumların oluşmasında ailenin etkili olduğu kabul edilirken, bunun dışındaki siyasal tutum ve tercihlerde ailenin etkisinin sınırlı olduğu söylenebilir.

Aile ile çocuk arasındaki politik tartışmalar siyasal bilginin seviyesini ve siyasal ilgiyi doğrudan artırır. Aileler sahip oldukları siyasal eğilim ve davranışları doğrudan doğruya ya da dolaylı olarak aktarır (Pacheco, 2008: 416). Aile üyeleri siyasal değer ve tutumlarını bilinçli bir şekilde, bilerek ve isteyerek çocuğa aktarmak isteyebilecekleri gibi daha tipik olarak çocuklar ev ortamında kendiliğinden siyasal değer ve tutumlarla ilgili öğrenmelerde bulunmaktadır (Turan, 1977: 56). Bu durum doğrudan ve dolaylı etkilenme şeklinde ikiye ayrılmakta ve birincisinde bilinçli bir eğitim söz konusu iken ikincisinde çocuğun kendiliğinden öğrenimi ve alışkanlık kazanması (Çetin, 2003: 73) söz konusu olmaktadır. Turan (1977: 56) ailenin bireyin siyasal toplumsallaşmasına katkısının çoğu zaman dolaylı olduğunu ifade etmektedir.

Ailenin siyasal toplumsallaşma üzerindeki etkisi üzerine çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Araştırmalar ailenin çocuğun siyasal sisteme bakışı, siyasi tercihleri, değerleri, tutumları üzerinde etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır (Rawsnley, 2005: 73). Bu bağlamda Ventura (2001: 666), ailenin siyasal toplumsallaşmaya etkisi üzerine yapılan birçok araştırmada ailenin çocukların siyasal yönlendirmesinde birincil kurum olarak dikkat çektiğini belirtmektedir. Bu etki, siyasal bilgilerin elde edilmesi, siyasal kimlik oluşması ve siyasal davranışın ortaya konulmasına kadar varmaktadır. Jennings ve Langton'ın, Amerika Birleşik Devletleri'nde ailenin siyasal toplumsallaşma sürecine etkisi üzerine yaptıkları çalışmada, baba, anne ve çocuklardan oluşan aile hücrelerinin %57'sinin aynı partiye oy verdiğini belirlenmiştir (Ventura, 2001: 677). Bu veri çerçevesinde ailenin siyasal tercihleri çocuklar üzerinde de etkili olduğunu, çocukların ebeveynleri ile benzer siyasal tercihlerde bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Türkiye'de yapılan araştırmalarda da (Tatar, 1997; Dilber, 2012; Aydın ve Özbek, 2004; Doğan ve Göker, 2013) siyasal tercihin belirlenmesinde ailenin etkili faktörlerden biri olduğu ortaya çıkmıştır. Geleneksel aile yapısının azalış göstermekle birlikte halen devam ettiği ülkemizde ailenin sadece siyasal tercihler üzerinde değil Uysal'ın da belirttiği (1984: 115) gibi siyasal katılım üzerinde de kayda değer bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Alkan (1979: 68) ailenin çocuğun siyasal katılım yönündeki davranışlarını iki biçimde etkileyebileceğini belirtir. İlkine göre, aile doğrudan doğruya siyasal ilgi, davranışsal ve düşünsel yönden çocukları etkilemektedir. İkincisine göre ise, ailede edinilen siyasal nitelikte olmayan tutumlar dolaylı yollardan siyasal davranışlara neden olmaktadır. Negiz'e göre (2007: 52) insanların siyasetle ilgilenmeleri ve bilgi edinmeleri çocukluk yaşlarından itibaren aile içinde

başlamaktadır. Ailenin siyasal konulara ilgili olması çocuk üzerinde benzer bir ilgi ve ilerisi için de katılım isteği oluşturmaktadır.

Ailenin birey üzerindeki etkisi yaş ve cinsiyete göre farklılık gösterebilmektedir. Elkin'e göre (1995: 75) kız çocuk kadın rolünde, oğlan çocuk ise erkek rolünde sosyalleşir. Kızlar ve erkekler uygun davranış biçimlerinin neler olup olmadığını ailede kavrarlar. Yaş ilerledikçe erkekler üzerinde ailenin etkisi azalmakla birlikte kadınlar üzerindeki ailenin etkisi Türkiye gibi geleneksel toplumsal yapının hâkimiyetini sürdürdüğü ülkelerde daha fazla olabilmektedir. Aydın ve Özbek de (2004: 162) yaptıkları araştırmalarda, oy vereceği partiyi belirlemede kadınların erkeklerden daha fazla ailelerinden etkilendiklerini ortaya koymuşlardır. Kadınların erkeklere oranla siyasetle daha az ilgilenmeleri, siyasetin erkek işi olduğunun yaygın bir görüş olması ve ailede halen erkek egemenliğinin olması bu durumun nedenleri olarak gösterilebilir.

Yaş ilerledikçe ailenin birey üzerindeki etkisi ters orantılı şekilde azalmaktadır. İleri yaş düzeyindeki seçmenlerin siyasal karar alma konusunda belli bir olgunluğa ve tecrübeye sahip oldukları için oy verecekleri siyasi partiyi belirlemede ailelerinden etkilene düzeylerinin daha genç bireylere oranla düşük seviyede olduğu söylenebilir (Aydın ve Özbek, 2004: 162). Gençlik, olgunluk, yetişkinlik ve yaşlılık çağlarında ailenin yerine diğer kurumlar öne geçmektedir. Siyasal değer ve tutumların oluşumunda veya aktarımında son derece etkili ve güçlü olan ailenin tek başına bireyin siyasal değerlerini belirleyen ve aktaran bir kurum olduğu savunulamaz. Ailenin dışında diğer birincil grup olan arkadaş grubu da toplumsallaşmada aile kadar etkili ve güçlü bir aracı kurumdur (Dursun, 2012: 225). Bununla birlikte okul ve kitle iletişim araçları süreç içerisinde etkili olan diğer araçlar olarak dikkat çekmektedir.

Siyasal toplumsallaşma süreci aile yapılarına bağlı olarak farklılıklar gösterebilmektedir. Dış etkenlere daha açık aile yapılarında daha bireysel kişiliğe sahip fertlerin yetiştiği söylenebilir. Buna karşın, dış etkenlerin daha sınırlı olduğu aile yapılarında ise, ailede hakim olan siyasal tutum ve davranışların çocuklara da aktarıldığı ifade edilebilir (Güllüpnar, 2012: 46). Bu durum ailenin demokratik yapısıyla da ilgilidir. Daha demokratik bir aile ortamında yetişen birey dış faktörlere daha açık olabileceğinden ailenin etkisi daha sınırlı kalmaktadır.

3.4.2. Arkadaşlık Grupları

Siyasal toplumsallaşma sürecinde birey üzerinde etkili olan araçlardan biri de sosyal ilişkilerin yoğun bir şekilde gerçekleştiği arkadaşlık gruplarıdır. Arkadaşlık grupları, yüz yüze ilişkiler ve “biz” duygusu çerçevesinde yaşam boyu devam eden bir süreçte belirli işlevleri yerine getirmektedirler..

Toplumsallaşma sürecinde birey akranı ile benzeşmek için davranışlarını değiştirir (Wiersma vd., 2010: 185). Çünkü, toplumsallaşma sürecinde arkadaşlar zamanla birbirini etkilemekte bu bağlamda iki çocuk zamanla giderek benzer davranışlar sergilemektedirler (Bowker vd., 2010: 711). Bu etkileşim süreci toplumsallaşmanın bir sonucu olarak gerçekleşmekte ve arkadaş grupları bireyin tutum, değer ve davranışları üzerinde etkili olmaktadır.

Arkadaş grupları aynı yaştaki çocuklardan oluşur. Kimi kültürlerde, özellikle de küçük geleneksel toplumlarda, arkadaş grupları yaş dereceleri olarak biçimlenir (Giddens, 2008: 207). İnsan hayatının önemli bir bölümü ailenin yanı sıra bu türdeki gruplar içerisinde geçmekte ve bunların toplumsallaşma sürecinde önemli etkisi bulunmaktadır (Dursun, 2012: 225). Arnett (1995: 620) arkadaşların boş zamanlarını genellikle birlikte değerlendirdiklerini belirtmektedir. Arkadaşlık grupları, çocuğun toplumsal ufkunun genişlemesine ve onun karmaşık bir kişilik kazanmasına katkıda bulunabilir. Arkadaşlık grubu içinde çocuk sevgi, beğeni, yakınlık arar; bunları elde etmek için de kendisini grubun ölçülerine ve değerlerine uydurur (Bozkurt, 2005: 124). Birey, bu gruplar içerisinde kendi beklenti ve yetenekleri doğrultusunda gerekli rolleri gerçekleştirerek toplumsallaşma sürecinin bu boyutunu devam ettirmiş olur.

Bir aile içinde doğan birey ilk değerleri, kuralları ve eğilimleri burada alırken hayatın erken dönemlerinde ailenin yanı sıra içinde yer aldığı değişik arkadaş gruplarından da bu yönde etkilenir (Dursun, 2012: 226). Çocuk ailede edindiği “biz” duygusunun yanında ailede geliştirdiği bilgi ve tecrübeleri ışığında yeni bir “biz” olgusunu arkadaşlık çevresiyle kurar. Ailedeki duygusal ilişkiler, arkadaş grubu aracılığıyla rasyonel ilişki biçimine dönüşür. Liderlik ve itaat yönündeki yetenekleri arkadaşlık gruplarında ortaya çıkmaya başlamaktadır. Yine grup bilinci, birlikte karar alma ve davranış geliştirme kültürü bu grup içerisinde gerçekleşir (Çetin, 2003: 78).

Toplumsallaşma sürecinde akran grubu, çocukluk ile yetişkinlik arasında bir ara dönem olduğundan ergenlerin oluşturduğu bir grup olarak daha yenilikçidir (Rosengren, 1994a: 14). Gençlerin büyüdükçe, arkadaşlarının daha önemli olduğunu belirten Dostie-

Goulet'e göre (2009: 407-418), ailelerin etkisi zamanla azalabilmekte, arkadaşlarının etkisi ise artmaktadır. Kışlalı ise (2000: 119) yaş ilerledikçe, çocukların siyasal konuları daha çok arkadaş grupları içinde tartışmaya başladığını, özellikle aile yapısının otoriter olduğu durumlarda, arkadaş grubunun etkisinin daha kolay görülebildiğini ifade etmektedir.

Arkadaşlık gruplarının bütün hayatı boyunca kişinin toplumsallaşmasında etkili olduğunu ifade eden Akın'a göre (2013: 123) arkadaşlık grupları sadece toplumsallaşmanın insanı yoğun olarak şekillendirdiği çocukluk ve gençlik yıllarında değil aynı zamanda yetişkinlik dönemlerini de bütünüyle içine alan, hayatın her aşamasında insan hayatını etkileyen toplumsallaşma araçlarıdır. Özkalp (2001: 120) yetişkinlik döneminde arkadaş gruplarının evlilik yaşamı, anne baba olma, emeklilik ve eşin ölümü ile ortaya çıkan durumlarda da insanlara yardımcı olduğunu vurgular.

Toplumsallaşma sürecinde olduğu gibi siyasal toplumsallaşma sürecinde de arkadaşlık grupları oldukça etkilidir. Birey, aile içinde temel siyasal yönelimleri; tutum, değer ve davranış kalıplarını öğrenir. Arkadaş grupları ile siyasal toplumsallaşma sürecinde hem siyasal sistem hakkında bilgi aktarımı yapmakta hem de siyasal tutum, değer ve davranışların birey tarafından öğrenilmesi için ortam oluşturmaktadır (Orhan, 2009: 66). Arkadaş grupları ile güncel siyasal konular hakkında değerlendirmeler yapmak, bu konulardaki tartışmalar içerisinde bulunmak, siyasal faaliyetlere katılım gösterebilmek siyasal toplumsallaşma sürecine ivme kazandırmaktadır. Akın'a göre (2013: 124) siyasal örgütlerin belli bir düşünce ya da ideoloji etrafında toplanmış insanlar tarafından oluşturulduğu hatırlanırsa, arkadaşlık gruplarının siyasal toplumsallaşma açısından nasıl önemli bir işlev gördükleri anlaşılabilir. Çünkü, aynı siyasal fikir etrafında toplanmak arkadaşlık ilişkileri açısından önemlidir.

Bu değerlendirmeler çerçevesinde arkadaşlık gruplarının tamamen benzer siyasi görüşler doğrultusunda şekillendiğini söyleyebilmek doğru olmayacaktır. Turan'a göre (1977: 60) bireyin üyesi olduğu gruplar farklı siyasal kültürlerin aktarıcısı ise, çelişen duygu, tutum, inanç ve kurallarla karşılaşan birey farklı sonuçlar ortaya koyacaktır. Bunlardan birincisi, her grup birey açısından aynı önemi ve ağırlığı taşımadığından siyasal toplumsallaşma sürecinde birey siyasal kültürünün biçimlenmesinde etkin olan gruplara yönelir. İkincisi, birey kendi eğilimleriyle çelişen gruplardan çekilebilir ya da bunları önemsemeyebilir. Üçüncüsü ise, çelişen mesajları bağdaştıramazsa siyasetten ilgisini tamamıyla çekebilir. Son olarak, bireyin kendisini yakın hissettiği grup, genel

siyasal kültürden büyük ölçüde ayrılık gösteriyorsa, birey siyasal topluma, rejime ya da hükümete yabancılaşarak, onu kendisinin dışında, etkileyemediği ve sevmediği bir olgu olarak algılamaya başlayabilir. Ancak, bireyin üyesi olduğu gruplar çelişen eğilimler önermezler, bireyin siyasal bilgisini artırmasına, davranışlarını yönlendirmesine yardımcı olurlar.

Burada belirtilmesi gereken bir diğer husus da arkadaşlık grubu, sadece siyasal tercihler üzerinden üretilen bir birlikteliğe karşılık gelmediğidir. Farklı siyasal düşüncelere sahip olan arkadaşların siyasal görüşleri dolayısıyla birbirlerini etkilemeleri ve hatta siyasal görüşlerinin değişmelerine sebep olmaları, siyasal toplumsallaşma açısından (Akın, 2013: 124) dikkate alınması gereken bir konudur. Farklı, siyasal düşüncelerine rağmen, bir başka ortak amaç ve hedefler doğrultusunda arkadaşlık grubunda bir araya gelen bireyler bu sosyal ilişkileri çerçevesinde birbirlerinin siyasal düşüncelerini dahası siyasal tercihlerini etkileyebilir ve değiştirebilirler. Bu durum siyasal toplumsallaşma sürecinin bir gereğidir. Zira toplumsallaşma ve siyasal toplumsallaşma süreci dinamik ve çok yönlü bir yapıya sahiptir.

Çocuğun yaşı ilerledikçe, siyasal konuları ailesinden çok arkadaş grupları ile konuşma eğilimindedir. Arkadaşların ve ailenin siyasal parti seçimleri aynı ise çocuklar büyük bir olasılıkla bu seçime uyuyorlar. Arkadaşların ve ailenin parti seçimlerinde bir uyuşmazlık varsa, çocukların aile görüşünden ayrılma olasılığı artıyor (Alkan, 1979: 79). Ancak, Dursun'a göre (2012: 226) ailenin değerleri ve tutumlarıyla arkadaşlık grubununki arasında bir zıtlık varsa o durumda belli siyasal tutumların ve değerlerin oluşturulması daha zor olacaktır.

Siyasal toplumsallaşmada arkadaşlık gruplarının etkisi genellikle çocukluk ve ergenlik çağı kapsamında ele alınmaktadır. Alkan'a göre (1979: 77) bunun bir nedeni bazı araştırmacılara göre, ilke olarak bu çağın kişilik gelişmesinde öncelikli olmasıdır. Bir diğer nedeni ise, yetişkin insanın farklılaşmaya uğramış, kalabalık ve çok yönlü dünyasında zaten biçimlenmiş bir kişilik üzerinde, arkadaşlarının etkilerinin görece olarak az olacağıdır. Bu değerlendirmelerle birlikte arkadaşlık gruplarının yetişkinlik döneminde de siyasal toplumsallaşma üzerinde bazı etkilerinin olabileceğini söyleyebilmek mümkündür.

Sonuç olarak, siyasal toplumsallaşma sürecinde, bireyin yaşamı boyunca sosyal ilişkilerinde önemli bir yeri bulunan arkadaşlık grupları siyasal toplumsallaşma sürecinde önemli bir etkiye sahiptir. Bireyin siyasal bilgi edinmesinde, siyasal tutum ve

değerleri öğrenmesinde ve siyasal davranışının şekillenmesinde arkadaşlık grupları önemli siyasal toplumsallaşma araçlarından biridir.

3.4.3. Okul

Toplumsallaşma sürecinde önemli bir yer taşıyan araçlardan biri de eğitim kurumları yani okuldur. Elkin, (1995: 80) okulun da tıpkı aile gibi yetişkinler tarafından yönetilen bir kurum olduğunu, ancak aileden farklı olarak okulda rollerin belirli kurallarla dayandığını belirtir. Tal ve Harel ise (2002: 121), okulu, aileden daha fazla politik bir organizasyona benzediği için çocukları politik sisteme hazırlayan tecrübeleri sağlayan bir kurum olarak değerlendirmektedir.

Okulun toplumsallaşma ve siyasal toplumsallaşmada iki işlevinin olduğunu söyleyebilmek mümkündür. Bunlardan birincisi, bireyin yeni bir çevre ve arkadaş grupları ile tanışarak sosyal ilişkilerini geliştirmesi, toplumun bir ferdi olarak toplumsallaşma sürecinin yeni bir boyutuyla tanışması; ikincisi ise devletin ve siyasal sistemin temel dinamikleri hakkında bilgilendirilerek, siyasal toplumsallaşmayı gerçekleştirmesidir. Postman'ın da (2006: 90) ifade ettiği gibi, okul enformasyonu kontrol eden bir mekanizmadır. Duverger'in (2007: 101), okulu üretim sisteminin yeniden üretilmesi olarak değerlendirmesini, bireylere sürekli olarak toplumsal yapının ve kurulu düzenin devamını sağlayacak öğretilerin benimsetilmesi sağlayan mekanizma olarak yorumlayabiliriz.

Yeni okula başlayan bir çocuk kendisine yabancı birçok yüzle karşılaşır, fakat eğitimin başlamasıyla birlikte toplumun temel yapısı anlatılmaya ve öğretilmeye başlanır. Böylece, uygulanan çeşitli kural ve kaidelerle çocuklara diğer insanlarla olan ilişkilerinde karşılaşacakları güçlükler gösterilmeye, toplum halinde yaşamının yasaları anlatılmaya çalışılır. Bu şekilde çocuklar gerek birey, gerek grup olarak kendilerinden beklenenleri anlamaya çalışır ve toplumun bir parçası olmaya başlar (Özkalp, 2001: 120). Okulun, okul dışı toplumsal alanda çok önemli görevleri olduğu gibi, bireylerin şahsiyetlerinin oluşmasında, onun hayatta başarılı çalışmalar yapabilmesinde, kendi başına karar verebilmesinde de önemli görevleri vardır. Birey açısından ele alındığında da okul sosyalleşmesinin, hem bireyi yetkin kılma hem de sosyal ilişkilerini düzenleme görevi vardır. Okulda yetenekleri geliştirilmeyen, belli alanlarda yönlendirilmeyen öğrenciler ne sosyal hayata katılabilirler ne de bireysel özerkliklerini kazanabilirler (Ergün, 1994: 100). Bu yönüyle okul aslında bireylerin bir takım bilgi ve becerilerle

donatılarak yaşama hazırlandığı, toplumsal yapı içerisinde yeni roller edindiği bir olgudur.

Okula gitmeyi biçimsel bir süreç olarak değerlendiren Giddens’a göre (2008: 206) öğrenciler konulara ilişkin belirli bir müfredatı izlerler. Çocukların sınıfta sessiz olmaları, derslerde dikkatli olmaları ve okul disiplin kurallarına uymaları beklenir. Öğretim kadrosunun yetkesini kabul etmeleri ve karşılık vermeleri beklenir. Birey, toplumsallaşma sürecinde ilk olarak aile otoritesi ile tanışmaktadır. Bu çerçevede okul, bireyin tanıştığı ikinci otoritedir. Bu otoritelerle tanışan birey, otoriteler arasında yaşamını sürdürmesi gerektiğinin farkına varmaktadır. Okulda bir yandan siyasal sistemle ilgili bilgiler verilirken diğer yandan da toplumsal hayatın otorite ilişkisi içerisinde sürmesiyle ilgili bir çerçeve sunulduğunu ifade eden Dursun’a göre (2012: 227), okulda çocuk otoriteyi ifade eden öğretmen ve okul yönetiminin konumu, verdiği emirlere uyulmasının gerekli oluşu, uyulmaması durumunda cezalandırma gibi ilişkiler siyasal alanda yansımaları olacak bir model oluşturmaktadır.

Sosyalleşme sürecinde bireyin toplumla etkileşimi sonucu mevcut sosyal ilişkileri yeniden üretme etkisi aslında devletin ideolojik aygıtları vasıtası ile kişiye verdiği özne rolünün uygulanmasıdır. Kişilerin kendi başlarına verdiklerini zannettikleri kararlar aslında devlet tarafından sosyalleşme adı altında kişiye “öğretilen” düşüncelerdir (Dilmen ve Ögüt, 2010:238). Althusser, mevcut sistemi veya egemen görüşü yeniden üreterek toplumun tüm katmanlarına yayılmasını sağlayan devletin, ideolojik aygıtları içerisinde eğitim kurumunun önemli bir yerinin olduğuna dikkat çekmektedir. Modern okulların bireyi uyumlu ve pasif kılan baskıcı kurumlar olduğunu savunan Ilıcih’e göre (Slattery, 2008: 320) ise aslında okullarda yerleşik düzene kitlesel uyum amaçlanmaktadır ve okullar yerleşik düzeni yeniden üretmek için tasarlanmışlar örgütlerdir. Okulsuzlaşmanın, insanoğlunun özgürleşmesine yol açacağını düşünen Ilıcih (1998: 15) hayat görüşlerinin oluşmasına neden olan ve onlar için neyin yasal neyin yasal olmadığını tanımlayan okullara insanların bağımlı olduğunu savunur.

Eğitim sistemi aracılığıyla devlet kendi düzenini yeniden üretmekte ve toplumsal yapıya yön vermektedir. Dursun’a göre (2012: 227) her siyasal sistem yönettiği toplum üyelerine belirli tutumlar, değerler, inançlar, davranış kalıpları ve eğilimleri aktarmaya gayret göstermektedir. Bu amaçla, eğitim kurumundan yararlanılmakta ve eğitim sürecinde bireylere belli değerler, tutumlar ve davranış kalıpları aktarılmaktadır. Bu çerçevede eğitim süreci, bilinçli bir şekilde siyasal kültürün toplumun yeni kuşaklarına,

siyasal sisteme katılacak yeni bireylere aktarıldığı bir süreç olarak değerlendirmek gerekir. Türkkahraman’a göre ise (2000: 33), siyasal sistem, eğitim sistemi aracılığıyla, özellikle de tarih, coğrafya ve anadil eğitimi yoluyla genç nesli kendi sistemine sadık bir insan yetiştirmeyi hedefler. Siyasal toplumsallaşma sürecinde okul aracılığıyla mevcut siyasal yapı, kendi varlığının devamını sağlamak için bireyleri bu yapıya uygun siyasal değerleri, normları, tutum ve davranışları öğretmektedir. Bourdieu ve Passeron, okulun siyasal davranışlar üreten bir dil öğretmekten çok dilbilgisi öğrettiğini, bu çerçevede birbirinden farklı ve hatta karşıt olan inançlara açabildiğini ama, bunların ardından hep aynı eylem birliğinin bulunacağını ifade etmektedirler. İktidarın halka bazı anlamları benimsetebilmesi için, kendi gücünün temelinde yatan güç ilişkilerini gözden saklayarak meşru diye kabul ettirmesi olgusunu Bourdieu ve Passeron, “simgesel zorbalık” (Duverger, 2007: 15) olarak tanımlamaktadırlar.

Birey siyasal tutumunun oluşmasında etkili olan bilişsel unsuru oluşturan bilgilerin büyük bir bölümünü okul yıllarında edinir. Özellikle ilkokul, mevcut siyasal sisteme ilişkin bireylerin düşünce ve bilgi dünyasında belirli görüşlerin oluşmasında önemli bir aşamadır. Bu aşamada gençlerin siyasal sisteme ilişkin bilgileri edinmeleri sağlanır. Öztekin’in ifadesiyle (2003:214) mevcut siyasal sistemin geleceği açısından bu kaçınılmazdır. Her siyasal sistem toplum üyelerine okul aracılığıyla bazı tutumlar, değer yargılarını, davranış kurallarını öğretmeye ve benimsetmeğe çalışır. Okulların siyasal toplumsallaşmaya hem bilgisel hem de duygusal açıdan iki katkısı bulunmaktadır. İlkokula başlayan çocuğa vatanını sevmesi, ulusu için canını vermesi inançlarıyla donatılırken, bir yandan da ülkesinde siyasal sisteminin nasıl yürütüldüğü, seçim sisteminin nasıl işlediği gibi bilgiler verilmektedir (Turan, 1977: 57). Bu sayede bireyin hem ülke sevgisi hem sisteme sadakat yönünün gelişmesi sağlanacaktır. Bu çerçevede Türkkahraman da (2000: 35) bir siyasal sisteme sadakatte, siyasal olaylar konusunda bilgi sahibi olmanın önemli rol oynadığını belirtmiştir. Siyasal sisteme ilişkin bilgi edinme, Alkan’ın da belirttiği (1979: 98) gibi çocukların siyasal bilinçlenmesinde önemli rol oynamaktadır.

Okulun, siyasal toplumsallaşma sürecindeki etkisi ülkenin siyasal sistemine göre farklı şekillerde gerçekleşmektedir. Ancak burada şunu da belirtmek gerekir ki, en demokratik denilen siyasal rejimlerde bile okulun tamamen ya da kısmen ideolojik bir kurum olduğu ve bu yüzden de önemli görevlerinden birisinin mevcut iktidarın egemenliğinin devamını sağlamak olduğu (Akın, 2013: 116) yönünde bilim

adamlarında oluşmuş bir kanaat vardır. Okullarda verilen değerler, özellikle demokratik ülkelerde direk bir beyin yıkama amacına yönelik olmasa da, siyasal toplumsallaşma açısından önemlidir. Özellikle, merkezi idareden kısmen bağımsız olan okullarda, hükümetlerin sosyalizasyon sürecindeki rolü az olabilirken, merkezi idarenin tam kontrolünde olan eğitim sistemlerinde siyasal sosyalizasyon daha fazla olarak siyasal iktidarın kontrolü ve etkisi altındadır (Türkkahraman, 2000: 33). Siyasal sistemin demokratik düzeyi ile okulların siyasal toplumsallaşma sürecinde mevcut sistemin meşruiyetini ve devamlılığını sağlamak için bir araç olarak etkili kullanımı arasında doğrudan bir ilişki olduğunu söyleyebiliriz. Ancak, sistem ne olursa olsun okul, bireyin siyasal toplumsallaşma sürecinde etkili bir araçtır.

Siyasal toplumsallaştırma aracı olarak okulun bu süreçteki etkisini sağlayan aktörlerden biri öğretmenlerdir. Bireyin aile dışında karşılaştığı en önemli otorite olan öğretmen, öğrenciye siyasal tutum ve bilgi aktaran en önemli kaynak konumundadır. Tal ve Harel'e göre (2002: 121) öğretmenler, öğrencilere verilen siyasal etki üzerinde belirleyici rol oynar. Öğretmenler, bilginin öğrencilere doğrudan aktarıldığı ve toplum üyeleri olarak davranmaya hazırlandığı uzun okul günleri boyunca sürekli etkileşim halindedir. Dostie-Goulet ise (2009: 418) Amerika'da yaptığı araştırmada, öğretmenlerin siyasal ilginin değişimine ve artmasına etkilerinin olduğu sonucuna varmıştır. Ailenin eğitim düzeyi ile öğretmenin siyasal toplumsallaşmada etkisi arasında bir ilişki olduğunu belirten Kışlalı'ya göre (2000: 119) ailedeki eğitim düzeyi yükseldikçe, öğretmenin siyasal toplumsallaşmadaki ağırlığı azalıyor. Bu nedenle de, gelişmiş ülkelerde ya da varlıklı sınıflarda öğretmenin toplumsallaşmadaki etkisi azalırken, geri kalmış ülkelerde ve eğitim düzeyinin düşük olduğu yoksul aile çocuklarından oluşan sınıflarda öğretmenin toplumsallaşmadaki etkisi artıyor.

Öğretmen öğrenciye her alanda nasıl davranması gerektiğiyle ilgili kurallar, değerler ve eğilimler aktarmaktadır. Bir otorite olarak verdiği emirlerin karşılığında öğrencinin itaatini istemekte, itaatsizlik durumunda cezalandırılmaktadır (Dursun, 2012: 228). Böylece birey, siyasal toplumsallaşma sürecinde karşılaştığı ilk otoriteden itaat-cezalandırma çerçevesinde bir öğreti içerisinde bulunarak aslında kurulu sistemin de genel kodlarını çözmektedir. Birey, uyumlu olmak durumundadır ve uyumlu olmadığı ve ya itaat etmediği durumlarda cezalandırılacağı şeklinde bir öğretiyi bilinçaltına yerleştirecektir. Aynı zamanda bu otoriter sistem bireyi de otoriter bir yapıya doğru itebilmektedir.

Okulun siyasal toplumsallaşmada etkinliğini sağlayan aktörlerden biri de ders dışı ortam yani okul çevresidir. Alkan'a göre (1979: 118) okul yönetimi tarafından oluşturulan ders dışı ortam küçük yaştaki çocuklar üzerinde, arkadaşlık grupları ise ergenlik çağındaki çocuklar üzerinde etkilidir. Okulun ders dışı ortamı siyasal ortam ve sosyal ilişkiler ortamı olarak iki şekilde değerlendirmekte ve siyasal toplumsallaşmayı sağlamayı amaçlayan ortamlar olarak nitelendirilmektedir.

Ders dışı yürütülen çeşitli okul faaliyetleri belirli siyasal tutum ve inançların oluşturulması, toplumsal hayata katılabilen bireylerin yetiştirilmesi, siyasal değerlerin ve bilgilerin içselleştirilmesi ve belli ideolojilerin endoktrinasyonu noktasında etkili olmaktadır (Dursun, 2012: 228). Törenler, resimler, bayraklar, anıtlar bu çerçevede ele alınabilir. Kahramanlık şarkıları, marşlar, tarihsel olayların resimleri, büst ve heykeller, tiyatro ve kültürel eylemler, her gün veya haftada bir söylenen ulusal marşlar ve anıtlar, okulun bilinçli girişimi ile oluşan siyasal ortamdır (Alkan, 1979: 99).

Ders dışı ortamının siyasal toplumsallaşmada etkili olan diğer bir unsuru ise Alkan'a göre (1979: 99) okulda bulunan kişiler arasında doğan gruplaşmalar ve etkileşimler sonucunda ortaya çıkan ortamdır. Öğrenci derneklerinde veya çeşitli kolları grup çalışması alışkanlığı edinen öğrenciler ilerdeki hayatlarında siyasal hayatta da benzer çalışmalar sürdürebilirler (Dursun, 2012: 229). Bu çerçevede ders dışı ortam bireyleri birlikte faaliyet yapma, birlikte etkinlik yapma, işbölümü oluşturma gibi birtakım beceri ve yeteneklerle donatmaktadır.

Okuldaki eğitim sürecinde bireylere hangi siyasal tutum ve değerlerin verileceği, ne tür bilgilerin kazandırılacağı müfredat programlarında belirlenmiştir. Taşdelen'e göre (2010: 161) müfredatta yer alan ortak milli değerlerin ve milli tarih bilgisinin aktarılması ve vatandaşlık eğitimi, siyasi sosyalleşmenin araçlarını oluşturur. Müfredatlar, ders kitaplarını oluşturur. Ders kitapları aracılığıyla birçok siyasal kavram çocuklara aktarılır ve çocukların siyasal kural ve değerleri öğrenmeleri, belirli davranış kalıpları geliştirmeleri sağlanır (Baltacı – Uysal, 2012: 181). Okul müfredat programları ve bu çerçevede hazırlanan ders kitapları bireylere siyasal sistemle ilgili bilgileri vererek, sistemin devamlılığını sağlamayı amaçlamaktadır. Dursun (2012: 227) bu durumu iyi vatandaş oluşturma olarak ifade etmektedir. Bir başka görüşe göre ise, gerçek dışı ve idealize edilmiş bir siyasal düzeni öğretmektedir. Zaman geçtikçe gerçeklerle karşılaşan birey, siyasal yaşamın hiç de kendisine öğretildiği gibi olmadığını görünce, siyasal düzenden yabancılaşmaktadır (Alkan, 1979: 107).

Siyasal toplumsallaşma sürecinde okulun çok önemli etkisi bulunmaktadır. Bu süreçte, okul, öğretmenler, müfredat, ders kitapları, okul çevresi siyasal sistemin meşrulaştırılması ve sürekliliği için önemli aktörlerdir. Sitembölükbaşı'nın da belirttiği gibi (2001: 30) “siyasal toplumsallaşma açısından okul gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde siyasal sistemi korumak ve devam ettirmek açısından oldukça önemli bir görev üstlenmektedir”. Bütün bu değerlendirmeler, siyasal toplumsallaşma sürecinde okulun, siyasal sistem tarafından kullanılan bir araç olduğunu ortaya koymaktadır.

3.4.4. Kitle İletişim Araçları

Siyasal toplumsallaşma sürecinde etkili olan araçlardan biri de kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları özellikle 20. yüzyılda iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte insanların yaşamlarında daha fazla yer almaya ve daha fazla etkili olmaya başlamıştır.

Berger, sosyalleşme teorisinde iletişim araçları ve popüler kültürün bireylerin sosyalleşme sürecine etkide bulunduğunu ileri sürmekte ve daha önceleri bu süreci yönlendiren aile, arkadaş, din adamları ve benzerlerinin yerini kitle iletişim araçlarının aldığını savunmaktadır (Kalender, 2005: 110). Küreselleşme ve bunun medya üzerinden yansımaları olarak, değişen ve dönüşen ilişkiler nedeniyle aile yapısının, sosyal yapının bozulması en fazla yetişmekte olan çocukları olumsuz etkilemektedir. Örneğin artan ihtiyaçlar ve annenin de çalışıyor olması, çiftlerin boşanmaları ve çocukların ebeveynlerini kaybetmeleri benzeri nedenlerle çocuğun toplumsallaşmasında temel olan aile ortamından mahrum kalması, medya üzerinden toplumsallaşmasına neden olmaktadır (Mora, 2008: 67). Aile kurumunun, kapitalist sistemin etkisiyle erozyona uğramış, değerleri zayıflamıştır. Ailenin zayıflaması sosyal ilişkilerin yapısını etkilemiş bu çerçevede de bireyler yeni sosyal ilişki biçimlerine yönelmiştir. Kitle iletişim araçları da bu süreçte etkin rol alarak, aile kurumunun yerine adeta sosyalleşme sürecini yönlendirebilen bir araç haline gelmiştir. Elkin'in da belirttiği üzere, (1995: 101) kitle iletişim araçları, aile içinde komşuluk ilişkilerinde, okulda çocuğun üstlenmesi gereken bir dizi rol örnekleri sunar. Kitle iletişim araçları ile birey arasında sosyalımsı bir ilişki vardır. Mutlu (2004: 283), radyo, televizyon ve sinema gibi kitle iletişim araçlarının izleyiciyle kurduğu, bu araçlarda yer alan kişilikler arasında kurulan yüz yüze iletişime benzer ilişkiyi sosyalımsı ilişki olarak nitelemektedir. Kitle iletişim araçlarının sunduğu

ilişkileri özümseyen birey, benzer etkileşim içerisinde bulunur. Sosyalleşme sürecinde kitle iletişim araçları farkında olmadan bireye etkide bulunur.

Bu değerlendirmelere göre, toplumsallaşma sürecinde kitle iletişim araçlarını etkin bir araç olarak değerlendirmek ve sosyalleşmenin ilk kurumu olan ailenin dahi önüne geçtiği iddia edilmektedir. Ancak, hiç şüphesiz ailenin etkinliğinin zayıfladığını düşünenler olduğu gibi bunun tersi bakış açısı da bulunmaktadır. Bu çerçevede, burada şunu da belirtmekte yarar vardır ki; çocukların kitle iletişim araçlarında özellikle de televizyonda neyi izleyip izlemeyeceğine genellikle ailenin karar verdiğini kabul edersek bu durumda belirleyici faktör aile olmaktadır. Turam'a göre (1994: 493) televizyon seyretme eylemi kendi kendine oluşmaz, aile bireyleri tarafından oluşturulur. Benzer bir durum arkadaş grupları için de geçerlidir. Arkadaş grupları arasında yapılan çeşitli konuşmalar televizyonda nelerin izleneceğine etki edebilmektedir. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının etkisi, aile veya arkadaş grubu gibi sosyal ilişkilerin etkin bir şekilde gerçekleştiği aktörler aracılığıyla olmaktadır. Bütün bu değerlendirmelerle birlikte, kitle iletişim araçlarının sosyalleşme sürecinde çok önemli bir yeri ve etkisinin olduğu da kabul edilen bir gerçektir.

Toplumsallaşma araçlarından biri olarak kitle iletişim araçları, toplumsal ve siyasal sistemlere, inançlara ve tutumlara hammadde sağlayan (Carpini, 2004: 408) bir araç olarak süreçte önemli bir etkiye sahiptir. Çok erken yaşlardan itibaren çocukları otorite, mülkiyet, siyasal ve toplumsal inançlar ve semboller hakkında geliştirmeye başlar. Kitle iletişim araçları, günümüzde bireyin etkin olarak siyasal sisteme ilişkin inanç, değer ve bilgileri öğrenmesi, benimsemesi; siyasal-ideolojik kimliğinin biçimlenmesi; böylelikle akılcı, duygusal ya da ideolojik bağlılığa dayalı siyasal tutum ve davranışlar sergilemesi sürecinde önemli rol oynamaya başladı (Çebi, 2002: 2). Kitle iletişim araçlarının etkili bir siyasal toplumsallaşma aracına dönüşmesi ile birlikte siyasetin düşünce ve algılama biçimleri, ilişkileri, aktörleri ve kurumları kitle iletişim araçları yoluyla değişime uğramıştır. Siyasal güç/iktidarın elde edilmesi ve korunması, siyasal rızanın sağlanması için basın, siyasal aktörlerin teşhir edildiği, sunulduğu, yaşadığı, sığındığı, mücadele ettiği ve korunduğu arenalara dönüşmüştür (Mora, 2008: 48). Bu nedenledir ki, siyasal toplumsallaşma sürecinde kitle iletişim araçları önemli işlevleri olan araçlar olarak değerlendirilmektedir.

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve etkin bir araç haline gelmesiyle birlikte, bunların siyasal toplumsallaşma sürecine etkileri de araştırma konusu olmuştur.

Tokgöz'e göre (1978: 56), ilk yapılan siyasal toplumsallaşma araştırmalarında, siyasal bilişim yönünden, kitle haberleşme araçlarının doğrudan siyasal toplumsallaşma etkeni olmayacakları, ancak ikinci derecede rol oynayacakları ileri sürülmüştür. Aslında, bu araştırmacılarca, kitle haberleşme araçları doğrudan doğruya siyasal toplumsallaşma etkeni olarak da pek incelenmemişlerdir. Bu araştırmalara göre, kitle iletişim araçlarının geniş ölçüde dolaylı ve sınırlı etkisinden bahsedilir ve bunların genellikle var olan inançları, tutumları ve davranışları güçlendirici etkisi olduğu (Tosun, 2000: 315) ileri sürülmektedir. Ancak, daha sonra yapılan araştırmalarda, daha derinlemesine incelemeler yapılmış ve bu durumdan farklı sonuçlar elde edilmiştir.

1970'lere kadar kitle iletişim araçlarının siyasal toplumsallaşma sürecinde önemli bir etkisinin olmadığı şeklindeki çalışmaların yerini daha sonra kitle iletişim araçlarının siyasal toplumsallaşma sürecinde önemli bir araç olduğunu kabul eden araştırmalar almıştır. Tokgöz'e göre (1978: 58) kitle iletişim araçları ile ilgili bu kuramsal çalışmalar, bu araçların toplumu nasıl etkilediği hususlarında da farklı görüşlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu görüşler olumlu etkiler, olumsuz etkiler olarak kümelendirilmektedir. Bir görüşe göre, kitle iletişim araçları, özellikle radyo ve televizyon, toplumları istenilen yönde etkileyerek, toplumsal değişme, kalkınma gibi süreçlere yardımcı olabilir. Bu görüşün toplumsallaşma olgusu yönünden önemi, özellikle geleneksel yapı içinde toplumsallaşan kırsal kesimdeki birey içindir. İkinci görüşe göre, kitle iletişim araçlarının toplumlara etkisi sınırlıdır. Toplumlara tek başına değiştirici değil, var olan düzeni pekiştirici nitelikleri vardır.

Kitle iletişim araçlarından hangilerinin (televizyon, gazete, radyo, internet), ne zaman ne süre ile takip edileceğine karar veren birey olduğu düşüncesinden hareketle Alkan'a göre (1979: 145) bazı araştırmalar kitle iletişim araçlarının bireylerin eğilimlerini değiştirmekten ve yeni eğilimler oluşturmaktan çok, var olan eğilimlerini güçlendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu değerlendirmeye göre, kitle iletişim araçları bireyde birincil gruplar aracılığıyla var olan siyasal tutum ve davranışların pekişmesine katkı sağlayabilmektedir. Yine Tosun'un (2000: 324) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada da; kitle iletişim araçlarının gençlerin siyasal fikir, değer ve inançlarını doğrudan etkileyip, değiştirmede, fakat kimi boşlukları var olan inanç ve tercihleriyle uyumlu bilgilerle doldurmaya yardım ettiği şeklinde bir sonuca varılmıştır. Ancak, post-modern toplumda birincil sosyal ilişkilerin dahi sürekli bir şekilde tüketildiği ve yeniden üretildiği göz önüne alındığında bu değerlendirmeleri genellemek

doğru olmayacaktır. Zira insanlar günümüz toplumunda sürekli olarak bir değişim ve gelişim içerisinde ve bu süreçte rol oynayan faktörlerden biri kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları bireylerin dünyayı tanımalarına, her türlü bilgiyi çok rahat bir şekilde elde etmelerine imkân tanımakta ve dolayısıyla bireylerin gelişimlerine önemli katkılar sağlamaktadır. Dolayısıyla, kitle iletişim araçlarının siyasal toplumsallaşma sürecinde bireylerin var olan eğilimlerini pekiştirdiği gibi, yeni eğilimler oluşturduğu da söylenebilir.

Siyasal toplumsallaşmayı, siyasal kültürün sürekliliğini ve değişimini sağlayan bir öğrenme süreci olarak değerlendiren Mora'nın da belirttiği gibi (2008: 47), siyasal partilerin, seçim kampanyaları esnasında kitle iletişim araçları kanalı ile yaptıkları konuşmalar, bireyleri siyasal katılmaya yöneltmekte, siyasal sistemle güçlü ve sürekli bir ilişki içine sokmaktadır. Bu ilişki ile gerçekleşen etkileşim sonucunda bireylerde yeni tutum ve inançlar gelişmekte ya da var olan inançlar pekiştirilmektedir.

Kitle iletişim araçları, çocukların sosyalleşmesine etki ettiği (İrkin, 2012: 98) gibi gençler ve yetişkinlerin sosyalleşmesine de etki etmektedir (Tokgöz, 1978: 86). Kitle iletişim araçları, birçok araştırmada siyasal bilgi edinmede birincil kaynak olarak belirlenmiştir. Bu nedenle siyasal toplumsallaşma sürecinde verdiği mesajlar ve sunduğu siyasal bilgilerle sürece önemli etkileri bulunmaktadır. Yine Türkkahraman'ın belirttiği gibi (2000: 36) kitle iletişim araçları fikirlerin gelişimi ve bilginin dağılımında önemli rol oynar.

Kitle iletişim araçlarının yapısına bağlı olarak siyasal toplumsallaşma sürecindeki rol ve işlevleri de farklılaşmaktadır. Bu araçlardan en etkili televizyon ve yeni medya altında toplanan araçlardır. Televizyon tüketilmesi zahmet gerektirmeyecek, olayları basitleştirerek, kişiselleştirerek ve dramatikleştirerek sunan bir araç olduğundan çocuklar ve gençler tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Özellikle bilişsel düzey gelişmelerini tamamlamamış olan çocuklar, televizyon önünde daha fazla zaman harcamaktadırlar (Gökçe, 2013: 132).

Televizyonun çocuklar, gençler ve yetişkinler üzerindeki etkileri, önemli bir tartışma konusudur. Çocukların toplumsallaşmasında televizyonun yeri çok önemlidir. Çocuklar okulda geçirdikleri zaman ve ebeveynleriyle etkileşim içinde oldukları süre ile birlikte televizyon karşısında önemli bir süre harcamaktadırlar (Bahar, 2008: 77). Televizyon izlemek, izlenenler önemsiz programlar olsa bile, yapı gereği düşük düzeyli

bir entelektüel etkinlik değildir; çocuklar programları, onları gündelik yaşamlarındaki öteki anlam sistemleriyle ilişkilendirerek okurlar (Giddens, 2008: 208).

Televizyon izlemenin bir yaşam biçimi haline geldiği günümüzde, tercih edilen kanal veya programların, çocukların sosyalleşme süreci üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu bir gerçektir (Kaya ve Tuna, 2008: 160). Bu etkilerin niteliği aile, arkadaş çevresi gibi toplumsallaşma sürecindeki diğer aktörlerin sürece katkısı ile değişebilmektedir.

Televizyonun tek yönlü bir iletişime dayanması sebebiyle çocukları aile, arkadaş, oyun gibi sosyalleşmeyi sağlayan unsurlardan uzaklaştırdığını, dolayısıyla çocuğun sosyalleşme sürecini olumsuz etkilediğini (Şentürk vd., 2011: 73) düşünenler olduğu gibi televizyonu insanların toplumsallaşmasını sağlayan, çocuklara küçük yaşta bilgi veren, sözcük bilgisini genişleten (Güler, 1989, 166) bir araç olduğu şeklinde düşünenler de bulunmaktadır. Bu değerlendirmeler çerçevesinde çocuklar, televizyonda izledikleri yayınların etkisi ile arkadaşlık, paylaşma, işbirliği, yardımlaşma, sevgi gibi sosyal davranışlarını olumlu yönde geliştirdikleri gibi; şiddet, ahlaki yozlaşma, ihtiras gibi zararlı mesajları da alarak, olumsuz yönde (Doğan ve Göker, 2012: 6) etkilere de açıktırlar.

Televizyonun çocukları iyi veya kötü sosyalleştirmesi, çocuğun ve dolayısıyla ailesinin televizyon seyretme alışkanlıkları, onu kullanım biçimi ve en az onun kadar önemli olan televizyon programlarının içerik ve türlerine bağlıdır. Asıl önemli olan bir sosyalizasyon aracı olarak televizyonun ne derece insanların lehine kullanıldığı sorusudur (Adak, 2004: 34). Bu durum da ailenin çocuğun sosyalleşme sürecindeki tutum ve tavırlarına bağlıdır. Çocuğun televizyon izleme alışkanlığı kazanmasında etkili olması gereken ailenin bu süreçteki tutum ve davranışları, çocuğun televizyondan etkilenme şeklini, diğer ifadeyle çocuğun sosyalleşmesinde televizyonun olumlu ya da olumsuz yönde etkilemesi konusunda belirleyici olacaktır. Kaya ve Tuna (2008: 180) ise televizyonun sosyalleşme sürecinde olumlu ve olumsuz etkilerinin bulunduğunu ve ilköğretim çağındaki çocukların sosyalleşme sürecinde sorumlu olan başta aileler ve öğretmenler olmak üzere ilgili kişi ve kurumlara önemli görevler düştüğünü ifade etmektedirler.

Çocuklar da olduğu gibi gençlerin sosyalleşme sürecinde de televizyon hem olumlu hem de olumsuz etkilere sahiptir. Televizyon Türk gençliğinin kimlik gelişimi ve sosyalleşme sürecine etki etmektedir. Bu etki hem olumlu hem de olumsuz yönde

olmakla birlikte olumsuz yönü ağır basmaktadır (Coşgun, 2012:20). Bu etkinin boyutu aile kurumunun sürece dahil olmasıyla ilgilidir. Toplumsallaşmanın merkezi aracı olan aile, başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarının toplumsallaşma sürecine etki süreci üzerinde de önemli rol oynamaktadır. Özellikle televizyon çocukların toplumsallaşma sürecinde etkili olmakta, bu etkinin olumluluk düzeyi ise ailenin sürece katkısı ile doğru orantılı olarak gerçekleşmektedir.

Kitle iletişim araçlarından gazete okumak dikkat gerektiren bir faaliyettir. Radyo ise, çocuklar tarafından pek tercih edilmemektedir. Buna karşılık internet tabanlı yeni medya tercih edilen bir diğer önemli araçtır (Gökçe, 2013: 132). Günümüzün sanal ortam kullanıcıları tarafından bir alışkanlık haline gelen sosyal medya kullanımı, her kültürden ve her kesimden geniş kitlelerin, sosyal taleplerine yanıt verirken; aynı zamanda bu ortamı eleştirenlerin odak noktasında bulunmaktadır. Yeni iletişim ortamlarının gelişmesi, her kesimden bilgi iletişim teknolojilerine olan ilginin artması, sosyal medyanın gücünü arttırmakta, sosyalleşme kavramına da yeni bir boyut kazandırmaktadır (Vural ve Bat, 2010: 3349). Bu yeni sosyalleşme boyutu beraberinde birçok sorunu ve tartışmayı getirmektedir. İnternet üzerinden gerçekleşen sosyal ilişki süreci sosyalleşmenin önünü mü açmaktadır yoksa asosyalleşme ye mi yol açmaktadır tartışma konusudur. Teknolojik alt yapının desteği ile internet zaman ve mekân kavramını ortadan kaldırarak sosyalleşme sürecine katkı sağlarken aynı zamanda gerçekleşen sosyal ilişkilerin yüz yüze olmaması, gerçek kimliği ve kişiliği yansıtmaması dolayısıyla asosyalleşmeye yol açmaktadır. İnternetin ortaya çıkardığı iki boyutlu bu yapı yaygın bir tartışma konusudur.

İnternetin giderek yaygınlaştığı ve gündelik hayatımızın kayda değer bir zaman dilimini internete ayırdığımız günümüzde bireyin sosyalleşme ve sosyal iletişime geçme şekli değişime uğramaktadır. İnternet, önceleri sadece kişisel iletişime imkân tanırken artık bireylerin sosyalleştiği ve sosyal paylaşımlarda bulunduğu bir alan haline gelmiştir. Bu değişimin en önemli nedenlerinden biri de geliştirilen ve yaygınlaşan sosyal paylaşım siteleridir (Göker vd, 2010: 184). Sosyal paylaşım ağları, mekânsal sınırları ortadan kaldırarak kendine özgü bir sosyalleşme alanı ortaya koymaktadır. İnternet alternatif sesler ve bakış açıları için ideal bir iletişim aracıdır. Sohbet hatları, tartışma ve destek grupları (Johnson, 2001: 142) aracılığıyla oluşan sanal ortamda yeni bir sosyal ilişki yapısı ortaya çıkmaktadır.

Birey, sanal olarak oluşturulan bu yapıda sosyal çevresi içerisinde bulunsun veya bulunmasın birbirinden farklı kişilerle iletişim ve etkileşimde bulunabilmektedir. Bireyler, bu sanal mekânda sadece bilgilerini ve duygularını değil aynı zamanda görsel materyallerini de (resim, video vb) paylaşarak yeni sosyal ilişkiler ağı bağlamında sosyalleşme sürecine girmektedir. Çetin'e göre (2009: 292) sosyal iletişim ağları, kullanıcılara kendilerini yeniden tanımladıkları ve çeşitli sosyal ilişkilere katıldıkları bir kimlik alanı olarak yapılanmaktadır.

Sosyal medyanın, bireylerin sosyalleşme sürecine etkisi konusunda bilim adamları arasında iki farklı görüş vardır. Sosyal paylaşım ağları üzerine yapılan çalışmaları değerlendiren Castells (2008a: 475), de araştırmalarda iki farklı görüşün ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Kimi araştırmalarda sosyal paylaşım ağlarının bireyin yalıtılmasına, topluma yabancılaşmasına neden olduğu ve sanal ortamın getirdiği sosyal ilişkilerin bireyi insani değerlerden uzaklaştırdığı vurgulanırken, diğer yandan bazı araştırmacılar sosyal paylaşım ağlarının, fiziki anlamda sosyalleşmeyi kolaylaştırdığı sonucuna varmıştır.

Bu görüşlerden birincisine göre, günümüzde zamansal ve mekânsal anlamda birçok zorluğu ortadan kaldıran internet ve ona bağlı olarak da sosyal paylaşım ağları, sosyalleşmenin tanımında yer alan sürece bağlı bir birikim olduğu önermesinden yola çıkılarak düşünüldüğünde, sosyalleşmenin önemli bir tamamlayıcı unsuru olarak ön plana çıkmaktadır. Günümüz toplumunun hızlı yaşanan kopuk ilişkileri içerisinde sosyal paylaşım ağları yardımıyla insanlar bir sosyal ilişki kurma ya da mevcut olan ilişkilerini sürdürme şansına sahip olabilmektedirler. Sosyal paylaşım ağları bireyleri, toplumun gittiği yönde sosyal olarak tamamlayan bir bileşen olarak karşımıza çıkmaktadır (Dilmen vd., 2010: 241). Sosyal paylaşım ağların bilgilendirme, haberdar etme, eğitme ve eğlendirme gibi çeşitli fonksiyonları vardır. Dilmen ve arkadaşlarına göre (2010: 238) eğlenceli içerik deyince akla ilk gelen de oyunlar olmaktadır. Oyun; çocukların mevcut ve gelecekteki ilişkilerini etkileyen sosyal ve bilişsel becerilerini geliştirmesini sağlayan doğal bir araçtır. Sosyal paylaşım ağları da modern zamanların hoşça giden aktivitelerinden biri olarak içinde eğlence ögesini de barındırarak sosyalleşme olgusuna katkıda bulunmaktadır.

Sosyal medyanın, bireylerin sosyalleşme sürecine etkisi konusunda bilim adamları arasında ikinci görüşe göre ise, sosyal medya bireyleri yalnızlığa sürüklemekte, bireyler gerçek sosyal yaşam yerine, sanal sosyal aktivitelere

yönelmektedir (Özen vd., 2010: 150). Birey artık kendi kimliğini gizleyerek sanal dünyada sosyalleşmekte böylece, sanal ortamda paylaşımlarına devam etse de gerçek hayatta yalnızlaşmaktadır (Baban, 2012: 70). Sosyal medya, bireyleri yalnızlaştırdığı gibi kendini yalnız hissedenden bireyler de internete ve bu çerçevede sosyal medyaya yönelebilmektedir. Sosyal ağların, sosyalleşme sürecine olumsuz etki ettiği görüşünü savunanlara göre, internet; aile ve arkadaş çevresi ile sosyal ilişkileri zayıflatarak bireyleri yalnızlaştırmaktadır. Yalnızlaşan birey, sosyalleşme sürecinde bir takım sorunlar yaşamakta, yetersiz sosyalleşme ile karşı karşıya kalabilmektedir.

Sosyal medya bir iletişim, bilgi edinme ve eğlence ortamı özellikleriyle bireylerin sosyalleşmesine katkı sağlayan bir araç olarak görüldüğü gibi bireyleri gerçek dünyadan ve reel sosyal ilişkilerden kopararak, samimi olmayan, sanal ilişkiler ağı içerisine atarak sosyalleşme sürecini zayıflatan bir araç olarak da görülmektedir. Her iki görüşün de haklı yönleri bulunmaktadır. Günümüz dünyasının bir gerçeği olarak sosyal medyanın toplumsallaşma üzerinde etkilerinin olduğunu, toplumsallaşma sürecinin önemli bir aracı olduğunu kabul etmek gerekir.

Sosyalleşme kişilerarası iletişim olarak düşünüldüğünde, internet ile geleneksel sosyalleşme arasında ayrım bulanıklaşmakta çünkü, internet kullanıcılarının sosyal aktivitelerini veya ilişkilerini sanal dünyada başlatıp gerçek dünyaya kaydırmaları ya da gerçek dünyada başlatıp sanal dünyaya kaydırmaları gittikçe sıradanlaşmakta ve böylece sosyal aktivitenin sanal mı yoksa gerçek mi olduğunu belirlemek güçleşmektedir (Sütçü ve Algül, 2013: 61). Ancak, bu ilişkiyi gerçeğin simüle edildiği sanal gerçeklik olarak değerlendirmek mümkündür. Bireylerin gerçek dünyada kuramadıkları ilişkilerin özlemini, düşlerindeki sosyalleşme gereksinimini karşılayan sosyal medya, onlar için “mişler yaşama ortamıdır. Bu ortamda yaşanan ilişkilerin, ilişkilerdeki kimliklerin gerçek olmaması bireylerin gerçek dünyada iç dünyalarını ortaya koyabilmelerine, diğer bir deyişle söylemek isteyip de söyleyemediklerine, yaşamak isteyip de yaşayamadıklarına kısacası olmak isteyip de olamadıklarına sahip olabilmelerine olanak sağlar (Tosun, 2013:127). Buradaki sahiplik, yapabilirlik ve söyleyebilme eyleminin yapısında sanal bir ilişki vardır. Bu ilişki türü yeni medya ile birlikte ortaya çıkan yeni özellikleri bulunan, zaman ve mekânın sınırlanmadığı bir ilişkidir.

Sosyal medya, yaşlılar arasındaki samimiyeti kolaylaştırır, rahat bir ortamda etkileşimi sağlayarak, sosyal ilişkilerinde utangaç ve çekingen olan bireylerin kaliteli

ilişkiler kurmasına yardımcı olabilir (Baker, 2010: 876) düşüncesiyle adeta gerçeklikten kaçan insanların sosyal ilişkilerinde etkili olabilecek yeni bir alan olduğunu ileri sürmektedir. Sosyal medya yeni bir sosyal ilişki türü ortaya çıkarmıştır. Bu yeni ilişki türü Niedzwiecki'ye göre (2010: 58) takip ettiğimiz insanların ne hissettiğini bilmediğimiz ve bir türlü kendileriyle gerçek ilişki kuramadığımız bir ilişkidir. Elbette ki, bu yeni ilişki türü sanal bir ilişki, gerçek ötesi bir ilişki olmasına rağmen duygulardan ziyade yazılı mesajların, sembol ve ifadelerin paylaşıldığı ve ilişkinin bu çerçevede yürütüldüğü bir ilişki türüdür. Bireyler bu ortak dil ve semboller çerçevesinde sosyal ilişkilerini gerçekleştirmekte ve birbirlerinden bu kodlar aracılığıyla etkileşimde bulunmaktadır. Etkileşimin zayıfladığı durumlarda, yani grupların üye sayısının artarak bireylerin seslerinin duyulmadığı durumlarda alt ve küçük sosyal gruplar oluşmaktadır. Bu gruplarda benzer semboller ve kodlar çerçevesinde ortak bir bakışa sahip, benzer duygu ve düşüncelere sahip bireyler bir araya gelmektedir.

Sosyal medya, yeni sosyal ilişkiler mekânı olarak kimlik oluşum sürecinde de etkili olabilmektedir. Baban'a göre (2012: 75) kullanıcılar sosyal medyada, sürekli olarak kendilerine uygun bir kimlik biçmeye ya da biçilmiş kimlikleri oluşturmaya çalışırlar. Ancak tabii ki bu durum, sadece sosyal medyada, sosyalleşme amacı ile kullanıldığında bireye özgürlük tanımaktadır. Ancak, sosyal medya üzerinde kimlik oluşturulması beraberinde kimliksiz bir toplumsal yapıyı da ortaya çıkarabilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya, sosyalleşme sürecine, yani bireyin içinde yaşadığı toplumun kurallarını ve kültürel kodlarını öğrenerek, beklenen davranışları sergilemesine de engel olabilmektedir.

Bütün bu değerlendirmeler çerçevesinde, kitle iletişim araçlarının bireylerin siyasal toplumsallaşma sürecine önemli bir etkisinin bulunduğunu, bu etkinin kitle iletişim araçlarının kullanma düzeyine göre değiştiğini söyleyebilmek mümkündür. Hiç şüphesiz, sosyal ilişkileri etkin bireyler kitle iletişim araçlarını sosyal ilişkileri daha düşük bireylere göre daha az kullandıklarından bunlarda kitle iletişim araçlarının etkisi daha az olabilmektedir. Dolayısıyla, siyasal toplumsallaşma sürecinde kitle iletişim kullanım amacı ve niteliğine göre etki düzeyi de farklı olmaktadır.

3.4.5. Cemaatler

Günümüzde sosyal ilişkilerin kilit kavramı haline gelen (Yelken, 1999: 16) cemaatler bireyin siyasal toplumsallaşma sürecinde de önemli araçlardan biridir.

Cemaatlerin, çeşitli nedenlerle siyasal sistemin aktörleri ile iletişim veya işbirliğine girmesi ve bunların sağlanması için mensuplarını yönlendirmesi, onları siyasal toplumsallaşma sürecinde de önemli hale getirmiştir.

Modern dünyada da insanlar kendi bireyselliklerini inşa ederken birçok cemaat ilişkisinden geçiyorlar. Geleneksel toplumun kendisi zaten bir cemaat şeklinde örgütleniyordu. Oysa modern toplumda cemaat daha gönüllü birlikteliklerle oluşan, ama giderek modern toplumun da başka bir boyutunu oluşturmaya yüz tutan bir sosyalleşme biçimidir. Bu anlamıyla cemaat kavramı, toplumdaki yaygın algısıyla dinsel bir topluluk olmaktan ziyade her türlü sosyalleşme sürecini (sivil toplum, sosyal çevre, kulüp, loca, sendika, parti, sosyal hareket ve en sıradan anlamıyla dini cemaat gibi) ifade eden bir kavram ve olgudur (Andyar, 2012:2). Türkiye’de cemaat kavramı, bu tür sosyalleşme ilişkilerinin sadece yoğun-dinsel olanlarını kast etmek üzere kullanılmaktadır. Günümüz Türkiye’inde cemaatlerin siyasal sosyalleşme üzerine olan tesirleri oldukça dikkate değerdir. Birbirinden farklı yapılara sahip cemaatler bireylerin siyasi tercih ve davranışlarını doğrudan doğruya belirleyebilmektedir (Tatar, 1997: 66). Cemaati oluşturan kimselerin ideolojik beraberlikleri, çıkar ilişkileri, mutlak ve tartışılmaz otorite haline getirdikleri lidere bağlılıkları bütün ilişkilerin merkezine oturarak, bireysel iradelerin teslim alındığı, eleştiri ve analiz gücünün ortadan kalktığı, liderin doğruyanlış her yaptığının kutsanarak kabul gördüğü bir teşkilatlanma ve yapılanma şekli ortaya çıkabilir (Özdeş, 2011). Bu çerçevede cemaat, siyasal toplumsallaşma sürecinde bireyi, kendi siyasal norm ve değerleri doğrultusunda yönlendirmektedir. Türk toplumunda cemaatlerin etkisine ilişkin değerlendirmede bulunan Aslan (2011: 101) Türk toplumunda cemaatçi değerlerin toplumsal kültür üzerinde belirleyici olduğunu, bireysel tercih, değer ve norm belirlemede topluluk-cemaatçi yapıların ağırlık taşıdığını söylemektedir. Buna göre, sosyalleşme sürecinde cemaatlerin belirlediği değer ve normlar bireyde etkili olmaktadır.

Cemaatlerin, dışarıya kapalı veya açık oluşları, reformcu veya ihtilalci oluşlarına göre, mensuplar üzerindeki etkileri de farklılık arz etmektedir. Dışarıya kapalı olan ve üyeleri üzerinde azami denetime sahip cemaatlerin, üyelerinin siyasi tutum ve davranışları üzerinde önemli bir etkisi vardır. Mensupları üzerinde yoğun etkileri bulunan cemaatlere giren bireyler, ya burada adeta yeniden sosyalleşmekte ya da cemaati terk etmek durumunda kalmaktadır (Tatar, 1997: 67). Burada cemaat olma duygusunun benimsenmesi önemlidir. Dönmezer’in de belirttiği gibi (1984: 228),

cemaat duygusu, biz duygusu, bir rol oynama duygusu, hayatın zorunlu bir koşulu olarak cemaate tabi ve ait olma duygularından oluşmaktadır. Cemaat duygusunun adeta bir simgesi olan tabi olma ve ait olma, yaşamın diğer alanlarında olduğu gibi siyasal alanda da geçerlidir. Cemaatin sahip olduğu siyasal kültür ve değerlere, bireyler uymak durumundadır. Uyumun mümkün olmadığı durumlarda cemaat, bireyi dışlamakta ve bir mensubu olarak görmemektedir. Bu nedenle bir cemaat bünyesinde yer alan bireyler cemaatin siyasal görüş ve tercihleri doğrultusunda hareket etmek durumundadır. Cemaatler, ülkemizde genellikle siyasi yapı içerisinde doğrudan yer almamakta, kendi iç iletişim mekanizmaları aracılığıyla üyelerini bilgilendirerek, siyasi partileri desteklemektedirler. Cemaatler, bir siyasi partiye dolaylı olarak destek olabilecekleri gibi bazı üyelerini siyasal partilerin bünyesine yerleştirerek de doğrudan destek olabilmektedirler. Cemaat üyelerinin birinin ya da bir kaçının siyasal parti bünyesinde milletvekili veya belediye başkanı olarak görev alması durumunda, cemaat mensupları da siyasal faaliyetlere aktif bir katılım gösterebilmektedirler. Süleymancılar cemaatinin önde gelen isimlerinden Mehmet Beyazıt Denizolgun'nun, 2002 Genel Seçimlerinde AK Parti'den milletvekili olması buna örnek gösterilebilir. Ülkemizde son dönemde cemaatlerin siyasal seçim süreçlerinde üyelerini bilgilendirmek amacıyla destekleyecekleri partileri açıkladıkları da görülmektedir. 12 Haziran 2011 genel seçimlerinde İskender Paşa Cemaati, bir basın açıklamasıyla Milliyetçi Hareket Partisi'ni destekleyeceğini açıklamıştır. Bunun yanında medyada yer alan çeşitli haberlerde Fethullah Gülen Cemaati, Işıkçılar Cemaati, Menzil Cemaati gibi cemaatlerin Ak Parti'yi desteklediği ifade edilmiştir. Bütün bu haberlerin yanı sıra cemaatlerin kendi yayın organlarında, destekleyecekleri siyasi partilerin faaliyetlerine daha geniş bir şekilde yer vererek, cemaat mensupları yönlendirilmektedir.

3.4.6. Sivil Toplum Kuruluşları

Bireyin siyasal toplumsallaşma sürecinde etkili olan araçlardan biri de sivil toplum kuruluşlarıdır. Birey yaşamı boyunca farklı sivil toplum kuruluşlarının üyesi olabilmektedir. Yaşamın özellikle yetişkinlik dönemi ve sonrasında sivil toplum kuruluşu üyeliği öne çıkmaktadır. Meslek örgütleri, sendikalar, hemşehri dernekleri, spor kulüpleri gibi çeşitli sivil toplum kuruluşları bireyin toplumsallaşma sürecinde etkili olabilmektedirler. Kışlalı'ya göre (2000: 120) bu kuruluşların kendi değer

sistemleri içindeki etkisi, o kuruluşlar çerçevesinde oluşan ya da devam eden arkadaş gruplarıyla iç içedir.

Birey bir gruba girdiği zaman öncelikle davranış değerleri geliştirir. Her grubun kendine özgü alışkanlıkları, rol dağıtımı ve gelenekleri vardır. Bu gelenekler formel olabileceği gibi informal bir özellik de taşır. Bireyin de bu ilişkiler sürecinde kendi yeteneklerine uygun rollerin içerisine girerek, hem kendini tanıması hem de toplumsallaşması sağlanmış olur (Çetin, 2003: 79). Bu bağlamda sivil toplum kuruluşları toplumsallaşma sürecinde bireye verdiği roller ve aşıladığı değerleri doğrultusunda katkı sağlar. Bireyin üyesi bulunduğu meslek kuruluşları siyasal amaçlı olmayabilir. Turan'a göre (1977: 59) hemen her topluluğun siyasetle dolaylı ya da dolaysız olarak ilgili boyutları bulunmaktadır. Örneğin, meslek grubu teşekkülü itibarı ile siyasal bir topluluk olmasa dahi, her meslek grubu siyasal sistemin eylem ve kararlarından etkilendiği için siyasal yaşamla ilgilidir. Bir işçi sendikası üyeleri, hükümetin asgari ücreti, vergi vb. kararlarının kendilerini ilgilendirdiğini bilir. Buna göre, meslek grubu siyaset dışı gibi görünmekle birlikte siyasal yaşamda alınan kararlardan etkilenir ve siyasal yaşamla ilgilenir. Bununla beraber, sivil toplum kuruluşlarının yöneticilerinin çoğu zaman siyasetle yakından ilgilendikleri görülmektedir. Siyasal amaçlı veya siyasal amaçlı olmayan dernek ve örgütler, birey için bir tür siyasal eğitim mekânı olarak işlev görmektedirler. Bu dernek ve örgütler, bireylerin daha sonraki hayatlarında kullanabilecekleri çeşitli siyasal bilgi, kural, duygu ve tutum edinmelerine kaynak işlevi görür. Bu dernek ve örgütlerdeki çeşitli çalışma usulleri, kazanılan beceriler ve geliştirilen bazı kişisel meziyetler bireyin siyasal hayatta etkin rol oynamasını sağlayabilir (Dursun, 2012: 230). Bireyler, sivil toplum kuruluşlarında edindikleri deneyim, beceri ve siyasal bilgileri ile siyasal yaşamda ve siyasal faaliyetlerde etkin rol alabilirler. Toplumsallaşma olgusu, özelde siyasal toplumsallaşma süreci, bireyin siyasi görüş ve tutumlarında etkili olabildiği gibi aynı zamanda siyasal davranışların ve tercihlerin belirlenmesi noktasında da önemli bir süreci ifade etmektedir. Bireyin toplumsallaşma sürecinde edindiği bilgi ve tecrübeler, ileri de bir seçmen olduğunda tercihlerini de etkileyecektir. Bu nedenle siyasal davranışların ve seçmen tercihinin temelinde sosyal ilişkiler çerçevesinde gelişen siyasal toplumsallaşma süreçlerinin yer aldığı ifade edilebilir. Ancak, bireylerin siyasal davranışlarının birbirleriyle iç içe geçmiş birçok etken tarafından belirlendiği ifade edilebilir. Bir sonraki bölümde konu ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

IV. BÖLÜM

4. SİYASAL DAVRANIŞ VE SİYASAL DAVRANIŞI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Bireyin, gündelik yaşamının her aşamasında olduğu gibi siyasi davranışlarının belirlenmesinde de sosyal ilişkilerin önemli bir etkisi vardır. İçinde yaşadığı toplumun değer yargılarından etkilenen bireyin siyasi davranışı da bu değerler ya da standartlar çerçevesinde şekillenmektedir. Birey, siyasi toplumsallaşma süreciyle aileden almaya başladığı siyasi bilgi ve siyasi eğilimleri süreç içerisinde yeni başka faktörlerin de etkisine maruz kalmaktadır. Bütün bunlar sosyal ilişkiler süreciyle gerçekleşmektedir. Meslek kuruluşları, baskı grupları, siyasi partiler, yerleşim yeri, sosyal gruplar sosyal ilişkiler süreci çerçevesinde bireyin siyasi davranışını etkilemektedir.

Siyasal davranış, vatandaşların siyasi alanda hareketini içeren karmaşık ve çok boyutlu bir yapıdır (Pritzker, 2008: 8). Bu çok boyutlu yapıda çeşitli faktörler etkili olabilmektedir. Birbirine bağlı birçok faktörün karşılıklı beslenmesi sonucunda ortaya çıkan etkiler, bireyin siyasi davranış sürecinde önemli rol oynamaktadır. Toplumsal yapıda meydana gelen değişimlerin, sosyal, ekonomik ve siyasi faktörleri değiştirerek, bireysel davranışlar üzerinde etkileri olduğu gözlemlenmektedir (Temel, 2013: 240). Bu değişimler kendini siyasi davranış üzerinde farklı dönemlerde farklı şekillerde göstermektedir. Bireyin bir seçmen olarak sosyal çevresi, üyesi olduğu gruplar, sosyal ilişkileri etkinin boyutunun ve sürecinin belirlenmesinde önemli parametrelerdir.

Bu bölümde, siyasi davranış bir kavram olarak ele alınacak ve siyasi davranışa yönelik kuramsal yaklaşımlar ve bu yaklaşımlara ilişkin değerlendirmeler dünyanın farklı ülkeleri ve Türkiye çerçevesinde açıklanmaya çalışılacaktır. Yine, siyasi davranış üzerinde etkili olan faktörler bu bölümde ele alınarak bu faktörlerin bireyin siyasi davranışına etkisi tartışılacaktır.

4.1. Siyasi Davranış Kavramına Genel Bir Bakış

Demokratik siyasi sistemin en önemli göstergelerinden biri “seçim” ise; bu sistemin en önemli aktörlerinden biri de “seçmen”dir. Demokratik rejimlerde seçimler yöneten-yönetilen arasındaki ilişkiyi düzenlerken seçmen de gerçekleştirdiği rolün bir sonucu olarak yönetime katılmakta, demokrasinin işleyen mekanizmasında yönetime

bazen “dur”, bazen de “devam” diyen kontrol görevi görmektedir. Taşdelen’e göre (2010: 116) demokrasilerde seçim, siyasi iktidarın belirlenmesinde yegâne usuldür. Bu çerçevede demokratik siyasal sistem içerisinde seçim, siyasal iktidarın elde edilmesi ve meşruiyetin sağlanmasında bir araçtır. Yine Çam’ın da (1987: 241) belirttiği üzere, seçimler, yönetilenlerle yöneticiler arasındaki ilişkiyi düzenlerken siyasal iktidarın yasallaşmasına yardımcı olmaktadır.

Seçim, birden çok alternatif karşısında özgür iradeye dayalı eğilimleri ifade eder. Yöneticileri belirlemeye yönelik yapılan seçim ise; bir kamu görevini yürütecek kişi veya kurulun, ilgili seçmenlerce, çok sayıda aday arasında yapılacak tercihlerle belirlenmesi (Türk, 2006: 76) işlemi olarak ifade edilmektedir. Bir başka ifadeye göre ise seçim, siyasi kararları alan ve uygulayanlarla, bu kararların uygulandığı kişiler arasında iletişimi gerçekleştiren bir vasıttır (Taşdelen, 2010: 116). Bu vasıta aracılığıyla seçmen alınan kararlara ve gerçekleştirilen uygulamalara yönelik desteklerini, beğenilerini ya da tepkilerini dile getirmektedir. Öztekin’in de belirttiği gibi (2003: 152) seçim aynı zamanda siyasi iktidarlara bir çeşit hesap sorma, onları sorumlu tutma ve siyasi iktidarı kullananların eylem ve işlemlerini onaylama ve reddetme hakkıdır.

Seçim sürecinin en önemli aktörü seçmendir. Seçmen, bir ülke vatandaşı olmanın kendisine sağladığı bir hak ve görev olarak o ülkede yönetici kadronun belirlenmesiyle ilgili seçimlere katılabilecek kişidir (Gülmen, 1979: 18). Bir toplumda yasalar çerçevesinde yönetici kadroyu seçimle iş başına getirme hakkına sahip olma vatandaşı, sahip olunan kimlik ise; seçmenliği ifade etmektedir (Avşar, 2002: 18). Seçmenlik hüviyetine sahip olmak genellikle 18 yaşını doldurmak, yani reşit olmakla mümkündür. Ancak bazı ülkelerde farklı sınırlamalar da getirilmektedir. Vatandaşlık ve ikamet durumu gibi.

Seçmenlerin, seçim sürecinde karar alırken ya da tercihini belirlerken çeşitli faktörlerden etkilenecek seçime katılım durumu veya siyasal tercihi hususunda ortaya koyduğu davranış, siyasal davranıştır. Bireyler seçimlerde oy verirken, vatandaşlık görevlerini yerine getirmenin ya da insan olarak en temel haklarından birini kullanmanın ötesinde bir siyasal davranış sergilemektedirler (Arslan, 2007: 3). Birey, seçmen bir vatandaş hüviyeti ile demokratik sistemin bir gereği olarak kendisini yönetecekleri siyasal davranışını ile tercih etmektedir.

Davranış, insanların ve insanların oluşturdukları toplumların, toplumsal olaylar karşısında gösterdikleri tepkiler ve bu tür olaylarla ilgili olarak aldıkları eylemsel tavırlardır (Öztekin, 2003: 217). Bir başka ifadeyle davranış, bireylerin ve grupların çeşitli sosyal gelişmeler çerçevesinde sahip oldukları, duygu ve düşünce doğrultusunda ortaya koydukları tepkidir. Davranış, ileri sürülen etkilere karşı verilen bir tepki niteliği taşımaktadır. İnsan davranışının yaşamın farklı alanlarında olduğu gibi siyasal alanda da yansımaları bulunmaktadır. Tokgöz (1979: 15), insanın genel davranışlarında görülen özelliklerin siyasal davranışlarda da geçerli olduğu ileri sürmektedir.

Davranışlar, organizmanın belirli uyarılar karşısında gösterdiği tepkilerdir. Çevreden gelen uyarılar, organizmanın algılama süzgecinden geçtikten sonra davranış etkilere. Böylece, davranış sadece organizmanın kapalı bir birim şeklinde kendi içinde işleyişinin bir sonucu değil, organizma ile çevre arasındaki karşılıklı etkileşimin ortaya çıkardığı bir üründür. Tepki gösterme, organizma için bir karar vermeden başka bir şey değildir. Oy verme de bir karar verme işlemi olarak organizmanın gösterdiği bir tepkidir. Bu bakımdan, kişinin genel olarak davranışlarının taşıdığı özellikler, siyasal davranışlar için de söz konusudur (Tokgöz, 1979: 15).

Bu çerçevede siyasal davranış Dursun (2012: 214), insanın her gün yaptığı sayısız davranış ve eylemler içerisinde bazısı siyaset olgusunun yaşandığı siyasal toplumdan, siyasal kurumlardan ve siyasal iktidar süreçlerinden gelen etkilere karşı verdiği tepki olarak ifade etmektedir. Bir başka tanımlamaya göre ise, siyasal davranış, insanlar ve örgütlerin siyasal olaylar karşısında aldıkları tavırlar, gösterdikleri eylemler siyasal katılımdır (Öztekin, 2003: 217). Bir eylem olarak siyasal davranış çeşitli şekillerde gerçekleşebilir. Siyasal tartışmalara katılma, miting ve protestolara katılma, oy verme gibi siyasal davranışın ortaya konulacağı farklı biçimler vardır. Ancak, Çam'ın da belirttiği gibi (1987: 278) siyasal davranışların tümü oy verme kadar kesin bir biçimde ölçülememektedir. Buna rağmen siyasal davranışları kişiyi en az bağımlı kılan ve en yaygın olandan, en bağımlı kılan ve daha az yaygın davranışlara doğru sıralamak mümkündür. Bunlar siyasal bilgilenme ve siyaset üzerine konuşma, aktif eylemde bulunma ve bağımlı olma düzeyleridir. Gülmen ise (1979: 12) siyasal davranış şu şekilde sıralamaktadır. Siyasal örgütlerde çalışma, siyasal örgütlere üye olma, siyasal örgütleri destekleme, siyasal görüş sahibi olma ve oy verme. Elbette ki burada en önemli olan siyasal davranış oy vermedir.

Demokratik siyasal sistemlerde vatandaşların çok büyük bir çoğunluğunun, siyasi kanaatlerini ortaya koyan ve katıldığı en önemli siyasal eylem oy vermedir. Oy verme siyasal katılmanın temel unsurunu meydana getirmektedir. Demokratik yapı içerisinde seçmenler oylarını kendisine hizmet edeceklerine ya da hizmet ettiklerine inandıkları; kendilerine yakın gördükleri parti ya da adaylara verirler. Seçmen oy verme davranışını gösterirken çoğu zaman farkında olarak ya da olmayarak belirli etkiler sonucunda tercihlerini ortaya koymaktadır.

Siyasal davranış iki aşamada gerçekleşir. Gülmen'e göre (1979:19) birinci aşama, kişinin önce yönetici kadronun seçiminde etki fonksiyonunu kullanıp kullanmayacağına, diğer bir ifade ile oy kullanıp kullanmayacağına karar vermesidir. İkinci aşama ise, bu fonksiyonunu ya da oyunu ne yönde kullanacağını belirlemesi gerekir. İlk karar oy verip vermeme ikinci karar ise belirli bir partiye oy verme şeklinde uygulamaya yansır.

Seçmenin çeşitli konularda ortaya koyduğu davranış ile siyasal davranış birbirine benzemekte ya da birbirini tamamlamaktadır. Bu bakımdan Karadoğan (2004:143), siyasal davranışın çeşitli iç ve dış etkiler sonucu belirli bir doğrultuda sistemli olarak geliştiğini, çoğu zaman da bireyin diğer düşünce ve davranışlarına uyum gösterdiğini belirterek, seçmenin bir birey olarak çeşitli konularda aldığı tutumla, seçmen davranışını sergilerken ortaya koyduğu tutumun çoğu zaman birbirini tamamladığını ileri sürmektedir.

Seçmen davranışları ya da seçmenin belirli bir parti ya da adayı tercih etmesi belirli bir süreçte gerçekleşmektedir. Seçmenin karar verme süreci teorik ve ampirik yaklaşımlarla açıklanmaya çalışılmaktadır.

Siyasal davranışlarının oluşmasının saptanması için çeşitli değişkenlere başvurulmaktadır: Yaş, cinsiyet, kültür, gelir düzeyi, meslek ve yerleşme merkezi gibi. Ancak, kişiler, toplumda yalnız kişisel değişkenlerle tanımlanamaz. Kişi belirli bir insan grubu içinde yaşamakta ve güncel yaşantısında, iş, aile, arkadaş çevresi gibi birincil grup denen çeşitli gruplarla ilişki içinde bulunmaktadır. Birincil grupların siyasal davranışların oluşmasında önemli rol oynadığı araştırmalarla ortaya konmuştur. Bunların yanında ideolojik etkenlerin bilinmesi de, siyasal davranışların oluşmasının saptanması yönünden zorunlu olmaktadır (Çam, 1987: 278). Bu bakımdan kişisel değişkenlerle birlikte sosyal, psikolojik ve ekonomik değişkenler de seçmenin davranışını etkileyen ve yönlendiren unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Pearl ve

Anderson'a göre (2007: 87-97) siyasal katılımı bireyin psikolojik durumu etkili bir kuraldır ve Amerikan seçimlerine düşük düzeyde katılımı seçmenlerin yalnızlık ve psikolojik fenomenlerinin etkisi vardır.

Seçmenlerin sosyolojik, psikolojik ve ekonomik özellikleri aynı zamanda nasıl bir siyasal davranış içerisinde bulunacağını da belirlemektedir. Seçmenleri bu açıdan değerlendirdiğimizde, seçmenlerin toplumsal çevresi, sosyal ilişkileri, seçmenlerin kişisel tercihleri, algıları ve sonuç olarak seçmenlerin ekonomik koşulları seçmenleri temel nitelikleriyle birlikte sınıflandırmaya yardımcı önemli parametrelerdir. Aynı zamanda seçmenlerin siyasal toplumsallaşma biçimleri, siyasal ideoloji ve partilere olan bağlılıkları da önemli etkenler olarak kabul edilebilir.

Bu değerlendirmelere göre seçmeni; kararlı seçmenler, yüzergezer seçmenler ve kararsız seçmenler olarak sınıflandırılabilirler mümkündür.

Kararlı seçmenlerin siyasal toplumsallaşma süreci içerisinde edindikleri siyasal bilgi, yönelim ve görüşlerin katı bir özellik sergilediği ve değişime direnç gösterdiği bilinmektedir. Değişmeyen, saf değiştirmeyen bir seçmen kitlesi olarak kararlı seçmenler partiye bağlılık düzeyi en yüksek, Aziz'e göre (2007: 108) ise siyasal parti için en güvenilir seçmen kitlesidir. Bu sebeple siyasal iletişim süreçlerinden, karşıt parti mesajları açısından etkilenmesi ve tutum değişikliğine uğratılması en zor seçmen kitlesidir. Bu seçmen kitlesi bir başka açıdan değerlendirmeye tabi tutulduğunda partizan kimlikleri ön planda olan toplumsal kişiliklerden müteşekkil kabul edilebilir. Bu sebeple bu seçmen kitlesi siyasal iletişim süreci içerisinde çoğu zaman içeriye dönük mesajın hedefi olabileceği gibi aynı zamanda mesajın üretici dinamiği ve taşıyıcı unsuru olarak da işlev görmektedir. Parti kimliği ile özdeşleşen bir seçmen olarak kararlı seçmenler partiye oy toplama, diğer bireyleri ikna etme ve parti yararına çalışma hususunda önemli bir işlev görmektedir. Her partinin kendine özgü bir tabanı vardır ve bu taban çoğunlukla kararlı seçmenlerden oluşur. Ancak kararlı seçmen kitlesini de motive edecek, ortak değer yargılarını yaşatacak ve vurgulayacak mesaj stratejilerinin de mutlaka siyasal iletişim çalışmaları içerisinde yer alması gerekmektedir.

Yüzergezer seçmen ise kararlı seçmenlere nazaran değişkenlik gösteren bir seçmen kitlesidir. Yüzergezer seçmen tipleri ise başlangıçta bir partiye oy verme niyetiyle yola çıkan ama sonra oradan uzaklaşan, daha sonra ise orijinal seçimine geri dönen seçmenlerdir (Karaçor ve Gözümlü, 2012: 410). Bu tür seçmenler Doğan ve Göker'in ifadesiyle (2013: 12) her seçim döneminde özellikle bireysel çıkarları ve

rasyonel tercihleri doğrultusunda karar verme eğilimi içerisinde olan bu seçmen kitlesi belli bir partiye aidiyet duygusu taşımaktan ziyade çıkarlarını temsil edebilecek partileri tercih etmektedir. Ancak yüzergezer seçmenler açısından zıt kutuplarda bir değişimi ya da tercih dönüşümünü beklemek hatalı olacaktır. Bu sebeple siyasal iletişim süreci içerisinde, özellikle politize olma düzeyinin düşük olduğu toplumlarda, politik algılar ve görüşler etrafında şekillenmeyen seçmen davranışlarında rasyonel çıkarlara yönelik mesaj stratejilerinin geliştirildiği görülmektedir.

Kararsız seçmen ise, partilerin kendi taraflarına çekmeye çalıştıkları kitlelerdir. Bu seçmen kitlesi benzer parti programlarına bağlı olarak parti tercihi yaparlar. Seçim zamanında liderlerin ya da partilerin propaganda konuşmasında ilk hedeflenen seçmen kitlesi bu kitledir (Karaçor vd., 2012: 91). Bu seçmen kitlesi kararını siyasal kampanya süreci içerisinde belirginleştirdiğinden seçim kampanyaları ağırlıklı olarak bu seçmen kitlesini hedef almaktadır.

4.2. Siyasal Davranış İle İlgili Teorik Yaklaşımlar

Birey, davranışlarını sosyal ilişkilerden elde ettiği kazanım ve edinimler doğrultusunda ortaya koymaktadır. Dolayısıyla sosyal ilişkiler, bireyin gündelik yaşamının önemli bir parçasını oluşturmaktadır ve bireyin davranışlarını ortaya koymasında temel unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir.

Gündelik yaşamda gerçekleşen herhangi bir davranışın olduğu gibi siyasal davranışın da belirli bir süreç sonrasında gerçekleşmesi kabul edilen bir gerçektir. Bireyin, bir seçmen olarak davranış ortaya koyması, ileri sürülen alternatifler arasında bir karar vermeyi ve sonrasında bu kararını eyleme dönüştürerek siyasal davranışını gerçekleştirmesi sürecini açıklamaktadır. Özkan'a göre (2004: 172) karar verme bir "seçme işlemi" gerektirmektedir. Kararın oluşabilmesi için mutlaka değişik alternatifler bulunmalı ve bunların arasından biri ya da birkaçı seçilmelidir. Bu karar verme sürecinde birey çeşitli iç ve dış faktörlerden etkilenmektedir.

Bireyler kararlarını verirken bir süreçten geçmektedirler. Doğal olarak bu süreci etkileyen bazı faktörler bulunmaktadır. Bireylerde karar verme sürecini etkileyen; belirlilik, belirsizlik ve risk adı altında üç tür çevre durumları bulunmaktadır. Karar vermek için gerekli olan tüm alternatiflerin sonuçları, tam ve kesin olarak bilindiğinde belirlilik durumu ortaya çıkmaktadır. Belirsizlik altında karar vermede, alternatif sonuçlar hakkında kesin ve tam bir bilgi bulunmamaktadır. Son olarak risk altında karar

verme durumunda ise, ne belirlilik durumunda olduğu gibi tam ve kesin bir bilgi, ne de belirsizlik durumundaki gibi kesin bir bilgisizlik söz konusudur. Bu bağlamda seçmen tercihleri açısından baktığımızda, seçmenlerin belirsizlik ve risk durumunda karar vermeye daha yakın olduğu söylenebilir. Çünkü hangi partinin veya adayın seçimleri kazanacağı kesin olarak bilinmemekle beraber, hangi tür uygulamaların yapılacağı da ancak partiler iktidar olduktan sonra görülebilecektir. Böyle bir durumda, seçmenlerin karar verme süreçleri etkilenecek ve rasyonel seçmen belirsiz ve risk durumunun en aza indirilmesi için harekete geçecektir (Kalender, 2005: 31-32). Seçmenin kararını verirken belirsizlik ve risk durumundan çıkarak belirlilik durumuna geçmesi için karar vermesini kolaylaştıracak politik bilgiye ve rasyonel alternatiflere sahip olması gerekir.

Seçmenin, siyasal davranışını etkileyen çeşitli sosyolojik ve psikolojik etkenler bulunmaktadır. Bireylerin, yaşı, cinsiyeti, eğitim durumu, yaşadığı mekân, sosyal ilişkileri, aday, lider, aile, komşu, cemaat, kanaat önderleri vb. faktörler karar verme sürecinde ve siyasal davranışın oluşmasında farklı şekil ve düzeylerde etkili olabilmektedir. Bu faktörlerin ortaya konulabilmesi için öncelikle seçmen davranışını açıklayan yaklaşımlara değinilmesi gerekmektedir.

Batıda seçim sürecinin analiziyle ilgili çalışmalar 1940’larda başlamış ve İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra hız kazanmış ve siyaset sosyolojisinin en geniş konularından biri olmuştur. Bu alanda çalışan siyaset bilimciler kullandıkları varsayımlar, benimsedikleri yöntemler ve seçtikleri verilerdeki farklılıklar nedeniyle farklı, bazen de birbirleriyle çelişen sonuçlara ulaşmaktadırlar (Akgün, 2007: 26). Siyasal davranışı açıklaya yönelik teorik çalışmaları dört ana başlıkta derlemek mümkündür.

Bunlarçoğu araştırmacıda benimsenen yaklaşımlar olarak; 1- Sosyolojik Yaklaşım, 2- Sosyo-Psikolojik Yaklaşım ya da Partiyle Özdeşleşme, 3- Rasyonel Tercih Yaklaşımı, 4-Ekonomi Politik Yaklaşım (Akgün, 2007: 27; Harrop ve Miller, 1987: 130; Kalender, 2005: 39, Özkan, 2004:117) olarak nitelendirilmektedir.

4.2.1. Sosyolojik Yaklaşım

Seçmen davranışıyla ilgili yapılan çalışmalarda ilk olarak “Sosyolojik Yaklaşım” teorisi ileri sürülmüştür. Columbia ekolü olarak da bilinen bu yaklaşım, 1940’lı ve 1950’li yıllarda ortaya konulmuştur. Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet 1940 yılı ABD Başkanlık seçimleri sırasında seçmenler üzerinde yaptıkları bir araştırma sonucunda sosyolojik yaklaşımı ileri sürmüşlerdir.

Bu yaklaşımın temel savına göre, bireylerin davranışlarını yönlendirmede ve karar vermelerini sağlamada sosyal gruplar etkili olmaktadır (Dalton, 2000: 920). Lazarsfeld ve arkadaşlarına göre ise, siyasal davranış ile sosyal gruplar arasında ilişki çok güçlüdür. Karar vermede sosyal ekonomik statü, din ve ikamet yeri siyasal yatkınlığı belirler (Antunus, 2010: 147). Sosyolojik yaklaşım sosyal ilişkilerin önemi üzerinde durmaktadır. İnsanın toplumsal bir varlık olarak varlık sahnesine çıkması, kişinin bireysel gelişiminde ve toplumsallaşma sürecinde toplumun ve toplumsal ilişkilerin etkisini vurgulamaktadır. Özellikle toplumla kurulan irtibatın bir aracı unsuru olarak toplumsal gruplar bireyin toplumsallaşmasında ve özellikle de siyasal toplumsallaşma süreci içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda birer sosyal grup olarak aile, arkadaş ve akran grupları, okul ve kitle iletişim araçlarının toplumsallaşma süreci içerisinde bireye yüklediği değer yargıları, ortak normlar ve kültürel öğeler bireylerin tercihlerini belirlemesinde birer kılavuz görevi görmektedir. Her bir toplumsal grubun kendine özgü normları olduğu kabul edilirse, bu normlara uymayan davranışların sosyal dışlanma veya grup dışına itilme gibi cezai yaptırımların ya da tam tersi durumda ödül mekanizmasının varlığı da bireyin tercihlerini ve davranışlarını belirlemede önemlidir. Siyasal tercihlerin oluşması ve davranışa aktarılması sürecinde de bu sosyal grupların dominant bir unsur olduğu kabul edilmektedir. Dolayısıyla seçmenin tercihi ve siyasal davranışını toplumsal çevresinden bağımsız düşünmek söz konusu değildir (Doğan ve Göker, 2013 11). Bireyler, siyasal davranışını sergilerken grup normlarına ters düşmemeye özel önem vermektedir. Columbia ekolü olarak da ifade edilen sosyolojik yaklaşıma göre bireyler bağlı bulundukları gruplar doğrultusunda oy verme eğilimi içerisinde bulunmakta ve özellikle yaş, cinsiyet, eğitim, gelir, meslek ve yerleşim birimi gibi faktörlerin seçmen tercihinde etkili olduğu savunulmaktadır (Özer ve Meder, 2008: 35).

Sosyolojik yaklaşım seçmeni, psikolojik baskılar altında bulunan kişiler topluluğu olarak değil, ortak çıkara sahip üyelerden meydana gelen sosyal gruplar olarak ele alır. Seçmen genellikle üyesi bulunduğu grubunun siyasal tercihleri yönünde oy kullanır. Kişinin sosyal ve siyasal eylemleri, çevresindekilerin (aile, arkadaş) eylemlerine, grup üyeliği ve kişilerarası ilişkilerin düzenliliğine ve sıklığına, katı veya belirsiz olarak kendisini bir gruba üye görmesine bağlıdır. Kişi kendisini hangi gruba üye görüyorsa, o grubun siyasal davranış kalıplarını benimseyecektir (Gülmen, 1979: 48). Bireyin, sosyal ilişkileri bu çerçevede siyasal davranışında belirleyici olmaktadır.

Sosyal ilişki gruplarıyla uyum ve sadakat çerçevesinde bir arada olan birey, kendi grubunun eğilimleri doğrultusunda bir siyasal davranış ortaya koyacaktır. Sosyal ilişkiler duygusal bir süreç olması hasebiyle birey de grup aidiyeti ve bağlılığıyla uyumlu olarak siyasal davranış içerisinde bulunur. Latif vd. (2011: 202) ise bazı insanların hedeflerine ulaşmak için organizasyonel yapılara uyumlu olarak siyasal davranış geliştirdiklerini ileri sürerek, farklı bir bakış açısı ortaya koymaktadırlar.

Columbia Okuluna göre, politik tercihlerin belirlenmesinde sosyal özellikler, (bölünmeler) belirleyici rol oynar. Seçmenlerin dinsel, etnik ve mesleki farklılıkları, sosyal bölünmelerin temel kaynağıdır (Çinko, 2006: 109). Seçmenler parti tercihini grup normları doğrultusunda adeta dini bir aidiyet duygusu ile ortaya koymaktadır. Columbia Okulu, Bartels'e göre (2008: 240) siyasal davranışı bu çerçevede marka sadakati gibi değerlendirmektedir.

Bireyler ait oldukları grupların toplumsal değerlerinden etkilenirler, kendi kişisel değerlerini bu toplumsal değerlerden (Uztuğ, 2004: 194) etkilenerek oluştururlar. Bu çerçevede, Özkan'ın da belirttiği gibi (2004: 111), sosyolojik yaklaşımın temel konusu seçmenler değil, gruplar ve partilerdir. Sosyolojik yaklaşım, bireylerin niçin oy verdiğine odaklanmakta ve bunun cevabını grup dinamiği çerçevesinde aramaktadır.

Sosyolojik yaklaşım çerçevesinde çalışmalar yürüten Lazarsfeld ve arkadaşları (Akt. Kalender, 2005: 43) yapmış oldukları araştırma neticesinde, sosyal özelliklerin parti tercihini etkilediğini, oy vermenin bir grup deneyimi olduğunu, bireylerin mensup oldukları gruplar doğrultusunda oy vermeye eğilimi gösterdikleri, birlikte yaşayan ya da birlikte çalışanların aynı adaya oy verme ihtimallerinin bulunduğu, oy vermede ailenin önemli bir rolünün bulunduğu, bu çerçevede eşler ile çocukların benzer tercihte bulundukları sonucuna varmışlardır.

Seçmen davranışını sosyolojik yaklaşım çerçevesinde inceleyen bilim adamları, cinsiyet, yaş, eğitim, gelir, yerleşim yeri ve meslek gibi demografik etkenlerin seçmen davranışında etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu yaklaşım çerçevesinde bireysellik reddedilmekte sosyal grupların ortak çıkarına vurgu yapmaktadır. Bir diğer dikkat çeken nokta ise, yine Columbia yazarları, seçim davranışını adaylar arasında bir tercih yapma olarak değil, partiler arasında bir tercih yapma olarak tanımlamışlardır (Damlapınar ve Balcı, 2005: 59). Seçmen, siyasal davranışında partiyi değerlendirme merkezine almakta, sosyal ilişkiler çerçevesinde içerisinde bulunduğu grubun ortak beklenti, düşünce ya da eğilimleri süreçte etkili olmaktadır.

1940'lı ve 1950'li yıllarda etkili olan Columbia Okulu, Michigan ekolü taraftarları başta olmak üzere çeşitli çevrelerden ciddi eleştirilere uğramıştır (Çinko, 2006: 109). Bu yaklaşım, her ülkedeki parti sistemlerini veri olarak aldığı için, zamanla hem parti sistemlerindeki değişiklikleri hem de oy kaymalarını açıklayıcı teorik esneklikten yoksun olduğu (Akgün, 2007; 28), farklı seçimlerde seçmen davranışında meydana gelen değişimleri açıklayamadığı ve bazı sosyal gruplara ait bireylerin farklı sosyal gruba ait bireylerin beklentisi doğrultusunda oy kullanıp kullanmadığını açıklayamadığı (Antunes, 2010:153) gerekçesiyle eleştirilmektedir.

Yapılan bazı eleştirel değerlendirmelerde haklılık payı olmasına rağmen sosyolojik yaklaşımın ileri sürdüğü iddiaları, bu konuda yapılan veya yapılacak olan çalışma ya da araştırmalarda analiz dışında tutmak mümkün değildir.

Türk seçmen davranışını inceleyen araştırmalar doğrultusunda, Türk seçmenin siyasi tercihinin sosyolojik yaklaşımın ileri sürdüğü savlara benzer davranış gösterdiğini söyleyebilmek mümkündür. Türk seçmen davranışı ile ilgili çalışmalarda, merkez-çevre ayırımına dayanan sosyo-kültürel yaklaşımın daha yaygın bir kabul gördüğü gözlenmektedir. Bu yaklaşım, literatürde yaygın olarak kullanılan ve yukarıda özetlenen yaklaşımlardan sosyolojik modele daha uygun düşmektedir.

4.2.2. Sosyo-Psikolojik Yaklaşım ya da Partiye Özdeşleşme

Seçmen davranışının incelendiği bir diğer yaklaşım olan Sosyo-Psikolojik Yaklaşım, gruplar yerine bireyler üzerine odaklanır ve seçmenin partiye psikolojik bağlılık duyduğunu ileri sürer. Bu yaklaşım bireyin belli bir partiye yönelik tutumlarının, siyasi yaşamı algılaması, yorumlaması ve siyasi davranışta bulunması konusunda belirleyici olduğunu savunmaktadır.

Bu model ilk defa Michigan Üniversitesi'nden Campbell, Converse, Miller ve Stokes tarafından geliştirilmiş ve yazarlar, seçmen tercihi araştırmalarına yeni bir boyut kazandırmıştır. Partiye özdeşleşme modeli; 1948, 1952 ve 1956 Başkanlık Seçimleri arasında görüşmelerin verileri doğrultusunda ortaya konulmuştur (Damlapınar ve Balcı, 2005: 60). Sosyo-Psikolojik Yaklaşımı benimseyen Michigan Okulu, siyasi dünyayı seçmen gözüyle incelemiş, seçmen davranışını, parti tercihinin kişinin subjektif dünyasına, seçimlerle ilgili olarak adayları yorumlayışına bağlamıştır (Gülmen, 1979: 33). Bu yaklaşıma göre siyasi davranış gündelik yaşam deneyiminin bir yansıması olarak gerçekleşmekte ve psikolojik faktörler bu süreçte daha öne çıkmaktadır. Birey, siyasi

davranışını korku, kızgınlık, endişe, ümit, vaat, önyargı gibi psikolojik faktörlerin etkisinde ortaya koyacağından bireysel nitelikleri doğrultusunda gerçekleştireceği tutumlar süreci şekillendirecektir. Tutumlar bazı insanların neden oy verdiği ya da neden oy vermediği konusunda seçmenin analizinde yol gösterici olabilmektedir.

Bu modelin merkezinde bireyin siyasal partiye karşı psikolojik bir yakınlık, bir siyasi parti ile istikrarlı ve kalıcı bir ilişki vardır. Psikolojik bir kimlik olarak parti ile bireyin ilişkisi karakterize edilir (Antunus, 2010: 154). Kişinin küçük yaşlarda maruz kaldığı siyasal etki, onun ilerleyen dönemlerdeki siyasal tercihlerinde psikolojik bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır (Güllüpnar vd., 2013: 8). Seçmenlerin küçük yaşlarda ailelerinin ve çevrelerinin etkisi altında gerçekleşen siyasal sosyalleşme sürecinde kazandıkları siyasal tutumlar ve ideolojik yönelimlerin ileriki yaşlarda onların parti tercihi üzerinde son derece etkili olduğu (Akgün, 2007: 29) ve kişilerin herhangi bir partiye karşı psikolojik bağlılık duyduğunu (Kalender, 2005: 46) ileri sürer.

Bu bağı ‘psikolojik sevgi bağı’ olarak belirten Çinko’ya göre (2006: 110) bu bağın oluşumu çocukluk yıllarına kadar uzanır. Parti kimliği şeklinde somut olarak ifade edilen bu bağlılığın, adeta dinsel bir bağlılığı andırdığı ileri sürülmüştür. Ayrıca seçmenler, parti kimliği sayesinde siyasetin karmaşık dünyasını, yakınlık duydukları partinin yorumları ile kendi zihinlerinde anlamlı hale getirirler. Böylece yeterli bilgi sahibi olmasalar bile, seçmenler gelişen siyasal olayları kolayca yorumlayabilirler (Özer ve Meder, 2008: 33). Bu şekilde parti kimliği, bireyi kendi değerleri doğrultusunda siyasal gelişmeleri ve dış dünyayı yorumlama imkânına kavuşturur ve elde ettiği siyasal bilgi ile de siyasal davranışını şekillendirmesine yardımcı olur.

Bartels’in de belirttiği üzere (2008: 248), Michigan Modeli, kısa vadeli aday popülaritesi, politik gündem yerine uzun vadeli parti bağımlılığını seçmen davranışında etkili olarak değerlendirmektedir. Gelişmiş demokrasilerde parti kimliği seçimlere etki eden en önemli uzun dönemli faktörlerden biridir. Partiye olan sadakat, seçmenlerin siyasal tercihlerini yaparken dayandıkları psikolojik bağlılığı yansıtır. Bireyin partilerden birine bağlılık duygusu ne kadar güçlü olursa, onun kendisini bağladığı parti tarafında psikolojik katılımı da o kadar güçlü olur (Sitembölükbaşı, 2005: 205). Buna rağmen her ülkede benzer bir durumdan söz edebilmek mümkün değildir. Bazı ülkelerde siyasal parti ile seçmenin bağı zayıflamakta ve diğer faktörler siyasal davranış üzerinde etkili olabilmektedir.

Seçim ve seçmen davranışı analizlerini derinden etkileyen Michigan araştırmacıları Budge ve Farlie'nin ortaya koyduğu partiye özdeşleşme modelinin ortaya koyduğu değerlendirmelere göre (Kalender, 2005: 49);

Seçmenler mevcut oy verme niyetinden farklı olabilen bir partiye, önceden var olan bir bağlılık hissetmektedir. Önceden mevcut olan bu bağlılık, ailedeki sosyalleşmeyle oluşmaktadır. Çoğu seçmen, bütün hayatı boyunca aynı partiye bağlı kalmaktadır. Bir partiye daha çok bağlı olan seçmenin, seçimlerde bağımsız olarak oyunu o partiye kullanması kuvvetle muhtemeldir. Bir partiye daha çok bağlı olan seçmenin, seçimlere katılması kuvvetle muhtemeldir. Bir partiye daha çok bağlı olan seçmenin, kendi partizan bağlılığına uygun olabilen diğer partileri algılaması ve değerlendirmesi kuvvetle muhtemeldir.

Bu modelde seçmenin siyasal tercihinde psikolojik bağı ya da özdeşlik kurması önemlidir ve karar vermede bu unsurların yönü ve gücü etkili olmaktadır. Bu durumda, seçmenin partiye özdeşim kurması için yakın bir bağa sahip olması gerekmemektedir. Birey küçük yaşlardan itibaren, özellikle de politize olmuş aileler içerisinde daha yoğun olmak kaydıyla politik eğilimler kazanmakta ve bu eğilimlerini belli partilerle özdeşim kurarak tercihlerini şekillendirmektedir (Doğan ve Göker, 2013: 12). Partiye kurulan özdeşim, seçmenin süreç içerisinde başka partilere kaymasına da olanak vermemektedir.

Bu görüş, 1970'lerde şüpheyle karşılanır olmuştur. Çünkü, nce Amerika'da daha sonra da Avrupa'da gelişen olaylar ve yapılan araştırmalar, bu ekolün temel varsayımlarının kanıtlanmadığını ortaya koymuştur. Örneğin, Amerika'da her geçen yıl daha çok sayıda kişi hiç bir partiyi kendisine yakın bulmadığını ve bağımsız olduğunu ifade etmeye başlamıştır. Öte yandan Avrupa'da uzun yıllar siyasete egemen olan klasik sağ ve sol partilerin dışında yeni partiler (rneğin yeşiller) seçimlerde başarı göstermeye başlamışlardır (Gökçe vd., 2002: 9). Bu gelişmeler araştırmacıları siyasal davranışın ortaya konulmasında başka faktörlerin etkili olabileceği yeni araştırmalar yapılmasını vesile olmuştur.

Türk seçmeni bağlamında değerlendirildiğinde sosyo-psikolojik yaklaşım bir başka ifadeyle partiye özdeşleşme modelinin örneklerini görebilmek mümkündür. zkan'a göre (2004: 114) zellikle bir kısım aydınların ve bürokratik çevrelerin Cumhuriyet Halk Partisi'nden başka bir partiye oy vermemesi, benzer şekilde milliyetçi duyarlılıkları olan kesimlerin Milliyetçi Hareket Partisi'nden başka partiye oy vermemesi partiye özdeşleşme yaklaşımı için örneklerdir.

Bu yaklaşımda seçmen davranışının “parti kimliği” kavramı bağlamında bireylerin psikolojik bağlılığının ömür boyu devam edeceği ileri sürülmüşse de özellikle ülkemizde 1980’lerden sonra seçmen tercihinin açıklamada aday, sosyo-kültürel değerler, ekonomik gelişmeler gibi değişkenlerin de ele alınması gerektiği ortaya çıkmıştır. Çünkü, seçmenlerin parti bağlılığı her geçen gün azalmakta, siyasi tercih kaymaları bazı seçimlerde oldukça keskin bir şekilde yaşanmaktadır. Bu doğrultuda rasyonel tercih yaklaşımı daha fazla önem taşımaya başlamıştır.

4.2.3. Rasyonel Tercih Yaklaşımı

Ekonomik Yaklaşım, Anthony Downs'ın "An Economic Theory of Democracy" adlı çalışmasında ileri sürdüğü rasyonel tercih yaklaşımı çerçevesinde geliştirilmiş bir yaklaşım olarak son yıllarda ağırlıklı bir şekilde ele alınmakta ve çeşitli yönleriyle araştırmalara konu olmaktadır.

Rasyonel Tercih Kuramı, sosyolog George Casper Homans tarafından davranışın maliyet-fayda hesabıyla belirlendiği bir görüşle formüle edilerek, homo economicus yaklaşımı ile betimlenmektedir. Coleman ise, rasyonel tercih yaklaşımının temelinde olan aktör olgusunu merkeze alarak düşünsel alt yapısını daha da geliştirmiştir. Coleman’a göre, rasyonel tercih, bir aktör yapacağı işte ne ölçüde fayda görür ve bu faydayı değerlendirmek için gerekli yeteneklerin ne kadarına sahip olursa, eylemin gerçekleşme ihtimalinin o kadar yüksek olacağı ilkesine dayanır (Richter, 2012: 201). Coleman’ın aktör olarak ifade ettiği unsur siyasal davranışta seçmen olarak değerlendirilmektedir. Gandhi’ye göre (2005:81) rasyonel seçim teorisinin temel varsayımı *homo economicus* eşittir *homo politicus* inancıdır.

Homo economicus kişisel çıkarı peşinde koşan rasyonel insan olarak varsayarken; *homo politicus* ise bireyin kendi tercihlerini yapabileceğini ve bunlara göre yaşayabileceğini varsayar (Özalp, 2011: 27). Homo politicus, bir yandan rasyonel bir tercih çerçevesinde eylemde bulunurken diğer yandan da sosyal ilişkilerini kullanarak karar alma süreçlerinde kamuoyu oluşturmaya veya kamuoyunu etkilemeye çalışan seçmendir.

Seçmen davranışına ekonomik olarak yaklaşanların temel varsayımı; kişinin kendi çıkarlarını iyi bilmesi, çıkarlara en iyi şekilde hizmet edecek bir aday veya partiyi değerlendirmesi ve bunun sonucunda en uygun aday veya partiye oy kullandığı (Kalender, 2005: 50) yönündeki düşüncedir. Rasyonel tercih ya da bir diğer adıyla ekonomik

yaklaşım bireylerin kendi şahsi çıkarları doğrultusunda siyasal tercihlerde bulunduğunu varsayar. Kişinin özellikle ekonomik çıkarlar bağlamında seçme süreci içerisine girmesi ve siyasal davranışını bu yönde gerçekleştirmesi, kendi çıkarları gerçekleştireceğini düşündüğü partiye oy vermesini ifade etmektedir.

Bu görüşe göre, vatandaşlar, her bir seçimde kendi amaçlarını gerçekleştirme bakımından en uygun gördükleri partiye oy verirler. Bu kuram, seçmenlerin tek amaçlarının “maddi çıkar” olarak tanımlanan fayda maksimizasyonu olduğunu varsayar (Gökçe vd., 2002: 9). Bu görüşü savunanlara göre seçmenin kendisinin belli bir amacı vardır ve eğer oy verdiği parti amacını gerçekleştirmede yetersiz kalırsa, seçmen bir sonraki dönemde oyunu kolayca değiştirir (Akgün, 2007: 30). Seçmen davranışına rasyonel olarak yaklaşanların temel varsayımı seçmenin kendi çıkarını bilmesi, bu çıkarlara en iyi şekilde hizmet edecek bir aday veya partiyi değerlendirmesi ve bunun sonucunda en uygun aday veya partiye oy kullanmasıdır (Özer ve Meder, 2008: 32). Ülkemizde yerel seçimler ile genel seçimler arasında partilerin bazı illerde aldıkları oyun değişmesi bu çerçevede değerlendirilebilir. Yerel seçimde, seçmen rasyonel bir yaklaşımla kendisine daha fazla yararlı olacak, kendi amaçlarını gerçekleştirebilecek ya da çıkarlarına hizmet edebilecek adaylara yönelebilmekte, bir önceki seçimde kullandığı siyasal tercihten farklı bir siyasal davranış ortaya koyabilmektedir.

Ekonomik tercih yaklaşımında seçmenin kendi politik beklenti ve çıkarları doğrultusunda tercihte bulunması ve bu tercihini ortaya koyabilmesi için siyasal bilgiye daha fazla ihtiyaç duyması söz konusudur. Ekonomik yaklaşıma göre seçmen, aday ya da partilerden kendisine en fazla yarar/fayda sağlayacağına inandığını tercih etmektedir. Bu durum yerel seçimlerde genel seçimlere göre daha fazla öne çıkmakta ve seçmen yerel seçimlerde daha fazla rasyonel bir tercih yaklaşımında bulunma eğilimi göstermektedir. Bu durum yerel seçimlerin karakteristik özelliğinin bir gereğidir.

Rasyonel tercih yaklaşımının öncüsü Antony Downs’a göre (1957: 49) rasyonel bir seçmen, ücretsiz ve tam olarak bilgilendirildiğinde oy verme ile ilgili kararını şu şekilde almaktadır.

1. Mevcut hükümetten aldığı hükümet faaliyetleri sonucu gelen faydalı gelir akışını, çeşitli muhalif partilerin iktidara gelmesi sonucu kendi menfaatine dönük olumlu gelişmeler sağlayacağını düşündüğü olasılığı karşılaştırma yoluyla, seçmen kendi güncel parti farklarını bulur. Bunlar, onun tercihlerini rekabet halindeki partiler arasında yerleştirirler.

2. İki partili bir sistemde ise, seçmen bu kez tercih ettiği partiye oy verir. Çok partili sistemde ise, diğer seçmenlerin tercihlerinin ne olacağını tahmin eder; sonra bu süreç aşağıdaki gibi devam eder:
 - a. Kendine göre sevdiği partinin seçimleri kazanma şansı varsa, oyunu bu partiye verir.
 - b. Sevdiği partinin neredeyse hiç kazanma şansı yoksa, hiç sevmediği bir partinin kazanmasını önlemek amacıyla, seçimleri kazanma ihtimali bulunan bir başka partiye oy verir.
 - c. Kendisi geleceğe dönük seçim yapmak isteyen bir seçmen ise, kendi partisinin seçimi kazanma ihtimali bulunmazsa bile o partiye oy verir. Bu şekilde gelecekte yapılacak olan seçimlerde kendisine sunulacak alternatifleri geliştirmek ister.
3. Kendi tercih sıralamasına göre en azından bir muhalefet partisinin birinci parti olma ihtimalini göz önünde bulundurarak, iktidara geçecek partiler arasında bir tercihte bulunamazsa, aşağıdaki gibi hareket eder:
 - a. Benzer altyapılara ve güncel politikalara sahip olduklarından dolayı partiler kafa karışıklığına sebep olmuşlarsa, iktidara aday partinin iktidardaki partinin performans reytinglerini karşılaştırır. İktidara aday parti iyi bir iş çıkardığında, o partiye oy verir; kötü bir iş çıkardıklarında ise, o partiye karşı oy verirler, partinin performansı ne iyi, ne de kötü ise seçmen çekimser kalır.

Bu ekolün diğer bir versiyonu da “geçmişe dönük oy verme” (*retrospective voting*) olarak bilinmektedir. Buna göre, seçmenler oy verirken iktidarda bulunan partinin uygulamalarına ve genel performansına bakar ve bu süre içinde kendi ekonomik durumundaki değişmeyi göz önüne almaktadır. Vatandaşlar için iktidarın nasıl bir ekonomik politika izlediğinden çok, ortaya çıkan net sonuçlar önemlidir (Özer ve Meder, 2008: 34). Seçmen oyunu belirlerken geçmiş icraatlara da bakmaktadır. Bu çerçevede Ekonomik seçim modelinin ana belirleyici unsuru, seçmenlerin, ekonomik gelişim ve değişimler konusunda hükümeti yükümlü (incumbent) görmeleridir. Yani hükümet ekonomik politikalardan sorumludur ve bu sorumluluğun hesabını vermelidir. Dolayısıyla ekonomik problemleri çözmekle yükümlü partilerin, ekonomi politikası konusundaki performansları önem arz etmektedir. Gelecek hakkındaki belirsizlikler ve ilgili partinin samimiyeti neticesinde ilgili partilerin geçmişteki ekonomik performansları, aynı partilerin gelecekte olması muhtemel performanslarını değerlendirme açısından seçmenler nezdinde bir rehber niteliği taşımaktadır (Ercins, 2007: 26). Seçmen bu performansları değerlendirerek, siyasal davranışını ortaya koymaktadır. Burada önemli olan siyasi partilerin ekonomik performansları ve başarılarıdır.

Seçmen, partilerin geçmiş ekonomik performansı ve kazanımlarını bir referans olarak almakta, bu doğrultuda sonraki sürece ilişkin siyasal davranışını ortaya koymaktadır. Geçmişte kazanımları yüksekse, siyasal tercihinde devam ederek siyasal partiyi ödüllendirmekte, kaybı fazla ise siyasal partiye ceza vermekte ve siyasal tercihinı değiştirmektedir. Özkan'a göre (2004: 116) rasyonel tercih yaklaşımında seçmenler, geleceğı değil, geçmişı sağduyu ile değerlendirerek oyunu kullanmaktadır. Seçmenler, özellikle iktidar partilerinin geçmişte yaptıkları icraatların bir değerlendirmesini yapmakta, bu icraatlardan kendisinin ne kadar yararlandığını tartarak ona göre karar vermektedir. Yani seçmenler, yaşadıklarına ve kazanımlarına bakarak değerlendirmesini yapmakta bu süreçteki tecrübeleri olumsuz ise vaatlere ve ikna edici iletişim faaliyetlerine kendini kapatmaktadır.

Bilim ve teknolojinin gelişmesi, dünya nüfusunun büyük bölümünün şehirlerde yaşamaya başlaması, bilgiye ulaşma ve yayma bakımından gelişen değişimler, üretim ve tüketim biçimlerindeki değişimler gibi birçok nedene bağılı olarak seçmenlerin giderek bireyselleştikleri söylenebilir. Oy verme davranışı bakımından bireyselleşen seçmenin bütünüyle olmasa da sosyolojik ve psikolojik faktörlerin etkisinden kurtulduğu ve tercihlerini daha çok ekonomik ve hizmet odaklı olarak yaptığı söylenebilir (Güllüpnar vd., 2013: 9). Bu süreçte, ekonomik beklentiler ve çıkarlar öne çıkmaktadır. Hiç şüphesiz, “çıkara”dan kastedilen doğrudan maddi bir çıkar değil, bir hizmet, bir proje ya da bir vaat olabilmektedir. Özkan'ın da belirttiğı gibi (2004: 117) böyle bir yaşam alanı içinde hareket eden ve hayata bu perspektiften bakan insanlar da seçim zamanı sandığa gittiklerinde kendilerini kim daha iyi yönetecekse, kim daha mutlu, huzurlu ve refah içinde yaşatacaksa onu seçmeyi tercih ediyorlar.

Siyasal iletişim araştırmacıları tarafından Akgün'ün de belirttiğı gibi (2007: 33) genel olarak kabul gören bu yaklaşım, fayda ve amaç tanımını maddi çıkarla sınırlaması ve ekonomi dışındaki etkenleri ve politikada önemli olan sembolik değerleri göz ardı etmesi nedeniyle eleştirilmektedir. Bazı bilim adamları ise rasyonel tercih teorisini, tüketici tercihlerini açıklamada olduğu gibi siyasal davranışı açıklamada yeterli olmadığı şeklinde bir başarısızlıkla (Gandhi, 2005: 84) itham etmektedirler

4.2.4. Ekonomi Politik Yaklaşımı

Seçmenin siyasal davranışını etkileyen pek çok faktörden biri de ekonomi politikalarıdır. Ekonomik oy verme diye bilinen teori, V.O. Key (1966) tarafından

formüle edilen ve Fiorina (1978) tarafından geliştirilen “sorumlu seçmen” düşüncesine dayanır (Akgün, 2007: 74). Bu teoriye göre, seçmenler iktidar partisinin ekonomik performansını referans alarak siyasal davranışta bulunur, siyasal tercihini belirlerler. Özsoy’a göre (2009: 51) Seçmen davranışını değiştiren ekonomik değişkenlerin içinde, işsizlik oranlarındaki artış veya düşüş, kişi başına düşen milli gelir miktarı ve enflasyon değerlerindeki değişiklikler oldukça etkilidir. Ericson (2009: 470) seçmenlerin ekonomik duruma ve geleceğe ilişkin merakının önemli olduğuna dikkat çekmektedir.

Seçmenler, ülke ekonomisinin performansından iktidardaki parti ya da partileri sorumlu tutarlar ve bu sorumluluk bilincine göre oy verirler. Eğer, bu önerme doğruysa, yani ülkede cereyan eden ekonomik koşullar vatandaşın parti seçimi üzerinde güçlü etkiye sahipse, iktidar partisinin kaderinin önemli ölçüde ekonomideki başarısına bağlı olması gerekir. Buna göre ülkedeki genel refahın artışını izleyen dönemlerde yapılan seçimlerde, seçmenlerin iktidardaki partinin adaylarına daha fazla destek vermesi, genel refahın azaldığı dönemlerde ise iktidarın desteğini çekerek cezalandırması beklenir (Akgün, 2007: 76). Bunun örneklerini ülkemizde yakın tarihimizde, 1994 ekonomik krizi ve 2001 ekonomik krizi sonrasında yapılan genel seçimlerde görebilmek mümkün olmuştur. Cumhuriyet tarihimizin en büyük ekonomik krizi olarak değerlendirilen 2001 krizi devam ederken 3 Kasım 2002 tarihinde yapılan genel seçimlerde Türk seçmeni oldukça keskin bir siyasal davranış ortaya koymuştur. Seçimlerde, koalisyon partilerini oluşturan partilerin tamamı %10 barajının altında kalırken, bir önceki seçimde %22 oy oranıyla seçimlerden birinci olarak çıkan parti %1 oy düzeyine kadar gerilemiştir. Buna karşın, yeni söylemlerle seçmenin karşısına çıkan partiye tek başına iktidar olma imkânı verilmiştir.

Yine bu çerçevede, ABD’de ekonomik dalgalanmaların kongre seçimleri üzerinde kayda değer düzeyde etkili olduğu ileri sürülmüştür. Buna göre, iktisadi konjonktürün olumlu seyrettiği dönemlerde iktidar partisi adaylarının, aksi durumda ise, muhalefet adaylarının avantajlı konuma geçtiğine ilişkin bulgular elde edilmiştir (Çinko, 2006: 114). Kısacası bu yaklaşımda seçmen tercihini belirlerken ekonomik beklentilerinin gerçekleşip gerçekleşmeyeceği ile geçmişe ya da geleceğe dönük yarar sağlayıp sağlamama durumunu dikkate almakta, izlenen ekonomik politikaların sonuçlarının değerlendirilmesi temel alınmaktadır.

Ülkedeki ekonomik gidişattan memnun olan vatandaşlar iktidar partisine oy verirken, ülkenin kötü yönetildiğine inanan seçmenler ise muhalefete destek vermekte

ve hatta radikal-popülist partilere kaymaktadır (Akgün, 2007: 95). Hükümetin ekonomik performansının seçmen tercihi üzerindeki etkisi özellikle kriz dönemlerinde kendisini gösterir (Kapusızoğlu, 2011: 130). Ülkemizde 2009 yerel seçimlerinde de 2008 ekonomik dalgalanmasının etkisi görülmüş. Bir önceki genel seçimde (2007 Genel Seçimleri) % 42 dolayında oy alan iktidar partisinin oyunun 2009 yerel seçimlerinde %38'e gerilemesinde ekonomik dalgalanmaların etkisinin olduğu ileri sürülmüştür. Bu çerçevede, seçmenin bir bölümü iktidar partisinin ekonomik performansını beğenmeyerek, siyasal tercihini değiştirmiştir. Bütün bu değerlendirmeler ışığında, Türk seçmenin kendi çıkarı ve beklentileri doğrultusunda ekonomi politikalarını da dikkate alarak siyasal bir davranış ortaya koyduğunu söyleyebilmemiz mümkündür.

Ekonomik gelişme, milletin sosyal yapısını ve dolayısıyla sosyal ilişkilerini değiştirir. Sosyal değişimin siyasal davranışlar üzerinde etkisi olur (Gülmen, 1979: 57). Sosyal ilişkilerde yaşanan bu değişimler, seçmenlerin karar alma sürecinde etkili olmakta ve siyasal davranışlara yansımaları görülmektedir.

Yapılan çalışmalar geçmiş deneyimlerin ve ekonomik performansın seçmen davranışını etkilediği ve aynı zamanda hem kişisel hem de ulusal ekonomik koşulların göz önünde tutulduğunu ortaya koymaktadır. Seçmenler, negatif ekonomik göstergelere pozitif ekonomik göstergelerden daha güçlü biçimde duyarlılık göstermektedir. İktidardaki partinin/partilerin sorunlarını çözemeyeceğini, ekonomik olarak gelişme ve rahatlama sağlayamayacağını gören seçmenlerin, bu partilerin alternatiflerini iktidara getirmesi şaşırtıcı değildir (Özsoy, 2009: 53). Türk seçmenin siyasal davranışında ekonomik unsurların etkili olduğunu ileri süren Bulutay (1968: 21-22), incelemelerinde seçmenin oy verme eğiliminde ekonomik düşüncelerin çok önemli pay taşıdığını gösteren bulgulara ulaştıklarını ve iktidar partinin oy oranını korumak için sabit fiyatlarla birey başına geliri %5 civarında artırmak zorunda olduğu, bu oranın üstünde gerçekleştirdiği her bir puana karşılık oy oranında da bir puan artış sağladığını belirtmiştir. Benzer bir değerlendirme ile Akarca ve Tansel (2007: 645) 1995 seçim sonuçları üzerinde yaptıkları değerlendirmede seçmen tercihinde ekonomik faktörlerin etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Özellikle Refah Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi'nin daha az modernize ve ekonomik büyüme eksikliği bulunan bölgelerden oy aldığını, Doğru Yol Partisi'nin kentlerde iyi ekonomik koşullarda yaşayan seçmenlerden, Cumhuriyet Halk Partisi'nin eğitimli ama daha az kentleşmiş

seçmenlerden, Demokratik Sol Parti'nin az eğitimli ama daha modern ve kentsel seçmenlerden oy aldığını ileri sürmüşlerdir.

Ancak, bütün bu değerlendirmelerle birlikte, siyasal davranışın şekillenmesinde ve oy verme tercihinin belirlenmesinde en önemli faktörün ekonomik nedenler olduğunu söyleyebilmek mümkün değildir. Ancak, ekonomik krizlerin olduğu dönemlerde bu faktörün diğer faktörlere göre siyasal davranış üzerinde daha fazla etkili olduğunu söylenebilir. Özbudun (1975: 131), 1963-1967 dönemi için illerin yıllık gelişme hızı ile iktidar partisinin oy değişimlerini incelemesinde; AP'nin gelişme hızı yüksek olan illerde daha başarılı sonuçlar alması beklenirken, böyle bir ilişkiye rastlanmadığını dolayısıyla, salt ekonomik saiklerle oy kullanan seçmen modelinin Türk siyasal yaşamında hâkim rol oynadığını görüşüne şüpheyile yaklaşılması gerektiğini ifade etmektedir.

Siyasal davranışı açıklamaya yönelik bu yaklaşımların farklı düzeylerde geçerliliklerinin olduğu söylenebilir. Seçmenin siyasal davranışını belirleme ve eylemde bulunma sürecinde farklı etkenleri dikkate alarak kararlarını ortaya koyduklarını ifade etme açısından bu yaklaşımlar elbette ki önemlidir. Sosyal ve ekonomik yapıda meydana gelen değişme ve gelişmelere bağlı olarak bu yaklaşımların ortaya koyduğu etkenler birbirinden farklı düzeylerde etkinlikler gösterebilir. Ancak siyasal davranışın tek yönlü açıklanamayacak kadar karmaşık bir süreçler bütünü olduğu unutulmamalıdır. Bu süreçte farklı dönemlerde farklı unsurlar etkili olabilmekte ve bazı hallerde birden çok faktör sürece etki edebilmektedir.

4.3. Siyasal Davranış Etkileyen Faktörler

4.3.1. Siyasal Parti

Siyasal partiler, demokratik siyasal yaşamın temel unsurları olarak, toplum ile devleti birbirine bağlayan temel organizasyonlardır. Bu çerçevede hem Anayasa'nın 68. maddesinde, hem de Siyasi Partiler Kanununun 4. maddesinde “siyasal partiler, demokratik siyasal hayatın vazgeçilmez unsurlarıdır.” vurgusu yapılarak, demokrasi ve milli egemenlik çerçevesinde önemi belirtilmiştir. Demokratik siyasal hayatın kurallarına uygun bir şekilde işleminde hayati bir öneme haiz olan siyasi partiler siyasal davranışın ve seçmen tercihinin belirlenmesinde önemli faktörlerden biridir.

Modern demokrasilerde siyasal partiler halkın iradesini ifade eden ve kanalize eden araçlardır ve siyasal iktidarı seçim yoluyla kazanmak amacıyla kurulmuşlardır

(Bruce ve Yearley, 2006: 235). Bir sosyal kuruluş olarak, bir siyasi partinin iki ana işlevi vardır. Bunlar ilgi eklemlene ve ilgi oluşturma. İlgi eklemlene, benzer siyasi görüşleri paylaşan topluluk üyelerini mevcut siyasi kurumlar aracılığıyla bir araya getirme. İlgi oluşturma, büyük toplum üyelerinin siyasi görüşlerine şekil vermek ve etkileme sürecidir. Siyasal partiler bu iki işlevi tarafların siyasi ve örgütsel görünümüne göre farklı şekillerde oluştururlar (Bruce ve Yearley, 2006: 444). Bir siyasal toplumsallaşma aracı olarak son dönemlerde önemli bir yer tutan siyasal partiler, bir yandan siyasal kültürün, mevcut değer ve inançların pekiştirilmesi, diğer yandan da mevcut siyasal kültürel değiştirilmesi ile yeni değer ve inanç sisteminin oluşturulmasını sağlar. Kısaca siyasal partiler seçmenleri yönlendirme ve kendi politikaları doğrultusunda destek sağlama (Fidan, 2000: 37) noktasında bir takım faaliyetlerde bulunurlar. Siyasal partiler, insanları bir takım ortak amaçlar için bir araya getirirler ve bu amaçlarını gerçekleştirmek için demokratik meşruiyet doğrultusunda seçimleri kullanırlar.

Siyasal partileri Kapani (2007: 176), bir program etrafında toplanmış, siyasal iktidarı elde etmek ya da paylaşmak amacını güden, sürekli bir örgüte sahip kuruluşlar olarak tanımlamaktadır. Siyasal partiler siyasal iktidara demokratik sistemlerde seçimler aracılığıyla gelebilmektedir. Seçimler aracılığıyla siyasi partiler hedeflerini, amaçlarını ve politikalarını ortaya koyarak, bireylerin siyasal davranışlarını etkilemeye çalışırlar. Toksarı'nın da (2013: 1382) belirttiği gibi günümüz dünyasında siyasal partiler, yapmış oldukları hizmetler ve politikalar ile seçmen nezdinde rakipsiz olduklarını gösterme yarışına girmişlerdir. Dolayısıyla, siyasal partiler seçmenler tarafından olumlu yönde algılanmak ve tercih edilmek için büyük mücadeleye girmişlerdir. Siyasal partilerin seçmenler tarafından tercih edilebilmesi için bir takım etkileyici, teşvik edici unsurlara ihtiyaç vardır.

Siyasal partilerin, siyasal davranış üzerinde etkili olan unsurları arasında, gerçekleştirilen icraatlar, partinin vaat ve söylemleri, politikaları, imajı, parti tipi, parti programı, ideolojisi, dine bakış açısı, teşkilat yapısı, seçmenle ilişkileri gibi faktörler sıralanabilir.

Burada siyasi parti üyeleri ile siyasi partiye üye olmayanların davranışının şekillenmesinde farklı etkenlerin olduğu dikkat çekmektedir. Siyasal partiye üye seçmen, partinin programı, kurucuları, kadrosu, lideri ve politikalarını esas değerlendirme kriteri olarak ele almakta ve tercihini bu çerçevede yapmaktadır. Özellikle herhangi bir partinin

üyeleri durumunda olmayan seçmen kitlesi partinin kadrosu, siyasi görüşü veya liderinden çok, o partinin ürettiği politikaları esas alarak parti tercihinin yapmaktadır (Çaha, 2002b: 141). Partinin vaat ve söylemleri, kadrosu, başarısını ispatlaması, yaptığı icraatlar, liderinin yaşı (Kalender, 2005: 155) ve ideolojisi seçmenin tercihinin belirlerken dikkat ettiği diğer hususlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Siyasal partiye destek kısa dönemli ve uzun dönemli faktörlere bağlı olabilmektedir. Kısa dönemli desteği sağlayan unsurlar adaylar, projeler, ekonomik ve sosyal gelişmeler olarak değerlendirilebilir. Bu durum ideolojik siyasal davranışın yerini popüler siyasal davranışlara bırakmasının bir sonucudur. Seçmen, siyasal davranışını belirlerken parti ile arasında bir kimlik bağı ve aidiyet duygusu bulunmadığı durumlarda daha popülist bir yaklaşım içerisine girebilmektedir.

İdeolojinin siyasi davranış üzerinde önemli bir etkisi vardır (Gandhi, 2005: 89). İdeoloji siyasi partilerin çekirdeğidir. Partinin kalbi olarak üyeleri bağlar ve faaliyetlerini şekillendirir (Lilleker, 2006: 92). İdeolojik bağ içerisinde bulundukları siyasal parti ya da adayları tercih eden seçmen, siyasal gündemi de bu ideolojisi doğrultusunda değerlendirmektedir. Ancak, ideojinin siyasal davranışta etkisinin boyutu tartışılmaktadır. Scarbrough (1984) seçmen tercihinde ideolojinin önemli bir etkisinin olmadığını ileri sürerken, Doğan ve Göker (2010) ile Güllüpınar vd, (2013) seçmen tercihinde ideolojinin etkisinin olduğunu ileri sürmektedirler.

Gelişmiş demokrasilerde parti kimliği seçimlere etki eden en önemli uzun dönemli faktörlerden biridir. Partiye olan sadakat, seçmenlerin siyasal tercihlerini yaparken dayandıkları psikolojik bağlılığı yansıtır. Bireyin partilerden birine bağlılık duygusu ne kadar güçlü olursa, onun kendisini bağladığı parti tarafında psikolojik katılımı da o kadar güçlü olur (Sitembölükbaşı, 2005: 202). Parti kimliğinin uzun süre sabit olması durumunun uzun dönemde seçmen davranışını etkilediği anlayışı 1960'larda Avrupa'daki oyların oynaklığının artması ile sorgulanmaya başlanmıştır. Bununla birlikte parti kimliği ne kadar güçlü olursa, oyların oynaklığının düşük olması ihtimali o kadar fazladır (Negiz ve Akyıldız, 2012: 174). Parti kimliği, aynı partiye daha uzun bir süre destek verilmesini sağlar ve seçmenlerin parti değiştirmeleri sıra dışı veya olağanüstü gelişmeler durumunda olabilir. Bu nedenle parti kimliği, parti bağlılığının ve parti sadakatinin bir göstergesi olarak, uzun dönemli destek anlamında önemli bir olgudur.

Siyasal partiler, parti kimliğini benimsemiş ve özümsemiş seçmenler üzerinde uzun süreli bir siyasal etkiye sahip olmasına rağmen, bu siyasal etkinin gerçekleşmediği seçmenler, diğer faktörlerin etkisiyle siyasal davranışlarını ortaya koyarlar. Özsoy'a göre (2009: 56) seçmen tercihleri değişim yanlısıdır ve kendi toplumsal görüşünü ifade eden/edebilen bir parti sistemine ihtiyaç duymaktadır. Bu yapı, kendini yenileyemeyen partiler için oy kaybına neden olmaktadır. Buna göre, siyasal partiler de değişen toplumsal dinamikleri ve toplumsal beklentileri dikkate alarak hizmet, proje vaatleriyle birlikte tüzük ve programlarını dahası organizasyon yapılarını güncellemek ve beklentileri doğrusunda seçmeni etkilemek için yeniden düzenlemek durumundadırlar.

Seçmenlerin genellikle, bir önceki seçimde oy verdiği partiye yeniden oy verme eğilimi de gösterdiği bilinse de, bu desteğin sürekliliğinin olmadığı ve desteğini çekebildiği (Özsoy, 2009: 51) belirtilmektedir. Seçmenin siyasal partiden desteğini çekmesi gerçekleştirilen hizmetlerden memnuniyet düzeyinin düşük olması, verilen vaatlerin gerçekleştirilememesi, politikalarının beğenilmemesi gibi siyasal partiyle doğrudan ilgili nedenlerden olabileceği gibi lider, aday ve kanaat önderleri gibi diğer faktörler de etkili olabilmektedir. Sitembölükbaşı (2005: 197), seçmen tercihinin değişmesinde siyasal partiye olan güvenin kaybedilmesinin de etkili olduğunu ve partilerin devamlı güven kaybetmeleri ve onların zayıf örgütsel yapıları da seçmenlerin sık sık parti değiştirmelerinin başka bir nedenini oluşturduğunu vurgulamaktadır. Halkın partilerin iktidardan yoksun olduklarını düşünmeleri, seçmenlerle siyasal partiler arasındaki bağların güçlenmesini önlemekte ve demokratik kurumlaşmanın geleceğini tehlikeye atmaktadır.

Siyasal partiler, seçmen davranışının ortaya konulmasında etkin bir faktördür. Ancak, bu faktörün etkinliğinin boyutu ve süresi seçmenle parti arasında oluşan bağın yanı sıra, siyasal partilerin seçmenlerin beklentilerini karşılama, vaatlerini yerine getirme gibi hizmet ve projelere de bağlıdır.

4.3.2. Lider

Seçmenlerin davranışını etkileyen önemli faktörlerden biri olan lider özellikle Türkiye gibi doğu kültürünün özelliklerini yansıtan ülkelerde daha fazla dikkate alınmaktadır. Özsoy'un da belirttiği gibi (2009: 58) doğulu milletlerin temel özelliklerinden biri güçlü, iradeli ve karizmatik liderlerin etrafında bir araya gelerek

kendilerini ortak paydada bütünleştirebilecekleri ve hatta ait olarak hissedecekleri bir otoriteye bağlanma isteğidir.

Lider bağlı bulunduğu grubun amaçlarını belirleyen ve bu amaçlar doğrultusunda grup üyelerini etkileyen ve davranışa sürükleyen kişidir. Lider, grup üyeleri tarafından hissedilen ancak açıklığa kavuşmamış olan ortak düşünce ve arzuları, benimsenir bir amaç biçiminde ortaya koyan ve grup üyelerinin potansiyel güçlerini bu amaç etrafında faaliyete geçiren kimsedir (Erzen, 2008: 67). Liderler sadece bir önder değil aynı zamanda belirli bir görüşün savunucusudurlar. Bir lider kendi grubunun fikirlerini kanaatlerini herkese ileten bir megafona benzetilebilir. Bu açıdan savunduğu fikir etrafında kamuoyu oluşturabilecek en tesirli unsurlardan biri olarak kabul edilir (Bektaş, 2000: 112). Demokratik siyasal yaşam içerisinde liderlerin önemli bir aktör olarak ortaya çıkmasının nedenlerinden biri de budur.

Türkiye’de seçmenler üzerinde yapılan bazı çalışmalarda Türk seçmenin parti tercihlerinde liderin önemli hatta birinci etken olduğu ortaya çıkmıştır (Devran, 2003: 197). Yine Çaha’nın yaptığı bir araştırmada seçmelerin davranışını etkileyen en önemli faktörler arasında lider, kadro, siyasi görüş ilk üç sırada yer almaktadır (Çaha, 2002a: 77). Ülkemizde 2002 ve sonrası seçim süreçlerinde yaşanan genel seçimlerde seçmen tercihleri dikkate alındığında, seçmen, kendisine yakın hissettiği ya da ben ona benziyorum dediği, kendi özelliklerini onda hissettiği, seçmen gruplarını kuşatıcı (Okumuş, 2007: 167) lideri tercih ettiği düşünülmektedir.

Partinin politikalarının pazarda konumlandırılması ve buna bağlı olarak bir imajın geliştirilmesi genellikle parti liderlerine bağlıdır (Toksarı vd., 2013: 1383). Günümüz siyasetinde renkli liderlerin çoğunlukta olması, etkileyici gücünü kişilik özelliklerinden ve duruşundan alan, “karizmatik liderlik” kavramının seçmen üzerinde oluşturacağı etkinin gücü, yapılan imaj çalışmalarının önemli belirleyicisi arasında yerini almış durumdadır (Erzen, 2008: 67). Weber bize karizmanın “geleneğe bağlanmış dönemlerin büyük devrimci gücü olduğunu bildiriyor. Ona göre, otoritesine muhatap oldukları karizmanın sayesinde toplumlar alışageldikleri yaşam tarzlarını terk edebiliyor, davranışlarını değiştirebiliyor ve tarihin derinliklerinden kendilerine miras kalan algı dünyalarına yeni anlamlar yükleyebiliyorlar (Vergin, 2008: 65). Karizmatik liderler bir yandan toplumların değişimini sağlarken diğer yandan da seçmenlerin partiye bağlılığını artırmakta ve parti kimliğini benimsemelerine vesile olmaktadır. Bu nedenledir ki, karizmatik lidere sahip siyasal partileri seçmenler daha uzun dönemli

destekler. Bu tür durumlarda, seçmen parti ile parti liderini özdeşleştirmekte ve partiyi o partinin lideri ile ifade etmekte ve tanımlamaktadır. Siyasal tercihini dile getirirken partiyi değil parti liderini ifade etmekte ve tercihini diğer faktörlerden etkilenmeden lider üzerine odaklanarak belirlemektedir.

Liderin seçmen tarafından partinin kurumsal kimliğinin önünde değerlendirilmesi siyasi partilerin varlığını devam ettirmesi açısından da önemli bir sorun olarak görülmektedir. Bu çerçevede, Kılıçaslan'ın da (2011: 94) ifade ettiği gibi Türkiye'nin siyaset arenasında bazı siyasi partilerde lider imajı partinin önüne geçmiş ve liderin partiden ayrılmasıyla birlikte partinin çok büyük oy kaybına geçtiği gözlemlenmiştir. Lider merkezli siyasi partilerin ömrü liderin ömrü ile sınırlı olmakta, liderin siyasi partiden bir vesile ile ayrılması durumunda siyasi parti zaman içerisinde yok olmaktadır. Anavatan Partisi, Doğru Yol Partisi, Demokratik Sol Parti bu tür partilere örnek gösterilebilir.

Lider, dünyanın hemen hemen bütün ülkelerinde seçmenlerin 'oy' kararları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu etki bir ülkede demokrasinin gelişmişlik düzeyi, toplumun özellikleri ve içerisinde bulunan şartlara bağlı olarak seçmenlerin parti tercihleri üzerinde farklılık göstermekle birlikte; uygulamalar, bu etkinin oldukça önemli ve büyük olduğunu göstermektedir (Polat ve Kültür, 2008: 9). Seçmenler oy kullanırken liderin en çok etkilendikleri özelliği olarak 'liderin güvenilir olması'nı göstermişlerdir. Aslında bu sonuç, liderlik olgusu açısından kimin lider olarak görülebileceği sorusunun da cevabıdır. Lider olabilmek ve buradaki başarıyı sürdürmenin en önemli şartının insanların güvenini kazanmaktan geçtiğini söyleyebiliriz (Özgiraz vd., 2011: 291). Seçmen programına inandığı ve liderine güvendiği partiye tereddüt etmeden oyunu vermektedir (Özkan, 2004: 182). Seçmenin, siyasal davranışında güven faktörü öne çıkmakla birlikte bunun yanında liderin diğer özellikleri de seçmeni etkileyebilmektedir. Sorun çözebilme yeteneği, iletişim becerileri, hitabeti, etkileyebilme gücü bu özellikler arasında sayılabilir.

Liderin siyasal davranış sürecinde etkisini belirlemek amacıyla Polat ve Kültür'in (2008: 27) üniversite öğrencileri arasında yaptığı bir araştırmada liderlerde görülmek istenen özelliklerin cinsiyetlere göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Buna göre, en çok dikkat çeken sonuç; erkek öğrencilerin, liderin karizması ve eş, dost, akraba çevresini kız öğrencilere kıyasla daha önemli olarak değerlendirmeleri olmuştur. Buna karşın kız öğrenciler; siyasi liderin öğrenim düzeyi, seçmen isteklerine duyarlılığı,

toplumun ihtiyaçlarını belirleme yeteneği, analiz yeteneği, katılımcı ve demokratik yönetim tarzı, dünya görüşü ve insan hakları konusundaki tutumu gibi özelliklerine daha fazla önem vermişler ve bu özellikler itibarıyla erkek seçmenlerden önemli derecede farklılık göstermişlerdir. Liderlerin, seçmenin siyasal davranışına etkisi seçmenlerin sosyo-kültürel yapılarına ve demografik özelliklerine göre değışiklik göstermekle birlikte özellikle karizmatik liderlerin siyasal davranışta önemli bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür.

4.3.3. Aday

Seçmen tercihini etkileyen faktörlerden birisi olarak aday, seçmenlerin oy verme davranışının şekillenmesinde, özellikle yerel seçimlerde, çok önemli bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Seçmen davranışlarını açıklamaya çalışan modellerde aday imajının önemi tüm dünyada artmakta, aday imajı ya da aday değerdirmesi siyasal iletişim araştırmalarında da önemli bir yer tutmaktadır (Uztuğ, 2004: 66). Seçmenler seçimlerde gözü kapalı oy vermek yerine destekleyecekleri adayları yakından tanımak istemekte (Özsoy, 2009: 51), özellikle yerel seçimlerde bu durum çok önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Yerel seçimlerde, seçmenin yerel yönetim hizmetlerinden doğrudan etkilenmesi rasyonel değerdirmeler yapmasına neden olmaktadır.

Aday; siyasi parti ile seçmenler ve potansiyel seçmenler arasında bir köprü görevi görmektedir. Çünkü seçmen, siyasi partiyi gösterdiği adaya göre değerdirmektedir. Semende oluşturulan aday imajı, seçmenin bir defa oy verdiği belirli bir siyasi partiye tekrar oy verip veremeyeceğini etkiler (Negiz ve Ayyıldız, 2012:175). Seçmen, beklentileri doğrultusunda bir aday profili ortaya çıkması durumunda partiye desteğini devam ettirebileceği gibi, aksi durumda ise partiden desteğini çekerek, farklı bir partiye ya da adaya yönelmektedir.

Belediye başkanı seçiminde en önemli faktör olan adayın belirleyiciliği bütün bölgeler için geçerli olmaktadır. Partinin siyasi görüşü veya kadrosu gibi hususlar, belediye seçimlerinde ikinci sırada gelmektedir. Dolayısıyla, mahalli seçimlerde yerel koşullar ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte, siyasi görüş ve parti olguları da önemli faktörlerdir. Mahalli seçimlerde belediye başkan adayının en önemli faktör olması bir partinin mahalli düzeyde alacağı oyların doğrudan doğruya belediyenin gerçekleştirdiği icraatlara bağlı olduğunu göstermektedir. Elde edilen veriler, belediye hizmetlerinin partiye olan destek üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir (Çaha,

2002b: 139). Siyasal parti ya da adayın geçmiş dönemlerde yaptığı hizmetler siyasal davranış üzerinde etkili olmaktadır. Seçmenler hizmetlerinden memnuniyet duyduğu adaylarını ve partisini desteklemekte, hizmetlerinden memnuniyet duymadığı adaylardan desteğini çekerek, siyasal tercihinin bir başka partiden yana kullanmaktadır.

Seçim siyasal iktidarlara bir çeşit hesap sorma, onları sorumlu tutma ve siyasi iktidarı kullananların eylem ve işlemlerini onaylama ve reddetme aracı (Öztekin, 2003: 152) olarak görülmektedir. Bu çerçevede, seçmen hizmetlerini ve çalışmalarını beğendiği adayı onaylamakta ve devamından yana tercih kullanmakta olabileceği gibi, hizmetlerini beğenmediği adaya ise tepkisini göstererek, tercihinin değişirebilmektedir. Adayların kalitesinin seçmen tercihinde önemli olduğunu belirten Stone'a (2006: 22) göre, görevdeki başkanın başarısı seçimi etkileyen önemli bir faktördür. Bu nedenle siyasal partiler, yerel yönetimlerde başarılı görülmeyen adaylar yerine yeni adaylar göstererek, seçmenin siyasal tercihinin partiye devamını sağlamaya dahası yeni seçmen kitlelerinin desteğini almaya gayret etmektedirler.

4.3.4. Seçmen

Seçmen, siyasal davranışını belirlerken güncel gelişmeleri ve yakın çevresinde yaşananları gözlemlemekte, kendi dünyasındaki yargı ve değerlerle birlikte gözlemlerini birleştirerek bir davranış ortaya koymaktadır. Seçmenin, kişisel özelliklerinin bu süreçte siyasal davranışa farklı etkileri bulunmaktadır.

Seçmenin karar verme sürecinde seçmenin sosyo-demografik değişkenleri olarak değerlendirilen, cinsiyet, yaş, meslek, eğitim düzeyi, inanç, ailevi bağ, ekonomik yararlanma beklentisi, ideoloji ile parti ve lidere bağlılık düzeyi önemli faktörlerden bazılarıdır. Yani seçmenler, aynı çatı altında yaşadıkları eşlerini, birlikte çalıştıkları, oynadıkları vb. kişileri takip etme veya izleme eğilimindedirler. Bu nedenle bir kişinin demografik özellikleri, yapacağı seçimin tahmin edilmesinde sağlam veri kaynağı oluşturmaktadır (Damlapınar ve Balcı, 2005: 59). Demografik özelliklerine göre seçmenler diğer faktörlerden de farklı düzeylerde etkilenmektedir. Örneğin, genç yaş seçmenler üzerinde arkadaş grubunun etkisi olabildiği halde, ileri yaş düzeyinde bu etki çok düşük düzeyde gerçekleşmektedir.

Bu durumu kuşaklar arası tutum farklılıklar olarak açıklayan Kışlalı'ya göre (2000: 155) kuşaklar arasında var olan tutum farklarının, siyasal davranışlara da doğal olarak yansıdığını ve özellikle oy verme eğilimlerinde somutlaştığını kanıtlayan çok

sayıda araştırma vardır. Bu konudaki temel varsayım; gençler yaşlılara oranla, genellikle daha çok değişme ve yenilik yanlısıdırlar. Yaşlılar da ise, tutucu eğilimler güçlenmektedir. Bir başka ifade ile anlatılmak istenen gençler arkadaş grubu gibi diğer faktörlerden etkilenmeye daha açık iken, yaşlılar daha tutucu ve değişime kapalı bir tutum içerisinde dirler.

Bir siyasal davranış biçimi olan seçmen davranışında yaş, belirleyici bir özelliktir. Özellikle siyasal davranışının çeşitlerinin genel toplamı olarak ele alınan siyasal katılma süreci, siyasal sisteme karşı ilgi duyulması ve bilgi edinimi ile başlar. Gençlik, orta yaş, orta yaş üstü ve yaşlılık olarak belirleyebileceğimiz bu evrelerin her birinde farklı toplumsal roller üstlenen birey, farklı davranış kalıpları sergileyecektir. Siyasal yaşama katılım açısından en hareketli dönem olarak gençlik yılları gösterilirken, yaşın ilerlemesiyle birlikte bireyin sorumlulukları, rolleri ve ekonomik imkânlarının çeşitlenmesi siyasal davranış kalıplarının da çeşitlenmesinde ya da farklılaşmasında önemli bir etkindir (Negiz, 2007: 24). İlerleyen yaşla birlikte bireyin siyasal tercihlerinin kararlılık kazandığı görülmekte ve siyasal yaşama katılması daha düzenli bir kalıba oturmaktadır (Kalaycıoğlu, 1983: 22). Gençlerin, siyasal davranışları değişime açıktır. Değişime en kolay uyum sağlayacak olan gençlerdir. Ergenlerin siyasal davranışlarında sosyal ağların (Settle v.d, 2011: 240) diğer bir ifadeyle sosyal çevrenin önemli bir etkisi vardır. Kışlalı'nın da belirttiği gibi (2000: 156) gençlik yıllarında etkisi altında kalınan ve benimsenen bazı siyasal görüşler, yıllar geçtikçe ılımlaşmanın yanı sıra, aynı zamanda, belirli ölçüler içinde, gerçekleşme olanağına da kavuşabilir.

Yaş faktörü hem siyasal ilgi hem de siyasal katılım üzerinde etkili olabilmektedir. Pritzker'e göre (2008:3) ergen nüfusun, hükümet ya da siyasi süreçler karşı ilgisizliği yüksek düzeydedir ve siyasi faaliyetlere katılımı oldukça düşüktür. Yaş ilerledikçe farklı siyasal davranışlar ortaya çıkabildiği gibi sandığa giderek oy verme oranı da artmaktadır. Love'ın (2004 :2) ABD'de yaptığı incelemede yaş ilerledikçe seçimlere katılarak oy verme davranışında bulunma oranı artmaktadır. Tatar'a göre (1997: 127) ise değişik yaş gruplarında oy verme oranı, düşük yaş grubundan yüksek yaş grubuna doğru düzenli olarak artış kaydetmektedir. Gençlerin oy verme katılımının düşük olarak görülmesinde, eğitim sürecinin devam etmekte oluşu, meslek edinme yolundaki endişe ve çabalar, askerlik hizmeti, evlilikle ilgili çabalar ve ilk defa oy vermenin yol açtığı kararsızlık etkili olmaktadır.

Cinsiyet, seçmenin siyasal davranışında önemli değişkenlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Kadın ve erkeğin toplumsal varoluş koşulları, siyasal tutum ve davranışlarında da etkisini göstermektedir. Kışlalı (2000: 172), kadınlarla erkekler arasındaki düşünce ve davranış farklılıklarının, genel olarak toplumdaki konumlarının farklılıklarından kaynaklandığını ve bunun kadın erkek eşitsizliği olarak yansıdığını ifade etmektedir. Tatar (1997: 128) kadının sosyal rolünün de bu süreçte etkili olduğunu ve kadının rolünün “aile içi” faaliyetleri içeren ve “ev”e yönelik bir niteliği olduğu, erkeğin rolünün ise ev dışı dünyaya yönelik olduğu anlayışı ve uygulamasının kadınları siyasi faaliyetlerden uzak tuttuğunu belirtmektedir. Kalaycıoğlu (1983: 18) da bunlarla birlikte toplumsal ve sosyo-ekonomik statü farkının kadınla erkek arasında siyasal katılıma etki ettiğini ileri sürmektedir.

Yapılan bazı araştırmalarda kadınların siyasal parti ya da aday tercihinin belirlerken ailesinin ya da erkeklerin etkisi altında kaldığını ve yönlendirmeye açık olduğunu göstermiştir (Kışlalı, 1976; Doğan ve Göker, 2010, Dilber, 2012). Kadınlar siyasal tercihlerini eşi ya da ailesinin etkisiyle belirlediğini ileri sürmektedirler. Erkekler ise büyük oranda tercihlerini diğer faktörlerden aldığı etki ile kendisinin belirlediğini ifade etmektedirler.

Kadınların erkeklere oranla daha tutucu oldukları, siyasal tercihlerinde duygusal koşullardan daha çok etkilendikleri, güçlü olana doğru yöneldikleri ve genellikle eşlerine bağlı olarak oy kullandıkları (Kışlalı, 1976: 125) belirlenmiştir. Sitembölükbaşı, (2001: 64) bayanların siyasal tercihlerinde eşlerinden ve çocuklarından etkilenmelerini, ilgilenmedikleri siyasal konularda kendi fikirlerinin oluşmamasına bağlamaktadır.

Bu değerlendirmelerle birlikte, ülkemizde yaşanan ekonomik ve sosyo kültürel değişimler dolayısıyla kadınların yaşamın tüm alanlarına daha fazla katılımının gerçekleşmesiyle birlikte kadın ile erkek arasındaki düşünce, tutum ve davranış farklılıklarının azaldığı, siyasal davranışların benzeşmeye başladığını söylemek mümkündür.

Seçmenin siyasal davranışında medeni durum da bazı farklılıklar ortaya çıkarmaktadır. Tatar’a göre (2003: 339) medeni durum dikkate alındığında, hiç evlenmemiş olanlar, diğerlerine nazaran oldukça düşük seviyede oy verme davranışına sahiptirler. Medeni durum çerçevesinde etkili olan faktörlerin başında aile gelmektedir. Seçmenlerin oy verecekleri siyasi partiyi belirlemede ailelerinden etkilenme düzeyleri

medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir. Buna göre, sosyal bağıllık açısından diğer kategorilere göre daha özgür olan “dul / boşanmış” kategorisi, aileden etkilenme bakımından diğer iki kategoriye oranla çok daha düşük düzeydedir. Ailelerinden en çok etkilenen kategori ise “bekâr” kategorisidir. Burada Türk toplumundaki aile yapısı göz ardı edilmemelidir. Zira toplumun genelinde halen bekârların anne-babalarıyla aynı evi paylaştıkları bir gerçektir. Bu da, etkileyici konumundaki ebeveynin çocuk üzerindeki etkisinin bir göstergesi olarak yorumlanabilir (Aydın ve Özbek, 2004: 263). Siyasal davranış, çeşitli faktörlerin etkisiyle gerçekleşmekte, bu süreçte etki eden faktörler içerisinde aile, sosyal ilişkilerin yoğunluğundan dolayı daha fazla etkili olabilmektedir.

Yine eğitim seviyesi seçmenin siyasal davranışı arasında bir ilişki vardır. Eğitim seviyesi düştükçe oy verme davranışında artış gözlenirken (Tatar, 2003: 348), eğitim düzeyi çok düşük olan bireylerin üniversite eğitime sahip olanlara oranla çok daha düzenli bir biçimde oy kullandıkları (Kalaycıoğlu, 1983: 194) çeşitli araştırmalarla ortaya konulmuştur. Eğitim düzeyi ile siyasal davranışın şekillenmesini etkileyen unsurlar arasında da bir ilişki vardır. Kütahya’da yapılan bir başka araştırmada ise, eğitim düzeyleri düşük olan bireylerin parti seçiminde aile, eş ve parti liderinin karizmatikliği tercihlerini etkilerken, eğitim düzeyi yükseldikçe bu etkinin azaldığını ve bireylerin parti seçiminde öncelikli olarak parti programına göre hareket ettikleri ve daha bilinçli bir tercih yaptıkları belirlenmiştir (Duran, 2005: 150).

Eğitimin siyasal davranış üzerindeki etkisi Turan’a göre (1977: 49) iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, bireye siyasal kültürün duygusal ve bilişsel içeriğini aktararak, bireyin inanç ve tutumlarının sağlamlaştırılmasına çalışabilir. İkincisi ise, eğitim gören bireyler, siyasal çevrelerini daha iyi denetleyebilecek yetenekler kazanabilir, etkinlik duyguları artabilir, kendilerini siyasal yaşamda daha çok etkili oldukları, ağırlığı olan bir duyguya katılabilirler.

4.3.5. Seçim Sistemleri

Seçim sistemleri, siyasal davranış etkileyen faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Toplumun özgür iradesinin parlamentolarda temsil edilmesini sağlayacak en önemli faktörlerden biri seçim sistemi (Öztekin, 2003: 169) olarak değerlendirilmektedir. Seçim sistemi Dursun’a göre (2012: 350) demokratik sistemlerde seçimlerde takip edilen yöntemlerin, tekniklerin, ilkelerin ve süreçlerin oluşturduğu sistematik bütündür. Seçim sistemleri genelde, temsilde istikrar ilkesine ağırlık veren

çoğunluk sistemleri ile temsilde adalet ilkesine ağırlık veren nisbî temsil sistemleri olmak üzere iki grupta toplanabilir (Taşdelen, 2011: 117). Her seçim sisteminin kendine göre mahsurlu yönleri ve avantajları vardır. Bu çerçevede, seçim sistemleri özelliklerine göre seçmenin siyasal davranışında etkili olmaktadır.

Seçim sistemlerinin, siyasal davranışa etkisi seçmenin gönlündeki tercihi yerine rasyonel bir tercih yapmasına neden olabilmektedir. Seçim sisteminden kaynaklanan faktörler adeta seçmende psikolojik bir unsur olarak işlev görmektedir, seçmen küçük partiler yerine büyük partilere yönelmektedir. Özbudun'un (2011: 91) da vurguladığı gibi, mekanik ve psikolojik etkenler, ancak belli bir seçim çevresinde üçüncü partinin seçmenlerinin birinci veya ikinci sıradaki partilerden birine yönelmelerine yol açabilir. Özbudun'un burada bahsettiği mekanik etken, üçüncü partinin eksik temsiline, yani parlamentodaki sandalye sayısının daha düşük olmasına; psikolojik etken ise, seçmenlerin oylarının israf olmaması düşüncesi ile birinci veya ikinci sıradaki partilere oyunu vermesi olarak açıklanmaktadır.

Farklı seçim sistemlerinin oy dalgalanmaları üzerinde etki yapabileceğini öngörmek zor değildir. Çoğunluk ve dar bölgeli seçim sistemleri, küçük partilerin varlığına izin vermemek ve bu sayede büyük partilerin seçmenlerin oylarını blok olarak kendilerine çekmelerini sağlamak yoluyla, oy dalgalanmasının daha düşük düzeyde kalmasına katkıda bulunurlar. Özellikle seçmenleri harekete geçiren “psikolojik faktör” yani “küçük partilere verilecek oylar boşa gidecek” duygusu, seçmenlerin oylarını sürekli olarak büyük partilere yöneltmelerini alışkanlık haline getirmelerine yol açmaktadır (Sitembölükbaşı, 2005, 210). Bu durumda küçük partilerin siyasal yaşamda büyümelerine engel olmakta ve büyük partilere avantaj sağlamaktadır. Yine, bu durum alternatif siyasal partilerin doğmasına engel olduğundan, seçmenleri adeta büyük partilere oy vermeye mahkûm etmektedir. Bütün bunlar demokratik siyasal yaşamın “demokratikliğine” gölge düşürmektedir.

4.3.6. Seçim Türü(Genel Seçim-Yerel Seçim)

Seçimin türü yani genel seçim mi yoksa yerel seçim mi olduğu seçmenin siyasal davranışını etkilemektedir. Seçmenler, genel seçimlerde farklı yerel seçimlerde farklı parametreleri dikkate alarak siyasal davranışını belirleyebilmektedir.

Seçmenin siyasi iktidar için oy kullanırken göz önüne aldığı ölçü ile yerel seçimler için oy kullanırken kullandığı ölçünün farklı olduğu söylenebilir. Hatta genel

seçimlerde seçmenlerin siyasi partiye oy verdiği, yerel seçimlerde ise adayların şahıslarına oy verdiği ileri sürülebilir (Özsoy, 2009: 102). Ancak, bu durum her zaman için geçerli olmayacağı gibi, yerel seçimlerde sadece adayın etkili olduğunu, siyasi partinin, ideolojinin, propaganda vb. faktörlerin hiçbir etkisinin olmadığını söylemek doğru olmaz. Seçmenin yerel seçimlerde aday faktörünü, genel seçimlere göre daha fazla dikkatle değerlendirdiğini, genel seçimlerde ise lider ve siyasi parti faktörünün aday faktöründen daha fazla dikkate aldığını söyleyebiliriz. Çünkü, yerel seçimlerde seçmen doğrudan doğruya hizmetlerinin etkisini görebileceği, çeşitli sorunları olduğundan rahatlıkla ulaşabileceği adaylara yönelik değerlendirmeleri daha pozitif olmakta ve rasyonel tercih yaklaşımı doğrultusunda daha fazla yararlanma olanağı bulunan adayı tercih etmektedir. Genel seçimlerde ise lider, siyasi parti, ideoloji gibi faktörler daha etkili olabilmektedir.

4.3.7. Propaganda

Seçmen tercihi üzerinde etkili olan bir diğer önemli faktör propagandadır. Yapılan araştırmalar propagandanın seçmen üzerinde etkili olduğunu açıkça göstermiştir.

Seçmenlerin seçim süreci içerisinde veya daha öncesinde verdikleri kararlar veya tercihler çok çeşitli değişkenlerin etkisi altında kalabilmektedir. Siyasi partiler propaganda adı altında yaptıkları faaliyetler ve çalışmalarla seçmenleri kendi partileri lehinde etkilemeye çalışmaktadırlar. Siyasal partilerin çeşitli araçlarla yürüttükleri seçmeni etkileme faaliyetleri siyasal propaganda kavramıyla ifade edilmektedir (Baltacı ve Eke, 2012: 115). Bir başka tanımda ise propaganda, “mesajların otoriter bir biçim (üslup) ile tek taraflı ve yoğun olarak hedef kitleye aktarılması (Aziz, 2011: 15) olarak ifade edilmektedir. Lülleker’e (2006: 162) göre ise propaganda başkalarının tutum ve davranışlarını etkilemek için tasarlanmış iletişimdir.

Siyasal partiler, başarılı olmak amacıyla seçim kampanyası sürecinde propaganda faaliyetlerini yoğun bir şekilde kullanırlar. Seçim sürecinin başarılı geçmesinde gerçekleştirilecek propaganda çalışmalarının etkisi yüksektir. Dolayısıyla siyasi partiler ya da adaylar seçmenin tercihini etkilemek amacıyla propagandadan etkin bir şekilde yararlanmaya çalışmaktadır. Seçim dönemlerinde iktidarı oluşturan siyasi partiler, hükümetin yaptığı icraatları savunan, onları haklı gösteren propagandalar yaparken; muhalefet partileri iktidarın yaptığı icraatları eleştiren, halkın yararına olmadığını

kanıtlamaya çalışan olumsuz propagandalar yaparlar (Özkan, 2004: 206). Siyasal propagandanın seçmenleri gündeminin oluşturulduğuna dikkat çeken Barut'a göre (2005:315) siyasi partiler tarafından yapılan propaganda faaliyetleri siyasal tutumlarının oluşmasında etkili olmaktadır. Seçmenler, propagandaya konu olan bu mesajları almakta ve bu mesajlar bireysel tutumların oluşmasına doğrudan etki etmektedir.

Seçmenlerin tercihlerini etkileyen alt faktörlerden birisi olan seçim kampanyaları, özellikle parti bağlılığı zayıf veya kararsız kişiler üzerinde daha etkili olabilmektedir. Özsoy'a göre (2009: 71) bu durum şöyle gerçekleşir. Etkin propaganda yönlendirebilir, seçmen bunu gizlese de, etkin propaganda rüzgâr oluşturur, rüzgâr tercih değişimine etki eder. Isparta'da yapılan bir araştırmada, seçmenler siyasi partiler tarafından yapılan propaganda faaliyetlerinin ve faaliyetlerde kullanılan propaganda araçlarının seçmen üzerinde bir ölçüde etkisi olduğu, seçmenlerin önemli bir çoğunluğunun ise siyasal propaganda araçlarının kendileri üzerinde etkili olmadığı düşüncesine sahip oldukları belirlenmiştir. Bu bağlamda, aynı araştırmada siyasal propaganda araçlarının kararlı seçmenler üzerinde değil kararsız seçmenler üzerinde etkili olduğu (Baltacı ve Eke, 2012: 125) sonucuna varılmıştır. Özsoy'un yaptığı bir araştırmada (2009: 72) "seçim propagandalarının ne tür bir etkisi olduğu" ile ilgili soruya verilen cevaplar arasında yüzde 72.2 oranında "şimdiye kadar oy verdiğim partiyi değiştirmeme sebep oldu" cevabı verilirken; yüzde 25.7'si de "şimdiye kadar oy verdiğim partiye kanaatimi pekiştirdi" şeklinde cevap vermiştir. Bu veri, propagandanın hem seçmenin tercihini değiştirmesinde hem de tercihini pekiştirmesinde etkisi olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Propaganda ve iletişim faktörlerini, oy verme kararı sürecindeki etkisi ve bilgilenmedeki etkisi açısından inceleyen Kalender'e göre (2005: 171-229) ise, propaganda ve iletişim faktörleri, karar verme sürecinden çok bilgilenme sürecinde etkili olmaktadır. Yine, yapılan bir başka araştırmada (Eroğlu ve Bayraktar, 2010: 198) seçmenlerin en çok etkilendikleri propaganda şekli ise seçmeni etkilemeyi amaçlamaktan çok bilgi vermeyi amaçlayan propagandadır. Karar sürecinin ilk aşaması bilgilenme olduğundan dolayı, seçmenler edindikleri bilgileri farkında olmadan kararlarında dikkate alabilecekler ve etkilenebileceklerdir. Siyasal partilerin, seçmenin siyasal davranışını etkilemek üzere uyguladıkları propaganda faaliyetleri ağırlıklı olarak kararsız seçmenler üzerinde bir etki gösterirken, kararlı seçmen açısından da pekiştirici bir unsur olarak görülmektedir.

4.3.8. Kanaat Önderleri

Seçimde, siyasi davranışları üzerinde etkili olan unsurlardan biri alan kanaat önderleri, seçmenlerin çevresinde yüksek toplumsal statü sahibi kişiliklerdir. Kanaat önderlerinin siyasi davranış üzerinde etkili olduğu Berelson ve Lazarsfeld tarafından 1940 yılında Başkanlık seçimi kampanyaları üzerinde yaptığı araştırmada ortaya çıkarılmıştır. Yapılan araştırmada, kanaat önderlerinin seçmenin siyasi davranışında etkili olduğu; kamuoyu önderlerinin medya içeriğini yoğun bir şekilde tükettiği ve kitlelere yayılan görüş ve düşüncelerin onların yorumundan geçerek topluma yayıldığı (Yaylagül, 2010: 57) sonucuna varılmıştır. Buna göre gündelik yaşamlarında kişilerin kanaatlerini belirli konularda, düzenli bir biçimde bazı kişilerin etkilemesini tanımlamaktadır (Lazar, 2001: 106). Buna göre, fikirler çoğu kez radyo ve basından fikir öncülerine, buradan da nüfusun daha az etkin bölümüne akar (McQuail ve Windahl, 2010: 83) bu çevrede kanaat önderleri medyadan aldıkları bilgilerle diğer bireylerin siyasi davranışlarını etkilerler.

Çevresindeki siyasi tutumu etkilemede çok etkin bir role sahip olan kanaat önderlerinin, kendisine iletilen mesajları benimseyerek ikna olması, çevresindeki insanların da bir bakıma iletilen siyasi kanaatleri benimsemeleri anlamına gelmektedir (Erkan ve Bağlı, 187: 2005). Kanaat önderleri, görece belli bir sıklıkta, diğer bireylerin tutumlarını ve/ya da davranışlarını teklifsiz olarak etkileyebilen kişiye karşılık kullanılmaktadır (Mutlu, 2004: 168). Kişilerin hemen her konuda başvurdukları ve güven duydukları şahsiyetlerin siyasi konularda aldıkları kararlara da güvenmeleri ve bu kararları onayladıkları görülmektedir.

Kanaat önderi, iletişimi grubun dünya görüşüne göre biçimlendiren güvenilir kaynaktır. Kanaat önderleri, iletişimde en önemli rol oynayan grup üyesi olarak düşünülebilir. Kanaat önderleri, kitle iletişim araçlarını önder olmayanlardan daha çok kullanırlar; konuları ile ilgili iletişim içeriğini seyreder, okur, dinler ve iletirler. (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 91). Kanaat önderleri, genellikle bulundukları çevrede en yüksek toplumsal statüye sahip ya da en varlıklı sayılan kişiler değildirler. Onları her meslek kategorisinde bulmak mümkündür. Kanaat önderlerini nitelendiren başlıca özellikler, bu kimselerin herkesten çok siyasi olaylarla ilgilenmeleri, kendilerine siyasi konularda sorular yöneltilmesi, siyasi olayları hızlı kavrama yeteneğine sahip bulunmaları (Bektaş,2000: 110), medyayı yakından takip etmeleridir. Kanaat önderleri, medyanın sunduğu bilgi ya da mesajlara kendi gözlem ve yorumlarını katarak kişilerarası iletişim

aracılığıyla bireylere aktarmakta, bu yolla bireyleri siyasal tercihlerinin belirlenmesi hususunda etkilemektedirler.

Kanaat önderlerinin siyasal davranış üzerindeki etkisi yapılan araştırmalarla da belirlenmeye çalışılmıştır. Elazığ'da siyasal davranışı etkileyen faktörler üzerine yapılan araştırmada seçmenlerin siyasal tercihlerinin belirlenmesinde yakın iletişim içerisinde bulundukları (aile, kanaat önderleri, arkadaş çevresi, baskı ve çıkar grupları, sivil toplum organizasyonları) çevrelerin önemli bir etkisi vardır. Araştırmaya katılan örneklem grubu içerisinde siyasal tercihlerin belirlenmesinde kanaat önderleri (%13,1) de önemli bir etki faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır (Doğan ve Göker, 2010: 170). Kanaat önderlerinin, siyasal davranışa etkisi sosyal ilişkilerin bir sonucu olarak değerlendirilmekte ve sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisinde kanaat önderleri, aile, arkadaş çevresi gibi faktörlerle birlikte bir başka faktör olarak dikkat çekmektedir.

4.3.9. Kamuoyu Araştırmaları

Kamuoyu araştırmalarının da seçmen davranışı üzerinde önemli ölçüde etkili olduğu düşünülmektedir. Kamuoyu araştırması, alt bir gruba veya daha büyük bir gruba genelleştirmek için kullanılan örneklemde veya örneklemin elde edildiği popülasyondan sistematik, bilimsel ve tarafsız bilgi toplama işlevi (Lake ve Harper, 2008: 5) olarak tanımlanmaktadır. Kamuoyu araştırmaları ile çeşitli konularda bireylerin düşünce, tutum ve davranışları ölçümlenmekte, buna göre strateji ve planlamalar yapılmaktadır.

Kamuoyu araştırmaları, hem siyasal partiler ve adaylar hem de seçmenler açısından büyük önem taşımaktadır. Siyasal partiler ve adaylar, seçim kampanyalarında uygulayacakları strateji ve taktiklere temel olabilecek verileri, büyük ölçüde kamuoyu araştırmalarından elde etmekte, böylece seçmenleri cezp edebilecek mesajları iletmektedir. Kamuoyu araştırmaları ayrıca bireylerin tutum ve kanaatlerini, çeşitli siyasal konulardaki görüşlerini parti ve liderlere aktarması sebebiyle seçmenler açısından da önemli bir işlev üstlenmektedir (Kalender, 2005: 96). Seçmenlerin beklentileri doğrultusunda adaylar belirlenebilmekte ya da çeşitli konularda seçmenin arzu ettiği, etkilenebileceği vaatler ileri sürülerek, siyasal davranışı etkilenmeye çalışılmaktadır.

Schafferer'in de (2009: 384) belirttiği üzere, kamuoyu araştırmaları seçim dönemlerinde seçmen tercihinin etkileyebilmek üzere medya tarafından sık sık yayımlanabilmektedir. Seçimler öncesinde yayımlanan partilerin oy oranlarıyla ilgili kamuoyu araştırmalarının seçmenleri etkilediği yönünde Türkiye'de oldukça güçlü

kanaatler vardır (Atar, 2006: 219). Seçim dönemlerinde yapılan kamuoyu araştırmalarının amacı bir yandan seçmen eğilimlerini öğrenmek diğer yandan seçmeni yönlendirmektir. Kaban (1995: 70) kamuoyu araştırmalarının seçmen davranışı üzerinde olası iki tür etkisinin olabileceğini dile getirmiştir. Bunlardan ilki, siyasi kamuoyu araştırmalarının doğrudan etkisidir. Seçmen bazen çoğunluğun tercih ettiği partiye karşı yakınlık hisseder. Bu, hem güçlü olan gruba ait olma duygusuyla hem de somut beklentilerle olabilir. Bu duygular içinde olan seçmen araştırma sonuçlarından etkilenebilir. Bazen de seçmen, sempatzanı olduğu grubun oylarını bölmek için grubun önde giden partisini öğrenmek amacıyla kamuoyu araştırmalarını takip eder ve etkilenir. Bektaş (2000: 239) kamuoyu yoklamalarının seçimde değişik adayları ve partileri destekleyen baskı grupları, seçkinler ve medya üzerinde de benzer etkiler icra ettiğini belirtmektedir.

Seçim sürecinde en çok tartışma konusu olan unsurların başında kamuoyu araştırmaları gelmektedir. Kamuoyu araştırmalarının kimi çıkar grupları ve spekülasyoncular tarafından farklı amaçlarla kullanılması bu tartışmaların temel sebebinin oluşturmaktadır. Çünkü seçmenlerde, genel eğilime uyma, katılma gibi bir psikolojinin her zaman için var olduğu kabul edilmektedir, bu sebeple kimi çevrelerce kamuoyu araştırmalarının sonuçları çarpıtılarak verilmektedir. Kamuoyu araştırmalarına göre çıkan sonuçlar bazı seçmenlerin siyasi tercihleri ile uyduğu için bu tercihlerin kuvvet kazanmasına neden olmakta, bazı seçmenlerin de tercihleri ile uyuşmadığı için tercihini tekrar gözden geçirmesine neden olabilmektedir. Elazığ seçmeni örneğinde elde edilen verilere göre, seçmenlerin kamuoyu araştırmalarını, tercihlerini belirlerken önemsediklerini ortaya koymaktadır. ‘Kamuoyu araştırmaları ve anket sonuçları siyasi tercihimin etkiler’ yargısına 388 kişi (% 41,1) kesinlikle katıldığını, 346 kişi ise (% 36,7) katıldığını belirtmiştir. Bu oranın oldukça yüksek olması dikkat çekici bir veridir (Doğan ve Göker, 2010: 174). Demirci Orel ve Nakıboğlu (2010: 71)ise yaptıkları araştırmada kamuoyu araştırmalarının seçmenin siyasal davranışında kısmen etkili olduğu (%36,6) bulgusuna ulaşmışlardır. Baltacı ve Eke (2012: 122) ise, yaptıkları araştırmada kararsız seçmenlerin kararlı seçmenlere göre kamuoyu araştırmaları ve anket sonuçlarından açık bir şekilde daha çok etkilenmekte olduğu sonucuna varmışlardır. Güz’e göre (2005: 153) çoğunluğun ve güçlünün yanında olma düşüncesi ile kararsızlar kitle iletişim araçlarının kendilerine empoze ettiği ve güçlü olarak gösterdiği siyasi parti ya da partilere oy vereceklerdir. Seçimi kazanması istenen aday

veya partinin rakiplerinden daha önde olduğu vurgulanarak kararsız veya parti/aday tercihi konusunda karar vermemiş seçmenlerin istenen adaya veya partiye oy vermesine çaba gösterir.

Kamuoyu araştırmalarının seçimde etkisi eğitim durumuna göre farklı düzeylerde gerçekleşmektedir. Dilber'in (2012: 102) yaptığı araştırmada ortaokul eğitilmişlerin, seçim öncesi yapılan kamuoyu araştırması ve anket sonuçlarının kitle iletişim araçlarından duyurulmasının siyasi tercihlerini etkilediği ortaya çıkmaktadır.

Yine Temel'in araştırmasında (2013: 248) ise kamuoyu araştırma sonuçlarına, kadınlar, erkeklere oranla daha fazla güvenmekte olduğu sonucuna varılmıştır. Kamuoyu araştırmaları, seçmenlerin siyasal davranışının etkilenmesinde önemli bir faktör olarak değerlendirilmekte ve seçmenler kamuoyu araştırma sonuçlarına göre siyasal tercihlerini belirleyebilmektedir. Özellikle son yıllarda ülkemizde yayınlanan kamuoyu araştırmalarının verileri ile seçim sonuçlarının birbirine yakın düzeyde gerçekleşmesi seçmenin kamuoyu araştırmalarına olan güvenini artırmaktadır. Güven düzeyi yükseldikçe his şüphesiz seçmenin kamuoyu araştırmalarından etkilenme düzeyi de benzer şekilde yükselecektir.

4.3.10. Din

Din, toplumsal yaşamın her alanında olduğu gibi etkilerini siyasal yaşamda da göstermekte ve siyasal davranışı etkileyen faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Gökçe'ye göre (2002: 31), seçmenlerin dini duyarlılıkları oy vermede önemlidir ve seçmen davranışında din oldukça önemli bir konumdur.

Dinin siyasete ve siyasal davranışa etkisini sadece ülkemizde değil Avrupa'da da görebilmek mümkündür. Avrupa'da kiliseler seçim dönemlerinde seçmenlerin siyasal tercihlerini, ilişkide oldukları veya destekledikleri siyasal partiler lehine etkilemek üzere bildiriler yayınlamaktadırlar (Köktaş, 1997: 85). Bir başka değerlendirmeye göre, Hollanda'da kiliseye devam durumu ile parti tercihleri arasındaki ilişkiye bakıldığında kilise devam eden Katoliklerin % 94'ü Katolik partisini desteklerken kiliseye devam etmeyen Katoliklerin %52'si bu partiye oy vermiş ve %30'u da sosyalist partilere yönelmiştir (Doğan, 2010:123). Avrupa'da görülen bu siyasal davranışa yönelik kurumsal girişimleri ülkemizde görmek mümkün değildir. Ülkemizde dinin siyasal davranışa etkisi farklı şekillerde tezahür edebilmektedir. Bireyler kendi dünya düşünceleri ile siyasal partilerin ve adayların dini söylemleri çerçevesinde

değerlendirmekte ve bu değerlendirme neticesinde siyasal davranışını ortaya koymaktadır. Bu süreçte dini cemaat grupları da kendi mensuplarını herhangi bir siyasi parti ya da adaya oy verme yönünde telkinde bulunabilmektedir. Bazı cemaatler ise doğrudan basın açıklaması yaparak destekleyecekleri parti ya da adayı kamuoyuna açıklamaktadırlar.

Seçmen davranışında etkili olan faktörlerden biri olan ‘din’ faktörünün etkileme düzeyi son dönemde yapılan çeşitli araştırmalarda ortaya konmaya çalışılmıştır. Türk siyasal hayatında din faktörünün etkili olduğu ve bu etkinin devam edeceğinin belirtilmesinin yanında (Köktaş, 1997: 278) yeni yapılan araştırmalar etkinin farklı boyutlarını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, TESEV’in yaptırdığı bir araştırmada, seçmelerin cinsiyet parametreleri üzerine yapılan değerlendirmeler sonucunda kadınların, ‘Müslüman kimliğini’ erkeklere oranla çok daha ağırlıklı olarak tercih ettiği (Çarkoğlu ve Toprak, 2006: 40) belirlenmiştir.

Dindarlık düzeyi ile dini öne çıkaran parti ya da milletvekillerine verilen destek arasında anlamlı bir ilişki vardır. Dindarlık düzeyi yükseldikçe dini öne çıkaran parti ya da milletvekili adayını desteklemeyi dindarlığın bir gereği olarak gören tutumlar güçlenmektedir (Eser, 2012: 128). Ülkemizde dini ve ahlaki değerlere önem verenlerin toplamı yüzde 40'lara yaklaşmaktadır. Bu oran özellikle AKP seçmenleri arasında dikkate değer ölçüde yüksektir. Başka bir deyişle, AKP'nin başarısında din faktörünün, örtük ama önemli bir rol oynadığı söylenebilir (Gökçe vd., 2002: 31). Bu değerlendirmelerin aksini ileri süren görüşler de bulunmakta ve dinin siyasal davranışa etkisinin olmadığı ifade edilmektedir.

Din, dindarlık ve laiklik gibi değişkenler toplumsal hayata ve siyasi konulara tavır alışları bir ölçüde etkilese de sistemin işleyişi için en önemli mekanizmalardan biri olan seçimler üzerinde belirgin bir etki yaratmadığı söylenebilir. Kısacası, din veya dindarlık, oy verilecek parti seçimi yapılırken belirleyici bir faktör olarak ortaya çıkmamaktadır (Polat, 2009: 282). Siyasal yaşamdaki uzun süreli ve sürekli tartışmaların aksine liderin dindarlığı ve dini öğelere yaptığı vurgu genç seçmenler tarafından ortalamanın altında bir değerde önemli bulunmuştur. Bu, dini unsurların – diğer lider özelliklerine verdikleri önem derecesiyle kıyaslandığında- göreceli olarak neredeyse önemsiz olarak nitelendirildiği anlamına gelmektedir. Bu ise, siyasi liderin dini boyutunun seçmen tarafından çok fazla önemsenmediği anlamına gelmektedir (Polat ve Külter, 2008: 21). Dinin siyasal davranışa etkisine yönelik iki farklı görüş

olmasına karşın, seçmenin siyasal davranışı üzerinde etkili olduğunu ancak bu etki düzeyinin demografik faktörlere göre değişebildiğini söyleyebiliriz.

4.3.11. Aile

Toplumsallaşma ve siyasal toplumsallaşma sürecinin en önemli araçlarından biri olan aile, siyasal davranış üzerinde de etkili olmaktadır. Bireylerin, siyasete ilgisi ya da siyasal bilgiyi edinmeleri çocuk yaşta aile içinde başlamakta ve siyasal davranışının temelleri ailede atılmaktadır. Bireyi sürekli, samimi ve yakın iletişim içerisinde bulunduğu birincil gruplar içerisinde en çok etkileyen ve kanaatlerinin oluşmasında en fazla rol oynayan ailenin, özellikle çocukluk dönemindeki siyasal etkilerinin yansıması birey seçmen yaşına geldiğinde bir davranışa dönüşmektedir. Önemli bir sosyal ilişki kurumu olan aile, bireyin yaşamının çeşitli alanlarında olduğu gibi siyaset alanında da siyasal davranışın ortaya konulmasında temel referans kaynağı olmaktadır.

İlk olarak anne-baba ve ailenin dünya görüşü, siyasi davranışın şekillenmesinde önemlidir (Settle vd., 2011: 241.). Aile, çocukların bir siyasal partiye karşı duygusal bir bağ geliştirmesinin temelinde yatan bir etkidir. Kimi araştırmacılara göre, çocukların siyasal toplumsallaşma sürecinde, siyasal parti kimliğinin aşılmasında, aile en büyük faktördür. Ailede anne-baba-çocuk arasında siyasal bilgi alışverişinin olması, çocukların küçük yaşta bir siyasal partiyi seçmelerinin yanında, seçilen partinin anne-babanın desteklediği siyasal parti olma olasılığını da artırmaktadır (Karakoç, 2000: 39). Siyasal tercihlerin oluşmasında en etkili unsurun aile olarak belirlenmesinde, siyasallaşma olgusunun ailede başlamasının büyük önemi bulunmaktadır (Dilber, 2012: 10). Ailede çocuğa siyasal parti seçiminde, bir içerikten çok bir kalıp sağlanıyor. Bu kalıbın içi, daha sonraki toplumsallaştırıcı etmenlerle dolduruluyor. Önce ailenin etkisi ile siyasal parti seçimi yapılıyor, sonra diğer etmenlerin etkisi ile bu seçimin akılcı temelleri oluşturuluyor. Parti seçiminde aile etkisi, belirli oranda, dede-torun zinciri üzerinde bile kendisini gösterdiği ileri sürülmektedir (Alkan ve Ergil, 1980: 63). Bu süreçte, aile siyasal konulara ilgi duyarsa çocuk da duymakta ve benzer şekilde ailenin ortaya koyduğu siyasal davranışı çocuk da ilerleyen yaşlarda ortaya koyabilmektedir.

Ailenin siyasal davranışa etkisi farklı şekillerde olmaktadır. Aile içinde siyasal konuların konuşulması ve ailenin bir siyasal eğiliminin olması bireyi de etkilemekte ve bu siyasal eğilim çerçevesinde bir siyasal davranış gerçekleştirmektedir (Özer ve Meder, 2008: 256). Siyasal toplumsallaşma süreci ile ailede başlayan siyasal bilgi

ergenlik dönemi ile birlikte arkadaş çevresi ve kitle iletişim araçlarının siyasal bilgi sunumuyla birlikte yeni bir boyuta taşınmaktadır.

Aile içinde siyasi parti üyesi olan yakınların bulunması durumunda bu seçmenler, seçim kampanyaları ve siyasal içerikli haberlere diğer seçmenlerden daha fazla ilgi göstermekte; girdikleri ortamlarda siyasal tartışmalara daha fazla katılmakta, siyasi parti faaliyetlerine, miting ve toplantılara diğer seçmenlerden daha fazla katılım göstermektedir (Özer ve Meder, 2008: 256). Aile üyelerinden birinin siyasette aktif olarak yer alması bir başka ifadeyle bir siyasi partiye üye olması ya da siyasi partide görevi bulunması diğer aile üyesi seçmenleri de psikolojik olarak aynı partiyi desteklemeye yöneltmektedir.

Ailenin siyasal davranışa etkisi yaşa ve cinsiyete göre bir takım farklılıklar göstermektedir. Kadınlar, siyasal tercihini belirlerken erkeklere oranla daha fazla ailenin etkisinde kaldıkları yapılan çeşitli araştırmalarla belirlenmiştir (Kışlalı, 1976; Aydın ve Özbek, 2004). Seçmenlerin oy verecekleri siyasi partiyi belirlemede ailelerinden etkilene düzeyleri yaş gruplarına göre de farklılık göstermektedir. “25 yaş ve altı” kategorisinde yer alan bireyler oy verecekleri siyasi partiyi belirlemede ailelerinden en çok etkilenen grup olarak gözükmektedir. “46 yaş ve üzeri” kategorisinde yer alan bireyler ise bu kararı almada ailelerinden en az etkilenen grup olarak göze çarpmaktadır. Bu sonuca ilişkin olarak, ileri yaş düzeyindeki seçmenlerin siyasal karar alma konusunda belli bir olgunluğa ve tecrübeye sahip oldukları için oy verecekleri siyasi partiyi belirlemede ailelerinden etkilene düzeylerinin daha genç bireylere oranla düşük seviyede olduğu söylenebilir (Aydın ve Özbek, 2004: 162). Yaş ilerledikçe ailenin birey üzerinde etkisinin azalması siyasal davranış üzerinde de etkisini göstermekte ve siyasal davranışta aile dışında diğer faktörler de sürece dahil olmaktadır.

Ailelerin etkisi yaşa ve cinsiyete göre bazı değişiklikler göstermekle birlikte, Türk aile yapısı içerisinde aile kurumu önemli ve değerli bir olgu olarak değerlendirildiğinden doğrudan karar alınması gereken bir durumda ya da bir aday ya da parti yönünde tavır alınması durumunda bu karara aile bireylerinin büyük oranda uyum göstereceğini, alınan karardan etkilenebileceğini söylemek mümkündür.

4.3.12. Baskı Grupları

Siyasal karar alma sürecinde seçmenlerin tercihlerini etkileyen faktörlerden diğer bir faktör de baskı gruplarıdır. Baskı grupları, grup üyelerinin ortak çıkarlarını

gerçekleştirmek için bir gayret içerisinde olduklarından bu hedeflerini gerçekleştirmek için de üyelerinin siyasal davranışlarını etkilemektedirler.

Baskı grupları, siyasal iktidarı doğrudan ele geçirmek gayesiyle değil; siyasal iktidar üzerinde etkili olarak kendi menfaatleri ya da görüşleri istikametinde kararlar alınmasını ve uygulamalar yapılmasını sağlamak amacıyla teşekkül etmiş teşkilat ve birlikler (Taşdelen, 2011: 112) olarak tanımlanmaktadır. Baskı gruplarının varlık sebebini, siyasal iktidar üzerinde çeşitli yöntemlerle baskı uygulayarak grup üyelerinin ortak menfaatleri ve beklentileri doğrultusunda kararlar alınmasını sağlama amacı oluşturmaktadır (Dursun, 2012: 288). Bu amaçlarını gerçekleştirmek için doğrudan veya dolaylı yoldan girişim ve faaliyetlerde bulunurlar.

Baskı grupları çoğu kez, politika yapmadıklarını, siyasetle ilgilenmediklerini ya da politikanın dışında ve üstünde olduklarını savunurlar. Oysa baskı gruplarının tamamı doğrudan ya da dolaylı olarak sürekli siyasetin içindedir (Öztekin, 2003:102). Baskı grupları, sınırlı bir siyasal amaç için topluca hareket etmek üzere birleşmiş bireylerin koalisyonunu içermektedir (McNair, 1999:167). Baskı grupları, aday belirlemeden, çeşitli sorunlara çözüm bulunmasına, siyasal politikaların oluşturulmasından siyasal tercihe kadar siyasal sürecin her aşamasında etkili olmak için yoğun bir çaba göstermektedirler. Bu durum Çağlar'ın (1997: 279) ifadesiyle siyasal sahnenin baskı grupları ve siyasal partiler arasında paylaşıldığının bir göstergedir.

Baskı-çıkar grubu, partileri ve dolayısıyla politik süreci etkilemek için çeşitli yöntemler kullanabilirler. Maddi ve ayni katkılarını belirli bir aday ya da partinin lehine veya aleyhine kullanabilir. Belirli aday ya da partilerin leh ve aleyhine harekete geçebilirler. Aday ve partileri üyelerine tanıtmaya, üyelerin oyunu yönlendirmeye çalışabilir, istenmeyen aday veya partilerden oyların esirgenmesini sağlayabilirler. Bazen de kendi adaylarını siyasal partilerin seçim listelerine koymayı deneyebilirler (Turan, 1979: 142) ya da kendi davasını destekleyeceğini açıkça vaat eden bir adayın seçimine yardımcı olabilirler (Bektaş, 2000: 114). Bütün bunlar baskı gruplarının hedeflerini gerçekleştirmek için siyasal partilerle ilişkilerinde yaşanan kazanım merkezli girişimlerdir. Baskı grupları, ağırlıklı olarak üyelerinin siyasal davranışlarını kazanımları ve beklentileri doğrultusunda yönlendirirler. Turan'a göre (1979: 153) baskı gruplarının etkinliğini belirleyen faktörler siyasal ortamın ve sistemin özellikleri, grubun büyüklüğü, tutarlılığı, dayanışması, ilgilendikleri sorunun türü ve liderin kapasitesi olarak ifade edilebilir.

4.3.13. Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim araçlarının, siyasal davranış üzerindeki etkisi sosyal bilimler alanında önemli tartışmalardan biridir. Kitle iletişim araçları yayınladıkları haber ve programlar ile sundukları bilgilerle seçmenin siyasal davranışının şekillenmesi sürecinde önemli roller üstlenmektedirler. Castells'in de (2008b: 486) ifade ettiği gibi, basın yayın kuruluşları (özellikle de televizyon) insanların siyasi açıdan bilgilenmesinde, siyasi görüşlerinin oluşmasında başrolü oynamaktadır.

1970'lere kadar siyasal toplumsallaşmanın etkeni olarak görülmeyen kitle iletişim araçlarının, daha sonra yapılan araştırmalar sonucunda, siyasal toplumsallaşma sürecinde çok etkin bir rol oynadığı, hatta siyasal bilginin yerleşmesinde en etkili araç olduğu kabul edilmiş ve bu etkinin tüm yaşam süresi boyunca devam ettiği anlaşılmıştır (Tokgöz, 1978: 83). Siyasal toplumsallaşma sürecinde birey üzerinde önemli etkileri bulunan kitle iletişim araçlarının seçim dönemlerin propaganda amaçlı kullanarak siyasal davranış üzerinde de etkili oldukları kabul edilen bir gerçektir. Lazarsfeld ve Berelson, politik düşünceler ve oy verme davranışı üzerine, radyo ve yazılı basının etkileri ile ilgili yaptıkları çalışmada, kitle iletişim araçlarının en yoğun propaganda yaptığı dönemin seçim dönemleri olduğunu saptamışlardır (Temel, 2013: 240). Bunun bilincinde olan siyasi aktörler seçmenlerine ve kamuoyuna mesajlarını iletmek için, geleneksel kamusal alan yerine yeni bir platform olarak ortaya çıkan medyada yer almak zorunda kalmışlardır (Devran ve Seçkin, 2011: 41). Bu süreçte seçmen de ihtiyaç duyduğu bilgiye ulaşmak için kitle iletişim araçlarını takip etmekte ve bunlardan aldığı bilgi doğrultusunda siyasal davranışını ortaya koymaktadır.

Kitle iletişim araçlarının siyasal davranışa etkisini inceleyen araştırmacılar, uyarı/tepki modeline dayanan psikolojik yaklaşımın üzerinde durmaktadırlar. Bu yaklaşıma göre; kitle iletişim araçları yayınladıkları mesajlarla uyarılar meydana getirmekte, açık bir davranış veya tavır ise tepkiyi oluşturmaktadır. Bu yaklaşımı uygulayarak yapılan araştırmalar, genellikle seçim kampanyası sırasındaki kitle iletişim araçlarının yayınlarına açık olma sonucu alınan oy verme kararları üzerinde durmaktadır. Sosyokültürel değişkenleri dikkate alan yaklaşım ise kitle iletişiminin kişilerce algılanması ve kullanılması bakımından küme üyeliğinin ve kültürel değerlerin üzerinde durmaktadır (Özkan, 2004: 55). Kitle iletişim araçları, haber ve program yayınları ile seçmenin siyasal davranışının özellikle oluşumunda önemli etkileri bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları, seçmenlerin siyasal davranışını pekiştirebileceği

gibi yeni bir siyasal davranış içerisinde girmesine de yol açabilmektedir. Temel'e göre (2013: 250) kitle iletişim araçlarının siyasal tercihleri güçlendirici ve pekiştirici etki yaptığı, aynı zamanda siyasal fikirlerin oluşumunda destekleyici bir rolü olduğu görülmektedir. Kitle iletişim araçları siyasal bilgilenme açısından insanların başvurdukları araçların en başında gelmekte ve bu durum kitle iletişim araçlarını siyasal bilgilenme sürecinde vazgeçilmez kılmaktadır.

Kitle İletişim araçlarının politikada ve seçim sürecinde önemli rol oynamasını Puglisi (2011: 2) seçim kampanyaları sırasında adayların davranışlarını ve görevdeki politikacıların performanslarını okuyucu ve izleyiciye bugünkü durum ve gidişat hakkında bilgi sunmalarına bağlamaktadır. Kitle iletişim araçları, siyasal bilgiyi artırmada ve seçmen katılımını teşvik etmede önemli bir rol oynamaktadır (Votmer, 2006: 201). Siyasi seçim sürecinde kitle iletişim araçlarından etkilenme oranı artmakta çünkü seçmen, tercihini belirlerken siyasi konular, seçime ilişkin kampanyalar, adaylar, partiler ve programlar hakkında bilgi sahibi olma ihtiyacı duymaktadır (Damlapınar, 2000: 90). Yapılan araştırmalar seçmenlerin kitle iletişim araçlarını özellikle televizyonu büyük ölçüde bilgi kaynağı olarak kullandıklarını, kısa vadeli tercihlerde etkisinin az olsa da uzun vadede farkında olmadan kararları değiştirebileceğini göstermektedir. Oates'e (2006: 130) göre televizyon, seçim kampanyaları sırasında seçmenler için en önemli bilgi kaynağıdır. Bu noktada Sotirovic vd (2004: 361) televizyonun adaylar hakkında daha fazla bilgi sağladığını, gazetelerin ise siyasi partiler hakkında daha bilgilendirici olduğunu savunmaktadırlar. Kitle iletişim araçları gündem oluşturma ve kamuoyunu yönlendirmede etkili olmakta (Bal, 2004: 155), yeni düşüncelerin gelişmesine ve kararsız kitlenin bir karara ulaşmasına katkı sağlamakta ve böylece siyasal davranışı dolaylı olarak etkilemektedir.

Televizyon, seçmenlere siyasal bilgi sağlayan en önemli iletişim araçlarından biridir. Kişilerin siyasi tutumlarını, ilettikleri mesajlar sayesinde yönlendirebilen ve değiştirebilen televizyon, iletilmek istenen mesajları birkaç kanalda birden yineleyerek kişileri inandırma yolunu seçen propagandacıların en sık kullandıkları iletişim aracıdır (Vural, 1994: 62). Televizyonun insanların siyasi tercihleri üzerindeki etkisi büyük farklılıklar gösterse de, gelişmiş toplumlarda televizyon yayınlarına çıkmayan siyasetçilerin ya da televizyondan aktarılmayan politikaların halkın desteğini kazanma şansı yoktur; Çünkü insanların zihinleri televizyonun öne çıktığı kitle iletişim araçları tarafından şekillendirilir. Kitle iletişim araçları etrafında örgütlenmiş bir toplumda,

basın yayın organlarının dışında kalan mesajların varlığı kişiler arası ağlarla sınırlıdır, bu yüzden de kolektif bilinçten silinip giderler (Castells, 2008a: 450). Bu düşünce ile siyasal partiler ve adaylar bir yandan medyanın gündemine yer almak diğer yandan ise seçmenin siyasal davranışını etkileme çabası içerisine girmektedirler. Medya, bu çerçevede destekledikleri ya da desteklemedikleri adayları ya da partileri çeşitli manipüle edilmiş haber ve yorumlarla kamuoyunun gündemine taşımaktadır. Bu durumda medya siyaset ilişkisini tartışmalı hale getirmektedir.

Kitle iletişim araçlarının güçlü etkiler kabulünü içeren dönemlerde, bu araçların sadece seçmen tercihinde değil her konuda etkili olduğu düşüncesi varlığını kabul ettirmiştir. Temel çalışmalardan birisi olan The People's Choice ve devamındaki araştırmalarla bu görüş zayıflamış ve sınırlı etkiler dönemine geçilmiştir. 1960'ların sonlarına kadar devam eden bu süreçte, televizyonun yaygın olarak kullanılmamasının sınırlı etkiler anlayışının gelişmesinde etkili olduğu belirtilebilir. 1970'li yıllardan itibaren özellikle televizyonun da yaygınlaşmasıyla, dolaylı ve güçlü etkiler anlayışına geçilmiştir (Kalender, 2005: 117).

Siyasal seçim kampanyaları herhangi bir aday, parti veya gündem konusuyla ilgili değişik enformasyonu seçmenlere ileterek onların karar verme süreçlerini etkilemekte, parti veya adaylara oy verme yönündeki motivasyonu güçlendirmektedir (Kalender, 2005: 85). Kitle İletişim araçları seçmene bilgi ya da haber sunarak kararlı seçmenin kararlılığını artırmakta, kararsız seçmenin bir karara varmasında yardımcı olarak bir seçmen tercihinin oluşmasında önemli katkılar sağlamaktadır.

Günümüz toplumlarında insanlar medya üzerinden, özellikle de televizyon üzerinden bilgilenirler, siyasi görüşlerini oluştururlar (Castells, 2008b: 472). Siyasal propaganda araçları içinde en etkili araç olduğu tespit edilen televizyonun bu etkiyi özellikle kararsız seçmenler üzerinde gösterdiği ifade edilebilir (Baltacı ve Eke, 2012: 126). Kararsız seçmenler, ihtiyaç duydukları siyasal bilgiyi en fazla takip ettikleri kitle iletişim aracı olan televizyondan aldıklarından, süreçte de en etkili araç televizyon olarak değerlendirilmektedir. Johnson (2001: 127) siyasal kampanya sürecinde partilerin ve adayların mesajlarını iletmek için televizyon reklamlarının önemli bir araç olduğunu ifade eder. Siyasi partiler ve adaylar reklam bütçelerinde önemli bir payı televizyon reklamlarına ayırarak, seçmeni etkilemeye çalışmaktadırlar.

Siyasal davranışı etkilemede televizyonun yanı sıra gazete, radyo ve internet medyası ile broşür, afiş, billboard, parti yayınları gibi siyasal iletişim araçlarının da etkisi

olabileceğini söylemek mümkündür. Bütün bu kitle iletişim araçlarının birbirlerine karşı üstünlükleri tartışma konusu olmakla birlikte televizyonun daha güvenilir bir bilgi kaynağı olduğu inancından dolayı diğerlerinden daha fazla etkileme gücüne sahip olduğu ifade edilmektedir. Siyasal bilgilenme sürecinde iletişim yöntemlerinin önemlilik dereceleri bakımından kitle iletişim araçları sırasıyla televizyon, gazete, internet ve radyo şeklinde oluşmaktadır. Ayrıca gazete, siyasal tercih oluşturma sürecinde en güvenilir araç konumundadır. Kitle iletişim araçları içerisinde siyasal tercih oluşturma sürecinde gazetenin en güvenilen araç şeklinde değerlendirilmesi, gazetenin, doyurucu ve detaylı bilgi vermesinin yanı sıra, bireyin seçimiyle satın alınan bir araç olmasına bağlanabilir (Temel, 2013:249). Bu durum gazetelerin siyasal davranışı etkilediği sonucunu ortaya koyabileceği gibi seçmenlerin oy vermeyi düşündükleri partinin çizgisinde yayın yapan gazeteleri tercih ettikleri sonucunu da doğurabilmektedir.

Kitle iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim ve özellikle internet teknolojilerinin yaygınlık kazanması bireylerin bilgilenme sürecinde etkin bir rol almasını sağlamış ve bilginin bireysel ihtiyaçlara göre dizayn edilmesini ve işlenebilmesini sağlamıştır. Bireyin özellikle siyasal karar verme davranışının şekillenmesinde, elde ettiği ya da ulaştığı siyasal bilgiler doğrudan etkili olmaktadır. Öksüz ve Yıldız'a göre (2004: 994) internet, mevcut kitle iletişim araçlarında yapısal ve biçimsel değişimlere neden olmaktadır. Siyasal partilerin aracı olmadan haber gündemini kontrol edebildikleri ve kendilerini daha iyi sunabildikleri bu yeni sofistike medya ortamı, siyasal partiler ve seçmenleri arasındaki iletişim eksikliğini büyük ölçüde gidermekte ve siyasal parti üyeliklerinde gözle görülür bir artış sağlamaktadır. Ayrıca mesajların daha büyük hedef kitlelere ulaştırılması, yaygın ve hızlı bir finansal destek sağlanması açısından da yeni imkânlar sunmaktadır. Bu nedenle özellikle geleneksel kitle iletişim araçlarının desteğinden yoksun çok sayıda aşırı uçtaki siyasal parti, geniş kitlelere ulaşma konusunda düşük maliyetli bir araç olan ve dış baskı unsuru içermeyen internete yönelmektedir.

Siyasal partiler seçim süreçlerinde internet teknolojisini siyasal reklamlarını daha etkili bir şekilde sunmak amacıyla da etkin bir şekilde kullanmaktadırlar. Siyasal partiler ya adaylar internette yer alan siyasal reklamlarla hem seçmeni etkilemeyi hem de siyasal bilgi ile donatmayı amaçlamaktadırlar. Uztuğ'a göre (2004: 348) internette kullanılan reklam araçlarını e-posta reklamları, doğrudan e-posta ve banner olarak sıralayabiliriz. Özellikle web sitelerinin etkileşim özelliğinin etkin kullanılması

seçmenlerle çift yönlü iletişim için de önemli bir fırsat sunmaktadır. İnternet, seçim kampanyası propagandalarının bir aracı, kontrollü tartışmaların gerçekleştiği bir forum, sempatizanlarla bağlantı kurmanın bir yolu haline gelmiştir. Televizyon programlarında ya da reklâmlarda sıklıkla, bilgi edinilebilecek ya da tartışmanın gelişiminin izlenebileceği internet adresleri sunulmaktadır (Castells, 2008b: 482). İnternet aracılığıyla seçmene televizyondan yayınlanan programları istediği zamanda izleme imkanı sunulmakta, yayın süresi kısıtlaması olmadan siyasal reklamlar internet medyasında yayımlanmaktadır.

Sosyal medya özellikle son yıllarda seçmenin siyasal davranışını etkilemek üzere yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. 2008 Amerika Başkanlık seçimlerinde Obama'nın verimli bir şekilde uyguladığı sosyal medya stratejileri bu alanda bir devrim niteliği oluşturması bakımından kayda değerdir (Genel, 2012: 30). Barack Obama, özellikle başkanlık seçimi kampanyası ve geçiş dönemindeki sosyal ağ yaklaşımlarıyla çevrimiçi teknolojinin kullanılmasına öncülük etti (Borins, 2011: 85). Dostie-Goulet'e göre (2009: 418), ABD Başkanlık seçimleri kampanyasında Barack Obama, sosyal ağları etkin bir şekilde kullandı ve daha önceki seçimlere göre hayal edilemeyecek bir şekilde gençlerin siyasal katılımı gözlemlendi. Sotirovic'e göre (2008:595) genel olarak, internet siyasi bilgi ve erişim arama için kullanıldığında kampanya haber, siyasi bilgi üzerine olumlu etkisi vardır.

Sosyal medyanın seçim dönemlerinde siyasi partiler ve adaylar tarafından kullanımı her geçen gün daha yoğunluk kazanmakla birlikte, bu kullanımın siyasal davranış üzerindeki etkisi konusunda yeterli çalışma bulunmamaktadır. Ancak, bu tür çalışmaların seçmenler tarafından ilgi ile takip edildiği söylenebilir. Geleneksel medya araçlarının olduğu gibi yeni medya araçlarının da kararsız seçmenler üzerinde etkili olabileceği düşünülebilir. Konda araştırmasına göre, (2011: 25) özellikle seçim kampanyası mecrası olarak bakılacak olursa, kararsız seçmenleri internette yakalamak önemli bir fırsat sayılabilir. Ancak beş kararsızın ikisi internet kullanıyor, üçü kullanmıyor. Twitter'da, Youtube'da ve Mynet'te üyelikleri ortalama internet kullanıcısına göre daha azken, MSN ve Facebook'taki varlıkları çok yakın oranlarda. Sosyal ağlar içindeki ağırlıkları ise, internetteki ağırlıklarından farklı değil. Özetle, internetteki kararsızların bir araya toplandığı veya ağırlıklı olarak var olduğu bir mecradan bahsetmek pek mümkün gözüküyor.

Bütün bu değerlendirmelerin ışığında, kitle iletişim araçlarının sunduğu siyasal bilgilerle, siyasi partiler ve adaylar hakkında seçmenin kanaatinin oluşumuna ve siyasal davranışının şekillenmesine katkıda bulunmakta olduğu söylenebilir. Ancak, Kalender'in de (2005: 122) belirttiği gibi seçmenin yapısına, parti ve lidere bağlılığına, eğitim düzeyine, hangi bilgi kaynaklarını daha çok kullandığına ve kitle iletişim araçlarına güven derecesine bağlı olarak, kitle iletişim araçlarının seçmen davranışı üzerinde etkisi değişmektedir.

4.3.14. Yerleşim Yeri (Kent-Köy)

Yerleşim yerinin siyasal davranışa etkisi seçimlere katılarak oy kullanma ve parti tercihleri bakımından tartışılmaktadır. Tatar'a göre (2007: 339) doğum yeri, şehirde oturma süresi ve kendisini şehirli görme kriterleri ile oy verme davranışı arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir.

Bireylerin kentte kalış süresi uzadıkça, kente özgü davranışlarında gelişme göstereceği bilinmektedir. Seçmen davranışlarının kırsal alanlarda uyruk veya mahalli nitelikli olduğu, kentlileştikçe daha çok katılımcı, bağımsız ya da tepkici yaklaşım sergilediği sosyal bilimciler tarafından kabul edilir (Özer ve Meder, 2008: 48). Ancak, kentte uzun süre geçirmeyen ve kentle bütünleşemeyen gruplar geldikleri yörenin davranışlarını da sürdürmektedirler (Kahraman, 2007: 194). Siyasal katılım açısından içinde yaşadığı yerleşim birimi büyüdükçe ve siyasî yapı karmaşıktıkça ferdin siyasî kararlara katılmasındaki marjinal etkinliği azalacak ve bir noktadan sonra da bu etkinlik tamamen kaybolabilecektir. Dolayısıyla, siyasî katılımın küçük yerleşim birimlerinde, büyük yerleşim birimlerine oranla, daha yoğun olması beklenebilir (Tatar, 2007: 340). Yine, kırsal kesimde seçmen kitlesinin üzerinde yaşlılar ve din adamları başta olmak üzere belirli bir kanaat önderi tabakasının etkisi büyüktür (Kışlalı, 2000: 65). Her ne kadar ülkenin sosyo ekonomik yapısının gelişmesiyle birlikte kitle iletişim araçlarına ulaşım bugün daha kolay olmakla birlikte, yine de kırsal alanda bu bilgilerin kanaat önderleri tarafından yorumuna ihtiyaç duyulmaktadır. Kentsel alanda ise, seçmen kanaat önderlerinin yerine kitle iletişim araçlarına daha fazla açıktır ve bunların etkisi daha fazla görülebilmektedir. Kentsel yaşam, bireyselliğin daha öne çıktığı bir yaşamdır. Seçmen, kentte siyasal davranışını belirlerken kırsal alandan farklı parametrelerin etkisinde kalabilmekte ve daha rasyonel bir yaklaşım çerçevesinde siyasal davranışta bulunmaktadır.

Kır-kent bölümlemesi dünyanın hemen her bölgesinde siyasal davranış farklılaşmasının en derin kaynaklarından biridir (Albritton, 2012: 3) Kent ile kırsal kesim arasında görülen siyasal davranış farklılıklarının nedenlerini şu şekilde ifade etmek mümkündür. Eğitim düzeyinin düşüklüğü, dine ve törelere bağlılık, uğraşlar ve yaşam biçimi arasındaki benzerlik, yüzyüze iletişimin egemen oluşu, dayanışma duygusunun güçlüğü ve kadercı eğilimlerin belirginliği, kırsal kesim topluluklarının temel özelliklerini oluşturur (Kışlalı, 2000: 64). Siyasal davranışta bütün bu unsurlar etkileyici faktörler olarak değerlendirilmektedir. Sosyal ilişkilerin daha yoğun olduğu, cemaat hayatının hüküm sürdüğü kırsal kesimde bireylerin siyasal davranışları daha fazla bu ilişkiler çerçevesinde şekillenirken, cemiyet hayatına geçişte yani kentlerde ise bu tür faktörlerin yanında baskı grupları, aday vb. yeni faktörler de siyasal davranışta etkili olabilmektedir.

En düşük oy verme davranışının hep şehirde yaşayanlarda olduğu görülmektedir. Bu sonuç, kendisini tamamen şehirli görenlerde de aynı nitelikte çıkmıştır. Kendisini kısmen şehirli görenlere ve şehirli görmeyenlere nazaran en düşük oy verme bu kesimdedir. Ancak şehre sonradan gelenleri incelediğimizde, şehirde oturma süresine paralel olarak oy verme katılımı da artmaktadır. Gerek oy verme gerekse çevre ve memleket meselelerini tartışma ise en az oranda şehre yeni gelenlerde görülmektedir (Tatar, 2007: 340). Şehirsel yaşantının kişilere oy verme dışında ve belki ondan da etkin bir nitelikte alternatif siyasal katılma yolları sağladığı, bunun da oy vermenin nisbi önemini azalttığı (Özbudun, 1975: 105) şeklinde bir düşünce bulunmaktadır. Köyde ise alternatif siyasal katılma imkânlarının bulunmamasının yanında köylü için oy verme önemli bir olgudur ve dahası bir görev ve sorumluluk olarak algılanmaktadır. Görmez (1997: 138) de kentleşmenin siyasal ilgiyi önemli ölçüde artırdığına dikkat çekmektedir

Oy vermenin özerk bir eylem, bir bireysel irade sorunu olduğu şehirlerde, oy verme konusunda yeter derecede güçlü bir kararı olmayan seçmenleri, buna yöneltecek bir dış etken yoktur. Buna karşılık, bazı azgelişmiş kırsal bölgelerde yöresel nüfuz sahipleri, kendilerine bağımlı durumdaki çok sayıda seçmeni oy vermek için mobilize etmektedir (Özbudun, 1975: 108). Kırsal alanda daha tekelci ve toptan bir oylama söz konusu iken, kentsel alanlarda daha bireysel ve kendi kararları doğrultusunda oylama görülmektedir (Kahraman, 2007: 204). Seçmenlerin yerleşim yeri siyasal davranışının değişimine yönelik de bir değerlendirmeye imkân vermektedir. Bu konuda değerlendirmelerde bulunan Kışlalı'ya göre (2000: 63) genellikle kalabalık nüfuslu

yerlerde seçmen oyları daha değişim yanlısı, yani ilerici olmakta, az nüfuslu yerlerde ise seçmen çoğunlukla tutucu eğilimler göstermektedir. Diğer bir görüş ise, kentleşmenin siyasal radikalleşmeye ve yıkıcı davranışlara yol açtığı görüşüdür. Kentleşme hızının sanayileşme ve gelişme hızından çok yüksek olduğu az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, hızlı göç hareketi, kentlerin artan nüfusun gereksinimlerine cevap vermemesi birçok sorunu oluşturmaktadır. Aynı yerleşim yerinde, sosyal sınıf farkını bireylerin her an hissetmesi genellikle düzenli bir işe sahip olmaması, dolayısıyla marjinal işlerde çalışması, radikal siyasal eğilimleri artırmaktadır (Erkan, 2010: 238). Ülkemizde özellikle metropollerin gecekondulu bölgelerinde kentle bütünleşmede sorun yaşayan seçmenler marjinal partilere yönelebildiği gibi bunun tersi olarak merkez sağ ya da muhafazakar partilere de yönelebilmektedir. Dolayısıyla burada dikkat edilmesi gereken en önemli husus, kentte bir yabancı gibi duran bu seçmenlerin siyasal davranışlarını etkilemeye yönelik siyasal partilerin nasıl bir politika izlediğidir. Bu seçmen kitlesinin yaşadığı sorunlara duyarlılık gösterdiğini hisseden siyasal partilere yönelik bir siyasal davranış ortaya konulmaktadır. Bu şekilde siyasal sistemler entegre olabilmektedir. Aksi halde marjinal eğilimlere yönelmekte ve sadece siyasal alanda değil toplumun birçok alanında yeni sorunlar ortaya çıkmaktadır.

Yerleşim yeri, seçmenin seçim döneminde gündeme ilişkin değerlendirmeler yapmasında da farklılık oluşturmakta ve seçmen, davranışında farklı parametreleri dikkate alabilmektedir. Bu çerçevede, Albritton vd.(2012: 5) kırsal kesimde yaşayanlar için ideal adayın kendilerini sık sık ziyaret eden, şikayetlerini dile getirebildikleri kamu işlevini gören aday olduğunu belirtir. Kahraman'a göre (2007: 205), kentleşme düzeyi yükseldikçe probleme oy verme, kentleşme düzeyi düştükçe ihtiyaca oy verme yaklaşımının artacağını ifade etmektedir. Her ne kadar farklı sosyo-ekonomik gruplar olsa da, ortak sorunlara çözüm vaatleri seçim sonuçları üzerinde etkili olacaktır. Büyük kentlerde yaşanan sorunlar ile kırsal alanda yaşanan sorunlar da birbirinden farklı olmaktadır. Kentte hava kirliliği ve ulaşım önemli bir sorun iken kırsal alanda bu konular seçmen için sorun olmamakta, bunların yerini ise tarımsal faaliyetlere yönelik fiyatlar, yakıt fiyatlarının yüksekliği daha önemli sorunlar olarak dikkat çekmektedir. Buna göre, kent ile kır arasında seçmenin demografik yapısından kaynaklanan nedenler olabileceği gibi seçmenlerin gündemlerine ilişkin faktörler de siyasal davranışı etkilemektedir.

4.3.15. İklim Koşulları

İklimin siyasi davranışları etkilediğine ilişkin değerlendirmelerin kökeni Aristoteles'e dayanmaktadır. Aydınlanma çağında ileri sürülen bu görüşlerin temelinde, soğuk ülke insanları cesaretli ama az zeki, sıcak ülke insanları zeki ama az cesaretli, ılıman ülke insanları ise hem zeki hem cesaretlidir (Kışlalı, 2000: 40) görüşleri yer almaktadır. İbn Haldun da (2000: 140-145) iklim ile sosyal hayat arasında sıkı ve yakın bir ilişkinin bulunduğunu belirtir. Hatta bu yakın ilişkinin etkilerini kişilerin ten renginde, karakterinde, manevi, ahlaki ve dini hayatta görmek mümkündür. Bu durumun karaktere ve davranışa yansımaları da şöyle açıklamaktadır. Sıcak bölgelerde ya da deniz kıyısında yaşayan kavimlerin genellikle kaygısızlık, hafiflik, kararsızlık, oyun ve eğlenceye düşkünlük veya soğuk ve sert iklim bölgelerindekilerin suskunluk, geleceği düşünme, kaygıllılık gibi ahlak ve karakterleri ile oralardaki iklim şartlarının yakın ilişkisi vardır.

İklimin insan davranışına ve karakterine etkisi üzerinde Montesquieu da çalışmalar yürütmüş ve Aristo ve İbni Haldun'un değerlendirmelerini daha da geliştirerek iklim kuramını ileri sürmüştür. Gurkan'ın belirttiği gibi (1988: 17) Montesquieu'ya göre iklim o denli güçlü bir etkindir ki, beşer aklı bu üstün illete daima bağlı kalmaktadır. Ona göre iklim önce insanın biyo-psikolojik yapısına ve dolayısı ile karakterine etki yapar. Bu nedenle soğuk iklim kuşağında yaşayanlar canlı, hareketli, soğukkanlı, mağrur ve intikam duygusundan uzaktırlar; güvenlik ve hürriyetlerine düşkündürler, cinsel yaşamlarında ise ılımlı ve dengelidirler. Sıcak iklim kuşağında yaşayanlar ise tam aksine hareketsiz, tembel, teşebbüs yeteneğinden yoksun, zevk ve şehvete son derece düşkün insanlardır. ılıman iklimlerde yaşayan insanlar üzerinde iklimin belirleyici etkisi zayıflar; buralarda diğer toplumsal etkenler belirleyici rol oynamağa başlarlar.

Bütün bu değerlendirmeler iklimin ve havanın insanın davranışını, tutumunu ve düşüncesini etkilerini açıklaması açısından önemlidir. Ancak, konumuz bağlamında siyasal davranışa etkisine yönelik değerlendirmeler için bu alanda yapılmış olan çalışmalara bakmak gereklidir. Bu alanda ABD'de yapılan bir çalışma oldukça dikkat çekmekte, iklim ve havanın siyasal davranışa etkisine yönelik oldukça çarpıcı sonuçlar ortaya koymaktadır.

İklimin siyasi davranışlara olan etkisinin incelendiği ilişkin araştırmada şu sonuçlara varılmıştır (Cohen, 2011: 188-250):

Hava durumu siyasal davranışı iki şekilde etkilemektedir. Bunlardan birincisi siyasal katılımı ilgilidir. Sandık başına gitme ile ilgili maliyetleri değiştirecek iklim koşulları katılım oranını etkiler. Kötü hava koşulları katılımı olumsuz etkilerken, güzel hava koşulları siyasal katılımı artırır, sandık başına gitme oranı artar. İkinci etkisi ise tercih ile ilgilidir. Hava durumu güzel ise ruh halinde iyimserlik gibi sıcak değerlendirmelere yol açar ve görevdeki adaya oy verme duygusunu artırır.

Bir diğer taraftan mevsimlerin de siyasal davranışa etkide bulunduğu belirtilmektedir. Yaz aylarında güneş ışığı siyasal davranışa teşvik etmektedir. Kış ve bahar aylarında, güneş ışığı oy artırır. Yaz aylarında, nem oylama sonucunda olumsuz bir etkiye sahiptir. Ve son olarak, kış aylarında, yüksek sıcaklıklar seçmeni oy verme konusunda uyarır.

Hava ve iklim, eylemleri kısıtlayıcı ve ruh halini etkileyici bir olgu olarak siyasal davranışı etkilemektedir. Yine, hava durumu seçim günü katılımı etkilemektedir. Özellikle, yoksul kesimin oyu üzerinde, yağmurun depresif etkisinin olduğu kabul edilmektedir.

4.3.16. Genler

Genlerin bireylerin davranışları üzerindeki etkisi 1970’li yıllardan itibaren önemli bir araştırma konusudur. Davranışsal genetik biliminin yapmış olduğu çalışmalar neticesinde, bireyin sahip olduğu yeteneklerinin alt ve üst sınırlarının, genler vasıtasıyla anne ve babadan potansiyel olarak miras alındığı belirtilir (Sağlam, 2001: 212). Bu durum bireyin tutum ve davranışında anne ve babadan geçen genlerin etkili olduğunu göstermektedir.

Genetik faktörlerin siyasal davranış üzerindeki etkisi üzerine son on yılda bazı çalışmalar yapılmış ve konu çeşitli yönleriyle incelenmiştir. Bu konuda Lindon Eaves ve Hans Eysenek (1974) yaptığı “Genetics and the development of social attitudes” (Genetik ve Sosyal Tutumların Gelişmesi) ilk çalışmalardan biri olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada Eaves ve Eysenek (1974:289), ebeveyn ile yetişkin çocuk uyumunda genetik faktörlerin etkili olabileceğini ifade etmektedirler.

Siyasal davranış üzerinde genlerin etkisi konusunda Hatemi ve Mcdermott (2012:529) tarafından yapılan araştırmalarda genlerin siyasal davranış üzerinde etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Bu araştırmalarda çocuklar evden ayrılana kadar davranışları üzerinde genetik etkilenmeye dair herhangi bir gösterge bulunmamakla

birlikte evden ayrıldıktan sonra genetik eğilimleri çerçevesinde siyasal davranışları oluşmaya başlamıştır.

Ergenlik döneminde, eşsiz deneyim, kendi çevrelerini özgürce seçme becerileri ve bireysel genetik eğilimlerine dayanan kendi bireysel davranışlarını/ tutumlarını geliştirmelerini olanaklı kılmaktadır (Hatemi vd., 2012:527). Siyasal davranış üzerine yapılan çalışmalarda farklı sosyal, kültürel ve ekonomik etkilerin yanında gen faktörünün de etkisinin olduğu bu çalışmada görülmektedir.

Yukarıda temel başlıklar haline açıklanan faktörlerin yanında siyasal davranışı etkileyen bazı faktörler de bulunmaktadır. Bu faktörlerden biri sosyo ekonomik gelişmedir. Sosyo-ekonomik gelişmeler siyasal davranışı etkilediği gibi sosyo-ekonomik gelişme düzeyi de siyasal davranışı etkilemektedir.

Belli bir zamanda ve belli bir toplumda sosyo-ekonomik yapı ve yapıdaki değişimler, o toplum üyelerinin kişisel tutumlarını etkileyerek yeni siyasal davranış kalıpları getirmektedir (Özer ve Meder, 2008: 29). Üretim tekniği, sosyal yapı ve güç dağılımında meydana gelen değişiklikler gruplar arası dengenin sürekli değişimine yol açacak ve bu, seçim mekanizması yoluyla partiler arasındaki güç dağılımına yansarak toplumsal kararlarda değişiklikler oluşturacaktır. Siyasal nitelikteki bu kararlara ise yeniden sosyal ve ekonomik yapıyı belirleyecektir. Sosyo-ekonomik yapıdaki değişim kişisel kararlara etkileyecek, bu kararlardan seçmen davranışına dönüşecektir (Gülmen, 1979: 57). Sosyo-ekonomik yapıda yaşanan değişimin siyasal davranışa etkisi her zaman için yeni bir davranış olarak gerçekleşmeyebilir bazı hallerde mevcut siyasal davranışını pekiştirici bir rol de oynayabilir.

Sosyo ekonomik gelişme düzeyi seçmen davranışında etkili olmaktadır. Sosyo ekonomik gelişmeyi modernleşme olarak nitelendiren Özbudun (1975: 120) sosyo ekonomik modernleşmenin özerk ve araçsal katılmayı artırdığını, kişisel bağlılığa dayanan mobilize katılmayı azalttığını belirtir. Ülkenin geri kalmış olan bölgelerinde geleneksel yöresel eşraf, çoğu zaman, kendilerine bağımlı olan seçmenleri mobilize ederek, yüksek oranda seçime katılmalarını sağlayabilirler. Gelişmiş bölgelerde ise, oy verme çok daha özerk bir eylem haline gelmiştir. Özbudun'un dile getirdiği mobilize katılım durumunu günümüzde gelişmiş bölgelerde de görebilmek mümkündür. Postmodern süreçte yalnızlaşan bireylerin adeta sığınağı haline gelen cemaatler, siyasal seçim süreçlerinde kendi mensuplarını mobilize bir katılıma yönlendirmektedirler.

Gündem veya konu faktörleri, seçim dönemlerinde seçmenler için önem arz eden siyasal, ekonomik ve sosyal olayları kapsamaktadır. Seçmenlerin gündeminde bulunan ve çözüm bekleyen herhangi bir problem veya problemlere parti ve adayların bakış açıları, çözüm önerileri, oyların yönünü belirlemede etkili olmaktadır (Kalender, 2005: 77). Kendi gündeminde olan sorunlara ilgi gösteren ya da çözüm önerileri üreten aday veya partilere karşı seçmenin dikkatinin yöneldiği ve bu çerçevede tercihinde etkili olduğu düşünülmektedir.

Siyasal davranış, temelde sosyal ilişkiler çerçevesinde şekillenmektedir. Modernleşme süreciyle birlikte bireyselleşen toplum yapısı içerisinde siyasi parti ya da adaylar her bir seçmene ulaşmak ve her bir seçmeni etkileyebilmek için yeni stratejiler uygulamaya başlamışlardır. Siyasal davranış kuramları olarak literatürde yer alan sosyolojik yaklaşım, psikolojik yaklaşım, rasyonel tercih yaklaşımı ve ekonomik politik yaklaşım çerçevesinde seçmen siyasal davranışını ortaya koyarken sosyal ilişkileri çerçevesinde bir şekillenme olmaktadır. Yine, siyasi parti ya da adayların seçmenin siyasal davranışını etkilemek üzere kullandığı faktörlerin etki düzeyi de sosyal ilişkilere bağlı olarak gerçekleşmektedir. Bu bakımdan sosyal ilişkilerin siyasal davranış üzerinde etkisi çok yönlüdür. Bir sonraki bölümde sosyal ilişkilerin Türk Seçmeninin siyasal davranışına etkisi alan araştırmasında elde edilen veriler çerçevesinde ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Araştırma bulgularının analizinde önce, araştırmanın metodolojisi hakkında bilgi verilecektir. Daha sonra ise elde edilen bulgular çerçevesinde sosyal ilişkilerin Türk seçmeninin siyasal davranışına etkisi değerlendirilecektir.

V.BÖLÜM

5. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu bölümde yapılan araştırmaya yönelik olarak bazı metodolojik bilgiler verilmektedir. Metod, bir amacın gerçekleştirilmesi, bir hedefe ulaşılabilmesi için izlenen yol (Demir ve Acar, 1997:242) olarak ifade edilmektedir. Metodoloji ise; bilimsel ilerlemenin gerçekleştiği temel yol (Quthwaite, 2003: 496) teknik ve yöntemdir. Metod araştırma tasarımının tümünü içerdiğinden (Erdoğan, 2003:123) araştırmanın amacına uygun olarak bu çalışmada bilimsel araştırma metodolojisine uygun hareket edilmiştir.

Bu bölümde öncelikle siyasal davranış, seçmen tercihi ve siyasal tercihi etkileyen faktörler üzerine yapılan akademik çalışmaların değerlendirmesi yapılarak; bu çalışmaların nitelikleri ve özellikleri açıklanacaktır. Araştırmanın metodolojisi hakkında bilgi veren bu bölümde ayrıca çalışmanın konusu amacı ile literatüre katkısı ve yaygın etkisine değinilecektir. Çalışmanın temelini oluşturan araştırma soruları ve hipotezler belirtilecektir. Bunun yanı sıra araştırmada veri elde etmede kullanılan teknikler ve uygulama süreci hakkında bilgi verilecek, araştırmanın evreni, örneklem seçimi ve çalışmanın sınırlılıklarına ilişkin bilgiler sunulacaktır.

5.1. Literatüre İlişkin Bir Değerlendirme

Siyasal davranış, bireyin içerisinde bulunduğu toplumsal yapı çerçevesinde oluşur ve bu yapı çerçevesinde bir takım etkilere maruz kalır. Bireyin içinde bulunduğu toplumsal yapı siyasal davranış üzerinde önemli etkilere sahiptir. Bu nedenle kişilerin siyasal davranışları sosyal ilişki içerisinde bulunduğu grup ya da gruplar tarafından bir takım etkilere maruz kalır.

Siyasal davranışlarda etkili olan faktörlerin belirlenmesi için, sosyal gruplar, yaş, cinsiyet, kültür, gelir düzeyi, meslek ve yerleşim yeri gibi farklı değişkenlere başvurulmaktadır. Bunların her biri bireyin siyasal davranışında etkisi bulunan ya da bulunması muhtemel faktörler olarak değerlendirilmektedir.

Demokratik sistemin gelişmesi ve bireylerin seçmen olarak yönetimde söz sahibi olmaya başlamasıyla birlikte, araştırmacılar seçmenlerin oy verme davranışı üzerinde araştırmalar yapmaya başlamışlardır.

Siyasal davranış çalışmaları, tarihsel betimleyici ve normatif çalışmalara karşı olarak ortaya çıkmış ve 1920'lerin sonlarında kamuoyu ve siyasal tutum oluşumları ile baskı gruplarının “grup davranışları”nın saptanması için yapılan araştırmalarla önem kazanmaya başlamıştır. Siyasal davranışa yönelik ilk analiz 1913 yılında Andre Siegfried'in Fransa'nın çeşitli bölgelerinde 1871-1912 yılları arasında yapılan seçim sonuçlarını değerlendirmesiyle başlamıştır. Siyasal davranışa yönelik araştırmalar ve çalışmalar 1940'lı yıllardan itibaren özellikle ABD'de artarak devam etmiştir.

Siyasal davranış araştırmaları tek başına bireyle ilgilenmekten daha çok, bir grubun, örgütün, topluluğun ya da bir kitle hareketinin betimlenmesini ve açıklanmasını amaçlamaktadır. Siyasal davranış incelemeleri, siyasal kişiliği oluşturan siyasal toplumsallaşma, siyasal tercihleri oluşturan siyasal tutumlar, kamuoyu ve oluşumu, oy verme davranışı ve diğer siyasal katılma boyutlarında yoğunlaşmıştır (Özer ve Meder, 2008: 5). Bu çerçevede, seçmenin siyasal davranışında sosyal ve çevresel faktörlerin etkilerini inceleyen araştırmaların adeta temelini oluşturan Lazarsfeld ve arkadaşlarının, 1940 ABD Başkanlık seçimi sırasında yaptığı ve 1944 yılında yayınlanan “*The People Choice*”, adlı çalışmadır.

Alan araştırması yöntemi ve anket tekniği kullanılarak yapılan ilk siyasal davranış çalışması olan “*The People Choice*”, adlı çalışma Ohio ve Erie County'deki seçmenlerden alınan örneklem üzerinde yapılmış ve siyasal davranışta, sosyal ilişkilerin, bireylerin bağlı bulunduğu grupların dolayısıyla sosyolojik faktörlerin önemli etkilerinin olduğu belirlenmiştir.

Alan araştırmalarının yaygınlık kazanması ve buna bağlı olarak bireysel düzeyde elde edilen verilerin artışıyla birlikte (Akgün, 2007:29) Ulusal Seçim Araştırmaları Merkezi'nde Campbell ve arkadaşlarının gerçekleştirdiği çalışmaların yayımlandığı “*The American Voter*” adlı çalışma siyasal davranış araştırmalarına yeni bir boyut kazandırmıştır.

Campbell ve arkadaşlarının 1948 ve 1956 yılları arasında ABD'deki başkanlık seçimleri sırasında yaptığı, “*The American Voter*” adlı çalışmada seçmenlerin çocukluk döneminden başlayan siyasal sosyalleşme sürecinde aile, akran grupları ve diğer sosyalleşme araçlarının etkisinde kazandıkları siyasal değer ve tutumların siyasal davranış üzerinde etkisi olduğu, siyasal sosyalleşme sürecinde politik eğilimler kazanan bireylerin bu eğilimlerini partiyle özdeşim kurarak şekillendirdikleri belirlenmiştir.

Antony Downs tarafından 1957 yılında yayımlanan “*An Economic Theory of*” adlı çalışma ise siyasal davranışa rasyonel bir bakış açısı kazandırmıştır. Bu çalışmada, seçmenin ekonomik çıkar ve beklentiler doğrultusunda siyasal seçime girmesi ve siyasal davranışını da kendi menfaat, çıkar ve beklentilerini karşılayacağına inandığı siyasi parti ya da adaya oy vermesi (Downs, 1957: 49-52) ifade edilmektedir.

Joseph Klapper, kitle iletişim araçlarının siyasal davranış üzerine etkisini incelediği “*The Effects of Mass Communication*” adlı çalışmada, kitle iletişim araçlarının seçmenin siyasal davranışını değiştirmede etkisinin sınırlı olduğu, var olan tutumları pekiştirdiği ancak seçmen herhangi bir partiye yönelik bir tutum belirlemediği durumlarda etkili olabileceği sonucuna varmıştır.

Bu çalışmalar siyasal davranış araştırmalarının temelini oluşturmuş daha sonraki süreçte özellikle 1970li yıllardan sonra ABD ve İngiltere başta olmak üzere dünyanın çeşitli ülkelerinde çok sayıda araştırma yapılmış ve toplumsal gelişme ve değişimler doğrultusunda yeni araştırmalar yapılmaya devam etmektedir.

Türkiye’nin çok partili hayata geçiş sürecinin geç olması seçmen davranışı üzerinde yapılan araştırmaların da oldukça geç başlamasına neden olmuştur. Seçim ve siyasal davranışla ilgili ilk akademik çalışmaların çok partili hayata geçildikten yaklaşık olarak 15 yıl sonra yapıldığını görmekteyiz.

Seçmen davranışıyla ilgili ilk çalışmalar olarak; Nermin Abadan Unat’ın 1966 yılında yayımlanan “*Anayasa Hukuku ve Siyasi Bilimler Açısından 1965 Seçimlerinin Tahlihi*” adlı çalışmadır. Eskişehir ve Diyarbakır’da 268 kanaat önderi üzerinde yaptığı araştırmada seçmenlerin partiyle özdeşleşme (sosyo-psikolojik) modeli doğrultusunda oy kullandıkları sonucuna varılmıştır.

Aynı dönem içerisinde Nermin Abadan Unat’ın; seçmenlerin siyasal eğilimleri ve siyasal bilgi düzeylerini incelediği “*Ankara Şehir Nüfusunun Siyasi Eğilimlerinden Bazı Örnekler*” adlı makalesidir. Unat bu çalışmada siyasal bilgi düzeyi ile eğitim arasında anlamlı ilişki bulunduğu, parti tercihinde eğitim faktörünün etkili olduğu sonucuna varmıştır. Yine Nermin Abadan, Ahmet Yücekök ile birlikte, “*1961-1965 Seçimlerinde Büyük Şehirlerin Oy Verme Davranışı ile İlgili Bazı Yorumlar*” adlı çalışmada 9 ilde (İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Eskişehir, Konya, Kayseri, Adana, Gaziantep) siyasal davranış analiz etmiş ve nüfusun gelir düzeyi ile siyasi parti tercihleri arasında bir ilişki olduğu (Abadan ve Yücekök, 1966: 108-118) sonucuna varmıştır. Bu dönemde yayımlanan bir diğer çalışma ise, Bahri Savcı’nın aynı yıl

yayınlanan ve CHP ile AP'nin genel seçimlerde aldıkları oyların analiz edildiği “1965 Milletvekilleri Seçimi Üzerinde Bir Analiz” adlı çalışmadır.

Siyasal davranış çalışmalarının başladığı 1960'lı yıllarda yapılan bir diğer çalışma Tuncer Bulutay ve Nuri Yıldırım'ın; 1950- 1968 yılları arasında yapılan seçimlerde Türk seçmen tercihinde ekonomik faktörleri inceledikleri “*Türk Seçmenlerinin Oy Verme Eğilimlerinde İktisadi Sebeplerin Önemi Üzerinde Bir Deneme*” (Bulutay ve Yıldırım, 1968, 7-39) adlı çalışmasıdır. Oy artışının en düşük gerçekleştiği 10 il ile en yüksek gerçekleştiği 10 ilin karşılaştırıldığı bu çalışmada, seçmenlerin oy verme eğiliminde ekonomik faktörlerin etkili olduğu ve siyasi iktidarı ekinde bulunduran partilerin oylarını artırmak ya da en azından korumak için ekonomik büyümenin gerçekleştirilmesinin gerekli olduğu tespiti yapılmıştır. Tuncer Bulutay'ın, “*Türk Toplumsal Hayatında İktisadi ve Siyasal Gelişmeler*” adlı çalışması, 1969 seçim sonuçlarıyla iktisadi büyüme arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, iktidar partisi olan AP'nin oylarının arttığı illerde tarımsal üretim değerinin Türkiye ortalamasının üzerinde arttığı dolayısıyla ekonomik büyüme ile iktidar partisine oy verme arasında bir ilişkinin olduğunun değerlendirilmesi yapılmaktadır.

Yüksel Gülmen'in 1960-1970 yılları arasında yapılan 1961, 1965 ve 1969 genel seçimlerinde Türk seçmenin siyasal davranışı ile sosyal ve ekonomik değişkenler etkisinin araştırıldığı “*Türk Seçmen Davranışında Ekonomik ve Sosyal Faktörlerin Rolü*” adlı Doktora tez çalışmasında, sosyo-ekonomik yapı ile seçmenin siyasal davranışı arasında kuvvetli olmayan bir ilişkinin olduğu neticesine ulaşılmıştır (Gülmen, 1979: 209). Bu çalışmada, seçmenin siyasal tercihinin ilişkin kararını verirken başkalarını dikkate aldığını, seçmen tercihinde birincil grupların etkinliğinin geleneksel toplumlarda daha fazla olduğunun değerlendirilmesine yer verilmektedir.

Daha sonraki dönemlerde seçmen davranışıyla ilgili çalışmalar farklı yaklaşımlarla devam etmiştir. 1971 yılında Cenap Nuhbat'ın yaptığı “*Türkiye Köylerinde Olağandışı Oy Verme*” çalışmasında 1961-1969 yılları arasında yapılan seçimlerde köylerde oy verme davranışı üzerinde durulmuştur. Nuhbat'ın araştırmasında feodal güçlerin hakim olduğu bölgelerde siyasal davranışın bu güçler tarafından belirlendiğini, seçmenin siyasal aktörlerle yüzyüze bir iletişimin olmadığını dahası yerel feodal güç aktörleri ile siyasal aktörlerin çoğu zaman aynı kişiler olduğu (Nuhbat, 1969: 236) analizini yapmıştır.

Ergun Özbudun'un 1975 yılında yayımlanan ve Türkiye'de illerin sosyo-ekonomik gelişme düzeyiyle seçmenlerin oy verme davranışları arasındaki ilişkileri incelediği "*Sosyal Değişme ve Oy Verme Davranışları:1973 Seçimleri*" ile sosyo-ekonomik modernleşmenin siyasal katılmayı ve siyasal kurumlaşmayı etkilerinin değerlendirildiği "*Türkiye'de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma*" adlı makalesi (Özbudun, 1975) dikkat çekmektedir.

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte, bunların siyasal davranış üzerindeki etkileri de araştırma konusu olmuştur. Oya Tokgöz, "*Siyasal Haberleşme ve Kadın*" isimli çalışmasında 1973 Genel Seçimlerinde Ankara'nın Çankaya ilçesinde seçmenler üzerinde yaptığı araştırmada kitle iletişim araçlarının özellikle de televizyonun önemli bir siyasal bilgi aracı olduğu, siyasal ilgi düzeyi yüksek olan kişilerde televizyonun etkili olduğu (Tokgöz, 1979) sonucuna varılmıştır. Bu çalışmada ayrıca aile siyasal toplumsallaşmanın birinci belirleyeni olarak siyasal ilgi geliştirme yetisine sahip olduğu, aile içinde gelişen siyasal ilginin de kitle iletişim araçlarından yararlanmaya dolayısıyla siyasal bilgi edinmeye yol açtığı vurgulanmaktadır.

Türkiye'de 1950'li yıllarda başlayan kentleşme süreci 1970'li yıllara gelindiğinde beraberinde yeni bir toplumsal yapı ve siyasal kültür ortaya çıkarmaya başlamıştır. Kentleşme ile birlikte geleneksel sosyal ilişkilerin yerini kentteki yeni sosyal ilişkiler almaktadır. Kemal Görmez, "*Kent ve Siyaset (Bir Metropol Alanda, Kentleşme, Kentlileşme Düzeyi ile Siyasal Kültür ve Siyasal Davranış İlişkileri Üzerine Bir Araştırma)*" adlı çalışmasında Ankara'da kentleşme, kentlileşme düzeyi ile siyasal kültür ve siyasal davranış arasındaki ilişkiyi (Görmez, 1997: 126) ortaya koymuştur.

1980 sonrasında ise seçmen davranışıyla ilgili Ersin Kalaycıoğlu'nun önemli çalışmalar yaptığı görülmektedir. Kalaycıoğlu, "*Karşılaştırmalı Siyasal Katılma, Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine bir İnceleme*" adlı çalışmasında siyasal katılmayı demografik faktörler çerçevesinde analiz etmiştir. Kalaycıoğlu, Türk seçmenini, Kenya ve Koreli seçmenlerle karşılaştırdığı bu çalışmada, siyasal katılmayı yaş, cinsiyet, eğitim, meslek, kent yaşamı ve sosyo-ekonomik statü gibi değişkenler bağlamında (Kalaycıoğlu, 1983) analiz etmiştir.

1980 sonrası 1990'ların başından itibaren seçmen davranışıyla ilgili çalışmaların ağırlıklı olarak akademik düzeyde (yüksek lisans ve doktora çalışmaları) yapıldığını görmekteyiz.

Doktora çalışmaları kapsamında; Dilek Yeşiltuna 1994 yılında yaptığı *“Kentlileşme Sürecinde Bireylerin Siyasal Değer Tutum Ve Davranışlarına Aile Yapısının Etkisi”* başlıklı çalışmasında İzmir’e göç edenlerin kentlileşme sürecinde bireyin siyasal değer, tutum ve davranışları ile aile yapısına etkisini (Yeşiltuna, 1994) değerlendirmiştir. Kentte kalış süresine göre bireylerin siyasal tutumlarında değişiklik yaşandığı sonucuna varılmıştır.

Ahmet Kalender’in, 1998 yılında yaptığı *“Seçmen Tercihini Etkileyen Propaganda Ve İletişim Faktörleri: Türk Seçmen Davranışı Üzerine Bir Araştırma (Konya Örneği)”* başlıklı doktora çalışması Türk seçmenlerinin siyasal parti veya adayın tercihinde etkili faktörlerden özellikle propaganda ve iletişim faktörlerini tahlil etmeye yönelmiştir. Konya’da yapılan alan araştırması ile seçmen tercihini etkileyen siyasal iletişim faktörleri (Kalender, 2005) belirlenmeye çalışılmıştır. Türk seçmenin kampanyalar, kamuoyu araştırmaları, kitle iletişim araçları, yüz yüze oy toplama teknikleri ve bazı ikna stratejileri kullanılarak nasıl ikna edileceğine yönelik olarak da bazı modeller ileri sürülmüştür.

Erzurum ve Trabzon illerinde genel ve yerel seçimlerde seçmen tercihini etkileyen faktörleri tahlil etmeye çalışan İhsan Çubukçu, 2005 yılında yayımlanan *“Siyaset Pazarlaması Genel Ve Yerel Seçim Ayrımına Göre Seçmen Davranışlarının Analizi”* başlıklı çalışmasında seçmenlerin genel ve yerel seçimlerde tercihini etkileyen faktörleri demografik ve sosyo kültürel özellikler çerçevesinde analiz etmeye çalışmış ve bu iki seçim arasındaki siyasal tercihi etkileyen faktörleri belirlemeye çalışmıştır.

Denizli ilinde din faktörünün seçmen davranışı üzerindeki etkilerinin araştırıldığı Ferihan Polat tarafından 2009 yılında yapılan *“Dinin Türk Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi: Denizli İli Örneği”* başlıklı çalışmada Türk siyasal sistemi içerisinde her zaman tartışma konusu olan dinin ve dini algılama biçimlerinin seçmen davranışları üzerinde nasıl ve hangi düzeyde etkili olduğu analiz edilmiş ve Denizli ili seçmenleri üzerinde dinin seçmen tercihinde belirgin bir etki oluşturmadığı kanaatine varılmıştır.

Seçmen davranışında etkili olabilen faktörlerden birinin de “aday” olduğu kabul edilmektedir. Bu çerçevede Hasan Güllüpnar’ın 2010 yılında yaptığı *“Seçmen Tercihi Bakımından Aday İmajı: Konya 2009 Yerel Seçimleri”* çalışmasında seçmenlerin 2009 Konya Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçiminde, siyasal davranışlarında etkili olan aday özelliklerinin belirlenmesine çalışılmış ve yerel seçimlerde adayın ön plana çıktığı,

aday imajının görsellik, parti ve siyasi eğilim, konu ve güven oluşturma, sosyallik, hitabet ve yerellik çerçevesinde değerlendirilmesinin yanında adayın partisinin de seçmen tercihlerinde önemli bir etken olduğu (Güllüoğlu,2010: 259) dile getirilmiştir.

2010 yapılan bir çalışma Yener Girişken'in yaptığı "*Türkiye'de Siyasi Partilerin Ve Liderlerinin Marka Kişiliği İle Seçmen Oy Tercih Arasındaki İlişki Üzerine Bir Pilot Araştırma*" adlı çalışmadır. Bu çalışmada siyasi partilerin ve liderlerin marka kişiliklerinin seçmen tercihi üzerindeki etkisi (Girişken, 2010) tahlil edilmiştir.

Haydar Gölbaşı tarafından 2010 yılında yapılan "*Medyanın Seçmen Davranışları Üzerine Etkileri: Sivas İli Örneği*" başlıklı çalışmada da siyasal seçim süreçlerinde seçmenin karar almasında ve siyasal davranışını gerçekleştirmesinde medyanın etkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

"*Yerel Seçimlerde Seçmenlerin Oy Verme Kararlarında Etkili Olan Siyasal Faktörlere İlişkin Bir Araştırma: Ankara Örneği*" başlıklı çalışmayı 2011 yılında yapan Esra Aydın Kılıç, seçmenlerin oy verme davranışlarında parti ve aday imajı ile siyasal bilgi kaynaklarının etkisini saptamayı amaçlamış ve seçmenlerin siyasal davranışı üzerinde parti imajı, aday imajı ve bilgilenme kaynaklarının etkisinin olduğunu (Kılıç Aydın, 2013) belirlemiştir.

Bugüne kadar yapılan araştırmalar seçmen davranışını etkileyen faktörlerin 12 temel ana başlık altında incelenebildiğini göstermektedir (Köktaş, 1997; ,Tatar, 1997: Özcan, 1998; Çaha, 2002; Özkan, 2004; Kalender, 2005; Akgün, 2007; Özer ve Meder, 2008; Özsoy, 2009, Doğan ve Göker, 2013). Bunlar; siyasal parti, lider, aday, gündem, propaganda, kitle iletişim araçları, kamuoyu araştırmaları, din, aile, çıkar grupları, kamuoyu liderleri, ekonomi politikalarıdır.

Literatürde yer alan çalışmalar incelediğinde seçmen davranışı, siyasal, ekonomik, propaganda ve iletişim faktörlerinin yanı sıra, siyasal pazarlama, siyasal reklam, din, kentleşme ve aday imajı gibi faktörler çerçevesinde ele alınmış; ancak bir birey olarak seçmenin sürekli olarak ilişki ve iletişimde bulunduğu sosyal grupların seçmen davranışına etkisi değerlendirmeye tabi tutulmamıştır.

Bu çalışmada, "Sosyal ilişkilerin Türk Seçmenin Siyasal Tercihine Etkisi" tahlil edilmeye çalışılacak; bireylerin çeşitli nedenlerle üyesi bulundukları gruplarla sürdürdüğü sosyal ilişkinin siyasal karar alma sürecinde ve siyasal davranışının şekillenmesindeki etki düzeyi belirlenmeye çalışılacaktır.

5.2. Araştırmanın Konusu ve Amaçları

Toplumsal yapının bir aktörü olarak birey, sosyal ilişkileri çerçevesinde içinde bulunduğu yapıda etkilendiği gibi yapıya etki edebilmektedir. Sosyal ilişkilerin gereği olarak birey yaşadığı sosyal çevre ile sürekli olarak bir iletişim içerisinde. Birey bu iletişim sürecinde, hedefleri, beklentileri ve konumu gereği çeşitli grupların üyesi olmak durumundadır.

Sosyal yapının bir parçası olarak birey, ilişkide ve iletişim içerisinde bulunduğu, aile, okul, arkadaş grupları, hemşehri dernekleri, sivil toplum örgütleri, siyasi partiler, cemaatler, meslek kuruluşları, vb. gibi sosyal gruplardan etkilenmektedir. Bireyin davranışları, içinde bulunduğu gruba uygun davranmak amacıyla değişime uğrayabilmektedir.

Sosyal gruplar, bireyin çeşitli konulardaki tutum ve davranışlarında olduğu gibi siyasal davranışında da etkili olabilmektedir. Bu nedenle kişilerin siyasal davranışları sosyal ilişki içerisinde bulunduğu grup ya da gruplar tarafından bir takım etkilere maruz kalır. Bu durum bireyin mensubu olduğu sosyal gruplarla aidiyet duygusundan kaynaklanabileceği gibi sosyal dışlanma endişesinden dolayı da birey grubun etkisi altına girebilmektedir. Çünkü, grupların değerleri ve normları üyeleri üzerinde etkili olmakta, aynı olay ve olgular karşısında aynı ya da benzer tutum ve davranışların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Seçmen bir taraftan etkiye son derece açık bir birey olabileceği gibi diğer taraftan aşılması ve ikna edilmesi oldukça zor bir siyasal aktör olarak değerlendirilebilir. Bu sebeple seçmenler birbirinden farklı düzeylerde etkiye açık ya da kapalı özellikler sergileyebilir.

Seçmenlerin sosyolojik, psikolojik ve ekonomik özellikleri aynı zamanda nasıl bir siyasal davranış içerisinde bulunacağını da belirlemektedir. Seçmenleri bu açıdan değerlendirdiğimizde, seçmenlerin toplumsal çevresi, toplumsal ilişkileri, seçmenlerin kişisel tercihleri, algıları ve sonuç olarak seçmenlerin ekonomik koşulları seçmenleri temel nitelikleriyle birlikte sınıflandırmaya yardımcı önemli parametrelerdir. Aynı zamanda seçmenlerin siyasal toplumsallaşma biçimleri, siyasi ideoloji ve partilere olan bağlılıkları da önemli etkenler olarak kabul edilebilir.

Seçmen hiç şüphesiz, siyasal davranışını şekillendirirken birçok faktörden etkilenebilmektedir. Siyasal davranışlarının etkilerinin belirlenmesi için, sosyal gruplar, yaş, cinsiyet, kültür, gelir düzeyi, meslek ve yerleşim yeri gibi farklı değişkenlere

başvurulmaktadır. Bunların her biri bireyin siyasal davranışında etkisi bulunan ya da bulunması muhtemel faktörlerdir.

Türkiye'de siyasal davranış ile ilgili yapılan çalışmalarda sosyal ilişkinin, sosyal grupların seçmen tercihini etkileyen bir faktör olarak çok yönlü bir incelemeye tabi tutulmadığı bir gerçektir. Sosyal ilişki düzeyi yüksek olan Türk milletinin yaşamının hemen her sürecinde olduğu gibi siyasal karar alma sürecinde ve siyasal davranışının ortaya konulmasında da üyesi bulunduğu gruplarla sürdürdüğü sosyal ilişkilerin etkisinin olması kaçınılmazdır.

Bu çerçevede; “Sosyal İlişkilerin Türk Seçmenin Siyasal Davranışına Etkisi” başlıklı çalışmanın temel konusu; sosyal ilişki gruplarının seçmenin siyasal davranışında nasıl bir etkiye sahip olduğunun açıklığa kavuşturulmasıdır.

Bununla birlikte bireylerin sosyal ilişki grupları gündelik yaşama ve siyasal toplumsallaşma sürecine etkisi, siyasal toplumsallaşma süreci ile birlikte gelişen ve değişen aidiyet duyguları ve davranış biçimleri gibi alt konular tezin kapsamı içerisine girmektedir.

Literatürde sosyal ilişkilerin siyasal tercihe etkisine ilişkin bütüncül bir çalışmanın olmaması; çalışmanın temel motivasyonlarından biridir. Bu çalışmada, bireylerin siyasal davranış bağlamında, sosyal ilişki deneyimlerinin açıklanması amaçlandığından, keşfedici ve betimleyici nitelikte bir alan araştırması yapılmasını gerekli kılmaktadır.

Bu kapsamda , bu çalışmada "sosyal ilişkilerin Türk seçmenin siyasal davranışına etkisi"nin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu konular çerçevesinde araştırmanın temel amaçları şu şekilde sıralanabilir:

Türk seçmenin sosyal ilişki yapısının tespit edilerek, bireylerin sosyal ilişkilerinden memnuniyet düzeylerinin, sosyal grupların üyelerine etki etme kapasitelerinin açıklanması;

Sosyal ilişkilerin geleneksel ritüeller çerçevesinde yoğun olarak yaşandığı Türk seçmenin sosyal ilişki gruplarıyla birey arasında gerçekleşen iletişim boyutunun ortaya konulması;

Sosyal ilişki gruplarının iletişimini zaman ve mekan çerçevesinde değerlendirerek, toplumsal değişmelerin sosyal ilişkilere etkilerinin incelenmesi;

Siyasal davranışın gerçekleşmesi sürecinde Sosyal ilişkiler ile siyasal davranış arasındaki ilişkinin açıklanması;

Sosyal ilişki grubu çeşitleri arasında siyasal davranış farklılıklarının tespit edilmesi;

Sosyal ilişki gruplarının bireylerin siyasal davranışlarına etki düzeyinin tespit edilmesi;

Siyasal davranışın inşasında sosyal ilişki gruplarına aidiyet duygularının etkisinin belirlenerek, özellikle siyasal davranış üzerinde grup aidiyetinin ve sosyal gruplarda dışlanma endişesinin etkisinin değerlendirilmesi;

Bireyin sosyal gruplara üyelik nedenlerinin ortaya konularak; bireyin sosyal ilişki gruplarına ilişkin amaç ve beklentilerinin saptanması.

5.3. Araştırmanın Önemi

Siyasal davranış ile ilgili ülkemizde yapılan araştırmalarda, seçmenin sosyal ilişkilerinin siyasal davranış üzerindeki olası etkileri göz ardı edilmiştir. Bu çerçevede yapılan ve siyasal davranışını etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik çalışmalarda siyasi partiler, kitle iletişim araçları, aile, din vb gibi spesifik konular incelenmiştir. Konuyu sosyal ilişkiler çerçevesinde bir bütün olarak ortaya koyan bir çalışma gerçekleştirilmemiştir. Sosyal ilişki düzeyi yüksek olan Türk toplumunun yaşamının hemen her sürecinde olduğu gibi siyasal karar alma sürecinde ve siyasal davranışının ortaya konulmasında da üyesi bulunduğu gruplarla sürdürdüğü sosyal ilişkilerin etkisinin olması kaçınılmazdır.

Bu çerçevede seçmenin siyasal davranışında iletişimde bulunduğu sosyal grupların etkilerinin belirlenmesi, tespit edilmesi, anlaşılması ve bu etkilerin düzeyinin ortaya konulması son derece önemlidir. Türk seçmenin sosyal ilişki düzeyleri, bireylerin sosyal gruplara aidiyet duyguları, sosyal ilişkilerin siyasal kimliğinin oluşmasında etkileri, sosyal ilişkilerin gündelik hayata etkileri, sosyal grupların birbirleriyle girdikleri etkileşim, ülkenin siyasal, sosyal, ekonomik ve demografik değişiminin sosyal ilişkilere ve bireylerin siyasal davranışlarına etkileri, sosyal grupların üyelerine etki düzeyleri, sosyal gruplar ile bireyler arasındaki etkileşim ve iletişim sonuçlarının ortaya konulması önemli hususlar arasındadır.

Bu çalışmanın önemi; sosyal ilişki olgusunun ve biçimlerinin siyasal davranışla ilişkilendirilmesi ve seçmen davranışında etkisinin araştırılmasıdır. Bu yönüyle çalışma, Türkiye’de ilk olma özelliği taşımaktadır.

Seçmen davranışını, sosyal ilişkiler boyutu çerçevesinde bütüncül bir yaklaşımla ortaya koymak literatüre önemli katkı sağlayacaktır. Sosyal ilişkilerin yapısı ve boyutunun zaman içerisinde değişime uğradığı düşünülürse bundan sonraki çalışmalara da temel oluşturacak ve yeni çalışmalar yapmayı teşvik edecektir.

5.4.Araştırma Soruları ve Hipotezler

Sosyal İlişkilerin Türk Seçmenin Siyasal Davranışına etkisi üzerine yapılan saha araştırması, Türk seçmenin sosyal ilişkileri, sosyal gruplara üye olma nedenleri, siyasal davranışa etki faktörler ve sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi çerçevesinde bazı değerlendirmeler çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

Sosyal ilişkiler, Türk toplumunun sosyal ve kültürel yaşamında önemli bir yer tutmaktadır. Birey, aile, arkadaş çevresi başta olmak üzere zaman içerisinde çeşitli mesleki ya da gönüllü grupların üyesi olmaktadır. Ancak, çeşitli çalışmalarda belirtildiği üzere modernleşme süreci bu sosyal ilişkilerin boyut ve niteliği konusunda bazı değişimlere neden olmuştur. Bu değişimler, sosyal medyada gerçekleştiği gibi yeni sosyal ilişki biçimleri ortaya çıkarmıştır.

Toplumsal anlamda yaşanan değişim çerçevesinde sosyal ilişkilerin de değişimi bireyin üyesi olduğu ya da içinde bulunduğu gruplarla olan iletişim sürecini ve etkileşimini de değiştirmiştir. Birey, beklentileri veya çıkarları doğrultusunda bazı gruplara üye olmakta, bu gruplardan etkileşimi de beklenti ya da hedefleriyle paralellik gösterebilmektedir.

Yine siyasal davranış üzerinde farklı unsurların etkisi olabilmektedir. Ancak, bu unsurlar içerisinde sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi konusunda değerlendirmeler yapılabilmesi için araştırmalara ve verilere ihtiyaç duyulmaktadır. Literatürde bu tür bir çalışmanın olmaması, siyasal davranışın daha çok çevresel faktörler bağlamında değerlendirilmiş olması, konu üzerinde araştırma yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Gündelik yaşamda birçok tutum ve davranışımız üzerinde doğrudan ya da dolaylı etkileri bulunan sosyal ilişkilerin siyasal davranış üzerinde de etkilerinin olması kaçınılmazdır.

Sosyal ilişkilerin Türk seçmenin siyasal davranışına etkisi saha araştırmasını yapmak üzere, öncelikle araştırma soruları belirlenmiştir. Erdoğan'ın da ifade ettiği gibi (2003:107) araştırma sorusu, soruşturulanı ölçülebilir biçimle ifade etmek için irdelenen

ve sunulan söylemdir. Bu çerçevede, araştırma soruları tanımlayıcı/betimleyici sorular, ilişkisel sorular ve nedensellik sorularından oluşmaktadır.

Bu değerlendirmeler, çalışmanın temel konusu ve amaçlarından hareketle araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir;

Araştırma Sorusu 1: Türk toplumunun sosyal ilişki düzeyi nedir? Sosyal ilişki düzeyinde geleneksel değerler mi modern değerler mi etkili olmaktadır?

Araştırma Sorusu 2: Sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi var mıdır? Bu etki sosyal gruplara göre değişiklik göstermekte midir?

*Araştırma Sorusu 3:*Sosyal ilişkilerin sürekliliği ile siyasal davranış arasında bir ilişki var mıdır?

Araştırma Sorusu 4: Sosyal ilişki gruplarının seçmenin siyasal davranışına etkisinde sosyo-psikolojik faktörler etkili midir? Bu çerçevede, sosyal dışlanma endişesi ya da aidiyet duygusu ile sosyal grupların önerisi doğrultusunda siyasal davranışta bulunma arasında bir ilişki var mıdır?

*Araştırma Sorusu 5:*Kitle iletişim araçlarının özellikle de televizyonun sosyal ilişkilere etkisi nedir? Kitle iletişim araçlarının parasosyal ilişkiler çerçevesinde siyasal davranışa etkisi nedir?

Bu araştırma soruları doğrultusunda çalışmanın hipotezleri belirlenmiştir. Hipotez iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişki hakkında doğrulanabilecek ya da yanlışlanabilecek olan bir ifadedir (Şavran, 2010: 104, 107). Erdoğan'ın belirttiği gibi (2003: 110) hipotezler tek değişkenin doğası veya iki ve ikiden fazla değişkenler arasındaki ilişkiyle ilgili varsayım ifadesidir, hipotezle belli bir tahmin yapılır, somut bir şekilde ne olacağı (beklenti) tanımlanır. Hipotezin en temel ayırıcı kriteri ise test edilebilir nitelikte olmasıdır (Walliman, 2006: 69). Bu bakımdan araştırma sorularından hareketle test edilmek üzere belirlenen hipotezler şu şekilde ifade edilebilir:

Hipotez 1: Türk toplumunda aile, akraba ve arkadaş grupları arasında sosyal ilişki düzeyi yüksektir. Türk toplumunun sosyal ilişkilerinde geleneksel değerler ile modern ritüellerin birlikte etkisi vardır.

Hipotez 2: Sosyal ilişkiler Türk Toplumunun siyasal davranışını etkilemektedir. Sosyal ilişki grupları ile bu etkinin boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

*Hipotez 3:*Sosyal ilişkilerin sürekliliği ile seçmen davranışı arasında bir ilişki vardır. Sürekli bir şekilde sosyal ilişki içerisinde olan aile, akraba ve arkadaş çevresinin sosyal ilişkilere etkisi diğer sosyal gruplardan daha yüksek düzeydedir.

*Hipotez 4:*Türk seçmenin siyaset davranışında ailenin etkisi diğer sosyal ilişki gruplarından daha fazla gerçekleşmektedir. Aile üyelerinin siyaset davranışa etkisi cinsiyet, öğrenim durumu ve medeni durum arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

*Hipotez 5:*Akrabalarla sosyal ilişkilerin süreklilik düzeyi ile akrabaların siyaset davranışa etkisi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Akrabalarla daha yüksek düzeyde bir araya gelen seçmenlerin siyaset davranışına akrabaların etkisi daha fazla görülmektedir.

Hipotez 6: Türk toplumunun komşularla sosyal ilişkilerin siyaset davranışa etkisi diğer sosyal gruplara göre daha düşük düzeydedir. Komşularla sosyal ilişkilerin siyaset davranışa etkisi ile yaş, sosyal sınıf ve komşulardan memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur.

*Hipotez 7:*Arkadaşlarla sosyal ilişkilerin siyaset davranışa etkisi yaşa, cinsiyete ve meslekte çalışma süresine göre farklılıklar taşımaktadır. Arkadaşların siyaset görüşleri siyaset davranış üzerinde önemli faktörler arasında yer almaktadır.

*Hipotez 8:*Bir cemaatle ilişki biçimi ile cemaatin bireyin siyaset davranışına etkisi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Cemaat gruplarıyla sosyal ilişkilerin siyaset davranışa etkisi yaşa göre farklılıklar göstermektedir.

*Hipotez 9:*Sivil toplum kuruluşlarıyla sosyal ilişkilerin siyaset davranışa etkisi ile cinsiyet ve sosyal çevreden dışlanma endişesi arasında anlamlı bir ilişki vardır. STK üyelerinin sosyal çevreden dışlanma endişesi diğer sosyal gruplara göre daha fazla görülmektedir.

Hipotez 10: Sosyal medyada takip edilen grupların siyaset davranışa etkisi ile siyaset içerikli paylaşımlarda bulunma arasında anlamlı bir ilişki vardır.

*Hipotez 11:*Türk seçmenin siyaset davranışında liderin etkisi bulunmaktadır. Türk seçmenin siyaset davranışında lider faktörü ile sosyo demografik faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır

*Hipotez 12:*Kitle iletişim araçları arasında televizyon diğerlerine göre daha yüksek düzeyde siyaset davranışta etkili olmaktadır. Televizyonun siyaset davranışa etkisi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

*Hipotez 13:*Sosyal gruplardan dışlanma endişesi seçmenin siyaset davranışına etki etmektedir.Sosyal çevrenin siyaset davranışa etkisi öğrenim durumu ve sosyal sınıfa göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 14: Dinin siyasal davranışa etkisi vardır. Dini açıdan tanımlama biçimleri ile siyasal davranışta dinin etkisi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

5.5. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Sınırlılıkları

Alan araştırması kapsamında ülkemizin genelini yansıtacak şekilde TÜİK'in istatistikî bölge sınıflandırması çerçevesinde 12 ilde yaşayan 2600 seçmene anket uygulanmıştır. Araştırma sonucuna hatalı anketlerin çıkarılması ile 2579 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Araştırmada %95 güvenlik seviyesi içinde, kabul edilebilir hata payı + -%2'dir.

Doğru seçildiği müddetçe bir nüfusun örneğinden derlenen bilgilerin nüfusun tamamına genelebileceğine çoğunlukla güvenebiliriz. Örneğin, iki ve ya üç bin seçmenin incelenmesi bütün seçmen nüfusun tutumları ve oy verme niyetleri hakkında oldukça doğru bir gösterge sağlayabilir. Bunun başarılabilmesi için örneklemin temsil edici olması, incelenen insan grubu nüfusun bütününün bir simgesi olmalıdır (Giddens, 2008:123). Bu doğrultuda örneklemin temsil edici olması için Türkiye İstatistik Kurumu'nun istatistiki bölgesel sınıflandırması kullanılmıştır.

Anket uygulaması, 28/08/2002 tarih ve 2002/4720 nolu Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe girmiş olan; “ekonomik, sosyal ve coğrafi yönden benzerlik gösteren komşu iller ile bölgesel kalkınma planları ve nüfus büyüklükleri de dikkate alınarak oluşturulan” Türkiye İstatistik Kurumu istatistiki bölge sınıflandırmasına göre Batı Marmara, İstanbul, Doğu Marmara Ege, Batı Anadolu, Orta Anadolu, Akdeniz, Batı Karadeniz, Doğu Karadeniz, Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu bölgelerinden en fazla seçmen sayısına sahip olan illerde gerçekleştirilmiştir.

Buna göre örneklem planımız 1. düzeydeki 12 istatistikî bölge sınıflandırması kapsamında nüfus başta olmak üzere, bölge temsiliyeti ve sosyo-demografik yapısı dikkate alınarak oluşturulmuştur. Örneğin, Akdeniz Bölgesi'nde Antalya ve Adana nüfusu en fazla olan iller olduğu halde bölgeyi temsiliyet düzeyi daha yüksek olduğundan Antalya; Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde Gaziantep ve Diyarbakır nüfusu en fazla olan iller olduğu halde bölgeyi temsiliyet düzeyi daha yüksek olduğundan Diyarbakır seçilmiştir.

Bu çerçevede araştırmanın örneklemini oluşturan bu iller sırasıyla; İstanbul, Tekirdağ, İzmir, Bursa, Ankara, Antalya, Kayseri, Samsun, Trabzon, Erzurum, Malatya

ve Diyarbakır'dır. Bu illerde anket uygulanacak örneklem sayısı ise şu şekilde belirlenmiştir.

	F	%
Ankara	351	13,6
Antalya	165	6,4
Bursa	211	8,2
Diyarbakır	111	4,3
Erzurum	81	3,1
İstanbul	885	34,3
İzmir	331	12,8
Kayseri	102	4,0
Malatya	74	2,9
Samsun	103	4,0
Tekirdağ	93	3,6
Trabzon	72	2,8
Toplam	2579	100,0

Şekil 8. Örneklem Dağılımı

Örneklemin temsili olmasını sağlamak için kullanılan bilhassa önemli olan bir yordam nüfusun bütün üyelerinin aynı seçilme olasılığına sahip olduğu tesadüfi örnekleme (Giddens, 2008:123) olduğundan araştırmada örneklem seçiminde basit tesadüfi örneklem esas alınmıştır. Çalışma, seçmen vatandaşlar üzerinde yapıldığından anket katılımcılarının 18 ve üzeri yaş aralığında olması yani seçmen hüviyeti kazanmış olması dışında bir sınırlılık gözetilmemiştir. Yine araştırmanın sınırlılıkları arasında belirtilmesinde yarar görülen önemli bir husus kapalı toplumsal gruplardır. Özellikle kapalı toplumsal grupların yapısı gereği olarak üyelerinin bir kısmına ulaşmak mümkün olamamaktadır. Çalışma kapsamında kapalı toplumsal grup üyelerinden özellikle kadınlara ulaşmada bazı sıkıntılar yaşanmıştır. Bu durumu araştırmanın sınırlılıkları çerçevesinde belirtmekte yarar görülmektedir.

Örneklem dağılımının illerin ilçelerine göre dağılımı da aşağıdaki şekil 8'de ayrıntılı bir şekilde yer almaktadır.

Şekil 9. Örneklemen ilçelere Göre Dağılımı

	F	%		F	%
Akçaabat	16	,6	Kocasinan	42	1,6
Alanya	26	1,0	Konak	93	3,6
Altındağ	34	1,3	Konyaaltı	38	1,5
Atakum	17	,7	Kumluca	29	1,1
Ataşehir	46	1,8	Küçükçekmece	42	1,6
Avçılar	46	1,8	Maltepe	44	1,7
Aziziye	16	,6	Mamak	57	2,2
Bafra	18	,7	Melikgazi	28	1,1
Bağcılar	45	1,7	Merkez	118	4,6
Bağlar	31	1,2	Muratlı	20	,8
Bahçelievler	46	1,8	Muratpaşa	36	1,4
Battalgazi	18	,7	Nülüfer	33	1,3
Bismil	20	,8	Of	20	,8
Buca	78	3,0	Oltu	14	,5
Canik	8	,3	Ondokuz Mayıs	18	,7
Çankaya	121	4,7	Osmangazi	68	2,6
Çorlu	34	1,3	Palandöken	17	,7
Develi	12	,5	Pasinler	16	,6
Esenler	46	1,8	Pendik	42	1,6
Esenyurt	43	1,7	Pınarbaşı	13	,5
Etimesgut	42	1,6	Silvan	20	,8
Eyüp	45	1,7	Sultangazi	43	1,7
Fatih	42	1,6	Sur	20	,8
Gaziemir	49	1,9	Şişli	42	1,6
Gaziosmanpaşa	46	1,8	Talas	7	,3
Güngören	45	1,7	Ümraniye	47	1,8
İlkadım	42	1,6	Üsküdar	44	1,7
İnegöl	34	1,3	Yakutiye	18	,7
Kadıköy	44	1,7	Yenimahalle	43	1,7
Kağıthane	42	1,6	Yenişehir	20	,8
Karacabey	33	1,3	Yıldırım	43	1,7
Karşıyaka	87	3,4	Akçadağ	13	,5
Kartal	45	1,7	Karabağlar	24	,9
Keçiören	54	2,1	Toplam	2579	100,0
Kepez	36	1,4			

5.6. Bilgi Toplama Araçları

Bilimsel araştırmalar bir yöntem ve teknik çerçevesinde kurgulanır. Araştırma yöntemi, araştırmanın amacını gerçekleştirebilmek için kullanılan genel yaklaşım; araştırma tekniği ise araştırma yönteminin gerçekleştirilmesi için kullanılan bilgi toplama aracıdır. Bu yaklaşım çerçevesinde bir ya da daha çok veri toplama tekniği kullanılır (Türkdoğan, 2003: 206). “Sosyal ilişkilerin Türk Seçmenin Siyasal Davranışına Etkisi”nin araştırıldığı bu çalışmada, belirtilen amaçlara ulaşmak ve hipotezleri test etmek amacıyla araştırmada nicel veri toplama teknikleri kullanılmıştır.

Nicel veri elde etme aşamasında tarama araştırmasına bağlı kalınarak anket tekniği uygulanmıştır. Tarama araştırması, aynı soruları yanıtlayan çok sayıda yanıtlayıcı örnekleri, birçok değişkeni ölçer, birden fazla hipotezi test eder ve geçmişteki davranışlar, deneyimler ya da özelliklerden zaman sırasıyla ilgili çıkarım yapar. Değişkenler arasındaki ilinti istatistik teknikleriyle ölçülür (Neuman, 2010: 400). Bu bağlamda araştırma hipotezlerinin oluşturulmasının ardından anket soruları hazırlanmıştır. Anket formu ana 68 sorudan ve alt sorular bir arada düşünüldüğünde 116 sorudan oluşmaktadır. Bu sorulardan sadece iki tanesi açık uçlu sorudur, anketin diğer soruları kapalı uçlu sorulardan oluşmaktadır.

5.7. Anket Formunun Hazırlanması

Araştırma çerçevesinde, araştırmanın amaçları, araştırma soruları ve araştırma hipotezleri doğrultusunda anket formu hazırlanmıştır. Anket formu hazırlanmadan önce teorik inceleme yapılarak, literatür kapsamlı bir şekilde değerlendirilmiştir.

Anket formu hazırlanırken, soruların açık ve doğrudan anlaşılabilir bir dil ile yazılmasına, soruların yönlendirici olmamasına ve her sorunun bir şeyi sormasına ve sorular arasında benzerlik bulunmamasına özen gösterilmiştir. Anket formunda soruların sıralaması da özenle hazırlanmış ve formda yer alan sorular kendi içerisinde gruplar oluşturarak anket formuna yerleştirilmiştir. Katılımcının cevap vermede zorlanacağı düşünülerek, gelir düzeyine ilişkin soru anket formunun sonuna bırakılmıştır.

Anket formunun başında, giriş bölümünde, araştırmanın konusu hakkında katılımcıya bilgi verilmiştir. Sorulara doğru ve rahat cevap verilerek araştırmanın güvenilirliğini artırmak üzere, bu araştırmanın verilerinin bilimsel bir çalışmada kullanılacağı ve cevapların tamamının gizli tutulacağı ifade edilmiştir.

Anket formunun araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanıp hazırlanmadığını kontrol etmek için alan araştırması öncesi 50 kişilik katılımcı grubuna ön test uygulanmıştır. Bu ön çalışma neticesinde bazı sorular yeniden gözden geçirilmiş, bazı soruların seçenekleri yeniden düzenlenmiştir. Yapılması gerekli görülen düzeltmelerin tamamlanmasının ardından 12 ilde anket çalışmasına başlanılmıştır.

5.8. Uygulama

Alan araştırması 11-18 Aralık 2013 tarihleri arasında belirlenen 12 ilde 2600 örneklem üzerinde gerçekleşmiş, hatalı anketlerin çıkarılmasının ardından 2579 anketin veri girişi yapılmıştır. Anketler, belirlenen örneklem sayısı çerçevesinde İstanbul, Tekirdağ, İzmir, Bursa, Ankara, Antalya, Kayseri, Samsun, Trabzon, Erzurum, Malatya ve Diyarbakır ilinin merkez, ilçe ve köy yerleşim birimlerinde uygulanmıştır.

Alan araştırması FÜBAP aracılığıyla ANAR Araştırma ile koordineli bir şekilde gerçekleştirilmiş, saha çalışmasında hizmet alınmıştır. Anketörler sahaya çıkmadan önce iki gün boyunca değerlendirme toplantıları yapılmıştır. Anketörler, alan araştırmasında tecrübeli olanlardan seçilmiş ve yapılan bilgilendirme toplantılarında konu özel olarak ele alınarak dikkat edilmesi gereken konular özenle belirtilmiştir. Bu toplantılarda anket formunda yer alan tüm sorular tek tek okunarak açıklanmış, katılımcıların anket sorularına doğru ve güvenilir cevap vermeleri için katılımcılarla kurulacak iletişimde kullanılacak dil ve sözcükler üzerinde değerlendirmeler yapılmıştır. Bu değerlendirmelerin ardından belirli bir program çerçevesinde alan araştırması gerçekleştirilmiştir.

Anket uygulamasından elde edilen veriler, SPSS paket programına aktarılarak basit frekans ve yüzde dağılımlarını içeren tablolar halinde sunulmuştur. Ayrıca, bazı değişkenler arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyini göstermek amacıyla Ki Kare bağımsızlık testi (chi-square test of independence), T testi (One-Sample T Test), değişkenler arasında etkileşim düzeyini belirlemeyebilmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (Anova) uygulanmıştır.

VI. BÖLÜM

6. SOSYAL İLİŞKİLERİN TÜRK SEÇMENİNİN SİYASAL DAVRANIŞINA ETKİSİ ALAN ARAŞTIRMASI: BULGULAR VE YORUMLAR

6.1. SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

Alan araştırmalarında örneklem grubunun sosyo demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri evrenin temel yapısını ortaya koyması açısından son derece önemli kabul edilmektedir. Sosyo-demografik ve sosyo-ekonomik veriler, araştırma kapsamında ele alınan konu çerçevesinde değişkenler arasında karşılaştırma yapılarak konunun farklı yönleriyle değerlendirilmesine de imkân tanımaktadır.

Bu nedenle sosyo demografik özellikler örneklem grubunu betimlemesinin yanı sıra araştırmanın değişkenleri çerçevesinde analize de imkân sağlamaktadır. Bu sayede evrenin sosyo-demografik özellikleri çerçevesinde tutum, davranış, görüş ve eğilimlerine yönelik değerlendirmeler yapabilmektedir. Bu çerçevede, ülkemizin 12 ilinde yapılan alan araştırmasından elde edilen verilere göre örneklem grubunun sosyo-demografik ve ekonomik özellikleri aşağıda tablolar halinde sunulmaktadır.

6.1.1.Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet, atfedilmiş bir statü olarak toplumsal yapı içerisinde kadın ve erkeğe yüklenen çeşitli rol ve sorumlulukların farklılaşmasında etkili olan temel unsurlardan biridir.Toplumsal cinsiyet çerçevesinde erkek ve kadının toplumsal yaşama katılımı ile sosyal olay ve olguları yorumlayışı arasında farklılıklar olabilmektedir.

Cinsiyete dayalı kadın ve erkek arasında ortaya çıkan bakış, algılama ve değerlendirme farklılıklarının yansımaları toplumsallaşma ve siyasal toplumsallaşma sürecinde de görebilmek mümkündür. Kadın rolünün ve statüsünün bir gereği olarak ailesinin ve eşinin etkisine daha fazla maruz kalabilirken; erkek ise arkadaş çevresinin ya da üyesi olduğu diğer grupların etkisine daha fazla maruz kalabilmektedir.

Yine bu bağlamda geleneksel toplumun kültürel normlarının yansımalarının görüldüğü toplumlarda, kadın itaatkar, erkek ise egemen bir rol yapısına sahiptir ve bu rol tutum ve davranışları da etkilemektedir. Kadınların aile içerisinde erkeğin aldığı

karara itaat ederek, benzer bir davranış ortaya koyması, durumunda rol farklılaşmasından doğan davranış farklılığından bahsedebilmek mümkün değildir.

Burada sosyal ilişkiler ağ ya da ağlarının niceliği önemli olmaktadır. Modernleşme süreciyle birlikte kadınların sosyal, ekonomik ve siyasal yaşama katılım düzeyi arttıkça toplumsal cinsiyet çerçevesinde farklılıkların da azalma eğiliminde olduğu düşünülmektedir. Ancak bu durum toplumsal eşitliğin sağlanabildiği anlamına gelmemektedir. Bu bakımdan toplumsal olgu ve olayları değerlendirmede veya bir davranış ortaya koymada kadın ve erkek arasında farklılıklar olduğu gibi benzerlikler de bulunabilmektedir. Ancak, cinsiyet farklılığının bir gereği olarak olayları değerlendirme ve bu değerlendirme çerçevesinde davranışı gerçekleştirme noktasında farklılıkların daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 1. Cinsiyete Göre Dağılım

	F	%
Kadın	1265	49,1
Erkek	1314	50,9
Toplam	2579	100,0

Örneklem Grubu içerisinde cinsiyet dağılımını gösteren Tablo 1'e göre katılımcıların %49.1'i kadın, %50.9'u erkektir. Türkiye İstatistik Kurumunun 2013 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sonuçlarına göre ülkemizde nüfusun %49.8'i kadın, %50.2'si erkektir (TÜİK, 2014). Bu bağlamda alan araştırmasında kadın ve erkek cinsiyeti oldukça yüksek düzeyde temsil imkânı bulunduğu görülmektedir.

6.1.2. Yaş Dağılımı

Yaş, sosyo demografik bir değişken olarak bireyin tutum, davranış ve eğilimini ortaya koyması açısından önemlidir. Bireyin, çeşitli konulardaki düşünce ya da davranışları yaşa göre şekillenmektedir. Aile ortamında başlayan sosyalleşme sürecinde birey yaşamının diğer evrelerinde diğer sosyal gruplardan etkilenmektedir. Yaşamının her evresinde, (gençlik, orta yaş, yaşlılık) sosyal ilişkileri ve sosyal rolleri doğrultusunda birey farklı davranışlar ortaya koyabilmektedir. Bu manada örneklemin yaş dağılımı araştırma açısından önemlidir.

Tablo 2. Yaşa Göre Dağılım

	F	%
18-25	549	21,3
26-35	676	26,2
36-45	543	21,1
46-55	412	16,0
56-65	271	10,5
66 VE ÜSTÜ	128	5,0
Toplam	2579	100,0

Örneklemin yaş dağılımını gösteren Tablo 2'ye göre katılımcıların yaklaşık olarak %68'inin 18-45 yaş aralığında olduğu, genç ve genç orta yaş grubunu temsil ettikleri görülmektedir. Bunun yanında orta yaş ve yaşlı gruplarının da araştırma kapsamında temsil edildiği görülmektedir. Yaş dağılımını gösteren Tablo 2, TÜİK'in nüfus sayım sonuçları ile paralellik göstermektedir. TÜİK'in nüfus sayım sonuçlarında da ülkemizde nüfus dağılımı genç, genç orta ve orta yaş düzeylerinde ağırlıklı olarak bir yığılma göstermektedir.

6.1.3. Eğitim Durumu

Eğitim, bireyin bütün yaşamı üzerinde etkili olan bir sosyal olgudur. Toplum ve toplumsal kurumlar bireyi eğitim yoluyla davranış kurallarını, mevcut değer ve normları öğreterek, onun gelişmesini ve yetişmesini sağlarlar.

Toplumsallaşma sürecinin en önemli araçlarından biri olan eğitim, bireyi toplumsal yaşama hazırlayarak, hem iyi bir birey hem iyi bir vatandaş olmasına katkı sağlar. Aynı zamanda eğitim bireyin yaşamının ilerleyen aşamalarını planlama sürecini oluşturmaktadır. Bu bakımdan eğitim bireysel beceri ve yeteneklerin hem de toplumsal değer, norm ve davranışların kazandırıldığı bir süreçtir.

Sosyal ilişkiler aracılığıyla gerçekleşen bu süreçte, bireyin davranışı oluşabilmekte, davranışı gelişebilmekte ya da davranışı değişebilmektedir. Eğitim, siyasal değerlerin ve siyasal kültürün bireye aktarıldığı siyasal toplumsallaşma sürecinin önemli bir aracı olarak bireyin siyasal davranışını etkilemektedir.

Türk toplumunun eğitim düzeyine bakıldığında ağırlıklı olarak İlkokul ve Lise düzeyinde olduğu görülmektedir. Okuryazar olmayan veya okur yazar olan insan sayısının oldukça düşük düzeyde görülmesi eğitilmiş bir toplumsal yapının oluştuğunun önemli göstergelerinden biridir.

Tablo 3. Eğitim Durumuna Göre Dağılım

	F	%
Okur yazar değil	44	1,7
Okur yazar	49	1,9
İlkokul	786	30,5
Ortaokul/İlköğretim	438	17,0
Lise veya dengi okul	829	32,1
Üniversite	399	15,5
Lisansüstü (master-doktora)	31	1,2
Cevap yok	3	,1
Toplam	2579	100,0

Örneklem grubunun önemli bir kısmının yaklaşık olarak %79'unun İlkokul ile Lise düzeyinde eğitim aldığı, Üniversite ve Lisansüstü eğitim alan katılımcıların oranının ise yaklaşık olarak %17 olduğu Tablo 3'te görülmektedir. Bu tablo, Türk toplumunun eğitim durumunu yansıtmaktadır. Türk toplumu, ekonomik, toplumsal ve eğitim sisteminden kaynaklanan çeşitli nedenlerden dolayı uzun bir süre eğitim hizmeti almaktan mahrum ya da uzak kalmıştır. Ancak, son yıllarda yapılan çeşitli düzenlemeler ve yürütülen kampanyalarla sadece erkekler değil kızlar da ilkokul ve sonrasında eğitim almaya başlamış yine bununla birlikte yaşanan toplumsal değişimin etkisiyle genç kuşak Ön Lisans ve Lisans düzeyinde üniversite eğitimi almaya başlamıştır. Bu gelişmeler, Türk toplumunun eğitim seviyesini yükseltmiştir.

6.1.4. Meslek

Bireylerin sosyal yaşamlarını ve dolayısıyla da sosyal ilişkiler ağlarını kapsaması açısından meslek önemli bir olgudur. Meslek, bireyin toplumsal yapı içerisinde statüsünü göstermekte ve sosyal ilişkiler çerçevesinde davranışlarını düzenlemektedir. Bu anlamda siyasal davranışı etkileyen sosyo demografik özelliklerden biri de meslektir. Bireyin mesleği ve bu meslek çerçevesinde elde ettiği statü, siyasal davranış üzerinde de etkisini göstermektedir. Meslek statüsü yükseldikçe birey siyasal yaşama daha fazla katılım göstermekte, siyasal olayları algılama ve yorumlamada farklılık oluşmakta ve kendi sosyal çevresinde de görüşlerine değer verilmektedir. Yüksek statülü meslek sahipleri, içerisinde bulunduğu gruplarda siyasi olguları tartışmakta ve bu kişilerin siyasi görüş ve düşünceleri daha fazla dikkat alınmaktadır. Yine meslek grubunun özelliğinden dolayı siyasal ilgi düzeyi de

değişmektedir. Memurlar, gazeteciler, avukatlar siyasete ve siyasal olaylara daha fazla ilgi göstermekte, siyasal katılım düzeyleri daha yoğun olmaktadır.

Tablo 4. Mesleğe Göre Dağılım

	F	%
Memur	98	3,8
İşçi	258	10,0
Özel sektör çalışanı	357	13,8
Esnaf	576	22,3
Öğrenci	203	7,9
İşsiz	89	3,5
Ev hanımı	700	27,1
Çiftçi	11	,4
Emekli	280	10,9
Cevap yok	7	,3
Toplam	2579	100.0

Örneklem grubunun meslek profili incelendiğinde en yüksek oranda (%22.3) esnaf, daha sonra (%13.8) özel sektör çalışanı olduğu görülmektedir. Bir başka ifade ile kamu sektörü dışında bir yoğunlaşma olduğu anlaşılmaktadır. Kamu sektörü ise yaklaşık olarak %14 (Memur %3.8, İşçi %10.0) olarak örneklem grubu içerisinde yer almaktadır. Bunun yanında ev hanımları ve (%27) emekliler (%10.9) de araştırmada temsil edilmektedirler. Ev hanımı oranının yüksek olmasında ülkemizde kadınların iş gücüne katılım oranının düşük olmasının önemli bir etkisi vardır. TÜİK, Ekim 2013 İşgücüne Katılım Oranı istatistikî sonuçlarına göre kadınların iş gücüne katılım oranı %30.6'dır. Dolayısıyla iş gücüne katılamayan kadınlar, ev hanımı olarak yaşamlarını sürdürmektedirler.

6.1.5. Meslekte Çalışma Süresi

Meslekte çalışma süresi, bireylerin iş ekseninde sosyal gruplara bağlılık düzeyini ortaya koyması bakımından önemlidir. Mesleğinde uzun süre çalışanlar mesleki bağlılık ve örgütsel bağlılık duygusu çerçevesinde hareket edebileceklerdir. Bu bakımdan meslekte çalışma süresi uzadıkça mesleki arkadaşlık ekseninde yaşanan sosyal ilişkilerin boyutları da derinleşecektir. Bir çalışma yerinde gerçekleşen sosyal ilişkiler zamanla çalışma yeri dışına taşabilmekte ve yaşamın diğer evrelerinde de bu sosyal ilişkiler görülebilmektedir. Bu durum, siyasal davranış çerçevesinde ele alındığında

meslekte çalışma süresi ve arkadaşların etkisiyle ile bir siyasi parti ya da adaya oy verme davranışı arasında doğrudan bir ilişkinin ortaya çıkmasında etkili olabilmektedir.

Tablo 5. Meslekte Çalışma Süresi

	F	%
Bir yıldan daha az	75	5,7
1-2 yıldır	185	14,2
3-5 yıldır	231	17,7
6-10 yıldır	308	23,6
11-15 yıldır	156	12,0
16-20 yıldır	102	7,8
20 yıldan daha fazla	235	18,0
Cevap yok	13	1,0
Toplam	1305	100,0

Örneklem grubunun meslekte çalışma süresi 6 yıl ve üzerinde (%61. 4) üzerinde yoğunlaşmaktadır. Ülkemizde işsizlik önemli bir sorun olarak değerlendirildiğinden bir işyerinde çalışanlar burada uzun süre çalışmak durumundadırlar. Bununla birlikte Türk toplumunun önemli özelliklerinden biri de kanaattir. Yani mevcut imkânlarıyla yaşamını idame ettirmeyi kabul etmektir. Bir kurumda çalışmaya başlayanlar koşullar zorlamadığı ya da daha iyi alternatifler bulunmadıktan sonra mevcut işyerinde çalışmaya devam etmektedirler. Bu durum da meslekte çalışma süresini uzatmaktadır.

6.1.6. Gelir Durumu

Gelir durumu, araştırma örneklemimizin sosyo ekonomik özelliklerini ortaya koyması bakımından önemlidir. Günümüz koşullarında toplumsal yapı içerisinde gelir düzeyleri arasında büyük farklılıkların bulunmasının bireylerin davranışlarını etkilediği yönünde tartışmalar vardır. Gelir durumu bireyin sosyal ilişkiler sürecini de etkileyebilmektedir.

Yüksek gelir düzeyine sahip olanlar çok farklı gruplarla sosyal ilişkiler içerisinde bulunurken, gelir düzeyi düşük olanlar daha sınırlı bir grupta sosyal ilişkilerini sürdürmektedir. Bu manada, gelir düzeyi düşük olanlar aile, arkadaş çevresi, komşular gibi sosyal gruplarla, gelir düzeyi yüksek olanlar ise bunların yanında meslek kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve diğer toplumsal yapı ve organizasyonlarla sosyal ilişki sürecini gerçekleştirmektedir.

Tablo 6. Gelir Durumuna Göre Dağılım

	F	%
0-800	624	24,5
801-1500	969	38,1
1501-2500	606	23,8
2501-3500	193	7,6
3501-4500	67	2,6
4501-6500	75	2,9
6500 Ve Üstü	12	,5
Toplam	2546	100,0

Katılımcıların aylık toplam gelirlerini gösteren Tablo 6'ya göre 2500 ve altında gelire sahip katılımcıların oranı %86.4 oranında görülmektedir. Geriye kalan %13.6 oranında katılımcıların aylık toplam geliri ise 2501 ve üstündedir. Katılımcıların gelir durumlarının dağılımını gösteren tablo ile katılımcıların mesleklerinin dağılımını gösteren tablo arasında bir paralellik bulunmaktadır.

6.1.7. Sosyal Sınıf

Sosyal sınıf, tarihin her döneminde ilkel toplumlar dışında hemen hemen bütün toplumsal formasyonlar içerisinde tecrübe edilen bir olgudur. Bilgiseven (1986:145) sosyal sınıfı aynı sosyal hayat tarzını paylaşan fertlerin meydana getirdiği bir sosyal kategori veya grup olarak tanımlamaktadır. Bilgiseven burada hem sosyal kategori hem de sosyal grup kavramlarına birlikte dikkat çekmiştir. Bu durumda hem kategorik hem de grup çerçevesinde bir değerlendirme yapabilmek mümkündür. Bu çalışmada kategorik bir değerlendirmede bulunmak daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Ancak, elbette ki yine de bu yapının bir sosyal grup niteliği de bulunmaktadır.

Eğitim, toplumsal yaşama katılım, bilgiye ulaşma vb. gib alanlarda fırsat eşitliği sağlanmasından dolayı modernleşmenin sosyal sınıf olgusunu ortadan kaldırdığı, bu süreçte sosyal tabakalaşmanın yok olduğu şeklinde düşünceler olmasına rağmen, gelirden eşitlik ve adaletin hiçbir zaman olmadığı ve olamayacağı kapitalist sistemde bugün de sosyal sınıflar vardır. Ancak, bunlar sınıf olarak değil de sosyal grup olarak değerlendirilmektedir. Memur sendikaları, işçi sendikaları, işveren sendikaları vb. gibi sosyal grup oluşumları bu çerçevede değerlendirilebilir. Ancak, temelinde ekonomik gelire dayalı bir kategorik sınıflandırma vardır. Günümüz toplumlarında orta sınıfın önlenemez yükselişinden bahsedilebilir.

Tablo 7. Sosyal Sınıf Algısı

	F	%
Üst sınıf	70	2,7
Orta sınıf	1653	64,1
Alt sınıf	760	29,5
Fikrim yok	43	1,7
Cevap yok	53	2,1
Toplam	2579	100,0

Türk toplumunun sosyal sınıf algısını ortaya koymasından Tablo 7’de yer alan verilerin önemli olduğu düşünülmektedir. Örneklem grubunda yer alan katılımcıların %64.1’i orta sınıf algısına sahip iken; %29.5’i alt sınıf, %2.72’si ise üst sınıf algısı taşımaktadır.

Örneklemin büyük çoğunluğu kendisini orta sınıfta değerlendirse de katılımcılar arasında bazı değişkenlere göre ekonomik sınıf algısının farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu değişkenler arasında en önemli olanı gelir durumu ve meslek değişkenleridir. Bireyler, çalıştığı meslek alanında göre bir takım ücretler alabildiği gibi; gelir durumu çerçevesinde de sosyal sınıf algılamasına yönelik bir değerlendirme yapabilmektedir.

Hiç şüphesiz buradaki durum bir algıdır. Algı; sosyal, siyasal ve kültürel gibi olaylara bakış çerçevesinde bir anlamlandırma süreci olarak değerlendirildiğine göre birey sosyal sınıf algısı ile çevresindekilere bakarak kendini bir sınıfa ve gruba yerleştirmektedir. Algı ile gerçek arasında bir çizgi vardır. Algı, gerçeğin her zaman kendisi değildir.

Tablo 8. Gelir Durumuna Göre Sosyal Sınıf Algısı

		Sosyal Sınıf Algısı					Total
		Üst sınıf	Orta sınıf	Alt sınıf	Fikrim yok	Cevap yok	
GELİR	0-800	16	331	213	23	41	624
	%	2,6	53,0	34,1	3,7	6,6	100,0
	801-1500	17	544	388	10	10	969
	%	1,8	56,1	40,0	1,0	1,0	100,0
	1501-2500	14	455	128	7	2	606
	%	2,3	75,1	21,1	1,2	,3	100,0
	2501-3500	6	165	21	1	0	193
	%	3,1	85,5	10,9	,5	,0	100,0
	3501-4500	4	59	4	0	0	67
	%	6,0	88,1	6,0	,0	,0	100,0
	4501-6500	6	64	3	2	0	75
	%	8,0	85,3	4,0	2,7	,0	100,0
	6500 VE ÜSTÜ	1	11	0	0	0	12
	%	8,3	91,7	,0	,0	,0	100,0
Toplam		64	1629	757	43	53	2546
		%	2,5	64,0	29,7	1,7	100,0
$\chi^2 = 2.890$ df=24 p= 0.000 <0.05							

Gelir durumuna bağlı olarak sosyal sınıf algısının farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Tablo 8’de yer aldığı gibi ekonomik gelirle doğru orantılı bir şekilde sosyal sınıf algısının arttığı gözlemlenmiştir.

Örneğin, kendini üst sınıfta algılayanların çoğunluğunun aylık 2501 TL ve üstünde gelir düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Kendini alt sınıfta değerlendirenlerin büyük çoğunluğu 1500 TL ve altında gelir düzeyine sahip olanlardan oluşmaktadır. Ki Kare testi de iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Tablo 9. Mesleğe Göre Sosyal Sınıf Algısı

		Sosyal Sınıf Algısı					Total
		Üst sınıf	Orta sınıf	Alt sınıf	Fikrim yok	Cevap yok	
Meslek	Memur	1	80	14	1	2	98
	%:	1,0	81,6	14,3	1,0	2,0	100,0
	İşçi	7	158	85	3	5	258
	%:	2,7	61,2	32,9	1,2	1,9	100,0
	Özel sektör çalışanı	7	217	122	3	8	357
	%	2,0	60,8	34,2	,8	2,2	100,0
	Esnaf	23	381	155	9	8	576
	%	4,0	66,1	26,9	1,6	1,4	100,0
	Öğrenci	5	138	47	7	6	203
	%	2,5	68,0	23,2	3,4	3,0	100,0
	İşsiz	1	47	37	2	2	89
	%	1,1	52,8	41,6	2,2	2,2	100,0
Ev hanımı	24	430	215	15	16	700	
%	3,4	61,4	30,7	2,1	2,3	100,0	
Çiftçi	0	5	6	0	0	11	
%	,0	45,5	54,5	,0	,0	100,0	
Emekli	2	196	75	3	4	280	
%	,7	70,0	26,8	1,1	1,4	100,0	
Cevap yok	0	1	4	0	2	7	
%	,0	14,3	57,1	,0	28,6	100,0	
Toplam		70	1653	760	43	53	2579
	%	2,7	64,1	29,5	1,7	2,1	100,0
$\chi^2= 86.070$ df=36 p= 0.000 <0.05							

Ekonomik sınıf algısının mesleğe göre de farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Tablo 9'da da görüldüğü gibi kendini üst sınıfta değerlendiren katılımcılar arasında esnaf kesiminin yoğunlukta olduğu görülmektedir. Kendini orta sınıfta değerlendiren katılımcılar arasında memurlar yoğunluktadır. Ayrıca kendisini alt sınıfta değerlendirenler arasında en yüksek oranların çiftçi, işsiz, özel sektör çalışanı ve işçiler arasında olduğu ifade edilebilir. Bunu sırasıyla ev hanımları, emekliler ve öğrenciler takip etmektedir.

6.1.8. Medeni Durum ve Çocuk Sahibi Olma

Örneklem grubunun bir diğer önemli sosyo-demografik özelliği medeni durumu ve çocuk sahibi olma durumudur. Medeni durum ve çocuk sahibi olma durumu örneklemin sosyal yaşamları ve aile yapısı hakkında bilgi vermesi açısından önemlidir.

Tablo 10. Medeni Duruma Göre Dağılım

	F	%
Evli	1703	66,0
Bekâr	695	26,9
Boşanmış	81	3,1
Dul (eşi ölmüş)	95	3,7
Cevap yok	5	,2
Toplam	2579	100,0

Örneklem grubu incelendiğinde katılımcıların önemli bir bölümünün (%66) evli olduğu görülmektedir. Bunun yanında katılımcılar arasında bekârların oranı %26.9, Boşanmış olanların oranı %3.1, eşi vefat etmiş olanların ise %3.7'dir.

Tablo 11. Çocuk Sahibi Olma Durumu

	F	%
Hayır, çocuğum yok	842	32,6
1	338	13,1
2	736	28,5
3	387	15,0
4	164	6,4
5	58	2,2
6	23	,9
7	12	,5
8	6	,2
9	3	,1
10	2	,1
12	1	,0
15	1	,0
Cevap yok	6	,2
Toplam	2579	100,0

Örneklem grubunda çocuk sahibi olan katılımcıların oranı %67.2 iken çocuk sahibi olmayan katılımcıların oranı %32.6'dır. Katılımcıların %56.6'sı 1 ile 3 arasında çocuk sahibidir.

Tablo 11, Türk aile yapısının genel profilini göstermektedir. Türk ailesi modernleşme süreci ile birlikte çocuk sayısı her geçen gün azalan bir aile yapısı profili ortaya koymaktadır.

6.1.9. Yaşanılan Yerleşim Birimi ve Yerleşim Biriminde İkamet Süresi

Yerleşim yeri, nüfus, ekonomik yapı ve sosyal yaşam gibi özelliklerinden dolayı farklı nitelikler sergilemektedir. Yerleşim birimi sosyal ilişkilerin niteliğini ve boyutunu

ortaya koymasından önemlidir. Nüfus bakımından büyük yerleşim birimlerinde cemaat tipi, küçük yerleşim birimlerinde cemaat tipi sosyal ilişkiler daha ağırlıklı olarak görülmektedir.

Kent ve köydeki sosyal ilişkiler ve değer yargıları farklıdır. Kent dışındaki yerleşim yerlerinde kan bağına dayalı sosyal ilişkiler, toplumsal norm ve değerler çerçevesinde şekillenen davranış kalıpları vardır. Kent ise kan bağı, gelenek, norm ve değerlerin farklılaştığı, uzmanlaşma ve mesleki gruplaşmanın olduğu, sosyal ilişkilerin bu çerçevede gerçekleştiği yerleşim yeridir.

Yerleşim yeri, sahip olduğu özellikler ve sosyal ilişkilerden dolayı siyasal davranış üzerinde de farklı etkilere sahiptir. Geleneksel yaşam tarzının ve sosyal ilişkilerin hakim olduğu kırdaki yaşayan seçmen ile modern yaşam tarzının ve yeni sosyal ilişkilerin hakim olduğu kentte yaşayan bireyin siyasal davranışı arasında doğal olarak bazı farklılıklar bulunmaktadır.

Küçük yerleşim birimlerde sosyal ilişkiler daha samimi ve doğal; büyük yerleşim yerlerinde ise sosyal ilişkiler samimiyetten uzak, uzmanlaşmaya dayalı ve daha rasyonalisttir. Bu durum siyasal davranış üzerinde de kendini göstermektedir.

Kent dışındaki yerleşim yerlerinde yaşayan seçmenlerin siyasal davranış üzerinde birincil ilişkiler daha etkili iken, kentte yaşayan seçmenlerin siyasal davranış üzerinde birincil ilişkilerin yanında başka faktörler de etkili olmakta, seçmen daha pragmatist bir yaklaşım içerisine girmektedir.

Tablo 12. Yaşanan Yerleşim Birimine Göre Dağılım

	F	%
İl merkezi	532	20,6
İlçe merkezi	2031	78,8
Belde	7	,3
Köy	6	,2
Cevap yok	3	,1
Toplam	2579	100,0

Örneklem grubunun %20.6'sı il merkezinde yaşadığını ifade ederken, %78.8'i ilçe merkezinde, %0.5'i ise belde ve köy de yaşadığını belirtmiştir. Bu çalışma Türkiye'nin 12 büyükşehir statüsündeki yerleşim yerinde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle il merkezinde dahi büyükşehirle bağlı olarak ilçe yerleşim birimleri olduğundan dolayı ilçede yaşayanların oranı daha yüksek olarak görülmektedir.

TÜİK'in 2013 yılı Adrese Dayalı Nüfus Sayım sonuçları değerlendirme raporunda bu durum şu şekilde açıklanmaktadır. 2013 yılında 14 ilde büyükşehir belediyesi kurulması ve büyükşehir statüsündeki 30 ilde, belde ve köylerin ilçe belediyelerine mahalle olarak katılmasının önemli etkisiyle bu oran 2013 yılında %91,3 olarak gerçekleşti (TÜİK, 2014). Alan araştırması bu kapsamda 12 büyükşehirde gerçekleştirildiğinden kentte yaşayanların oranı kırdaki yaşayanların oranına göre daha yüksektir.

Tablo 13. Yaşanan Yerleşim Biriminde İkamet Süresi

	F	%
Doğduğumdan beri	561	21,8
0 - 5 yıl	402	15,6
6 - 10 yıl	302	11,7
11 - 15 yıl	256	9,9
16 - 20 yıl	278	10,8
21 - 25 yıl	224	8,7
26 yıl ya da daha fazla	548	21,2
Cevap yok	8	,3
Toplam	2579	100,0

Örneklem grubunun yaşadıkları yerleşim birimlerinde ikamet süreleri incelendiğinde %72.4'ünün 11 yıl ve üzerinde yaşadıkları görülmektedir. Katılımcıların 18 yaş ve üzerinde oldukları dikkate alındığında bu orana “doğduğumdan beri” seçeneğini tercih edenler de alınmıştır. Yaşanılan yerleşim biriminde 10 yıl ve altında ikamet edenlerin oranı ise %27.3'tür.

Bireylerin yerleşim biriminde kalış süreleri uzadıkça, o yerleşim yerine özgü davranışlarda bulunma eğilimleri de artış göstermektedir. Diğer bir ifade ile yerleşim biriminde ikamet süresi ile bu yerleşim biriminin değer ve normları doğrultusunda yeni gruplar ile sosyal ilişkiler kurup ve geliştirmek mümkün olacaktır. Sosyal ilişkiler çerçevesinde iletişimde bulunduğu grupların yapısı da bireylerin karar verme sürecini etkilemektedir. İnsanlar yaşadıkları yerleşim birimlerinde diğer insanlarla iletişim kurmaya ve sosyal ilişki içerisinde bulunmaya ihtiyaç duyarlar. Yerleşim biriminde ikamet süresi bu çerçevede sosyal ilişkilerin şekillenmesinde önemlidir.

6.1.10.Konutun Türü

Yaşam mekânları diğer bir ifade ile konut alanları sosyal ilişkilerin yoğun olarak yaşandığı, sosyal ve kültürel özelliklere sahip mekânlardır. Konut sadece yaşamın idamesi için barınma imkânı sağlayan bir yapı değildir. Konut aynı zamanda bireyin, sosyalleşme sürecinde toplumsal değer ve normlarını öğrendiği, sosyal ilişki kurallarının öğretildiği bir mekândır.

Yine konut, sosyal bir rol de üstlenerek, toplumsal yaşamda bir kimlik ve statü aracı olarak kabul görmekte, piyasadaki diğer metalar arasında, bireyin kimliğini teşhir edebileceği, sosyal statüsünü sergileyebileceği, toplumsal ve ekonomik gücünün göstergesi olan en belirgin araç haline gelmektedir (Altun, 2008: 74). Bu durum sosyal ilişkilerde de etkisini göstermiştir. Bireysellik artmış, komşuluk ilişkileri çerçevesinde gelişen sosyal ilişkiler zayıflamıştır. Konut sakinleri göstergeler üzerinden bir iletişim sürecine girmiş, samimi olmayan, meta fetişist bir yaklaşım yaygınlaşmıştır.

Apartman dairesi ile güvenli site (rezidans) yaşayan bireylerin sosyal ilişkilerinin benzer özellikler taşıması beklenemez. Bütün bu değerlendirmeler çerçevesinde örneklem grubunun yaşadığı konutun türü sosyal ilişkiler bağlamında önemlidir ve anlamlıdır.

Tablo 14. Oturulan Konutun Türü

	F	%
Müstakil gecekondü	96	3,7
Müstakil konut	280	10,9
Apartman gecekondü	74	2,9
Apartman dairesi	2079	80,6
Güvenlikli site	28	1,1
Lojman	15	,6
Villa/Yalı	2	,1
Cevap yok	1	,0
Home ofis, işyeri, dükkan	4	,2
Toplam	2579	100,0

Örneklem grubunun oturduğu konutun türüne bakıldığında apartman dairesi (%80.6)'nin ağırlıklı olduğunu görmekteyiz. Daha sonra müstakil konut (%10.9) ve müstakil gecekondü (%3.7) gelmektedir. Türkiye'de güvenli site gibi erişimin kontrollü olduğu konutlar da katılımcıların %1.1'inin yaşadığı görülmektedir. Bu tür konutlar özellikle konut üretim anlayışında yaşanan değişimlerle birlikte son dönemde

artış göstermektedir. Bu kapsama Lojman ve Villaları da aldığımızda katılımcıların yaklaşık %2'sinin erişimi kontrollü olan konutlarda yaşadığı görülmektedir. Alan araştırması kapsamında güvenli sitelerde örneklem grubuna erişmek daha zor olduğundan, bu konutta yaşayanların temsil düzeyi düşmektedir..

6.1.11.Konutun Mülkiyet Türü

Konutun mülkiyet durumu, örneklem grubunun sosyo ekonomik durumunu ortaya koyması açısından kayda değerdir. Hem bireyin ekonomik durumu hem de sosyal ilişkileri açısından konutun mülkiyet durumu bazı değerlendirmelere imkân verebilmektedir.

Tablo 15. Oturulan Konutun Mülkiyet Durumu

	F	%
Kendime ya da aile bireylerinden birine ait	1579	61,2
Akraba/tanıdıklardan birine ait ve kira ödenmiyor	60	2,3
Kira	907	35,2
Lojman	27	1,0
Bilmiyorum/fikrim yok	3	,1
Cevap yok	2	,1
İşyeri	1	,0
Toplam	2579	100,0

Örneklem grubunun oturduğu evin mülkiyet durumunu gösteren Tablo 15'te görüldüğü üzere katılımcıların %61.2'si kendine ya da hane halkı olan aile üyelerinden birine ait konutlarda yaşamaktadır.

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın 2011 Türkiye'de Aile Yapısı Araştırması'nda da benzer bir sonuca ulaşılmıştır. Türkiye genelinde yapılan bu araştırmada Türkiye'de bireylerin %60.9'nun kendine ya da aile üyelerinden birine ait konutta oturduğu belirlenmiştir. Türk toplumunda konut alımı en acil ve önemli gereksinim olarak görüldüğünden bireyler herhangi bir gelire ulaştıklarında konut almaya yönelmektedirler. Bu durum elbette ki gelir düzeyi ile ilgilidir. Konut alacak geliri olmayanlar ise kirada oturmaktadırlar. Bu kapsamda katılımcıların %35.2'si kirada oturduğunu ifade etmiştir.

Sosyal ilişkiler çerçevesinde konutun mülkiyet durumu önemlidir. Kirada oturan bireyler çevresi ile kalıcı ve düzenli bir sosyal ilişki kurmazken, konutun mülkiyetine sahip olanlar daha uzun süre burada yaşadıklarından sosyal çevre ile daha güçlü sosyal ilişkiler kurabilmektedir. Oturduğu konutu kendisine ait olan bireylerin komşuluk

ilişkileri ile kirada oturan bireylerin komşuluk ilişkileri farklı olabilmektedir. Biri ömrünü geçireceği bir yaşam mekânı olarak değerlendirirken, diğeri ise Sennett'in “uzun vade yok” anlayışı çerçevesinde yaşamının bir bölümünü geçireceği ve her an bu alandan ayrılabilceği saikiyle bakmaktadır. Bu durum komşularla gerçekleştirilen sosyal ilişkileri etkileyebilmektedir.

Tablo 16. Hanede Yaşayan Kişi Sayısı

	F	%
1	142	5,5
2	413	16,0
3	550	21,3
4	749	29,0
5	404	15,7
6	165	6,4
7	81	3,1
8	33	1,3
9	10	,4
10	11	,4
11	6	,2
12	3	,1
13	2	,1
15	2	,1
25	1	,0
Cevap yok	7	,3
Toplam	2579	100,0

Hanede yaşayan kişilerin sayısını gösteren Tablo 16'ya göre hanede yaşayan kişi sayısı 2,3 4 ve 5 kişi arasında yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte 6 ve üzerinde yaşayan kişi sayısına sahip haneler yaklaşık olarak %12 düzeyindedir. Türk toplumunun çocuk sayısını gösteren Tablo 16'da görüldüğü gibi toplumun önemli bir bölümün 1, 2 ya da 3 çocuk sahibi olduğu dikkate alındığında bu iki tablo birbiriyle paralellik göstermektedir.

6.2. TÜRK TOPLUMUNDA SOSYAL İLİŞKİLER; BİRLİKTE YAŞAYABİLİYOR MUYUZ?

Modernleşme süreci bir değişim ve dönüşüm sürecidir. Modernleşme; kentleşme, endüstrileşme, büyümenin bozulması, bireyselleşme, farklılıkların azalması gibi toplumsal, kültürel, siyasi, dini ve ekonomik alanlarda yaşanan değişimdir. Modernleşme ile birlikte toplumsal yapımız, sosyal ilişkilerimiz, yaşam tarzımız, tüketim alışkanlıklarımız kısacası yaşamımızda var olan ve yer alan her şey değişmiştir ve değişmeye devam etmektedir. Hiç şüphesiz bu değişim sürecini teknolojik gelişmeler ve bunların toplumsal yaşama yansımaları tetiklemektedir. Bu değişimden hem maddi hem de manevi kültürel değerlerimiz ve normlarımız da payını almıştır. Toplumsal yapının sahip olduğu kültürel değer ve alışkanlıklar, sosyal ilişkiler, tutum ve davranışlar da köklü bir değişime uğramıştır.

Geleneksel toplumun değer ve normları modern toplum yapısında anlamını ve önemini yitirmiş; bunun yerine yeni değerler ortaya çıkmıştır. Bu manada değişime uğrayan önemli olgulardan biri de birlikte yaşama arzumuz, alışkanlıklarımız ve bizi bir arada tutan değerlerdir. Tönnies'in cemaat'ten cemiyete geçiş olarak ifade ettiği bu süreçte birlikte yaşamın koşulları, anlamı ve niteliği de değişmiştir.

Toplum, insanlar arası ilişkilerin oluşturduğu ilişkiler bütünü olarak bir arada yaşamayı zorunlu kılmaktadır. Toplumsal yaşamın temelinde birlikte yaşama ruhu ve bilinci vardır. Bir arada yaşamak bir takım değer ve normların paylaşılmasını gerektirmektedir. Toplumsal yapının en küçük grubu olarak ailede başlayıp, belirli bir sosyal çevre içerisinde insanların bir arada yaşamasından, toplumsal grupların, dünya üzerindeki insan topluluklarının bir arada yaşamasına kadar uzanan bir süreçtir birlikte yaşamak.

Modernleşme süreci birlikte yaşamının niteliğini ve özelliklerini de değiştirmiştir. En az iki kuşak aile bireylerinin birlikte yaşadığı geniş aile yerini çekirdek aile yapısına; kan bağı ya da soy bağına dayalı olan arkadaşlık ilişkileri yerini, ortak amaç ve hedefler için bir araya gelen grup ya da zevk arkadaşlığına; cemaat tipi komşuluk ilişkileri yerini cemiyet tipi komşuluk ilişkilerine, dayanışma ve yardımlaşma esaslı yoğun akrabalık ilişkileri, yerini belirli ritüeller çerçevesinde daha az gerçekleşen akrabalık ilişkilerine bırakmıştır.

6.2.1 Hanehalkı Üyelerinin Birlikte Yaptığı Faaliyetler

Bu bakımdan çalışmamızda aile üyelerinin; sosyal ilişki ağı içerisinde gerçekleştirdikleri ziyaretler ve etkinlikler önemlidir. Bu sosyal ilişki düzeylerine ilişkin veriler Türk toplumunun sosyal ilişkiler düzeyini ve birlikte yaşama eğilimlerini ortaya koyması açısından önemli ve değerlidir.

Tablo 17. Hanehalkı Üyelerinin Beraberce Yaptıkları Faaliyetler ve Sıklıkları

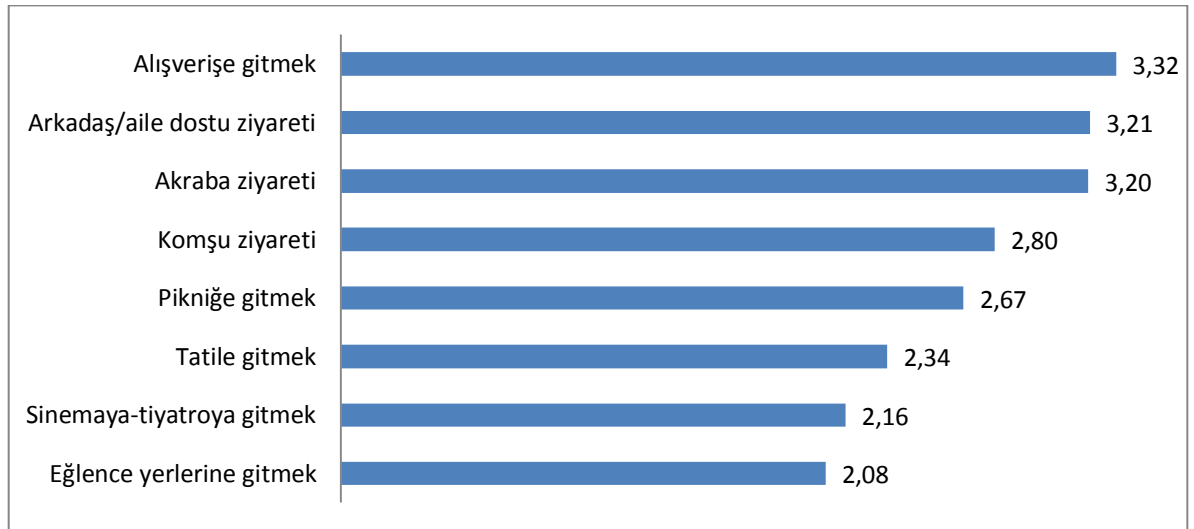
	Hiç	Nadiren	Bazen	Sık Sık	Her zaman	Cevap Yok
Akraba ziyareti	196 % 0.8	524 21.5	655 26.9	712 29.2	346 14.2	4 0.2
Komşu ziyareti	476 % 19.5	568 23.3	610 25.0	518 21.3	257 10.5	8 0.3
Arkadaş/aile dostu ziyareti	171 % 7.0	501 20.6	707 29.0	732 30.0	306 12.6	20 0.8
Alışverişe gitmek	155 % 6.4	373 15.3	745 30.6	853 35.0	303 12.4	8 0.3
Pikniğe gitmek	418 % 17.2	774 31.8	630 25.9	413 16.9	193 7.9	9 0.4
Sinemaya-tiyatroya gitmek	1017 % 41.7	557 22.9	426 17.5	281 11.5	139 5.7	17 0.7
Tatile gitmek	816 % 33.5	634 26.0	474 19.5	348 14.3	157 6.4	8 0.3
Eğlence yerlerine gitmek	1124 % 46.1	510 20.9	392 16.1	267 11.0	127 5.2	17 0.7

Aile üyelerinin birlikte yaptıkları faaliyetler aile üyelerinin yaşam tarzlarını ve sosyal ilişkilerini ortaya koyması bakımından önemlidir. Aile üyelerinin beraberce yaptıkları faaliyetleri ve sıklıkları gösteren Tablo 17’ye göre aile üyelerinin beraberce yaptıkları sıklık düzeyi yüksek faaliyetlerin başında “alışverişe gitmek” (%47.4) gelmektedir.

Bu faaliyet göstergesi modern toplumda sosyal ilişkilerin alışveriş ve tüketim üzerinden gerçekleştiğinin bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Tüketim sosyal ilişkiler açısından önemli bir yere sahiptir. Modern birey, iş yaşamının dışındaki boş zamanlarını alış-veriş merkezlerinde, Ritzer’in ifadesiyle tüketim katedrallerinde, geçirmektedir. Alış-veriş merkezleri gündelik yaşam kültürünün yeniden üretildiği sosyal ilişkiler mekanları olarak değerlendirilmektedir. Burada sadece zaman değil, sosyal ilişkiler de tüketilmektedir.

Tablo 17'deki bu veri tüketim toplumuna ilişkin yapının yaygınlaştığının önemli göstergelerinden biridir. Çağdaş dünyanın yeni teorisyenlerinden Bauman, kentte sosyal ilişkilerin tüketicilik ruhuyla doyurulduğunu ifade ederken, Baudrillard ise tüketim toplumunda insani ilişkilerin yerini nesnelerle ilişkilerin aldığını vurgulamaktadır. Benzer şekilde Tönnies'in ifade ettiği gibi cemiyet yapısında sosyal ilişkiler alış verişi üzerinden gerçekleşmektedir.

Aile üyelerinin beraberce yaptıkları diğer sıklık düzeyi yüksek faaliyetler arasında ise arkadaş ve aile dostu ziyareti (%41.6) görülmektedir. Yine, Akraba ziyareti (%43.4) ve komşu ziyareti (%31.8) aile üyelerinin beraberce yaptıkları faaliyetlerdir. Aile üyelerinin beraberce yaptıkları sıklık düzeyi diğerlerine göre daha düşük faaliyetler arasında pikniğe gitmek (%24.8), tatile gitmek (%20.7), sinemaya tiyatroya gitmek (%17.2) ve eğlence yerlerine gitmek (16.2) sırasıyla görülmektedir. Aile üyelerinin beraberce yaptıkları en az faaliyetler arasında sinemaya gitmek ve eğlence yerlerine gitmektir.



Grafik 1. Hanehalkı Üyelerinin Beraberce Yaptıkları Faaliyetlerin Düzeyi

Hane halkı üyelerinin beraberce yaptıkları faaliyetlerin aritmetik ortalamasını ortaya koyan Grafik 1'de de görüleceği üzere aile üyelerinin sosyal ilişkilerinde modern ve geleneksel gündelik yaşam ritüellerini birlikte görebilmekteyiz. Ancak, alışverişe gitmek dışında diğer modern gündelik yaşam ritüelleri (sinema, tiyatro, tatil vb.) hanehalkı üyelerinin daha düşük düzeyde yaptığı faaliyetler arasında yer almaktadır. Bu durumun Türk modernleşmesiyle ilgili olduğu düşünülmektedir. Zira, arkadaş, akraba,

komşu ziyaretleri gibi geleneksel gündelik yaşam ritüellerinin Türk toplumunun sosyal ilişkilerinde önemli bir yerinin olduğu da görülmektedir.

Bütün bu veriler birlikte değerlendirildiğinde Türk aile yapısı içerisinde modern ve geleneksel faaliyetlerin bir arada var olduğunu görülmektedir. Aile üyeleri bir yandan geleneksel yapımızın bir gereği olarak aile, arkadaş ve komşu ziyaretlerini gerçekleştirirken, modern toplumun bir göstergesi olarak alışverişe gitme faaliyetini gerçekleştirmektedirler.

Türk ailesinin arkadaş ve komşu ziyaretleri geleneksel sosyal ilişkiler ritüellerinin devam ettirilmesi bakımından kayda değerdir. Türk toplumu modernleşme süreciyle bir yandan batı kültürünün etkisi altında bir dönüşüm sürecini yaşarken, diğer taraftan kendi geleneksel sosyal ilişkiler ritüellerini devam ettirerek, sosyal ilişkiler düzeyi yüksek bir toplumsal yapıyı sürdürmektedir.

6.2.2. Akraba, Arkadaş ve Yakınları Ziyaretleri

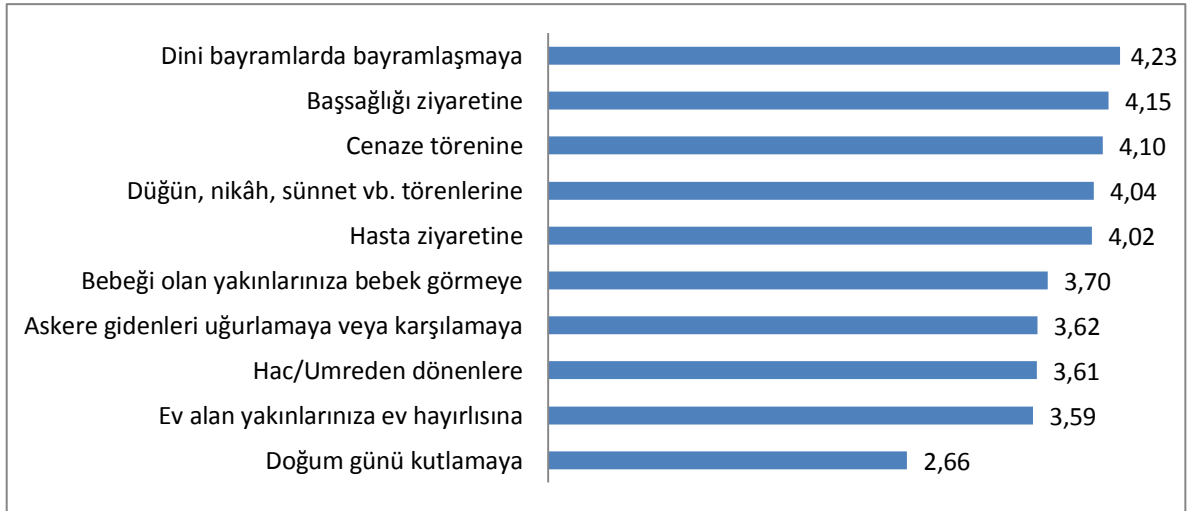
Türk toplumunun sosyal ilişkilerini ortaya koyması bakımından aile üyelerinin akraba, arkadaş ve yakınları ziyaretleri de önemli sonuçlar ortaya koymaktadır. Çünkü, bu tür ziyaretler geleneksel ve dini ritüeller çerçevesinde gerçekleşen sosyal ilişkilerin önemli olduğunu göstermektedir.

Bu çerçevede, toplumun sosyal ilişkilerinin boyutunu ortaya koyması bakımından geleneksel ve dini ritüellere bağlılığı kadar bu ritüellerin de sosyal ilişkilere yönelik değerleri de önemlidir. Bu anlamda Türk toplumunun geleneksel yapısında olduğu gibi, İslam dini de sosyal ilişkilere önem vermektedir. Bunun toplumsal yansımalarını da aşağıdaki tabloda görebilmek mümkündür.

Tablo 18. Akraba, Arkadaş ve Yakınları Ziyaret Durumları ve Sıklıkları

	Hiç	Nadiren	Bazen	Sık Sık	Her zaman	Cevap Yok
Doğum günü kutlamaya	766 % 29.7	471 18.3	492 19.1	542 21.0	290 11.2	18 0.7
Dini bayramlarda bayramlaşmaya	45 % 1.7	133 5.2	226 8.8	951 36.9	1221 47.3	3 0.1
Hasta ziyaretine	49 % 1.9	198 7.7	369 14.3	981 38.0	976 37.8	6 0.2
Bebeği olan yakınlarla bebek görmeye	184 % 7.1	302 11.7	441 17.1	839 32.5	812 31.5	1 0.0
Ev alan yakınlarla ev hayırlısına	234 % 9.1	351 13.6	420 16.3	803 31.1	766 29.7	5 0.2
Düğün, nikâh, sünnet vb. törenlerine	62 % 2.4	184 7.1	365 14.2	947 36.7	1015 39.4	6 0.2
Hac/Umreden dönenlere	241 % 9.3	339 13.1	396 15.4	790 30.6	806 31.3	7 0.3
Askere gidenleri uğurlamaya veya karşılamaya	226 % 8.8	327 12.7	433 16.8	801 31.1	786 30.5	6 0.2
Cenaze törenine	64 % 2.5	172 6.7	304 11.8	928 36.0	1104 42.8	7 0.3
Başsağlığı ziyaretine	47 % 1.8	159 6.2	298 11.6	929 36.0	1140 44.2	6 0.2

Tablo 18’de görülen katılımcıların akraba, arkadaş ve yakınlarını çeşitli vesilelerle ziyaret etme düzeyleri toplumun sosyal ilişkiler düzeyini bir başka açıdan ortaya koymaktadır. Dini bayramlarda bayramlaşma (%84.2) sıklık düzeyi yüksek faaliyetlerin başında gelmektedir. Daha sonra ise Başsağlığı ziyaretine (%80.2), cenaze törenlerine (% 78.8) düğün, nikâh, sünnet vb. törenlerine (%76.1), Hasta ziyaretine (%75.8), Bebeği olan yakınlarına bebek görmeye (%64), Hac/Umreden dönenlere (%61.9) Askere gidenleri uğurlamaya veya karşılamaya (%61.6) Ev alan yakınlarına ev hayırlısına (%60.8) gidildiği görülmektedir. Bu kapsamda en az düzeyde gerçekleştirilen faaliyet olarak doğum günü kutlama (%32.2) dikkat çekmektedir.



Grafik 2. Akraba, Arkadaş ve Yakınları Ziyaret Durumlarının Düzeyi

Grafik 2, Türk toplumunun akraba, arkadaş ve yakınların ziyaret durumlarının aritmetik düzeyini ortaya koyması bakımından dikkate değerdir. Hem Tablo 18’de hem de Grafik 2’de görüldüğü üzere dini, milli ve geleneksel kültür ritüelleri çerçevesinde bir sosyal ilişkiler ağına olduğu ortaya çıkmaktadır. Dini bayramlarda bayramlaşmaya gidilmesi hem dini hem de geleneksel bir ritüel olarak en sık gerçekleştirilen sosyal ilişkiler faaliyetidir.

Bu verilere göre Hipotez 1’de ifade edildiği gibi Türk toplumunda aile, akraba ve arkadaş grupları arasında sosyal ilişki düzeyi yüksektir. Türk toplumunun sosyal ilişkilerinde geleneksel değerler ile modern ritüellerin birlikte etkisi vardır

Yine bu çerçevede Türk toplumunun genel yapısını yansıtan bir şekilde mutlu ve üzüntülü günlerinde arkadaş ve akrabalarının yanında olmak düşüncesinin ağırlıklı olarak ortaya çıktığını görmekteyiz. Başsağlığı ziyareti, cenaze töreni, düğün ve sünnet programları, hasta ziyareti bu kapsamda değerlendirilebilir. Bütün bu faaliyetler; Türk toplumunun modernleşme sürecinde sosyal ilişkilerinin devam ettirmesini sağlayan ritüeller olarak karşımıza çıkmaktadır.

Zijderveld (2007: 240) geleneksel yaşam biçiminin cemaatin ana özelliğini oluşturduğunu ifade etmektedir. Bu çerçevede, Türk toplumunda geleneksel değerlerin varlığı görüldüğüne göre, cemaat yapısının tamamen ortadan kalktığını söylemek de doğru olmayacaktır. Benzer birçok veri, Türk toplum yapısında hem cemaat hem de cemiyete haiz özelliklerin bulunduğunu göstermektedir. Modernleşme süreci ile cemaatlerin ortadan kalktığı veya cemaatlerin şekil değiştirerek devam ettiği şeklinde

tartışmalar dikkate alındığında, Türk toplumunda cemaate ait özelliklerin var olduğunu söylemek mümkündür. Kaldı ki Bauman (2003: 319) cemaat olgusunun postmodernleşme süreci ile raftan indirildiğini, Sennett ise cemaatlerin fenomen haline gelerek yaygınlaştığını dile getirmektedir. Elbetteki Tönnies'in modern toplumun cemiyetleştiği şeklindeki değerlendirmesini yok saymak mümkün olmadığı gibi; cemaatlerin ortadan kalktığını ifade etmek de doğru olmayacaktır. Modern Türk toplumu hem cemiyete hem de cemaate ait özelliklerin yansımalarının görüldüğü bir toplumdur.

6.3. GRUP KAZANIMI: BİR GRUBUN İÇERİSİNDE BULUNMA NEDENLERİ

Bireyin bireyle, bireyin sosyal gruplarla ve grupların diğer gruplarla sosyal ilişkiler içerisinde olması, insanın toplumsal bir varlık olmasının sonucudur. Bu nedenle birey yaşamı boyunca çok sayıda grubun üyesi olur. Dünyaya gelmesiyle ilk olarak aile grubunun üyesi olan birey ailede sosyalleşme süreciyle birlikte davranış kalıplarını, toplumsal değer ve normları, temel kültürel kodları öğrenir. Daha sonra okula başlayarak hem arkadaş çevresiyle ilişkiler kurmakta hem de formel sisteme ilişkin değer yargılarını öğrenmektedir. Birey, iş yaşamına atılmasıyla birlikte yeni gruplarla tanışmakta ve bu arada kendi değerler dünyasının oluşmasıyla birlikte bu yapıya paralel yeni gruplarla iletişime geçmekte, bunların üyesi olmaktadır.

Bireyin, gruplarla sosyal ilişkileri yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Yaşamımızın her evresi, çalışma, eğlenme, sosyal yaşam her bir ya da daha fazla grup içerisinde gerçekleşmektedir Bireyin gruplarla ilişkisi bir ihtiyaç, gereklilik ya da ortak amaca yönelik faaliyetlerden kaynaklanmaktadır. Bireyin ihtiyaç ya da gereksinimlerini karşılamada yeterlilik gösterememesi onu sosyal ilişkiler oluşturmaya yöneltmektedir. Burada elbette ki psikolojik ihtiyaçlar daha öne çıkmaktadır. Yalnızlığını gidermek, aidiyet kazanmak, paylaşmak gibi psikolojik ihtiyaçlar önemlidir. Ancak, sosyoloji literatüründe grupların bireylere kazandırdıklarına ilişkin tartışmalar da yaygın bir şekilde devam etmektedir. Bu bakımdan örneklem grubunun, bir grubun içinde bulunmanın insanların hayatına olan etkilerine dair düşünceleri önemli olarak değerlendirilmektedir.

Toplumsal yapının önemli dinamiklerinde biri sosyal dayanışmadır. Sosyal dayanışma, toplumsal yapı içerisindeki insanların karşılıklı yardımlaşma ve işbirliği içerisinde bulunmasıdır. Toplamların, Durkheim'in ifadesiyle mekanik dayanışmadan organik dayanışmaya geçişiyle birlikte artan işbölümü ve uzmanlaşma toplumsal dayanışmanın azalmasında yol açmıştır. Mekanik dayanışmanın olduğu toplumlarda sosyal ilişkiler yüz yüze olduğundan, dayanışma güçlü iken organik dayanışmanın olduğu toplumlarda dayanışma toplumsal işbölümünün bir sonucu olarak daha düşük düzeyde görülmektedir. Tönnies, bu değişimi tabii dayanışmadan sözleşmeye dayalı dayanışmaya geçiş olarak nitelendirmektedir.

Bu çerçevede, günümüzde toplumsal yapısı içerisinde bireyler arasındaki dayanışmaların daha çok işbölümüne ve sözleşmeye dayalı bir yapı içerisinde olduğunu

söylemek mümkündür. Bu toplumsal yapı içerisinde bireylerin herhangi bir konuda yardıma ya da görüşe ihtiyacı olduğunda başvurduğu kişiler, toplumun sosyal ilişkiler yapısını ortaya koyması açısından dikkate değer görülmektedir. Yine bir grubun içerisinde bulunmanın sağladığı katkılara yönelik değerlendirmeler de grup kazanımı çerçevesinde değerlendirilebilir.

6.3.1 Bir Grubun İçerisinde Bulunmanın Sağladığı Katkılar

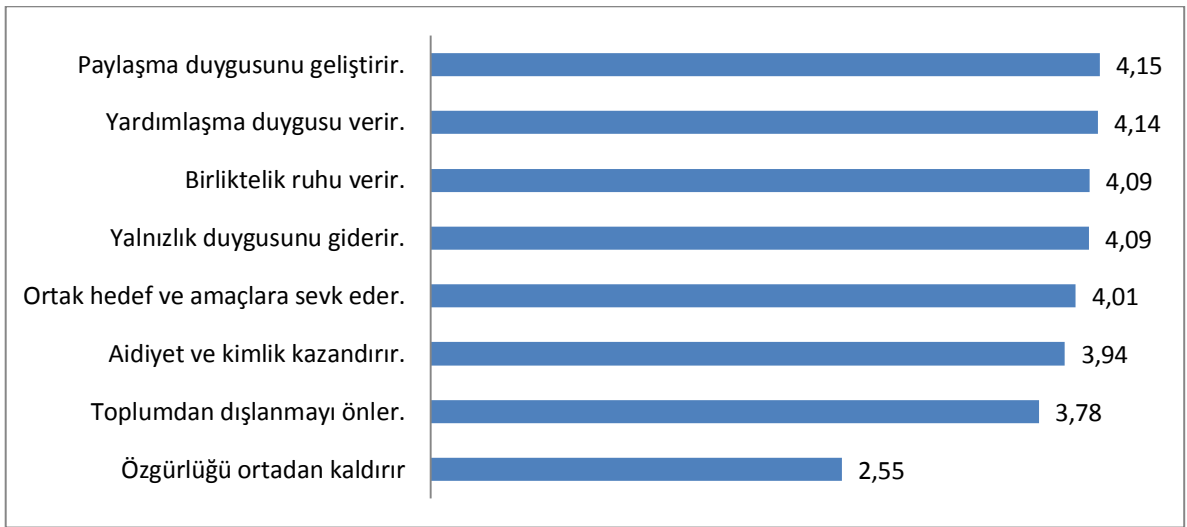
Sosyal bir varlık olan insan doğumundan itibaren yaşamının her evresinde birden çok grubun üyesi olmaktadır. Aile ile başlayan sosyal grup üyeliği, arkadaş çevresi, sivil toplum kuruluşu üyeliği, cemaat, siyasi parti üyeliği gibi yaşam süreci içerisinde çeşitli gruplarda üyelikle devam etmektedir. Bireyin bir grubun içerisinde bulunmanın sağladığı bazı katkılar ve kazanımlar vardır. Burada önemli olan toplumun bu kazanım ve katkılara yönelik değerlendirmeleridir. Çünkü, bu toplumsal yapının işleyişi ve sosyal ilişkilerin niteliği bakımından önemli ipuçları vermektedir.

Tablo 19. Bir Grubun İçerisinde Bulunmanın Sağladığı Katkılar

		Kesinlikle Katılmış yorum	Katılmış Yorum	Ne Katılı yorum Ne Katılmış yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim Yok	Cevap Yok
Birlikte ruh verir		39	131	198	1270	801	101	39
	%	1.5	5.1	7.7	49.2	31.1	3.9	1.5
Aidiyet ve kimlik kazandırır		48	246	283	1027	775	162	38
	%	1.9	9.5	11.0	39.8	30.1	6.3	1.5
Yardımlaşma duygusu verir		21	97	215	1328	828	64	25
	%	0.8	3.8	8.3	51.5	32.1	2.5	1.0
Paylaşma duygusunu geliştirir		24	71	225	1342	824	71	22
	%	0.9	2.8	8.7	52.0	32.0	2.8	0.9
Yalnızlık duygusunu giderir		34	118	255	1265	810	68	29
	%	1.3	4.6	9.9	49.1	31.4	2.6	1.1
Özgürlüğü ortadan kaldırır		606	756	334	492	204	144	43
	%	23.5	29.3	13.0	19.1	7.9	5.6	1.7
Ortak hedef ve amaçlara sevk eder		33	111	316	1317	651	112	39
	%	1.3	4.3	12.3	51.1	25.2	4.3	1.5
Toplumdan dışlanmayı önler		81	305	310	1101	625	114	43
	%	3.1	11.8	12.0	42.7	24.2	4.4	1.7

İnsan, gündelik yaşamı içerisinde çeşitli nedenlerden dolayı bazı sosyal grupların üyesi olmakta ve sosyal ilişkilerini bu ağlar çerçevesinde gerçekleştirmektedir.

Birey, içinde bulunduğu grubun bir takım kazanımlarından yararlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle bir sosyal grubun içerisinde bulunmanın sağladığı bazı katkılar vardır. Tablo 19’da katılımcılara göre bir grubun içerisinde bulunmanın sağladığı en önemli katkı olarak “paylaşma duygusunu geliştirir” (%84) yargısı dikkat çekmektedir. Daha sonra ise “yardımlaşma duygusunu geliştirir” (%83.6), “yalnızlık duygusunu giderir” (%80.5), “birliktelik ruhu verir” (%80.3), “ortak hedef ve amaçlara sevk eder” (%76.2) “aidiyet ve kimlik kazandırır” (%69.9) ve “toplumdan dışlanmayı önler” (%66.9) yargılarına katılım gelmektedir. Katılımcılar “özgürlüğü ortadan kaldırır” yargısına ise %52.8 oranında katılmadıklarını ortaya koymuşlardır.



Grafik 3. Bir Grubun İçerisinde Bulunmanın Sağladığı Katkıların Düzeyi

Grafik 3, bir grubun içerisinde bulunmanın sağladığı katkıların aritmetik düzeyini göstermektedir. Bu anlamda, paylaşma, yardımlaşma, birliktelik ortak amaç ve hedeflere sevk etme ve yalnızlığı giderme grubunun sağladığı önemli kazanımlar olarak değerlendirilmelidir. Bir sosyal grubun içerisinde bulunmanın sosyal bir varlık olan insanı bir takım toplumsal değerleri yaşama ve yaşatma noktasında harekete geçirdiği, modern toplumun en önemli sorunlarından olan yalnızlığını gidererek ortak hedef ve amaçlar doğrultusunda bir takım faaliyetler yürütmeye sevk ettiği söylenebilir. Bu durum sosyal ilişkiler açısından ise bireyin sosyal ilişkilerini sürdürmek veya gelişmesini sağlamak için toplumsal değerlerin sosyal grup bünyesinde benimsenmesi ve araç olarak kullanılması şeklinde değerlendirilebilir.

6.3.2. Bir Konuda Yardıma İhtiyaç Olduğunda Başvurulan Kişi

Bireyin toplumsal yapı içerisinde hiç kimseye ya da gruba ihtiyaç duymadan yaşayabilmesi mümkün değildir. Toplumsal yapı, bireylerin birbirine ihtiyaç duyacağı bir mekanizma çerçevesinde işlemektedir. Bunun olmamasının tek yolu bir dağ başında ya da bir adada tek başına yaşamaktır. Bir toplumsal yapının üyesi olarak bu yapının üyeleriyle hiçbir şekilde sosyal ilişki içerisinde bulunmamak mümkün değildir. Ancak, toplumsal yapıda yaşanan değişimler mekanik bir dayanışmadan organik bir dayanışmaya doğru bir geçişi sağlamıştır. Durkheim'in sınıflandırması çerçevesinde, birincil ilişkilerin hakim ve düzenleyici olduğu, bir toplumsal yapıdan; ikincil ve daha çok işbölümüne dayalı dayanışmanın belirleyici olduğu bir yapıya geçiş yaşanmıştır.

Ancak, burada bir keskin geçiştten ziyade işbölümü ve farklılıkların ortaya çıkması çerçevesinde elastiki bir durum söz konusudur. Diğer bir ifade ile kan ve soy bağına dayalı sosyal ilişkiler ile uzmanlaşma ve işbölümü çerçevesinde gerçekleşen sosyal ilişkiler birlikte varlıklarını sürdürmektedirler. Bu durum bireyin bir konuda yardıma ya da görüşe ihtiyaç duyduğunda başvurduğu sosyal grup ya da kişi çerçevesinde gözlemlenmektedir.

Tablo 20. Herhangi Bir Konuda Yardıma veya Görüşe İhtiyaç Olduğunda Başvurulan Kişi

	F	%
Ailem	1973	76,5
Arkadaşlarım	313	12,1
Komşularım	41	1,6
Akrabalarım	89	3,5
Din adamları	6	,2
Cemaat çevrem	1	,0
Konunun uzmanları	67	2,6
Hiç kimseyle görüşmem	81	3,1
İş arkadaşları/ patron	2	,1
Beyaz Masa	1	,0
Konu ve durumuna göre danışacağım kişi/ kişiler değişir	1	,0
İnternet	1	,0
Polis	1	,0
Devlet yetkilileri, kamu çalışanı, belediye	2	,1
Toplam	2579	100,0

Katılımcıların bir konuda yardıma ve görüşe ihtiyaç olduğunda başvurdukları ilk sosyal grup aile (%76.5)'dir. Tablo 20'ye göre daha sonra ise arkadaşlar (%12.1), akrabalar (3.5) ve konunun uzmanları (%2.6) ve komşular (%1.6) gelmektedir.

Bu veriler Türk toplumunun sosyal ilişkiler ağı içerisinde ailenin önemini vurgulayan verilerden biridir. Aile, sosyal ilişkilerin temel aracı olarak yaşamın her evresinde bireyin yaşadığı bir sorun karşısında sığındığı bir liman, bir çözüm merkezi olarak görülmektedir. Diğer tabloların yanı sıra bu tablo da Türk toplumunda güçlü aile bağlarının devam ettiğini göstermektedir.

Yine arkadaşlar ve akrabaların bir bireyin bir konuda yardıma ihtiyacı olduğunda başvurduğu gruplar sıralamasında önde gelmesi toplumsal yapı içerisinde birincil sosyal ilişkilerin etkisini ortaya koyması bakımından kayda değerdir. Durkheim'in mekanik dayanışma olarak ifade ettiği kan bağına dayalı sosyal ilişkilerin olduğu topluma atıf yaparcasına, Türk toplumunda bireylerin bir konuda yardıma ihtiyacı olduğunda birincil sosyal ilişki gruplarına başvurduğu görülmektedir. Bu bağlamda organik bir dayanışma toplumunda mekanik dayanışma bağlarının devam ettiği gerçeğini söyleyebiliriz. Birincil ilişkiler, sosyal ilişkilerde belirleyicidir ve önemlidir.

Diğer yandan, katılımcıların dördüncü sırada "konunun uzmanları"na başvurdukları şeklinde bir görüş belirtmeleri de modernleşme sürecinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

Tablo 21. Cinsiyet ve Öğrenim Durumuna Göre, Herhangi Bir Konuda İhtiyaç Duyulduğunda Başvurulan Kişi

Herhangi Bir Konuda İhtiyaç Duyulduğunda Başvurulan Kişi										
χ^2 p = 0,000 < 0,05		Aile	Arka daşlar	Kom Şular	Akra balar	Din Adam ları	Konunun Uzman ları	Hiç Kimseyle Görüş mem	Diğer	Toplam
Cinsiyet (%)	Kadın	81.6	9.3	2.8	2.8	0.1	1.7	1.5	0.2	100
	Erkek	71.6	14.8	0.4	4.0	0.4	3.5	4.7	0.6	100
	Toplam	76.5	12.1	1.6	3.5	0.2	2.6	3.1	0.4	100
Öğrenim Durumu (%)	Okur Yazar Değil	84.1	0	6.8	4.5	0	0	4.5	0.1	100
	Okur Yazar	75.5	10.2	4.1	4.1	0	2.0	4.1	0	100
	İlkokul	76.7	7.0	4.2	4.8	0.3	1.7	4.7	0.6	100
	Ortaokul	77.6	11.0	0.7	5.0	0	1.4	3.9	0.4	100
	Lise	76.7	16.2	0	2.3	0.4	2.3	2.1	0	100
	Üniversite	74.4	15.8	0	1.5	0.3	6.5	1.3	0.2	100
	Lisansüstü	67.7	22.6	0	0	0	6.5	3.2	0	100
	Toplam	76.5	12.1	1.6	3.5	0.2	2.6	3.1	0.4	100

Katılımcıların sosyo demografik özellikleri bakımından bir değerlendirme yapıldığında kadınlar, erkeklerden daha yüksek oranda “aile”ye başvurmaktadır. Erkekler ise kadınlardan daha yüksek oranda sorunlarını ya da ihtiyaç duydukları konuları arkadaşları veya konunun uzmanlarıyla paylaşmaktadır. Öğrenim durumuna göre ise, öğrenim düzeyi yükseldikçe “aile”ye, akrabalara, komşulara başvurma oranı düşerken, arkadaşlara ve konunun uzmanlarına başvurma oranı artmaktadır. Bu durumda eğitimin sosyal ilişkilerin niteliğini değiştirdiğine yönelik bir değerlendirme yapabilmek mümkündür. Eğitimli bireylerin akraba ve komşu çevresinden ziyade arkadaş çevresinde şekillenen bir sosyal ilişkiler ağı içerisinde varlığını sürdürdüğü söylenebilir. Eğitim düzeyinin artmasıyla birlikte, bireylerin kendi kararlarını verme ehliyetinin arttığı ve eğitimli kişilerin kendi sosyal çevreleriyle ilişki kurmaya meyilli olduğu da ifade edilebilir. Bu nedenle eğitim düzeyinin sosyal ilişkilerin içeriği, boyutları ve niteliği üzerinde etkili olduğu varsayılmaktadır. Kadınların, erkeklere oranla daha yüksek düzeyde “aile”ye başvurması ise Türk toplum yapısının sunduğu geleneksel toplumsal cinsiyet rolleriyle paralel bir özellik sergilemektedir. Bu rollere göre, kadın edilgen, yönlendirmeye daha açık bir profil çizerken, erkek etken ve idare eden bir özellik sergiler. Ayrıca bu durum kadınların kamusal alandan ve iş yaşamından uzak kalmasıyla da doğrudan bağlantılıdır. Bu nedenle kadınlar aileye daha çok başvurma eğilimi gösterir.

6.4. AİLE VE SOSYAL İLİŞKİLER

Aile, toplumun temel taşı, bireyle toplum arasındaki bağı kuran sosyal kurum; birincil sosyal ilişkilerin yaşandığı en temel sosyal etkileşim birimidir. Aile, birincil sosyal ilişkiler olarak nitelendirilen yakın ve yoğun sosyal ilişkilerin yaşandığı iletişim örüntüsüdür. Ailede başlayan sosyal ilişkiler, aileden elden edilen değer ve kurallar çerçevesinde arkadaş, komşu, akraba gibi sosyal gruplarda devam ettirilir. Aile, hem birey hem toplum açısından vazgeçilmez bir sosyal olgudur. Toplumsal yapının temel kurumlarından biri olan aile, modernleşme süreciyle toplumsal alanda yaşanan değişimlerden önemli düzeyde etkilenmiştir.

Bir değişim ve yenileşme olarak ifade edilen modernleşme eski olanın yerine yenisinin konulması, gelenekselin yerini modernin alması sürecidir. Modernleşme, siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik alanlarda bir dönüşüm ve değişimi gerçekleştirmiştir. Modernleşmenin her toplumda aynı şekilde olduğu söylenemeyeceği gibi modernleşmenin her şeyi tümden değiştirdiği de söylenemez. Hemen her toplumda bazı norm, değer ve farklılık oluşturan unsurlar tamamen değişimden etkilenmemiş ya da bu değer ve normları muhafaza yoluna gitmiştir. Bu anlamda modernleşme süreci artan kentleşmeyle birlikte aile yapısında yaşanan değişimler çekirdek aileyi ortaya çıkarmışsa da geleneksel aile e varlığını, işlevlerinde bir takım değişiklikler olmasına rağmen, muhafaza etmiştir. Bu gelişmelerin neticesinde farklı aile türleri ortaya çıkmıştır. Bunları Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığının gruplandırmasına göre (TAYA, 2011:48) şu şekilde ifade edebiliriz:

Çekirdek Aile: Literatürde yaygın tanımı anne baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan aile olarak gecen çekirdek aile iki kişilik çekirdek aile/karı-koca ailesi ve tam çekirdek aile gibi alt kategorilere ayrılmıştır. Saha araştırmalarından elde edilen bulgular literatürdeki yaygın tanımın çeşitlendirilmesini gerekli kılmıştır.

Çocuksuz Çekirdek Aile: Sadece karı-kocadan oluşan ve içinde çocukların bulunmadığı aile tipi. (Çocuksuz çekirdek aile)

Çocuklu Çekirdek Aile: Karı-koca ve evlenmemiş çocuk(lar)dan oluşan aile tipi.

Geniş Aile: Tek bir hanede birden çok kuşağın ve/veya evli çiftin bir arada yaşadığı bir aile sistemidir. Birden çok çekirdek ailenin aynı ortamda yaşaması söz konusudur. Bu türdeki aileler büyük anne ve babaları, ebeveynleri ve torunları kapsayacak şekilde dikey yatay dağılım içerebileceği gibi; evli erkek ve kız kardeşleri kapsayacak şekilde yatay bir dağılım içerebilir.

Eksik Geniş Aile: Hane reisinin evli olmadığı, ancak aralarında dikey, yatay ve ya çapraz akrabalık ilişkileri olan bireylerden kurulu aile. Kardeş, yeğen, torun, kuzen ile beraber yaşanması halinde çeşitli bileşimlerden oluşan eksik geniş aile ortaya çıkar. Bazen 3 kuşak aile üyesi bile bir arada bulunabilmektedir, ancak hane reisinin eşi bulunmamaktadır.

Akraba Olmayan Hane Halkı: Aralarında akrabalık bağı bulunmayan genç yaş gruplarındaki öğrencilerin ve/veya iş arkadaşlarının belirli bir süre için bir arada oturmaları ile oluşan hane halkı. Bekar evleri de denilmektedir.

6.4.1. Aile Türüne Göre Dağılım

Modernleşme süreci sadece ailenin yapısını değil ailenin işlev ve fonksiyonlarını da etkilemiştir. Aile, sosyal ilişkilerin yaşandığı birincil grupların merkezinde yer alan bir sosyal grup olarak, kendinden sonraki sosyal ilişkileri şekillendiren iletişim örüntüsü olmasına rağmen, ailenin özellikle sosyalleşme fonksiyonunun az da olsa zayıflaması sosyal ilişkileri de zayıflatmıştır. Ailedeki yapısal değişimin en önemli unsurları kentleşme ve sosyal ilişkilerdir. Kentleşme sosyal ilişkileri her alanda olumsuz yönde etkilediği gibi aile de sosyal ilişkileri olumsuz yönde etkilemiştir.

Bu anlamda Türk toplumunun aile türlerine göre dağılımını aşağıda tablo da görebilmek mümkündür.

Tablo 22. Aile Türüne Göre Dağılım

	F	%
Çocuksuz çekirdek aile	228	9,4
Çocuklu çekirdek aile	1591	65,3
Geniş aile	287	11,8
Eksik çekirdek aile	241	9,9
Eksik geniş aile	45	1,8
Akraba olmayan hane halkı	36	1,5
Cevap yok	9	0,4
Toplam	2437	100,0

Sosyal ilişkilerin temel etkileşim birimi olan ailenin yapısı modernleşme süreciyle birlikte değişmiştir. Batı toplumlarının temel aile türü olan çekirdek aile, modernleşme sürecinin etkisiyle Türk toplumunda da hâkim konuma gelmiştir. Örneklem içerisinde “geleneksel aile” türünün oranı % 11.8 olarak görülmektedir. Türkiye’de tarihsel ve kültürel olarak hâkim olan geniş aile türü zaman içerisinde ağırlığını kaybetmiş, yerini çekirdek aileye bırakmıştır.

Tablo 22’de de görüldüğü üzere örneklemin %65.3’ü “çocuklu çekirdek aile” olarak görülmektedir. Anne, baba ve çocuklardan oluşan çekirdek aile türü toplumsal yapıda olduğu gibi sosyal ilişkilerde de bir dizi değişimi ortaya çıkarmıştır. Sosyal ilişkiler ağı aracılığıyla sosyalleşme sürecinin en önemli aracı olan aile, modernleşme sürecinde sadece nicelik olarak değil nitelik olarak da değişime uğramıştır. Çekirdek aile türü içerisinde de “çocuksuz çekirdek aile” türü % 9.4 oranıyla dikkat çekmektedir. Yine, anne veya babadan birinin çocuklarla birlikte yaşadığı tek ebeveynli aile ya da “eksik çekirdek aile” türü de %9.9 oranıyla görülmektedir.

Aile türlerinin alan araştırması yapılan illere göre dağılımına bakıldığında “geniş aile” türü Diyarbakır (23.6), Erzurum (%18.8) Tekirdağ (%18.8) ve Kayseri’de (%17.09 daha fazla görülmektedir. “Çocuklu çekirdek aile” türü, Erzurum (%75), İstanbul (%72.6) Malatya (%71.4) ve Kayseri (%71.3) illerinde daha fazla oranda görüldüğü belirlenmiştir. “Çocuksuz çekirdek aile” türü ise İzmir (%20.3), Tekirdağ (%17.6) ve Samsun (%17.4) illerinde daha fazla görülmektedir.

Bu veriler, geleneksellik ile modernlik çerçevesinde Türkiye’nin doğu batı ekseninde yapısını ortaya koymaktadır. Geleneksel değer ve normların az da olsa hakim olduğu bölgelerde geleneksel aile türü ve çocuklu çekirdek aile, modernliğin daha hakim olduğu bölgelerde çocuklu çekirdek aile ve çocuksuz çekirdek aile türü daha fazla görülmektedir. Bu aile türleri hiç şüphesiz sosyal ilişkilerin boyutunu da ortaya koyması bakımından önemlidir. Geleneksel aileden çocuksuz çekirdek aileye doğru bir eksen çizildiğinde sosyal ilişkilerin bir azalış ve zayıflama eğilimi gösterdiği anlaşılmaktadır..

6.4.2. Hane Halkı Üyelerinin Bir Araya Geldikleri Zaman

Ailede sosyal ilişkileri ve aile yapısını analiz etme çerçevesinde aile üyelerinin bir araya geldikleri zaman ve bunun gerçekleşme düzeyleri ele alınmaktadır. Aile içi sosyal ilişkilerin düzeyini ortaya koymak açısından katılımcılara aile üyeleriyle ne sıklıkta bir araya geldikleri sorulmuştur. Aşağıdaki tabloda hane halkı üyelerinin bir araya geldikleri zaman ve sıklıkları yer almaktadır.

Tablo 23.Hane Halkı Üyelerinin Bir Araya Geldikleri Zaman ve Sıklıkları

	Hiç	Nadiren	Bazen	Sık Sık	Her zaman	Cevap Yok
Sabah Kahvaltısında	417 % 17.1	554 22.7	346 14.2	519 21.3	595 24.4	6 0.2
Akşam Yemeğinde	157 % 6.4	198 8.1	222 9.1	754 30.9	1100 45.1	6 0.2
Hafta Sonlarında	141 % 5.8	173 7.1	269 11.0	795 32.6	1054 43.2	5 0.2

Türk toplumunun aile yapısında sosyal ilişkilerin boyutunu ortaya koyması bakımından aile üyelerinin bir araya geldikleri zaman ve birlikte yaptıkları faaliyetler önemlidir. Bu çerçevede öncelikle aile üyelerinin sabah kahvaltısında, akşam yemeğinde ve hafta sonlarında bir araya gelme sıklıkları sorgulanmıştır. Bu durumu ortaya koyan Tablo 23'e göre hane halkı üyeleri akşam yemeğinde (%76) ve hafta sonlarında (%75.8) daha fazla bir araya gelirken sabah kahvaltısında (%45.7) daha az bir araya gelmektedirler.

Aile üyelerinin bir araya geldikleri zaman ailede sosyal ilişkilerin zaman çerçevesinde incelenmesine de imkân sağlamaktadır. Sabah, erkenden işe ya da okula gitmek durumunda olan bireyler gün içerisinde nadiren bir araya gelmekte ancak akşam yemeğinde aile üyelerinin önemli bir bölümü bir arada bulunmaktadır. Benzer bir durum hafta sonları için de geçerlidir.

**Grafik 4. Hanehalkı Üyelerinin Biraraya Gelme Düzeyleri**

Hanehalkı üyelerinin bir araya gelme düzeylerini gösteren Grafik 4, Türk aile yapısının günün hangi bölümlerinde daha fazla bir araya geldiklerini açık bir şekilde

ortaya koymaktadır. Dolayısıyla Türk toplumunda aile üyelerinin bir arada bulundukları zaman çerçevesinde değerlendirme yaptığımızda hafta sonları ve akşam yemekleri öne çıkarken, sabah kahvaltısında bir araya gelme düzeyi biraz daha düşüktür. Bu da modern toplum yapısının iş ve eğitim yaşamı çerçevesindeki yoğunluğunun bir sonucudur.

Tablo 24. Yerleşim Yerine Göre Aile Üyelerinin Genellikle Bir araya Geldikleri Zaman

$\chi^2 p = 0,000 < 0,05$		Sabah Kahvaltısında Bir Araya Gelme Sıklıkları						Toplam
		Hiç	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman	Cvp Yok	
	İL	12.7	31.2	19.8	17.1	19.0	0.2	100
	İLÇE	18.2	20.6	12.8	22.4	25.7	0.3	100
	BELDE	42.8	14.3	0	0	42.9	0	100
	KÖY	0	0	16.7	50.0	33.3	0	100
	Toplam	17.1	22.7	14.2	21.3	24.4	0.2	100
$\chi^2 p = 0,000 < 0,05$		Akşam Yemeğinde Bir Araya Gelme Sıklıkları						Toplam
		Hiç	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman	Cvp Yok	
	İL	3.2	10.7	15.1	29.5	41.1	0.2	100
	İLÇE	7.3	7.4	7.6	31.3	46.1	0.3	100
	BELDE	14.3	14.3	0	0	71.4	0	100
	KÖY	0	0	0	50.0	50.9	0	100
	Toplam	6.4	8.1	9.1	30.9	45.1	0.2	100
$\chi^2 p = 0,003 < 0,05$		Hafta Sonlarında Bir Araya Gelme Sıklıkları						Toplam
		Hiç	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman	Cvp Yok	
	İL	3.0	9.7	16.1	30.6	40.5	0	100
	İLÇE	6.5	6.4	9.7	33.2	43.9	0.3	100
	BELDE	14.3	14.3	14.3	0	57.1	0	100
	KÖY	0	0	16.7	50.0	33.3	0	100
	Toplam	5.8	7.1	11.0	32.6	43.2	0.2	100

Yerleşim yerine göre aile üyelerinin bir araya geldikleri zamanları gösteren Tablo 24'e göre sabah kahvaltısında bir araya gelme sıklık düzeyi sırasıyla köy, belde, ilçe ve il şeklindedir. Benzer şekilde akşam yemeğinde ve hafta sonlarında aile üyelerinin bir araya gelme sıklıkları il merkezlerinde diğer yerleşim birimlerine daha düşük düzeydedir. İl merkezlerinde yaşayanların aile üleriyle bir araya geldikleri en önemli zaman hafta sonları (%71.19)'dır. Akşam yemeği ise (%70.6) yine il merkezinde yaşayanların aile üleriyle bir araya geldikleri zaman dilimi olarak dikkat çekmektedir. Kent yaşamının yoğunluğu ve karmaşası içerisinde aile üyelerinin bir araya gelme sıklıkları diğer yerleşim birimlerine göre doğal olarak daha düşük düzeyde görülmektedir.

Araştırma yapılan kentler açısından ise sabah kahvaltısında aile üyelerinin en fazla bir araya geldiklerinin belirtildiği kentler Kayseri (%69.2), Malatya (%58.6) ve Diyarbakır (%54.)'dır. Akşama yemeğinde aile üyelerinin en yoğun bir araya geldiklerinin belirtildiği kentler Samsun (%85.9), Kayseri (%84) ve Malatya (80)'dır. Hafta sonlarında aile üyelerinin en fazla bir araya geldiklerinin belirtildiği kentler ise, Bursa (%85.4) Samsun (82.4) ve Malatya (81.4) olarak gözlemlenmiştir.

Türk toplumunun geleneksel kültürünün yoğunluğu ile bu veriler birbirini tamamlamaktadır. Modernleşme sürecinin aile yapısı üzerinde etkisinin daha yoğun olduğu bölgeler ve kentlerde sosyal ilişkiler daha az yoğunlukta iken, modernleşme sürecinin etkisinin kısmen az olduğu bölgeler ve kentlerde ailede sosyal ilişkiler daha yüksek yoğunlukta görülmektedir.

Modernleşmeden kaçış ya da modernleşmeden etkilenmemek mümkün değildir. Bununla birlikte Bauman'ın da (1999) ifade ettiği gibi modernleşme sürecinde hızlı ulaşım araçlarının kullanıma sokulması, yerel olarak tahkim edilmiş tüm toplumsal ve kültürel bütünlüklerin aşınması ve zayıflamasını beraberinde getirmiştir. Bunun sonucunda da geleneksel değerlerin yerini modernliğin sunduğu standartlar almaktadır. Modernleşme, toplumsal değerlerin yaşanması ve yeniden üretimi yerine, değerlerin tüketimi, standartlaştırılmış, tek tipleştirilmiş, bireyci bir toplum oluşturmayı hedeflemektedir. Bu anlamda, bunun etkilerini her toplumda olduğu gibi Türk toplumunda da görebilmek mümkündür.

6.5. AİLE VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA AİLE ÜYELERİNİN SOSYAL İLİŞKİLERİ

Aile en önemli siyasal toplumsallaşma aracı olarak bireylerin siyasal davranışlarında doğrudan ya da dolaylı olarak etkili olabilmektedir. Aile, seçimlerde siyasal tercihi belirleme sürecinde ortak karar alarak siyasal davranışa doğrudan etkide bulunabilir. Bunun yanında aile, siyasal toplumsallaşma sürecinde çocuğa siyasal eğilim ve siyasal davranışları doğrudan aktararak; siyasal davranışı gerçekleştirilmesi döneminde dolaylı olarak etkide bulunmaktadır.

Dünya var olduğu günden beri var olan kurumlardan biri olan ailenin yaşanan gelişmelere bağlı olarak işlevleri ve yapısı değişime uğramıştır. Ailede geleneksel toplumdan modern topluma geçişle büyük değişimlerin yaşanmasını sağlayan en önemli faktör sanayileşmedir. Sanayileşme üretim ilişkilerinde olduğu sosyal ilişkilerde de bir dizi değişimi sağlayınca bundan aile kurumu da etkilendi. Giddens'ın ifade ettiği gibi (1993: 117) sanayileşme öncesinde aile bir dizi geniş akrabalık ilişkilerine gömülmüştü ve ekonomik üretimin merkeziydi. Ailenin üretim merkezi olmaktan çıktığı endüstri toplumuna geçiş aileyi parçaladı. Akrabalık ilişkilerinin daralmasıyla anne-baba ve çocuklardan oluşan çekirdek aile ortaya çıktı. Ancak, çekirdek ailenin ortaya çıkmasıyla birlikte geniş aile yapısının ortadan kalkmadığını iki yapının da birlikte görüldüğünü söylemek mümkündür. Bu toplumsal değişimler ailenin yapısının yanı sıra işlevlerini etkilemiş, aile üyelerinin birbirlerine olan bağları zayıflamıştır.

Aile yapısında yaşanan değişimler, ailede karar alma süreçlerinde de etkisini göstermiş, aile reisi olan babanın görüş ya da eğiliminin tüm aile üyelerince benimsenmesi yerine belirli konularda aile üyelerinin görüşlerinin alındığı yeni bir yapı ortaya çıkmıştır. Böylesi bir yapının uygulamasının gerçekleştiği önemli konulardan biri de siyasal seçim süreçleridir. Bu bakımdan aile üyeleri bir arada iken siyasi gündemle ilgili konuşmaları diğer aile üyelerinin de görüşlerini ortaya koymasına imkân vermekte ve dolayısıyla ailenin siyasal eğilimi ortaya çıkmaktadır.

Ailede çeşitli vesilelerle gerçekleştirilen toplantılar ya da çeşitli konularda aile üyelerinin görüşlerinin alınması aile içi demokratik toplum yapısının bir sonucudur.

6.5.1. Aile Üyelerinin Siyasal Gündemle İlgili Konuşması

Aile, siyasal toplumsallaşma sürecinin merkezi ve temel aracıdır. Siyasal toplumsallaşma ailede başladıktan sonra diğer sosyal gruplar aracılığıyla devam eder. Siyasal toplumsallaşma sürecinde ailenin konumu sürece ilişkin temel değer, tutum ve kavramları aşılması bakımından önem taşımaktadır. Ailede siyasal toplumsallaşma sürecinde siyasal gündemle ilgili konuşma ve değerlendirmeler doğal olarak bu süreci etkilemektedir. Siyasal seçim süreçlerinde aile üyelerinin ortak bir karar vermesi en küçük sosyal grup olan aile kurumunun işleyişinin doğal bir sonucudur. Ancak, günümüzde bunun her zaman gerçekleştiğini söyleyebilmek mümkün değildir. Siyasal toplumsallaşma sürecinde bireyin aile dışında diğer eyleyenleri de sürece katması, ailenin siyasal karar alma sürecinde etkisini ve gücünü zayıflatmaktadır. Ancak, bununla birlikte geleneksel aile yapısında olduğu gibi, modern aile yapısında da aile üyeleri ortak bir karar çerçevesinde hareket edebilmektedirler. Geleneksel ailelerde bu aile reisinin otoritesi ile gerçekleşirken modern ailelerde ise aile için demokratik yapının işletilmesiyle sağlanabilmektedir.

Tablo 25. Aile Üyeleriyle Siyasal Gündemle İlgili Konuşma Durumu

	F	%
Hiç	709	27,5
Nadiren	441	17,1
Bazen	809	31,4
Sık sık	419	16,2
Her zaman	183	7,1
Cevap yok	18	0,7
Toplam	2579	100,0

Tablo 25'te katılımcıların aile üyeleriyle siyasal gündemle ilgili konuşma düzeylerinin dağılımları yer almaktadır. Örneklem grubunun önemli bir kısmı (%48.5) aile üyeleriyle siyasal gündeme ilişkin bazen veya nadiren konuştuklarını, %27.5 oranında bir bölümü ise aile üyeleriyle siyasal gündemle ilgili “hiç” konuşmadıklarını ifade etmektedirler. Aile üyeleriyle siyasal gündemle sık sık ve her zaman konuştuklarını ifade edenlerin oranının ise %23.3 olduğu görülmektedir.

Aile siyasal toplumsallaşma sürecinde en önemli araç olarak çocukluktan itibaren siyasal değer ve kültürün bireye öğretilmesinde temel bir rol üstlenmektedir. Ancak, aile sosyal bir kurum olarak sürekli biçimde siyasal gündemin değerlendirildiği bir siyasal mekanizma değildir. Bu çerçevede, ailenin siyasal toplumsallaşma süreci ile

belirli siyasal kültürü bireye aktardığından, sürekli bir güncelleme yapmak yerine zaman zaman bu verilerin değerlendirildiği bir sosyal kurum olarak değerlendirmenin daha doğru olacağı düşünülmektedir.

Tablo 26. Siyasi Parti Üyeliği İle Aile Bireyleri Bir Araya Geldiğinde Siyasal Gündemle İlgili Konuşmalar Yapılma Sıklığı

Aile Bireyleri Bir Araya Geldiğinde Siyasal Gündemle İlgili Konuşmalar Yapılma Sıklığı								
		Hiç	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman	Cevap yok	Toplam
Siyasi Parti Üyeliği	Evet	50	51	88	74	25	2	290
	%	17,2	17,6	30,3	25,5	8,6	,7	100,0
	Hayır	638	474	710	313	85	17	2237
	%	28,5	21,2	31,7	14,0	3,8	,8	100,0
	Eskiden üyeydim	7	7	10	11	2	0	37
	%	18,9	18,9	27,0	29,7	5,4	,0	100,0
	Cevap yok	2	2	4	6	0	1	15
	%	13,3	13,3	26,7	40,0	,0	6,7	100,0
	Toplam	697	534	812	404	112	20	2579
	%	27,0	20,7	31,5	15,7	4,3	,8	100,0
$\chi^2 = 70.469$ df=15 p= 0.000 <0.05								

Siyasi Parti üyeliği ile aile bireylerinin bir araya geldiklerinde siyasal gündemle ilgili konuşmalar yapma düzeyleri arasındaki ilişkiyi Ki Kare testi ile ortaya koyan Tablo 26'ya göre, siyasi parti üyesi olan ya da eskiden bir siyasi partiye üye olan bireyler ile aile üyelerinin siyasal gündemle ilgili konuşma yapma sıklığı arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur.

Bu anlamda gündelik yaşam içerisinde siyasal bir grup içerisinde bulunan bireyler aile içerisine siyasal gündemi taşıyarak ailenin diğer üyelerinin de siyasal gündemle ilgili tartışmalara katılmalarına neden olmaktadır şeklinde bir değerlendirme yapabilmek mümkündür. Sosyal ilişkiler ağı içerisinde siyasal nitelikli bir grup bulunan bireylerin bu grubun gündemini aile içerisine taşıdıkları söylenebilir.

6.5.2. Siyasal Seçimlerde Oy Kullanmadan Önce Aile Üyeleriyle Görüşme

Siyasal seçim süreci bir siyasal varlık olarak bireyin çeşitli sosyal gruplarla sosyal ilişkilerinde elde ettiği siyasal bilgilerin ve değerlendirmelerin ele alındığı bir süreçtir. Birey, siyasal davranışına karar verirken bir takım siyasal bilgiler çerçevesinde bir değerlendirme de bulunmaktadır. Siyasal bilgi kaynağı olarak medyanın yanında sosyal ilişki içerisinde bulundukları sosyal grupların da önemli bir yeri vardır. Bu sosyal

gruplardan biri de ailedir. Aile, bireylerin siyasal seçim süreçlerinde oy kullanmadan önce görüşlerinin alındığı bir sosyal gruptur. Bu değerlendirmeyi toplumun tamamı için yapmak mümkün değildir. Ancak, geleneksel değerlerin varlığını devam ettirdiği Türk toplumunda aile, hemen her konuda olduğu gibi siyasal konularda da zaman zaman görüşlerin ve değerlendirmelerinin alındığı bir sosyal grup olarak ağırlığını devam ettirmektedir.

Tablo 27. Siyasal Seçimlerde Oy Kullanmadan Önce Aile Üyeleriyle Görüşme Durumu

	F	%
Hiç	697	27,0
Nadiren	534	20,7
Bazen	812	31,5
Sık sık	404	15,7
Her zaman	112	4,3
Cevap yok	20	0,8
Toplam	2579	100,0

Bireyin siyasal davranışında etkili olan kurumların başında aile gelmektedir. Toplumsal değişimle birlikte aile kurumunun işleyişi de değişime uğramıştır. Bu kapsamda aile üyeleri belirli konularda karar almadan önce demokratik bir şekilde görüşlerini paylaşabilmektedirler. Sosyal ilişkilerin temel bileşeni olarak aile, bireyin siyasal davranış başta olmak üzere çeşitli konulardaki tutum ve davranışlarına yön verebilmektedir. Bu anlamda katılımcıların %20'si, "sık sık" veya "her zaman" siyasal seçim süreçlerinde oy kullanmadan önce aile üyeleriyle görüştüğünü ifade etmektedirler.

Türk toplumun aile yapısı içerisinde siyasal davranışa yönelik kararların demokratik bir düzlemde ele alınması bakımından bu veri kayda değer görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların %31.5'i "bazen", %20.7'si ise "nadiren" siyasal seçim süreçlerinde oy kullanmadan önce aile üyeleriyle görüştüğünü belirtmektedirler. Katılımcıların %27'si ise aile üyelerinin oy kullanmadan önce "hiç" görüşmediğini ifade etmektedirler.

Tablo 27'nin verilerine göre Türk toplumu siyasal seçim dönemlerinde oy kullanmadan önce aile üyelerinin görüş alış verişinde bulunduğu bir sosyal kurum olarak değerlendirilebilir. Hiç şüphesiz bu çerçevede aile üyelerinin siyasal tercihleri önem taşımaktadır.

Tablo 28. Siyasal Parti Üyeliğine Göre Siyasal Seçimlerde Oy Vermeden Önce Aile Üyelerinin Olarak Görüş Alış Verişinde Bulunma Düzeyi

Siyasal Seçimlerde Oy Vermeden Önce Aile Üyelerinin Görüş Alış Verişinde Bulunma Düzeyi									
		Hiç	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman	Cevap yok	Toplam	
Siyasi Parti Üyeliği	Evet	57	33	92	69	37	2	290	
	%	19,7	11,4	31,7	23,8	12,8	,7	100,0	
	Hayır	643	398	703	338	140	15	2237	
	%	28,7	17,8	31,4	15,1	6,3	,7	100,0	
	Eskiden üyeydim	7	7	11	6	6	0	37	
	%	18,9	18,9	29,7	16,2	16,2	,0	100,0	
	Cevap yok	2	3	3	6	0	1	15	
	%	13,3	20,0	20,0	40,0	,0	6,7	100,0	
Toplam		709	441	809	419	183	18	2579	
		%	27,5	17,1	31,4	16,2	7,1	,7	100,0
$\chi^2= 62.635$ df=15 p= 0.000 <0.05									

Katılımcıların siyasi parti üyeliği ile siyasi seçimlerde oy vermeden önce aile üyeleri olarak görüş alış verişinde bulunma düzeyi arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Tablo 28’de de görüldüğü üzere siyasi parti üyeliği (yeni-eskiden) bulunanlar ile siyasi parti üyeliği bulunmayanlar arasında farklı yaklaşımlar söz konusudur. Siyasi parti üyesi olmayan katılımcılar oy vermeden önce aile üyeleri arasında çok daha düşük düzeyde (yaklaşık olarak %7) görüşme yapıldığını ifade ederken, eskiden üyeydim diyenlerin oranı %16,2, mevcut siyasi parti üyeliği bulunanların oranı ise %13,5 olarak görülmektedir. Bu çerçevede, aile üyeleri arasından birinin siyasi parti üyeliği, ailenin diğer üyelerini de siyasi seçim süreçleriyle ilgili hale getirdiğinden siyasi parti üyelerinin aileleriyle oy kullanmadan önce görüşme yapma olasılığının yüksek olacağı ortaya çıkmaktadır. Burada siyasi partiye “eskiden üye olanların siyasi seçimlerde oy vermeden önce aile üyeleri ile görüşme oranının mevcut aktif üyelere oranla daha yüksek çıkması dikkat çekicidir. Bu durum siyasi partilere eskiden üye olanların siyasi bir kişilik haline gelerek, her ne kadar siyasette aktif bir siyasi katılım düzeyinde olmasa dahi siyasi toplumsallaşmanın sağladığı iç güdü ile en azından aile içi sosyal ilişkiler de siyaseti bir araç olarak kullandığı şeklinde değerlendirebiliriz.

6.5.3. Aile Üyelerinin Siyasal Tercihi

Aile temel bir sosyal grup olduğuna göre çeşitli konularda ortak bir karar çerçevesinde hareket etmeleri mümkündür. Sosyal grupların temel özelliği ortak bir

amaç ve hedef doğrultusunda hareket etme bilinci olduğu için bunun siyasal davranış çerçevesinde sonuçlarını görebilmek mümkündür.

Tablo 29. Aile Üyelerinin Siyasal Tercihi

	F	%
Aile bireylerinin tamamı aynı partiye oy verir	1309	50,8
Aile bireylerinden aynı partiye de farklı partiye de oy verenler var	516	20,0
Aile bireylerinin her biri farklı partiye oy verir	316	12,3
Kimin hangi partiye oy verdiği aile içinde bilinmez	336	13,0
Fikrim yok	44	1,7
Cevap yok	57	2,2
Oy kullanmam, kullanmıyorum	1	,0
Toplam	2579	100,0

Aile üyelerinin siyasal tercihinin dağılımını gösteren Tablo 26'ya göre, katılımcıların %50.8'i "aile bireylerinin tamamının aynı partiye oy verdiğini ifade etmektedir. Her ne kadar Tablo 29'a göre katılımcıların ancak %20'si aile üyelerinin oy kullanmadan önce görüşüklerini ortaya koysa da bu veri siyasal toplumsallaşma sürecinde aile üyelerinin aynı siyasal kültürün kaynağından beslendikleri için benzer bir siyasal davranış sergiledikleri şeklinde yorumlanabilir. Diğer yandan katılımcıların %20'si aile bireyleri içerisinde aynı partiye olduğu gibi farklı partiye oy verenlerin de olduğunu, %12.3'ü ise aile bireylerinin her birinin farklı bir partiye oy verdiğini ifade etmektedirler. Katılımcıların %13'ü ise aile içinde kimin hangi partiye oy verdiğinin bilinmediğini belirtmektedirler.

Sosyo-demografik değişkenler bakımından veriler incelendiğinde sosyal sınıflara göre aile üyelerinin siyasal tercihi arasında farklılıklar görülmektedir. Aile üyeleri, alt sınıf (%52.2) ve orta sınıfta (%51.2), üst sınıfa göre (%47.1) daha yüksek oranda aynı partiye oy vermektedir. Yine üst sınıfta, aile üyelerinin her birinin farklı partiye oy verme oranı (%14.3) ile kimin hangi partiye oy verdiğinin bilinmeme oranı (%15.7) artmaktadır. Eğitim düzeyi yükseldikçe de aile üyelerinin aynı partiye oy verme oranı düşmekte, aile üyelerinin farklı partilere oy verme oranı ile kimin hangi partiye oy verdiğinin bilinmeme oranı artmaktadır.

6.5.4. Ailede Siyasal Tercihe Karar Veren Kişi

Ailede siyasal tercihe karar veren ailenin yapısını ortaya koyması bakımından önemli bir veridir. Zira, bir bakıma ailenin siyasal seçim süreçlerinde demokratik

yapısını yansıtmaktadır. Siyasal seçim sürecinde birlikte karar veren demokratik bir aile yapısı mı yoksa aile reisi kararlarının uygulandığı otokratik bir aile yapısı mı toplumda yaygındır? Bu veriler hiç şüphesiz bu noktada değerlendirme yapabilme imkanı sunmaktadır.

Tablo 30. Ailede Siyasal Tercihe Karar Veren Kişi

	F	%
Baba/Erkek	277	10,7
Anne/Kadın	11	,4
Baba-Anne/karı-koca birlikte	119	4,6
Baba, anne ve çocuklar birlikte	144	5,6
Herkes kendi karar verir	1993	77,3
Fikrim yok	10	,4
Cevap yok	25	1,0
Toplam	2579	100,0

Ailede siyasal tercihe karar veren kişi dağılımının yapıldığı Tablo 30'a göre katılımcıların %77.3'ü siyasal tercihe herkesin kendi karar verdiğini ifade etmektedirler. Türk toplumunun ata erkil aile yapısının bir göstergesi olarak siyasal tercihe baba karar verir diyenlerin oranı ise %10.7'dir. Katılımcılardan, siyasal tercihe baba,anne birlikte diyenlerin oranı %4.6, baba, anne ve çocuklar birlikte diyenlerin oranı ise %5.6 olarak görülmektedir. Bu durum Bauman'ın ifade ettiği bireyselleşmiş toplumun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Kararları kendinin verdiği ya da kendisinin verdiğini düşündüğü, bireysel seçme özgürlüğünü yaşayan seçmen siyasal davranışını kendisinin belirlediğini düşünmektedir.

Bu tablo bireyselleşmiş bir toplumun siyasal davranışta da kendini gösterdiğinin bir yansıması olmakla birlikte Tablo 29'ta da görüldüğü üzere aile üyelerinin yarıdan fazlasının aynı partiye oy vermesi, siyasal toplumsallaşma sürecinin bir sonucu olduğu şeklinde yorumlanabilir. Birey, siyasal davranışta bulunurken kararını kendi almakta ancak karar vermesine yardımcı olacak argümanlar siyasal toplumsallaşma süreci ile aile başta olmak diğer araçlar tarafından kendisine işlenmektedir.

Tablo 31. Cinsiyete Göre, Ailede Siyasal Tercihe Karar Veren Kişi

Ailede Siyasal Tercihe Karar Veren Kişi									
		Baba/ Erkek	Anne/ Kadın	Baba- Anne/karı- koca birlikte	Baba, anne ve çocuklar birlikte	Herkes kendi karar verir	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Cinsiyet	Kadın	104	8	70	55	1014	4	10	1265
	%	8,2	,6	5,5	4,3	80,2	,3	,8	100,0
	Erkek	173	3	49	89	979	6	15	1314
	%	13,2	,2	3,7	6,8	74,5	,5	1,1	100,0
		277	11	119	144	1993	10	25	2579
Toplam	%	10,7	,4	4,6	5,6	77,3	,4	1,0	100,0
$\chi^2 = 32.289$ df= 6 p= .000 < .05									

Katılımcıların cinsiyetine göre, ailede siyasal tercihe karar veren kişiye yönelik değerlendirmeleri gösteren Tablo 31’de de görüldüğü üzere kadınlar daha yüksek düzeyde “herkes kendi karar verir” şeklinde bir değerlendirmede bulunurken, erkekler ise kadınlardan daha yüksek düzeyde siyasal tercihe baba karar verir şeklinde bir değerlendirmede bulunmaktadır.

Ailede siyasal tercihe karar verme ile aile türü arasında da anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Baba’nın siyasal tercihe karar verme oranı en yüksek geniş aile’de görülürken (%14.3), en düşük eksik çekirdek ailede (%2.5) görülmektedir. Annenin siyasal tercihe karar verme oranı en yüksek eksik geniş ailede (%2.2) görülürken, geniş ailede (%0.7), çocuklu çekirdek ailede (%0.4) olarak görülmektedir. Karı-kocanın birlikte karar verme oranı en yüksek çocuksuz çekirdek ailede (%10.5) görülürken, geniş ailede bu oran %3.8 olarak gözlemlenmiştir. Herkesin kendinin karar verdiği bir yapı en yüksek oran da eksik çekirdek ailede (%84.6), en düşük geniş ailede (%73.2) belirlenmiştir. Son tahlilde aile türü ile ailede siyasal davranışı belirleyen üyeler arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

6.5.5. Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Üzerine Oy Verme

Aile üyeleri birbirleriyle sürekli ve sıklık düzeyi yüksek bir sosyal ilişkiler ağı içerisinde bulunmaları nedeniyle, zaman zaman birbirlerinin siyasal davranışına yönelik olarak istek veya öneride bulunabilmektedirler. Sosyal ilişkilerin bir gereği olarak aile üyelerinin birbirlerini etkileme ve birbirlerinden etkilenmeleri olanaklıdır.

Tablo 32. Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme

	F	%
Evet	361	14,0
Hayır	2157	83,6
Hatırlamıyorum	47	1,8
Cevap yok	14	,5
Toplam	2579	100,0

Siyasal toplumsallaşma sürecinin en önemli araçlarından biri olan ailenin bu etkisi bireyin siyasal davranışında da kendini göstermektedir. Ailedeki sosyal ilişkilerin bireyin siyasal davranışına etkisini ortaya koyan Tablo 29'a göre katılımcılardan %14'ü aile üyelerinden birinin önerisi veya isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verdiğini ifade etmektedir. Ancak, burada katılımcılardan %83.6'sı ise aile üyelerinden birinin önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy vermediğini belirtmektedir.

Siyasal seçimlerde oy kullanmadan aile üyeleriyle her zaman görüşme yapan bireyler daha yüksek oranda ailenin fertlerinden birinin önerisi üzerine bir partiye oy verirken; aile de bu tür görüşmelerin olmadığı bireyler aile fertlerinden birinin önerisi üzerine daha düşük düzeyde oy verdiğini ifade etmektedir. Bütün bu veriler değerlendirildiğinde ailedeki siyasal gündemin düzeyi ile aile üyelerinin birbirlerini siyasal davranış noktasında etkilemesi açısından bir paralellik olduğu söylenebilir.

Tablo 33. Cinsiyete Göre, Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme

Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme							
		Evet	Hayır	Hatırlamıyorum	Cevap yok	Toplam	
Cinsiyet	Kadın	207	1025	26	7	1265	
	%	16,4	81,0	2,1	,6	100,0	
	Erkek	154	1132	21	7	1314	
	%	11,7	86,1	1,6	,5	100,0	
Toplam		361	2157	47	14	2579	
		%	14,0	83,6	1,8	,5	100,0
$\chi^2= 12,695$ df= 5 p= .005 <.05							

Tablo 33, katılımcıların cinsiyetlerine göre aile üyelerinden birinin önerisi veya isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verme ilişkisini göstermektedir. Buna göre kadınların erkeklere göre aile üyelerinden birinin önerisi veya isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verme oranı daha yüksektir. Bu durum geleneksel yapımız ile de ilgilidir. Siyaset, erkeklerin daha fazla ilgi duyduğu, daha fazla siyasal katılım gösterdiği bir olgu olması dolayısıyla kadınlar ailenin diğer üyelerinin etkisine daha fazla açıktır.

Tablo 34. Öğrenim Durumuna Göre Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme

Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme			Evet	Hayır	Hatırlamıyorum	Cevap yok	Toplam
Öğrenim durumu	Okur yazar değil	%	10 22,7	31 70,5	3 6,8	0 ,0	44 100,0
	Okur yazar	%	12 24,5	37 75,5	0 ,0	0 ,0	49 100,0
	İlkokul	%	134 17,0	632 80,4	17 2,2	3 ,4	786 100,0
	Ortaokul /İlköğretim	%	51 11,6	380 86,8	5 1,1	2 ,5	438 100,0
	Lise veya dengi okul	%	103 12,4	707 85,3	11 1,3	8 1,0	829 100,0
	Üniversite	%	48 12,0	339 85,0	11 2,8	1 ,3	399 100,0
	Lisansüstü	%:	2 6,5	29 93,5	0 ,0	0 ,0	31 100,0
	Cevap yok	%	1 33,3	2 66,7	0 ,0	0 ,0	3 100,0
	Toplam	%	361 14,0	2157 83,6	47 1,8	14 ,5	2579 100,0
	$\chi^2 = 38.108$ df= 21 p= .0.013 <0 .05						

Katılımcıların öğrenim durumları ile aile üyelerinden birinin önerisi veya isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verme oranı ilişkisini gösteren Tablo 34'e göre, öğrenim durumu yükseldikçe aile üyelerinden birinin isteği üzerine bir partiye oy verme oranı düşmektedir. Eğitim düzeyi düşük birey, ailenin diğer üyeleri tarafından etkilenebilir ya da yönlendirilebilirken eğitilmiş birey aile üyelerinin önerisi dışında başka faktörlere de bakmakta ve kararını elde ettiği siyasal bilgi doğrultusunda vermektedir. Bu durumda da aile üyelerinin etkisi eğitim düzeyi yüksek bireyde daha düşük oranda gerçekleşmektedir.

Tablo 35. Medeni Duruma Göre, Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme

Aile Üyelerinden Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme						
		Evet	Hayır	Hatırla mıyorum	Cevap yok	Toplam
Medeni Durum	Evli	266	1400	32	5	1703
	%	15,6	82,2	1,9	,3	100,0
	Bekâr	72	605	10	8	695
	%	10,4	87,1	1,4	1,2	100,0
	Boşanmış	12	69	0	0	81
	%	14,8	85,2	,0	,0	100,0
	Dul (eşi ölmüş)	10	79	5	1	95
	%	10,5	83,2	5,3	1,1	100,0
	Cevap yok	1	4	0	0	5
	%	20,0	80,0	,0	,0	100,0
	Toplam	361	2157	47	14	2579
	%	14,0	83,6	1,8	,5	100,0

$\chi^2 = 28,111$ df= 12 p= .005 =.0.05

Tablo 35’de aile üyelerinden birinin önerisi veya isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verme ile medeni durum sorgulanmaktadır. Buna göre, katılımcılardan evli olanlar ile boşanmış olanlar aile üyelerinden birinin isteği üzerine bir partiye oy vermesi daha yüksek oranda gerçekleşirken; bekar ya da eşi vefat etmiş olanlarda bu oran daha düşük düzeyde görülmektedir. Bu bakımdan medeni durum değişkeninin aile üyelerinin siyasal davranış ortaya koyarken birbirlerini etkilemesi bakımından kayda değer olduğu söylenebilir.

Tablo 36. Yaş Göre, Aile Üyelerinden Birinin İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)

	Kareler Toplamı	df	Ortalamanı n Karesi	F	Sig.
Gruplar Arasında	1567,360	3	522,453	2,374	,068
Gruplar Dahilinde	566688,484	2575	220,073		
Toplam	568255,843	2578			

Katılımcıların yaşı ile oy verme davranışı üzerinde aile üyelerinin olası etkisi arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($F=2.374$, $sd= 2575$, $p= .068$). Yani her yaş grubundan insanlar aile üyelerinin isteği ya da önerisi ile bir partiye oy verebilir ya da vermeyebilir. Bu durum, siyasal tercihler noktasında her yaş grubundan bireylerin ailenin etkisine açık olduğunu göstermektedir.

Bütün bu veriler çerçevesinde son tahlilde, Hipotez 4 doğrulanmaktadır. Buna göre, Türk seçmenin siyasal davranışında ailenin etkisi diğer sosyal ilişki gruplarından daha fazla gerçekleşmektedir. Aile üyelerinin siyasal davranışa etkisi cinsiyet, öğrenim durumu ve medeni durum arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır

6.6. AKRABA İLİŞKİLERİ VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA AKRABALARIN SOSYAL İLİŞKİLERİ

Sosyal yaşam içerisinde sosyal ilişki grupları arasında önemli olan olgulardan biri de akrabalarla ilişkilerdir. Türk toplumunun aile örüntüsü içerisinde akrabalık bağları ve akrabalarla sosyal ilişkilerin önemli bir yeri vardır.

Aynı kan bağından gelen ya da evlilik bağı ile oluşan yakınlığa akrabalık denir. En temelde anne, baba, çocuk, kardeş, büyük baba, büyük anne, amca, dayı, hala, teyze ve dayı ile başlayan ve çevreye doğru gittikçe genişleyen yakınlık sistemidir (TAYA, 2011: 49). Akrabalarla sosyal ilişkiler geniş aile yapısının önemli bir sosyal ilişkiler örüntüsüdür. Çünkü, modernleşme sürecinin ailede yaptığı yapısal dönüşüm akrabalarla sosyal ilişkilerin niceliği ve niteliğini de etkilemiştir. Geleneksel aile yapısında geniş bir akrabalık bağı ve akrabalarla daha güçlü bir sosyal ilişkiler ağı var ilen, modern çekirdek aile yapısında daha sınırlı bir akrabalık bağı ve daha zayıf sosyal ilişkiler ağı söz konusudur. Yine bu yapısal dönüşüm neticesinde akrabalarla sosyal ilişkiler ancak yılın belirli dönemlerinde ve belirli bayram, düğün, cenaze gibi geleneksel ritüeller aracılığıyla gerçekleşebilir bir hale gelmiştir.

Bütün bunlarla birlikte Türk toplumunda modernleşme sürecinin beraberinde getirdiği ailede yapısal bir dönüşümün neticesi olarak çekirdek aile yapısı içerisinde sosyal ilişki biçimlerinde bir takım değişiklikler olmakla birlikte akrabalarla sosyal ilişkilerin birincil ilişkiler kategorisinde devam ettiğini de belirtmekte yarar vardır. Katılımcıların akrabalarla sosyal ilişkiler düzeyini belirlemek amacıyla elde edilen veriler de bu durumu doğrular niteliktedir.

Akrabalık ilişkileri, birincil sosyal ilişkiler bakımından önemlidir. Sosyal ilişkiler, ailede başlayan akraba çevresinde devam eden bir süreçtir. Bu anlamda akraba ilişkilerinin boyutu, düzeyi, hangi geleneksel ritüeller çerçevesinde ve hangi zaman sıklığında gerçekleştiği önemlidir. Katılımcıların akrabalarla sosyal ilişkileri ne düzeyde yaşadıklarını belirlemeye dönük, “bazı kültürel ritüellerde akrabaların ziyaret edilme düzeyi ile akrabalarla yüz yüze ne sıklıkta görüşüldüğü” nü belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. Bu sorular çerçevesinde Türk toplumunun akrabalarla sosyal ilişki düzeyine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

6.6.1. Görüşülen Akrabalarla Oturma Mesafesi

Akraba ilişkileri Türk toplumunun temel dinamiklerinden, önemli sosyal ilişki ağlarından biridir. Akrabalık ilişkileri geleneksel bir ritüel olmasının yanında yardımlaşma, paylaşma, ortak hareket etme, psikolojik ihtiyaçları karşılama gibi yönleri de vardır. Çünkü, toplumsal yapımızda akrabalık ilişkileri iyi günde ve kötü günde bireyin yanında olarak paylaşma fonksiyonunu üstlenmektedirler. Ancak, kentleşme geleneksel toplumda genellikle çok yakın mekânlarda yaşayan akrabaların mekânlarını uzaklaştırmıştır. Zaman ve mekâna ilişkin değerlendirmelerin çok önemli bir yerinin olmadığı modern toplumda yüz yüze sosyal ilişki sürecinde bu iki olgu önemini devam ettirmektedir. Özellikle modernleşmenin ortaya çıkardığı yoğunluğa bir de mesafe eklenince bireylerin yüz yüze sosyal ilişkilerini olumsuz yönde etkilemektedir.

Tablo 37. Görüşülen Akrabalarla Oturma Mesafesi

	F	%
Aynı binada	62	2,4
Aynı mahallede	511	19,8
Aynı ilçe/semte	566	21,9
Aynı şehirde	1019	39,5
Farklı şehirlerde	405	15,7
Cevap yok	16	,6
Toplam	2579	100,0

Türk toplumunun sosyal ilişkiler ağı içerisinde akrabaların önemli bir yeri vardır. Kan bağına dayalı sosyal ilişkilerin gerçekleştiği akrabalık ilişkilerinde yaşam mekânlarının birbirleriyle olan mesafesi sosyal ilişki sürecini etkileyebilmektedir.

Tablo 37'ye göre katılımcıların %39.5'i görüştüğü akrabalar ile aynı şehirde oturduğunu, %21.9'u aynı semtte, %19.8'i aynı mahallede, %2.4'ü ise aynı binada oturduğunu ifade etmektedir. Ulaşım teknolojisinden yararlanarak mesafe uzaklığına rağmen farklı şehirlerde oturan akrabaları ile görüşenlerin oranı ise %15.7'dir. Bu çerçevede, akrabalarla sosyal ilişkilerde mesafe önemli bir engel değildir.

Aynı binada oturanların %66.1'i akrabaları ile her gün görüştüğünü ifade ederken, aynı mahallede oturanların %24.1'i, aynı semtte oturanların %4.9'u, aynı şehirde oturanların %2.72'si akrabaları ile her gün yüzyüze görüştüğünü ifade etmektedirler.

Akrabaları ile farklı şehirlerde oturan katılımcıların %15.8'i ayda bir gün, %71.6'sı ise yılda birkaç kez akrabaları ile yüzyüze görüştiklerini belirtmektedirler. Bu

çerçevede akrabalarla sosyal ilişkilerde mekan ve mesafe önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

6.6.2. Akrabalarla Yüz Yüze Görüşme Sıklığı

Akrabalar kan ya da soy bağına dayalı sosyal ilişkiler grupları olarak Türk toplumunun gündelik yaşamında ve sosyal ilişkilerinde önemli bir yere sahiptir. Modernleşme sürecinin ailede gerçekleştirdiği değişim akrabalarla sosyal ilişkileri de etkileyebilmekte ve bu çerçevede akrabalarla sosyal ilişkiler zayıflayabilmektedir. Türk toplumunda bu sürecin olumsuz etkileri olmakla birlikte, çok yüksek düzeyli bir değişim ya da akrabalarla sosyal ilişkilerin sona ermesi gibi bir durum söz konusu değildir. Organik bir dayanışmanın ağırlığının olduğu günümüzde akrabalarla görüşme süresi biraz daha aralıklı olarak gerçekleşmektedir.

Tablo 38. Akrabalarla Yüz Yüze Görüşme Sıklığı

	F	%
Her gün	220	8,5
Haftada birkaç gün	465	18,0
Haftada bir gün	635	24,6
Ayda bir gün	707	27,4
Yılda birkaç kez	497	19,3
Görüşmüyoruz	42	1,6
Cevap yok	13	,5
Toplam	2579	100,0

Akrabalarla yüz yüze sosyal ilişkilerin düzeyini gösteren Tablo 38'e göre katılımcıların yarısından fazlasının (%51.1) akrabalarıyla haftada bir gün veya daha az sürede yüz yüze görüştüğünü göstermektedir. Katılımcılardan akrabaları ile ayda bir gün ya da yılda birkaç kez yüz yüze görüştüğünü ifade edenlerin oranı ise %46.7'dir. Bu durum akrabalarla sosyal ilişkilerin Türk toplumunda yüksek düzeyli bir şekilde gerçekleşmediğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir. Akrabalar toplumsal yapımızda aile üyeleri niteliğinde değerlendirilmekte ve ailenin bir parçası ya da uzvu olarak görülmektedir. Bu nedenle akrabalarla sosyal ilişkiler, toplumsal yapımız içerisinde yoğunluğunu devam ettirmektedir. Bu da bireylerin sosyal ilişkilerinin aile dışındaki kan bağına dayalı sosyal gruplarla da devam ettiğini işaret etmektedir.

Tablo 39. Cinsiyete Göre, Akrabalarla Yüz Yüze Görüşme Sıklığı

Akrabalarla Yüz Yüze Görüşme Sıklığı									
		Her gün	Haftada birkaç gün	Haftada bir gün	Ayda bir gün	Yılda birkaç kez	Görüş müyoruz	Cevap yok	Toplam
Cinsiyet	Kadın	103	212	339	358	235	14	4	1265
	%	8,1	16,8	26,8	28,3	18,6	1,1	,3	100,0
	Erkek	117	253	296	349	262	28	9	1314
	%	8,9	19,3	22,5	26,6	19,9	2,1	,7	100,0
Toplam		220	465	635	707	497	42	13	2579
		%	8,5	18,0	24,6	27,4	19,3	1,6	,5
$\chi^2= 14,663$ df=6 p= .0.02 <0.05									

Cinsiyet değişkenine göre akrabalarla yüz yüze görüşme düzeyini gösteren Tablo 39'a göre, kadınlar (%51.7) erkeklere oranlara (%50.7) az da olsa akrabalarla hafta bir gün ve altında daha fazla sosyal ilişkiler içerisindedirler. Katılımcılara göre hem kadınların hem de erkeklerin akrabaların en yoğun görüştüğü zaman mesafesi ise “ayda bir gün olarak” dikkat çekmektedir. Ancak, kadınlar haftalık görüşmelerini erkeklerden daha yüksek düzeyde gerçekleştirmektedirler. Bu bakımdan cinsiyet değişkeninin akrabalarla yüz yüze görüşme düzeyi bakımından farklılık gösterdiği söylenebilir.

Tablo 40. Yerleşim Yerine Göre Akrabalarla Yüz Yüze Görüşme Sıklığı

Akrabalarla Yüz Yüze Görüşme Sıklığı										
		Her gün	Haftada birkaç gün	Haftada bir gün	Ayda bir gün	Yılda birkaç kez	Görüş müyoruz	Cevap yok	Toplam	
Yerleşim Yeri	İl		22	88	100	163	139	16	4	532
		%	4,1	16,5	18,8	30,6	26,1	3,0	,8	100,0
	İlçe		196	374	532	541	355	24	9	2031
		%	9,7	18,4	26,2	26,6	17,5	1,2	,4	100,0
	Belde		0	1	1	2	1	2	0	7
		%	,0	14,3	14,3	28,6	14,3	28,6	,0	100,0
	Köy		2	1	2	1	0	0	0	6
		%	33,3	16,7	33,3	16,7	,0	,0	,0	100,0
Cevap yok		0	1	0	0	2	0	0	3	
	%	,0	33,3	,0	,0	66,7	,0	,0	100,0	
Toplam			220	465	635	707	497	42	13	2579
		%	8,5	18,0	24,6	27,4	19,3	1,6	,5	100,0
$\chi^2= 97,662df=24 \text{ p= .0.000 <0.05}$										

Yerleşim yerine göre akrabalarla yüz yüze görüşme düzeyi arasındaki ilişkiyi gösteren Tablo 40'a göre yerleşim yeri farklılığı ile akrabalarla yüz yüze görüşme düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu tablo akrabalarla sosyal ilişkilerin düzeyini kent ve kırsal arasında karşılaştırması bakımından dikkate değerdir. Akrabalarla

sosyal ilişkilerin düzeyini ortaya koyması açısından mekan kadar yerleşim birimi de önemlidir. Bu çerçevede, il merkezinde yaşayanlar akrabaları ile daha yoğun olarak ayda bir gün ve üzerinde görüşürken kır da yaşayanlar ise daha yoğun olarak haftada bir gün altındaki zaman sürecinde görüşmektedirler. Bu bakımdan mekan ve zaman sosyal ilişkilerin düzeyini belirlemesi açısından önemli bir husus olarak değerlendirilmektedir.

Akrabalarla sosyal ilişkiler çerçevesinde siyasal konular da çeşitli vesilelerle gündeme gelecektir. Akrabalar arası sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi üç şekilde olabilmektedir.

Bunlardan birincisi akraba üyelerinden birinin aktif siyasette yer alarak aday olması durumunda diğer akraba üyeleri de aidiyet kültürü çerçevesinde ya da rasyonel beklentileri doğrultusunda bu kişinin partisini destekleyebilmektedir. İkincisi, akraba üyelerinden birinin bir siyasal partide görev alması durumunda diğer akraba üyeleri de akrabalık ilişkileri çerçevesinde bu kişinin görev aldığı partiyi destekleyebilmektedir. Üçüncüsü ise, akraba üyeleri arasında yer alan bir büyüğün ya da kanaat önderinin bir siyasal eğilimi desteklemesi durumunda diğer akraba üyeleri de aidiyet kültürü çerçevesinde bu kanaat önderinin görüşleri doğrultusunda bir siyasal davranışta bulunabilmektedir. Bu durum daha çok geleneksel toplumlarda aşiret kültürünün hakim olduğu yapılarda görülmektedir.

Bu çerçevede niteliği ne olursa olsun akrabalarla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi tartışma konusudur. Bu manada katılımcıların “akraba üyelerinden birinin isteği ya da önerisi üzerine herhangi bir parti ya da aday yönünde siyasal davranışta bulunması” akrabalarla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisini ortaya koyabilecek bir veridir.

6.6.3. Akrabalardan Birinin Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu

Akrabalarla sosyal ilişkilerin düzeyinin yüksek olması birbirlerinden etkilenme ya da ortak bir amaç için birbirlerinin istek ve önerilerini karşılama durumunu ortaya çıkarmaktadır. Bu durumda birey, bir akrabasının isteği ya da önerisi doğrultusunda siyasal bir davranış ortaya koyabilmektedir. Elbette ki bu durum yaşam birliği yapılan aile üyeleriyle aynı oranda gerçekleşemeyebilir. Çünkü, akrabalar arasında sosyal ilişkiler kan bağı çerçevesinde gerçekleşirken ailede sosyal ilişkiler bu bağın yanında ortak bir yaşam birliği anlayışı içerisinde gelişmektedir.

Tablo 41. Akrabalardan Birinin Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu

	F	%
Evet	109	4,2
Hayır	2432	94,3
Hatırlamıyorum	26	1,0
Cevap yok	12	,5
Toplam	2579	100,0

Katılımcıların akrabalarından birinin isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verme durumunu gösteren Tablo 41'e göre, akrabalarından birinin isteği üzerine oy verdiğini belirtenlerin oranı sadece %4.2'dir. Buna karşın akrabalarından birinin isteği üzerine oy vermediğini belirtenlerin oranı ise %94.3'tür. Buna göre akrabalarla sosyal ilişkilerin siyasal davranışta etkisinin az da olsa bulunduğu söylenebilir.

Tablo 42. Akrabalarla Yüz yüze Görüşme Düzeyine Göre Bir Akrabanın İsteği Üzerine Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu

Bir Akrabanın İsteği Üzerine Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu							
		Evet	Hayır	Hatırlamı yorum	Cevap Yok	Toplam	
Akrabalarla Yüz yüze Görüşme Sıklığı	Her gün	20	199	0	1	220	
	%	9,1	90,5	,0	,5	100,0	
	Haftada birkaç gün	21	438	5	1	465	
	%	4,5	94,2	1,1	,2	100,0	
	Haftada bir gün	32	592	6	5	635	
	%	5,0	93,2	,9	,8	100,0	
	Ayda bir gün	18	678	9	2	707	
	%	2,5	95,9	1,3	,3	100,0	
	Yılda birkaç kez	18	472	6	1	497	
	%	3,6	95,0	1,2	,2	100,0	
	Görüşmüyoruz	0	41	0	1	42	
	%	,0	97,6	,0	2,4	100,0	
	Cevap yok	0	12	0	1	13	
	%	,0	92,3	,0	7,7	100,0	
Toplam		109	2432	26	12	2579	
		%	4,2	94,3	1,0	,5	100,0
$\chi^2= 46.277$ df=18 p= 0.000 <0.05							

Tablo 41'de akrabalarla yüz yüze görüşme düzeyi ile bir akrabanın isteği üzerine oy verme arasındaki ilişki yer almaktadır. Bu çerçevede yüz yüze görüşme düzeyi ile akrabanın isteği üzerine oy verme arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Akrabalarla sosyal ilişkiler çerçevesinde yüz yüze görüşme düzeyi arttıkça diğer bir ifade ile akrabalarla yüz yüze görüşme zaman aralığı kısaldıkça akraba üyelerinin

siyasal davranıştaki etkisi artmaktadır. Bu durumda akrabalarla sosyal ilişkilerin düzeyi ile akrabaların siyasal davranış konusunda birbirlerini etkileme düzeyleri paralel bir görünüm ortaya koymaktadır. Zaman aralığı olarak daha kısa sürede gerçekleşen sosyal ilişkiler, siyasal davranışta daha etkili olurken, zaman aralığı uzadıkça bu etkinin düzeyi de düşmektedir. Hipotez 5’de ifade edildiği gibi, akrabalarla sosyal ilişkilerin süreklilik düzeyi ile akrabaların siyasal davranışa etkisi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Akrabalarla daha yüksek düzeyde bir araya gelen seçmenlerin siyasal davranışına akrabaların etkisi daha fazla görülmektedir.

Tablo 43. Akrabanın İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum Yargısına Katılım Düzeyi

Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum									
		Kesinlikle Katıl mıyorum	Katıl mıyorum	Ne katılı yorum, ne katıl mıyorum	Katılı yorum	Kesinlikle katılıyorum	Fikrim yok	Cevap yok	Tablo
Akrabanın isteği üzerine bir partiye oy verme	Evet	29	55	8	13	4	0	0	109
	%	26,6	50,5	7,3	11,9	3,7	,0	,0	100,0
	Hayır	1060	1006	174	106	30	46	10	2432
	%	43,6	41,4	7,2	4,4	1,2	1,9	,4	100,0
	Hatırla mıyorum	6	12	4	2	2	0	0	26
	%	23,1	46,2	15,4	7,7	7,7	,0	,0	100,0
	Cevap yok	6	3	0	0	0	0	3	12
	%	50,0	25,0	,0	,0	,0	,0	25,0	100,0
Toplam		1101	1076	186	121	36	46	13	2579
		%	42,7	41,7	7,2	4,7	1,4	1,8	,5 100,0
$\chi^2= 1.884$ df=18 p= 0.000 <0.05									

Bir sosyal grubun üyesi olan birey bir takım saiklerle ya da endişelerle sosyal grubun beklentilerini karşılamak durumundadır. Bunlardan biri de sosyal çevreden dışlanma endişesidir. Bu manada Tablo 43’te de görüldüğü üzere bir akrabanın isteği üzerine bir partiye oy verme ile “sosyal çevremden dışlanmaktansa siyasi tercihim değişmeyi daha uygun bulurum” yargısına katılım düzeyi arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Bir akrabanın isteği üzerine oy verdiğini belirtenlerin, “sosyal çevremden dışlanmaktansa siyasi tercihim değişmeyi daha uygun bulurum” yargısına katılım düzeyi, bir akrabanın isteği üzerine oy vermediğini ifade edenlerden daha yüksektir. Bu

çerçevede akrabalarla sosyal ilişkilerde dışlanma endişesinin siyasal davranış üzerinde etkisinin olduğu söylenebilir.

Tablo 44. Akrabanın İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Seçim Döneminde Çevremden Siyasi Tercihlerim Konusunda Baskı Yapıldığını Hissediyorum Yargısına Katılım Düzeyi

		Seçim Döneminde Çevremden Siyasi Tercihlerim Konusunda Baskı Yapıldığını Hissediyorum								
			Kesinlikl e Katılımı yorum	Katılm ı yorum	Ne katılı yorum , ne katımlı yorum	Katılı yoru m	Kesinlikl e Katılı yorum	Fikri m yok	Ceva p yok	Topla m
Akrabanı n isteği üzerine bir partiye oy verme	Evet	%	29 26,6	53 48,6	12 11,0	11 10,1	4 3,7	0 ,0	0 ,0	109 100,0
	Hayır	%	947 38,9	1050 43,2	208 8,6	159 6,5	28 1,2	33 1,4	7 ,3	2432 100,0
	Hatırla mıyoru m	%	8 30,8	8 30,8	8 30,8	1 3,8	1 3,8	0 ,0	0 ,0	26 100,0
	Cevap yok	%	4 33,3	5 41,7	0 ,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	3 25,0	12 100,0
Toplam		%	988 38,3	1116 43,3	228 8,8	171 6,6	33 1,3	33 1,3	10 ,4	2579 100,0
$\chi^2 = 2.227$ df=18 p= 0.000 <0.05										

Sosyal ilişkilerde sosyal çevreden dışlanma endişenin yanında bireyin tercihlerine yönelik baskı yapılması da söz konusudur. Tablo 44'e göre akrabaların isteği üzerine oy verme ile seçim döneminde çevremden siyasi tercihlerim konusunda baskı yapıldığını hissediyorum yargısına katılım düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre, katılımcılardan bir akrabanın isteği üzerine oy verenler siyasi tercihleri konusunda bir baskı gördüklerini ifade etmektedirler. Mahalle baskısı olarak da ifade edilebilecek bu tür bir girişim bireyin sosyal ilişkiler ağının siyasal tercihini etkilemesi noktasında bir araç olarak kullanılabildiğini göstermesi bakımından dikkat çekici bulunmaktadır.

Tablo 45. Akrabanın İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Bir Gruba Ait Olmak Aidiyet ve Kimlik Kazandırır Yargısına Katılım Düzeyi

Bir Gruba Ait Olmak Aidiyet ve Kimlik Kazandırır										
		Kesinlikle Katılmış yorum	Katılmış yorum	Ne katılı yorum, ne katılmış yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam	
Akrabanın isteği üzerine bir partiye oy verme	Evet	1	3	19	50	24	10	2	109	
	%	,9	2,8	17,4	45,9	22,0	9,2	1,8	100,0	
	Hayır	45	240	258	962	742	149	36	2432	
	%	1,9	9,9	10,6	39,6	30,5	6,1	1,5	100,0	
	Hatırlamıyorum	0	2	3	11	8	2	0	26	
	%	,0	7,7	11,5	42,3	30,8	7,7	,0	100,0	
	Cevap yok	2	1	3	4	1	1	0	12	
	%	16,7	8,3	25,0	33,3	8,3	8,3	,0	100,0	
Toplam		48	246	283	1027	775	162	38	2579	
		%	1,9	9,5	11,0	39,8	30,1	6,3	1,5	100,0
$\chi^2 = 35.364$ df=18 p= 0.009 <0.05										

Bireyin sosyal çevresine aitlik duygusu da sosyal davranışlarında olduğu gibi siyasal davranışlarında da önemli bir belirleyicidir. Tablo 45'te bir akrabanın isteği üzerine oy verme ile "bir gruba ait olmak aidiyet ve kimlik kazandırır" yargısına katılım düzeyi arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Bir gruba ait olduğunu hisseden birey, grubun istek ve önerilerini de dikkate alabilmektedir.

Bu kapsamda, bir akrabasının isteği üzerine oy verdiğini ifade eden bireylerin "bir gruba ait olmak aidiyet ve kimlik kazandırır" yargısına katılım düzeyi, akrabaların isteği üzerine oy vermediklerini ifade eden katılımcıların oranıyla yakın düzeydedir. Buna karşın, yargıya katılma oranını akrabaların isteği üzerine oy verenlerde daha düşük olarak görülmektedir.

Tablo 46. Yaşa Göre, Bir Akrabanın İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)

	Kareler Toplamı	df	Ortalamanın Karesi	F	Sig.
Gruplar Arasında	2532,554	3	844,185	3,842	,009
Gruplar Dahilinde	565723,290	2575	219,698		
Toplam	568255,843	2578			

Tablo 46'ya göre katılımcıların yaşı ile oy verme davranışı üzerinde akrabaların olası etkisi arasında ise istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar dikkat çekmektedir ($F=3.842$, $sd= 2575$, $p= .009$). Söz konusu anlamlı farklılıklara göre; gençler ($ort= 37.83$) bu soruyu cevapsız bırakırken, yaşlılar ($ort= 45.19$) hatırlamadığını ifade etmiştir. Soruya evet cevabını verenlerin yaş ortalaması 39.70, hayır cevabını verenlerin yaş ortalaması 39.05'tir

6.7. KOMŞULUK İLİŞKİLERİ VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA KOMŞULARLA SOSYAL İLİŞKİLER

Geleneksel toplumlarda komşular, aile ve akrabadan sonra sosyal ilişkilerin en yoğun olarak gerçekleştiği sosyal ağıdır. Ancak, modern toplumlarda yaşanan mekânsal geçicilik, uzun vade yok anlayışı komşularla sosyal ilişkileri de olumsuz yönde etkiledi.

Komşuluk mekâna bağlı olarak gerçekleşen bir sosyal ilişki biçimidir. Modernleşme süreciyle birlikte ev yaşamı; konut yaşamına dönüşmüştür. Ev yaşamı, ailelerin mahalle kültürü çerçevesinde birçok ortak değer ve paylaşım çerçevesinde yaşamlarını sürdürdüğü, yüz yüze sosyal ilişkilerin yoğun olduğu bir mekândır. Konut yaşamı; samimiyet, doğallık, yardımlaşma, paylaşma gibi ev yaşamının temel değerlerini ortadan kaldırarak geçici, kısa süreli ve yapay sosyal ilişkilerin üretildiği bir mekândır.

Bu değişimi Tönnies'in sosyal ilişkilerin gruplandırmasında olduğu gibi ifade edecek olursak, geleneksel toplumlarda görülen yüzyüze, samimi ve duygusal yönlü sosyal ilişkilerin gerçekleştiği cemaat komşuluğu, yerini modern toplumlarda görülen daha resmi, bireysel çıkarların ön planda olduğu sosyal ilişkilerin gerçekleştiği cemiyet komşuluğu almıştır.

Ancak, Türk toplumunda bu değişimin keskin olarak gerçekleştiğini söylemek doğru olmayacaktır. Türk toplumunda hem cemaat türü komşuluk hem de cemiyet türü komşuluk görülmektedir. Büyük metropollerde cemiyet türü, küçük yerleşim birimlerinde ise cemaat türü komşuluk ilişkileri görülmektedir.

Türk toplumunun sosyal yaşamı içerisinde komşuluk önemli bir olgudur. Türk toplumlarında komşuluk hem dini hem de kültürel öğretiler içerisinde büyük bir öneme sahiptir. “Komşusu aç iken, tok yatan bizden değildir” Hadisi Şerifi, “ev alma komşu al” atasözü hem dini hem de kültürel öğretiler olarak toplumsal hafızamızda derin bir etkiye sahiptir ve bu öğretiler çerçevesinde komşuluk hukuku diye bir olgu oluşmuştur.

Komşuluk sosyal ilişkilerinin temeli mekânsal birliktelik ve ortak paylaşımdır. Komşuluk ilişkileri birlikte yaşamayı sağlayan ortak kültürün bir yansımasıdır. Başaran'ın da ifade ettiği gibi (2008: 22) bir kentte yaşayan insanların sahip oldukları ortak kültür insanların sosyal ilişkilerini yansıttığı kadar oluşturdukları maddi ve manevi değerleri de bütünüyle yansıtacaktır. Komşuluk ilişkilerine, insana, çevreye tarihsel ve kültürel değerlere saygı ve bir arada yaşamının gereklerini yerine getirme ve de kente ait olanı koruma ve geliştirme gibi kavramlar kentlilik bilinci içerisinde sosyal

ilişkiler ağını oluşturacak temel ilkelerdendir. Mekân anlayışının değişmesi, kentleşmenin ortaya çıkardığı endüstrileşen konut anlayışı komşuluk ilişkilerini de zayıflatmıştır. Kentleşme komşuların birbirinden habersiz, birbirine duyarsız bir şekilde yaşamalarına ve komşularını “öteki” olarak niteleyen bir anlayışın hakim olmasına neden olmuştur. Cooley (1929: 26) de şehirlerdeki kalabalık konutlar, genel ekonomik ve sosyal karmaşanın komşuluk ilişkilerini zayıflatarak, ikincil gruplara doğru bir yönelme olduğunu dile getirmektir.

Diğer yandan mekânın geçiciliği ve mekânın işlevselliği de komşuluk ilişkilerinin zayıflama sürecini hızlandırmıştır. Modernleşme bireyi mekânsızlaştıran, Sennett’in ifadesiyle “duygusal yoksunluk” oluşturan bir süreçtir. Kent yaşamındaki apartman dairesi ve güvenli site konutları mekansal paylaşımda bulunan insanları birbirinden soyutlamakta, kendi mahremiyetiyle sınırlı bir mekansal yaşamı zorunlu kılmaktadır. Komşular aynı mekânı birlikte paylaştıkları, fiziksel birliktelikleri olduğu halde duygusal bir uzaklık çerçevesinde yaşam sürmektedirler.

Modernleşmenin doğurduğu kentleşme sosyal ilişkileri etkilediği gibi sosyal ilişkilerde yaşanan değişim de komşularla sosyal ilişkileri etkilemiştir. Daha önce sadece oturduğu ev ya da sokağı değil neredeyse bütün mahalleyi tanıyan, isim isim bilen komşular, günümüzde oturduğu apartman dairesinde komşularını dahi tanımamakta ve onlardan bihaber ya da sınırlı bir iletişim içerisinde yaşamaktadır. Çünkü, birey gündelik yaşamının yoğunluğu çerçevesinde gününün önemli bir kısmını iş yaşamı ve bu yaşam kapsamında şekillenen sosyal ağ içerisinde geçirmektedir. Bu sosyal ağ, sosyal ilişkilerin de merkezinde yer almakta, aile ve arkadaşlarla sosyal ilişkiler dışındaki iletişim örüntülerinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır.

Postmodernleşme süreci geleneğin yeniden keşfedilmesini sağladığından bu yeniden dönüşüm sürecinde aile, akraba ve komşuluk ilişkilerine yeniden dönme eğilimleri de görülmektedir. Bir başka ifadeyle cemiyet yapısından cemaat yapısına dönüş eğilimlerinden söz edebilmek mümkündür. Modernleşme sürecinin yalnızlaştırdığı, kimsesizleştirdiği rasyonel birey, yeni çıkış kapıları, yeni paylaşım ağları aramaktadır. Bu manada komşuluk ilişkileri de paylaşımı ve ortak ruhu sağlayan bir yapı olarak yeniden yapılandırılmaktadır. Yine yeni konut anlayışı çerçevesinde konut alanlarında sosyal mekânların olması komşuların bir birleriyle sosyal kaynaşmasına imkân sağlamaktır.

Bütün bu değerlendirmeler çerçevesinde Türk toplumunun komşularla sosyal ilişkilerini ve komşuluk ilişkilerinden memnuniyet düzeylerini aşağıdaki veriler açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

6.7.1 Komşuların Kimlerden Oluştugu

Komşular her zaman için arzu edilen ya da istenen bir şekilde oluşan bir sosyal grup değil, çoğu zaman tesadüfen bir araya gelen bireylerin oluşturduğu bir sosyal gruptur. Dolayısıyla komşuların niteliği sosyal ilişkilerin boyutunu ortaya koyması bakımından önemli olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 47. Komşuların Kimlerden Oluştugu

	F	%
Köylülerimden/hemşerilerimden	106	4,1
Akraba çevremden	215	8,3
İş çevremden	36	1,4
Arkadaşlarımdan	74	2,9
Kendi dünya görüşümden olanlar kişilerden	85	3,3
Rast gele oluştu	1941	75,3
Komşularımı tanımıyorum	105	4,1
Fikrim yok	5	,2
Cevap yok	11	,4
Eski mahallede	1	,0
Toplam	2579	100,0

Komşularla sosyal ilişkiler, akraba ve arkadaşlarla sosyal ilişkilerden mekâna dayalı bir sosyal ilişki olması hasebiyle farklıdır. Komşuların, aynı mekânı birlikte paylaşılan bireyler olarak birbirleriyle sürekli sosyal ilişki içerisinde bulunmaları beklenir. Bu çerçevede komşuların kimlerden oluştuğu önem kazanmaktadır. Tablo 47'ye göre katılımcıların %75.3'ü komşularının rastgele diğer bir ifade ile tesadüfen oluştuğunu ifade etmektedir.

Bu veri, ülkemizde hızlı nüfus artışının yaşandığı araştırmanın yapıldığı büyükşehirlerin yapısının bir sonucudur. Zira, nüfus artışı ve kentleşme komşuluk ilişkilerini etkileyen faktörlerin başında gelmektedir. İnsanlar, komşudan daha ziyade niteliğine göre konut seçmektedirler. Bundan dolayı da komşuların önemli bir kısmı tesadüfen oluşmaktadır. Elbette ki bu durum komşularla sosyal ilişkilerin zayıflayacağı anlamına gelmemektedir. Zira, komşuluk yeni sosyal ilişkilerin üretilebildiği mekansal birliktelik alanlarıdır.

Komşularının akraba çevresinden oluştuğunu ifade eden katılımcıların oranı %8.3, köylüler/hemşehrilerinden oluştuğunu ifade edenlerin oranı %4.1, kendi dünya görüşünden olanlar kişilerden oluştuğunu ifade edenlerin oranı %3.3 ve arkadaşlarından oluştuğunu ifade edenlerin oranı ise %2.9'dur. Bu verilere göre katılımcıların %20'sinin komşuları daha önce kan bağı ya da özel ilişkilere dayalı (arkadaş, iş çevresi, benzer dünya görüşü vb) sosyal ilişkilerin olduğu bir yapının içerisinde gelmektedir.

Katılımcıların %4.1'inin ise komşularını tanımadığı belirlenmiştir. Alan araştırması yapılan büyükşehirlerde çok farklı kültürden, ırktan, dinden insanlar bir arada yaşamaktadırlar. Bunun doğal sonucu olarak da insanlar birbirlerini yakından tanıyamamakta, tanımayınca da sosyal ilişki kurmakta zorlanmaktadırlar. Kente yaşamının yoğunluğu, genellikle komşuların birbirinden habersiz yaşamalarına neden olmaktadır. Bunun yanında kent yaşamının belirsizliği içerisinde güven arayan bireyin yeni güvenli konut anlayışı ile mekansal mahremiyet alanlarına çekilmesi gibi çeşitli nedenler de bulunmaktadır.

6.7.2 Komşularla Görüşme Sıklığı

Komşular aynı mekanın paylaşıldığı, mekansal birlikteliğin olduğu bir sosyal mekanizmadır. Ancak, modernleşme, kentleşme ve konut anlayışında yaşanan değişimler komşularla olan sosyal ilişkileri de etkilemiştir. Bu etkileşimin sonucu olarak düzenli bir biçimde her gün görüşen komşuların yerini bir günden daha fazla bir zaman dilimi içerisinde görüşen komşuluk ilişkileri ortaya çıkmıştır.

Modernleşme, bir toplumsal dönüşüm olarak bireyselleşmeyi getirmiş ve sosyal yapının temeline "ben kültürü"nü yerleştirmiştir. Bireyselleşmenin farklı alanlarda farklı sonuçları olduğu gibi komşularla sosyal ilişkilerin zayıflatmasına da neden olmuştur. Modernleşme sürecinin doğurduğu kentleşme bireyselleşme duygusunu artırmış ve komşuların kentlerde birbirlerinden haberi olmadan, birbirlerini tanımadan yaşamaları sonucunu doğurmuştur. Bu anlamda kentleşme sürecinde komşularla sosyal ilişkiler zayıflamıştır. Kent yaşamında apartman ve site türü konutlarda mekansal mahremiyetine dönen birey, her şeyden kendini soyutlamış; mahrem dünyası içerisine kapanmıştır. Komşular, mekansal birliktelik içerisinde yaşamalarına rağmen, bu birliktelik sahte ve sosyal etkileşimin düşük düzeyde gerçekleştiği asosyal bir yapıdadır.

Komşuluk aynı mekana dayalı bir sosyal ilişki grubu olduğu için akrabalarla ve arkadaşlara göre görüşme sıklığı daha yüksektir. Akrabalarla her gün görüşme oranı 8.5

iken bu orana komşularda %30.2 düzeyindedir. Bu durum mekansal paylaşım ya da mekansal birlikteliğin bir sonucudur. Komşular bu özelliğinden dolayı çoğu zaman aileden sonra en sık görüşülen sosyal grup olabilmektedir. Ancak, burada yaşanan yerleşim yeri, oturulan konutun türü, komşuların niteliği önem taşımaktadır. Bütün bu faktörler komşularla görüşme düzeyini etkileyebilmektedir.

Tablo 48. Komşularla Görüşme Sıklığı

	F	%
Her Gün	748	30,2
Hafta da bir	733	29,6
15 günde bir	219	8,9
Ayda bir	241	9,7
Düğün, bayram gibi özel günlerde	214	8,6
Görüşmüyoruz	309	12,5
Cevap yok	10	,4
Toplam	2474	100,0

Katılımcıların önemli bir bölümü (%68.7) komşularıyla on beş günlük zaman dilimi ve altında görüştiklerini ifade etmektedirler. Bu tablo Türk toplumunun komşularla sosyal ilişkiler düzeyini ortaya koyması açısından kayda değerdir.

Her ne kadar bir önceki tabloda da görüldüğü üzere komşuların yaklaşık olarak %75'inin tesadüfen olduğu ifade edilse dahi, Türk milleti farklı çevrelerden dahi olsa komşularıyla yeni sosyal ilişkiler kurabilmektedir. Çünkü, kültürel yapı içerisinde komşuluğun önemli bir yeri vardır ve bu büyük ölçüde korunmaktadır. Katılımcıların %12.5'ise komşularıyla görüşmediklerini belirtmektedirler.

Oturulan konutun türü ile komşularla görüşme düzeyi incelendiğinde apartman gecekonduda oturanların %86.5'i, müstakil konutta oturanların %72.5'i, müstakil gecekonduda oturanların %59.2, lojmanda oturanların %58.3'ü, güvenli sitede oturanların %57.7'si, apartman dairesinde oturanların %57.3'ü haftada bir gün ve daha az zaman aralığında komşularıyla görüştiklerini ifade etmektedirler. Komşularıyla görüşme düzeyi en düşük olanlar oturduğu konut türüne göre villa ve yalıda oturanlar, güvenli sitede oturanlar ve apartman dairesinde oturanlardır.

6.7.3. Komşularla Görüşülen Mekan

Komşuluk ilişkilerinin niteliği kadar komşularla görüşülen mekanlarda da bir değişim söz konusudur. Çünkü, sosyal ilişkinin boyutunu ortaya koymaktadır. Yani görüşmenin planlı bir şekilde mi tesadüfen mi gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 49. Komşularla Görüşülen Mekân

	F	%
Evde	1333	53,2
Bahçede	174	6,9
Kahvehanede	91	3,6
Kafede	11	,4
Çay bahçesinde	27	1,1
Yolda/binada tesadüfen	826	33,0
Cevap yok	14	,6
Dernek	2	,1
Okulda	1	,0
İş yerinde/ dükkanda	21	,8
Mahallede	1	,0
Cenazede	1	,0
Pazarda	2	,1
Camide	1	,0
Lokalde	1	,0
Toplam	2506	100,0

Tablo 49’da katılımcıların komşularla görüştüğü mekanın dağılımı verilmektedir. Buna göre, katılımcıların %53.2’si komşularıyla evde görüştüğünü, %33’ü ise yolda/binada tesadüfen görüştüğünü ifade etmektedir. Bunun yanında bahçede (%6.9), kahvehanede (%3.6) ve çay bahçesinde (%1.1) komşularıyla görüştüklerini belirtmektedirler.

Bu veriler çerçevesinde Türk toplumu ağırlıklı olarak evde ve konut çevresinde tesadüfen görüşmektedirler. Bu kapsamda komşularla sosyal ilişkiler bireyselden daha ziyade hane üyelerinin birbirleriyle gerçekleştirdiği bir sosyal ilişki biçimi olarak değerlendirilebilir.

Komşularla ilişkiler bireysel düzlemde daha çok tesadüfen, aile üyelerinin birbirleriyle sosyal ilişkileri çerçevesinde değerlendirildiğinde ise planlı ve genellikle evde gerçekleşen bir sosyal ilişkidir. Bunun yanında şehirleşme ile birlikte kahvehane, kafe ve çay bahçesi de komşuların görüştüğü diğer mekanlardır. Bu yönüyle mekansal birliktelik, sosyal birliktelik niteliğine dönüşmektedir.

Tablo 50. Cinsiyete Göre, Komşularla Görüşülen Mekan

		Komşularla Görüşülen Mekan								Toplam
		Evde	Bah çede	Kahve Hane de	Kafede	Çay bah çesinde	Yolda/binada tesa düfen	Cevap yok	İş ye rinde/ dük kanda	
Cinsiyet	Kadın	807	28	3	0	1	233	7	5	1086
	%	74,3	2,6	,3	,0	,1	21,5	,6	,5	100,0
	Erkek	526	55	60	3	11	404	7	9	1079
	%	48,7	5,1	5,6	,3	1,0	37,4	,6	,8	100,0
Toplam		1333	83	63	3	12	637	14	14	2165
		%	61,6	3,8	2,9	,1	,6	29,4	,6	100,0
$\chi^2 = 1.839$ df=13 p= .0.000 <0.05										

Tablo 50’de cinsiyete göre komşularla görüşülen mekân yer almaktadır. Örneklem içerisinde yer alan kadın katılımcılar ile erkek katılımcılar arasında komşularla görüşme mekanlarının dağılımında farklılıklar görülmektedir.

Kadın katılımcılar erkeklere oranla komşularıyla daha fazla evde görüşürken; erkek katılımcıların ise kadın katılımcılara göre daha fazla mekan çevresinde tesadüfen görüştükleri görülmektedir.

6.7.4 Komşulardan Memnuniyet Düzeyi

Komşulardan memnuniyet düzeyi, Türk toplumunun komşuluk ilişkilerini memnuniyet ve karşılıklı kadirşinaslık çerçevesinde yansıtmaktadır.

Tablo 51. Komşulardan Memnuniyet Düzeyi

	F	%
Hiç memnun değilim	8	,4
Memnun değilim	19	,9
Ne memnunum, ne değilim	172	7,9
Memnunum	1533	70,8
Çok memnunum	417	19,3
Fikrim yok	10	,5
Cevap yok	6	,3
Toplam	2165	100,0

Türk toplumunun komşularla sosyal ilişkilerinin memnuniyet düzeyini ortaya koyan Tablo 51’e göre, katılımcıların %90.1’i komşularından memnun olduklarını ifade etmektedirler. Komşularla sosyal ilişkiler karşılıklı bir hoşgörü temelinde gerçekleştiğinden bu veriler toplumsal hoşgörünün bir yansıması olarak

değerlendirilebilir. Bu veride katılımcıların komşulardan memnuniyet düzeyi ölçülmüş ve katılımcılar komşularından memnun olduklarını ifade etmişlerdir.

6.7.5 Komşuların Siyasal Tercihe Etkisinin Olması

Komşular, aileden sonra yoğun sosyal ilişkilerin gerçekleştiği bir sosyal grup olmasına rağmen siyasal davranışa etkisi oldukça düşük düzeydedir.

Tablo 52. Komşuların Siyasal Tercihe Etki Durumu

	F	%
Evet	35	1,6
Kısmen	112	5,2
Hayır	2002	92,5
Fikrim yok	13	,6
Cevap yok	3	,1
Toplam	2165	100,0

Buna göre, komşularla sosyal ilişkilerin siyasal tercihe etkisini ortaya koyan Tablo 49'a göre, katılımcıların sadece %1.6'sı komşularının siyasal tercihlere etkisinin olduğunu ifade ederken, kısmen etkisinin olduğunu söyleyenlerin oranı ise %5.2 olarak görülmektedir. Buna karşın katılımcıların %92.5'i komşularının siyasal tercihe etkisinin olmadığını belirtmektedirler. Bu çerçevede komşularla sosyal ilişkilerde siyasal gündemin önemli bir yerinin olmadığı söylenebilir.

6.7.6. Komşulardan Birinin Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu

Komşular çeşitli konularda olduğu gibi siyasal davranış çerçevesinde de birbirlerini etkileyebilmekte ve birbirlerinden istekte bulunabilmektedirler. Ancak, bunun etkisinin çok yüksek düzeyde olduğunu söylemek mümkün değildir.

Tablo 53. Komşulardan Birinin Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu

	F	%
Evet	28	1,3
Hayır	2111	97,5
Hatırlamıyorum	18	,8
Cevap yok	8	,4
Toplam	2165	100,0

Katılımcıların komşulardan birinin isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verme durumunu gösteren Tablo 53'te de görüldüğü üzere katılımcıların sadece %1.3'ü komşulardan birinin isteği üzerine oy verdiğini ifade etmektedir.

Komşuların isteği üzerine oy vermediklerini ifade edenlerin oranı ise %97.5'tir. Bu kapsamda Hipotez 6'da da dile getirildiği üzere, komşularla sosyal ilişkilerin siyasal davranışta çok sınırlı bir etkisinin olduğu söylenebilir.

Tablo 54. Komşulardan Memnuniyet Düzeyine Göre Komşulardan Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu

Komşulardan Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu			Evet	Hayır	Hatırlamı yorum	Cevap yok	Toplam
Komşulardan Memnuniyet	Hiç memnun değilim	%	0	8	0	0	8
			,0	100,0	,0	,0	100,0
	Memnun değilim	%	0	19	0	0	19
			,0	100,0	,0	,0	100,0
	Ne memnunum, ne değilim	%	1	171	0	0	172
			,6	99,4	,0	,0	100,0
	Memnunum	%	18	1500	10	5	1533
			1,2	97,8	,7	,3	100,0
Toplam	Çok memnunum	%	9	401	4	3	417
			2,2	96,2	1,0	,7	100,0
	Fikrim yok	%	0	6	4	0	10
			,0	60,0	40,0	,0	100,0
	Cevap yok	%	0	6	0	0	6
			,0	100,0	,0	,0	100,0
			28	2111	18	8	2165
		%	1,3	97,5	,8	,4	100,0

$$\chi^2 = 1.946 \text{ df}=18 \text{ p} = .0.000 < 0.05$$

Komşularla memnuniyet düzeyi ile komşulardan birinin isteği üzerine bir partiye oy verme arasındaki ilişkiyi gösteren Tablo 54'e göre, komşularından memnuniyet düzeyi ile komşulardan birinin isteği üzerine oy verme arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 55. Sosyal Sınıf Algısına Göre Komşulardan Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu

Komşulardan Birinin Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme						
		Evet	Hayır	Hatırla mıyorum	Cevap yok	Toplam
Sosyal Sınıf	Üst sınıf	2	56	2	1	61
	%	3,3	91,8	3,3	1,6	100,0
	Orta sınıf	23	1354	10	3	1390
	%	1,7	97,4	,7	,2	100,0
	Alt sınıf	3	624	6	3	636
	%	,5	98,1	,9	,5	100,0
	Fikrim yok	0	34	0	1	35
	%	,0	97,1	,0	2,9	100,0
	Cevap yok	0	43	0	0	43
	%	,0	100,0	,0	,0	100,0
Toplam		28	2111	18	8	2165
		1,3	97,5	,8	,4	100,0
$\chi^2 = 22.947$ df=12 p= .0.028 <0.05						

Tablo 55'te katılımcıların sosyal sınıf algısı ile komşulardan birinin önerisi üzerine bir partiye oy verme durumu arasında ilişki verilmektedir. Buna göre, sosyal sınıf olarak “üst sınıf”ta olduğunu ifade edenler diğer sosyal sınıflara göre komşularının isteği üzerine bir partiye daha yüksek düzeyde oy vermekte oldukları görülmektedir.

Tablo 56. Komşuların İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum Yargısına Katılım Düzeyi

Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum									
		Kesinlikle Katımlı yorum	Katımlı yorum	Ne katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Komşuların İsteği üzerine bir partiye oy verme	Evet	4	9	4	6	5	0	0	28
		% 14,3	32,1	14,3	21,4	17,9	,0	,0	100,0
	Hayır	900	882	147	106	26	41	9	2111
		% 42,6	41,8	7,0	5,0	1,2	1,9	,4	100,0
	Hatırla mıyorum	9	4	3	0	1	1	0	18
		% 50,0	22,2	16,7	,0	5,6	5,6	,0	100,0
	Cevap yok	2	4	1	1	0	0	0	8
		% 25,0	50,0	12,5	12,5	,0	,0	,0	100,0
Toplam		915	899	155	113	32	42	9	2165
		% 42,3	41,5	7,2	5,2	1,5	1,9	,4	100,0
$\chi^2 = 55.1234$ df=18 p= 0.000 <0.05									

Sosyal ilişki grupları arasında dışlanma endişesi olması bazı davranışları etkileyebilmektedir. Bu anlamda komşuların isteği üzerine oy verme ile “sosyal çevremden dışlanmaktansa siyasi tercihimizi değiştirmeyi daha uygun bulurum” yargısına katılım düzeyi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Ki kare testi sonucuna göre, komşuların isteği üzerine oy verenlerin bir bölümünün (%39.3) sosyal çevreden dışlanma endişesi yaşadıkları belirlenmiştir. Bu anlamda sosyal çevreden dışlanma endişesinin komşularla sosyal ilişkilerde dikkate değer bir veri olduğu söylenebilir.

Tablo 57. Komşuların İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Seçim Döneminde Çevremden Siyasi Tercihlerim Konusunda Baskı Yapıldığını Hissediyorum Yargısına Katılım Düzeyi

Seçim Döneminde Çevremden Siyasi Tercihlerim Konusunda Baskı Yapıldığını Hissediyorum									
		Kesinlikle Katılımı yorum	Katılımı yorum	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Komşuların İsteği üzerine bir partiye oy verme	Evet	2	10	4	8	4	0	0	28
	%	7,1	35,7	14,3	28,6	14,3	,0	,0	100,0
	Hayır	833	907	179	134	25	26	7	2111
	%	39,5	43,0	8,5	6,3	1,2	1,2	,3	100,0
	Hatırla mıyorum	7	5	4	0	1	1	0	18
	%	38,9	27,8	22,2	,0	5,6	5,6	,0	100,0
	Cevap yok	3	5	0	0	0	0	0	8
	%	37,5	62,5	,0	,0	,0	,0	,0	100,0
	Toplam	845	927	187	142	30	27	7	2165
	%	39,0	42,8	8,6	6,6	1,4	1,2	,3	100,0
$\chi^2 = 77.506$ df=18 p= 0.000 <0.05									

Tablo 54’de görüldüğü üzere komşuların isteği üzerine oy verme ile seçim döneminde çevremden siyasi tercihlerim konusunda baskı yapıldığını hissediyorum yargısına katılım düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 58. Yaşa Göre, Komşulardan Birinin İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)

	Kareler Toplamı	df	Ortalamanın Karesi	F	Sig.
Gruplar Arasında	2493,837	3	831,279	3,772	,010
Gruplar Dahilinde	476280,253	2161	220,398		
Toplam	478774,091	2164			

Oy verme davranışı üzerinde komşuların olası etkisi ile katılımcıların yaşı arasında da anlamlı farklılıklar dikkat çekmektedir ($F=3.772$, $sd= 2161$, $p= .010$). Buna göre; siyasal davranış üzerinde komşuların etkili olduğunu ifade edenlerin yaş ortalaması 47.61, etkili olmadığını ifade edenlerin yaş ortalaması 39.30, hatırlamıyorum diyenlerin yaş ortalaması 44.67 ve cevap vermeyenlerin yaş ortalaması 36’dır. Bu verilere bakarak yaş ortalaması arttıkça oy verme davranışı üzerinde komşuların etkisinin artacağı düşünülebilir.

6.8. ARKADAŞLIK İLİŞKİLERİ VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA ARKADAŞLARLA SOSYAL İLİŞKİLER

İnsanın doğumuyla birlikte üyesi olduğu aile ilk kuralları, değerleri, normları ve eğilimleri veren toplumsallaşma aracı iken, yaş ilerledikçe diğer toplumsallaşma aracı olan arkadaş grupları da devreye girer. Arkadaşlık grupları bireyin tüm yaşamı boyunca toplumsallaşma sürecinin her evresinde etkili olan, bireyin tutum ve davranışlarına yön veren bir grup ve yapıdır.

Arkadaşlık grubu ile sosyal ilişkiler bireyin aile üzerindeki etkisinin azaldığı süreçten itibaren başladığından bireyin siyasal toplumsallaşmasında da önemli bir aktördür. Dolayısıyla arkadaşlık gruplarının etkisi sadece toplumsallaşma sürecinde değil siyasal toplumsallaşma sürecinde de vardır. Birey, yaşının ilerlemesiyle birlikte sosyal ilişkilerinde arkadaş grupları daha fazla yer aldığından siyasal gündeme ilişkin değerlendirme ve tartışmaları da daha fazla bu gruplarla yapmaktadır.

Birey, siyasal sisteme ve siyasal kültüre ilişkin bilgileri aile ve okulunun yanında arkadaşlık gruplarından da edinmektedir. Bu aşamada, komşu arkadaşlığı, mahalle arkadaşlığı, eğitim (okul-dershane) arkadaşlığı, meslek veya iş arkadaşlığı, sivil toplum kuruluşu arkadaşlığı gibi değişik arkadaşlık gruplarıyla gerçekleştirdiği sosyal ilişkiler kapsamında siyasal bilgi, ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılar ve son tahlilde siyasal davranışta bulunur.

6.8.1 Arkadaşların Oluştugu Çevre

Arkadaşlar yaşam evresine göre çeşitli çevrelerden oluşmaktadır. Akrabalar, komşular, mahalle, eğitim kurumları, iş hayatı gibi insanın yaşamının evresine göre arkadaşlık çevreleri de genişleyebilmektedir. İnsanlar süreç içerisinde yeni arkadaşlar edindikleri gibi eski arkadaşlarıyla da sosyal ilişkilerini devam ettirmektedirler. Bu anlamda mahalle arkadaşlığı önemlidir. Zira, çocuklukta akran gruplarının yaşadıkları arkadaşlığın yaşamın sonraki sürecinde de önemli etkileri vardır ve bu arkadaşlıklar kolay vazgeçilebilen arkadaşlık ilişkileri değildir.

Tablo 59. Arkadaşların Oluştığı Çevre

	F	%
Okuldan/ çocuğumun okulundaki annelerinden	342	13,3
İş yerinden	744	28,8
Aile çevresi/çocukluktan	427	16,6
Mahalleden	964	37,4
Dini cemaatten	9	,3
Katıldığım kurslardan	8	,3
Kulüp, lokal veya derneklerden	15	,6
Sokaktan	2	,1
Her yerden/ her çevreden/ hepsi/ karışık/ rastgele/ sosyal çevre	37	1,4
Arkadaşım yok/ yok	17	,7
Hemşerilerim/ köylülerim	3	,1
Partiden/ siyasi çevre / Gezi eylemlerinden	5	,2
Camiden	1	,0
Cevap yok	5	,2
Toplam	2579	100,0

Katılımcıların arkadaşlarının olduğu çevreyi gösteren Tablo 59'a göre mahalle, iş yeri, aile çevresi ve okul arkadaşlıklarının oluşum çevresi olarak ağırlıklı oranda (%96.1) görülmektedir. Bireylerin oturduğu mahalle özellikle çocukluk çağından itibaren arkadaş çevresinin olduğu ve geliştiği önemli bir mekândır. Bu süreçle birlikte aile çevresinden, okuldan yeni arkadaşlıklar ortaya çıkmaktadır.

Birey, iş hayatına atılınca bu yeni sosyal ilişkiler ağı çerçevesinde iş çevresinden arkadaşlar edinmektedir. Bu veriler çerçevesinde arkadaşlık ilişkilerinin ağırlıklı olarak birincil ilişki kurumlarından doğduğu, süreç içerisinde okul ve iş yeri gibi ikinci ilişki gruplarıyla da genişlediği söylenebilir. Ancak, birincil ilişkilerden oluşan arkadaşlık ilişkileri ağırlığını devam ettirmektedir. Fichter'in (2004: 72) ifade ettiği gibi ikincil grup olan işyerinde gerçekleşen sosyal ilişkiler birincil sosyal ilişkilere doğru kaymaktadır. İkincil grup içerisinde küçük birincil gruplar oluşmaktadır.

6.8.2. Arkadaşlar ile Görüşme Mekânı

Arkadaşlarla görüşme mekânı, sosyal ilişkilerin niteliğini ortaya koyabilmektedir. Arkadaşlar evde görüşüyorlarsa doğal olarak burada duygusal birlikteliğin ve yakınlığın da olduğu bir sosyal ilişki söz konusu iken, iş yerinde görüşüyorlarsa duygusal birlikteliğin düzeyinin biraz daha az olduğu söylenebilir.

Tablo 60. Arkadaşlar ile Görüşme Mekanı

	F	%
Evde	1137	44,1
Okulda	121	4,7
İşyerinde	585	22,7
Kahvehanede	253	9,8
Kafe/çay bahçesinde	350	13,6
Spor salonlarında/ halı sahada	6	,2
Kulüp, dernek, lokallerde	40	1,6
Cevap yok	30	1,2
Her yerde/ hepsi/ karma	18	,7
Sokakta, dışarıda	14	,5
Kuaförde	1	,0
Telefonda	1	,0
Eğlence mekanı, AVM, düğünlerde, barlarda	2	,1
Mahallede	5	,2
Camide	9	,3
Memlekette	2	,1
Dini sohbetlerde	1	,0
Parkta	2	,1
Eylemlerde	1	,0
Arkadaş toplantısında	1	,0
Toplam	2579	100,0

Katılımcıların arkadaşları ile görüşme mekanının dağılımını gösteren Tablo 57'ye göre, katılımcıların %44.1'i evde, %22.7'si işyerinde, %13.6'sı kafede, %4.7'si ise okulda görüştüklerini ifade etmektedirler. Bu tablo, komşuların görüşüldüğü mekan ile paralellik göstermektedir. Arkadaşlık çevresi, arkadaşlarla görüşme mekanının da belirleyicisi olarak değerlendirilebilir. Bu durum Sennet'in (2010: 364) ifade ettiği gibi toplumun mahrem alana çekildiğini bir göstergesidir. Zira, Niedzwiecki (2010:243) de bu bağlamda hayatın küçük odalarda geçtiğini dile getirerek, bir anlamda mahrem alanda sosyal ilişkilerimizin gerçekleştiğini vurgulamaktadır. Ancak, burada kafede/aile çay bahçesinde arkadaşlarla görüştüğünü ifade edenlerin de bulunması, arkadaşlarla sosyal ilişkilerin sosyal mekanlarda da gerçekleştirildiğinin, birlikte boş zaman geçirildiğinin bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

6.8.3. Arkadaşlardan Memnuniyet Düzeyi

Arkadaşlardan memnuniyet düzeyi arkadaşlarla sosyal ilişkilerin niteliğini ortaya koyan bir başka olgudur. Sosyal ilişkiler belirli ortak paylaşım ve birliktelik

çerçevesinde yaşandığı dikkate alındığında bu ilişkilerin devamı için tarafların arkadaşlarına ilişkin memnuniyet düzeyi önemlidir.

Tablo 61. Arkadaşlardan Memnuniyet Düzeyi

	F	%
Hiç memnun değilim	5	,2
Memnun değilim	18	,7
Ne memnunum, ne değilim	82	3,2
Memnunum	1790	69,4
Çok memnunum	659	25,6
Fikrim yok	7	,3
Cevap yok	18	,7
Toplam	2579	100,0

Türk toplumunun sosyal ilişkilerinden memnuniyet düzeyini ortaya koyan bir başka veri ise Tablo 61’dir. Tabloya göre katılımcıların %95’i arkadaşlarından memnun olduklarını ifade etmektedirler. Arkadaşlarından memnun olmadıklarını belirtenlerin oranı ise yaklaşık olarak %1 dolayındadır. Bu durumda arkadaşlarla kurulan sosyal ilişkilerin yüksek memnuniyet düzeyinde gerçekleştiği ve tarafların memnuniyetinin sosyal ilişkilerin sürekliliğinin sağlanması açısından önemli olduğu söylenebilir. Memnuniyet düzeyinin yüksek çıkmasının en temel nedenlerinden biri kişinin arkadaşlarını seçebilme, tercih edebilme şansına sahip olmasıyla ilgilidir. Dolayısıyla, arkadaşlarla sosyal ilişkilerin memnuniyet düzeyinin yüksekliği bireysel tercihlerle ilintili olarak değerlendirilebilir.

6.8.4. Arkadaşlarla Sosyal İlişkilerin Boyutu

Arkadaşlarla sosyal ilişkiler, yaşamın birçok yönüyle paylaşıldığı bir etkileşim ağıdır. Bu etkileşimde hiç şüphesiz karşılıklı güven, yardımlaşma, paylaşma, siyasal ve güncel meseleleri tartışma önemlidir. Kaldı ki, siyasal davranış açısından arkadaşlarla sosyal ilişkiler çerçevesinde bir takım siyasal bilgiler elde edildiği dikkate alındığında önemli bir bilgi ve değerlendirme mekanizmasıdır. Bu anlamda arkadaşlarla sosyal ilişkilerin farklı boyutlarına ilişkin veriler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 62. Arkadaşlarla Sosyal İlişkilerin Boyutu

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Fikrim Yok	Cevap Yok
Arkadaşıma güvenirim	55	132	394	1329	654	6	9
%	2.1	5.1	15.3	51.3	25.4	0.2	0.3
Arkadaşımla güncel meseleleri konuşurum	84	191	314	1255	720	8	7
%	3.3	7.4	12.2	48.7	27.9	0.3	0.3
Arkadaşımla sorunlarımı paylaşıyorum	92	243	452	1143	629	11	9
%	3.6	9.4	17.5	44.3	24.4	0.4	0.3
Arkadaşımla siyasal konuları konuşurum	284	435	443	904	487	16	10
%	11.0	16.9	17.2	35.1	18.9	0.6	0.4
Arkadaşımla sırlarımı paylaşıyorum	329	578	573	721	367	10	10
%	12.4	22.4	22.2	28.0	14.2	0.4	0.4
Arkadaşımların çoğu oy verdiğim partiyi bilirler	376	521	312	849	484	23	14
%	14.6	20.2	12.1	32.9	18.8	0.9	0.5
Arkadaşımların siyasal tercihim için yönlendirme yapar	966	989	262	264	72	15	11
%	37.5	38.3	10.2	10.2	2.8	0.6	0.4
Ben arkadaşlarımların siyasi tercihi konusunda yönlendirme yaparım	967	952	253	295	91	11	10
%	37.5	36.9	9.8	11.4	3.5	0.4	0.4
Siyasi tercihleri arkadaşlarımların seçmede önemli bir etkidir	1077	1033	215	175	51	17	11
%	41.8	40.1	8.3	6.8	2.0	0.7	0.4
Arkadaşımların görüşleri siyasi tercihlerimi belirlemede önemli bir etkidir	1077	1075	214	143	43	13	14
%	41.8	41.7	8.3	5.5	1.7	0.5	0.5

Arkadaşlarla sosyal ilişkilerin çeşitli boyutlarını ortaya koyan Tablo 61'e göre, katılımcıların %76.7'si "arkadaşıma güvenirim" yargısına katılmaktadır. Katılımcıların %76.6'sı ise "arkadaşımla güncel meseleleri konuşurum" yargısına katılmaktadır. Yine bu çerçevede "arkadaşımla sorunlarımı paylaşıyorum" yargısına katılan katılımcıların oranı ise %68.7'dir. Ancak, "arkadaşımla sırlarımı paylaşıyorum" yargısına katılım düzeyi %42.2 oranında görülmektedir. Bu anlamda arkadaşlarla sosyal ilişkiler karşılıklı güven esasına dayalı, paylaşma ve güncel meseleleri tartışma odaklı bir sosyal ilişki biçimidir.

Arkadaşlarla sosyal ilişkilerin diğer alanlarda olduğu gibi siyasal davranış konusunda da bir takım yansımaları bulunmaktadır. "Arkadaşımla siyasal konuları konuşurum" yargısına örneklem grubundan %54 oranında bir katılım gösterilirken, "arkadaşımların çoğu oy verdiğim partiyi bilir" yargısına katılım oranı ise %51.7 olarak görülmektedir.

Siyasal tercih çerçevesinde ileri sürülen; “arkadaşlarım siyasi tercihim için yönlendirme yapar” yargısına katılanların oranı %13 iken, “ben arkadaşlarımla siyasi tercihi konusunda yönlendirme yaparım” yargısına katılanların oranı %14.9’dur. Yine bu çerçevede, “arkadaşlarımla görüşleri siyasi tercihim belirlemede önemli bir etkidir” yargısına örneklemin sadece %7.2’si katıldıklarını ifade ederken, “siyasi tercihleri arkadaşlarımla seçmede önemli bir etkidir” yargısına katılım düzeyi %8.8 olarak görülmüştür.



Grafik 5: Arkadaşlarla Sosyal İlişkilerin Düzeyi

Arkadaşlarla sosyal ilişkilerin boyutunu ortaya bir başka açıdan ortaya koyan Grafik 5’de de görüldüğü gibi Türk toplumunda arkadaşlarla sosyal ilişkilerin ve gündelik yaşama ilişkin paylaşımların düzeyi yüksektir. Ancak, arkadaşlarla sosyal ilişkilerin siyasi davranış çerçevesinde etki düzeyi düşük olarak görülmektedir. Bütün bu veriler çerçevesinde arkadaşlarla sosyal ilişkiler, toplumsal yapı içerisinde önemlidir. Arkadaşlarla sosyal ilişkilerin siyasi davranışa etkisi diğer bir ifade ile arkadaşların birbirlerinin siyasi tercihi için etkisi ise düşük düzeydedir. Bu durumu, arkadaşlarla sosyal ilişkilerde siyasi düşüncelerin ve ideolojilerin önemli bir etkisinin olmadığı şeklinde değerlendirmek de mümkündür.

6.8.5. Arkadaşlardan Birinin İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu

Türk toplumunda arkadaşlarla sosyal ilişkilerin önemli bir yerinin olduğunu söyleyebiliriz. Ancak, bu sosyal gruplarla gerçekleşen sosyal ilişkilerin siyasi davranışa etkisi ise oldukça sınırlı bir oranda görülmektedir.

Tablo 62. Arkadaşlardan Birinin İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu

	F	%
Evet	63	2,4
Hayır	2469	95,7
Hatırlamıyorum	23	,9
Cevap yok	24	,9
Toplam	2579	100,0

Arkadaşlardan birinin isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verme durumunu gösteren Tablo 62'ye göre, katılımcıların %2.4'ü arkadaşlarının isteği üzerine oy verdiğini belirtmektedir. Buna karşın katılımcıların %95.7'si arkadaşlarının isteği üzerine oy vermediğini ifade etmektedir. Bu veri ile komşuların isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verme durumunu gösteren Tablo 50 karşılaştırıldığında arkadaşların siyasal davranışta komşulardan daha etkili olduğu söylenebilir. Komşuların isteği üzerine bir parti ya da aday oy verdiğini ifade edenlerin oranı %1.3 iken; arkadaşların isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verdiğini ifade edenlerin oranı %2.4'tür. Ancak bu oranlar aile ve akrabaların etki düzeyinin altındadır.

Tablo 63. Cinsiyete Göre Arkadaşların Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme

Arkadaşların Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme							
		Evet	Hayır	Hatırlamıyorum	Cevap yok	Toplam	
Cinsiyet	Kadın	22	1217	16	10	1265	
	%	1,7	96,2	1,3	,8	100,0	
	Erkek	41	1252	7	14	1314	
	%	3,1	95,3	,5	1,1	100,0	
Toplam		63	2469	23	24	2579	
		%	2,4	95,7	,9	0,9	100,0
$\chi^2= 9.487$ df=3 p= .0.023 <0.05							

Cinsiyet değişkenine göre arkadaşların siyasal davranışa etkisi farklılık göstermektedir. Elde edilen verilere göre erkek katılımcılar, kadın katılımcılara göre daha yüksek oranla arkadaşlarının isteği üzerine oy verdiklerini ifade etmektedirler.

Tablo 64. Yaşa Göre, Arkadaşların İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)

	Kareler Toplamı	df	Ortalamanın Karesi	F	Sig.
Gruplar Arasında	6097,830	3	2032,610	9,310	,000
Gruplar Dahilinde	562158,014	2575	218,314		
Toplam	568255,843	2578			

Oy verme davranışı üzerinde arkadaş çevresinin olası etkisi ile katılımcıların yaşı arasında da anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($F=9.310$, $sd= 2575$, $p= .000$). Söz konusu farklılıklara göre; oy verme davranışı üzerinde arkadaş çevresinin etkili olduğunu ifade edenlerin yaş ortalaması 45.94, arkadaş çevresinin etkisiz olduğunu ifade edenlerin yaş ortalaması 38.90, cevap vermeyenlerin yaş ortalaması 32.04, hatırlamıyorum diyenlerin yaş ortalaması 48.09'dur. Bu nedenle yaşa bağlı olarak arkadaşlık süresinin artması sonucu, uzun süreli arkadaşlıkların siyasal tercihlere etki düzeyinin daha kuvvetli olacağı düşünülebilir. Bu durum sosyal ilişkilerin sürekliliği ile yakından ilişkilidir.

Tablo 65. Meslekte Çalışma Süresine Göre Arkadaşların İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu

Arkadaşların İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme						
			Evet	Hayır	Hatırlamı yorum	Cevap yok
Meslekte Çalışma Süresi	Bir yıldan daha az	%	0	75	0	0
			,0	100,0	,0	,0
	1-2 yıldır	%	0	181	1	3
			,0	97,8	,5	1,6
	3-5 yıldır	%	6	222	1	2
			2,6	96,1	,4	,9
	6-10 yıldır	%	3	301	2	2
			1,0	97,7	,6	,6
	11-15 yıldır	%	2,6	151	0	1
				96,8	,0	,6
	16-20 yıldır	%	2	97	1	2
			2,0	95,1	1,0	2,0
	20 yıldan daha fazla	%	14	221	0	0
			6,0	94,0	,0	,0
Cevap yok			1	10	1	1
		%	7,7	76,9	7,7	7,7
Toplam			30	1258	6	11
			%	2,3	96,4	,5
			$\chi^2= 55.422$ df=21 p= .0.000 <0.05			

Arkadaş çevresi içerisinde iş arkadaşlığının önemli bir yeri vardır. Arkadaş çevresi içerisinde mahalle arkadaşlığından sonra iş arkadaşlığı ikinci sırada gelmektedir. Bu anlamda iş arkadaşlığının boyutunda hiç şüphesiz meslekte çalışma süresi diğer bir ifade ile iş arkadaşlığının süresi de önemlidir. Tablo 65'te meslekte çalışma süresi ile arkadaşların isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verme durumu arasında farklılıklar söz konusudur. Meslekte çalışma süresi arttıkça, bir arkadaşının isteği üzerine oy verme oranı da artmaktadır.

Tablo 66. Arkadaşlarım Siyasal Tercih İçin Yönlendirme Yapar Yargısına Katılım Durumuna Göre Arkadaşların Önerisi veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu

Arkadaşların Önerisi veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme			Evet	Hayır	Hatırlamı yorum	Cevap yok	Toplam
Arkadaşlarım siyasal tercihim için yönlendirme yapar	Kesinlikle katılmıyorum	%	10 1,0	937 97,0	10 1,0	9 ,9	966 100,0
	Katılmıyorum	%	16 1,6	966 97,7	4 ,4	3 ,3	989 100,0
	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	%	11 4,2	242 92,4	5 1,9	4 1,5	262 100,0
	Katılıyorum	%	22 8,3	235 89,0	2 ,8	5 1,9	264 100,0
	Kesinlikle katılıyorum	%	4 5,6	66 91,7	1 1,4	1 1,4	72 100,0
	Fikrim yok	%	0 ,0	13 86,7	1 6,7	1 6,7	15 100,0
	Cevap yok	%	0 ,0	10 90,9	0 ,0	1 9,1	11 100,0
	Toplam	%	63 2,4	2469 95,7	23 ,9	24 ,9	2579 100,0
$\chi^2 = 90.277$ df=18 p= .0.000 <0.05							

Katılımcıların arkadaşlarının siyasal tercih için yönlendirme yapması ile bir arkadaşın isteği üzerine oy verme durumu arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. “Arkadaşlarım siyasal tercihimin için yönlendirme yapar” yargısına katılan yaklaşık olarak %14’ü bir arkadaşının isteği ya da önerisi üzerine bir siyasal parti ya da adaya oy verdiğini ifade etmektedir. Bu durumda, arkadaşlarla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisinde siyasal tercih için yönlendirme yapılmasının az da olsa bir etkisinden söz edebilmek mümkündür.

Tablo 67. Siyasi Parti Üyeliğine Göre Arkadaşlarımın Siyasi Tercihi Konusunda Yönlendirme Yaparım Yargısına Katılım Düzeyi

Arkadaşlarımın Siyasi Tercihi Konusunda Yönlendirme Yaparım Yargısına Katılım Düzeyi										
		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam	
Siyasi Parti Üyeliği	Evet	102	71	39	57	19	0	2	290	
	%	35,2	24,5	13,4	19,7	6,6	,0	,7	100,0	
	Hayır	849	864	204	232	69	11	8	2237	
	%	38,0	38,6	9,1	10,4	3,1	,5	,4	100,0	
	Eskiden üyeydim	12	9	9	4	3	0	0	37	
	%	32,4	24,3	24,3	10,8	8,1	,0	,0	100,0	
	Cevap yok	4	8	1	2	0	0	0	15	
	%	26,7	53,3	6,7	13,3	,0	,0	,0	100,0	
Toplam		967	952	253	295	91	11	10	2579	
		%	37,5	36,9	9,8	11,4	3,5	,4	,4	100,0
$\chi^2= 64.469$ df=18 p= 0.000 <0.05										

Tablo 67’de siyasi parti üyeliği ile “arkadaşlarımın siyasi tercihi konusunda yönlendirme yaparım” yargısına katılım düzeyi arasındaki ilişki sorgulanmaktadır. Bu veri de göstermektedir ki, siyasal parti üyesi olan bireyler gündelik yaşamlarının her evresine, ve diğer gruplarla olan sosyal ilişkilerinde siyasal konuları taşımaktadırlar. Siyasi parti üyesi olduğunu ifade eden katılımcılardan %26.3’ünün arkadaşlarını siyasal tercih noktasında yönlendirdikleri gözlemlenmektedir. Bu veriye yakın bir durum eskiden siyasi parti üyesi olanlar için de geçerlidir. Eskiden siyasi parti üyesiydim diyenlerin yaklaşık olarak %19’u arkadaşlarını siyasal tercihleri konusunda yönlendirdiklerini belirtmektedirler. Elbette ki siyasal gündem sadece siyasi parti üyesi olanlarla sınırlı değildir. Siyasi parti üyesi olmadığını ifade eden katılımcıların yaklaşık olarak %14’ü de arkadaşlarına siyasal tercihi konusunda yönlendirme yaptığını ifade etmektedirler.

Tablo 68. Arkadaşlarla Siyasal Konuları Konuşma Durumuna Göre Arkadaşlarınızın Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme

Arkadaşların Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme			Evet	Hayır	Hatırla mıyorum	Cevap yok	Toplam
Arkadaşlarımla Siyasal Konuları konuşurum	Kesinlikle katılmıyorum	%	8 2,8	264 93,0	8 2,8	4 1,4	284 100,0
	Katılmıyorum	%	11 2,5	415 95,4	6 1,4	3 ,7	435 100,0
	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	%	8 1,8	429 96,8	3 ,7	3 ,7	443 100,0
	Katılıyorum	%	26 2,9	867 95,9	4 ,4	7 ,8	904 100,0
	Kesinlikle katılıyorum	%	10 2,1	472 96,9	1 ,2	4 ,8	487 100,0
	Fikrim yok	%.	0 ,0	14 87,5	1 6,2	1 6,2	16 100,0
	Cevap yok	%	0 ,0	8 80,0	0 ,0	2 20,0	10 100,0
	Toplam		63 2,4	2469 95,7	23 ,9	24 ,9	2579 100,0
			$\chi^2 = 71.845$ df=18 p= .0.000 <0.05				

Arkadaşların sosyal ilişkileri çerçevesinde siyasal gündeme ilişkin konuşmalar yapmalarının siyasal davranışa etkisinin olması beklenir. Tablo 68’de de görüldüğü üzere arkadaşları ile siyasal konuları konuştuğunu ifade eden katılımcıların birbirlerinden etkilendikleri sonucuna varılabilir. Ortak bazı paylaşımlar çerçevesinde arkadaşlık ilişkilerini sürdürenlerin siyasal davranış üzerinde de birbirlerini etkilemesi doğal bir sonuçtur. Ancak, arkadaşların birbirlerine etki düzeyleri oldukça düşüktür.

Tablo 69. Arkadaşlarım Siyasal Tercih İçin Yönlendirme Yapar Yargısına Katılım Durumuna Göre Arkadaşların Önerisi veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme

Arkadaşların Önerisi veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme						
		Evet	Hayır	Hatırlamı yorum	Cevap yok	Toplam
Arkadaşlarım siyasal tercihim için yönlendirme yapar	Kesinlikle katılmıyorum	10	937	10	9	966
	%	1,0	97,0	1,0	,9	100,0
	Katılmıyorum	16	966	4	3	989
	%	1,6	97,7	,4	,3	100,0
	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	11	242	5	4	262
	%	4,2	92,4	1,9	1,5	100,0
	Katılıyorum	22	235	2	5	264
	%	8,3	89,0	,8	1,9	100,0
	Kesinlikle katılıyorum	4	66	1	1	72
	%	5,6	91,7	1,4	1,4	100,0
	Fikrim yok	0	13	1	1	15
	%	,0	86,7	6,7	6,7	100,0
	Cevap yok	0	10	0	1	11
	%	,0	90,9	,0	9,1	100,0
Toplam		63	2469	23	24	2579
		%	2,4	95,7	,9	100,0
$\chi^2 = 90.277$ df=18 p= .000 <0.05						

Birçok konuda bir paylaşım, yardımlaşma ve işbirliği içerisinde olan bireylerin birbirlerini yönlendirmeleri de doğal olarak mümkündür. Tablo 68’de arkadaşları siyasal tercih için yönlendirme yapan bireylerden bir kısmının arkadaşının isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verdiği görülmektedir. Bu anlamlı ilişki, arkadaşlar arasında yapılan telkin ve yönlendirme gibi sosyal ilişkilerin insanların siyasi tercihlerini belirleme ya da etkileme gücünün var olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 70. Siyasi Parti Üyeliğine Göre Arkadaşlarımla Siyasal Konuları Konuşurum Yargısına Katılım Düzeyi

Arkadaşlarımla Siyasal Konuları Konuşurum										
		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum, ne katımlı yorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam	
Siyasi Parti Üyeliği	Evet	19	37	36	125	72	0	1	290	
	%	6,6	12,8	12,4	43,1	24,8	,0	,3	100,0	
	Hayır	259	391	400	755	407	16	9	2237	
	%	11,6	17,5	17,9	33,8	18,2	,7	,4	100,0	
	Eskiden üyeydim	5	3	5	16	8	0	0	37	
	%	13,5	8,1	13,5	43,2	21,6	,0	,0	100,0	
	Cevap yok	1	4	2	8	0	0	0	15	
	%	6,7	26,7	13,3	53,3	,0	,0	,0	100,0	
Toplam		284	435	443	904	487	16	10	2579	
		%	11,0	16,9	17,2	35,1	18,9	,6	,4	100,0
$\chi^2 = 37.412$ df=18 p= 0.005 <0.05										

Tablo 70’de katılımcıların siyasi parti üyeliğine göre, arkadaşlarıyla siyasal konuları konuşma yargısına katılım düzeyi sorgulanmaktadır. Siyasal parti üyesi bulunan ya da eskiden siyasi parti üyesi olan katılımcıların arkadaşları ile siyasal konuları konuşurum yargısına daha yüksek düzeyde katıldığı görülmektedir. Buna göre, siyasi parti üyesi olarak siyasal bir gündemle meşgul olan bireyler, bu gündemlerini arkadaşlarıyla sosyal ilişkilerinde de devam ettirdikleri sonucunu çıkarabiliriz. Bu veriler bir taraftan siyasi parti mensubu olmanın siyasal sosyalleşmeye olan etkisini ortaya koyarken, diğer taraftan bu sosyalleşme sürecinin arkadaş çevresine de yayılmasını kolaylaştırdığını göstermektedir.

Tablo 71. Arkadaşların Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumuna Göre Arkadaşlarıma Güvenirim Yargısına Katılım Düzeyi

Arkadaşların Önerisi veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme			Evet	Hayır	Hatırla mıyorum	Cevap yok	Toplam
Arkadaşlarıma güvenirim	Kesinlikle		2	52	0	1	55
	katılmıyorum	%	3,6	94,5	,0	1,8	100,0
	Katılmıyorum		3	129	0	0	132
		%	2,3	97,7	,0	,0	100,0
	Ne katılıyorum,		6	381	6	1	394
	Ne katılmıyorum	%	1,5	96,7	1,5	,3	100,0
	Katılıyorum		34	1272	11	12	1329
		%	2,6	95,7	,8	,9	100,0
	Kesinlikle		18	624	5	7	654
	katılıyorum	%	2,8	95,4	,8	1,1	100,0
	Fikrim yok		0	4	1	1	6
		%	,0	66,7	16,7	16,7	100,0
	Cevap yok		0	7	0	2	9
		%	,0	77,8	,0	22,2	100,0
Toplam			63	2469	23	24	2579
		%	2,4	95,7	,9	,9	100,0
$\chi^2 = 87.357$ df=18 p= .0.000 <0.05							

Güven sosyal ilişkilerin sürdürülmesinde önemli olgulardan biridir ve dahası sosyal ilişkilerin temel argümanıdır. Zira, birey gündelik yaşamda güven duyacağı birey ya da gruplarla sosyal ilişkiler kurmayı ve geliştirmeyi arzu eder. Çünkü, güven insanoğlunun gündelik yaşamında aradığı önemli hususların başında gelmektedir. Güven gündelik yaşamda sosyal ilişkileri etkilediği gibi bu sosyal ilişkilerin düzeyi, siyasal davranışta da yansımasını bulmaktadır. Tablo 71'e göre, arkadaşlara güven düzeyi ile bir arkadaşın isteği üzerine parti ya da adaya oy verme arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Her konuda olduğu gibi, siyasal katılım ve davranışların ortaya çıkmasında da arkadaşlara ilişkin güven algısının belirleyici olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 72. Arkadaşlarımın Görüşleri Siyasi Tercihlerimi Belirlemede Önemli Yargısına Katılım Durumuna Göre Arkadaşların Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme

Arkadaşların Önerisi Veya İsteği Üzerine Herhangi Bir Parti ya da Adaya Oy Verme								
			Evet	Hayır	Hatırla mıyorum	Cevap yok	Toplam	
Arkadaşlarımla görüşlerimi belirlemede önemli	Kesinlikle		19	1034	12	12	1077	
	katılmıyorum	%	1,8	96,0	1,1	1,1	100,0	
	Katılmıyorum		17	1049	5	4	1075	
		%	1,6	97,6	,5	,4	100,0	
	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum		9	199	5	1	214	
		%	4,2	93,0	2,3	,5	100,0	
	Katılıyorum		14	125	0	4	143	
		%	9,8	87,4	,0	2,8	100,0	
	Kesinlikle katılıyorum		4	39	0	0	43	
		%	9,3	90,7	,0	,0	100,0	
Fikrim yok		0	11	1	1	13		
	%	,0	84,6	7,7	7,7	100,0		
Cevap yok		0	12	0	2	14		
	%	,0	85,7	,0	14,3	100,0		
Toplam			63	2469	23	24	2579	
			%	2,4	95,7	,9	,9	100,0
$\chi^2= 1.104$ df=18 p= .0.000 <0.05								

Bireyin, siyasal bir davranış ortaya koymadan önce arkadaşlarının görüşlerini dikkate alması, süreçte arkadaşların etkisini ortaya çıkaran bir başka olgudur. Bu kapsamda Tablo 71’de görüldüğü gibi arkadaşlarının görüşlerini siyasi tercihini belirlemede önemli gören katılımcıların yaklaşık olarak %19’u arkadaşlarının isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verdiğini ifade etmektedir. Veriler birlikte değerlendirildiğinde Hipotez 7’de ifade edildiği gibi, arkadaşlarla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi yaşa, cinsiyete ve meslekte çalışma süresine göre farklılıklar taşımaktadır. Arkadaşların siyasal görüşleri siyasal davranış üzerinde önemli faktörler arasında yer almaktadır.

6.9. CEMAAT VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA CEMAAT ÜYELERİNİN SOSYAL İLİŞKİLERİ

Türkiye’de “cemaat” denince, sosyolojik olarak ifade edilen yüz yüze, samimi ilişkilerin yaşandığı, bireylerin aidiyet duygusu ve ortak değerler etrafında bir araya geldiği gruplardan daha farklı bir algılama söz konusudur. Türkiye’de cemaat denince akla din temelli oluşum gelmektedir. Bu nedenle çalışmamızda kastedilen sosyolojik olarak ifade edilen “cemaat” değil, adeta bu cemaat yapısının bir bölümünü oluşturan “dini cemaat”lerdir.

Cemaat, günümüz Türkiye’inde siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik alanlarda etkisi tartışılan bir kavramdır. Buna rağmen akademik çalışmalarda cemaat çok fazla kendine yer bulmamıştır. Cemaat konusu, akademik çalışmalar için girilmesi ve dokunulması yasak bir alan olarak değerlendirilmektedir. Bu manada bu çalışma kapsamında cemaat olgusunun değerlendirilmesi ve özellikle siyasal davranışa etkisinin ortaya konulmaya çalışılması akademik çalışmalar kapsamında kayda değerdir. Kaldı ki, ülke gündeminde yaşanan gelişmeler çerçevesinde cemaatlerin oy oranı ile cemaatlerin üyelerinin siyasal davranışa etkisi tartışma konusu olduğu halde, bu konuda bugüne kadar somut ve bilimsel bir veri ortaya konulmamış olması da dikkat çekicidir. Bu yönüyle çalışma cemaatlerin bir kurum olarak üyelerinin siyasal davranışlarına etkisinin ortaya konulması bakımından da önemlidir.

Türk toplumunun geleneksel yapısı cemaat niteliği, cemaate dayalı bir toplum özelliği taşımaktadır. Tönnies’in cemaatten cemiyete geçiş olarak ifade ettiği toplumsal değişim Cumhuriyetle birlikte Türk toplumunda da gerçekleşmeye başlamış olmakla birlikte, dönüşümün tam olarak gerçekleştiğini söylemek mümkün değildir. Kaldı ki, dini cemaatler kentsel bir nitelik kazanarak yeni bir cemaat kültürü oluşturmaya başlamıştır. Kentlerde ortaya çıkan bu yeni cemaat yapısı kentleşmenin ortaya çıkardığı birçok sorundan bunalan bireyler için bir terapi merkezleri haline gelmiştir. Aslında postmodernleşme, modernleşmenin kurguladığı toplumsal yapıyı birçok noktada değişime uğratmıştır. Bunlardan biri de cemaatten cemiyete, cemiyetten cemaate dönüşüm sürecidir.

Modernleşme süreciyle birlikte topluluğun topluma dönüşmesiyle birlikte cemaat olgusunun yerini birey aldı. Diğer bir ifadeyle modernleşme cemaat yapısı yerine bireyselliği önemli ve değerli kılmıştır. Birey geleneksel sosyal yapılardan ve sosyal ilişkilerden sıyrılarak birey olarak öne çıkmış, Beck’in ifadesiyle bireyselleşme

kurumsallaşmıştır. Touraine ise (2002: 390) bu durumu rasyonel bireysellik olarak nitelendirmiştir. Ancak, bu süreç birçok sorunu da beraberinde getirmiştir. Bireyselleşme süreç içerisinde yalnızlık sorununa dönüştü. Yalnızlık günümüzde bireylerin yaşadığı en önemli psikolojik sorun olarak dikkat çekmektedir. Bireyler yalnızlık duygusundan kurtulabilmek amacıyla günümüz toplumlarında cemaatlere yönelmektedir. Yalnızlık duygusu yerine paylaşma, ortak hareket etme ve yardımlaşma duygusuna cemaatlerde kavuşan bireyler bu sosyal gruplarda aidiyet ve kimlik kazanmaktadır. Yine bireyselleşme, güven sorununu da doğurmuştur. Yalnız ve kimsesizlik duyguları içerisinde birey güven sorunu yaşamaktadır. “Güven” insanın temel bir gereksinimidir ve bunu sağlamak için sürekli bir yapıya ihtiyaç duymaktadır. Aile ilişkileri, akrabalık ilişkileri zayıflayan birey kendine güvenilir bir sosyal grup olarak cemaatleri görmektedir. Cemaat yapısı da bireye, paylaşma ve yardımlaşmanın yanında güven duygusu da verdiğinden, bireylerin sığındığı bir cazibe merkezi haline gelmektedir.

Bu anlamda, son tahlilde örneklem grubundaki katılımcıların bir cemaate katılma nedenleri, cemaate katılmalarında etkisi bulunan aktörler ve cemaatin siyasal davranışa etkisi Türk toplumunun cemaatlerle sosyal ilişkilerini ve bu sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisini ortaya koyması bakımından önemlidir.

6.9.1 Yakın Çevre ya da Arkadaşların Dini Cemaatlerle İlişkisi Olma Durumu

Dini cemaatler toplumsal yapımız içerisinde önemli bir yeri olan sosyal gruplardır. Tarihin her döneminde toplumsal yapımız içerisinde dini cemaatler önemli bir yere sahip olmakla birlikte süreç içerisinde nitelikleri ve işlevlerinde bazı değişimler de olmuştur. Ancak, değişen yapı ve işlevlerine rağmen toplumsal yapımız içerisinde cemaatler fonksiyonlarını devam ettirmektedirler.

Tablo 73. Yakın Çevre ya da Arkadaşların Dini Cemaatlerle İlişkisi Olma Durumu

	F	%
Evet	759	29,4
Hayır	1621	62,9
Fikrim yok	180	7,0
Cevap yok	19	,7
Toplam	2579	100,0

Cemaat kavramı sosyoloji literatüründe birincil ilişkilerin hakim olduğu ve her türlü sosyalleşme sürecini ifade eden bir olgudur. Cemaat, dinsel veya dinsel olmayan sosyal ilişki biçimini ifade etmekle birlikte ülkemizde daha çok dinsel yönüyle algılanmaktadır. Bu yönüyle aslında cemaat konusu ve cemaate ilişkin yaklaşımlar bir tabu, dokunulmasında sakınca görülen bir alan olarak görülmektedir. Bireyler, çoğu zaman bir cemaatin üyesi olduğunu gizleyebilmekte, adeta gizli ve gizemli bir sosyal ilişkiler grubu olarak değerlendirilmektedir. Katılımcıların yakın çevre ya da arkadaşlarının dini cemaatlerle ilişkisi olma durumunun sorgulandığı Tablo 73'te katılımcıların %24'ü yakın çevresinden ya da arkadaşlarından dini cemaatlerle ilişkisi bulunan bireylerin olduğunu ifade etmektedirler. Katılımcıların %62.9'u ise yakın çevresinden ve arkadaşlarından kimsenin dini cemaatlerle ilişkisi olmadığını belirtmişlerdir. Bu veri, katılımcıların kendi yakın çevresiyle ilgilidir. Aynı zamanda, araştırma kapsamında katılımcılara dini cemaatlerle ilişki biçimi de sorgulanmıştır. Katılımcıların kendilerinin dini cemaatlerle ilişkileri sorgulandığında tablo değişmektedir. Bu değişim gerçekler ile algılanan arasındaki farkın da bir yansıması olarak görülebilir.

6.9.2. Katılımcıların Dini Cemaatlerle İlişkisi

Dini cemaatlerle ilişkinin farklı boyutları bulunmaktadır. Bu çerçevede bir cemaatin mensubu ya da üyesi olunabileceği gibi sempaticisi olmak da mümkündür. Günümüzde cemaatlerin nicelikleri ve toplumsal yapı içerisinde güçleri tartışma konusudur. Bu anlamda Türk toplumunda dini cemaatlerin niceliğine ilişkin aşağıdaki tablo ışık tutabilecek bir veriyi taşımaktadır.

Tablo 74. Katılımcıların Dini Cemaatlerle İlişkisi

	F	%
Bir cemaate mensubum	101	3,9
Bir cemaate sempaticisi var	87	3,4
Hiçbir cemaatle ilişkim yoktur	2340	90,7
Cevap yok	51	2,0
Toplam	2579	100,0

Örneklem grubunun %3.9'u bir cemaate mensup olduğunu ifade ederken, bir cemaate sempaticisi var diyen katılımcıların oranı ise %3.4 olarak görülmektedir. Katılımcılardan %90.7'si ise hiçbir cemaatle ilişkisi olmadığını belirtmiştir. Tablo 73'te katılımcılardan %24'ü yakın çevresinden insanların dini cemaatlerle ilişkisi olduğunu ifade ettiği halde, katılımcıların kendilerinden sadece %3.9'u bir cemaate mensup

olduğunu açıkça belirtmektedir. Cemaat konusu Türkiye’de her zaman bir tabu olarak görüldüğü gibi gizli ve saklı kalması gereken bir olgu olarak da görülmektedir. Bir cemaate mensup olanlar dahi bu mensubiyetinin bilinmesi arzu etmezler. Bu anlamda bir de alan araştırmasının yapıldığı süreçte cemaatlere ilişkin çeşitli tartışmalar da eklenince bireyler kendilerinin bir cemaatle olan ilişkilerini gizlemek durumunda kalmış olabilirler. ANDY-AR Sosyal Araştırmalar Merkezi tarafından 2011 yılında yapılan “Türk Toplumunda Cemaat Algısı Araştırması”na göre “herhangi bir cemaate mensup” olanların oranı %6.8’dir (Andy-ar, 2011: 80). 2011 yılı siyasi konjonktürün bir sonucu olarak cemaat mensubu olmanın bir takım ayrıcalıklarının olduğunu bir yıl iken; 2013 yılı bunun tam tersi olarak yine güncel siyasi gelişmelerin neticesinde cemaat mensubu olmanın bir takım risk ve güvensizlik doğurduğu bir yıldır. Yine, cemaatlere yönelik hoşgörü ve hizmet temelli algılamaların yerini, organizasyonel bir yapı algılamaların aldığı bir süreç yaşanmaktadır. Bu yaşanan gelişmeler bireylerin cemaat mensubiyetini ortadan kaldırmış olabileceği gibi, cemaat mensubiyetlerini gizlemelerine de neden olmuş olabilir.

Tablo 75. Yerleşim Yeri İle Herhangi Bir Dini Cemaatle İlişki Durumu

Herhangi Bir Dini Cemaatle İlişki Durumu						
		Bir cemaate mensubum	Bir cemaate sempati var	Hiçbir cemaatle ilişkim yoktur	Cevap yok	Toplam
Yerleşim Yeri	İl merkezi	29	16	481	6	532
	%	5,5	3,0	90,4	1,1	100,0
	İlçe	70	70	1846	45	2031
	merkezi	% 3,4	3,4	90,9	2,2	100,0
	Belde	0	1	6	0	7
	%	,0	14,3	85,7	,0	100,0
	Köy	2	0	4	0	6
	%	33,3	,0	66,7	,0	100,0
	Cevap yok	0	0	3	0	3
	%	,0	,0	100,0	,0	100,0
Toplam		101	87	2340	51	2579
		% 3,9	3,4	90,7	2,0	100,0
$\chi^2 = 24.296$ df=12 p= .0.019 <0.05						

Yerleşim yeri ile bir dini cemaatle ilişki durumunu gösteren Tablon 75’e göre kent ve kır ayrımı bakımından bir takım farklılıklar bulunmaktadır. İl merkezinde yaşayan katılımcılar daha düşük oranda bir cemaate mensup olduğunu ifade ederken, ilçe

merkezi ve köylerde yaşayanlar daha yüksek oranda bir cemaate mensup olduklarını belirtmektedirler. Dini cemaatler sosyal ilişkilerin birincil düzeyde gerçekleştiği küçük yerleşim birimlerinde daha rahat bir şekilde mensup kazanabilirken, kent merkezlerinde bu durum biraz daha zor gerçekleşmektedir. Cinsiyet değişkeni bakımından bir değerlendirme yapıldığında herhangi bir farklılık görülmemektedir. Kadın ve erkek katılımcılar benzer oranlarda cemaate mensup olduklarını ifade etmektedirler. Benzer bir durumu yaş değişkeni bağlamında da görmek mümkündür. Her yaş grubundan katılımcıların dini bir cemaate mensup olduklarını görebilmek mümkündür. Yine benzer bir değerlendirme öğrenim durumu için de geçerlidir.

6.9.3. Cemaate Katılma Nedeni

Cemaatler, bireyin bir takım toplumsal ihtiyaç ve beklentilerini karşılayan sosyal gruplardır. Bu ihtiyaçlar manevi olduğu gibi sosyal ve psikolojik özellikler de sergilemektedir. Bu ihtiyaçların niteliği bireylerin cemaate katılma nedenlerini oluşturmaktadır.

Tablo 76. Cemaate Katılma Nedeni

	F	%
Yalnızlık hissettiğim için	4	4,0
Manevi ihtiyaç hissettiğim için	56	55,4
Cemaatteki yardımlaşma duygusu sebebiyle	16	15,8
Cemaatteki paylaşma duygusu sebebiyle	9	8,9
Cemaat üyelerinin birliktelik duygusu sebebiyle	8	7,9
Fikrim yok	1	1,0
Cevap yok	3	3,0
Eğitim için	1	1,0
Arkadaşlarım olduğu için	1	1,0
Kuran dinlemek, sohbet dinlemek	1	1,0
Bilgilenmek/ sosyal aktivite	1	1,0
Toplam	101	100,0

Modernleşme sürecinin bir sonucu olarak cemaat yapısının ortadan kalkacağı, bireyselleşmenin hakim olduğu toplum tipinin yaygın olacağı düşünülmüştür. Ancak, süreç başlangıçta bu düşüncüyü haklı çıkarsa bile modernleşme sürecinin ortaya çıkardığı sorunlarla baş edemeyen, bireyselleşen bireyler bir arayış içerisine girmişlerdir. İşte bu süreçte bir dönüşüme uğrayarak kentsel mekânlarda yeni yüzüyle

ortaya çıkan cemaatler bireylerin sığınağı haline gelmektedirler. Katılımcıların cemaate katılma nedenlerine ilişkin verilerin yer aldığı Tablo 76’da katılımcıların %55.4’ü manevi ihtiyaç hissettiği için bir cemaate katıldığını ifade etmektedir. Bireyler manevi bir arayış ya da manevi bir ihtiyaç hissettiğinde cemaatlere katılarak bu ihtiyaçlarını giderme yoluna gitmişlerdir. Bu veriler Türkiye’de cemaatlerin dini temeller üzerine kurulduğunu da açık bir şekilde göstermektedir. Bununla birlikte paylaşma ve yardımlaşma duygusu ile yalnızlıktan kurtulmak isteyenler de yine cemaatlere katılarak, bu konularda sosyal bir grup içerisinde yer almayı arzu etmişlerdir. Modernleşmenin darboğazı içerisinde yardımlaşma, paylaşma, birlikte olma bireyin gündelik yaşamda sığınacağı bir liman olarak cemaatleri görmesine sebep olmuştur. Cemaatin sosyal ilişkiler yapısı içerisinde hoşgörü ve samimiyet odaklı arkadaşlık ilişkileri, yardımlaşma ve paylaşma duygusunun hakimiyeti bu sosyal grubu bir cazibe merkezi haline getirmiştir.

6.9.4. Cemaate Katılmada Etkili Olan Sosyal Grup

Cemaatler bir sosyal grup olduğuna göre bu gruplara katılımı sağlayan bir başka sosyal grup üyeleri vardır. Bu anlamda, bireylerin diğer gruplarla yeni sosyal ilişkiler sağlamasına imkan tanıyan sosyal gruplar, bireyin sosyalleşme ve siyasal sosyalleşme sürecini etkilemektedirler.

Tablo 77. Cemaate Katılmada Etkili Olan Sosyal Grup

	F	%
Ailem	34	33,7
Akrabalarım	8	7,9
Arkadaşlarım	28	27,7
Komşularım	10	9,9
Hatırlamıyorum	2	2,0
Cevap yok	9	8,9
Kendi isteğimle	10	9,9
Toplam	101	100,0

Aile ve arkadaş çevresi sosyalleşme sürecinin temel araçları olarak bireyin yaşamının her evresinde etkili olabilmektedir. Aile ve arkadaş çevresi bireyin sosyalleşmesini sağlayarak yeni sosyal gruplara katılmasını ve bu sosyal gruplarla oryantasyonunu da sağlayabilmektedir. Katılımcıların cemaate katılmalarında etkili olan grubun dağılımının yer aldığı Tablo 77’de de görüldüğü üzere bir cemaate

katılmada aile (%37.7) ve arkadaşlar (%27.7) en fazla etkisi olan sosyal gruptur. Bunların yanında komşular (%9.9), akrabalar (%7.9) cemaate katılmada etkili olan diğer sosyal gruplardır. Bu veriler çerçevesinde birincil sosyal ilişki gruplarının yeni sosyal ilişkiler ağına katılmada etkili olduğu söylenebilir.

Tablo 78. Cinsiyete Göre Cemaate Katılmada En Çok Etkili Olan Sosyal Grup

Cemaate Katılmada En Çok Etkili Olan Sosyal Grup									
		Ailem	Akrabalar	Arkadaşlar	Komşular	Hatırlamıyor	Cevap yok	Kendi isteğimle	Toplam
Cinsiyet	Kadın	19	3	9	10	1	4	5	51
	%	37,3	5,9	17,6	19,6	2,0	7,8	9,8	100,0
	Erkek	15	5	19	0	1	5	5	50
	%	30,0	10,0	38,0	,0	2,0	10,0	10,0	100,0
Toplam		34	8	28	10	2	9	10	101
		%	33,7	7,9	27,7	9,9	2,0	8,9	9,9
$\chi^2 = 14.645$ df=6 p= .023 <0.05									

Cinsiyet değişkeninin göre katılımcılarına bir cemaate katılmalarında etkili sosyal gruplar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Tablo 78’de de görüldüğü üzere kadın katılımcılar daha yüksek oranda aile ve komşuların etkisi ile bir cemaate katıldığını ifade ederken, erkek katılımcıların daha fazla oranda arkadaşlar, aile ve akrabaların etkisi ile bir cemaate katıldıkları görülmektedir.

6.9.5. Siyasal Seçim Dönemlerinde Cemaatin Önde Gelenlerinin Siyasal Tercih İçin Yönlendirme Durumu

Cemaat yapısının bir gereği olarak üyelerine bir takım yönlendirmelerde bulunduğunu söyleyebiliriz. Genellikle bireyleri manevi bir perspektif çerçevesinde yönlendiren cemaatlerin, siyasete ve seçim süreçlerine etkileri bir süredir önemli bir tartışma konusudur. Cemaatlerin büyümesi neticesinde siyasal sistem içerisinde yer alma, siyasal iktidara bir oranda ortak olma gibi düşüncelerin bulunması durumunda üyelerini de bu yönde kanalize etmeleri beklenir. Bazı hallerde bu yönlendirme doğrudan sözcüklerle ifade etme yönünde, bazı hallerde cemaatin önde gelenlerinden birinin simgesel olarak bir siyasi partide görev alması şeklinde olabilir. Ancak, çalışmamız kapsamında cemaatin önde gelenlerinin sözcüklerle yönlendirme durumu esas alınmıştır.

Tablo 79. Siyasal Seçim Dönemlerinde Cemaatin Önde Gelenlerinin Siyasal Tercih İçin Yönlendirme Durumu

	F	%
Evet	23	22,8
Hayır	72	71,3
Fikrim yok	1	1,0
Cevap yok	5	5,0
Toplam	101	100,0

Tablo 79, katılımcıların siyasal seçim dönemlerinde cemaatin önde gelenlerinin siyasal tercih için yönlendirme durumunu ortaya koymaktadır. Dini cemaatler her ne kadar dinsel sosyal ilişki grupları olmasına rağmen siyasal yapı ve siyasal sistemle ilgili olarak da seçim süreçlerinde bir takım tasarruflarda bulunmaktadırlar. Dini cemaatler doğrudan üyelerini aktif siyasette görevlendirerek ya da dolaylı olarak siyasal sistem içerisinde etkin bir ol oynamanın gayretindedirler.

Bunun bir sonucu olarak da üyelerini siyasal davranış noktasında yönlendirebilmektedirler: Bir cemaate mensup katılımcıların yaklaşık olarak %23'ü siyasal tercih için cemaatin önde gelenleri tarafından yönlendirildiğini ifade ederken, yaklaşık olarak %71'i ise kendilerine yönlendirme yapılmadığını belirtmektedirler. Din temelli sosyal bir grup için üyelerinin neredeyse dörtte birinin siyasal tercih için kendilerine yönlendirme yapıldığını ifade etmesi dikkat çekicidir. Yönlendirme yapılmasının yanında cemaat mensuplarının bu yönlendirmeye nasıl cevap verdikleri de önemlidir.

6.9.6. Cemaat Üyelerinden Birinin İsteği ya da Önerisi Üzerine Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu

Cemaatin önde gelenleri ya da cemaat mensupları siyasal seçim süreçlerinde üyelerini bir siyasi parti ya da adaya oy vermesi konusunda yönlendirebilir veya bu konuda öneride bulunabilirler. Günümüzde işte bu çerçevede bu istek ya da önerisi olması durumunda cemaat üyelerinin nasıl davranış sergileyecekleri konusu tartışılmaktadır. Cemaat yapısı üyelerinin bir bütün olarak cemaatin önde gelenlerinin isteği yönünde oy kullandığı bir yapı mıdır? Yoksa bu istekleri ve önerileri dikkate alanlar olduğu gibi bunları dikkate almayanların da olduğu bir yapı mıdır? Bu soruların cevabını vermesi bakımından aşağıdaki tablo dikkate değer görülmektedir.

Tablo 80. Cemaat Üyelerinden Birinin İsteği ya da Önerisi Üzerine Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu

	F	%
Evet	12	11,9
Hayır	85	84,2
Cevap yok	4	4,0
Toplam	101	100,0

Örneklem grubundan bir cemaate mensup olduğunu ifade eden katılımcıların cemaat üyelerinin birinin isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verme durumunu gösteren Tablo 80 oldukça dikkat çekicidir. Tabloda yer alan verilere göre cemaat üyelerinin birinin isteği üzerine bir parti ya da adaya oy veren katılımcıların oranı %11.9'dur. Bunun karşısı olarak oy vermeyenlerin diyenlerin oranı ise %84.2 olarak görülmektedir. Bir önceki tablo (Tablo 79) ile bu tablo birlikte değerlendirildiğinde herhangi bir yönlendirme ile karşılaşan cemaat mensuplarının yarısı bu çerçevede bir siyasal davranış ortaya koymaktadır şeklinde bir yorum yapabilmek mümkündür. Yani diğer bir ifade ile cemaatler, mensuplarını bir parti ya da aday lehinde yönlendirdiklerinde üyelerinin yarısı bu yönde bir siyasal davranış sergilemektedirler.

Tablo 81. Yaşa Göre, Cemaat Üyelerinden Birinin İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)

	Kareler Toplamı	df	Ortalamanı n Karesi	F	Sig.
Gruplar Arasında	41,393	2	20,696	,114	,893
Gruplar Dahilinde	17822,370	98	181,861		
Toplam	17863,762	100			

Oy verme davranışı üzerinde cemaat üyelerinin olası etkisi ile katılımcıların yaşı arasında ise anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($F=.114$, $sd= 98$, $p= .893$). Benzer şekilde deneklerin yaşı ile oy verme davranışı üzerinde üyesi olduğu sivil toplum kuruluşu üyelerinin etkisi arasında da anlamlı farklılıklar bulunamamıştır ($F=.138$, $sd= 247$, $p= .937$). Hipotez 8'de dile getirildiği üzere cemaat gruplarıyla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi yaşa göre farklılıklar göstermektedir.

Tablo 82. Cemaatin Önde Gelenlerinin Siyasal Tercih İçin Yönlendirmede Bulunması Durumuna Göre Bir Parti ya da Adaya Oy Verme Durumu

Cemaat Üyelerinden Birinin İsteği ya da Önerisi Üzerine Bir Parti ya da Adaya Oy Verme						
		Evet	Hayır	Cevap yok	Toplam	
Siyasal seçim dönemlerinde cemaatin önde gelenleri siyasal tercih yönlendirmede bulunma	Evet	12	11	0	23	
	%	52,2	47,8	,0	100,0	
	Hayır	0	72	0	72	
	%	,0	100,0	,0	100,0	
	Fikrim yok	0	0	1	1	
	%	,0	,0	100,0	100,0	
	Cevap yok	0	2	3	5	
	%	,0	40,0	60,0	100,0	
Toplam		12	85	4	101	
		%	11,9	84,2	4,0	100,0
$\chi^2=$ 1.2527 df=6 p= .0.000 <0.05						

Tablo 82'ye göre cemaat üyelerinin siyasal tercih için yönlendirme durumu ile cemaat üyelerinden birinin isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verme durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Siyasal seçim dönemlerinde cemaatin önde gelenleri tarafında siyasal tercih için yönlendirme yapıldığını ifade eden katılımcıların %52.2'si cemaat üyelerinden birinin isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verdiğini ifade etmektedir. Böylesi bir yönlendirme yapılmadığı durumda ise herhangi bir parti ya da adaya oy verilmediği görülmektedir.

Tablo 83. Siyasi Parti Üyeliğine Göre Herhangi Bir Dini Cemaatle İlişki Durumu

		Herhangi Bir Dini Cemaatle İlişki Durumu					Toplam
			Bir cemaate mensubum	Bir cemaate sempati var	Hiçbir cemaatle ilişkim yoktur	Cevap yok	
Siyasi Parti Üyeliği	Evet	%	17 5,9	15 5,2	254 87,6	4 1,4	290 100,0
	Hayır	%	76 3,4	68 3,0	2047 91,5	46 2,1	2237 100,0
	Eskiden üyeydim	%	8 21,6	4 10,8	25 67,6	0 ,0	37 100,0
	Cevap yok	%	0 ,0	0 ,0	14 93,3	1 6,7	15 100,0
Toplam		%	101 3,9	87 3,4	2340 90,7	51 2,0	2579 100,0
$\chi^2= 50.297$ df=9 p= .0.000 <0.05							

Bireyler gündelik yaşamlarında birden çok sosyal grubun üyesi olabilmektedirler. Yani bir birey hem bir siyasi partinin üyesi olabilir hem de bir cemaatin üyesi olabilir. Din ve siyaset kavramları genelde birbirine uzak olgular olduğu halde günümüzde cemaatlerin siyasal sistem içerisinde etkin rol oynamak istemeleri üyelerinin siyasal partilerle sosyal ilişki içerisinde bulunmalarına olanak sağlamaktadır. Tablo 83, Siyasal parti üyeliği ile cemaatle ilişki biçimini ortaya koymaktadır. Buna göre bir siyasal partiye üye olan bireylerin %3.9'u, eskiden siyasal parti üyesiydim diyen katılımcıların %21.6'sı bir cemaate mensup olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 84. Dini Cemaatle İlişki Biçime Göre Oy Verme Kararında Dini İnançlarım Etkilidir Yargısına Katılım Düzeyi

Dini Cemaatle İlişki Biçime Göre Oy Verme Kararında Dini İnançlarım Etkilidir										
			Kesinlikle Katıl mıyorum	Katıl mıyorum	Ne katılı yorum, ne katıl mıyorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Dini Cemaatle İlişki Biçimi	Bir cemaate ensubum	%	7 7,1	8 8,1	11 11,1	46 46,5	27 27,3	0 ,0	0 ,0	99 100,0
	Bir cemaate sempatim var	%	15 17,2	17 19,5	3 3,4	36 41,4	15 17,2	0 ,0	1 1,1	87 100,0
	Hiçbir cemaatle ilişkim yoktur	%	707 30,8	619 26,9	179 7,8	512 22,3	228 9,9	19 ,8	33 1,4	2297 100,0
	Cevap yok	%	24 48,0	14 28,0	3 6,0	4 8,0	2 4,0	1 2,0	2 4,0	50 100,0
	Toplam	%	753 29,7	658 26,0	196 7,7	598 23,6	272 10,7	20 ,8	36 1,4	2533 100,0
$\chi^2= 1,251$ df=18 p= 0.000 <0.05										

Tablo 84, katılımcıların bir cemaatle ilişki biçimi ile “oy verme kararında dini inançlarım etkilidir” yargısına katılım düzeyi arasında farklılıkların bulunduğunu göstermektedir. Bu verilere göre, bir cemaate mensup olan katılımcıların %73.8’inde dini inançların siyasal davranışta etkisinin olduğu görülmektedir. Bu durum bir cemaate sempatisi olanlarda ise %58.6 oranında kendisini göstermektedir. Hiçbir cemaatle ilişkisi olmadığını belirten katılımcılar ise %57.7 oranında siyasal davranışında dini inançlarının etkisinin bulunmadığını belirtmektedirler.

Tablo 85. Dini Bir Cemaatle İlişki Durumuna Göre Siyasal Tercih

		Siyasal Tercih							
		AK Parti	CHP	MHP	BDP Destekli Bağımsız	Diğer	Oy vermedim	Cevap yok	Toplam
Dini Cemaatle İlişki Durumu	Bir cemaate mensubum	61	0	7	3	6	14	10	101
	%	60,4	,0	6,9	3,0	5,9	13,9	9,9	100,0
	Bir cemaate sempati var	52	5	9	3	0	10	8	87
	%	59,8	5,7	10,3	3,4	,0	11,5	9,2	100,0
	Hiçbir cemaatle ilişkim yoktur	746	475	184	125	46	312	452	2340
	%	31,9	20,3	7,9	5,3	2,0	13,3	19,3	100,0
	Cevap yok	16	6	4	0	1	8	16	51
	%	31,4	11,8	7,8	,0	2,0	15,7	31,4	100,0
Toplam		875	486	204	131	53	344	486	2579
	%	33,9	18,8	7,9	5,1	2,1	13,3	18,8	100,0
$\chi^2 = 99.799$ df=18 p= .000 <0.05									

Dini bir cemaatle ilişki biçimi ile siyasal tercih arasında farklılıklar bulunmaktadır. Tablo 85'e göre bir cemaate mensup olduğunu ifade eden katılımcıların %60.4'ü Ak Parti'ye oy verdiğini ifade etmektedir. Dini cemaat mensuplarının ikinci tercihinin ise MHP olduğu görülmektedir.

Benzer bir durum cemaate sempati duyanlar arasında da söz konusudur. Bir cemaate sempati duyanların %59.8'i Ak Parti'ye, %10.3'ü ise MHPye oy verdiğini ifade etmektedirler. Bu anlamda cemaat üyeleri ile cemaat sempatanlarının benzer saik ve benzer duyarlılıklar doğrultusunda siyasal bir davranış ortaya koydukları söylenebilir. Hipotez 8'de de belirtildiği gibi bir cemaatle ilişki biçimi ile cemaatin bireyin siyasal davranışına etkisi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

6.10. SİVİL TOPLUM VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA SİVİL TOPLUM KURUŞLARI VE SOSYAL İLİŞKİLER

Sivil toplum, devletin formel olarak etkisini gösteremediği sivil örgütlenme niteliğine sahip sosyal ilişkiler ağıdır. Sivil toplum modern demokratik siyasal yapının veya devlet yapısının önemli aktörlerinden biridir. Demokratik toplumların temel öğelerinden biri olan sivil toplum örgütleri, bu güçlerini üyeleriyle birlikte kurduğu sosyal ilişkiler ağından almaktadır.

Bu anlamda sivil toplum kuruluşu, yasal ve meşru sınırlar içerisinde kalmak koşuluyla devletten izin almadan bireylerin üye sıfatıyla ve gönüllü olarak bulunduğu ve üyelerin birbirleriyle kurduğu sosyal ilişkiler ağı ile belirli alanlarda proje, faaliyet yürütülen, ortak bir hedef için ortak eylem ve tutum içerisinde bulunan bir yapıdır. İşte sivil toplum kuruluşları belirli misyon, hedef ve amaç doğrultusunda gönüllü olarak bir araya gelen bireylerin oluşturduğu bir yapı olduğundan bu yapıda gerçekleşen sosyal ilişkiler ile bireyler birbirlerinin tutum ve davranışlarını karşılıklı olarak etkileyebilmektedir.

Sivil toplum kuruluşları ile birey dayanışma, ortak bir hedef için birlikte hareket edebilme, statü ve değer kazanma, güven, saygınlık gibi bir takım ruhsal gereksinimlerini karşılayabildiğinden yapının görüş, düşünce ve tutumları çerçevesinde bir davranış ortaya koymaktadır.

Bu anlamda, çeşitli sosyal, kültürel konularda olduğu gibi siyasal konularda da sivil toplum kuruluşları üyelerinden belirli davranışları beklediğini doğrudan ya da dolaylı olarak hissettirmekte, sivil toplum kuruluşu üyesi de bu beklentiler doğrultusunda bir siyasal davranış ortaya koyabilmektedir.

6.10.1. Katılımcıların Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği

Sivil toplum kuruluşları modern toplumun önemli sosyal ilişkiler ağlarından biridir. Toplumların demokratikleşmesinin göstergelerinden biri olarak değerlendirilen sivil toplum kuruluşları, kurdukları sosyal ilişkiler ağı ile hem üyelerine bir takım kazanımlar sağlamakta, hem üyelerinin bir takım beklentilerini karşılamakta hem de üyelerini bazı konularda yönlendirmektedirler.

Tablo 86. Katılımcıların Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği

	F	%
Evet	251	9,7
Hayır	2316	89,8
Cevap yok	12	,5
Toplam	2579	100,0

Örneklem grubunun sivil toplum kuruluşu üyelik durumunu gösteren Tablo 86'da göre, katılımcılardan %9.7'si bir sivil toplum kuruluşuna üye olduğunu ifade etmektedir.

Türkiye'de sivil toplum kuruluşu üyelik oranlarının oldukça düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Benzer verileri farklı araştırmalarda da görmek mümkündür. Örneğin, TÜSEV'in yaptığı bir araştırmaya göre Türkiye'de bir sivil toplum kuruluşuna üye olan vatandaşların oranı %11.5 (TÜSEV, 2011:19) olarak görülmektedir. Türkiye'de sivil toplum kuruluşu dağılımının coğrafi olarak dağılımına baktığımızda orantısızlık görülmektedir.

Çalışma kapsamında bir sivil toplum kuruluşuna üye olan katılımcıların %41'i İstanbul'da ikamet etmektedir. Ankara'da ikamet edenlerin oranı %15.9, İzmir'de yaşayanların oranı ise %8.4'tür. Buna karşın bir sivil toplum kuruluşuna üye olduğunu belirten katılımcılardan %2.4'ü Diyarbakır'da, %2.0'si Malatya'da, %0.8'i Kayseri'de, %0.4'ü ise Erzurum'da ikamet etmektedir. Bölgesel gelişmişlik düzeyi ile sivil toplum kültürü arasında bir paralellik görülmektedir.

Tablo 87. Cinsiyete Göre, Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği

Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği						
		Evet	Hayır	Cevap yok	Toplam	
Cinsiyet	Kadın	62	1199	4	1265	
	%	4,9	94,8	,3	100,0	
	Erkek	189	1117	8	1314	
	%	14,4	85,0	,6	100,0	
Toplam		251	2316	12	2579	
		%	9,7	89,8	,5	100,0
$\chi^2= 67.539$ df=2 p= .0.000 <0.05						

Cinsiyet değişkenine göre sivil toplum kuruluşu üyeliğinin dağılımına bakıldığında farklılıklar görülmektedir. Örneklem grubu içerisinde yer alan erkek katılımcıların, kadın katılımcılara oranla daha yüksek düzeyde sivil toplum kuruluşu

üyesi oldukları görülmektedir. Bu durum elbette ki geleneksel toplum yapımızın bir yansımasını ortaya koymaktadır. Türk toplumunda kadınların yaşamın her alanına katılım düzeyi çeşitli nedenlerden dolayı daha düşük düzeyde kalmaktadır. Bu da yakın çevre dışındaki sosyal ilişkiler ağının erkeklerin ağırlıklı olduğu bir yapının oluşmasına neden olmaktadır.

Tablo 88. Yaşa göre, Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği

		Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği			Toplam
		Evet	Hayır	Cevap yok	
YAŞ	18-25	26	522	1	549
	%	4,7	95,1	,2	100,0
	26-35	63	607	6	676
	%	9,3	89,8	,9	100,0
	36-45	51	491	1	543
	%	9,4	90,4	,2	100,0
	46-55	58	353	1	412
	%	14,1	85,7	,2	100,0
	56-65	43	227	1	271
	%	15,9	83,8	,4	100,0
	66 ve Üstü	10	116	2	128
Toplam		251	2316	12	2579
	%	9,7	89,8	,5	100,0
$\chi^2= 45.104$ df=10 p= .0.000 <0.05					

Sivil toplum kuruluşu üyeliğinin yaşa göre dağılımına bakıldığında 46-55 ve 56-65 yaş aralıklarında daha fazla STK üyesi olduğunu belirten katılımcının olduğu görülmektedir. Bu durum, yaş ilerledikçe bireylerin çeşitli sivil toplum kuruluşlarıyla sosyal ilişkiler kurma ihtiyacından kaynaklandığı şeklinde yorumlanabilir.

Bununla birlikte çalışma yaşamından ayrılan diğer bir ifade ile emekli olan bireylerin boş zamanlarını geçirmek amacıyla bu tür kuruluşlara üye olduğu söylenebilir. Tablo 88 incelendiğinde yaş ilerledikçe sivil toplum kuruluşu üyeliği de artmaktadır.

Tablo 89. Sosyal Sınıfa Göre Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği

Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği						
			Evet	Hayır	Cevap yok	Toplam
Sosyal Sınıf	Üst sınıf	%	5	65	0	70
			7,1	92,9	,0	100,0
	Orta sınıf	%	182	1463	8	1653
			11,0	88,5	,5	100,0
	Alt sınıf	%	54	702	4	760
			7,1	92,4	,5	100,0
	Fikrim yok	%	1	42	0	43
			2,3	97,7	,0	100,0
	Cevap yok	%	9	44	0	53
			17,0	83,0	,0	100,0
Toplam		%	251	2316	12	2579
			9,7	89,8	,5	100,0
$\chi^2= 16.284$ df=8 p= .0038 <0.05						

Katılımcıların sosyal sınıf algısı ile sivil toplum kuruluşu üyeliği arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Şöyleki, Türkiye’de ekonomik olarak “orta sınıf”ta yer aldığını düşünen katılımcıların diğer sosyal sınıflara göre daha fazla oranda sivil toplum kuruluşuna üye olduklarını görebilmekteyiz.

Orta sınıf olarak ifade edilen ekonomik düzeye sahip olan bireyler gündelik yaşamlarında bir takım sorunlarının çözümünde daha fazla sivil toplum kuruluşlarına ihtiyaç duyabildiği gibi bu kesim de sivil toplum kuruluşları ile sosyal ilişkiler duyarlılığının daha fazla olduğu düşünülmektedir. Yine, orta sınıf sivil toplum kuruluşları aracılığıyla statü, saygı, dayanışma ve paylaşma gibi psikolojik gereksinimlerini karşılayabilmektedir.

Tablo 90. Öğrenim Durumuna Göre Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği

		Sivil Toplum Kuruluşu Üyeliği			Toplam
		Evet	Hayır	Cevap yok	
Öğrenim durumu	Okur yazar değil	1 2,3	43 97,7	0 ,0	44 100,0
	Okur yazar	1 2,0	46 93,9	2 4,1	49 100,0
	İlkokul	60 7,6	722 91,9	4 ,5	786 100,0
	Ortaokul/İlköğretim	33 7,5	404 92,2	1 ,2	438 100,0
	Lise veya dengi okul	77 9,3	750 90,5	2 ,2	829 100,0
	Üniversite	72 18,0	324 81,2	3 ,8	399 100,0
	Lisansüstü (master-doktora)	7 22,6	24 77,4	0 ,0	31 100,0
	Cevap yok	0 ,0	3 100,0	0 ,0	3 100,0
Toplam		251 9,7	2316 89,8	12 ,5	2579 100,0
$\chi^2 = 66.516$ df=14 p= .0.000 <0.05					

Sivil toplum kuruluşu üyeliği ile öğrenim durumu arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu Tablo 90'da görülmektedir. Elde edilen veriler incelendiğinde öğrenim durumu yükseldikçe, sivil toplum kuruluşu üyesi olma oranı da artmaktadır. Buna göre, sivil toplum kuruluşu üyeliğinin belirli bir demokratik kültüre ve bilince göre şekillendiğini söyleyebiliriz. Çünkü, eğitilmiş bireyler sivil toplum kuruluşlarında oluşan sosyal ilişkiler aracılığıyla formel yapının sağlamadığı ya da sağlamayı arzu etmediği bir takım kazanımları elde edeceklerini düşünmektedirler.

6.10.2. Sivil Toplum Kuruluşunun Türü

Sivil toplum kuruluşları amaçları, hedefleri ve üyelerinin yapısına göre farklılıklar göstermektedirler. Bazı sivil toplum kuruluşları mesleki bir dayanışma, bazı sivil toplum kuruluşları hemşehrilik çerçevesinde bir dayanışma, bazı sivil toplum kuruluşları ise ortak bir ideal çerçevesinde dayanışmanın gereği olarak oluşan sosyal gruplardır. Ülkemizde sivil toplum kuruluşlarının sayısı ve bu sivil toplum kuruluşlarına üye olan vatandaşların sayısı az olmakla birlikte, AB uyum süreci çerçevesinde de her geçen gün arttığını söyleyebiliriz.

Tablo 91. Sivil Toplum Kuruluşunun Türü

	F	%
Dernek	101	40,2
Sendika	16	6,4
Meslek odası	34	13,5
Vakıf	20	8,0
Hemşeri Derneği	58	23,01
Kooperatif	1	,4
Okul-Aile Birliği	1	,4
Köy Derneği	4	1,6
Atatürkçü Düşünce Derneği	1	,4
Hayvan Severler Derneği	2	,8
Cevap yok	3	1,2
Türk İş Adamları Derneği	1	,4
Yesevi Derneği	1	,4
Kadın Derneği	1	,4
İnsan Hakları Derneği	1	,4
Su Sporları Derneği	1	,4
Yetiştirme Yurdu	1	,4
Yardım Kurumu	2	0,8
Greenpeace	1	,4
Yenimahalle Emekliler Derneği	1	,4
Toplam	251	100,0

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların üye olduğu sivil toplum kuruluş türlerinin dağılımını gösteren Tablo 91’de de görüldüğü üzere ilk sırayı dernekler almaktadır. Bir sivil toplum kuruluşuna üye olduğunu ifade eden katılımcıların %40’ının dernek, %23.01’nin hemşehri derneği, %13.5’nin de meslek odası üyesi olduğu görülmektedir. Katılımcılardan vakıf üyesi olduğunu belirtenlerin oranı %8.0, sendika üyesi olduğunu belirtenlerin oranı ise %6.4 olarak belirlenmiştir. Sendika ve meslek odaları mesleki bir sivil toplum kuruluşu olmalarının yanında bir takım haklardan yararlanmak isteyen vatandaşların zorunlu veya üye olmak durumunda kaldıkları sivil toplum kuruluşlarıdır. Bu anlamda STK’lar içerilerinde formel bir nitelik de taşımaktadırlar. Ancak, dernek, vakıf ve hemşehri derneği gibi katılımcıların daha yüksek oranda üye olduğu sivil toplum kuruluşları gönüllülük esasına dayalı bir sosyal ilişkiler ağıının olduğu yapılardır. Bireyler buralarda hem bir takım ihtiyaç ya da beklentilerini karşılayabilmekte hem de kurdukları sosyal ilişkiler ile yalnızlık gibi bir modern toplum sendromundan kurtulabilmektedirler.

6.10.3. Üye Olunan Sivil Toplum Kuruluşunun Faaliyetlerine Katılım Sıklığı

Sivil toplum kuruluşları ortak bir hedef için yardımlaşma, dayanışma ve birliktelik oluşturma çerçevesinde hareket eden sosyal gruplar olduğundan üyelerinin sosyal ilişkilerinin sağlanmasında ve gelişmesinde ortaya koyduğu faaliyetler önemli bir yer tutmaktadır. Bu anlamda sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerine katılma sıklığı bu sosyal yapı içerisinde gerçekleşen sosyal ilişkilerin de niteliğini ortaya koymaktadır.

Tablo 92. Üye Olunan Sivil Toplum Kuruluşunun Faaliyetlerine Katılım Sıklığı

	F	%
Hiçbir zaman	12	4,8
Nadiren	65	25,9
Bazen	82	32,7
Sık sık	58	23,1
Her zaman	32	12,7
Cevap yok	2	,8
Toplam	251	100,0

Bir sivil toplum kuruluşuna üye olan katılımcıların, bu kuruluşun faaliyetlerine katılım düzeyi sosyal ilişkiler boyutunu ortaya koyması açısından önemlidir. Tablo 92'ye göre katılımcıların önemli bir kısmının (%58.6) üye oldukları sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerine katılım düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerine daha yüksek düzeyde ya da diğer bir ifadeyle düzenli olarak katılanların oranı ise %35.8 olarak belirlenmiştir.

Bu anlamda sivil toplum kuruluşlarına üye olanların aktif katılımı oldukça sınırlı görülmektedir. Bu veriler çerçevesinde sivil toplum kuruluşuna üye olan bireylerin bu kuruluşların oluşturduğu sosyal ilişkiler ağı içerisinde düzenli, sürekli ve yoğunluk düzeyi yüksek bir iletişim içerisinde oldukları söylenemez.

Bununla birlikte sivil toplum kuruluşlarının bireylere yeni sosyal ilişkiler alanı oluşturdukları da kabul edilmesi gereken bir gerçektir.

6.10.4. Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Nedeni

Bireyler, sivil toplum kuruluşlarına çeşitli nedenlerle üye olabilirler. Sosyal, psikolojik ve ekonomik gibi nedenlerle bireyler sivil toplum kuruluşlarına üye olabilecekleri gibi bazı hallerde de yaptığı işin gereği olarak formel bir nitelikte üye

olabilmektedirler. Örneğin, Ticaret ve Sanayi Odalarına, Esnaf Birliklerine üye olmak yapılan işin bir gereği olarak üye olunması gereken sivil toplum kuruluşlarıdır.

Tablo 93. Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Nedeni

	F	%
Arkadaş edinebilmek	21	8,4
İnsanlara yararlı olmak	97	38,6
Ülkem/kentim için bir şeyler yapmak	46	18,3
Toplumsal saygınlık edinebilmek	10	4,0
Arkadaşlarımın üye olmasından dolayı	10	4,0
Siyasal konularda aktif olmak	5	2,0
Boş vaktimi değerlendirmek	12	4,8
Hatırlamıyorum	2	,8
Fikrim yok	1	,4
İşimden dolayı	29	11,6
Köylülerimizle bir arada olmak için	10	4,0
Diğer	7	2,8
Cevap yok	1	,4
Toplam	251	100,0

Bireylerin sivil toplum kuruluşlarına üye olmasının bireysel ve toplumsal anlamda çeşitli nedenleri vardır. Tablo 93'te katılımcıların bir sivil toplum kuruluşuna üye olma nedenlerinin dağılımı yer almaktadır. Buna göre katılımcıların %38,6'sı "insanlara yararlı olmak", %18,3'ü ülkem/kentim için bir şeyler yapmak, %11,6'ı işimden dolayı %8,4'ü arkadaş edinebilmek, %4,8'i boş vaktimi değerlendirmek gibi nedenlerden dolayı üye olduklarını ifade etmektedirler. Bunların yanında toplumsal saygınlık edinebilmek, arkadaşların üye olmasından dolayı, köylüleriyle bir arada olmak ve siyasi konularda aktif olmak gibi nedenler de bulunmaktadır. Veriler genel olarak incelendiğinde toplumsal nedenler daha ağırlıklı görünmekle birlikte arkadaş edinebilmek, boş vakit geçirmek, toplumsal saygınlık edinmek gibi bireysel nedenler de önemli oranda etkili olmaktadır. Sivil toplum kuruluş üyeliği gönüllülük esasına dayalı olduğundan toplumsal faktörler daha öne çıkmaktadır. Bu veriler aslında modernleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan yeni toplumsal yapı içerisinde bireyin sosyal bir varlık olarak diğer insanlarla yardımlaşma, paylaşma ve kaynaşma isteklerinin bir sonucudur. Diğer bir ifadeyle cemiyet yapısı içerisinde bulunan bireyler cemaatsel yapılara özlem duymakta ve bu yapılar içerisinde faaliyetlerde bulunarak hem bu özlemini gidermekte hem de toplumsal bir faydanın bir parçası olmaktadır şeklinde bir değerlendirme yapılabilir.

6.10.5. Üye Olunan STK'nın Siyasal Tercih İçin Yönlendirmede Bulunma Durumu

Her sosyal grupta olduğu sivil toplum kuruluşlarında da üyelerini belirli konularda yönlendirme söz konusu olabilmektedir. Ancak, sivil toplum kuruluşları çoğu zaman yapılarının bir gereği olarak her siyasi kimlikten, her siyasi düşüncede bireylerden oluşmasından dolayı siyasal davranış noktasında bu tür yönlendirmelerden uzak durmaları beklenir. Bununla birlikte üyelerini kendi hedefleri ya da beklentileri doğrultusunda siyasal bir davranış için yönlendiren sivil toplum kuruluşlarının varlığı da görülmektedir.

Tablo 94. Üye Olunan STK'nın Siyasal Tercih İçin Yönlendirmede Bulunma Durumu

	F	%
Evet	21	8,4
Hayır	228	90,8
Fikrim yok	1	,4
Cevap yok	1	,4
Toplam	251	100,0

Sivil toplum kuruluşları çeşitli amaç ve hedefleri gerçekleştirmek için kurulan organizasyonlar olduklarından, bazı hallerde bu hedeflerini gerçekleştirebilmek için siyasal sistemin aktörleri ile iletişim ve işbirliği içerisinde bulunabilmektedirler. Sivil toplum kuruluşları bu tür işbirliklerini gerçekleştirirken üyelerinin desteklerini almayı ya da üyelerinin bu yönde bir siyasal davranış içerisinde olmalarını arzu ederler. Tablo 94'te sivil toplum kuruluşu üyesi bulunan katılımcıların, üye oldukları sivil toplum kuruluşunun siyasal tercih için yönlendirmede bulunma durumları verilmektedir.

Buna göre, katılımcıların %8.4'ü siyasal tercih için sivil toplum kuruluşunun yönlendirmede bulunduğunu ifade ederken, %90.8'i ise böylesi bir yönlendirmenin yapılmadığını belirtmektedir. Sivil toplum kuruluşlarında her siyasi görüş, her ideolojiden insanlar gönüllü olarak yer alabildiğinden sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin de siyasal seçimlerde üyelerinin tercihine yönelik bir yönlendirme içerisine girmeleri elbette ki kolay değildir. Ancak, bazı sivil toplum kuruluşları benzer ya da birbirine yakın siyasal düşünceye sahip insanlardan oluşabilmektedir.

Kamusen, Müsiad, Memursen gibi organizasyonlar örnek olarak gösterilebilir. Buralarda da aslında bir yönlendirmeye ihtiyaç duyulmayabilir ancak bu tür organizasyonlar eğilimlerini göstermek bakımından bazı girişim ve faaliyetlerde bulunabilmektedirler.

Son tahlilde sivil toplum kuruluşları çok sınırlı bir şekilde üyelerinin siyasi tercihi için yönlendirmede bulunurken, ağırlıklı bir bölümü de böylesi yönlendirme içerisine girmemektedirler. Bu durum sivil toplum kuruluşunun mantığı ile de uyumludur.

6.10.6. Üye Olunan STK'nın İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu

Sivil toplum kuruluşu üyeleri bu sosyal grubun isteği ya da önerisi üzerine bir siyasal davranış ortaya koyabilmektedirler. Bu etkinin niceliği aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 95. Üye Olunan STK'nın İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu

	F	%
Evet	12	4,8
Hayır	235	93,6
Hatırlamıyorum	1	,4
Cevap yok	3	1,2
Toplam	251	100,0

Tablo 95, katılımcıların üye olunan sivil toplum kuruluşunun isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya verme durumlarını ortaya koymaktadır. Buna göre katılımcılardan %4.8'i sivil toplum kuruluşunun isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verdiğini ifade ederken, %93.6'sı ise oy vermediği yönünde bir görüş belirtmiştir. Sivil toplum kuruluşlarının üyelerini siyasal bir davranış için yönlendirme oranında olduğu gibi üyelerin bu organizasyonun isteği doğrultusunda bir siyasal davranış ortaya koymuş olma oranı da düşüktür. Ancak, burada sivil toplum kuruluşlarının kendi üyelerinin siyasal davranışını etkileme bakımından cemaatlerden daha az etkili olduğunu söyleyebilmek mümkündür. Daha disiplinli ve kapalı yapılar olan cemaatlerin üyelerini (%11.9) siyasal bir davranış için etkileme oranları daha yüksektir. Bu durum bu iki yapının çalışma anlayışı ve oluşum ruhunun yanında kurdukları sosyal ilişkiler ağıyla ilgilidir. Cemaat üyeleri arasında daha yoğun ve etkili bir sosyal ilişkiler söz konusu iken sivil toplum kuruluşlarında bunun daha az düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 96. Cinsiyete Göre Üye Olunan STK’ların Seçim Dönemlerinde Siyasal Tercihiniz İçin Yönlendirmede Bulunma Durumu

Üye Olunan STK'nın Seçim Dönemlerinde Siyasal Tercihin İçin Yönlendirmede Bulunma Durumu							
			Evet	Hayır	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Cinsiyet	Kadın		1	60	1	0	62
		%	1,6	96,8	1,6	,0	100,0
	Erkek		20	168	0	1	189
		%	10,6	88,9	,0	,5	100,0
Toplam			21	228	1	1	251
	%		8,4	90,8	,4	,4	100,0
$\chi^2= 8.185$ df=3 p= .042 <0.05							

Cinsiyet değişkenine göre, Üyesi olunan STK’ların siyasal yönlendirmede bulunma durumlarını gösteren Tablo 96’ya göre erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla sivil toplum kuruluşunun siyasal davranışa yönelik beklentilerini daha yüksek düzeyde karşıladıkları görülmektedir. Erkek katılımcılar, sivil toplum kuruluşunun faaliyetlerine kadınlara göre daha yüksek düzeyde katıldıklarından burada oluşan sosyal ilişkiler açısından etkilenme düzeyleri de artmaktadır.

Tablo 97. Üye Olunan STK’nın İsteği Üzerine Oy Verme Durumuna Göre Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum Yargısına Katılım Düzeyi

Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum									
			Kesinlikle Katıl mıyorum	Katıl mıyorum	Ne katılı yorum, ne katıl mıyorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Cevap yok	Toplam
Üye olunan STK’nın isteği üzerine bir partiye oy verme	Evet	%	8 66,7	3 25,0	0 ,0	0 ,0	1 8,3	0 ,0	12 100,0
	Hayır	%	108 46,0	112 47,7	9 3,8	3 1,3	3 1,3	0 ,0	235 100,0
	Hatırlamıyorum	%	0 ,0	1 100,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	1 100,0
	Cevap yok	%	0 ,0	2 66,7	0 ,0	0 ,0	0 ,0	1 33,3	3 100,0
	Toplam	%	116 46,2	118 47,0	9 3,6	3 1,2	4 1,6	1 ,4	251 100,0
χ ² = 92.156 df=15 p= 0.000 <0.05									

Üye olunan sivil toplum kuruluşunun isteği üzerine oy verme ile “sosyal çevremden dışlanmaktansa siyasi tercihimizi değiştirmeyi daha uygun bulurum” yargısına

katılım düzeyi arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Tablo 97'ye göre, sivil toplum kuruluşuna üye olan katılımcıların sosyal çevreden dışlanma endişesi taşıdığı görülmekte ve bu endişe çerçevesinde bir siyasal davranış ortaya koydukları düşünülmektedir. Ancak, böylesi bir endişe taşımayanların oranı daha yüksektir. Bu durum, üyelerinin sivil toplum kuruluşuyla aidiyet içerisinde, herhangi bir endişe taşımadan siyasal bir davranış ortaya koydukları şeklinde yorumlanabilir. Bu veriler çerçevesinde Hipotez 9 doğrulanmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarıyla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi ile cinsiyet ve sosyal çevreden dışlanma endişesi arasında anlamlı bir ilişki vardır. STK üyelerinin sosyal çevreden dışlanma endişesi diğer sosyal gruplara göre daha fazla görülmektedir.

Tablo 98. Üye Olunan STK'nın İsteği Üzerine Oy Verme Durumuna Göre Seçim Döneminde Çevremden Siyasi Tercihlerim Konusunda Baskı Yapıldığını Hissediyorum Yargısına Katılım Düzeyi

Seçim Döneminde Çevremden Siyasi Tercihlerim Konusunda Baskı Yapıldığını Hissediyorum									
			Kesinlikle Katıl mıyorum	Katıl mıyorum	Ne katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Cevap yok	Toplam
Üye olunan	Evet		7	4	1	0	0	0	12
	%	58,3	33,3	8,3	,0	,0	,0		100,0
STK'nın isteği üzerine bir partiye oy verme	Hayır		97	106	11	19	2	0	235
	%	41,3	45,1	4,7	8,1	,9	,0		100,0
	Hatırla mıyorum		0	1	0	0	0	0	1
	%	,0	100,0	,0	,0	,0	,0		100,0
	Cevap yok		0	2	0	0	0	1	3
	%	,0	66,7	,0	,0	,0	33,3		100,0
Toplam			104	113	12	19	2	1	251
	%	41,4	45,0	4,8	7,6	,8	,4		100,0
$\chi^2= 88.443$ df=15 p= 0.000 <0.05									

Tablo 98, Üye olunan sivil toplum kuruluşunun isteği üzerine oy verme ile seçim döneminde çevremden siyasi tercihlerim konusunda baskı yapıldığını hissediyorum yargısına katılım düzeyi oldukça dikkat çekici bir farklılığı yansıtmaktadır. Buna göre bir sivil toplum kuruluşuna üye olup da sivil toplum kuruluşunun isteği üzerine oy verenler herhangi bir baskı içerisinde olmadıklarını

belirtmektedirler. Ancak, üye olunan sivil toplum kuruluşunun isteği üzerine siyasal bir davranış ortaya koymayanların bir kısmı baskı gördüklerini belirtmektedirler.

Bu durum, sivil toplum kuruluşunun üyelerine baskı yaptığını ortaya koymaktadır ki, bu durum sivil toplum kuruluşlarının varlığına aykırıdır. Zira, sivil toplum kuruluşları demokratik yaşamın önemli aktörleri olarak bireylerin demokratik standartlarının yükseltilmesi ve bir takım haklarının korunması için var olan sivil organizasyonlardır.

Tablo 99. Yaşa Göre, Üye Olunan Sivil Toplum Kuruluşu'nun İsteği Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme Durumu (Anova Testi)

	Kareler Toplamı	df	Ortalamanın Karesi	F	Sig.
Gruplar Arasında	83,378	3	27,793	,138	,937
Gruplar Dahilinde	49773,418	247	201,512		
Toplam	49856,797	250			

Siyasal davranışta sivil toplum kuruluşunun etkisi ile katılımcıların yaşı arasında ise anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Katılımcıların üyesi olduğu sivil toplum kuruluşu üyelerinin etkisi arasında da anlamlı farklılıklar bulunamamıştır ($F=.138$, $sd=247$, $p=.937$). Bu anlamda her yaş grubundan birey STK'lardan etkilenecek siyasal davranışta bulunabilmektedir.

6. 11. SOSYAL MEDYA VE SİYASET: SİYASAL DAVRANIŞTA SOSYAL MEDYA GRUPLARI İLE SOSYAL İLİŞKİLER

Yeni bir iletişim aracı olarak sosyal medya insanlara yeni bir sosyal ilişkiler mekânı sunmaktadır. Modern çağımızın yalnız insanı bu yeni sosyal ilişkiler mekânında duygularını ve düşüncelerini paylaşmakta, sanal gerçeklik çerçevesinde paylaşmanın ve farkında olmanın anlık hazzını ve huzurunu yaşamaktadır. Sosyal medya ile sosyalleşme de soyut bir boyut kazanmış, reel yaşamda yalnız olan birey sanal gruplarla kurduğu sosyal ilişkilerle siyasal ve sosyal alanlardaki düşünce paylaşımlarını gerçekleştirmektedir. Sanal sosyal ilişkiler bireyin iletişimini de soyutlaştırarak Lyon'un ifadesiyle (2006: 34) bedenlerin kaybolmasına yol açmıştır.

İnternet teknolojisinin yaygınlaşmasının sosyal ilişkilerin boyutuna etkisine ilişkin iki yaklaşım vardır. Bunlardan birincisi sosyal medyanın aile, arkadaş çevresi gibi birincil gruplarla gerçekleştirdiği reel sosyal ilişkileri azalttığı şeklindedir. İkinci yaklaşım ise, sosyal medyanın bireylerin kendilerini daha rahat ifade etme ortamı sağladığından dolayı sosyal ilişkileri güçlendirdiği şeklindedir. Her iki yaklaşımın da haklı tarafları olmakla birlikte somut olan sosyal medyanın yeni bir sosyal ilişkiler ortamı sunarak, sosyal ilişkilere yeni bir boyut kazandırdığıdır.

Sosyal medyanın iletişimde gücünün her geçen gün artmasıyla birlikte hemen her alanda daha fazla kullanılmaya ve sosyal medya kullanıcılarının davranışlarının etkilenmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu alanlardan biri de siyasettir. Sosyal medya kullanıcısının artması özellikle kullanıcılarının çok büyük bir kısmının gençlerden oluşması bu seçmenlere ulaşmak için adeta bir fırsat sağlamaktadır. Bu yeni iletişim ortamları her geçen gün seçim kampanyalarının en önemli iletişim aracı haline gelmektedirler. Sosyal medya çift yönlü bir iletişim imkanı sağladığından, siyasal aktör ile seçmenin çeşitli konularda görüşlerini paylaşmalarını da olanak sağlamaktadır. Bu anlamda, sosyal medya yüz yüze ilişkilerden sonra siyasal kampanyalarda seçmeni etkileme imkanı sağlayan ikinci araçtır.

6.11.1. Katılımcıların İnternet Kullanma Durumları

Bilgi toplumunda bilişim teknolojilerinin kullanımı siyasal davranış çerçevesinde incelendiğinde iki önemli husus dikkat çekmektedir. Bunlardan birincisi siyasal bilgi aracı olarak internet medyasının alternatif bir medya olmasıdır. İkincisi

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre internet kullanımını gösteren Tablo 101'e göre, erkek katılımcılar ile kadın katılımcılar arasında internet kullanma düzeyi bakımından farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin erkek katılımcıların, kadın katılımcılardan daha yüksek oranda sık sık internet kullandığı görülmektedir. Yine kadın katılımcıların neredeyse yarısının (%45.2) interneti hiç kullanmadığı belirlenmiştir.

Cinsiyet değişkenine benzer bir farklılık öğrenim durumunda da görülmektedir. Öğrenim düzeyi yükseldikçe, internet kullanma oranı artmaktadır. Örneğin, ilköğretim eğitimlilerde %14,9 oranında görülen sık sık internet kullanma durumu lisansüstü öğrenim sahibi katılımcılarda %83,9'a kadar yükselmektedir. Bu durumda bilişim teknolojilerini kullanma düzeyinin toplumun eğitim yapısı ile ilgili olduğunu söyleyebiliriz.

6.11.2. Katılımcıların Sosyal Medyada Hesabı Bulunma Durumu

Sosyal medya, sanal bir sosyal ilişkiler ağı kurarak insanların sanal bir gerçeklik çerçevesinde paylaşımlarda bulunmalarına imkan vermektedir. Sosyal medya kullanıcıları, sanal gerçekliğin sağladığı olanakla gündelik yaşamda yüz yüze gerçekleşen sosyal ilişkilerde yaşayamadıkları hazzı, mutluluğu, duyguyu, endişeyi yaşayabilmekte, düşüncelerini özgürce paylaşabilmektedir. Sosyal medya soyut bir sosyal ilişkiler mecrası olması dolayısıyla reel yaşamda ifade edilemeyen; dile getirilemeyen fikirler rahatlıkla ifade edilebilmektedir. Sosyal medya, bir yönüyle özgürlük sağladığı gibi, bir yönüyle de sanal bir gerçeklik üretmektedir.

Tablo 102. Katılımcıların Sosyal Medyada Hesabı Bulunma Durumu

	F	%
Evet, var	1174	45,5
Var, ama aktif değil	121	4,7
Hayır, yok	1239	48,0
Cevap yok	45	1,7
Toplam	2579	100,0

İnternet ortamında sosyal ilişkilere “sanal”lık özelliği kazandıran sosyal medyadır. Sanal ortamda yeni bir sosyal ilişkiler biçimi sunan sosyal medyanın imkânlarından yararlanmak için bir kullanıcı hesabının bulunması diğer bir ifadeyle,

gözetime ve denetime imkan sağlayacak bazı kimliksel bildirimlerin verilmesi gerekmektedir. Tablo 102’de de görüldüğü üzere katılımcılardan %45.5’i sosyal medyada aktif hesabı bulunduğunu belirtirken, %4.7’si ise sosyal medya hesabının bulunduğunu ama aktif olmadığını ifade etmektedir. Katılımcıların yarıya yakınının ise sosyal medyada hesabı bulunmamaktadır. Bu durum Tablo 99 ile uyumlu bir fotoğraf sunmaktadır.

Tablo 103. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Hesabı Bulunma Durumu

Sosyal Medya Hesabı Bulunma Durumu							
			Evet, var	Var, ama aktif değil	Hayır, yok	Cevap yok	Toplam
Cinsiyet	Kadın		483	46	700	36	1265
		%	38,2	3,6	55,3	2,8	100,0
	Erkek		691	75	539	9	1314
		%	52,6	5,7	41,0	,7	100,0
Toplam			1174	121	1239	45	2579
	%		45,5	4,7	48,0	1,7%	100,0
$\chi^2=$ 80.021 df=3 p= .0.000 <0.05							

Katılımcıların cinsiyetine göre sosyal medyada hesabı bulunma durumları Tablo 103’te yer almaktadır. Erkek ve kadın katılımcılar arasında bazı farklılıkların olduğu görülmektedir. Örneğin erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre sosyal medyada aktif olarak hesabı bulunma oranı daha yüksektir. Kadın katılımcıların ise sosyal medyada hesabı bulunmama oranı daha yüksek olarak görülmektedir. Bu bakımdan sosyal medyanın erkekler tarafından daha fazla kullanılan bir sosyal ilişkiler mekanı olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 104. Öğrenim Durumuna Göre Sosyal Medya Hesabı Bulunma Durumu

		Sosyal Medya Hesabı Bulunma Durumu					Toplam
			Evet, var	Var, ama aktif değil	Hayır, yok	Cevap yok	
Öğrenim durumu	Okur yazar değil	%	0 ,0	1 2,3	43 97,7	0 ,0	44 100,0
	Okur yazar	%	5 10,2	3 6,1	40 81,6	1 2,0	49 100,0
	İlkokul	%	134 17,0	20 2,5	613 78,0	19 2,4	786 100,0
	Ortaokul/ İlköğretim	%	200 45,7	22 5,0	212 48,4	4 ,9	438 100,0
	Lise veya dengi okul	%	527 63,6	54 6,5	237 28,6	11 1,3	829 100,0
	Üniversite	%	285 71,4	20 5,0	86 21,6	8 2,0	399 100,0
	Lisansüstü (master- doktora)	%	22 71,0	1 3,2	8 25,8	0 ,0	31 100,0
	Cevap yok	%	1 33,3	0 ,0	0 ,0	2 66,7	3 100,0
	Toplam		1174	121	1239	45	2579
	%	45,5	4,7	48,0	1,7	100,0	
$\chi^2= 6.986$ df=21 p= .0000 <0.05							

Katılımcıların öğrenim durumları ile sosyal medyada hesabı bulunma durumunu gösteren Tablo 104'teki verilere göre öğrenim durumu değişkeni ile sosyal medyada hesabı bulunma durumu arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu anlaşılmaktadır.

Öğrenim durumu yükseldikçe, sosyal medyada hesabı bulunma oranı da artmaktadır. Bu durum katılımcıların internet kullanma durumu ile paralellik göstermektedir. Öğrenim durumu yükseldikçe internet kullanma oranı da yükseldiği gibi benzer şekilde sosyal medyada hesabı bulunma oranı da yükselmektedir. Yani yeni sosyal ilişkiler mekanı olan sosyal medya daha çok öğrenim durumu yüksek bireyler tarafından tercih edilmekte ve aktif olarak kullanılmaktadır.

Tablo 105. Yaşa Göre Sosyal Medya Hesabı Bulunma Durumu

Sosyal Medya Ortamlarından Hesabın Bulunma Durumu							
		Evet, var	Var, ama aktif değil	Hayır, yok	Cevap yok	Toplam	
YAŞ	18-25	410	33	93	13	549	
	%	74,7	6,0	16,9	2,4	100,0	
	26-35	407	47	213	9	676	
	%	60,2	7,0	31,5	1,3	100,0	
	36-45	233	18	286	6	543	
	%	42,9	3,3	52,7	1,1	100,0	
	46-55	90	17	296	9	412	
	%	21,8	4,1	71,8	2,2	100,0	
	56-65	32	5	229	5	271	
	%	11,8	1,8	84,5	1,8	100,0	
66 ve Üstü	2	1	122	3	128		
	%	1,6	,8	95,3	2,3	100,0	
Toplam		1174	121	1239	45	2579	
		%	45,5	4,7	48,0	1,7	100,0
$\chi^2= 6.6735$ df=15 p= 0.000 <0.05							

Yaşa göre sosyal medyada hesabı bulunma durumu incelendiğinde yaş düştükçe sosyal medyada hesabı bulunma oranı artmaktadır. Katılımcıların yaş değişkeni ile sosyal medyada hesabı bulunma durumunu ortaya koyan Tablo 105'e göre, her yaş grubunda katılımcının sosyal medyada hesabı bulunmaktadır. Ancak, katılımcıların yaşı düştükçe sosyal medyada hesabı bulunma durumu tam tersi olarak artmaktadır. Buna göre sosyal medyayı eğitilmiş gençlerin ağırlıklı olarak kullandığı bir sosyal ilişkiler mekanı olarak değerlendirmek mümkündür.

6.11.3. Sosyal Medyayı Kullanma Amacı

Sosyal medya çeşitli amaçlarla kullanılan bir mecra'dır. Sosyal medya eğlence merkezli bir alternatif sosyal ilişkiler mecrası olmasının yanında, mesajlaşmak, haberleşmek, bilgi paylaşımı yapmak, yeni arkadaşlar edinmek gibi değişik amaçlarla kullanılabilir. Burada hangi amaçla kullanılırsa kullanılsın sanal bir çevre ile gerçekleşen sanal bir sosyal ilişkilerden söz edebilmek mümkündür.

Tablo 106. Sosyal Medyayı Kullanma Amacı

	F	%
Eğlenmek	600	51,1
Gruplara üye olmak	6	,5
Bilgi edinmek	353	30,1
Mesajlaşmak	98	8,3
Arkadaş edinmek	51	4,3
Siyasi tartışmaları takip etmek	23	2,0
Cevap yok	5	,4
Oyun oynamak	3	,3
Hepsi	11	,9
İş amaçlı	8	,7
Haberleşmek/ iletişim kurmak/ paylaşım yapmak	11	,9
Gündemi takip etmek	3	,3
Film izlemek/ video	1	,1
Sosyal etkinlik düzenlemek	1	,1
Toplam	1174	100,0

Katılımcıların sosyal medyayı kullanma amaçlarını gösteren verilerin dağılımı Tablo 106’da da verilmektedir. Bu verilere göre, katılımcıların %51.1’i eğlenmek, %30.1’i bilgi edinmek, %8.3’ü mesajlaşmak, %4.3’ü ise arkadaş edinmek amacıyla sosyal medyayı kullandığı görülmektedir. Sosyal medya bir eğlence, haber ve bilgi alma mekanı olduğu kadar aynı zamanda bireylerin mevcut arkadaşlarıyla mesajlaştığı ve yeni arkadaşlık edinme imkanının bulunduğu bir mecraadır. Sosyal medya bireylere hem haberdar olma hem de yeni bireylerle sosyal ilişkiler kurma imkanı sunmaktadır.

6.11.4. Sosyal Paylaşım Ağındaki Arkadaş Sayısı

Sosyal medyadaki arkadaş sayısı kullanıcının sosyal medya profilini ortaya koymaktadır. Sosyal medya, aktif olarak kullanıldıkça arkadaş sayısı artan bir sosyal ilişkiler mekanıdır. Diğer yandan sosyal paylaşım ağındaki arkadaş sayısı bu sanal dünyada bireyin sosyal ilişkilerinin boyutunu ortaya koymaktadır.

Tablo 107. Sosyal Paylaşım Ağındaki Arkadaş Sayısı

	F	%
100 ve altı	286	24,4
101-250	347	29,6
251-500	303	25,8
501-1000	143	12,2
1001 ve üzeri	71	6,0
Fikrim yok	15	1,3
Cevap yok	9	,8
Toplam	1174	100,0

Sosyal medyada hesabı bulunan katılımcıların sosyal paylaşım ağlarındaki arkadaş sayısının dağılımı Tablo 107’de yer almaktadır. Bu verilere göre, katılımcıların %79.8’nin sosyal paylaşım ağındaki arkadaş sayısı 500 ve altındadır. Bunun üzerinde arkadaş sayısına sahip katılımcıların oranı ise yaklaşık olarak %15 dolayındadır. Bu çerçevede katılımcıların sosyal medyada sosyal ilişki içerisinde bulunduğu bireylerin sayısı gündelik yaşam ile benzerdir. Dahası sosyal çevresindeki insanlar da bu arkadaşların içerisinde yer almaktadır.

6.11.5. Sosyal Medyada Arkadaşların Sosyal Çevreye Oranı

Sosyal medyada arkadaşlar bireyin gündelik yaşamındaki sosyal çevreden oluşabileceği gibi farklı çevrelerden de arkadaşların bulunabilmesi mümkün değildir. Sosyal medya zaman ve mekan kavramını ortadan kaldırdığında dünyanın farklı ülkelerinden bireylerle arkadaş olabilme, paylaşımda bulunabilme imkanı vardır. Bu da bireye farklı kültür ve farklı bireylerle sosyal ilişkiler kurma imkanı sağlamaktadır. Sosyal medya sosyal ilişkilere küresel bir nitelik kazandırmaktadır.

Tablo 108. Sosyal Medyada Arkadaşların Sosyal Çevreye Oranı

	F	%
Hemen hemen hiçbiri	72	6,1
Dörtte biri kadarı	158	13,5
Hemen hemen yarısı	296	25,2
Dörtte üçü kadarı	209	17,8
Hemen hemen tamamı	418	35,6
Fikrim yok	10	,9
Cevap yok	11	,9
Toplam	1174	100,0

Tablo 108’de sosyal medyadaki arkadaşların sosyal çevreye oranı verilmektedir. Bu veriler incelendiğinde katılımcıların önemli bir bölümünün sosyal medyadaki arkadaşları sosyal çevreden oluşmaktadır. Sosyal medyadaki arkadaşlarının tamamı sosyal çevremden diyenlerin oranı %35.6, dörtte üçü sosyal çevremden diyen katılımcıların oranı %17.8, yarısı sosyal çevremden diyenlerin oranı ise %25.2 olarak görülmektedir.

Katılımcıların bir kısmı ise sosyal medyadaki arkadaşlarının dörtte biri (%13.5) veya hemen hemen hiçbiri (%6.1) sosyal çevremden değil şeklinde ifade edilmişlerdir. Bu kapsamda sosyal paylaşım ağlarında hesabı bulunan bireyler ağırlıklı olarak sosyal çevresinde bulunan insanlarla bu yeni sosyal ilişkiler mekanında paylaşımda bulunmakta, iletişim kurmaktadır. Bu ağların önemli bir avantajı günün her saatinde görüntü ve fotoğraf eşliğinde paylaşma ya da mesajlaşma imkanı olduğundan bireyler arzu ettiği hususları sosyal çevresi ile paylaşabilmektedir.

6.11.6. Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma

Sosyal medyada her türlü ekonomik, sosyal, kültürel, bireysel ve siyasal paylaşımlarda bulunmak mümkündür. Gündelik yaşamda paylaşımda bulunulmasına imkan olmayan çoğu şeyi sosyal medyada paylaşmak kolaylaşmaktadır. Bu çerçevede yine sosyal medyada çeşitli konulardaki tartışmalara da katılma imkanı vardır. Bu anlamda, bireyin bir başka iletişim aracı ile ifade etmesi söz konusu olmayan siyasal düşünce, yazı, fotoğraf ve video gibi içerikler sosyal medya da paylaşılabilir. Bu paylaşımlarda amaç elbette ki arkadaş gruplarını bilgilendirmek veya etkilemektedir.

Tablo 109. Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma

	F	%
Evet, sık sık	186	15,8
Evet, nadiren	326	27,8
Hayır	646	55,0
Cevap yok	16	1,4
Toplam	1174	100,0

Örneklem grubunun sosyal medyada siyasal içerikli paylaşımlarda bulunma durumunu gösteren Tablo 109’a göre katılımcıların %43.6’sı siyasal içerikli paylaşımlarda sık sık veya nadiren bulunduklarını belirtmektedirler. Katılımcıların %55’i ise sosyal medyada siyasal içerikli paylaşımlarda bulunmadığını ifade

etmektedir. Bu veriler çerçevesinde sosyal medyada paylaşım konuları arasında “siyaset veya siyasal tartışmalar”ın önemli bir yerinin olduğunu söyleyebilmek mümkündür.

Tablo 110. Cinsiyete Göre Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma

Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma							
		Evet, sık sık	Evet, nadiren	Hayır	Cevap yok	Toplam	
Cinsiyet	Kadın		68	120	284	11	483
		%	14,1	24,8	58,8	2,3	100,0
	Erkek		118	206	362	5	691
		%	17,1	29,8	52,4	,7	100,0
Toplam		186	326	646	16	1174	
	%	15,8	27,8	55,0	1,4	100,0	
$\chi^2= 11.299$ df=3 p= .0010 <0.05							

Cinsiyet değişkenine göre katılımcıların sosyal medyada siyasal içerikli paylaşımlarda bulunması farklılık göstermektedir. Erkek katılımcılar kadın katılımcılara göre daha fazla siyasal içerikli paylaşımlarda bulunmaktadır. Kadın katılımcıların %58.8 ise siyasal içerikli paylaşımlarda bulunmadığını belirtmektedir.

Siyaset alanında erkek egemenliği devam ettiğinden, kadınların siyasete katılım düzeyi ile birlikte siyasal ilgi düzeyi de düşük olduğundan dolayı siyasal içerikli paylaşımlarda bulunma oranlarının da düşük olduğu düşünülmektedir. Diğer bir ifade ile siyasal içerikli paylaşımlarda bulunma durumunun bireyin siyasal gündemi ve siyasal ilgisi ile ilgili olduğu söylenebilir.

Tablo 111. Siyasi Parti Üyeliğine Göre Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma

Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma							
			Evet, sık sık	Evet, nadiren	Hayır	Cevap yok	Toplam
Siyasi Parti Üyeliği	Evet	%	45 31,0	45 31,0	53 36,6	2 1,4	145 100,0
	Hayır	%	135 13,4	274 27,3	583 58,1	12 1,2	1004 100,0
	Eskiden üyeydim	%	5 27,8	5 27,8	8 44,4	0 ,0	18 100,0
	Cevap yok	%	1 14,3	2 28,6	2 28,6	2 28,6	7 100,0
Toplam		%	186 15,8	326 27,8	646 55,0	16 1,4%	1174 100,0
$\chi^2 = 77.447$ df=9 p= .0.000 <0.05							

Siyasi parti üyeliğine göre sosyal medyada siyasal içerikli paylaşımlarda bulunma durumunu gösteren Tablo 111, katılımcıların siyasal yapı ile ilişkisinin sosyal medyada paylaşımlara yansımaları göstermesi bakımından kayda değerdir. Bir siyasi partinin üyesi olan katılımcılar ile eskiden siyasi partiye üye olan katılımcılar sosyal medyada daha fazla siyasal içerikli paylaşımlarda bulunmaktadır.

Bu durum iki şekilde açıklanabilir. Bunlardan birincisi siyasi partide aktif üye olan ya da eskiden bir partinin üyesi olan bireylerin gündelik yaşamlarında siyasal konuların önemli bir yeri vardır ve bu siyasal gündem doğrultusunda siyasal içerikli paylaşımlarda bulunmaktadır. İkinci ise, bu bireylerin sosyal paylaşım ağındaki arkadaşları da siyasal çevreden olduğundan dolayı siyasal içerikli paylaşımlar bu gruplarda daha fazla yer almaktadır. Bu her iki açıklama da bireylerin siyasal içerikli paylaşımlarda bulunma durumunu ortaya koymaktadır.

Tablo 112. Oy Verilen Partiye Göre Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma Durumu

Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma							
			Evet, sık sık	Evet, nadiren	Hayır	Cevap yok	Toplam
Oy Verilen Parti	AK Parti	%	40 15,8	57 22,5	155 61,3	1 ,4	253 100,0
	CHP	%	68 25,5	77 28,8	117 43,8	5 1,9	267 100,0
	MHP	%	24 19,8	41 33,9	56 46,3	0 ,0	121 100,0
	BDP	%	14 17,1	22 26,8	46 56,1	0 ,0	82 100,0
	Diğer	%	9 34,6	9 34,6	8 30,8	0 ,0	26 100,0
	Kararsızım	%	12 5,7	64 30,6	130 62,2	3 1,4	209 100,0
	Hiçbiri	%	4 10,5	9 23,7	24 63,2	1 2,6	38 100,0
	Cevap yok	%	15 8,4	47 26,4	110 61,8	6 3,4	178 100,0
	Toplam	%	186 15,8	326 27,8	646 55,0	16 1,4	1174 100,0

$$\chi^2 = 76.023 \text{ df}=21 \text{ p}= .0.000 <0.05$$

Katılımcıların oy verdiği partiye göre sosyal medyada siyasi içerikli paylaşımlarda bulunması arasında farklılıklar vardır. Tablo 112'ye göre sosyal medyada daha fazla CHP'ye, MHP'ye ve BDP'ye oy verdiğini ifade seçmenler siyasi içerikli paylaşımlarda bulunmaktadır. Bu durum seçmenlerin tabanlarının yapısını ortaya koyması açısından kayada değerlidir. Sosyal medyada hesabı bulunma durumu ile oy verdiği parti açısından örneklem grubu incelendiğinde MHP'ye oy verdiğini ifade eden katılımcıların %53.9'u, BDP'ye oy verdiğini ifade eden katılımcıların %52.7'si, CHP'ye oy verdiğini ifade eden katılımcıların %51.4'ü, AK Partiye oy verdiğini ifade eden katılımcıların %31.8'i sosyal medyada hesabının bulunduğunu ifade etmektedir. Burada MHP seçmenin daha fazla oranda sosyal medyada hesabının olduğu görülse de CHP seçmenin sosyal medyada daha aktif olduğu ve daha fazla siyasi içerikli paylaşımlarda bulunduğu görülmektedir.

6.11.7. Sosyal Medyada Takip Edilen Grupların Siyasal Tercihi Belirleme Etkisi

Sosyal medyada çeşitli konularda paylaşım ve bu paylaşım çerçevesinde etkileşim gerçekleştirilmektedir. Sosyal medyada gerçekleştirilen paylaşımların boyutu arttıkça bu durum kamuoyu oluşumuna kadar gitmektedir. Diğer bir ifade ile sosyal medyada yapılan bir paylaşım diğer kullanıcılar tarafından da beğenildiği ya da retweet yapıldığı durumda bu kamuoyunun gündemine dahi taşınabilmektedir. Sosyal medyada üye olunan gurubun niteliğine göre siyasal paylaşımlarda bulunulmakta, bu sayede takipçilerin siyasal davranışları etkilenmeye çalışılmaktadır. Ancak, bu etkinin ne düzeyde olduğu tartışılmalı bir konudur.

Tablo 113. Sosyal Medyada Takip Edilen Grupların Siyasal Tercihi Belirlemeye Etkisi

	F	%
Evet	69	5,9
Hayır	1067	90,9
Fikrim yok	20	1,7
Cevap yok	18	1,5
Toplam	1174	100,0

Katılımcıların sosyal medyada takip ettikleri grupların siyasal tercihlerine etkisinin sorgulandığı Tablo 113'te görüldüğü üzere sosyal grupların siyasal davranış üzerinde sınırlı bir etkisi bulunmaktadır.

Katılımcıların, sosyal medyada üyesi bulundukları grupların siyasal davranışına etkisinin olduğunu belirten katılımcıların oranı %5.9 iken, etkisinin bulunmadığını belirten katılımcıların oranı %90.9'dur. Bu veriler çerçevesinde sosyal medyada üye olunan grupların bireylerin siyasal davranışları üzerinde oldukça düşük bir oranda etkisinin olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 114. Cinsiyete Göre, Sosyal Medyada Takip Edilen Kişi ya da Grupların Siyasal Tercihi Belirlemeye Etkisi

		Sosyal Medyada Takip Edilen Kişi ya da Grupların Siyasal Tercihi Belirlemeye Etkisi				
		Evet	Hayır	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Cinsiyet	Kadın	21	450	3	9	483
	%	4,3	93,2	,6	1,9	100,0
	Erkek	48	617	17	9	691
	%	6,9	89,3	2,5	1,3	100,0
Toplam		69	1067	20	18	1174
	%	5,9	90,9	1,7	1,5	100,0
$\chi^2 = 9.964$ df=3 p= 0.019 <0.05						

Cinsiyet değişkenine göre, sosyal medyada takip edilen kişi ya da grupların siyasal tercihe etkisinde farklılıklar bulunmaktadır. Tablo 114'e göre, erkek katılımcılar kadın katılımcılara oranla, sosyal medyada takip ettiği kişilerin siyasal davranışlarında daha fazla etkilerinin olduğunu ifade etmektedirler. Ancak, toplamda çok önemli bir etkiden söz edebilmek mümkün değildir.

Erkekler kadınlara göre sosyal medyayı daha aktif olarak kullandıklarından doğal olarak sosyal medyadaki bireylerden ya da gruplardan daha fazla etkilenebilirler. Sosyal medyadaki sosyal ilişkilerin sanallığı ise bu etkinin sınırlı bir düzeyde kalmasına sebep olmaktadır.

6.11.8. Sosyal Medyada Üyesi Olunan Grubun İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu

Sosyal medyada üye olunan grubun siyasal davranışa etkisinin düşük düzeyde olduğu (%5.9) görülmektedir. Bireyci bir toplumsal yapı içerisinde sosyal grupların etkisinin çok yüksek düzeyli olması beklenmemektedir. Kaldı ki, sosyal medyanın reel bir gerçeklik yönünün bulunmaması da bu etkinin düzeyini düşürebilmektedir.

Tablo 115. Sosyal Medyada Üyesi Olunan Grubun İsteği ya da Önerisi Üzerine Oy Verme Durumu

	F	%
Evet	14	1,2
Hayır	1140	97,1
Hatırlamıyorum	8	,7
Cevap yok	12	1,0
Toplam	1174	100,0

Sosyal Medya Grubunun İsteği Ya Da Önerisi Üzerine Bir Parti Ya Da Adaya Oy Verme							
			Evet	Hayır	Hatırlamıyorum	Cevap yok	Toplam
Sosyal medyada siyasal içerikli paylaşımlarda bulunma	Evet, sık sık		7	178	0	1	186
		%	3,8	95,7	,0	,5	100,0
	Evet, nadiren		5	313	6	2	326
		%	1,5	96,0	1,8	,6	100,0
	Hayır		2	638	2	4	646
		%	,3	98,8	,3	,6	100,0
	Cevap yok		0	11	0	5	16
		%	,0	68,8	,0	31,2	100,0
Toplam		14	1140	8	12	1174	
	%	1,2	97,1	,7	1,0	100,0	

$\chi^2= 1.708$ df=9 p= 0.000 <0.05

Tablo 117’de sosyal medyada siyasal içerikli paylaşımlarda bulunma ile sosyal medya grubunun isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verme durumu arasındaki ilişki yer almaktadır. Sosyal medyada siyasi içerikli paylaşımlarda bulunanlar bulunmayanlara oranla sosyal medya grubunun isteği üzerine oy verme ihtimali daha yüksektir. Sosyal medyada bir grubun isteği üzerine oy verme durumu kayda değer düzeyde olmadığından buradaki yansıması da benzer şekilde oldukça düşük düzeydedir.

Tablo 118. Sosyal Medyada Grubun İsteği Üzerine Bir Partiye Oy Verme Durumuna Göre Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum Yargısına Katılım Düzeyi

Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum											
			Kesinlikl e Katılımı yorum	Katıl mıyoru m	Ne katılı yorum , ne katımlı yorum	Katılı yoru m	Kesinlikl e Katılı yorum	Fikri m yok	Ceva p yok	Topla m	
Sosyal medyad a grubun isteği üzerine bir partiye verme	Evet	%	5	4	2	2	1	0	0	14	
			35,7	28,6	14,3	14,3	7,1	,0	,0	100,0	
	Hayır	%	557	437	80	42	14	7	3	1140	
			48,9	38,3	7,0	3,7	1,2	,6	,3	100,0	
	Hatırla mıyoru m	%	2	3	3	0	0	0	0	8	
			25,0	37,5	37,5	,0	,0	,0	,0	100,0	
Cevap yok	%	5	5	0	1	0	0	1	12		
		41,7	41,7	,0	8,3	,0	,0	8,3	100,0		
Toplam			569	449	85	45	15	7	4	1174	
			%	48,5	38,2	7,2	3,8	1,3	,6	,3	100,0
$\chi^2= 45,965$ df=18 p= 0.000 <0.05											

Sosyal medya sanal bir sosyal ilişkiler ağı olmasına rağmen bireyler bu sanal mekanda da sosyal çevreden dışlanma endişesi yaşayabilmektedirler. Tablo 118, sanal sosyal ilişkiler çerçevesinde de böylesi bir endişenin olduğunu göstermektedir.

Örneğin, sosyal medyada bir grubun isteği üzerine oy verdiğini belirten katılımcıların %21.4’ü sosyal çevremden dışlanmaktansa siyasi tercihimizi değiştiririm

yargısına katılmaktadır. Bu durumda bireylerin siyasal davranışlarında sosyal çevreden dışlanma endişesinin etkili olabileceği bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

Tablo 119. Sosyal Medyada Grubun İsteği Üzerine Bir Partiye Verme Durumuna Göre Sosyal Çevremin Siyasi Tercihi Neyse Benim Siyasi Tercihim de Odur Yargısına Katılım Düzeyi

Sosyal Çevremin Siyasi Tercihi Neyse Benim Siyasi Tercihim De Odur										
		Kesinlikle Katımlı yorum	Katılı mı yorum	Ne katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim Yok	Cevap Yok	Toplam	
Sosyal medyada grubun isteği üzerine bir partiye verme	Evet	4	3	2	2	3	0	0	14	
	%	28,6	21,4	14,3	14,3	21,4	,0	,0	100,0	
	Hayır	538	433	91	55	10	9	4	1140	
	%	47,2	38,0	8,0	4,8	,9	,8	,4	100,0	
	Hatırlamıyorum	5	2	1	0	0	0	0	8	
	%	62,5	25,0	12,5	,0	,0	,0	,0	100,0	
	Cevap yok	6	4	1	0	0	0	1	12	
	%	50,0	33,3	8,3	,0	,0	,0	8,3	100,0	
Toplam		553	442	95	57	13	9	5	1174	
		%	47,1	37,6	8,1	4,9	1,1	,8	,4	100,0
$\chi^2= 78,376$ df=18 p= 0.000 <0.05										

Tablo 119’da sosyal medyada grubun isteği üzerine bir partiye oy verme ile “sosyal çevremin siyasi tercihi neyse benim siyasi tercihim de odur” yargısına katılım düzeyi arasındaki ilişkiyi ortaya koyan veriler yer almaktadır. Sosyal medyada bir grubun isteği üzerine oy verdiğini belirten katılımcıların %35.7’si sosyal çevresi ile benzer siyasal davranış ortaya koyduğunu ifade etmektedirler. Bu durum Castells’in ifade ettiği sanal cemaatler nitelendirmesinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Zira, Castells’in de belirttiği gibi (2008a: 476) bu tür cemaatler ortak bir çıkar ve amaç için örgütlenmişlerdir. Ancak, bu cemaatlerin gerçekliği kadar etkileri de tartışmalıdır.

Tablo 120. Sosyal Medyada Siyasal İçerikli Paylaşımlarda Bulunma Durumuna Göre Sosyal Medyada Takip Edilen Kişi ya da Grupların Siyasal Tercihi Belirlemede Etkisi

Sosyal Medyada Takip Edilen Kişi Ya Da Grupların Siyasal Tercihi Belirlemede Etkisi							
			Evet	Hayır	Fikrim Yok	Cevap Yok	Toplam
Sosyal medyada siyasal içerikli paylaşımlarda bulunma	Evet, sık sık		37	146	2	1	186
		%	19,9	78,5	1,1	,5	100,0
	Evet, nadiren		21	300	2	3	326
		%	6,4	92,0	,6	,9	100,0
	Hayır		11	611	16	8	646
		%	1,7	94,6	2,5	1,2	100,0
	Cevap yok		0	10	0	6	16
		%	,0	62,5	,0	37,5	100,0
Toplam		69	1067	20	18	1174	
	%	5,9	90,9	1,7	1,5	100,0	
$\chi^2=$ 2.306 df=9 p= 0.000 <0.05							

Sosyal medyada siyasi içerikli paylaşımlarda bulunan katılımcıların yaklaşık olarak %25'i sosyal medyada takip ettiği grupların siyasi tercihlerini belirlemede etkilerinin olduğunu ifade etmektedirler. Tablo 120'ye göre siyasal içerikli paylaşımlarda bulunma ile sosyal medyada takip edilen grupların siyasal tercihi belirlemede etkisi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

6.12. MEDYA VE SOSYAL İLİŞKİLER

Medyanın bir takım toplumsal işlevleri yürüterek bilgilendirme, haber verme, eğitime gibi olumlu fonksiyonları olduğu gibi toplumun sosyal yapısına zarar verdiği şeklinde de bilim çevrelerinde oluşmuş bir kanaat vardır. Medya özellikle de televizyon aile başta olmak üzere bireyin ait olduğu gruplarla sosyal ilişkilerini azaltmakta ve zayıflatmaktadır. Çakır'a göre (2011: 137) televizyon aile içinde sosyal etkileşim olanaklarını azaltarak aile yaşamını değiştirmektedir.

Televizyon izleme bir yönü ile insanları özellikle de çocukları sosyal ilişki oluşturma girişiminden alıkoymaktadır. Aile üyeleri olarak ebeveyn ve çocuklar birbirleriyle iletişim kuramamakta bu durum da çocuğun sosyalleşme sürecini olumsuz etkileyerek kendi yaşadığı sosyal çevrenin değil televizyonun sunduğu sosyal değerlerle sosyalleşmektedir. Bu durum bireyin ilerleyen yaşlarda sosyal çevresi ile sosyal ilişki kurmasını zorlaştırmaktadır. İçinde bulunduğu çevreye uyumlu bir şekilde sosyal ilişki gerçekleştiremeyen bireyler sosyal dışlanmışlık sendromu yaşamaktadır. Bu sendromdan kurtulamayan bireyler psikolojik rahatsızlıkların pençesine düşmektedir.

Televizyonun, sosyal ilişkilerin işleyiş kurallarını ortaya koyan kültürel yapı üzerinde de etkili olarak kültürel yozlaşmaya (Şahin 2011:213) neden olduğu ifade edilmektedir. Diğer yandan televizyonun olumsuz etkilerinden biri de bireyi yalnızlaştırmasıdır. Yalnızlık, sosyal çevre ile yeterli düzeyde kurulamayan sosyal ilişkilerin bir sonucudur. Touraine (200: 276) programlanmış toplum teorisinde kapitalist sistemin medya aracını kullanarak bireylerin değer yargılarını, yaşam tarzlarını ve sosyal ilişkilerini programladığını ve bu çerçevede arzu edile şeklen davranan, tüketen bir toplum yapısının oluştuğunu dile getirmektedir. Bu programlama sürecinde en önemli araç, televizyondur. Televizyon merkezli bir yaşam tarzı bireyin sosyal ilişkilerini zayıflatmakta bu durum bir süre sonra bireyin yalnızlaşmasına neden olmaktadır.

Bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin neticesinde sosyal ilişkiler üzerinde internet medyasının da bazı olumsuz yansımalarının olduğunu söyleyebiliriz. Son tahlilde medya ve özellikle televizyonun sosyal ilişkilere olumsuz etkilerinin olduğunu ifade edebiliriz. Televizyon sosyal ilişkiler üzerinde önemli etkileri olan bir olgu olarak değerlendirildiğinden bu çalışma kapsamında da özel bir başlık altında incelenmiştir.

6.12.1. Televizyon ve Sosyal İlişkiler

Kitle iletişim araçlarının özellikle de televizyonun sosyal ilişkilere, sosyalleşmeye ve siyasal davranışa etkileri bilim adamlarının izleyici araştırmaları ile farklı bulgulara ulaştığı bir konudur. Televizyonun bireylerin sosyal ilişkilerini olumsuz etkilediği yönünde çeşitli araştırmalar yapılmıştır (Horvarth, 2004: 394, Chory vd., 2009:44, Schiappa vd. 2007:302, Çakır, 123, İlhan ve Ulusoy, 2013:1147). Televizyon ya da film izleme le radyo dinlemenin kişilerarası ilişkilere değil parasosyal ilişkilere yol açtığı (Schiappa vd., 2007:302) ileri sürülmektedir. Televizyon izleyen birey bir süre sonra televizyondaki aktörleri gerçek yaşamda yaşayan ve sosyal ilişki içerisinde bulundukları bireyler olarak algılamakta ve değerlendirmektedir. Bu anlamda örneklem grubundaki katılımcıların televizyon ve sosyal ilişkiler çerçevesinde ki değerlendirmeleri önemli olarak görülmektedir.

Tablo 121.Televizyon ve Sosyal İlişkiler

	Kesinlikle Katılı yorum	Katılı yorum	Ne Katılı yorum Ne Katılı yorum	Katılı Yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim Yok	Cevap Yok
Televizyon sosyal ilişkileri olumsuz etkiler	283	472	378	922	458	54	12
%	11.0	18.3	14.7	35.8	17.8	2.1	0.5
Televizyon yalnızlığı giderir	280	465	473	959	375	23	4
%	10.9	18.0	18.3	37.2	14.5	0.9	0.2

Televizyonun sosyal ilişkileri olumsuz etkilediği yönündeki kabul, katılımcılar tarafından da değerlendirilmiştir. Katılımcıların %53.6'sı “televizyon sosyal ilişkileri olumsuz etkiler” yargısına katıldıklarını ifade etmektedirler. Bununla birlikte “Televizyon yalnızlığı giderir” yargısına da katılımcıların %51.7'si katıldıklarını belirtmişlerdir. Televizyonun sosyal ilişkileri olumsuz etkilediği toplumun önemli bir kesimi tarafından kabul edildiği halde televizyon bilgi ve haber almak, eğlenmek ve dahası yalnızlıktan kurtulmak için bir araç olarak görülmektedir.

Tablo 122. Cinsiyete Göre, “Televizyon Sosyal İlişkileri Olumsuz Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi

Televizyon Sosyal İlişkileri Olumsuz Etkiler									
		Kesinlikle Katımlı yorum	Katılı yorum	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Cinsiyet	Kadın	123	254	194	426	225	36	7	1265
	%	9,7	20,1	15,3	33,7	17,8	2,8	,6	100,0
	Erkek	160	218	184	496	233	18	5	1314
	%	12,2	16,6	14,0	37,7	17,7	1,4	,4	100,0
Toplam		283	472	378	922	458	54	12	2579
%		11,0	18,3	14,7	35,8	17,8	2,1	,5	100,0
$\chi^2= 18,711$ df=6 p= 0.005 <0.05									

Tablo 122’de cinsiyet değişkenine göre televizyonun sosyal ilişkilere etkisine bakışın dağılımı yer almaktadır. Buna göre erkek katılımcıların kadınlara göre” televizyon sosyal ilişkileri olumsuz etkiler” yargısına daha yüksek oranda katıldıkları görülmektedir. Bu durumun nedenini bir sonraki tablo daha iyi açıklamaktadır.

Tablo 123. Cinsiyete Göre, Televizyon Yalnızlığı Giderir Yargısına Katılım Düzeyi

Televizyon Yalnızlığı Giderir										
		Kesinlikle katımlı yorum	Katılımı yorum	Ne katılıyorum, ne katılmı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam	
Cinsiyet	Kadın	112	214	227	493	205	12	2	1265	
	%	8,9	16,9	17,9	39,0	16,2	,9	,2	100,0	
	Erkek	168	251	246	466	170	11	2	1314	
	%	12,8	19,1	18,7	35,5	12,9	,8	,2	100,0	
Toplam		280	465	473	959	375	23	4	2579	
		%	10,9	18,0	18,3	37,2	14,5	,9	,2	100,0
$\chi^2= 18,711$ df=6 p= 0.006 <0.05										

Cinsiyet değişkenine göre televizyon yalnızlığı giderir yargısına katılım düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Tablo 123’e göre kadın katılımcılar televizyon yalnızlığı giderir yargısına %55.2 oranında katılım göstermektedirler. Erkek katılımcıların bu yargıya katılım oranı ise %51.7 olarak görülmektedir. Bu yargıya katılmadıklarını ifade eden erkek katılımcıların oranı (%31.9) ise kadın katılımcılara

göre (% 25.8) daha yüksektir. Bütün bu veriler çerçevesinde televizyonun sosyal ilişkilere olumsuz etkilerinin olduğu yönünde erkeklerde daha yüksek oranda bir katılım var iken, kadınlar ise televizyon yalnızlığı giderir şeklinde bir kanaati daha fazla taşıdıklarından “sosyal ilişkileri olumsuz etkiler” yargısına ise daha düşük düzeyde katılmaktadırlar. Cinsiyet değişkeninin yanı sıra katılımcıların öğrenim durumlarına göre de bu iki yargıya katılım düzeyi farklılık göstermektedir. Öğrenim düzeyi yükseldikçe “televizyon sosyal ilişkiler olumsuz etkiler” yargısına katılım oranı artmakta, “televizyon yalnızlığı giderir” yargısına katılım oranı düşmektedir. Katılımcıların yaş dağılımında ise yaş arttıkça “televizyon sosyal ilişkileri olumsuz etkiler” yargısına katılım oranı ile “televizyon yalnızlığı giderir” yargısına katılım oranının arttığı görülmektedir.

Tablo 124. Medeni Duruma Göre “Televizyon Sosyal İlişkileri Olumsuz Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi

Televizyon Sosyal İlişkileri Olumsuz Etkiler									
		Kesinlikle katımlı yorum	Katılımlı yorum	Ne katılı yorum, ne katılımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Medeni durum	Evli	177 10,4	310 18,2	251 14,7	637 37,4	289 17,0	31 1,8	8 ,5	1703 100,0
	Bekâr	92 13,2	118 17,0	111 16,0	222 31,9	141 20,3	7 1,0	4 ,6	695 100,0
	Boşanmış	6 7,4	19 23,5	8 9,9	30 37,0	15 18,5	3 3,7	0 ,0	81 100,0
	Dul (eşi ölmüş)	7 7,4	23 24,2	7 7,4	32 33,7	13 13,7	13 13,7	0 ,0	95 100,0
	Cevap yok	1 20,0	2 40,0	1 20,0	1 20,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	5 100,0
	Toplam	283 11,0	472 18,3	378 14,7	922 35,8	458 17,8	54 2,1	12 ,5	2579 100,0
$\chi^2 = 93.915$ df=24 p= 0.000 <0.05									

Katılımcıların medeni durumu ile televizyonun sosyal ilişkilere etkisine yönelik bakışlarını ortaya koyan Tablo 124’e göre, katılımcıların “televizyon sosyal ilişkileri olumsuz etkiler” yargısına katılım oranı medeni durumlara göre farklılık göstermektedir. “televizyon sosyal ilişkileri olumsuz etkiler” yargısına en yüksek düzeyde katılım boşanmış olanlarda (%55.5) görülürken daha sonra evli olanlar (%54.4)

ve bekar olanlar (% 52.2) gelmektedir. Eşi vefat etmiş olan katılımcıların bu yargıya katılım oranı ise (%47.4) olarak görülmektedir.

Tablo 125. Medeni Duruma Göre “Televizyon Yalnızlığı Giderir” Yargısına Katılım Düzeyi

		Televizyon Yalnızlığı Giderir								Topla m
			Kesinlikl e katıl mıyoru m	Katıl mıyoru m	Ne katılı yorum , ne katımlı yorum	Katılı yoru m	Kesinlikl e katılı yorum	Fikri m yok	Ceva p yok	
Meden i Durum	Evli	%	146 8,6	284 16,7	319 18,7	693 40,7	241 14,2	17 1,0	3 ,2	1703 100,0
	Bekâr	%	120 17,3	153 22,0	132 19,0	184 26,5	101 14,5	4 ,6	1 ,1	695 100,0
	Boşanmı ş	%	10 12,3	16 19,8	10 12,3	35 43,2	10 12,3	0 ,0	0 ,0	81 100,0
	Dul (eşi ölmüş)	%	2 2,1	10 10,5	12 12,6	46 48,4	23 24,2	2 2,1	0 ,0	95 100,0
	Cevap yok	%	2 40,0	2 40,0	0 ,0	1 20,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	5 100,0
Toplam		%	280 10,9	465 18,0	473 18,3	959 37,2	375 14,5	23 ,9	4 ,2	2579 100,0
$\chi^2= 1.045$ df=24 p= 0.000 <0.05										

Medeni duruma göre, televizyon yalnızlığı giderir yargısına katılım düzeyi farklılık göstermektedir. Tablo125’e göre eşi vefat etmiş olanlar daha yüksek oranda “televizyon yalnızlığı giderir” yargısına katılmaktadırlar. Daha sonra boşanmış olanlar, evli olanlar ve son sırada ise bekarlar bu yargıya azalan oranlarda katıldıklarını ifade etmektedirler. Buna göre, katılımcıların aile yaşamları diğer bir ifade ile hanenin yapısını ortaya koyan medeni durumları televizyonun sosyal ilişkilere olumsuz etkileri ve yalnızlığı giderdiğine ilişkin bakışlarını etkilemektedir.

Tablo 126. Akşam Yemeğinde Aile Üyeleriyle Bir araya Gelme Sıklığına Göre “Televizyon Sosyal İlişkileri Olumsuz Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi

Televizyon Sosyal İlişkileri Olumsuz Etkiler										
		Kesinlikle katılmıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam	
Akşam Yemeğinde Aile Üyeleriyle Bir araya Gelme	Hiç	34	23	18	53	26	2	1	157	
	%	21,7	14,6	11,5	33,8	16,6	1,3	,6	100,0	
	Nadiren	17	47	24	76	27	7	0	198	
	%	8,6	23,7	12,1	38,4	13,6	3,5	,0	100,0	
	Bazen	25	37	34	89	34	2	1	222	
	%	11,3	16,7	15,3	40,1	15,3	,9	,5	100,0	
	Sık sık	50	143	132	329	91	7	2	754	
	%	6,6	19,0	17,5	43,6	12,1	,9	,3	100,0	
	Her zaman	144	191	140	332	259	26	8	1100	
	%	13,1	17,4	12,7	30,2	23,5	2,4	,7	100,0	
	Cevap yok	3	0	0	2	1	0	0	6	
	%	50,0	,0	,0	33,3	16,7	,0	,0	100,0	
Toplam		273	441	348	881	438	44	12	2437	
		%	11,2	18,1	14,3	36,2	18,0	1,8	,5	100,0
$\chi^2 = 1.322$ df=30 p= 0.000 <0.05										

Aile üyelerinin en fazla bir araya geldikleri zaman akşam yemekleridir. Sosyal ilişki düzeyi daha yüksek aileler akşam yemeklerinde daha fazla bir araya gelmektedirler. Bu çerçevede ailenin sosyal ilişki düzeyleri çerçevesinde televizyonun olumsuz etkilerine yönelik değerlendirmeleri dikkate değerdir. Katılımcıların bu çerçevede de televizyonun sosyal ilişkileri olumsuz etkilediği yargısına katılım düzeyleri sorgulanmıştır. Akşam yemeğinde aile üyeleriyle bir araya gelme sıklılığı arttıkça, “televizyon sosyal ilişkileri olumsuz etkiler” yargısına katılım düzeyi de artmaktadır. Akşam yemeğinde aile üyeleriyle “hiç” bir araya gelmediğini belirten katılımcıların “televizyon sosyal ilişkileri olumsuz etkiler” yargısına katılım oranı %50.4 iken, aileleriyle akşam yemeğinde sık sık bir araya gelen katılımcıların “televizyon sosyal ilişkileri olumsuz etkiler” yargısına katılım oranı %55.7 olarak görülmektedir. Bu veriler ailede sosyal ilişkilerin önemini farklı bir şekilde ortaya koymaktadır.

6.13. SİYASAL PROPAGANDA ARAÇLARI VE SİYASAL DAVRANIŞ

Kitle İletişim araçlarının, gündelik yaşamda bireylerin bilgi edinme, eğlenme, toplumsallaştırma, eğitim, haberdar etme gibi farklı işlevleri vardır. Kitle iletişim araçları olarak televizyon, gazete, radyo ve internet gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır. Bilgi edinmek, eğlenmek, haber almak üzere kitle iletişim araçlarına yönelen bireyler bu araçların verdiği enformasyonların da etkisi altına girmektedir. İletişim teknolojileri ile birlikte kitle iletişim araçlarının daha da yaygınlaşması bireylerin yaşam tarzını, kültürünü ve değer yargılarını değiştirerek sosyal ilişkiler üzerinde de etkili olmaktadır.

Kitle iletişim araçları özellikle de televizyon aileden başlamak üzere geleneksel sosyal ilişki ağları çerçevesinde gerçekleşen sosyal ilişkileri zayıflatmıştır. Son dönemde bu alanda yaşanan gelişmelere sosyal medya da eklenince yeni bir sosyal ilişkiler alanı ortaya çıkmış ve kitle iletişim araçları yeni bir alternatif alan kazanmıştır. Kitle iletişim araçları bireyselleşen gündelik yaşamımızda etkili bir araç olmasıyla birlikte çeşitli konularda alınan tutum ve gerçekleştirilen davranışları da etkilemeye başlamıştır. Bu anlamda, kitle iletişim araçlarının siyasal propagandada yoğun olarak kullanılması, siyasal davranış üzerindeki etkilerini de tartışma konusu yapmıştır.

Siyasal davranışın ilk aşaması bilgilenmedir. Diğer bir ifadeyle bireyler siyasal davranışta bulunan seçmenler olarak bu eylemlerini gerçekleştirebilmek yani “seçme ya da oy verme” tercihini şekillendirirken “siyasal bilgi”lenme sürecine ihtiyaç duymaktadırlar. Kitle iletişim araçları verdikleri mesajlar ile seçmenlerin davranışlarını doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedirler.

6.13.1. Siyasal propaganda Araçlarının Siyasal Davranışa Etkisi

Siyasal propaganda araçları, televizyon, radyo, gazete ve internet medyasının siyasal davranışa etkisi özellikle en önemli siyasal bilgi edinme kaynakları olmasından dolayı diğer faktörlerin yanında biraz daha öne çıkmaktadır. Seçmen, siyasal davranışa karar verme aşamasında siyasal bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Siyasal bilgi edinme kaynakları arasında da medya daha önemli bir yer teşkil ettiğinden, siyasal davranışa etkisi de önemli bir düzeyde olmaktadır.

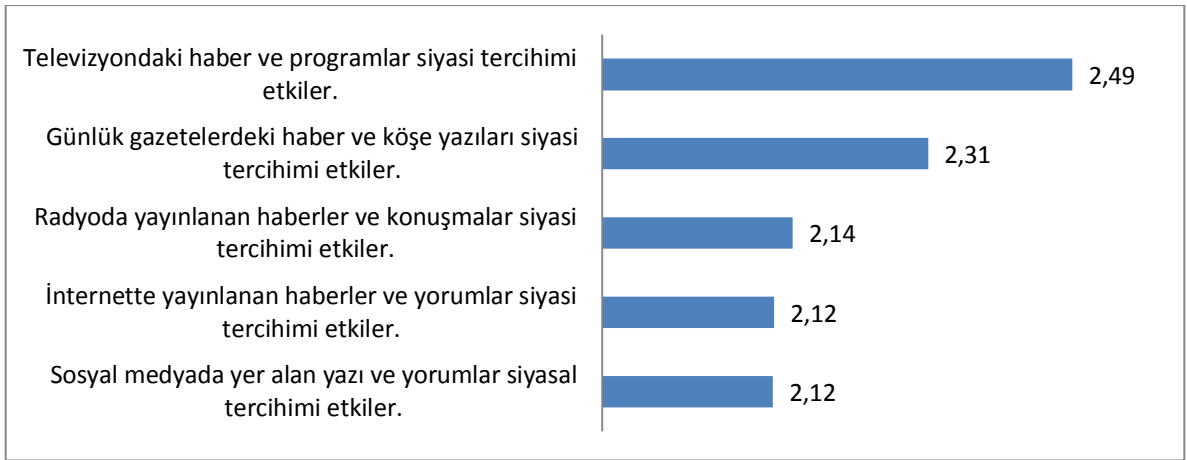
Tablo 127. Siyasal Propaganda Araçlarının Siyasal Davranışa Etkisi

		Kesinlikle Katılımı yorum	Katılımı yorum	Ne Katılı yorum Ne Katılımı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim Yok	Cevap Yok
Televizyondaki haber ve programlar siyasi tercihi etkiler	F %	639 24.8	829 32.1	419 16.2	487 18.9	168 6.5	28 1.1	9 0.3
Günlük gazetelerdeki haber ve köşe yazıları siyasi tercihi etkiler		739 28.7	887 34.4	357 13.8	434 16.8	100 3.9	34 1.3	28 1.1
Radyoda yayınlanan haberler ve konuşmalar siyasi tercihi etkiler		863 33.5	908 35.2	334 13.0	312 12.1	86 3.3	40 1.6	36 1.4
İnternette yayınlanan haberler ve yorumlar siyasi tercihi etkiler		855 33.2	871 33.8	321 12.4	266 10.3	95 3.7	112 4.3	59 2.3
Sosyal medyada yer alan yazı ve yorumlar siyasi tercihi etkiler		845 32.8	879 34.1	318 12.3	274 10.6	86 3.3	114 4.4	63 2.4

Siyasal propaganda araçlarının siyasal davranış üzerinde etkisi ve bu etkinin boyutları akademik çalışmaların tartışma konularından biridir. Bireyin yaşamının tüm alanlarını etkileyebilen medyanın bireyin siyasal davranışı üzerinde de bir takım etkilerinin bulunması doğal olarak mümkündür. Ancak, burada bireyin medyadan etkilendiğinin farkında olduğunu söyleyebilmek her zaman için mümkün değildir. Siyasal bilginin en önemli kaynaklarından biri olan medya, bireye siyasal bilgi aktarırken aynı zamanda etkilemekte ve yönlendirmektedir. Bu çerçevede katılımcıların çeşitli medya organlarında siyasal davranışlarını gerçekleştirirken etkilenme düzeyleri sorgulanmıştır.

Tablo 127’de yer alan verilere göre televizyon siyasal davranışlarını en yüksek oranda etkileyen medya organı olarak görülmektedir. Katılımcıların %25.4 televizyondaki haber ve programların siyasal tercihlerini etkilediğini ifade ederken, %56.9’u etkilemediği yönünde bir kanaat ortaya koymuşlardır. “Günlük gazetelerdeki haber ve köşe yazıları siyasi tercihi etkiler” yargısına katıldığını ifade eden katılımcıların oranı %20.7 iken, bu yargıya katılmayanların oranı ise

%63.1'dir. Katılımcıların “Radyoda yayınlanan haberler ve konuşmalar siyasi tercihimizi etkiler” yargısında katılım oranı %15.4 olarak görülürken, katılımcılardan %68.7'si bu yargıya katılmadıklarını ifade etmektedirler. “İnternette yayınlanan haberler ve yorumlar siyasi tercihimizi etkiler” yargısına katıldıklarını belirten katılımcıların oranı %14 iken, bu yargıya katılmadıklarını belirtenlerin oranı ise %67 olarak görülmektedir. Yine benzer şekilde “Sosyal medyada yer alan yazı ve yorumlar siyasal tercihimizi etkiler” görüşünde olan katılımcıların oranı %13.9; bu görüşe katılmadıklarını ifade edenlerin oranı ise %66.9 olarak belirlenmiştir.



Grafik 6: Medyanın Siyasal Davranışa Etki Düzeyi

Medyanın sosyal ilişkilere ve siyasal davranışa etkisinin düzeyini aritmetik ortaya koyan Grafik 6'da görüldüğü üzere, televizyonun sosyal ilişkileri olumsuz etkilediği yönünde bir kanaat olmakla birlikte yalnızlığı giderdiği de düşünülmektedir. Yine medyanın siyasal davranışa etkisinin düzeyi incelendiğinde televizyonun kısmen bir etkisi olmakla birlikte, diğer medya araçlarının etkisinin olduğunu söyleyebilmek zordur. Bütün bu veriler çerçevesinde katılımcıların önemli bir bölümü siyasal davranışlarını gerçekleştirirken medyadan etkilenmediklerini belirtmektedirler. Medyadan etkilendiklerini ifade eden katılımcılar en fazla televizyondan en az düzeyde ise internet ve sosyal medyada yer alan haber ve yorumlardan etkilendikleri yönünde bir kanaat ortaya koymuşlardır.

Tablo 128. Cinsiyete Göre “Televizyondaki Haber ve Programlar Siyasi Tercihimi Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi

Televizyondaki Haber ve Programlar Siyasi Tercihimi Etkiler Yargısına Katılım									
		Kesinlikle katıl mıyorum	Katıl mıyorum	Ne katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Cinsiyet	Kadın	312	385	225	242	77	20	4	1265
	%	24,7	30,4	17,8	19,1	6,1	1,6	,3	100,0
	Erkek	327	444	194	245	91	8	5	1314
	%	24,9	33,8	14,8	18,6	6,9	,6	,4	100,0
Toplam		639	829	419	487	168	28	9	2579
	%	24,8	32,1	16,2	18,9	6,5	1,1	,3	100,0
$\chi^2 = 12.357$ df=6 p= 0.054 =0.05									

Cinsiyet değişkenine göre, katılımcıların televizyonun siyasal davranış üzerindeki etkisi farklılık göstermektedir. Erkekler kadınlara oranla az da olsa “televizyondaki haber ve programlar siyasi tercihim etkiler” yargısına daha fazla düzeyde katılmaktadırlar.

Erkeklerin bu yargıya katılım oranı %25.5, kadınların katılım oranı ise 25.2 olarak görülmektedir. Bu yargıya katılmama oranında kadınlar daha düşük düzeydedir. Kadın katılımcıların bu yargıya katılmama oranı %55.1, erkeklerin katılımcıların bu yargıya katılmama oranı ise %58.7 düzeyindedir. Katılımcıların yarısından fazlası televizyonda yayınlanan haber ve programların siyasal tercihe etkisinin bulunmadığını ifade etmekle birlikte bu yargıya katılanların oranı ise azımsanmayacak düzeydedir. Buna göre Hipotez 12’de belirtildiği üzere, kitle iletişim araçları arasında televizyon diğerlerine göre daha yüksek düzeyde siyasal davranışta etkili olmaktadır. Televizyonun siyasal davranışa etkisi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Siyasal davranış, birçok faktörün etkisiyle ortaya çıkan bir davranış olduğuna göre televizyonun siyasal davranış üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü, siyasal davranış tek bir parametre üzerinden gerçekleştirilen bir davranış değil, aksine aile, arkadaş, siyasi parti, lider vb. çok sayıda parametrenin etkisiyle gerçekleşen bir davranıştır. Bu parametrelerin etkileri değişmekle birlikte hepsinin de belirli düzeyde etkisi bulunmaktadır. Bu parametreler içerisinde televizyon önemli bir siyasal bilgi sağlayıcı olduğundan etkisi de en yüksek faktörler arasındadır.

Tablo 129. Cinsiyete Göre Günlük Gazetelerdeki Haber Ve Köşe Yazıları Siyasi Tercihimi Etkiler Yargısına Katılım Düzeyi

Günlük Gazetelerdeki Haber Ve Köşe Yazıları Siyasi Tercihimi Etkiler									
		Kesinlikle Katılım yorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Cinsiyet	Kadın	374	421	187	190	50	24	19	1265
	%	29,6	33,3	14,8	15,0	4,0	1,9	1,5	100,0
	Erkek	365	466	170	244	50	10	9	1314
	%	27,8	35,5	12,9	18,6	3,8	,8	,7	100,0
Toplam		739	887	357	434	100	34	28	2579
	%	28,7	34,4	13,8	16,8	3,9	1,3	1,1	100,0
$\chi^2 = 18.333$ df=6 p= 0.005 =0.05									

Kitle iletişim araçları arasında bulunan gazeteler siyasal seçim süreçlerinde sayfalarında yer verdikleri haber ve köşe yazıları ile seçmenleri bir siyasi parti ya da aday yönünde etkilemeye çalışırlar. Tablo 129’da cinsiyet değişkenine göre katılımcıların “günlük gazetelerdeki haber ve köşe yazıları siyasi tercihimi etkiler” yargısına katılım düzeyleri yer almaktadır.

Buna göre erkek katılımcılar (%22.4) kadın katılımcılara (%19) göre gazetelerin yayınlarından siyasal davranışlarını ortaya koyarken daha fazla etkilendikleri görülmektedir. Günlük gazete okuyucuları arasında erkekler kadınlardan daha fazla yer aldığından böylesi bir tablonun olduğu düşünülmektedir.

Günlük gazetelerin yayınlarının siyasal davranışa etkisi az olmakla birlikte, siyasal seçim süreçlerinde takip edilen önemli yayın organlarıdır. Siyasi partiler, sadece haberlerle değil bu gazetelerde ücretini ödeyerek yayınlattığı siyasal reklamlar ile de seçmenini etkilemeye çalışmaktadırlar.

Tablo 130. Sosyal Medyada Üye Grubun İsteği ile Oy Verme Durumuna Göre Sosyal Medyada Yer Alan Yazı ve Yorumlar Siyasal Tercihimi Etkiler Yargısına Katılım Düzeyi

Sosyal Medyada Yer Alan Yazı Ve Yorumlar Siyasal Tercihimi Etkiler										
			Kesinlikle Katımlı yorum	Katılmıyorum	Ne katılı yorum, ne katılmıyorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
			%	%	%	%	%	%	%	%
Sosyal medyada grubun isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verme	Evet		3	2	2	6	1	0	0	14
		%	21,4	14,3	14,3	42,9	7,1	,0	,0	100,0
	Hayır		393	392	158	146	40	7	4	1140
		%	34,5	34,4	13,9	12,8	3,5	,6	,%	100,0
	Hatırlamıyorum	%	1	3	3	1	0	0	0	8
		%	12,5	37,5	37,5	12,5	,0	,0	,0	100,0
	Cevap yok		2	6	2	1	0	0	1	12
		%	16,7	50,0	16,7	8,3	,0	,0	8,3	100,0
Toplam										
			%							
			399	403	165	154	41	7	5	1174
			34,0	34,3	14,1	13,1	3,5	,6	,4	100,0
$\chi^2 = 37.654$ df=18 p= 0.005 <0.05										

Sosyal medya son yıllarda hem kullanıcısı her geçen gün artan hem de siyasal reklamcılık planlamalarında oldukça yoğun bir şekilde kullanılan iletişim mecrasıdır. Siyasi partiler ve siyasal liderler sosyal medya üzerinden çeşitli mesajlar yükleyerek seçmeni etkilemeye gayret etmektedirler. Bununla birlikte sosyal medyadan siyasal seçim dönemlerinde siyasal içerikli paylaşımların yayımlanması oranı da artmaktadır.

Bu çerçevede Tablo 130’ da, sosyal medyada üye olunan grubun isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verme durumu ile “sosyal medyada yer alan yazı ve yorumlar siyasal tercihimizi etkiler” yargısına katılım düzeyi arasındaki ilişki sorgulanmış ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu verilere göre, üyesi olduğu grubun isteği üzerine oy veren katılımcıların %50’si sosyal medyada yer alan yazı ve yorumların siyasi tercihini etkilediğini ifade etmişlerdir.

6.14. SOSYAL ÇEVRE VE SİYASAL DAVRANIŞ

Sosyal çevrenin davranışların oluşmasında etkili olduğu kabul edilen bir gerçektir. Toplumsallaşma ve siyasal toplumsallaşma sürecinde bireyin siyasal kültür ve siyasal sisteme ilişkin bilgi edinmesini sağlayan sosyal çevre, bu kapsamda tutum ve davranışlar üzerinde de etkisini göstermektedir. Bu manada bireyin sosyal çevresi tarafından siyasal insan kimliği kazandığını söyleyebiliriz. Birey, bir seçmen olarak içinde bulunduğu sosyal çevreye aidiyet duyması, bağlılık hissetmesi veya dışlanma endişesi taşıması siyasal davranışını etkileyebilecektir.

6.14.1. Sosyal Çevrenin Siyasal Davranışa Etkisi

Sosyal çevre, bireyin gündelik yaşamda yoğun bir şekilde sosyal ilişkiler içerisinde bulunduğu yapı olması hasebiyle bu çevreye aidiyet, bağlılık gibi olumlu duygular ile dışlanma endişesi ve baskı gibi duyguların siyasal davranışa etkilerinin olması muhtemeldir. Sosyal çevrenin etkisi bireye doğrudan olabileceği gibi sosyalleşme süreci çerçevesinde dolaylı olarak da olabilmektedir. Elbette ki burada değerlendirilen doğrudan doğruya olan veya hissedilen etkidir.

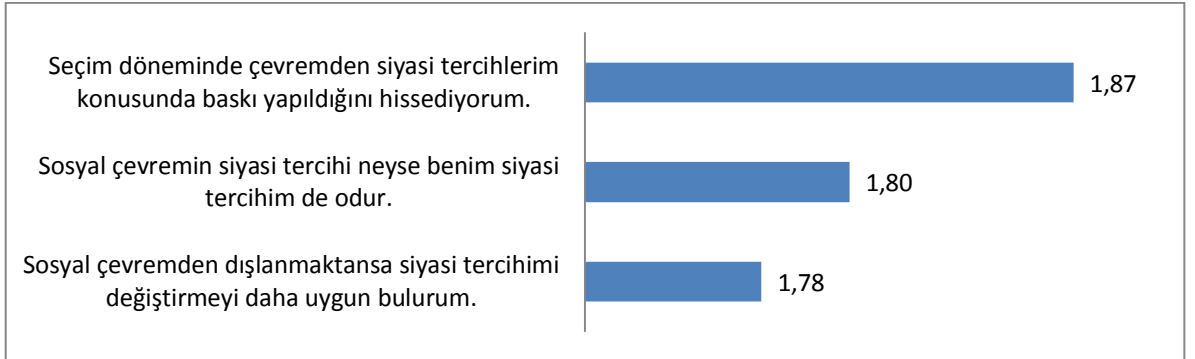
Tablo 131. Sosyal Çevrenin Siyasal Davranışa Etkisi

	Kesinlikle Katılımı yorum	Katılımı yorum	Ne Katılıyorum Ne Katılımı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim Yok	Cevap Yok
Sosyal çevremden dışlanmaktansa siyasi tercihim değişirmeyi daha uygun bulurum	1101 42.7	1076 41.7	186 7.2	121 4.7	36 1.4	46 1.8	13 0.5
Seçim döneminde çevremden siyasi tercihlerim konusunda baskı yapıldığını hissediyorum	988 38.3	1116 43.3	228 8.8	171 6.6	33 1.3	33 1.3	10 0.4
Sosyal çevrem siyasi tercihi neyse benim siyasi tercihim de odur	1099 42.6	1035 40.1	200 7.8	151 5.9	34 1.3	36 1.4	24 0.9

Sosyal çevrenin siyasal davranışa etkisini ortaya koyan Tablo 131'e göre, katılımcılar siyasal davranışlarını belirlerken dışlanma endişesi ve baskı çok ciddi

oranda yaşamadıkları görülmektedir. Buna göre, “sosyal çevremden dışlanmaktansa siyasi tercihim değişirmeyi daha uygun bulurum” yargısına katılmayanların oranı %84.4 iken; bu yargıya katılanların oranı ise %6.1 olarak belirlenmiştir. Bu veriler çerçevesinde seçmenin yaklaşık olarak %6’sı bir dışlanma endişesi taşıırken; önemli bir kısmının böylesi bir endişesinden söz etmek mümkün değildir. Bu durum sosyalleşme sürecinin bir sonucu olarak görülebilir. Birey, çocuklukla başlayan sosyalleşme sürecinde sosyal çevresi ile ilgili bir takım değerleri özümsemekte ve bir davranış ortaya koyduğu zaman da bu durumda dışlanma endişesi yaşamamaktadır.

Katılımcıların “Seçim döneminde çevremden siyasi tercihlerim konusunda baskı yapıldığını hissediyorum” yargısına katılım düzeyi oldukça düşük olarak belirlenmiştir. Bu yargıya katılanların oranı %7.9 iken, katılmayanların oranı % 81.6 olarak görülmektedir. Katılımcılar baskıyı, dışlanma endişesinde az da olsa daha fazla gördüklerini ifade etmektedirler. Diğer yandan “Sosyal çevrem siyasi tercihi neyse benim siyasi tercihim de odur” yargısına katılmayanların oranı %82.7’dir. Bu yargıya katılanların oranı ise %7.2 olarak belirlenmiştir. Benzer bir durumu Grafik 7’de görebilmekteyiz.



Grafik 7: Sosyal Çevrenin Siyasal Davranışa Etki Düzeyi

Sosyal çevrenin siyasal davranışa etki düzeyinin ortaya koyması bakımından ifade edilen çeşitli yargıların aritmetik ortalamasında da görüldüğü üzere sosyal çevreden dışlanma ve baskı endişesinin bireyler üzerinde etkisinin olduğunu söyleyebilmek mümkün değildir. Bütün bu veriler aslında bir yönüyle bireyselleşmiş bir toplum yapısının göstergeleridir. Bauman’ın ifadesiyle bireyselleşme bir seçenek değil kader olarak (2011:63) bireylerin önünde durmakta ve bireyler bu çerçevede kararlarını ve davranışlarını ortaya koymaktadır. Ancak, burada Türk toplumunda özellikle siyasal

davranış özelliğinde aile başta olmak üzere çeşitli sosyal grupların etkilerinin sınırlı düzeyde de olsa varlığından söz etmek yerinde olacaktır.

Türk toplumu modernleşme süreciyle batı türü bir yaşam tarzına geçmiş ancak geleneksel toplumsal değerlerin etkisi ve varlığı devam etmektedir. Bu değerler bireyin siyasal davranışında etkili olabilmektedir. Yine bu değerler çerçevesinde bireyleri dışlamak, ötekileştirmek ve çeşitli konularda baskı uygulamak söz konusu değildir. Aşiret düzeninin hakim olduğu süreçlerde bu tür olaylardan söz edilebilirdi. Ancak, Türk toplumunda istişare ve hoşgörü temelli bir anlayış hakim olduğundan bu tür uygulamalar sadece sınırlı kapalı gruplarda ve sınırlı yapılarda görülebilir. Türk toplumunda sosyal ilişkiler karşılıklı anlayış ve karşdakine hoş görülme yaklaşma temellidir.

Tablo 132. Öğrenim Durumuna Göre “Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum” Yargısına Katılım Düzeyi

Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum										
Öğrenim durumu			Kesinlikle Katımlı yorum	Katımlı yorum	Ne katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Okur yazar değil			9	15	5	5	0	8	2	44
	%		20,5	34,1	11,4	11,4	,0	18,2	4,5	100,0
Okur yazar			9	22	5	6	3	4	0	49
	%		18,4	44,9	10,2	12,2	6,1	8,2	,0	100,0
İlkokul			305	353	56	37	13	16	6	786
	%		38,8	44,9	7,1	4,7	1,7	2,0	,8	100,0
Ortaokul/İlköğretim			207	172	25	22	4	8	0	438
	%		47,3	39,3	5,7	5,0	,9	1,8	,0	100,0
Lise veya dengi okul			361	343	69	33	12	9	2	829
	%		43,5	41,4	8,3	4,0	1,4	1,1	,2	100,0
Üniversite			191	159	25	16	4	1	3	399
	%		47,9	39,8	6,3	4,0	1,0	,3	,8	100,0
Lisansüstü			17	12	1	1	0	0	0	31
	%		54,8	38,7	3,2	3,2	,0	,0	,0	100,0
Cevap yok			2	0	0	1	0	0	0	3
	%		66,7	,0	,0	33,3	,0	,0	,0	100,0
Toplam			1101	1076	186	121	36	46	13	2579
	%		42,7	41,7	7,2	4,7	1,4	1,8	,5	100,0
$\chi^2 = 1.646$ df=42 p= 0.000 <0.05										

Öğrenim durumu ile “sosyal çevremden dışlanmaktansa siyasi tercihimde değiştirmeyi daha uygun bulurum” yargısına katılım düzeyi arasında farklılıklar

bulunmaktadır. Öğrenim düzeyi arttıkça, sosyal çevreden etkilenme ve sosyal çevrenin etkisiyle siyasi tercihi değiştirme etkisi düşmektedir. Öğrenim durumu sosyal ilişkiler çevresinde kayıtsız şartsız bir kabul yerine olaylarını sorgulayarak, değerlendirerek yaklaşma güdüsünün insana kazandırmaktadır. Bu durumu yansıması olarak da birey siyasal davranışını ortaya koyarken sosyal çevresinden daha az etkilenmektedir.

Tablo 133. Sosyal Sınıfa Göre “Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum” Yargısına Katılım Düzeyi

Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum										
			Kesinlikl e Katılımı yorum	Katıl mıyoru m	Ne katılı yorum , ne katımlı yorum	Katılı yoru m	Kesinlikl e Katılı yorum	Fikri m yok	Ceva p yok	Topla m
Sosya l Sınıf	Üst sınıf	%	26 37,1	21 30,0	12 17,1	6 8,6	3 4,3	2 2,9	0 ,0	70 100,0
	Orta sınıf	%	718 43,4	702 42,5	107 6,5	73 4,4	22 1,3	24 1,5	7 ,4	1653 100,0
	Alt sınıf	%	321 42,2	307 40,4	60 7,9	39 5,1	11 1,4	18 2,4	4 ,5	760 100,0
	Fikri m yok	%	12 27,9	26 60,5	2 4,7	2 4,7	0 ,0	1 2,3	0 ,0	43 100,0
	Ceva p yok	%	24 45,3	20 37,7	5 9,4	1 1,9	0 ,0	1 1,9	2 3,8	53 100,0
Toplam		%	1101 42,7	1076 41,7	186 7,2	121 4,7	36 1,4	46 1,8	13 ,5	2579 100,0
χ²= 46.120 df=24 p= 0.004 <0.05										

Sosyal sınıf algısına göre “sosyal çevremden dışlanmaktansa siyasi tercihimizi değiştirmeyi daha uygun bulurum” yargısına katılım düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal sınıf algısında “üst sınıf”ta yer aldığını belirten katılımcıların diğer sınıflara göre sosyal çevreden dışlanma endişesinin daha fazla yaşadıkları görülmektedir. Üst sosyal sınıfta yer alanlar yaklaşık olarak %13 oranında bir dışlanma endişesi içerisinde iken; alt sınıfta yer aldığını belirtenler %6.5, orta sınıfta yer aldığını belirtenler ise %5.6 oranında dışlanma endişesi yaşadıklarını ifade etmektedirler. Bu endişe içerisinde bulunan katılımcılar sosyal çevremden

dışlanmaktansa siyasi tercihim değiştiririm yargısına katıldıklarını ifade etmektedirler. Verilere göre Hipotez 13’de ifade edildiği gibi, sosyal gruplardan dışlanma endişesi seçmenin siyasal davranışına etki etmektedir. Sosyal çevrenin siyasal davranışa etkisi öğrenim durumu ve sosyal sınıfa göre farklılık göstermektedir.

Tablo 134. Oy Verilen Partiye Göre “Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum” Yargısına Katılım Düzeyi

Sosyal Çevremden Dışlanmaktansa Siyasi Tercihimi Değiştirmeyi Daha Uygun Bulurum										
		Kesinlikle katımlı yorum	Katımlı yorum	Ne katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam	
Oy Verilmesi Düşünülen Parti	AK Parti	276	307	66	48	11	17	2	727	
	%	38,0	42,2	9,1	6,6	1,5	2,3	,3	100,0	
	CHP	223	228	27	12	5	6	0	501	
	%	44,5	45,5	5,4	2,4	1,0	1,2	,0	100,0	
	MHP	90	88	20	9	5	3	0	215	
	%	41,9	40,9	9,3	4,2	2,3	1,4	,0	100,0	
	BDP	71	40	16	9	3	3	0	142	
	%	50,0	28,2	11,3	6,3	2,1	2,1	,0	100,0	
	Diğer	27	18	7	1	1	0	0	54	
	%	50,0	33,3	13,0	1,9	1,9	,0	,0	100,0	
Kararsızım		222	192	34	28	5	10	2	493	
	%	45,0	38,9	6,9	5,7	1,0	2,0	,4	100,0	
Hiçbiri		26	38	1	3	2	1	1	72	
	%	36,1	52,8	1,4	4,2	2,8	1,4	1,4	100,0	
Cevap yok		166	165	15	11	4	6	8	375	
	%	44,3	44,0	4,0	2,9	1,1	1,6	2,1	100,0	
Toplam			1101	1076	186	121	36	46	13	2579
		%	42,7	41,7	7,2	4,7	1,4	1,8	,5	100,0
$\chi^2= 93.486$ df=42 p= 0.000 <0.05										

$$\chi^2 = 93.486 \text{ df}=42 \text{ p}= 0.000 < 0.05$$

Oy verilen partiye göre “sosyal çevremden dışlanmaktansa siyasi tercihim değiştirirmeyi daha uygun bulurum” yargısına katılım düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Verilerin dağılımı incelendiğinde dışlanma endişesinin AK Parti ve BDP’ye oy verdiğini ifade eden seçmende daha fazla olduğu görülmektedir. AK Parti, mufazakar demokrat bir siyasal kimlik çerçevesinde siyasal sistem içerisinde yer alırken, BDP etnik bir kimlikle siyasal sistem içerisinde yer almaktadır. AK Parti, seçmenin sosyal çevreden dışlanma endişesi yaşamasının oy vermediğinden dolayı değil oy verdiğinden dolayı olduğu düşünülmekte ve seçmenler AK Partiye oy verdiğini gizleyebilmektedir. Bu bağlamda AK Parti seçmeni sessiz bir seçmen kitlesi olarak da değerlendirilmektedir. AK Parti, genel seçimlerde %50 oy aldığı halde seçmenlerin bir özgüven içerisinde bu partiye oy verdiğini söylemesi nadir görülmektedir. BDP seçmeninde ise tam tersi bir durumun söz konusu olduğu düşünülmektedir. Korku ve

baskı kurarak seçmenlerin bu partiye oy vermesinin sağlanmaya çalışıldığı siyasi çevrelerde sıkça dillendirilmektedir.

Tablo 135. Cinsiyete Göre, “Sosyal Çevremin Siyasi Tercihi Neyse Benim Siyasi Tercihim de Odur” Yargısına Katılım Düzeyi

Sosyal Çevremin Siyasi Tercihi Neyse Benim Siyasi Tercihim de Odur									
		Kesinlikle Katılımlı yorum	Katılımlı yorum	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Cinsiyet	Kadın	542	496	106	68	12	27	14	1265
	%	42,8	39,2	8,4	5,4	,9	2,1	1,1	100,0
	Erkek	557	539	94	83	22	9	10	1314
	%	42,4	41,0	7,2	6,3	1,7	,7	,8	100,0
Toplam		1099	1035	200	151	34	36	24	2579
		%	42,6	40,1	7,8	5,9	1,4	,9	100,0
$\chi^2 = 15.884$ df=6 p= 0.014 <0.05									

Cinsiyet, sosyal ilişkiler çerçevesinde sosyal çevreye uyum düzeyini etkileyen demografik faktörlerden biridir. Türk toplumunun yapısının bir gereği olarak erkekler kadınlardan daha fazla sosyal çevre ile iletişimde bulunabilmekte ve daha farklı sosyal gruplarla sosyal ilişkiler içerisine girmektedirler. Kadınlar ise daha sınırlı bir sosyal grup yapısı ile iletişim içerisinde olduklarından etkilenme düzeyleri daha sınırlıdır. Kadınlar daha çok aile, arkadaş ve komşularla yoğun sosyal ilişkiler içerisinde bulunmakta ve aile, yaşamın tüm alanlarında önemli belirleyici olmaktadır. Tablo 135’te de görüldüğü üzere erkek katılımcılar kadınlara göre “sosyal çevremin tercihi ne ise benim siyasi tercihim de odur” yargısına katıldıklarını ifade etmektedir. Ancak, hem erkekler hem de kadınlar bu yargıya daha yüksek düzeyde katılmadıklarını ifade etmektedirler. Bu yargıya katılan erkeklerin oranı %8, kadınların oranı ise %6.3 olarak görülmektedir. Yüzdelik dilimde bu rakamlar oldukça düşük görülmele birlikte ülkenin eğilimini ortaya koyduğundan nüfus bazında oldukça yüksek bir dilimin görüşünü yansıtmaktadırlar. Bu yönüyle kayda değerdir. Demokrasinin olduğu ve siyasal seçimlerin yaşıldığı bir ülkede nüfusun %10’a yakınının eğilimi önemli ve anlamlıdır.

Tablo 136. Mesleğe Göre, “Sosyal Çevremin Siyasi Tercihi Neyse Benim Siyasi Tercihim de Odur” Yargısına Katılım Düzeyi

Sosyal Çevremin Siyasi Tercihi Neyse Benim Siyasi Tercihim de Odur										
		Kesinlikle Katıl mıyorum	Katıl mıyorum	Ne katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam	
Mesleği	Memur	38	40	12	3	0	1	4	98	
	%	38,8	40,8	12,2	3,1	,0	1,0	4,1	100,0	
	İşçi	87	107	27	23	5	7	2	258	
	%	33,7	41,5	10,5	8,9	1,9	2,7	,8	100,0	
	Özel sektör çalışanı	191	116	27	17	2	3	1	357	
	%	53,5	32,5	7,6	4,8	,6	,8	,3	100,0	
	Esnaf	273	236	27	30	6	3	1	576	
	%	47,4	41,0	4,7	5,2	1,0	,5	,2	100,0	
	Öğrenci	103	58	21	14	4	0	3	203	
	%	50,7	28,6	10,3	6,9	2,0	,0	1,5	100,0	
	İşsiz	41	34	7	2	3	0	2	89	
	%	46,1	38,2	7,9	2,2	3,4	,0	2,2	100,0	
	Ev hanımı	249	304	61	45	10	21	10	700	
	%	35,6	43,4	8,7	6,4	1,4	3,0	1,4	100,0	
	Çiftçi	6	4	0	1	0	0	0	11	
	%	54,5	36,4	,0	9,1	,0	,0	,0	100,0	
	Emekli	107	135	17	15	4	1	1	280	
	%	38,2	48,2	6,1	5,4	1,4	,4	,4	100,0	
	Cevap yok	4	1	1	1	0	0	0	7	
	%	57,1	14,3	14,3	14,3	,0	,0	,0	100,0	
Toplam		1099	1035	200	151	34	36	24	2579	
		%	42,6	40,1	7,8	5,9	1,3	1,4	,9	
$\chi^2 = 1.344$ df=54 p= 0.000 <0.05										

Tablo 136’da meslek gruplarına göre, sosyal çevremin tercihi ne ise benim siyasi tercihim de odur” yargısına katılım düzeyine ilişkin verilerin dağılımı yer almaktadır. Buna göre öğrenci, işçi, çiftçi, ve hanımı, emekliler ve esnaf meslek gruplarından olan diğer gruplara göre bu yargıya daha fazla katılmaktadır. Ancak, bu katılım düzeyi, katılmamaya oranla çok düşük bir değerdedir.

6.15. DİNİ DEĞERLER VE SİYASET: DİNİ DEĞERLERİN SİYASAL DAVRANIŞA YANSIMASI

Din insanlara sadece inanç kültürü değil aynı zamanda toplumsal değerler öğretisi ve yaşam biçimi de sunmaktadır. Din, bireyin düşüncesini, duygularını, davranışlarını ve eylemlerini şekillendiren bir sosyal kurumdur. Şerif Mardin'in ifade ettiği gibi (2013: 238), dinsel kurumların bir özelliği de salt dini fonksiyonlarının yanında başka toplumsal fonksiyonlar da görebilmeleridir. Dini törenler dinsel bir işlemdir fakat onun hem pekiştirici, insanları yan yana getiren bir birlik duygusu oluşturan hem de kişilik belirleyici fonksiyonu vardır. Kişinin tek başına elde edemeyeceği dengeyi sağlamada rol oynar.

Bu anlamda din bireyin sosyal çevresini ve sosyal ilişkilerini de etkilemektedir. Din, sunduğu toplumsal değer ve yaşam biçimi ile sosyal ilişkilerin yapısını şekillendirmekte; sosyal ilişkilerini bu değerler çerçevesinde yürütülmesini sağlamaktadır. Bu değerler modernleşmenin getirdiği topluluk değil, geleneksel toplumun cemaat yapısına daha uygun bir sosyal ilişkiler ağı oluşturmaktadır. Örneğin, belirli namaz vakitleri için camiye gidenler cami çevresindeki çay ocaklarında oturarak burada cemaat duygusu ile sosyal ilişkiye girmektedir.

Modernleşmenin bir yansıması olarak kentleşme dinin toplumsal yaşam içerisindeki etkisini azaltmıştır. Kentleşme bir mekansal değişimdir ve modernleşme ile değişim arasında bir bağ vardır. Bu değişim sosyal ilişkileri de doğal olarak etkilemiştir. Bir bakıma kentleşme cemaatsel sosyal ilişkilerden cemiyetsel sosyal ilişkilere geçiştir. Bu yeni sosyal ilişkiler içerisinde yalnızlaşan birey kapitalist sistemin aktörlerinin şekillendirdiği, seküler ve dünyevileşen bir hüviyet kazanmıştır.

Bu anlamda modern yerleşim mekanları olan kentlerde, bireylerin dini değer ve ritüellerle olan bağlardan soyutlanmak suretiyle dinin bireyin yaşamı üzerindeki etkisi azalmıştır. Din ve modernleşme arasında bir ilişkiden söz etmek mümkün olmakla birlikte modernleşmenin dini ortadan kaldırdığı, dini yok ettiğini söylemek mümkün değildir. Çünkü, din toplumsal yapıda değişime rağmen varlığını sürdürmeye devam etmektedir.

Elbetteki modernleşmenin dine etkisi her ülke ve toplumda benzer şekilde ve düzeyde görülmemiştir. Türkiye'de modernleşme bir yandan dini değerleri öteleyen bir laik ve modern toplumsal yapı doğururken bunun karşılığında dini değer ve ritüeller anti

laik ve geleneksel bir yapıda varlığını korumuş ve dini değerlere bağlı olarak bir yaşam tarzı kentlerde de devam ettirmiştir.

Bireyin, yaşamında önemli bir yeri bulunan ve birçok davranışını etkileyen dinin, siyaset ve siyasal davranış üzerinde de etkisinin olması kaçınılmazdır. Ancak, dinin bireyin siyasal davranışında etkisi tartışma konusudur. Birey, modernleşmenin tezahürü akılcılaşma marifetiyle siyasal bir karar almasına rağmen, bu karar alma sürecinde sosyal ilişkiler ağının ve bu sosyal ilişkiler ağının değer ve normlarının etkisi de bulunmaktadır. Bu değerler içerisinde “din” de bulunmaktadır.

Türkiye’de özellikle sağ çizgideki siyasi partiler dini söylem ve ritüelleri seçim kampanyalarında sürekli olarak kullanmaktadırlar. 1950’den bugüne kadar bu çizgideki tüm partiler dini söylem ve ritüeller ile seçmenin siyasal davranışını etkilemenin gayretindedirler. Çünkü, Türk seçmenin değerler dünyasında “din”in yeri hep vardır ve din faktörü sıralaması değişmekle birlikte tutum ve davranışların da ortaya konulmasında etkili olabilmektedir. Bu anlamda din siyasal davranışı etkileyen birçok faktör arasında önemli bir yer edinmektedir.

6.15.1. Dini Kimlik Tanımlamaları

Dini mensubiyet kimlik tanımlamalarının önemli bir parçasıdır. Türkiye’de yaşayan bireylerin neredeyse tamamına yakını aynı dini kimlik içerisinde yer almaktadırlar. Bu kapsamda anket formunda Müslüman kimliğinin yanında mezheplere yönelik seçenekler de bulunmaktadır. Araştırma kapsamında da katılımcıların önemli bir kısmının dini kimlik tanımlamalarında mezhepsel bir önem çerçevesinde değerlendirmeler yaptığı görülmektedir.

Tablo 137. Katılımcıların Kendilerini Dini Açıdan Tanımlama Biçimleri

	F	%
Sünni Müslüman	1017	40,2
Alevi Müslüman	137	5,4
Şii Müslüman	13	,5
Şafi Müslüman	15	,6
Müslüman	1257	49,6
Hristiyan	1	,0
Musevi	1	,0
Cevap yok	90	3,6
Hiçbiri	1	,0
Deizm/ deist	1	,0
Toplam	2533	100,0

Katılımcıların bir bölümü kendini sadece Müslüman olarak tanımlarken, bir bölümü ise mezhepsel bir değerlendirmede bulunarak, dini açıdan kendilerini tanımlamışlardır. Katılımcıların %49.6'sı Müslüman, %40.2 ise Sünni Müslüman kimliğiyle kendilerini dini açıdan tanımlamışlardır. Araştırmada ülkemiz vatandaşı bulunan diğer dinlerin temsilcileri de bireysel olarak temsil imkanı bulmuştur.

6.15.2. Dini Pratikleri Yerine Getirme

Bireylerin dini pratikleri yerine getirme düzeyleri dini kimlik ve dini aidiyet bağlarının tespit edilmesinde önemlidir. Bireyin dini pratikleri ile gündelik yaşamda dinin etkileri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu düşünülmektedir.

Tablo 138. Dini Pratikleri Yerine Getirme Durumu

	F	%
Dinin tüm gereklerini yerine getiren biriyim	484	18,8
Aksatsam da, dinin gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim	1411	54,7
İnançlıyım, ama dinin gereklerini yerine getirmeyen biriyim	530	20,6
Dini inancı olmayan biriyim	46	1,8
Cevap yok	108	4,2
Toplam	2579	100,0

Örneklem grubuna dini aidiyetlerle ilgili yöneltilen bir diğer soru ise dini pratikleri yerine getirme düzeyini belirlemeye yöneliktir. Bu bağlamda katılımcıların büyük bir çoğunluğu, mezheplerle birlikte düşünüldüğünde %96.4'ü kendinin *Müslüman* olduğunu ifade ederken, dini pratikleri yerine getirme durumları birbirinden farklılık göstermektedir

Dinin gereklerini yerine getirmediğini ifade edenlerin oranı ise % 18.8, “aksatsam da dinin gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim” diyenlerin, yani dinin bazı gereklerini uygulayan, bazılarını ise uygulamayanların oranı en yüksek oran olarak % 54,7'dir. Katılımcıların %20.6'sı ise inançlıyım, ama dinin gereklerini yerine getirmeyen biriyim ifadesinde bulunmaktadırlar. Bu veriler çerçevesinde Türk toplumunun önemli bir çoğunluğunun dini açıdan orta düzeyde bir yaşam pratiğine sahip olduğunu ifade edebiliriz. Bunun yaşamın her alanına olduğu gibi siyasal alana yansıyan etkilerinin olması mümkündür.

6.15.3. Siyasal Davranış ve Dini Tutumlar

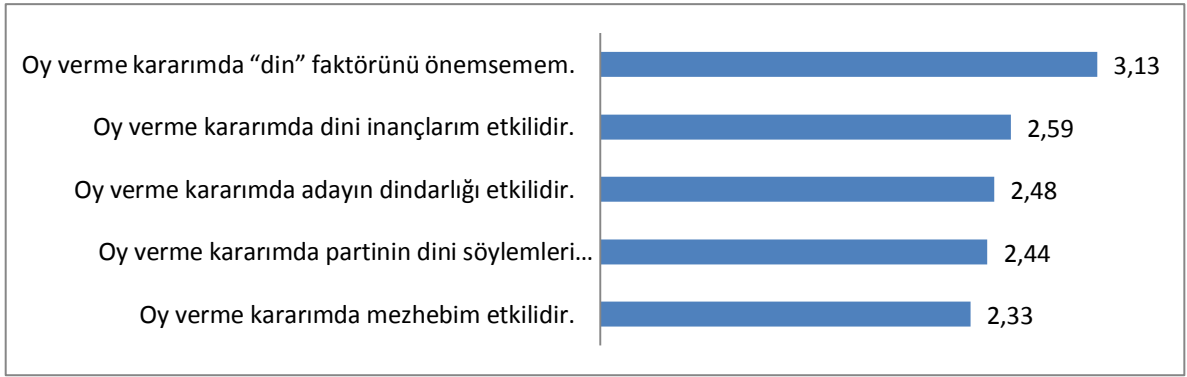
Dini değer ve tutumlar siyasal davranış üzerinde etkileri olan bir olgudur. Bu etkinin düzeyinde dini pratikleri gerçekleştirme biçiminin ve bireyin gündelik yaşamında algılamalar ve değerlendirmelerinde dini bir perspektiften ne düzeyde baktığının önemli bir yeri vardır.

Tablo 139. Siyasal Davranış ve Dini Tutumlar

	Kesinlikle Katılımı		Katılımı yorum	Ne Katılı yorum Ne Katılımı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim Yok	Cevap Yok
Oy verme kararında dini inançlarım etkilidir	753 %	29.7	658 26.0	196 7.7	598 23.6	272 10.7	20 0.8	36 1.4
Oy verme kararında mezhebim etkilidir	852 %	33.6	777 30.7	210 8.3	404 15.9	218 8.6	32 1.3	40 1.6
Oy verme kararında partinin dini söylemleri etkilidir	813 %	31.5	725 28.1	275 10.7	482 18.7	229 8.9	21 0.8	34 1.3
Oy verme kararında adayın dindarlığı etkilidir	807 %	31.3	696 27.0	281 10.9	483 18.7	260 10.1	23 0.9	29 1.1
Oy verme kararında “din” faktörünü önemsemem	479 %	18.6	530 20.6	289 11.2	597 23.1	612 23.7	30 1.2	42 1.6

Sosyal bir kurum olarak değerlendirilen dinin siyasal davranışlar üzerindeki etkisi ve bu etkinin boyutu sadece Türkiye’de değil, dünyanın farklı ülkelerinde yapılan bilimsel çalışmalarda tartışılmaktadır. Bu çalışmaların önemli bir kısmında dinin siyasal davranış üzerinde etkili olan faktörlerden biri olduğu yönünde değerlendirmeler yapılmaktadır. Bu çalışmada sosyal ilişkiler olgusu çerçevesinde, sosyal ilişkileri sunduğu değerler çerçevesinde şekillendiren din faktörüne yönelik katılımcıların algılamaları sorgulanmıştır.

Katılımcıların, %34.3 “Oy verme kararında dini inançlarım etkilidir” yargısına katıldıklarını ifade ederken, %55.7 oranında bir bölümü bu yargıya katılmadıklarını belirtmişlerdir. “Oy verme kararında “din” faktörünü önemsemem” yargısına katılanların oranı %46.8 olarak belirlenirken, bu yargıya katıldıklarını ifade edenlerin oranı ise %39.2 olarak tespit edilmiştir.



Grafik 8:Dini Değerlerin Siyasal Davranışa Etki Düzeyi

Grafik 8’de ise Dini değerlerin siyasal davranışa etkisinin düzeyi görülmektedir. Buna göre oy verme kararında din faktörünü önemsenmeme düzeyi, oy verme kararında dini inançların etkisinde daha yüksek düzeydir. Bu iki veri incelendiğinde siyasal davranış üzerinde seçmenin yaklaşık olarak %30’u için din önemli bir faktördür. Modern bir toplumsal yapı içerisinde toplumun neredeyse üçte birinin siyasal davranışını dini değerler çerçevesinde değerlendirmesi kayda değerdir.

Türkiye’de din ve siyaset konusu 1950’li yıllardan itibaren önemli bir tartışma konusu olarak var olagelmiştir. Siyasi yelpaze içerisinde bir sınıf, dini öteki olarak değerlendirmiş; bunun karşısında ise dini değerleri önemli gören, içselleştiren söylemler geliştirilmiştir. Sanayileşmenin bir yansıması olarak yaşanan kentleşme bireylerin dini değerler çerçevesinde olayları yorumlama biçimlerini doğal olarak zayıflatmıştır. Ahmet Altan’ın ifadesiyle (2010:61) hayatla ilişkilerinde dini kimliğini ön plana çıkarmayan bir toplumsal yapı ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların, kendini dini olarak tanımla biçimlerinde mezhepler de Müslüman kimliğinin yanında yer almaktadır. Buna göre, katılımcılardan “Oy verme kararında mezhebim etkilidir” yargısına katıldıklarını ifade edenlerin oranı %24.5 iken; katılımcıların %64.3’ünün bu yargıya katılmadıkları gözlemlenmiştir. Siyasal davranışın ortaya konulmasında katılımcıların bir bölümünün mezhepsel bir perspektif çerçevesinde değerlendirmeler yaptığı da görülmektedir.

Siyasal seçim süreçlerinde aday faktörü çerçevesinde adayın profili de seçmen tarafından değerlendirilebilmektedir. Bu anlamda adayın dindarlığı seçmenin değerlendirme parametreleri arasında yer alabilmektedir. Katılımcıların aday bağlamında dini değerlendirmeleri de sorgulanmıştır. Katılımcılardan, “ Oy verme

kararında adayın dindarlığı etkilidir” yargısına katılmadıklarını ifade edenlerin oranı %58.3; bu yargıya katıldıklarını belirtenlerin oranı ise %28.8’dir.

Dinin siyasal davranış üzerindeki etkisi uzun yıllardır siyasal iletişim ve siyasal davranış çalışmalarının konusudur. Ancak, sürekli bir değişimin yaşandığı toplumsal yapı içerisinde bireylerin dini değerler çerçevesinde olaylara bakışında da bir değişiklikler olması muhtemeldir. Bu nedenle bu tür çalışmaların dinamik bir toplumsal yapı içerisinde sürekli olarak yapılması da günün toplumsal yapısının bakışını ortaya koyması bakımından önemlidir. Yapılan araştırmalarda siyasal partilerin dini söylemleri, seçmenlerin dindarlık düzeyleri, adayların dini profilleri ile siyasal davranış arasında anlamlı ilişkilerin olduğu ortaya çıkmıştır.

Tatar’ın (2003: 238) Malatya’da yaptığı bir çalışmada dinin siyasî tutum ve davranışların oluşmasında önemli bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Yine Köktaş’ın İzmir’de yaptığı çalışmada din faktörünün siyasal davranışta önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Bu araştırmada seçmenlerin %25.9’u siyasal parti tercihinde dine önem verdikleri (Köktaş, 1997: 254) belirlenmiştir. Benzer bir sonuç Kaya’nın (2011:152), Akgün’ün (2007:203), Hülür ve Kalender’in (2003:262), Kalender’in (2005:157), ve Eser’in (2012: 128) yaptığı araştırmalarda da bulunmuştur.

ABD’de yapılan araştırmalarda da dinin siyasal davranış üzerinde etkilerinin olduğu sonucuna varılmıştır. ABD’de dinin siyasal davranış üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılan çalışmalar kürtaj, eşcinsellik, çevre gibi ahlaki değerler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Buna göre, kürtaj ve eşcinsellik konularına yaklaşım dini konularda siyasal davranışı belirleyen güçlü faktörler arasında yer (Gibbs, 2005) aldığı ifade edilmektedir. Mckenzie ve Rouse’nun (2013: 21) Afrikalı Amerikalılar, Latinler ve Beyazların siyasal tutumlarının dini temelleri başlıklı çalışmasında da gruplar arasında bir takım farklılıklar bulunmakla birlikte dinin etkisinin olduğunu bulunmuştur.

Layman’ın (1997: 306-307) Amerika Birleşik Devletlerinde dinin seçmen davranışına etkisi üzerine yaptığı araştırmada, siyasal davranış üzerinde dini inançların etkili olduğu, bu etkinin oy tercihinde, partizanlıkta ve politik konulardaki tutumlarda görüldüğünü belirlemiştir. Bunların yanında Manza ve Brooks, (1997:74) ve Boas ve Smith (2013: 11) de yaptıkları çalışmalarda dinin siyasal davranış üzerinde etkilerinin olduğu sonucuna varmışlardır.

Bu değerlendirmelerin tam tersi bilimsel araştırmalar da söz konusudur. Örneğin Ferihan Polat'ın "Dinin Türk Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi: Denizli Örneği" başlıklı çalışmada dinin siyasal davranışta önemli bir faktör olmadığı sonucuna varılmıştır.

Polat'a göre (2009: 282) seçmenin oyunu belirleyen etken din değil, ekonomik ve sosyal refah konularıdır. Din, dindarlık ve laiklik gibi değişkenler toplumsal hayata ve siyasi konulara tavır alışları bir ölçüde etkilese de sistemin işleyişi için en önemli mekanizmalardan biri olan seçimler üzerinde belirgin bir etki yaratmadığı söylenebilir.

Polat'ın bu değerlendirmelerine katılmak mümkün değildir. Seçmenin siyasal davranışında ekonomik ve sosyal refah etkili olan faktörlerden biridir seçmenin siyasal davranışlarını sadece bu faktöre indirgemek doğru bir yaklaşım değildir. Kaldı ki, ekonomik durum ve sosyal refah anlayışını dahi değerlendirirken bu değerlendirme içerisinde din faktörünü bir kenarda tutmak mümkün değildir. Zira, bireylerin ekonomik durumlarına ilişkin değerlendirmelerinde dahi dini öğreti ve değerlerin yansımalarını görmek mümkündür. Bu çerçevede birey çok düşük bir ücretle iyi geçinebildiğı kanaatini taşıyabileceğı halde, çok yüksek bir gelir düzeyine sahip olan birey bununla yetinmeyerek, mutsuz olabilir. Dini öğretiler içerisinde elindeki değere kanaat etme ve elindekiyle mutlu olmak da vardır. Son tahlilde din seçmenin siyasal davranışında önemli etkenler arasında yer alan parametrelerden biridir.

Tablo 140. Dini Pratikleri Yerine Getirme Durumuna Göre Oy Verme Kararında Partinin Dini Söylemleri Etkilidir” Yargısına Katılım Düzeyi

		Oy Verme Kararında Partinin Dini Söylemleri Etkilidir							Toplam
		Kesinlikle Katılımlı yorum	Katılımlı yorum	Ne katılı yorum, ne katılımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	
Dini Pratikleri Yerine Getirme	Dinin tüm gereklerini yerine getiren biriyim	72 14,9	124 25,6	52 10,7	148 30,6	73 15,1	9 1,9	6 1,2	484 100,0
	Aksatsam da, dinin gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim	478 33,9	366 25,9	167 11,8	268 19,0	113 8,0	7 ,5	12 ,9	1411 100,0%
	İnançlıyım, ama dinin gereklerini yerine getirmeyen biriyim	199 37,5	192 36,2	43 8,1	57 10,8	31 5,8	3 ,6	5 ,9	530 100,0
	Dini inancı Olmayan biriyim	18 39,1	13 28,3	1 2,2	2 4,3	11 23,9	0 ,0	1 2,2	46 100,0
	Cevap yok	46 42,6	30 27,8	12 11,1	7 6,5	1 ,9	2 1,9	10 9,3	108 100,0
Toplam		813 31,5	725 28,1	275 10,7	482 18,7	229 8,9	21 ,8	34 1,3	2579 100,0
$\chi^2 = 2.608$ df=24 p= 0.000 <0.05									

Bireylerin dindarlık ya da gündelik yaşamlarında dini öğretilere ve ritüellere verdiği önem dini pratikleri yerine getirme düzeyi ile doğru orantılıdır. Yine bu kapsamda bireylerin dini pratikleri yerine getirme düzeyi ile çeşitli konular karşısında aldıkları tutum ve çeşitli konulara ilişkin davranışları arasında bir ilişkinin olması beklenir. Tablo 140’da katılımcıların dini pratikleri yerine getirme düzeyleri ile “oy verme kararında partinin dini söylemleri etkilidir” yargısına katılım düzeyi verilmekte ve bu iki olgu arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Dinin tüm gereklerini yerine getirdiğini ifade eden katılımcıların %45.7’si bu oy verme kararlarında partinin dini söylemlerinin etkisi olduğunu ifade etmektedir. “Aksatsam da, dinin gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim” diyen katılımcıların %272’si oy verme kararlarında partinin dini söylemlerinin etkisinin bulunduğunu kaydederken, İnançlıyım, ama dinin gereklerini yerine getirmeyen biriyim diyen katılımcıların oy verme kararlarında partinin dini söylemlerinin etkisi %16.6 olarak görülmektedir.

Burada dikkat çekici sonuçlardan biri de dini inancı olmayanların siyasal tercihlerinde partinin dinin söylemlerine ilişkin yaklaşımlarıdır. Katılımcılardan dini inancı olmayanların %28.2'si oy verme kararında partinin dini söylemlerinin etkili olduğunu belirtmektedirler. Elbette ki burada etkiyi pozitif bir etki olarak değil negatif etki olarak değerlendirmek yerinde olacaktır. Diğer bir ifadeyle siyasal partilerde dini söylemler çerçevesinde bir siyasal kampanya yürütenlerin bu tutumu dini inancı olmayan seçmenler üzerinde negatif bir etki oluşturacaktır

Tablo 141. Dini Açıdan Kendini Tanımlama Durumuna Göre “Oy Verme Kararında Dini İnançlarım Etkilidir” Yargısına Katılım Düzeyi

Oy Verme Kararında Dini İnançlarım Etkilidir									
		Kesinlikle Katıl mıyorum	Katıl mıyorum	Ne katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Dini Açıdan Kendini Tanımlama	Sünni Müslüman	238	239	71	299	153	7	10	1017
	%	23,4	23,5	7,0	29,4	15,0	,7	1,0	100,0
	Alevi Müslüman	65	45	6	15	3	0	3	137
	%	47,4	32,8	4,4	10,9	2,2	,0	2,2	100,0
	Şii Müslüman	7	2	1	2	0	1	0	13
	%	53,8	15,4	7,7	15,4	,0	7,7	,0	100,0
	Müslüman	406	339	107	272	111	9	13	1257
	%	32,3	27,0	8,5	21,6	8,8	,7	1,0	100,0
	Hristiyan	1	0	0	0	0	0	0	1
	%	100,0	,0	,0	,0	,0	,0	,0	100,0
Dini Açıdan Kendini Tanımlama	Musevi	1	0	0	0	0	0	0	1
	%	100,0	,0	,0	,0	,0	,0	,0	100,0
	Cevap yok	30	27	10	7	3	3	10	90
	%	33,3	30,0	11,1	7,8	3,3	3,3	11,1	100,0
	Şafi Müslüman	5	6	1	1	2	0	0	15
	%	33,3	40,0	6,7	6,7	13,3	,0	,0	100,0
	Hiçbiri	0	0	0	1	0	0	0	1
	%	,0	,0	,0	100,0	,0	,0	,0	100,0
	Deizm/deist	0	0	0	1	0	0	0	1
	%	,0	,0	,0	100,0	,0	,0	,0	100,0
Toplam		753	658	196	598	272	20	36	2533
		%	29,7	26,0	7,7	23,6	10,7	,8	1,4

$$\chi^2 = 2.124 \text{ df}=54 \text{ p}= 0.000 < 0.05$$

Dini açıdan kendini tanımlama biçimi ile oy verme kararında dini inançların etkisi arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Dini açıdan kendini Sünni Müslüman olarak tanımlayanların “oy verme kararında dini inançlarım etkilidir” yargısına katılım

oranı %44.4, Müslüman olarak tanımlayanların oranı %30.4, Şii Müslüman olarak tanımlayanların oranı %15.4, Alevi Müslüman olarak tanımlayanların oranı %13.1 olarak görülmektedir. Bu çerçevede, Sünni Müslüman ve Müslüman kimliğini benimseyenlerin siyasal davranışlarında dini inançların etkisi daha fazladır. Hipotez 14’de ileri sürüldüğü gibi dinin siyasal davranışa etkisi vardır. Dini açıdan tanımlama biçimleri ile siyasal davranışta dinin etkisi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 142. Yaşa Göre, “Oy Verme Kararında Dini İnançların Etkilidir” Yargısına Katılım Düzeyi

Oy Verme Kararında Dini İnançların Etkilidir									Toplam
		Kesinlikle Katımlı yorum	Katımlı yorum	Ne katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	
YAŞ	18-25	167	118	62	119	59	5	4	534
	%	31,3	22,1	11,6	22,3	11,0	,9	,7	100,0
	26-35	196	169	54	162	67	5	7	660
	%	29,7	25,6	8,2	24,5	10,2	,8	1,1	100,0
	36-45	153	138	43	130	56	7	9	536
	%	28,5	25,7	8,0	24,3	10,4	1,3	1,7	100,0
	46-55	125	123	17	83	53	0	5	406
	%	30,8	30,3	4,2	20,4	13,1	,0	1,2	100,0
	56-65	74	77	15	76	22	1	4	269
	%	27,5	28,6	5,6	28,3	8,2	,4	1,5	100,0
	66 ve Üstü	38	33	5	28	15	2	7	128
	%	29,7	25,8	3,9	21,9	11,7	1,6	5,5	100,0
	Toplam	753	658	196	598	272	20	36	2533
	%	29,7	26,0	7,7	23,6	10,7	,8	1,4	100,0

$\chi^2 = 62.622$ df=30 p= 0.000 <0.05

Katılımcıların demografik değişkenler bakımından siyasal davranışlarında dini inancın etkisi incelendiğinde cinsiyet değişkeni haricinde farklılıklar görülmektedir. Cinsiyet değişkeni ile siyasal davranışta dinin etkisi kadın ve erkek katılımcılar arasında bir farklılık bulunmamaktadır. Tablo 142’de de görüldüğü üzere yaş değişkeni ile siyasal davranışta dinin etkisi arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Yaş arttıkça, siyasal davranışta dinin etkisinin de arttığı görülmektedir. Benzer bir durum öğrenim durumu değişkeninin açısından da bulunmaktadır. Öğrenim düzeyi yükseldikçe katılımcıların siyasal davranışında dinin etkisi azalmaktadır.

Gelir düzeyi bakımından da katılımcıların siyasal davranışlarında dinin etkisi farklılık göstermektedir.

Tablo 143. Gelir Durumuna Göre “Oy Verme Kararında Dini İnançlarım Etkilidir” Yargısına Katılım Düzeyi

Oy Verme Kararında Dini İnançlarım Etkilidir											
		Kesinlikle Katımlı yorum	Katılmıyorum	Ne katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam		
GELİR	0-800	198	135	38	159	53	8	19	610		
	%	32,5	22,1	6,2	26,1	8,7	1,3	3,1	100,0		
	801-1500	207	274	78	266	113	6	11	955		
	%	21,7	28,7	8,2	27,9	11,8	,6	1,2	100,0		
	1501-2500	186	171	48	119	66	6	2	598		
	%	31,1	28,6	8,0	19,9	11,0	1,0	,3	100,0		
	2501-3500	74	49	19	26	20	0	1	189		
	%	39,2	25,9	10,1	13,8	10,6	,0	,5	100,0		
	3501-4500	31	10	7	8	7	0	1	64		
	%	48,4	15,6	10,9	12,5	10,9	,0	1,6	100,0		
	4501-6500	28	16	5	16	6	0	2	73		
	%	38,4	21,9	6,8	21,9	8,2	,0	2,7	100,0		
	6500 VE ÜSTÜ	8	2	0	1	1	0	0	12		
	%	66,7	16,7	,0	8,3	8,3	,0	,0	100,0		
Toplam		732	657	195	595	266	20	36	2501		
		%	29,3	26,3	7,8	23,8	10,6	,8	1,4	100,0	
$\chi^2= 1.1352$ df=36 p= 0.000 <0.05											

Gelir durumu değişkeni ile siyasal davranışta dinin etkisini gösteren Tablo 143’e göre orta ve düşük olarak değerlendirilebilecek gelir düzeyine sahip katılımcılarda dinin siyasal davranışa etkisi daha fazla görülmektedir. Gelir düzeyi arttıkça dinin siyasal davranışta etkisi düşmektedir. Katılımcıların siyasal davranışında dinin etkisinin daha fazla olduğu gelir düzeyi aralığı 800-2500 TL, dinin siyasal davranışında etkisinin daha zayıf olduğu gelir düzeyi aralığı 2501-4500 TL arasındadır. Burada ki verilere benzer bir yaklaşım Eser’in (2012: 128) Antalya’da yapmış olduğu çalışmada da ortaya çıkmıştır. Bu anlamda gelir düzeyi arttıkça siyasal davranışta dinin etkisinin zayıflamaya başladığını söyleyebilmek mümkündür. Yine yerleşim yeri çerçevesinde bir değerlendirme yapıldığında yerleşim yeri büyüdükçe dinin siyasal davranış üzerindeki etkisi azalmaktadır. Köy yerleşim yerinden kente doğru gidildikçe dinin siyasal davranış üzerindeki etkisinin azaldığı görülmektedir.

Tablo 144. Oy Verilen Partiye Göre “Oy Verme Kararında Partinin Dini Söylemleri Etkilidir” Yargısına Katılım Düzeyi

Oy Verme Kararında Partinin Dini Söylemleri Etkilidir										
		Kesinlikle Katımlı yorum	Katılımlı yorum	Ne katılı yorum, ne katımlı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam	
Oy Verilen Siyasal Parti	AK Parti	120	120	100	256	121	5	5	727	
	%	16,5	16,5	13,8	35,2	16,6	,7	,7	100,0	
	CHP	224	198	28	28	15	2	6	501	
	%	44,7	39,5	5,6	5,6	3,0	,4	1,2	100,0	
	MHP	72	69	21	35	17	1	0	215	
	%	33,5	32,1	9,8	16,3	7,9	,5	,0	100,0	
	BDP	62	36	24	12	8	0	0	142	
	%	43,7	25,4	16,9	8,5	5,6	,0	,0	100,0	
	Diğer .	20	14	5	9	6	0	0	54	
	%	37,0	25,9	9,3	16,7	11,1	,0	,0	100,0	
	Kararsızım	147	155	65	80	36	5	5	493	
	%	29,8	31,4	13,2	16,2	7,3	1,0	1,0	100,0	
	Hiçbiri	16	31	7	12	3	0	3	72	
	%	22,2	43,1	9,7	16,7	4,2	,0	4,2	100,0	
	Cevap yok	152	102	25	50	23	8	15	375	
	%	40,5	27,2	6,7	13,3	6,1	2,1	4,0	100,0	
Toplam		813	725	275	482	229	21	34	2579	
		%	31,5	28,1	10,7	18,7	8,9	,8	1,3	100,0
$\chi^2= 4.902$ df=42 p= 0.000 <0.05										

Siyasal davranış üzerinde dini söylemlerin etkisi katılımcıların oy verdiği partilere göre farklılık göstermektedir. Tablo 144’de yer alan veriler incelendiğinde AK Parti’ye oy veren katılımcıların %51.8; MHP’ye oy veren katılımcıların %24.22’si oy verme kararında dini söylemlerin etkisinin olduğunu belirtmektedirler. CHP’ye oy veren seçmenlerde bu oran %8.6 olarak görülmektedir. Dolayısıyla siyasi yelpazenin sağında yer alan partilere oy veren seçmenler partinin dini söylemlerini önemserken, sol yelpazede yer alan partilere oy veren seçmenler partinin dini söylemini önemsememektedir.

6.16. SİYASAL PARTİ ÜYELİĞİ VE SİYASAL KATILIM

Siyasal katılma, seçmenin oy verme davranışından daha kapsamlı bir faaliyettir. Seçmenin oy verme davranışı siyasal katılma biçimlerinden biri hatta en düşük düzeyli olanıdır. Bu manada siyasal katılma siyasi partiye üye olma, parti toplantı ve programlarına katılma, parti ya da adayın propagandasını yapma, siyasi tartışmalara katılma gibi kapsamlı bir faaliyet alanını içermektedir. Bu anlamda Çam'ın da (1987:199) ortaya koyduğu gibi siyasal partilerin en önemli fonksiyonlarının başında siyasal katılımı sağlamak gelmektedir. Siyasal partiler bir nevi vatandaşları siyasal konuda eğiten, eyleme geçiren ve “profesyonel” siyasetçi olarak yetiştiren eğitim kurumları işlevi görmektedirler. Demokrasilerde katılımın en geniş kapsamlı ve etkili düzeyi daha çok siyasal partiler aracılığıyla gerçekleşmektedir (Çaha vd., 2002a: 52). Siyasi partiler seçmenin siyasal yaşama daha fazla katılmasını sağlayacak unsurları verebilir ya da bu konuda bir çekim merkezi oluşturabilirler. Hiç şüphesiz, siyasi katılım düzeyi arttıkça seçmenin siyasal bilgi edinme kaynakları da çeşitlenecek ve bu bilgi kaynaklarından aldığı verileri birleştirerek bir karar verecektir.

Siyasi parti üyeliği siyasal katılımın boyutunu ortaya koyması bağlamında önemlidir. Siyasi partiler özellikle siyasal kampanya dönemlerinde seçmen çeşitli iletişim kanallarını kullanmak suretiyle toplantı ve mitinglerine katılma, partiye üye olmak ve son tahlilde de oyunu kullanma yönünde davet ve çağrıda bulunmaktadırlar. Bu anlamda siyasi parti üyeliği ile siyasal katılımın boyutu arasındaki etkinin düzeyi önemlidir. Siyasi partilerin üyeleriyle kurdukları sosyal ilişkiler onların siyasal katılımının niteliğini değiştirebileceği gibi siyasal katılım düzeyini de artıracaktır.

Siyasi partilerin seçmenler kurdukları sosyal ilişkiler hem siyasal katılımı artırabilmekte hem de bireylerin siyasal yaşama ve demokratik sisteme ilişkin yaklaşımlarını da olumlu yönde etkileyecektir. Bu durumda siyasal çeşitlilik daha fazla olacaktır ki, bu da demokratik siyasal yaşamın standartlarını yükseltecektir. Diğer yandan siyasal partilerin seçmenler kurdukları sosyal ilişkiler siyasal partilerin başarısını da olumlu yönde etkileyecektir. Siyasi partilerin seçmenle kurduğu sosyal ilişkiler bağlamında ev ve esnaf ziyaretleri, siyasi toplantılar ve seçim büroları önemli roller üstlenebilirler.

6.16.1. Seçim Kampanyası Sırasında Miting veya Siyasi Toplantıya Katılma

Seçim kampanyası sırasında siyasi partiler tarafından seçmene mesajlarını ulaştırmaya, onları etkilemeye yönelik olarak çeşitli mitingler ve siyasi toplantılar düzenlenmektedir. Seçmenin bu toplantılara katılması siyasi katılma biçimlerinden biridir.

Tablo 145.Seçim Kampanyası Sırasında Miting veya Siyasi Toplantıya Katılma Durumu

	F	%
Evet	511	19,8
Hayır	2036	78,9
Hatırlamıyorum	23	,9
Cevap yok	9	,3
Toplam	2579	100,0

Siyasal kampanya sürecinde siyasi partilerin düzenlediği miting ve siyasi toplantılar siyasal iletişim çalışmaları kapsamında önemli yer tutmaktadır. Siyasal davranışını ortaya koyacak her seçmen siyasal bilgi düzeyini artırmak ve kararını vermek için siyasal partilerin düzenlediği çeşitli etkinlik ve faaliyetlere katılım gösterirler. Siyasî katılım siyasî konuları takip etmekten, faal olarak siyasî kurumların içerisinde bulunmaya kadar oldukça geniş bir yelpazeyi kapsar (Tatar,2003: 332). Bu çerçevede mitinglere, siyasi toplantılara katılma siyasi katılmanın bir boyutudur. Siyasi katılım oy verme ya da siyasi tartışmalara katılma ve hatta bir parti yada aday için propaganda çalışması yürütme gibi farklı nitelikte ve düzeyde biçimleri vardır.

Tablo 145'e göre katılımcıların %19.8'i seçim kampanyası sırasında miting veya siyasi toplantıya katıldığını ifade ederken, %78.9'u katılmadığını belirtmektedir. Bu verilere göre Türk seçmenin siyasi faaliyetlere katılım düzeyi düşüktür. Tatar'ın (1997: 126) 1995 yılında yaptığı bir çalışmada miting ve siyasi toplantılara katılma oranı %24.8 olarak belirlenmiştir. Özer ve Meder'in (2008: 75) yaptığı çalışmada da benzer sonuçlara varılmıştır. Buna göre Denizli ilinde siyasi miting ve toplantılara katılanların oranı %28.7 olarak görülmektedir. Bu arada toplumsal, siyasal ve ekonomik alanda yaşanan gelişmelerin siyasi katılımı düşürdüğü şeklinde değerlendirmeler de vardır. Tatar'ın (2003:349) 1995-2002 yılları arasında seçmenin siyasal katılım eğilimlerini ortaya koyan çalışmasında siyasal katılımı bir düşüş olduğu görülmüştür. Tatar bu durumu, siyasete ve kurumlara olan güven ve inancın azalmasına, dolayısıyla siyasetçi ile vatandaş arasındaki mesafenin açılarak siyasi yabancılaşmanın oluşmasına

bağlamaktadır. Yine bu bağlamda, siyasal sistemin uygulamalarının bir sonucu olarak yerel siyasal aktörlerin diğer bir ifadeyle siyasi parti adaylarının seçmen desteği nispeten düşük olan aktörlerden oluşmasının etkisinin bulunduğu düşünülmektedir. Seçimde adaylara yönelik sevgi ya da temsilde güvene ilişkin bir bağ bulunmadığı durumlarda daha düşük siyasal katılım gösterilmekte, siyasal davranışını liderler perspektifinden ortaya koymaktadır. Yine, Siyasal katılmanın düşmesinde, Amerikanvari bir siyasal kampanya tarzının benimsenerek kitlelerin yoğun bir şekilde mesaj yağmuruna tutulması, Baudriallard'ın ifadesiyle “sıkılarak sessizleştiklerinin” de etkisinin olabileceği düşünülmektedir. Kapani'nin (2007: 154) ifade ettiği gibi çoğulcu demokrasilerde siyasal katılma belki bir ölçüde sınırlıdır, fakat buna rağmen diğer siyasal sistemlere oranla gene de hayli yüksektir. Katılımcıların demografik değişkenlerine göre seçim kampanyalarında miting ve siyasi toplantılara katılma arasında farklılıklar bulunmaktadır.

Tablo 146. Yaşa Göre Seçim Kampanyalarında Miting veya Siyasi Toplantılara Katılma Durumu

Seçim Kampanyaları Sırasında Herhangi Bir Miting Veya Siyasi Toplantıya Katılma						
		Evet	Hayır	Hatırlamıyorum	Cevap yok	Toplam
YAŞ	18-25	88	448	10	3	549
	%	16,0	81,6	1,8	,5	100,0
	26-35	119	553	2	2	676
	%	17,6	81,8	,3	,3	100,0
	36-45	103	434	5	1	543
	%	19,0	79,9	,9	,2	100,0
	46-55	106	303	3	0	412
	%	25,7	73,5	,7	,0	100,0
	56-65	74	193	2	2	271
	%	27,3	71,2	,7	,7	100,0
	66 ve üstü	21	105	1	1	128
	%	16,4	82,0	,8	,8	100,0
	Toplam	511	2036	23	9	2579
	%	19,8	78,9	,9	,3	100,0
$\chi^2 = 39.138$ df=15 p= 0.0001<0.05						

Katılımcıların yaşına göre seçim kampanyalarında miting ve siyasi toplantılara katılma arasında anlamlı bir ilişki vardır. Yaş arttıkça miting ve siyasi toplantılara katılma oranı da artmaktadır. Benzer şekilde öğrenim düzeyi arttıkça miting ve siyasi toplantılara katılma düzeyi de artış göstermektedir. Yerleşim yeri bakımından ise il merkezinde yaşayanlar bu tür toplantılara daha yüksek oranda katılım göstermektedir.

Cinsiyet değişkeni bakımından ise erkekler kadınlara göre miting ve siyasi toplantılara daha fazla katılım göstermektedirler.

Tablo 147. Siyasal Parti Üyeliğine Göre Seçim Kampanyalarında Herhangi Bir Miting Veya Siyasi Toplantıya Katılma Durumu

Seçim Kampanyalarında Herhangi Bir Miting Veya Siyasi Toplantıya Katılma						Toplam	
		Evet	Hayır	Hatırla mıyorum	Cevap yok		
Siyasi Parti Üyeliği	Evet	159	130	1	0	290	
	%	54,8	44,8	,3	,0	100,0	
	Hayır	323	1885	21	8	2237	
	%	14,4	84,3	,9	,4	100,0	
	Eskiden üyeydim	24	12	1	0	37	
	%	64,9	32,4	2,7	,0	100,0	
	Cevap yok	5	9	0	1	15	
	%	33,3	60,0	,0	6,7	100,0	
Toplam		511	2036	23	9	2579	
		%	19,8	78,9	,9	,3	100,0
$\chi^2 = 3.338$ df=9 p= 0.000 <0.05							

Siyasal parti üyeleri, seçmenlerin en aktif olanları olarak değerlendirilmektedir. Çünkü, bir siyasi partiye üye olmak onun ideolojisini, liderini, parti programını benimseyerek gönüllü olarak bu sosyal gruba katılmak demektir. Siyasal parti üyelerinin parti ile sosyal ilişkileri üye olmayanlara göre doğal olarak çok daha yüksektir. Bu nedenle parti üyeleri miting ve siyasi toplantı gibi kampanya süreci çalışmalarına daha etkin olarak katılım göstermektedirler. Tablo 147’de de görüldüğü gibi siyasi parti üyesi olan katılımcıların %54.8’i seçim kampanyaları sırasında miting ve siyasi toplantılara katıldıklarını ifade etmektedirler. Eskiden üye olan katılımcılar da ise bu oran %64.3 olarak görülmektedir. Eskiden üye olanlar bu siyasal yapı içerisinde daha uzun süre kalmış olacaklarından doğal olarak bu tür toplantılara daha fazla iştirak etmişlerdir. Siyasi parti üyesi olmadığını ifade eden katılımcıların sadece %14.4’ü miting ve toplantılara katıldıklarını belirtmektedirler.

6.16.2. Siyasal Seçim Dönemlerinde Seçim Bürolarına Gitme Durumu

Siyasal seçim süreçlerinde seçmenlerin bir kısmı, özellikle politize olmuş seçmenler siyasi partilerin seçim bürolarına giderek aktif bir siyasal katılım içerisinde bulunurlar. Türkiye’de siyasal kampanya sürecinin Amerikanlaşması ile birlikte seçmenin seçim bürosu ziyareti, siyasi toplantılara katılma gibi siyasal katılım biçimlerinde bulunma oranında bir düşüş görülmektedir. Ancak, yine siyasi partiler

kentlerde ve ilçelerde seçim irtibat büroları açmakta ve seçmenleri buralarda ağırlamaktadırlar.

Tablo 148. Siyasal Seçim Dönemlerinde Seçim Bürolarına Gitme Durumu

	F	%
Evet	350	13,6
Hayır	2203	85,4
Hatırlamıyorum	15	,6
Cevap yok	11	,4
Toplam	2579	100,0

Siyasi partiler seçim dönemlerinde seçmenlerin süreçte aktif olarak rol almalarını ve kampanyada örgütlenmelerini sağlamak için seçim büroları oluştururlar. Bu bağlamda siyasi parti ile seçmenin sosyal ilişki kurduğu önemli merkezlerden biri seçim bürolarıdır. Seçim bürolarına giden seçmenler siyasallaşmış, diğer bir ifade ile politize olmuş bir görüntüye sahiptirler. Bunlar ağırlıklı siyasal katılımı aktif olan ve kampanya süresince görev alan veya almaya gayret eden bireylerdir. Bunun yanında parti kimliğini taşıyan, partinin ideolojisini benimsemiş seçmenler de seçim bürolarını ziyaret ederek, parti çalışmalarına katılırlar. Tablo 148’de de görüldüğü üzere katılımcıların %13.6’sı seçim dönemlerinde siyasi partilerin seçim bürolarını ziyaret ettiklerini ifade etmektedirler. Seçim bürolarına gitmediğini ifade eden katılımcıların oranı ise %85.4’tür.

Tablo 149. Cinsiyete Göre Siyasal Partilerin Seçim Bürolarına Gitme Durumu

Seçim Dönemlerinde Siyasî Partilerin “Seçim Bürolarına” Gitme						Toplam	
		Evet	Hayır	Hatırlamıyorum	Cevap yok		
Cinsiyet	Kadın	86	1165	7	7	1265	
	%	6,8	92,1	,6	,6	100,0	
	Erkek	264	1038	8	4	1314	
	%	20,1	79,0	,6	,3	100,0	
Toplam		350	2203	15	11	2579	
		%	13,6	85,4	,6	,4	100,0
$\chi^2= 97.836$ df=3 p= 0.0001<0.05							

Siyasal katılımıda erkeklerin kadınlara göre daha yüksek düzeyde katılım gösterdiği görülmektedir. Bunun sosyal nedenleri olduğu gibi ekonomik, kültürel ve siyasal nedenleri de bulunmaktadır. Bu bağlamda cinsiyet değişkenine göre siyasi partilerin seçim bürolarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır. Erkek katılımcılar kadınlara göre seçim bürolarına daha çok gittiklerini ifade etmektedirler.

Erkek katılımcıların %20.1'i, kadın katılımcıların ise %6.8'i seçim bürolarına gittiklerini ifade etmektedirler.

Tablo 150. Mesleğe Göre, Siyasi Partilerin Seçim Bürolarına Gitme Durumu

		Siyasi Partilerin “Seçim Bürolarına” Gitme				Toplam
		Evet	Hayır	Hatırlamıyorum	Cevap yok	
Meslek	Memur	12	85	0	1	98
	%	12,2	86,7	,0	1,0	100,0
	İşçi	27	227	3	1	258
	%	10,5	88,0	1,2	,4	100,0
	Özel sektör çalışanı	36	319	1	1	357
	%	10,1	89,4	,3	,3	100,0
	Esnaf	135	436	3	2	576
	%	23,4	75,7	,5	,3	100,0
	Öğrenci	19	180	1	3	203
	%	9,4	88,7	,5	1,5	100,0
	İşsiz	13	76	0	0	89
	%	14,6	85,4	,0	,0	100,0
	Ev hanımı	41	652	5	2	700
	%	5,9	93,1	,7	,3	100,0
	Çiftçi	5	6	0	0	11
	%	45,5	54,5	,0	,0	100,0
	Emekli	61	216	2	1	280
	%	21,8	77,1	,7	,4	100,0
	Cevap yok	1	6	0	0	7
	%	14,3	85,7	,0	,0	100,0
Toplam		350	2203	15	11	2579
	%	13,6	85,4	,6	,4	100,0
$\chi^2= 1.287$ df=27 p= 0.000<0.05						

Meslek grupları ile siyasi partilerin seçim bürolarına gitme oranı arasında farklılıklar bulunmaktadır. Meslek gruplarına göre en yüksek katılım çiftçi, esnaf, emekli ve işsizlerde görülmektedir. Verilere göre bu mesleklere sahip katılımcıların siyasi partilerin seçim bürolarına gitme konusunda daha fazla boş zamana sahip olması ve siyasete ilgi duymasıyla ilgilidir. En düşük katılımı ev hanımı ve öğrenciler göstermektedir. Bu durum siyasal ilgi düzeyinin düşüklüğü ile ilgilidir.

6.16.3. Seçim Kampanyasında Bir Parti ya da Adaya Çalışma

Seçim kampanyasında bir parti ya da aday için siyasal propaganda faaliyetlerine katılmak, seçmenin siyasal katılımının yoğunluğunun bir göstergesidir. Bu tür propaganda faaliyetlerine katılan vatandaşlar görevli ve gönüllü olarak kampanya sürecinde bulunmaktadırlar. Siyasi partilerde aktif görev alanların yanında son

dönemlerde seçmenle yüz yüze kurulan sosyal ilişkilerin kampanya sürecinde etkisinin ortaya çıkmasıyla birlikte partiler gönüllüleri de organize ederek bu faaliyetlerin içerisine katmaktadırlar.

Tablo 151. Seçim Kampanyasında Bir Parti ya da Adaya Çalışma

	F	%
Evet	266	10,3
Hayır	2279	88,4
Hatırlamıyorum	15	,6
Cevap yok	19	,7
Toplam	2579	100,0

Dolayısıyla parti görevlisi veya gönüllüsü olarak propaganda faaliyetlerine aktif olarak katılmak kampanya sürecinin siyasi katılımın en üst noktalarından biri olarak değerlendirilebilir. Tablo 151’de görüldüğü üzere katılımcıların %10.3’ü seçim kampanyalarında bir parti ya da adayın propaganda faaliyetlerinde çalıştığını ifade ederken, %88.4’ü çalışmadığını belirtmektedir.

Katılımcıların demografik değişkenlerine göre siyasal propaganda faaliyetleri arasında farklılıklar bulunmaktadır. Seçim kampanyalarında propaganda faaliyetlerine katılım düzeyi yaşla birlikte artış göstermektedir. 18-25 yaş aralığında propaganda faaliyetlerine katılım oranı %6.7 iken, 56-65 yaş aralığında %14.8’e yükselmektedir.

Meslek grupları ile siyasal propaganda faaliyetlerine katılım arasında anlamlı bir ilişki vardır. Diğer yandan meslek grupları bağlamında çiftçiler (%45.5), esnaflar (%17.2) ve emekliler (%16.1) siyasal propaganda faaliyetlerine en fazla katılım gösteren meslek grupları olarak gözlemlenmiştir.

Cinsiyet değişkenine göre ise erkek katılımcılar kadınlardan daha fazla siyasal propaganda faaliyetlerine katılmaktadırlar. Erkek katılımcıların %15.7’si, kadın katılımcıların %4.7’si propaganda faaliyetlerine katıldıklarını ifade etmektedirler.

Gelir düzeyi ve öğrenim durumu ile propaganda faaliyetlerine katılım arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Tablo 152. Siyasi Parti Üyeliğine Göre, Seçim Kampanyalarında Herhangi Bir Aday Veya Siyasi Parti İçin Çalışma Durumu

Seçim Kampanyalarında Herhangi Bir Aday Veya Siyasi Parti İçin Çalışma							
		Evet	Hayır	Hatırla mıyorum	Cevap yok	Toplam	
Siyasi Parti Üyeliği	Evet	124	164	1	1	290	
	%	42,8	56,6	,3	,3	100,0	
	Hayır	123	2085	12	17	2237	
	%	5,5	93,2	,5	,8	100,0	
	Eskiden	15	20	2	0	37	
	üyeydim	%	40,5	54,1	5,4	,0	100,0
	Cevap	4	10	0	1	15	
	yok	%	26,7	66,7	,0	6,7	100,0
Toplam		266	2279	15	19	2579	
		%	10,3	88,4	,6	,7	100,0
$\chi^2 = 4.511$ df=9 p= 0.000 <0.05							

Tablo152’de siyasi parti üyeliği ile seçim kampanyasında propaganda faaliyetleri ne katılma arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Siyasi partiye üye olan katılımcıların %42.8’i, seçim kampanyalarında bir aday veya siyasi parti için çalıştıklarını ifade etmektedirler. Eskiden siyasi partiye üye olduğunu ifade eden katılımcıların ise %40.5’i seçim kampanyalarında bir aday veya siyasi parti için çalıştıklarını belirtmektedirler. Ancak, siyasi partiye üye olmadığını ifade eden katılımcılarda ise bu oran %5.5 olarak görülmektedir. Bu verilere göre, siyasal kampanya faaliyetinde aktif olarak çalışanlar ya parti üyeleri ya da partilere daha önce üye olan seçmenlerdir. Bu her iki seçmen türü de siyasal bir kişilik olarak, siyasal kampanya faaliyetlerinde aktif olarak görev almaktadırlar. Elbette ki siyasal kampanya süreci siyasi partilerde görev alan veya üye olan siyasal bir aktör haline gelmiş seçmenlerin daha yoğun katılım gösterdikleri dönemlerdir.

6.16.4. Siyasi Parti ya da Adayların Ev Ziyaretlerinin Siyasal Tercihe Etkisi

Siyasi partilerin seçim dönemlerinde gerçekleştirdikleri kampanya yöntemlerinden biri de canvassing olarak da nitelendirilen kapı gezmedir. Bu çalışma seçmenle kurulan sosyal ilişki aracılığıyla siyasal davranışı etkilemeyi amaçlamaktadır.

Tablo 153. “Seçim Dönemlerinde Siyasi Parti ya da Adayın Evimi/İşyerimi Ziyareti Siyasi Tercihimi Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi

	F	%
Kesinlikle Katılmıyorum	911	35,3
Katılmıyorum	1019	39,5
Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	245	9,5
Katılıyorum	258	10,0
Kesinlikle Katılıyorum	86	3,3
Fikrim yok	49	1,9
Cevap yok	11	,4
Toplam	2579	100,0

Tablo 153’te yer alan verilere göre katılımcılardan %13.3 siyasi parti ya da adayın ziyaretinin siyasal tercihini etkilediğini ifade ederken, %74.8’i ise bu tür bir ziyaretin tercihini etkilemediğini belirtmiştir. Kalender’in (2005: 172) Konya’da yaptığı çalışmada yüzyüze iletişimin kampanya sürecinde önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Güllüoınar (2012: 94) tarafından yapılan araştırmada seçim kampanyalarında canvassing tekniğinin birincil etkiye sahip bir faktör olmamasına rağmen kampanya sürecinin etkili unsurları arasında olduğu kanısına varılmıştır.

6.16.5. Kamuoyu Araştırmalarının Siyasi Tercihe Etkileri

Siyasal davranışta kamuoyu araştırmalarının etkisi siyasal iletişim çalışmalarının tartışma konularından biridir. Siyasal kampanya sürecinde seçim gününden önce yayımlanan kamuoyu araştırmalarının seçmenleri etkilediği yönünde, ülkemizde oldukça güçlü ve yaygın bir kanaat bulunmaktadır. Bu alanda yapılan bazı çalışmalar (Bektaş, 1996: 237, Özkan, 2004:222, Doğan ve Göker, 2013: 43) kamuoyu araştırmalarının siyasal davranış üzerinde etkili olduğunu savunurken, bazı çalışmalar ise (Kalender:2005: 177) kamuoyu araştırmalarının etkili olmadığını savunmaktadır.

Tablo 154. “Seçim Gününden Önce Yayımlanan Kamuoyu Araştırmaları Siyasi Tercihimi Etkiler” Yargısına Katılım Düzeyi

	F	%
Kesinlikle katılmıyorum	936	36,3
Katılmıyorum	1060	41,1
Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	263	10,2
Katılıyorum	182	7,1
Kesinlikle katılıyorum	82	3,2
Fikrim yok	44	1,7
Cevap yok	12	,5
Toplam	2579	100,0

Tabloda 154’te görüldüğü üzere katılımcılardan %10.3’ü seçim gününden önce yayımlanan kamuoyu araştırmalarının siyasi tercihinin etkilediğini ifade etmektedir. Katılımcıların %77.4’ü ise yayımlanan kamuoyu araştırmalarının siyasi tercihinin etkilemediğini belirtmektedir. Buna göre Türk seçmenin siyasi davranışında kamuoyu araştırmaları sınırlı olmakla birlikte bir etkiye sahiptir.

Kamuoyu araştırmalarının etkisini belirleyen önemli husus seçmenin karar durumudur. Siyasal davranış olarak kararını vermiş seçmen üzerinde kamuoyu araştırmaları etkili olmayabilir ancak kararsız seçmenin siyasi davranışı üzerinde kamuoyu araştırmalarının önemli bir etkisi bulunmaktadır.

Nitekim Baltacı ve Eke’nin (2012: 122) yaptığı çalışmaya göre kararlı seçmenlerin %75,2’ü gibi önemli bir kısmı “Kamuoyu araştırmaları ve anket sonuçları siyasi tercihimin etkiler” görüşüne katılmamaktadır. Kararsız seçmenler içerisinde ise bu oran %62,3’dır. Yine kararlı seçmenlerin %16,2’si söz konusu araçtan etkilendiklerini ifade ederken, kararsız seçmenlerin 24,6’sı etkilendiklerini belirtmişlerdir. Bu bilgilere göre, kararsız seçmenler kararlı seçmenlere göre kamuoyu araştırmaları ve anket sonuçlarından açık bir şekilde daha çok etkilenmektedir.

6.16.6. Parti Liderinin Siyasal Davranışa Etkisi

Türk siyasetinde lider her zaman önemli bir faktör olarak değerlendirilmiş, liderler ile özdeşleşen partiler dahi olmuştur. Lider siyasi partiyi ve siyasi parti ideolojisini temsil eden bir kişilik olarak seçmenin önem verdiği bir siyasal kişiliktir. Türk toplumu lider özellikli bir toplumdur ve her zaman bir lider etrafında birleşme ve kenetlenme özelliği gösterebilmektedir.

Tablo 155. “Siyasi Parti Liderlerinin Kişilik, Tutum ve Davranışları Siyasi Tercihimde Etkili Olur” Yargısına Katılım Düzeyi

	F	%
Kesinlikle katılmıyorum	418	16,2
Katılmıyorum	539	20,9
Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	245	9,5
Katılıyorum	771	29,9
Kesinlikle katılıyorum	562	21,8
Fikrim yok	34	1,3
Cevap yok	10	,4
Toplam	2579	100,0

Siyasi Parti Liderlerinin Kişilik, Tutum Ve Davranışları Siyasi Tercihimde Etkili Olur									
		Kesinlikle katılmış yorum	Katılmış Yorum	Ne katılı yorum, ne katılmış yorum	Katılı yorum	Kesinlikle katılmış yorum	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam
Cinsiyet	Kadın	208	281	126	339	281	24	6	1265
	%	16,4	22,2	10,0	26,8	22,2	1,9	,5	100,0
	Erkek	210	258	119	432	281	10	4	1314
	%	16,0	19,6	9,1	32,9	21,4	,8	,3	100,0
Toplam		418	539	245	771	562	34	10	2579
	%	16,2	20,9	9,5	29,9	21,8	1,3	,4	100,0

$\chi^2 = 17.649$ df=6 p= 0.007<0.05

Cinsiyet değişkenine göre katılımcıların siyasal davranışında lider faktöründe etkilene düzeyleri arasında farklılıklar vardır. Erkek katılımcıların %54.3'ü, kadın katılımcıların ise %49'u, siyasal davranışlarında liderden etkilendiklerini ifade etmektedirler. Öğrenim durumu değişkenine göre ise öğrenim durumu yükseldikçe siyasal davranışta liderden etkilene düzeyi de artmaktadır. İlkokul mezunu katılımcıların “siyasi parti liderlerinin kişilik, tutum ve davranışları siyasi tercihimde etkili olur” yargısına katılım düzeyi %44.2 iken; lisanüstü eğitime sahip katılımcılarda bu oran %65'e kadar yükselmektedir.

Gelir düzeyi bakımından ise gelir düzeyi arttıkça siyasal davranışta liderden etkilene düzeyi de artış göstermektedir. 0-800 TL arasında gelir düzeyine sahip katılımcıların %46.9'u liderden etkilendiğini ifade ederken, 6500 TL ve üstü gelir düzeyine sahip olan katılımcıların %83.4'ü siyasal davranışlarını belirlerken liderden etkilendiklerini ifade etmektedirler. Yaş değişkeni ile siyasal davranışta liderin etkisi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

6.16.7. Siyasal Parti Üyeliği

Siyasal partilerin, siyasal katılımın yoğunluğunu artıran temel aktörlerdir. Siyasal partilerin önemli işlevleri arasında siyasal katılımı artırmak, seçmenlerin sistemle bütünleşmesini sağlamak yer almaktadır. Bireyler, siyasal partiye üye olarak siyasal alanda aktif olarak yer alır. Ancak, burada önemli hususlardan biri de üyelerin siyasal çalışmalara katılma düzeyleridir. Siyasal parti üyeleri aktif üyeler ve aktif olmayan üyelere sahiptirler. Bu çerçevede, siyasal parti üyeliği siyasal katılımın boyutunu aktif üyelere daha fazla yoğunlaştırmaktadır.

Tablo 157. Katılımcıların Siyasal Parti Üyeliği

	F	%
Evet	290	11,2
Hayır	2237	86,7
Eskiden üyeydim	37	1,4
Cevap yok	15	,6
Toplam	2579	100,0

Örneklem grubunda yer alan katılımcıların %11.2'si bir siyasi partiye üye olduğunu; %1.4'ü ise eskiden üye olduğunu belirtmektedir. Siyasi parti üyeliği bulunmayan katılımcıların oranı ise %86.7'dir. Türkiye'de siyasal katılımın boyutunu

ortaya koyan verilerden biri olan siyasi parti üyeliği diğer katılım boyutlarında olduğu gibi düşük düzeydedir. Bunda en önemli hususun güven düzeyinin yetersizliği olduğunu söyleyebiliriz. İnsanın en önemli arayışları arasında güven gelmektedir. Birey, üye olacağı veya katılacağı organizasyona güven duymayı arzu eder, ister. Bu anlamda demokratik siyasal sistem içerisinde siyasal partilere güven düzeyinin çok da yüksek olduğunu söyleyebilmek mümkün değildir. Bu nedenle bireyler, güven duymadıkları bir yapıya katılım göstererek orada faaliyet içerisinde bulunmayı arzu etmezler. Alkan ve Ergil (1980: 243) da ifade ettiği gibi güven eksikliği siyasal yabancılaşmaya neden olmaktadır. Doğal olarak bu durum siyasal katılımı düşürmektedir.

Tablo 158. Cinsiyete Göre Siyasi Parti Üyeliği

Siyasi Parti Üyeliği							
			Evet	Hayır	Eskiden üyeydim	Cevap yok	Toplam
Cinsiyet	Kadın		98	1147	13	7	1265
		%	7,7	90,7	1,0	,6	100,0
	Erkek		192	1090	24	8	1314
		%	14,6	83,0	1,8	,6	100,0
Toplam		290	2237	37	15	2579	
	%	11,2	86,7	1,4	,6	100,0	
$\chi^2=$ 86.766 df=21 p= .0.000 <0.05							

Cinsiyet değişkenine göre siyasi parti üyeliğinin dağılımını gösteren Tablo 158’de de görüldüğü üzere erkek katılımcılar kadın katılımcılardan daha yüksek oranda siyasi partiye üye olduklarını ifade etmektedirler. Kadınların siyasal katılımın her düzeyinde erkeklere göre katılım oranı düşüktür, kadınlar daha yüksek oranda oy vererek siyasal katılım göstermektedir, diğer bir ifadeyle pasif bir siyasal katılım söz konusudur. Erkekler ise kadınlara göre daha aktif bir katılım göstermektedir.

Siyasi partilerin faaliyetleri arasında üye kaydı yapmak önemli olarak değerlendirilmekte ve parti teşkilatlarını sürekli olarak bu konuda yönlendirmektedirler. Bazı partiler en çok üye yapan parti mensubunu ya da teşkilatını ödüllendirerek, bu yönde teşvik etmektedirler. Tablo 160'e göre siyasi parti üyesi olan katılımcıların %42.1'i, eskiden siyasi parti üyesi olan katılımcıların %29.7'si AK Partiye oy vermeyi düşündüğünü ifade etmektedir. Siyasi Parti üyesi olan katılımcıların %21.0'i CHP; %12.4'ü ise MHP'yi tercih etmeyi düşünmektedir. Buna göre AK Parti, katılımcıların daha yüksek oranda üye olduğu siyasi parti olarak görülmektedir. Bunun en önemli nedeni AK Parti'nin üye çalışmalarına özel önem vermesinden kaynaklanmaktadır.

6.16.8. Siyasal Katılma Biçimleri

Siyasal katılma bir yönüyle deneyim, bir yönüyle siyasal yaşamda aktif olarak yer almaktır. Bu bölüm çerçevesinde bundan önceki tablolarda siyasal katılımın deneyim boyutu ele alınmıştır. Yani katılımcıların daha önce siyasi toplantı ve mitinglere katılma, parti ya da aday için çalışma gibi faaliyetlere katılma düzeyleri incelenmeye çalışılmıştır. Siyasal katılım sürekli gerçekleşen bir olgu olarak değerlendirildiğinde katılımcıların içinde bulunduğu süreçte ifade ettiği siyasal katılma biçimi önemli olarak görülmektedir.

Tablo 161. Katılımcıların Siyasal Katılma Biçimleri

	F	%
Bir siyasi partide aktif görev almaktayım	66	2,6
Parti propaganda çalışmalarına katılırım	31	1,2
Siyasi tartışmalara katılırım	94	3,6
Medyada siyasi gelişmeleri takip ederim	971	37,7
Miting ve toplantılara katılırım	55	2,1
Sadece seçimlerde oy veririm	1224	47,5
Siyasetle hiç ilgim yok, oy bile kullanmam	54	2,1
Cevap yok	84	3,3
Toplam	2579	100.0

Katılımcıların siyasal katılma boyutuyla kendini ifade etme biçimleri incelendiğinde “sadece seçimlerde oy veririm” (%47.5) diyen katılımcılar en büyük çoğunluğu oluşturmaktadır. Bu seçmen türü oy verme dışında bir siyasal katılım göstermemektedir. Tatar (2003: 334) bu tür bir katılımın siyasal katılımın en düşük düzeyi olduğundan hareketle seçmen katılımı olarak nitelendirmektedir. Yani seçmen elde ettiği birtakım siyasal bilgiler çerçevesinde kararını vermekte ve nihai olarak gidip

oyunu kullanmaktadır. Ancak, burada temel olan husus seçmen kararını verirken nasıl bir yol izlemektedir. Örneğin, geçmiş siyasal tercihleri doğrultusunda mı bir siyasal davranış içerisinde bulunmakta yoksa sosyal ilişkide bulunduğu gruplardan ya da medyadan aldığı siyasal bilgi çerçevesinde mi kararını vererek oyunu kullanmaktadır. Dolayısıyla sadece oy veririm diyen seçmenler siyasal katılımın en düşük yoğunluk düzeyini oluşturmakla birlikte aslında oy vermeden önceki karar sürecinde farkında olarak ya da olmayarak diğer siyasal katılım biçimleri çerçevesinde bir eylem içerisinde bulunmaktadır.

Siyasal katılma oy verme dışında birçok davranışı barındırmaktadır. Bunlardan biri de medyada siyasi gelişmeleri takip etmektir. Bu tür bir yasal katılım biçimi olarak kendini ifade eden katılımcıların oranı %37.7'dir. Medya siyasal kampanya sürecinde en önemli siyasal bilgilendirme sağlayan araçtır. Bu çerçevede seçmenlerin bir bölümü daha önce değinilen çeşitli nedenlerden dolayı evinde oturup güncel siyasal gelişmeler ya da yerel siyasal değerlendirmeler çerçevesinde medyadan edindiği siyasal bilgiye göre kararını vererek, siyasal davranışını gerçekleştirmektedir.

Bunun yanında katılımcıların %3.6'sı ise siyasi tartışmalara katılırim şeklinde bir siyasal katılım biçimi içerisinde olduklarını ifade etmektedirler. Bir siyasi partide aktif görev almaktayım diyen katılımcıların oranı %2.6, miting ve toplantılara katılırim diyen katılımcıların oranı ise %2.1 olarak görülmektedir. Bu çalışmada da görüldüğü gibi ve Çaha'nın (2002b: 46) ifade ettiği üzere siyasal katılımıla ilgili yapılan çalışmalar siyasete aktif biçimde katılanların oldukça düşük oranda olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 162. Cinsiyete Göre Siyasete Katılma Biçimleri

Siyasete Katılma Biçimleri										
Cinsiyet		Bir siyasi partide aktif görev almakta yım	Parti propa ganda çalış maları na katılım	Siyasi tartış malar a ra katılım	Medyada siyasi geliş meleri takip ederim	Miting ve toplan tılara katılım	Sadece seçim lerde oy veririm	Siyasetle hiç ilgim yok, oy bile kullan mam	Cevap yok	Toplam
Kadın	%	17,3	7,6	34,2	433,2	18,4	688,4	27,1	41,2	1265,0
Erkek	%	49,3	24,8	60,4	538,9	37,2	536,8	27,1	43,3	1314,0
Toplam	%	66,2	31,2	94,6	971,7	55,2	1224,5	54,2	84,3	2579,0
$\chi^2= 67.964$ df=7 p= .0.000 <0.05										

Siyasal katılımı etkileyen değişkenlerden biri cinsiyettir. Tablo 162’de görüldüğü üzere erkek katılımcılar ile kadınlar arasında siyasal katılım biçimi bakımından farklılıklar bulunmaktadır. Erkek katılımcılar kadınlara göre oy verme dışında diğer katılım biçimlerinde daha yüksek oranda bir siyasal katılım ortaya koyarken; kadın katılımcıların önemli bir kısmı (%54.4) sadece seçimlerde oy vererek seçmen katılımı şeklinde bir siyasal katılım göstermektedirler.

Yaş değişkeni çerçevesinde siyasal katılım biçimleri incelendiğinde, bir partide görev aldığını ifade eden en yüksek yaş aralığı 56-65 (%4.1)’dir. Parti propaganda çalışmalarına (%1.7), siyasi tartışmalara (%4.6) ve miting ve toplantılara (%3.2) en yüksek oranda katılan yaş aralığı 46-55 olarak gözlemlenmiştir. Medyada siyasi gelişmeleri daha fazla (%45.4) 56 yaş ve üstü yaş aralığında buluna katılımlar takip etmektedir. Sadece seçimlerde oy veririm diyen katılımcıların oranı yaş arttıkça artmaktadır. Diğer bir ifade ile genç seçmen (%55.0) daha yüksek oranda sadece oy vererek siyasal katılım gösterirken, yaşlı seçmen oy verme dışında (%39.5) diğer siyasal katılma biçimleri içerisinde de bulunmaktadır.

Öğrenim düzeyi ile siyasal katılım biçimi arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Katılımcılardan elde edilen verilere göre sadece seçimlerde oy veren seçmen oranı diğer bir ifade ile seçmen katılımı öğrenim düzeyi yükseldikçe düşmektedir. Medyada siyasi gelişmeleri takip etme oranı ise öğrenim düzeyi yükseldikçe artmaktadır. Benzer şekilde siyasi tartışmalara katılma ve partide aktif olarak görev alma oranları da eğitim düzeyi ile paralel bir şekilde artmaktadır. Burada dikkat çeken

önemli bir husus eğitim düzeyi ile siyasete ilgi düzeyi arasındaki ilişkidir. Öğrenim düzeyi arttıkça siyasete ilgi düzeyi artmaktadır. Yani öğrenim düzeyi yüksek olanlar, düşük eğitimlilere göre daha fazla siyasete ilgi duymaktadırlar.

Siyasi parti üyeliği ile siyasal katılma biçimleri incelendiğinde siyasi partiye üye olanların %20.7'si siyasi partide aktif olarak görev aldığını, %20.0'si seçimlerde oy verdiğini, %37.9'u ise medyada siyasi gelişmeleri takip ettiğini ifade etmektedir. Burada dikkat çeken verilerden biri siyasi partilerde eskiden üye olduğunu ifade eden katılımcılar, bir partiye halen üyeliği bulunanlardan daha fazla (%13.5) oranda siyasi tartışmalara katıldıklarını ifade etmektedirler. Siyasi parti üyesi katılımcılardan %5.9'u siyasi tartışmalara katıldığını belirtmektedir

6. 17. SİYASET VE KİMLİK: SİYASAL KİMLİK Mİ? KİMLİK SİYASETİ Mİ?

Toplumdaki siyasal yapının analiz edilebilmesinde bireylerin siyasal kimliklerinin incelenmesi önem taşımaktadır. Bir başka ifadeyle toplum bireylerden oluştuğundan bireylerin siyasal kimlikleri, toplumun siyasal yapısını ortaya koymaktadır.

Kimlik, bir insanın sosyal çevre, din, kültür, aile, sosyal gruplar gibi çeşitli faktörlerin etkileşimi ile oluşmaktadır. Kişilerin toplumsal konumları ve üyesi oldukları çeşitli gruplar içerisindeki rolleri onların kimliklerini etkiler. Kimlik, rollere ilişkin anlamlara ek olarak davranış, beceri ve donanımları içerir.

Bu görüşe göre kimlikler ilişkilerden bağımsız olarak düşünülemez. Kimliği oluşturan roller ilişkiler içinde, ilişkiler ise gruplar içinde düşünülür (Hortaçsu, 2007: 21). Bu anlamda sosyal ilişkiler kimlik oluşumunda önemli ve etkilidir. Sosyal ilişki grupları ve sosyal ilişki gruplarıyla etkileşim bireysel kimlik ve kolektif kimlik çerçevesini ortaya koyar. Sosyal çevreyle kurulan sosyal ilişkilerle oluşan bireysel kimlik, kolektif kimliklerin içerisinde ve etkisinde oluşmaktadır.

Bu anlamda ifade edilmesi gereken bir başka olgu da sosyal kimliktir. Bireysel kimlik ile sosyal kimlik yapısını birbirinden net olarak ayırmak zor olmakla birlikte Kayaoğlu'nun değerlendirmesine göre (2011: 78) sosyal kimlik, kişinin kim olduğunu tanımlamakta, bunun kişi için ne ifade ettiğini ve ne kadar değerli olduğunu da anlatmaktadır. Sosyal kimliklerimiz sadece kim olduğumuzu söylemekle kalmaz, ama belirli bir durumda nasıl davranmamız gerektiğini de söylemektedir.

. Bireyin bir gruba aidiyeti ile elde edilen kimliktir, bireyin kim olduğunu ve o grup üyeliğinin birey için ne anlam taşıdığını ifade eder. Sosyal grup içerisinde birey siyasal bir kimlik de kazanmaktadır.

Birey, siyasal bir insan olarak siyasal sistem ve siyasal yapının temel dinamikleri arasında sosyal ilişkileri siyasal kimlik ile kurar. Siyasal kimlik, sosyal ilişkileri çerçevesinde ideolojilerin veya siyasal simge ve sembollerin siyasal toplumsallaşma ile benimsenmesi ve kabul edilmesi ile oluşur.

Bauman (2011: 111) modernleşme sürecinin insanların elbise değiştirir gibi kimlik değiştirmesine yol açtığını; insan kimliklerinin bölündüğü ve silinip yeniden yazılabilen bir kimlik yapısının varlığına dikkat çekmektedir. Bauman, bu ifadeleriyle kimliklerin adeta gündelik kimlik olduğunu her an veya her zaman değişebilecek bir

nitelikte olduğunu vurgulamaktadır. Ancak, siyasal manada da farklı kimliklerin, özellikle de etnik kimliklerin öne çıktığı bir süreç yaşanmaktadır.

Bu anlamda, siyasal alanda kimlik siyaseti yapıldığını söylemek mümkündür. Kimlik siyaseti, ulus devlet bilinci yerine etnik yapı bilincini ortaya koyarak; ulus devleti zayıflatmak amaçlı bir yaklaşımdır. Bu değerlendirmeler çerçevesinde Türk toplumunda siyasal kimlik ve bunun siyasal davranışa etkisini analiz etmeye imkân tanınması açısından aşağıdaki veriler dikkat çekicidir.

6.17.1. Siyasal Kimlik

Bireylerin kendini siyasal düşünce ya da görüş olarak tanımlama biçimleri ile sosyal ilişkileri ve siyasal davranışları arasında bir ilişki bulunabilir. Çünkü, siyasal toplumsallaşma sürecinde siyasal insan olan birey bu süreçteki sosyal grupların etkisiyle bir düşünce yapısına kavuşmaktadır. Dolayısıyla bu sosyal gruplarla sosyal ilişkilerin neticesinde oluşan değerler ve siyasi düşünce hayatın hemen her alanında kendini gösterebilir.

Örneğin, aile üyelerinde birinin isteği üzerine oy verme ile siyasi düşünce arasındaki ilişkiyi incelediğimizde muhafazakarların (%20.4), İslamcılarının (%19.9) ve Türk milliyetçilerinin (%14.5) daha yüksek oranda aile üyelerinden birinin isteği üzerine oy verdikleri belirlenmiştir. Diğer yandan sosyal demokratlar (%14.7), İslamcılar (%7.7) ve demokratların (%5.4) daha yüksek oranda STK üyelerinden birinin isteği üzerine oy verdiği gözlemlenmiştir. Bir başka ilginç bulgu ise cemaat ve siyasal davranış arasındadır. Liberaller (%66.7) diğer siyasal görüşe sahip olanlardan daha yüksek oranda cemaat üyelerinden birinin isteği üzerine oy verdiklerini ifade etmektedirler.

Tablo 163. Siyasal Kimlik Olarak Kendini Tanımlama Biçimleri

	F	%
Liberal	61	2,4
Demokrat	284	11,0
Muhafazakâr	353	13,7
İslamcı	302	11,7
Milli görüşçü	152	5,9
Sosyal demokrat	242	9,4
Atatürkçü/Kemalist	489	19,0
Türk milliyetçisi	289	11,2
Kürt milliyetçisi	58	2,2
Fikrim yok/bilmiyorum	121	4,7
Cevap yok	196	7,6
Hümanist	1	,0
Sosyalist/ komünist/ devrimci	17	,7
Hiçbiri	3	,1
Vatansever	2	,1
Anarşist	3	,1
Müslüman	2	,1
Devletçi	1	,0
Milliyetçi	2	,1
Kökten Dinci	1	,0
Toplam	2579	100,0

Bu bağlamda bireyin siyasi kimliği sadece oy verme davranışını değil diğer sosyal gruplarla olan sosyal ilişkilerini de etkilemektedir. Örneklem grubunda yer alan katılımcıların en yüksek oranda siyasi tanımlama biçimi Atatürkçü (%19), Muhafazakar (%13.7), İslamcı (%11.7) Türk Milliyetçisi (%11.2) ve demokrat (%11.0) olarak belirlenmiştir. Tablo 163'te ki verilere göre Türk toplumunun siyasi görüşünde sağ, sol ve merkez çerçevesinde bir değerlendirme yapıldığında katılımcıların neredeyse yarıya yakınının (%42.5) sağ eğilimli; üçte birinin (%30.6) sol eğilimli, yaklaşık olarak %14'ünün ise merkez siyasi yelpazeden olduklarını söylemek mümkündür. Bu tablo ile günümüzde siyasi partilerin oy oranları karşılaştırıldığında benzer bir tablo ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla siyasi görüşler, siyasi partilere yönelik siyasi davranış etkileyebildikleri gibi; siyasi partiler de siyasi görüşler çerçevesinde bir yapılanmaya veya söyleme yönelerek seçmenlerin siyasi davranışlarını etkilemeye gayret etmektedirler. Türk toplumunda hem siyasi kimlik üzerinden bir siyasi davranış görülmekte hem kimliklerin siyaseti yapılarak siyasi bir davranış oluşturulmaya çalışılmaktadır.

6.17.2.Kimlik

Kimlik, bireyin kendini tanımlama, ifade etme ve anlam dünyasını şekillendirme biçimidir. Kimliksiz bir bireyin olması normal değildir. Postmodernizm, toplum yerine topluluğa geri dönüşümü sağlamış; ulusal kimliğin yanında etnik veya dil çerçevesinde kimlik oluşumlarının önü açılmıştır. Kimliği oluşturan iki unsurdan biri olan genetik faktörler (cinsiyet, ırk, renk vb.) doğuştan gelmektedir, ikinci unsur kültür ise içerisinde bulunduğu sosyal gruplarla sosyal ilişkileri neticesinde öğrenilmekte ve benimsenmektedir. Dolayısıyla kimliğin oluşmasında sosyal ilişkilerin öneminin olduğunu söylemekte yarar vardır.

Tablo 164. Kimlik Olarak Tanımlama Biçimleri

	F	%
Türk	1068	41,4
Müslüman	517	20,0
Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşı	666	25,8
Türkiyeli	55	2,1
Kürt	166	6,4
Alevi	47	1,8
Fikrim yok	2	,1
Cevap yok	56	2,2
Sünni	1	,0
Müslüman Türk	1	,0
Toplam	2579	100,0

Türk toplumunun temel yansıması olarak gösterilebilecek Tablo'ya göre katılımcıların kimlik tanımlamalarında Türk, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı ve Müslüman kimlikleri öne çıkmaktadır. Kürt kimliği ile kendini tanımlayanların oranı ise 6.4 olarak kendini göstermektedir. Buna göre Türk ve Müslüman kimlikleri bu topraklarda yaşayan bireylerin en önemli kimlikleri olarak nitelendirilebilir.

Yaşa göre bir inceleme yapıldığında Türk kimliği daha fazla 66 ve üstü (%47.7), 36-45 (%44.9), 56-65 (%42.8) ve 18-25 (%42.8) yaş aralıklarında görülmektedir. Müslüman kimliği en fazla 18-25 (%22.6) ve 26-35 (%21.9) yaş aralıklarında; Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı kimliği en fazla 18-25 (%16.6) ve 56-65 (%35.1) yaş aralıklarında gözlemlenmiştir. Kürt kimliği en yüksek oran 18-25 yaş aralığında (%10.7) görülmekte ve yaş arttıkça bu kimlikle kendini tanımlayanların oranı %0'a kadar düşmektedir. Benzer şekilde alevi kimliği en yüksek 18-25 (%2.0) ve 26-35

(%2.8) aralığında görülmekte, yaş arttıkça bu kimlikle kendini tanımlayanların oranı %0'a kadar düşmektedir

Öğrenim durumu değişkeni ile kimlik tanımlama biçimleri arasında da farklılıklar bulunmaktadır. Öğrenim düzeyi arttıkça Türk kimliğini ve Türkiye Cumhuriyeti kimliğini benimsediklerini ifade edenlerin oranı artmaktadır. Öğrenim düzeyi arttıkça Müslüman kimliğini ve Kürt kimliğini benimseyenlerin oranı düşmektedir. Yerleşim yeri ile kimlik tanımlama biçimleri arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir.

6.18. SİYASAL BİLGİ EDİNME KAYNAKLARI

Enformasyon toplumunun en önemli özelliklerinden biri hiç şüphesiz bireylerin sürekli olarak bilgiye ihtiyaç duymasıdır. Bilgiye ihtiyaç duyulan alanlardan biri de siyaset ve seçimlerdir. Seçmen birey olarak siyasal bilgi ihtiyacını karşılamak için çeşitli kaynaklara başvurmaktadır. Bu kaynaklardan aldığı siyasal bilgi doğrultusunda tercihini belirleyerek siyasal davranışta bulunmaktadır.

Bu kaynakların niteliğini ve boyutunu sosyal ilişkiler belirleyebilmektedir. Aile, arkadaş çevresi ve akrabalar gibi birincil gruplarla yoğun sosyal ilişkiler içerisinde olan birey siyasal bilgiyi bu kaynaklardan temin edebilirken; bu sosyal gruplarla sosyal ilişkileri zayıf düzeyde olan bireyler siyasal bilgi kaynağı olarak medyayı kullanabilmektedir.

6.18.1. Siyasal Bilgi Edinme Kaynakları

Siyasal davranışın kararlaştırılma sürecinde birey ihtiyaç duyduğu siyasal bilgiyi kategorik olarak iki kaynaktan elde etmektedir. Bunlardan birincisi medya, diğeri sosyal ilişki gruplarıdır. Aşağıdaki tabloda bu iki kategorik siyasal bilgi kaynağına ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 165. Siyasal Bilgi Kaynakları

	F	%
Ailem	418	16,2
Arkadaşlarım	131	5,1
Komşularım	9	,3
Cemaat	4	,2
Medya	1694	65,7
Üye olduğum STK	7	,3
Sosyal medya	97	3,8
Siyasi Parti	64	2,5
Fikrim yok	37	1,4
Cevap yok	104	4,0
Araştırarak/ kendi fikirlerimle	8	,3
Hepsi (ailem, arkadaşlarım, komşularım, Cemaat, STK, sosyal medya, siyasi parti)	4	,2
İnternet	1	,0
Araştırmalar, belgeler	1	,0
Toplam	2579	100,0

Katılımcıların siyasal bilgi edinme kaynaklarının dağılımını gösteren Tablo 165'e göre medya (%65.7) en önemli siyasal bilgi edinme kaynağı olarak görülmektedir. Daha sonra sosyal ilişkiler çerçevesinde sosyal gruplarla gerçekleşen iletişim sürecinin siyasal bilgi edinmede önemli bir faktör olduğu gözlemlenmektedir. Bu çerçevede aile (%16.2), arkadaşlar(%5.1), sosyal medya (%3.8), siyasi parti (%2.5) önemli siyasal bilgi kaynakları arasında görülmektedir. Bu verilere göre katılımcıların %28.6'sının sosyal ilişkiler kapsamında siyasal bilgi edindikleri sonucuna varılabilir. Türk toplumunun siyasal bilgi edinme kaynakları arasında medya birinci sırada yer alırken, sosyal ilişki içerisinde bulunan sosyal gruplar ise ikinci sırada yer almaktadır. Bu anlamda, Sotirovic'in (2008: 596) belirttiği gibi seçmen siyasal bilgiyi medyadan, siyasi partilerden, yakın arkadaş çevresinden ve ailesinden almaktadır. Ancak araştırmalar, kişilerarası iletişimin politik bilginin başlıca kaynağı olmadığını ortaya koymaktadır. Ancak, Sotirovic'in bu düşüncesinden farklı olarak sosyal ilişki grupları birincil siyasal bilgi kaynağı değildir, ancak ikincil düzeyde siyasal bilgi sağlayan kaynaktır. Dolayısıyla sosyal ilişkilerin siyasal bilgi edinme sürecinde önemli olduğunu söylemek yerinde olacaktır.

Tablo 166. Cinsiyete Göre Siyasal Bilgi Kaynakları

Seçim Dönemlerinde Siyasal Bilgi Alınan Kaynak														
	Aile	Arka daş	Kom şu	Cemaat	Med ya	Üye STK	Sosyal medya	S. Parti	F. yok	C yok	Araş tırma	Hep si	Toplam	
Cinsiyet	Kadın													
	275	25	6	3	814	0	38	18	23	57	3	3	1265	
	% 21,7	2,0	,5	,2	64,3	,0	3,0	1,4	1,8	4,5	,2	,2	100,0	
	Erkek													
	143	106	3	1	881	7	59	46	14	47	5	1	1314	
	% 10,9	8,1	,2	,1	67,0	,5	4,5	3,5	1,1	3,6	,4	,1	100,0	
Toplam														
	418	131	9	4	1694	7	97	64	37	104	8	4	2579	
	% 16,2	5,1	,3	,2	65,7	,3	3,8	2,5	1,4	4,0	,3	,2	100,0	
$\chi^2 = 1.261$ df=13 p= 0.000 <0.05														

Cinsiyet değişkeni ile siyasal bilgi edinme kaynakları arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Kadın katılımcılar erkek katılımcılara göre sosyal ilişkiler içerisinde bulunduğu kaynaklardan daha fazla bilgi almaktadır. Buna göre aile'den ve komşulardan kadınlar daha fazla, arkadaşlar, sosyal medya ve siyasi partilerden ise erkekler daha fazla siyasal bilgi edinmektedirler. En önemli siyasal bilgi edinme kaynağı

olan medyadan erkek katılımcıların %67.0'si, kadın katılımcıların ise %64.3'ü, siyasal bilgi aldıkları gözlemlenmiştir.

Katılımcıların yaş değişkeni incelendiğinde yaş aralığı arttıkça aileden siyasal bilgi edinme oranı düşmektedir. Arkadaşlar her yaş grubundaki katılımcı için yakın oranlarda siyasal bilgi kaynağıdır. Medyadan siyasal bilgi alma oranı yaş aralığı yükseldikçe artarken, sosyal medyadan siyasal bilgi edinme oranı yaş aralığı düştükçe artmaktadır. Siyasal partiden siyasal bilgi alma oranı ise yaşla birlikte artış göstermektedir. Diğer yandan öğrenim düzeyi yükseldikçe aileden siyasal bilgi edinme oranı düşmekte; medyadan, arkadaş çevresinden, siyasi partiden ve sosyal medyadan siyasal bilgi edinme oranı artmaktadır. Benzer bir durum katılımcıların gelir düzeyinde görülmektedir. Gelir düzeyi yükseldikçe aileden siyasal bilgi alma oranı düşmekte, medyadan siyasal bilgi alma oranı artmaktadır.

6.18. 2. Siyasal Davranış Kararının Netleştiği Zaman

Birey, siyasal davranışa ilişkin kararını verirken öncelikle siyasal kimliği, rasyonel beklentileri, aday, siyasal kampanya, sosyal ilişki grupları vb. hususlar çerçevesinde alternatif seçenekleri değerlendirmektedir. Daha sonra bu seçenekler arasında kendine en uygun olana karar vermekte ve siyasal davranış biçimini ortaya koymaktadır. Ancak, bazı hallerde, özellikle Türk seçmeni için çoğunlukla, seçmen daha önceki siyasal davranışı doğrultusunda bir davranış ortaya koymakta, herhangi bir değerlendirmeye gitmemektedir.

Tablo 167. Oy Verme Kararının Netleştiği Zaman

	F	%
Oy vereceğim parti her zaman bellidir	1614	62,6
Adaylar belirlendikten sonra	440	17,1
Seçim kampanyalarının ortasında	80	3,1
Seçimden birkaç gün önce	111	4,3
Sandık başında	167	6,5
Fikrim yok	76	2,9
Cevap yok	91	3,5
Toplam	2579	100,0

Seçmenin siyasal davranışının diğer bir ifade ile oy verme kararının netleştiği zaman Türk toplumunun siyasal davranışının boyutlarını ortaya koyması bakımından kayda değerdir. Çünkü, siyasal düşünce, çocukluktan itibaren aile, arkadaş çevresi, okul,

komşular, siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları, medya gibi siyasal toplumsallaşma araçları tarafından oluşturulmaktadır.

Bu nedenle süreç içerisinde bireylerin siyasal davranışları ve siyasal tercihleri elbette ki değişmektedir. İstisnai süreçler hariç bu değişim çok keskin bir şekilde olmamaktadır. Bunun Türk siyasetinde yansımalarını görmek mümkündür. Ekonomik kriz ve askeri darbe dışında Türk seçmenin siyasal davranışında çok büyük değişikliklerin olduğunu söylemek mümkün değildir.

Tablo 167’de görüldüğü üzere katılımcıların %62.6’sı oy vereceği partinin her zaman belli olduğunu ifade etmektedir. Bu veriye göre seçmenlerin siyasal davranışında siyasal partinin önemli bir etkisinin olduğu söylenebilir.

Bunun yanında siyasal davranış üzerinde önemli görülen faktörlerden bir diğeri ise adaydır. Katılımcıların %17.1’i, adaylar belli olduktan sonra kararını verdiklerini ifade etmektedirler. Bu tür seçmenler için aday faktörü diğer faktörlerin yanında önemlidir ve siyasal davranışlarını belirlerken aday faktörüne yüksek düzeyde önem vermektedirler.

Katılımcıların %13.9’u ise siyasal kampanya sürecinde yani siyasal kampanyanın başladığı andan sandık başında oy vermeye kadar geçen sürede siyasal davranış kararını verdiklerini ifade etmektedirler. Bu seçmenler, siyasi parti ve adayın yanında diğer faktörlerden etkilenecek kararını vermektedirler. Bu faktörler arasında vaatler, siyasal reklamlar olduğu gibi sosyal ilişki içerisinde oldukları gruplar da bulunmaktadır.

Tablo 168. Sosyal Sınıf Algısına Göre, Seçimlerde Oy Verme Kararı Zamanı

Seçim Sürecinde Oy Verme Kararı Zamanı										
		Oy vereceğim parti her zaman bellidir.	Adaylar Belirlen dikten sonra	Seçim Kapman yalarının ortasında	Seçimden birkaç gün önce	Sandık başında	Fikrim yok	Cevap yok	Toplam	
Sosyal Sınıf Algısı	Üst sınıf		34	7	1	5	11	6	6	70
		%	48,6	10,0	1,4	7,1	15,7	8,6	8,6	100,0
	Orta sınıf		1061	299	45	71	94	39	44	1653
		%	64,2	18,1	2,7	4,3	5,7	2,4	2,7	100,
	Alt sınıf		473	115	30	33	52	23	34	760
		%	62,2	15,1	3,9	4,3	6,8	3,0	4,5	100,0%
	Fikrim yok		19	7	2	2	5	6	2	43
		%	44,2	16,3	4,7	4,7	11,6	14,0	4,7	100,0
	Cevap yok		27	12	2	0	5	2	5	53
		%	50,9	22,6	3,8	,0	9,4	3,8	9,4	100,0
Toplam			1614	440	80	111	167	76	91	2579
		%	62,6	17,1	3,1	4,3	6,5	2,9	3,5	100,0
$\chi^2= 76.839$ df=24 p= 0.000 <0.05										

$$\chi^2 = 76.839 \text{ df}=24 \text{ p}= 0.000 < 0.05$$

Sosyal sınıf algısına göre katılımcıların oy verme kararının netleştiği zamanı gösteren Tablo 168'e göre üst sınıf algısı ile diğer sınıf algısını taşıyanlar arasında oy verilen partinin her zaman belli olma oranı arasında ciddi fark vardır. Üst sınıf algısı taşıyan katılımcıların %48.6'sı, orta sınıf algısı taşıyan katılımcıların %64.2'si, alt sınıf algısı taşıyan katılımcıların %62.2'si oy vereceği partinin her zaman belli olduğunu ifade etmektedir. Benzer bir durum adaylar belirlendikten sonra da söz konusudur. Üst sınıf algısı taşıyanların %10'u, orta sınıf algısı taşıyanların %18.1'i, alt sınıf algısı taşıyanların %15.1'i adaylar belirlendikten sonra siyasal davranış kararını vermektedir.

Bu durum özellikle üst sınıf algısı taşıyanların parti ya da aday dışında diğer faktörlerden (vaat, proje, aile, arkadaş vb) ya da beklediği kazanımların gerçekleşme durumuna göre karar verdiği şeklinde yorumlanabilir. Bu bağlamda üst sınıf algısı taşıyanlar diğer gruplara göre daha yüksek düzeyde rasyonel tercih yaklaşımı çerçevesinde bir siyasal davranış ortaya koyarken; diğer sınıfların üst sınıftan daha yüksek oranda sosyolojik ya da sosyo-psikolojik yaklaşımlar çerçevesinde bir siyasal davranış ortaya koydukları şeklinde yorumlanabilir. Çünkü, üst sınıf algısını taşıyanları %15.7'si sandık başında karar verdiğini ifade etmektedir. Bu durumu, rasyonel

beklentilerinin gerçekleşme durumuna göre siyasal kararını vermektedirler, şeklinde yorumlayabilmek mümkündür.

Tablo 169. Cinsiyete Göre, Seçimlerde Oy Verme Kararı Zamanı

Seçim Sürecinde Oy Verme Kararı Zamanı									Total
		Oy vereceğim parti her zaman bellidir	Adaylar Belirlen dikten sonra	Seçim Kampan yalarının ortasında	Seçimden en Birkaç gün önce	Sandık başında	Fikrim yok	Cevap yok	
Cinsiyet	Kadın	795	187	33	63	94	41	52	1265
	%	62,8	14,8	2,6	5,0	7,4	3,2	4,1	100,0
	Erkek	819	253	47	48	73	35	39	1314
	%	62,3	19,3	3,6	3,7	5,6	2,7	3,0	100,0
Toplam		1614	440	80	111	167	76	91	2579
		%	62,6	17,1	3,1	4,3	6,5	2,9	3,5
$\chi^2= 18.781$ df=6 p= 0.005 <0.05									

Cinsiyet değişkeni bakımından siyasal davranışın karar verildiği zaman incelendiğinde kadınlar ve erkekler arasında bazı farklılıklar görülmektedir. Kadın katılımcılar (%62.8) ile erkek katılımcıların (%62.3) oy vereceği partinin her zaman belli olma oranı birbirine yakın düzeydedir. Ancak, erkek katılımcılar (%19.3) kadın katılımcılara (%14.8) göre daha yüksek oranda adaylar belirlendikten sonra siyasal davranış kararını vermektedir. Buna karşın kadın katılımcılar erkek katılımcılardan daha yüksek oranda seçimden birkaç gün önce veya sandık başında siyasal davranış kararını vermektedir.

SONUÇ

Sosyal ilişkiler, iki ya da daha fazla sayıda bireyin birbirleriyle karşılıklı ve farkındalık çerçevesinde gerçekleştirdiği, anlamlı ilişkiler olarak nitelendirilmektedir. Bu bağlamda, insanlığın varoluşuyla birlikte sosyal ilişkiler de başlamıştır. Sosyal ilişkiler, toplumların yapısı ve niteliğine göre değişmektedir. Toplumsal yapıda meydana gelen değişimler sosyal ilişkileri de etkilemiş; sosyal ilişkilerde yaşanan değişimler de toplumsal yapıyı etkilemiştir. Her iki olgu da birbirini değişim yönünde sürekli olarak etkilemiş ve etkilemeye devam etmektedir.

Sanayi öncesi toplumlarda görülen Durkheim'in ifadesiyle organik dayanışmaya bağlı, Tönnies'in ifadesiyle cemaat türü sosyal ilişkiler sanayi sonrası toplumlarda mekanik dayanışmaya bağlı ya da cemiyet türü sosyal ilişkilere yerini bırakmıştır. Bu süreçte samimi, doğal ve kan bağına dayalı sosyal ilişkilerin yerini resmi, samimi olmayan ve özel ilişkilere bağlı sosyal ilişkiler almıştır.

Değişim, sanayileşme, modernleşme ve küreselleşme süreciyle birlikte daha hızlı ve daha fazla bireyi etkiler hale gelmiştir. Kitle iletişim araçları ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler bu sürece ivme kazandırmıştır. Modernleşme sürecinin ortaya çıkardığı yeni sosyal ilişki ritüelleri bireyin sosyal ilişkilerinde derin izler bırakmıştır. Bireyi toplumun bir parçası olarak toplumsal değer ve normlar çerçevesinde hareket eden bir aktör olmak yerine, bireyci, akılcı, yalnız ve tüketimin sisteminin bir parçası olarak hareket eden bir aktör haline getirmiştir. Bireyler, toplumsal değer ve normlar yerine modern ritüeller çerçevesinde metafetişist bir niteliğe bürünerek, sosyal ilişkilerini sosyal gruplar ya da sosyal çevre ile değil metalar ve semboller üzerinden gerçekleştirmeye başlamışlardır. "Herşey imaj, ne kadar tüketirsem o kadar mutluyum, tükettiğim kadar değerim var" anlayışı hakim olmuştur.

Hiç şüphesiz sosyal ilişkilerde yaşanan bu değişim bireyin çeşitli olaylar ya da konular karşısındaki davranışını da etkilemiştir. Bu anlamda, bireyin siyasal davranışları da sosyal ilişkilerin değişim sürecinden etkilenmiştir. Sosyal ilişkiler, bireyin sosyal çevresiyle karşılıklı olarak gerçekleştirdiği bir anlamlandırma süreci olarak, siyasal davranış üzerinde etkisi bulunan bir olgudur. Ancak, sosyal ilişkilerin etkisi içerisinde bulunan toplumsal yapı ile ilintilidir.

Türk toplumunun geleneksel ve manevi değer ile öğretilerinde sosyal ilişkiler önemlidir. Aile, akraba, komşu ve arkadaşlar sosyal ilişkiler bu anlamda belirli hallerde adeta bağlayıcılık içermekte ve sosyal baskı unsuru haline gelmektedir. Aile büyüklerini

ziyaret, akrabaları ziyaret dahası komşularla sosyal ilişkiler bireylerin gerçekleştirmedeği durumda kişisel dünyasında eksiklik hissettiği sosyal ilişki faaliyetleri olarak değerlendirilmektedir. Sanayileşme, kentleşme ve modernleşme süreci tüm toplumları etkilediği gibi doğal olarak Türk toplumunu da etkilemiş ve sosyal ilişkilerin boyutu ve düzeyinde bazı değişiklikler ortaya çıkmıştır.

Bu bağlamda gerçekleştirilen alan araştırmasından elde edile bulgular da yaşanan değişimin boyutları ve niteliği hakkında önemli bilgiler vermektedir.

Türk toplumunun sosyal ilişkiler düzeyini ve birlikte yaşama eğilimlerini ortaya koyması bakımından aile üyelerinin birlikte yaptıkları faaliyetler önemlidir. Türk toplumun aile üyeleriyle birlikte yaptıkları faaliyetlerin başında alışveriş pratiğinin gelmesi modern ritüeller çerçevesinde sosyal ilişkilerin gerçekleştiğinin önemli göstergelerinden biridir. Bunun yanında aile, akraba, arkadaş ve komşu ziyaretleri gibi geleneksel sosyal ilişkiler faaliyetlerinin birlikte gerçekleştirildiği görülmektedir. Türk toplumu modernleşme süreciyle bir yandan batı kültürünün etkisi altında bir dönüşüm sürecini yaşarken kendi geleneksel sosyal ilişkiler ritüellerini devam ettirerek, sosyal ilişkiler düzeyi yüksek bir toplumsal yapının da devam ettiği görülmektedir.

Türk toplumunun sosyal ilişkilerinin niteliğine bakıldığında dini, milli ve geleneksel kültürün ritüelleri çerçevesinde gerçekleşen bir sosyal ilişkiler ağı görülmektedir. Dini bayramlar, mutlu günler, üzüntülü günler, asker uğurlama gibi çeşitli vesilelerle bireylerin sosyal ilişkileri yoğunlaşmakta olduğu görülmektedir. Bütün bu faaliyetler Türk toplumunun modernleşme sürecinde sosyal ilişkilerinin devam ettirmesini sağlayan ritüeller olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bir sosyal ilişki grubunun içerisinde bulunan bireyin bir grubun içerisinde bulunmaktan dolayı bazı kazanımları olmaktadır. Bu anlamda Türk toplumu bir grubun içerisinde bulunmanın sağladığı en önemli kazanımlar olarak paylaşma ve yardımlaşma duygusunu geliştirmesi, yalnızlık duygusunu gidermesi ve birliktelik ruhu vererek, ortak amaç ve hedeflere sevk etmesi görülmektedir. Araştırmadan elde edilen veriler değerlendirildiğinde, modernleşme sürecinde yalnızlaşan, kimsesizleşen birey yardımlaşma ve paylaşma gibi sosyal dürtüler ile yalnızlık gibi psikolojik etmenlerden sosyal gruplarla kurduğu sosyal ilişkiler ağı ile kurtulmaktadır. Birey, modernleşmeden kaynaklanan sorunları yine sosyal gruplarla gerçekleştirdiği sosyal ilişkiler ile aşmaktadır.

Aile, sosyal ilişkilerin temel kurumu olarak bireylerin karşılaştığı her sorunda başvurduğu en önemli kurumdur. Yine bunun yanında akrabalar ve arkadaşlar bireylerin yaşadıkları sorunlara çözüm bulmak ya da paylaşmak üzere başvurduğu sosyal gruplar arasındadır. Bu anlamda araştırmadan elde edilen bulgulara göre, birincil sosyal ilişki grupları, bireylerin sosyal ilişkilerinde etkilerini devam ettirmekte, önemli bir başvuru mekanizması olarak yer almaktadır.

Modernleşme sürecinin aile üzerinde etkisi ile ailenin sadece işlevleri değil niteliği de değişime uğramıştır. Bu anlamda geniş ailenin yerini çekirdek aile almıştır. Türk toplumunda çocuklu çekirdek aile (%65.3) modernleşme süreciyle birlikte hakim bir konuma gelmiş, geniş aile (%11.8) ağırlığını kaybetmiştir. Yine bu çalışma kapsamında Türk toplumunda çocuksuz çekirdek aile türünün de önemli düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bu değişimler toplumsal yapıyı etkilediği gibi sosyal ilişkileri de etkilemektedir. Türk toplumunda aile üyeleri genellikle akşam yemeklerinde ve hafta sonlarında bir araya gelmektedir. Modern toplumda aile üyeleri gündelik yaşamın yoğunluğu içerisinde akşam veya hafta sonlarında bir araya gelmek durumundadırlar. Günün diğer zamanları arkadaşlar (iş veya okul) , sivil toplum kuruluşları ve cemaat gibi diğer sosyal ilişki grupları ekseninde gerçekleşen sosyal ilişkilerden söz edebilmek mümkündür. Kent merkezinden kıra doğru gidildikçe aile üyelerinin bir araya gelme zaman ve sıklıkları artmaktadır. Bu bağlamda modernleşme doğal olarak kentlerde daha fazla etkisini göstermekte, kent insanını daha fazla etki altına almaktadır.

Sadece sosyal ilişkilerin değil sosyalleşme sürecinin de temel araçlarından biri olan aile, siyasal davranış üzerinde de etkisini göstermektedir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, aile siyasal gündemin sürekli olarak değerlendirildiği bir mekanizma olmak yerine siyasal sosyalleşme sürecinde verilen siyasal bilgi ve siyasal kültürün zaman zaman güncellendiği bir araç olarak değerlendirilebilir. Aile, yapısında yaşanan değişimlere rağmen siyasal seçim dönemlerinde zaman zaman görüşlerin alındığı ve değerlendirmelerin yapıldığı diğer bir ifadeyle ortak hedef ve amaçlar doğrultusunda bir davranış biçiminin oluşturulduğu bir kurum olarak dikkat çekmektedir.

Türk toplumunda aile üyelerinin yaklaşık olarak %50'sinin aynı partiye oy verdiğini araştırma bulguları ortaya koymaktadır. Bu anlamda ailede siyasal tercihe herkesin kendinin karar verdiği bir yapının ağırlığına rağmen; aile üyelerinin yarısının aynı partiye yönelik bir siyasal davranış ortaya koyması ailede yaşanan siyasal sosyalleşme sürecinin bir sonucudur. Her ne kadar büyük çoğunluk siyasal tercihe

kendisinin karar verdiğini ifade etse de birlikte aile üyelerinin yarısının aynı partiyi tercih etmesi siyasal sosyalleşme sürecinde aktarılan siyasal bilgi, değer ve kültürün içselleştirilmesiyle ilintilidir.

Siyasal sosyalleşme sürecindeki temel rolü dolayısıyla aile, siyasal davranış üzerindeki etkisi olan sosyal grupların başında gelmektedir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre sosyal ilişki grupları arasında bireyin siyasal davranışında en fazla etkisi olan grup ailedir. Aile üyelerinden birinin isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verme oranı (%14) diğer sosyal gruplardan daha yüksektir. Hiç şüphesiz bu durum ailede yaşanan sosyal ilişkilerin sürekliliği ve niteliği ile yakından ilgilidir. Ailede sosyal ilişkiler sürekli bir şekilde gerçekleşmekte ve ortak bir yaşam kültürü içerisinde bir paylaşım söz konusu olmaktadır.

Akrabalarla sosyal ilişkiler kan ya da soy bağına dayalı, diğer bir ifadeyle birincil sosyal ilişkiler niteliğine sahiptir. Türk toplumunda akraba ilişkileri önemli sosyal ilişkiler ağları arasında yer almakta ve geleneksel ritüeller çerçevesinde değerlendirilmektedir. Modernleşme ve kentleşmenin akrabalarla sosyal ilişkiler üzerinde de olumsuz etkileri görülmektedir. Kentleşmenin yaşam mekanlarının mesafesini artırması akrabalarla sosyal ilişkilerin niteliğini ve sürekliliğini etkilemiştir. Akrabalarla sosyal ilişkiler, belirli dini günler ve özel günler (hasta ziyareti, başsağlığı, yeni doğan çocuk ziyareti vb.) çerçevesinde uzun zaman aralıklarıyla gerçekleşen bir faaliyet olarak değerlendirilmektedir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre Türk toplumu akrabalarla ayda bir gün veya daha uzun süreli bir zaman aralığı çerçevesinde yılda birkaç kez görüşebilmektedir. Dolayısıyla akrabalarla sosyal ilişkiler devam etmekle birlikte, bu sosyal grupla gerçekleşen sosyal ilişkilerin zaman aralığı oldukça uzun süreli olarak belirlenmiştir. Mekan ve zaman, akrabalarla sosyal ilişkilerin düzeyini belirlemesi bakımından önemlidir. Kentlerde yaşayanların akrabalarıyla daha uzun zaman aralığında görüştükleri, kırdaki yaşayanların ise daha kısa zaman aralığında akrabalarıyla görüştükleri belirlenmiştir. Bu bağlamda kırdaki birincil sosyal ilişkilerin ağırlığı bir kez daha teyit edilmiştir.

Akrabalarla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi bu değerlendirmeler çerçevesinde oldukça düşük düzeydedir. Bunda önemli faktör sosyal ilişkilerin sürekliliğidir. Çünkü, akrabalarla sosyal ilişkilerin gerçekleşme sıklığı arttıkça siyasal davranışa etkisi de artmaktadır. Bu anlamda akrabalarla sosyal ilişkilerin düzeyi ile bu

sosyal grupla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi arasında bir paralellik görülmektedir.

Türk toplumunun sosyal ilişkiler ağı içerisinde yer alan sosyal gruplardan biri de komşulardır. Komşuluk, mekansal birlikteliğe ve ortak mekan paylaşımına dayalı bir sosyal ilişkiler ağıdır. Toplumsal yapıda yaşanan değişim, kentleşmeyle birlikte konut anlayışının da değişmesi, komşularla sosyal ilişkilerin düzeyini de etkilemiştir. Komşular, aynı mekanı birbirlerinden habersiz bir şekilde paylaşan ve duygusal yoksunluk içerisinde bulunan bir yapının üyeleri haline gelmişlerdir. Bu kapsamda modernleşme ile mekansızlaşan birey, kısa vadeli bir yaşam anlayışı, duygusal yakınlıktan uzak bir zihniyet ile kendi mahremiyetine kapanmış ve mekansal birliktelik içerisinde olduğu komşularla sosyal ilişki kurmakta aciz hale gelmiştir. Ancak, bu süreç postmodernleşme ile tersine dönmüştür. Bireyselleşen toplum yaşadığı sorunlardan, yalnızlıktan, tüketilen sosyal ilişkilerden kendine bir çıkış kapısı aramış ve hemen yanı başındaki bireylerle yeni sosyal ilişkiler kurma çabası içerisinde girmiştir. Bu anlamda, yeni konut üretiminde de bu beklentiler dikkate alınmış ve güvenli sitelerde sosyal mekanlar oluşturularak, komşulara sosyal ilişkiler mekanları hazırlanmıştır.

Türk toplumunun genel yapısına baktığımızda komşuların ağırlıklı olarak tesadüfen (%75.3) oluştuğunu görmekteyiz. Ancak, araştırma bulgularına göre komşularla sosyal ilişkiler önemsenmekte ve komşularla çoğunlukla ev ortamında (%53.2) görüşülmektedir. Komşular, bu anlamda aile üyeleri, arkadaşlar ve akrabaların girebildiği mahremiyet dünyasına girebilecek bir yakınlıkta görülmektedirler. Bu arada, toplumun bir bölümünün de komşularla tesadüfen binada ya da yolda görüşüğünü söylemek yerinde olacaktır. Bu tür görüşmeler sosyal ilişkilerin zayıf halkası olarak değerlendirilerek ve ortak bir mekan paylaşımının gereği olarak yaşanan tesadüfi sosyal ilişkiler olarak nitelendirilebilir. Araştırma bulgularından Türk toplumunun komşularla sosyal ilişkilerinde memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Komşuluk, karşılıklı anlayış, hoşgörü ve kadirşinaslık çerçevesinde gerçekleşen bir sosyal ilişki türü olarak değerlendirildiğine göre Türk toplumunun bu tür değerleri önemseydiğini söylememiz yerinde olacaktır.

Komşularla sosyal ilişkilerin siyasal niteliği oldukça düşük olarak belirlenmesi araştırmanın önemli sonuçlarından biridir. Komşuların önemli bir bölümünün tesadüfen bir araya gelen ve farklı siyasal kimliğe sahip bireylerden oluşabileceği dikkate alındığında komşularla sosyal ilişkiler siyasal bir nitelik değil sosyal bir birliktelik

çerçevesinde işleyen bir yapı olarak değerlendirilebilir. Bu anlamda, komşularla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi diğer sosyal ilişki gruplarına göre daha düşük düzeydedir.

Arkadaş gruplarıyla sosyal ilişkiler bireyin gündelik yaşamının önemli bir faaliyetidir. Çocukluk döneminde mahallede ve okulda başlayan arkadaşlarla sosyal ilişkiler yaşamın ilerleyen evrelerinde iş, meslek ve sivil toplum arkadaşlığı gibi yeni boyutlar kazanarak devam etmektedir. Bu çerçevede arkadaşların mahalle, aile çevresi, okul ve işyeri gibi formel veya informal yapılar içerisinde oluştuğunu söyleyebiliriz.

Arkadaşlarla sosyal ilişkilerin sadece sosyal değil siyasal boyutu da bulunmaktadır. Oysa komşularla sosyal ilişkilerin siyasal niteliği daha düşük olarak görülmüş, ağırlıklı olarak sosyal niteliği dikkat çekmiştir. Arkadaşlarla sosyal ilişkilerde siyasal konuları tartışma, güncel meseleleri konuşma, siyasi tercih için arkadaşların birbirlerini yönlendirmesi gibi hususların da olduğu görülmektedir. Bununla birlikte arkadaşların isteği üzerine bir parti ya da adaya oy verme düzeyi ise düşüktür. Arkadaşlarla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisinde meslekte çalışma süresi, arkadaşların siyasi tercih için yönlendirmede bulunması ve arkadaşların siyasi görüşleri önemli faktörler olarak değerlendirilmektedir.

Cemaatler birincil sosyal ilişkilerin hâkim olduğu ve postmodernleşme süreciyle adeta nitelik ve boyut değiştiren sosyal gruplardır. Cemaatlerle sosyal ilişkiler, bireyin bir takım ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak amacıyla gerçekleşmektedir. Cemaatler sosyal ilişkiler de bu yönüyle arkadaş ve akraba gibi sosyal ilişki gruplarından ayrılmaktadır. Cemaatlerle sosyal ilişkiler bir amaç ve hedef için ortak bir yapı içerisinde hareket etmek felsefesinde gerçekleşmektedir. Bu amaç ve hedefler dini cemaatler için manevi ihtiyaçların karşılanması, yardımlaşma ve paylaşma duygusunun yaşanması gibi saikler olabilmektedir. Bu nedenle dini cemaatler özellikle bireylerin manevi ihtiyaçlarını karşılayan, yardımlaşma ve paylaşma duygusunun yaşandığı ve yalnızlıktan kurtuluş olarak görülen sosyal ilişki gruplarıdır.

Türk toplumunda bir cemaat gerçeğinden söz etmekle birlikte son tahlilde araştırma bulgularına göre bir cemaate mensup olduğunu ifade edenlerin oranı (%3.9) oldukça düşük düzeydedir. Aile ve arkadaş çevresi birçok konuda olduğu gibi bir dini cemaate katılma noktasında da önemli referans kaynakları arasında yer almaktadır. Bu çerçevede aile ve arkadaş gruplarının yeni sosyal ilişkiler ağlarına bireyin katılımını sağlayan referans sosyal ilişkiler ağları olarak da değerlendirebilmemiz mümkündür.

Dini cemaatler ağırlıklı olarak manevi ve sosyal niteliği bulunan sosyal gruplar olmasına rağmen son dönemlerde siyasal niteliklerini daha fazla gösterdikleri ve siyasi konular çerçevesinde tartışma konusu olduklarını görmekteyiz. Dini cemaatler çeşitli vesilelerle siyasal sistem içerisinde yer almaya çalışmaktadırlar. Bu anlamda siyasal sistem içerisinde etkili bir aktör olmaya çalışan dini cemaatler, kendi mensuplarının siyasal davranışlarını da etkilemeye çalışmaktadırlar. Bu etkileme doğrudan kamuoyuna yönelik bir parti ya da aday lehine basın açıklaması ile olabileceği gibi kendi içlerindeki iletişim ağları aracılığıyla da olabilmektedir. Araştırmadan elde edilen bulgular da görüldüğü gibi cemaatin önde gelenlerinin cemaat mensuplarının siyasal davranışlarını yönlendirmeye girdiklerini belirlenmiştir. Dini cemaatlerin bu yönlendirmelerinin siyasal davranış üzerinde doğal olarak bir etkisi bulunmaktadır. Çünkü, dini cemaatlerde birliktelik ve aidiyet duygusu yüksek düzeyde olduğundan bunun siyasal davranışa yansması da görülmektedir. Bu anlamda cemaat üyelerinin bir bölümünün cemaatin önde gelenlerinin isteği doğrultusunda bir siyasi parti ya da adaya oy verdiği görülmektedir. Burada dikkat çeken önemli bir husus cemaat üyelerinin siyasal davranışında sosyal çevreden dışlanma endişesi ya da sosyal çevrenin baskısından daha ziyade dini inançların etkisinin görülmesidir. Bir dini cemaate daha fazla manevi ihtiyaçlarını karşılamak üzere girildiği dikkate alındığında bireyin siyasal sürece ilişkin değerlendirmelerinde de din önemli bir referans kaynağı olmaktadır. Araştırma verilerine göre cemaat, aileden sonra ikinci düzeyde üyelerinin siyasal davranışında etkisi görülen sosyal gruptur.

Modern toplumunun önemli sosyal ilişkiler ağlarından biri olan sivil toplum kuruluşlarına Türk toplumunun üyelik düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Bireylerin bir sivil toplum kuruluşuna üye olma nedenleri arasında insanlara yararlı olmak, ülke için bir şeyler yapmak gibi sosyal nedenler olduğu gibi arkadaş edinebilmek gibi bireysel nedenler de bulunmaktadır. Sivil toplum kuruluşu üyelerinin, STK'ların faaliyetlerine katılım düzeyi de düşük olarak gerçekleştiğinden bu sosyal grup içerisinde sosyal ilişkilerin düzeyinin de düşük olduğu söylenebilir.

Diğer sosyal gruplarda olduğu gibi sivil toplum kuruluşları da üyelerinin siyasal davranışlarını etkileyebilmektedirler. Sivil toplum kuruluşları kendi amaç ve hedeflerini gerçekleştirmek için bir siyasi parti ya da aday lehinde tavır alabilmekte, bu çerçevede de üyelerini yönlendirebilmektedirler. Bu yönlendirmenin sonucunda üyelerinin bir bölümünün siyasal davranışlarını şekillendirebilmektedirler. Sivil toplum kuruluşlarının

siyasal davranışa etkisi, aile ve cemaatten sonra üçüncü en etkili sosyal grup olarak araştırma sonuçlarından elde edilmiştir. Sivil toplum kuruluşu üyelerinin faaliyetlere katılım düzeyi bu etkinin boyutunu ortaya koymaktadır. STK'nın faaliyetlerine katılım düzeyi arttıkça diğer bir ifade ile STK ile sosyal ilişki sıklığı arttıkça siyasal davranışa etkisi de artmaktadır.

Sanal cematler olarak da ifade edilen sosyal medya grupları bireylerin siyasal davranışında etkisi bulunan bir diğer faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Sosyal medya, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan ve insanlara yeni bir sosyal ilişkiler mekânı sunan sosyal ağıdır. Türk toplumunda internet kullanma oranının yüksek olduğu araştırma bulgularından elde edilmiştir. Bununla birlikte toplumun yaklaşık olarak yarısının sosyal paylaşım ağlarını kullandığı belirlenmiştir. Sosyal medya, çift yönlü bir iletişime imkan sağlaması yönüyle eğlenme, bilgi edinme, mesajlaşma ve arkadaş edinmek gibi nedenlerle ağırlıklı olarak kullanılan bir mecradır. Bir başka ifadeyle sosyal medya, sanal alemde sosyal ilişkilere imkan sağlamaktadır. Sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen sosyal ilişkilerin sanal bir nitelik taşıması bu yapının bireylerin davranışlarına etkisini de düşürmektedir.

Sosyal medya, çeşitli konularda düşünce ve fikirlerin; fotoğraf ve videoların paylaşılmasına imkan sağlamaktadır. Bu anlamda siyasal içerikli paylaşımlarda sosyal medya kullanıcılarının paylaşımları arasında yer almaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının bir bölümünün (%43.6) siyasal içerikli paylaşımlarda bulunduğu gözlemlenmiştir. Sosyal medyanın siyasal davranışa etkisi diğer sosyal gruplara göre çok daha düşük düzeyde gerçekleşmektedir. Bu durum bireyin sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirdiği sosyal ilişkilerin sanal bir nitelik taşımasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Zira sosyal medya sanal bir dünya sunması, reel yaşamdaki birey ve rollerin kurgulandığı bir alan olması dolayısıyla gerçeklikten uzak, kurgusal bir alandır. Doğal olarak buradaki bireylerin gerçekliği tartışma konusu olduğundan bu bireylerin oluşturduğu sosyal grupların etkisi de düşük düzeyde gerçekleşmektedir.

Sosyal çevre, bireyin gündelik yaşamı içerisinde sosyal ilişkilerde bulunduğu bir yapı olması dolayısıyla bireyde bir takım yansımaları olabilmektedir. Bireyin sosyal çevreden dışlanma endişesi yaşaması, sosyal çevreden baskı görülmesi ya da sosyal çevreye aidiyet duygusu siyasal davranış üzerinde çeşitli şekillerde etkilerini göstermektedir.

Bu çalışmada elde edilen önemli bir bulgu bireyin siyasal davranışına yönelik baskıyı, sosyal çevreden dışlanma endişesinden daha yüksek düzeyde yaşamasıdır. Ancak, son tahlilde yüksek düzeyli olarak baskı ya da dışlanma endişesinin yaşandığını söylemek zordur. Sosyal çevrenin baskısı ve sosyal çevreden dışlanma endişesi toplumunun küçük bir bölümünde görülmektedir. Son tahlilde siyasal davranış üzerinde sosyal çevrenin etkisi bulunmaktadır, ancak bu etki düşük düzeylidir.

Türk toplumunun lider merkezi bir yaşam algılamasının olması dolayısıyla siyasal davranışında da “lider” faktörü önemli bir yere sahiptir. Aile, manevi ve sosyal yaşamda olduğu gibi siyasal alanda da bir liderin öncülüğünde tutum ve davranışları ortaya koyma söz konusu olabilmektedir. Bu nedenle Türk siyasal yaşamında siyasi partiler liderlerin kişiliği ile bütünleşmiş ve siyasi partilerin ömrü liderlerin ömrü ile sınırlı kalmıştır. Alparslan Türkeş, Turgut Özal, Necmettin Erbakan, Süleyman Demirel gibi siyasal liderler Türk toplumun büyük değişim ve dönüşümünü gerçekleştiren, siyasi partiler ile bütünleşen liderlerdir. Günümüzde de seçmenin siyasal davranışında lider faktörünün önemli bir etkisinin olduğu araştırmada varılan sonuçlar arasında yer almaktadır. Lider faktöründen erkekler kadınlara göre daha yüksek oranda etkilenirken; eğitim durumu ve gelir düzeyi yükseldikçe siyasi parti liderinin kişilik, tutum ve davranışları bireylerin siyasal davranışında daha etkili olarak görülmektedir.

Din, sunduğu toplumsal değerler ve yaşam biçimi ile sosyal ilişkileri şekillendiren ve yönlendiren bir olgudur. Türk toplumu dini hassasiyetleri ve dini değerlere bağlılığı yüksek olan bir toplum olması dolayısıyla bunun yansımalarını hem sosyal ilişkilerde hem de siyasal davranışta görebilmek mümkündür. Türk toplumu kendini dini açıdan ağırlıklı oranda “Müslüman” veya “Sünni Müslüman” olarak tanımlamakta, bunun yanında düşük oranlarda diğer mezhep gruplarına yönelik tanımlama biçimleri de görülmektedir. Türk toplumu dini pratiklerini orta düzeyde yerine getirmektedir.

Dini değer ve tutumların siyasal davranışa etkisini araştırmanın bulgularında görebilmekteyiz. Dini inanç, partinin dini söylemleri, adayın dindarlığı gibi hususlar bireylerin siyasal davranışlarında çeşitli oranlarda etkili olmaktadır. Ancak, toplumunun bir kısmının da siyasal davranışta din faktörünü önemsemediği, seküler bir yaklaşım içerisinde hareket ettiğini ifade etmek gerekir. Dinin siyasal davranış etkisinde dini pratikleri yerine getirme düzeyi, mezhep, yaş ve gelir düzeyi gibi faktörlerin etkisi bulunmaktadır. Siyasal parti seçmenleri çerçevesinde ise, AK Parti’ye oy veren

seçmenin diğer partilere göre partinin dini söylemlerini daha fazla dikkate aldığı gözlemlenmiştir.

Kitle iletişim araçlarının da siyasal davranış üzerinde etkisinin olduğu araştırma kapsamında belirlenmiştir. Bu çerçevede, televizyonun hem sosyal ilişkilere hem de siyasal davranışa etkilerinin olduğu sonucuna varılmıştır. Televizyonun sosyal ilişkileri olumsuz etkilediği ve parasosyal ilişkilere neden olduğu varılan sonuçlardan biridir. Yine televizyonun siyasal davranışa etkisi diğer kitle iletişim araçlarından daha yüksek düzeyde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Gazetelerdeki haber ve köşe yazıları, radyoda yayımlanan haber ve konuşmalar, internette ile sosyal medyada yer alan yazı ve yorumlar çeşitli düzeylerde seçmenin siyasal davranışı üzerinde etkili olmaktadır.

Siyasal partiler, siyasi iktidarı elde etmek üzere oluşan organizasyonlar olarak bireyleri bu amaç doğrultusunda bünyesine katmaktadırlar. Bu yönüyle siyasal partiler sosyal bir grup olarak değerlendirilebilir. Siyasi partilerin üyeleriyle kurduğu sosyal ilişkiler hem siyasal katılımının boyutunu hem de düzeyini artırabilmektedir.

Siyasal parti üyeleri siyasal kampanyalarda daha fazla görev almakta, siyasi partilerin çalışmalarına daha fazla katılmakta ve siyasi tartışmaların içerisinde daha fazla yer almaktadır. Siyasal parti üyesi olan seçmenlerin siyasal partilere dağılımında AK Parti seçmenin daha yüksek oranda parti üyeliğinin olduğu da gözlemlenmiştir. Bu durum siyasal partilerin üye çalışmalarıyla ilgilidir. AK Parti diğer partilere göre parti üyeliği çalışmasına daha fazla ağırlık vererek, seçmenlerde partilerine yönelik bir aidiyet duygusu oluşturmaya hedeflemektedir.

Türk toplumunun kimlik tanımlamaları birbirinden farklı şekillerde ve düzeylerde kendini göstermektedir. Türk toplumunun kimlik tanımlamalarında Türk, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı ve Müslüman kimlikleri öne çıkmaktadır. Bunun yanında etnik kökene (Kürt) ve mezhebe (Alevi, Sünni vb) dayalı küçük de olsa bir grubun kendini tanımladığını ifade edebiliriz. Bu çerçevede, Türk toplumunda etnik kimlik yerine ulus kimliğini ağırlıklı olarak benimsediği söylenebilir.

Siyasal kimlikler çerçevesinde ise, Atatürkçü, Muhafazakâr, İslamcı, Türk Milliyetçisi ve demokrat gibi sağ-sol ve merkez çerçevesinde bir eğilimi görebilmek mümkündür. Siyasal kimlik çerçevesinde ortaya çıkan bu eğilim mevcut siyasi yelpazenin de bir göstergesidir. Bu anlamda Türk toplumunda siyasal davranışın siyasal kimlik çerçevesinde şekillendiğini söyleyebilmek mümkün olduğu gibi kimlik siyaseti çerçevesinde bir siyasal davranışın ortaya konulmaya çalışıldığını söyleyebiliriz.

Siyasal davranışı gerçekleştirirken seçmenin karar verme sürecinde siyasal bilgiye ihtiyacı bulunmaktadır. Özellikle kararsız seçmenler, elde ettiği siyasal bilgi çerçevesinde bir siyasal davranış ortaya koymaktadırlar. Seçmen siyasal bilgiyi medyadan ve sosyal ilişki gruplarından edinmektedir. Bu anlamda Türk toplumunun siyasal bilgi edinme kaynakları arasında medya birinci ve etkili bir aktör iken, sosyal ilişki grupları (aile, arkadaş, siyasi parti vb.) ikinci aktör olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla sosyal ilişki gruplarının siyasal bilgi edinme kaynakları arasında yer alması, sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisini ortaya koyan bir başka veri olarak dikkate değerdir.

Elde edilen sonuçlar çerçevesinde araştırmanın temel hipotezleri ile ilgili değerlendirmeler şu şekilde ifade edilebilir. Türk toplumu sosyal ilişki düzeyi Hipotez 1’de de ifade edildiği gibi yüksek olan bir toplumdur. Aile ve akrabalar ile sosyal ilişkiler modernleşme ve kentleşme sürecinde etkilenmekle birlikte güçlü bir şekilde devam etmektedir. Türk toplumunun sosyal ilişkilerinden geleneksel değerler ile modern ritüeller birlikte harmonize bir şekilde etkide bulunmaktadır.

Türk toplumunda sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisinin olduğunu söyleyebiliriz. Hipotez 3’te de belirtildiği gibi bu etki sosyal ilişki gruplarının niteliğine ve sosyal ilişkilerin sürekliliğine göre değişmekle birlikte etkinin olduğu kabul edilen bir gerçektir. Sosyal ilişki düzeyi yüksek olan aile, arkadaş, cemaat ve sivil toplum kuruluşu gibi sosyal grupların siyasal davranışa etkisi diğer sosyal gruplara göre daha fazladır. Burada sosyalleşme sürecinin önemli bir aracı olan aile, Hipotez 4 doğrulayarak diğer sosyal gruplara göre siyasal davranış üzerinde etkisi doğrudan veya dolaylı olarak daha fazla görülen sosyal gruptur. Yine birincil sosyal ilişkiler içerisinde yer alan akrabalarla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa düşük düzeyde de olsa bir etkisi bulunmaktadır. Hipotez 5’de ifade edildiği gibi, akrabalarla sosyal ilişkilerin süreklilik düzeyi ile akrabaların siyasal davranışa etkisi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Akrabalarla daha yüksek düzeyde bir araya gelen seçmenlerin siyasal davranışına akrabaların etkisi daha fazla görülmektedir.

Yine dini cemaatler, seçmenin siyasal davranışa üzerinde önemli etkisi görülen sosyal grup olarak dikkat çekmektedir.

Komşularla sosyal ilişkilerin düzeyi yüksek olmakla birlikte bu sosyal grupla gerçekleşen iletişimin siyasal davranışa yansıması Hipotez 6’da dile getirildiği gibi

düşüktür. Yine sosyal medya gruplarıyla gerçekleşen sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi de bu ağın sanal olması dolayısıyla oldukça düşük düzeyde gerçekleşmektedir.

Hipotez 7’de ifade edildiği gibi, arkadaşlarla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi yaşa, cinsiyete ve meslekte çalışma süresine göre farklılıklar taşımaktadır. Hipotez 8’de de belirtildiği üzere cemaat gruplarıyla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi yaşa göre farklılıklar göstermektedir. Hipotez 9’da da ifade edildiği gibi Sivil toplum kuruluşlarıyla sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisi ile cinsiyet ve sosyal çevreden dışlanma endişesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Türk seçmenin siyasal davranışında liderin etkisi bulunduğu ifade edildiği Hipotez 11 doğrulanmıştır. Türk seçmenin siyasal davranışında lider faktörü önemli bir etkidir. Liderin kişiliği, tutum ve davranışı ile siyasal davranış arasında güçlü bir bağ bulunmaktadır. Yine din siyasal davranış üzerinde etkileri bulunan bir olgudur. Dini pratikleri yerine getirme ve dini kimlik tanımlamaları ile siyasal davranış arasında bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal çevreden dışlanma endişesi ve sosyal çevrenin baskısının siyasal davranışa etkisi düşük düzeyde olsa görülmektedir.

Kitle iletişim araçları özellikle televizyon siyasal davranış üzerinde etkisi bulunan bir diğer faktördür ki Hipotez 12’de de bu durum ifade edilmiştir. Televizyon sosyal ilişkileri etkileyerek parasosyal ilişkilere yol açtığı gibi önemli bir siyasal bilgi kaynağı olması dolayısıyla da siyasal davranış üzerinde etkileri görülmektedir. Siyasal bilgi kaynağı olarak medya ile birlikte sosyal ilişki gruplarının da olması dikkat çekicidir.

Bütün bu değerlendirmeler çerçevesinde son tahlilde Türk toplumunda sosyal ilişkilerin siyasal davranışa etkisinin olduğunu söyleyebiliriz. Bu etki sosyal ilişki gruplarının niteliğine ve sosyal ilişkilerin sürekliliğine göre değişmekle birlikte etkinin olduğu kabul edilen bir gerçektir.

KAYNAKÇA

- ABERCROMBİE N. and Longhurst, B. (2007). *Dictionary of Media Studies*, Penguin Boks, London
- ABADAN, Nermin ve Ahmet Yücekök (1966) "1961-1965 Seçimlerinde Büyük Şehirlerin Oy Verme Davranışlarıyla İlgili Bazı Yorumlar", *SBF Dergisi*, 21/4, 103-118.
- ADAK Nurşen (2004) "Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Televizyon ve Şiddet", *bilig, Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:30, 27-38
- AKBIYIK, Nihat; ÖZTÜRK, Musa (2012) Sivil Toplum ve Sosyal Medya Perspektifinde "Arap Baharı" ve "Wall Street" i İşgal Et" Eylemleri, *Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Kongresi II Bildiri Kitapçığı*, (19-20 Nisan 2012 Malatya), 1003-1027
- AKARCA Ali T.; TANSEL, Aysit (2007) "Social And Economic Determinants Of Turkish Voter Choice İn The 1995 Parliamentary Election", *Electoral Studies*, 2007, 26.3: 633-647
- AKÇA Gürsoy (2005) "Moderninden Postmoderne Kültür ve Kimlik", *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.15, 1-24
- AKGÜN Birol (2007) *Türkiye'de Seçmen Davranışı, Partiler ve Siyasal Sistem*, Nobel Yayınları, Ankara
- AKIN Mahmut H. (2013) *Siyasallığın Toplumsal İnşası-Siyasal Toplumsallaşma*, Çizgi Kitabevi, Konya
- AKTAN Coşkun C., AY Hakan, ÇOBAN Hilmi (2007), "Siyasal Karar Alma Sürecinde Çıkar Grupları", AKTAN Coşkun C., DİLEYİCİ Dilek, *Modern Politik İktisat: Kamu Tercih*, Seçkin Yay., Ankara
- ALBRİTTON Robert and BUREEKEU Thawilwadee (2012) "Impacts of Urban Culture on Political Behavior in Asian Nations", <http://asianbarometer.org/newenglish/publications/workingpapers/no.61.pdf>, 1-26
- ALEMDAR Mine Yeniçeri (2012) "Duygusal Pazarlamada Değer Yıldızı Modeli Beyaz Eşya Tv Reklam Mesajları Üzerine Bir İnceleme", *Global Media Journal Turkish Edition*, Cilt:3, Sayı:5, 208-245

- ALKAN Türker (1979) *Siyasal Toplumsallaşma*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara
 Üniversitesi Yayınları, Ankara
- ALKAN Türker ve ERGİL Doğu (1980) *Siyaset Psikolojisi*, Turhan Kitabevi, Ankara
- ALTAN Ahmet (2010) *Kent Dindarlığı*, Timaş Yayınları, İstanbul
- ALTUN T. Didem AKYOL (2008) “Yeni Yaşam Tarzları: Kapalı Konut Yerleşkeleri”,
 DEÜ Mühendislik Fköltesi Fen Ve Mühendislik Dergisi, Cilt:10, Sayı: 3,
 73-85
- ANDERSON, S. vd. (2006) *Dictionary of Media Studies*, A&C Black, London
- ANDY-AR (2011) “Türk Toplumunda Cemaat Algısı Araştırması”, İstanbul
- ANTUNES Rui (2010). "Theoretical Models Of Voting Behaviour." *Exedrajournal*,
 No:4, 145-170
- ARNETT Jeffrey. J. (1995). “Broad and Narrow Socialization: The Family in The
 Context of A Cultural Theory”, *Journal of Marriage and the Family*,
 Vol.57, No.3, 617-628.
- ARON Raymon (2004), *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*, Çev. Korkmaz Alemdar, Bilgi
 Kitabevi, İstanbul
- ARSLAN, Ali (2007) “Yerel Seçim Sonuçları Temelinde Türkiye’nin Siyasi Yapısı”,
Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, C.4, S.1, 1-32
- ARSLAN Mustafa (2004) Kültürel Bağlamda Din, *Din Bilimleri Akademik Araştırma
 Dergisi*, Cilt:IV, S:1, 189-205
- ARSLANTÜRK Zeki ve AMMAN Tayfun M.(2009) *Sosyoloji*, Çamlıca Yayınları,
 İstanbul.
- ASLAN Cumhur (2011) “Türkiye’de Özel Alanın İfşası ve Mağduriyet Halleri, Hüseyin
 Köse (Ed.) *Medya Mahrem*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 84-128
- ATAR Yavuz (2006) Seçim Hukukunun Güncel Sorunları, *Anayasa Yargısı Dergisi*,
 Cilt:23, 211-235
- AYDIN, Kenan; ÖZBEK, Volkan (2004) Ailenin Seçmen Davranışları Üzerindeki
 Etkisi, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 2, 144-
 167
- AYTAÇ, Ömer (2002) Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar, *Fırat Üniversitesi
 Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 12, Sayı: 1, 231-260
- AYTAÇ, Ömer (2007) Kent Mekânlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası, *Fırat
 Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 2, 199-226

- AYTAÇ Ömer ve İLHAN Süleyman (2008) “Yeni Kapitalizmin Kaotik Evreni: Belirsizlik, Sömürü ve Ahlâki Kriz”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal BilimlerEnstitüsü Dergisi*, C.10, S.1, 182-210
- AZİZ Aysel (2007) *Siyasal İletişim*, Nobel Yayın, Ankara.
- AZİZ Aysel (1982) *Toplumsallaşma ve Kitleleşme İletişim*, Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara
- AVŞAR, Nilüfer (2002) “Seçmen Davranışının Sosyo-Ekonomik Boyutları ve Mesleğin Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkileri”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta
- BABAN Ece (2012) “McLuhan ve Baudrillard’ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti, Gözetlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sorunu”, Tolga Kara, Ebru Özgen (Ed.), “*Sosyal Medya*”, Beta Yayın, İstanbul, 57-79
- BACIK Gökhan (2003) “Devlet Birey Aşınırken Kamusal Alanı Düşünmek”, *Sivil Toplum Dergisi*, Yıl:1, Sayı:2, 25-29
- BAHAR Halil İbrahim (2008) *Sosyoloji*, USAK Yayınları, Ankara
- BAKER Levi R. and Debra L. Oswald (2008) “Shyness And Online Social Networking Services”, *Journal of Social and Personal Relationships*, Volume:27, No:7, 873–889
- BAKIROĞLU Cemile Tokgöz (2013) “Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları”, *XIV. Akademik Bilişim Konferansı*, ab.org.tr/ab13/bildiri/228.pdf, Akdeniz Üniversitesi, Antalya
- BALTACI Cemal ve UYSAL Meyrem Tuna (2012) “Türkiye’de Bir Siyasal Sosyalleşme Aracı Olarak Ders Materyali: İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Üzerine Bir İnceleme”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:17, Sayı:, 177-194.
- BALTACI Cemal ve EKE, Erdal (2012). “Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisine Yönelik Seçmen Algısı: Isparta Örnek Olayı”, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4 (1), 115-126.
- BARUT Basri (2005). “Siyasal Reklamcılık Özelinde Siyasal Tutumların Oluşma Süreci”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 295-317.
- BARTELS Larry M (2008). “The Study Of Electoral Behavior”, *The Oxford Handbook of American Elections And Political Behavior*, 239-261

- BAŞARAN İsmail, (2008) *Kent ve Yerel Yönetim*, Plato Danışmanlık, Okutan Yayınları, İstanbul
- BAŞLAR Gülşah (2013) “Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm”, *Akademik Bilişim 2013 Konferansı* (23-25 Ocak 2013, Antalya), 1-8
- BAUDRİLLARD Jean (2004) *Tüketim Toplumu*, Çev. Hazal Deliçaylı, Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- BAUDRİLLARD Jean (2008) *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul
- BAUDRİLLARD Jean (2009) *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, Çev. Oğuz Adanır, Ali Bilgin, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul
- BAUMAN Zygmunt (2001), *Parçalanmış Hayat, Postmodern Ahlak Denemeleri*, Çev. İsmail Türkmen, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- BAUMAN Zygmunt (2009), *Sosyolojik Düşünmek*, Çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- BAUMAN Zygmunt (2003), *Modernlik ve Müphemlik*, Çev. İsmail Türkmen, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- BAUMAN Zygmunt (2011) *Bireyselleşmiş Toplum*, Çev. Yavuz Alogan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- BAUMAN Zygmunt (2006) *Küreselleşme*, Çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- BAYHAN Vehbi (2002) Demokrasi Ve Sivil Toplum Örgütlerinin Engelleri: Patronaj ve Nepotizm, *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 26, S.1, 1-13
- BAYHAN Vehbi (2011).Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: “Tüketiyorum Öyleyse Varım”, *Sosyoloji Konferansları*, Sayı:43, 221-248.
- BEKTAŞ Arsev (2000) *Kamuoyu, İletişim Ve Demokrasi*, Bağlam Yayınları, İstanbul
- BERBEROĞLU Berch (2009) *Klasik ve Çağdaş Sosyal Teoriye Giriş*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul
- BİLGİSEVEN Amiran Kurktan (1986) Genel Sosyoloji, Filiz Kitapevi, İstanbul
- BRUCE Steve and YEARLEY Steven (2006) “*The Sage Dictionary of Sociology*”, SAGE Publications, California, ABD
- BOAS, Taylor, and Amy Erica Smith (2013) "Religion and the Latin American Voter1." *Paper Presented at the Annual Meeting of the Southern Political Science Association, 15 1- 1-34*

- BOCOCK Robert (1997) *Tüketim*, Dost Kitabevi, Ankara
- BORİNS Sanford(2011).“Online Adaydan Online Başkana”, Yusuf Devran(ed.), *Seçim Kampanyalarında Geleneksel Medya, İnternet ve Sosyal Medyanın Kullanımı*, Başlık Yayın Grubu, İstanbul
- BOWKER Julie C., Bridget K. Fredstrom, Kenneth H. Rubin, Linda Rose-Krasnor, Cathry Booth-LaForce, Brett Laursen (2010) “Distinguishing Children Who Form New Best-Friendships From Those Who Do Not”, *Journal of Social and Personal Relationships*, Volume:27, No:6, 707–725.
- BOZKURT Veysel (2005) *Değişen Dünyada Sosyoloji*, Aktüel Yayınları, İstanbul
- BOZKURT Veysel (2004) “Yıkıcı Gemeinschaft"tan "Öteki"Siz Postmodern Kabilelere:SanalCemaatler”,<http://www.stradigma.com/nndex.php?1-11>
- BULAÇ Ali (2000), “Cemaat Ve Cemiyet”, <Http://Arsiv.Zaman.Com.Tr/2000/09/12/Yazarlar/Alibulac.Htm>, E.T.27.07.2013
- BULUT Işıl ve POLAT Gonca (2012) “Örgütlerde Gruplar”, *Örgüt Sosyolojisi*, Ed: Memet Zincirkıran, Dora Yayınları, Bursa
- BULUT Işıl (1988) “Örgüt İçi Gruplar Ve Grupların Yönlendirilmesi”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt:21, Sayı:4, 57-67
- BULUTAY Tuncer ve Nuri YILDIRIM, “Türk Seçmenlerinin Oy Verme Eğilimlerinde İktisadi Sebeplerin Önemi Üzerinde Bir Deneme”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, C.23, 7-39
- BRUCE Steve and YEARLEY Steven (2006) *The Sage Dictionary of Sociology*, SAGE Publications, London
- CARPİNİ Michael X. Delli (2004) “Mediating Democratic Engagement: The Impact of Communications on Citizens’ Involvement in Political and Civic Life”, *Handbook Of Political Communication Research*, Ed.Lynda Lee Kaid, Lawrence Erlbaum Associates, London, 463-478
- CAN Yücel (2004) “Durhheim ve Merton’ın Anomi Kuramları Bağlamında Cemaatten Cemiyete Türk Toplumunu”,*Muhafazakar Düşünce Dergisi*, Yıl:1, Sayı:2, 79-94
- CASTELLS Manuel (2008a) *Ağ Toplumunun Yükselişi, Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, Birinci Cilt. Çev:Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul

- CASTELLS Manuel (2008b) *Kimliğin Gücü, Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, İkinci Cilt 2., Çev: Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul
- CEVİZCİ AHMET (2010) *Felsefe Sözlüğü*, Paradigma Yayınları, İstanbul
- CEYLAN Tuncay (2011) "Toplumsal Sistem Analizinde Toplumsal Statü ve Rol", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:15, Sayı:1, 89-104
- CHO Wendy K. Tam; GIMPEL, James G.; DYCK, Joshua J. (2006) "Residential Concentration, Political Socialization, And Voter Turnout". *Journal of Politics*, Volume:68, No.1, 156-167
- CHORY, Rebecca M., and Sara Banfield (2009). "Media dependence and relational maintenance in interpersonal relationships." *Communication Reports* 22.1, 41-53.
- COHEN Alexander H. (2011) "*Climate, Weather, And Political Behavior*", Theses And Dissertations, University of Iowa, ABD
- COOLEY Charles Horton (1929) *Social Organizasyon: A Study of the Larger Mind*, Charles Scribner's Sons, New York
- COŞGUN Melek (2012) "Gençlerin Kimlik Gelişimi Ve Sosyalleşme Sürecine Televizyon Dizilerinin Etkisi (Sakarya İli Kocaali İlçesi Örneği)", *Akademik Bakış Dergisi Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, Sayı:28, 1-22
- ÇAĞLAR Şebnem (1997) "Baskı Gruplarının Siyasal İktidar Üzerindeki Etkileri", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:6, 279-295
- ÇAM, Esat (1987) *Siyaset Bilimine Giriş*, Der Yayınları, İstanbul.
- ÇAHA, Ömer, TOPRAK Metin ve DALMIŞ İbrahim (2002a), "Siyasal Parti Üyelerinde Siyasal Katılım Düzeyi: Kırıkkale Örneği", Der. Ö. Çaha, *Seçmen Davranışı ve Siyasal Partiler*, İstanbul: Gendaş Yayınları, 44-115.
- ÇAHA, Ömer, TOPRAK Metin ve DALMIŞ İbrahim; (2002b) Seçmenin Parti Tercihinde Rol Oynayan Faktörler (Kırıkkale Örneği), *Seçmen Davranışı Ve Siyasal Partiler*, (Ömer Çaha Der.) Gendaş Y., İstanbul, 116-141
- ÇAHA Ömer (2003) Mahrem Kamusal Alan, *Sivil Toplum Dergisi*, Yıl:1, Sayı:2, 79-88
- ÇAKIR Vesile, ÇAKIR Vedat (2011). "Yalnızlık ve Televizyon Kullanımı". *Selçuk İletişim*, Cilt:7, Sayı:1, 131-147.

- ÇAKIR Vedat (2005) "Bir Sosyal Etkinlik Olarak Eğlence ve Televizyon (Konya Örneği)", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:13, 123-142.
- ÇARKOĞLU Ali; TOPRAK, Binnaz (2006) *Değişen Türkiye’de Din, Toplum Ve Siyaset*, Tesev Yayınları, İstanbul
- ÇEBİ Murat Sadullah.(2002). “Günümüzde Siyasetin Medyada İnşası ve Sunumu Üzerine Bazı Dikkatler”, *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, Sayı:14- 1-35
- ÇETİN Ebru (2009) “Üniversite Öğrencileri Arasında İletişimin Değişen Yüzü: Anlık Mesajlaşma Programları”, *VI. Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildiri Kitabı*, 292-300
- ÇETİN Halis (2003) *İnsan ve Siyaset*, Siyasal Kitabevi, Ankara
- ÇETİN Halis (2003) *Modernleşme ve Türkiye’de Modernleşme Krizleri*, Siyasal Kitabevi, Ankara
- ÇİFTÇİ Orhan (1991) “Çocuğun Sosyalleşmesinde Ailenin Rolü, *Aile ve Toplum Dergisi*” Sayı:2, 19-23
- ÇİLDAN Cihan, Ertemiz Mustafa, Küçük Evren, Tumuçin H. Kaan. & Albayrak Duygu (2012)“Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü” *Akademik Bilişim 2012 Konferansı*, Uşak Üniversitesi, 1-3 Şubat 2012
- ÇİNKO Levent (2006) “Seçmen Davranışları ile Ekonomik Performans Arasındaki İlişkilerin Teorik Temelleri ve Türkiye Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, C. 61, S.1, 103-116
- ÇOPUROĞLU Y. Cemalettin (2000) “Fırat Havzası Evlilik Kültürü I: Düşün Öncesi”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 10, Sayı: 2, 163-193
- DALTON Russell J. (2000) “Citizen Attitudes And Political Behavior”, *Comparative Political Studies*, Volume: 33.6-7, 912-940.
- DAMLAPINAR Zülfikar; BALCI, Şükrü (2005) “Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen Etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan Araştırması”, *Selçuk İletişim Dergisi*, C.4, S.1, 58-79
- DEMİR Ömer ve ACAR Mustafa (1997) *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, Vadi Yayınları, Ankara
- DEMİRCİ OREL, Fatma ve Burak Nakıboğlu (2010). “Genç Seçmenlerin Oy Tercihlerinde Politik Pazarlama Faaliyetlerinden Etkilenme Düzeyleri” *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, Cilt:47, Sayı: 543, 65-78

- DEVER Ayhan (2012) "Bilginin Efendileri":Epistemik Cemaat, *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*, Sayı:13, 201-217
- DEVİRAN Yusuf (2003) *Siyasal Kampanya Yönetimi*, İstanbul
- DEVİRAN Yusuf ve SEÇKİN Gülcan (2011) "Kamusal İnsan, Medya ve Siyaset", *Seçim Kampanyalarında Geleneksel Medya, İnternet ve Sosyal Medyanın Kullanımı*, Ed. Yusuf Devran, Başlık Yayın Grubu, İstanbul
- DİLBER Fadime (2012) "Siyasal Toplumsallaşmada Seçmenlerin Siyasal Tercihine Sosyal Unsurların Etkisi; Karaman İli Seçmenleri Üzerine Bir Alan Araştırması", *Akademik Bakış Dergisi*, S: 2, 1-19
- DİLBER Fadime (2012) "Seçmenlerin Kitle İletişim Araçlarından Aldığı Siyasal İçerikli Bilgilerden Etkilenme Düzeyi; Karaman İli Seçmenleri Üzerine Bir Alan Araştırması." *Gümüşhane Üniversitesi Elektronik Dergi*, Cilt:1 Sayı:4, 83-105
- DİLMEN, N. Emel ve ÖĞÜT Sertaç. (2010) "Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları." *MÜ Yeni Medya ve Etkileşim Konferansı Bildiri Kitapçığı*, 237-242
- DOĞAN Adem ve GÖKER Göksel (2013) *Siyasal İletişim Araştırmaları*, Nobel Yayınları, Ankara
- DOĞAN Adem ve GÖKER Göksel (2012) "Tematik Televizyon ve Çocuk: İlköğretim Öğrencilerinin Televizyon İzleme Alışkanlıkları", *Milli Eğitim Dergisi*, Yıl:41, Sayı:194, 5-30
- DOĞAN, İsmail (2009) *Sosyoloji Kavramlar Ve Sorunlar*, Pegem Yay., Ankara
- DOĞAN, Murat Ertan (2011). "Enformasyonel İş Gücü İçin Yeni Bir Öğrenme Yaklaşımı: Bağlantıcılık", *Akademik Bilişim Kongresi Bildirileri*, (2-4 Şubat 2011 İnönü Üniversitesi, Malatya) 171-177,
- DOĞAN Şahin (2010) Dini Tutumların Oluşmasına Etki Eden Sosyo- Kültürel Faktörler, *Toplum Bilimleri Dergisi*, Cilt:4, Sayı: 8, 107-126
- DOLGUN Uğur (2011) "İnternet ve Demokrasi." *Sosyoloji Konferansları* 44, 221-236.
- DOSTİE-GOULET, Eugénie (2009) "Social Networks And The Development Of Political Interest." *Journal Of Youth Studies*, Volume:12, Sayı:4, 405-421
- DOUGLAS Mary ve ISHERWOOD Baron (1999) *Tüketimin Antropolojisi*, Dost Kitabevi, Ankara

- DOWNS Anthoney (1957) *An Economic Theory Of Democracy*, Harper-Row Publishers, New York
- DÖNMEZER Sulhi (1984) *Sosyoloji*, Savaş Yayınları, Ankara
- DUE Pernille; HOLSTEİN, Björn; LUND, Rikke ; MODVIG, Jens; AVLUND, Kirsten (1999) “Social Relations: Network, Support And Relational Strain”, *Social Science & Medicine*, 48: 661-673
- DURAN Hasan (2005) "Siyasal Katılmayı Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma: Tavşanlı-Kütahya Örneği", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:13, 131-152
- DURKHEİM Emile (2006) *Toplumsal İşbölümü*, Çev. Özen Ozankaya, Cem Yayınevi, İstanbul
- DURSUN Davut (2012) *Siyaset Bilimi*, Beta Basım Yayım, İstanbul
- DURMUŞ Mehmed (2012) “Cemaat”, *İktibas Dergisi*, Sayı:404, 9-17
- DUVERGER Maurice (2007) *Siyaset Sosyolojisi*, Varlık Yayınları, İstanbul
- EAVES, Lindon J.; EYSENCK, Hans J. (1974) “Genetics And The Development Of Social Attitudes”, *Nature*, Volume 249, 288–289
- ELLUL Jacques (2003) *Teknoloji Toplumu*, Çev. Musa Ceylan, Bakış Yayınları, İstanbul
- ERCİNS Gülay (2007) “Türkiye’de Sosyo-Ekonomik Faktörlere Bağlı Olarak Değişen Seçmen Davranışı”, *C.Ü. İİBF Dergisi*, Cilt 8, Sayı 2, 25-40
- ERDOĞAN İrfan ve ALEMDAR Korkmaz, (2002) *Öteki Kuram*, Erk Yayınları, Ankara
- ERDOĞAN İrfan (2007) “Karl Marx İnsan, Toplum ve İletişim”, *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 25, 199-228
- ERDOĞAN, İrfan (2003) *Pozitivist Metodoloji: Bilimsel Araştırma Tasarımı, İstatistiksel Yöntemler, Analiz ve Yorum*, Erk Yayınları, Ankara
- ERGAN Nevin Güngör (2001), “Sosyal Gruplar”, *Yönetim ve Organizasyon*, Ed. Salih Güney, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 549-575
- ERGÜN Mustafa (1994) *Eğitim Sosyolojisi*, Ocak Yayınları, Ankara
- ERGİL Doğu (1984) “Toplumsal Örgütlenmenin Yapısı”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt 39, Sayı:1-4, 15-32
- ELKIN Frederick (1995) *Çocuk ve Toplum: Çocuğun Toplumsallaşması*, Çev. Nazife Güngör, Gündoğan Yayınları, Ankara

- ERIKSON Robert S. (2009) *The American Voter And The Economy*, 2008. *PS: Political Science & Politics*, Volume:42(03), 467-471.
- ERKAL Mustafa (2012) *Sosyoloji (Toplumbilim)*, Der Yayınları, İstanbul
- ERKAN Rüstem (2010) *Kentleşme ve Sosyal Değişme*, Bilimadam Yayınları, Ankara
- ERKAN Rüstem ve BAĞLI, Mazhar (2005) “Diyarbakır’da Seçmen Davranışı ve Seçmen Davranışının Oluşmasında Yerel Medyanın Rolü”, *Selçuk İletişim* Cilt:3, Sayı:4, 181-196
- ERKİLET Alev (2007) *Toplumsal Yapı ve Değişme Kuramları*, Hece Yayınları, Ankara
- EROĞLU A. Hüsrev; BAYRAKTAR, Sumru (2010) “Siyasal Pazarlama Uygulamalarının Seçmen Tercihleri Üzerine Etkileri-İzmir İli Örneği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S:12, 187-207
- ERSOY Ersan (2008) “Tarihsel Kapitalizmden Güncel Kapitalizme Küreselleşme”, *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, 143-153
- ERSÖZ Aysel GÜNİNDİ (2010), Tüketim Toplumunda “Sıfır Beden” Söylemi: Neden ve Sonuçları Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme, *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Cilt:27, Sayı:2, 37-53
- ERTÜRK Yıldız Dilek (2012) *Davranış Bilimleri*, Kutupyıldızı Yayınları, İstanbul
- ERZEN Meltem Ü. (2008) “Siyasi Lider İmajlarının Seçimlerde Etkisi”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, C:32, S:1, 68-80
- ERZEN, Meltem Ünal ve YALIN Bahar Eroğlu (2012) "Siyasal Kültürün Temel Paradigmaları Üzerine: Kültürden, Siyasal Toplumsallaşma, Örgütlenme Ve Katılma Süreçlerine Yansıyanlar." *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, Sayı:41, 49-61.
- ESER Hamza Bahadır (2012) “Dinin Siyasal Davranışlar Üzerindeki Etkisi:Antalya Örnek Olay Araştırması”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 14/3,. 97-136
- ESEN Hüseyin (2013) *Sosyal Ağların Toplumsal ve Bireysel Etkileri: Homo-aptus’u Anlamak*, <http://www.ekopolitik.org/public/printnews.aspx?id=5984>, E.T. 23.06.2013
- EŞSİZÖĞLU Altan (2012) *Aile Yapısı ve İlişkileri*, Ed. Çınar Yenilmez, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2542, Eskişehir

- FALK Jorn (2004) “Ferdinand Tönnies”, *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, Yıl:1, Sayı:2, 45-60
- FICHTER Joseph (2004) *Sosyoloji Nedir?*, Çev. Nilgün Çelebi, Anı Yay., Ankara
- FORSYTH Donelson R. (2006) *Group Dynamics*, Thomson Learning, ABD
- GANDHI Debu (2005) “Rational Choice Theory In Political Science: Mathematically Rigorous But Flawed In Implementation”, *Critique: A Worldwide Journal of Politics*, Spring, 2005, 80-92.
- GENEL Mehmet Gökhan (2012) “Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri “Twitter” Örneği)”, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, Volume2 Issue 4, 23-31
- GEZGİN Mehmet Fikret (1998) “Cemaat - Cemiyet Ayrımı ve Ferdinand Tönnies”, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Sosyoloji Konferansları*, Sayı:22, 183-201
- GİBBS, Aimée K. (2005) "Religiosity and Voting Behavior."
<http://www.mckendree.edu/academics/scholars/issue6/gibbs.htm>
- GİDDENS Antony (1993) *Sosyoloji-Eleştirel Bir Giriş*, İhtar Yayıncılık, İstanbul
- GİDDENS Anthony (1998) *Modernliğin Sonuçları*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- GİDDENS Anthony (2008) *Sosyoloji*, (çev.) Cemal Güzel Kırmızı Yayınları, İstanbul
- GİRİŞKEN Yaşar (2010), "Türkiye'de Siyasi Partilerin Ve Liderlerinin Marka Kişiliği İle Seçmen Oy Tercihi Arasındaki İlişki Üzerine Bir Pilot Araştırma", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul
- GOFFMAN Ervin (2009) *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, Metis Yayınları, İstanbul
- GOFFMAN Ervin (2009) “Toplumsal Etkileşim ve Günlük Yaşam”, *Sosyoloji (Başlangıç Okumaları)*, Ed: Anthony Giddens, Say Yayınları, İstanbul
- GÖKÇE Orhan, AKGÜN Birol, KARAÇOR Süleyman (2002) “3 Kasım Seçimlerinin Anatomisi: Türk Siyasetinde Süreklilik Ve Değişim”, *S.Ü İ.İ.B.F Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, No: 2, 1-44
- GÖKÇE Orhan (2013) *Siyaset Sosyolojisine Giriş*, Çizgi Kitabevi, Konya
- GÖKER Göksel & DOĞAN, Adem (2011) “Ağ Toplumunda Örgütlenme: Facebook'ta Çevrimiçi Tekel Eylemi”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(25): 175-203.

- GÖKER Göksel, ALPMAN Polat S. (2011) “Tüketim Toplumuna Sinemasal Bir Yaklaşım: Fight Clup”, *Atatürk İletişim Dergisi*, Sayı:1, 111-129
- GÖKER Göksel & DOĞAN, Adem (2011) Ağ Toplumunda Örgütlenme: Facebook'ta Çevrimiçi Tekel Eylemi, “*Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:14, Sayı:25, 175-203.
- GÖKER Göksel & DEMİR, Mustafa & DOĞAN, Adem (2010) Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *NEWSA, Humanities*, 5(2): 183-206.
- GÖLE Nilüfer (2010) *Modern Mahrem Mahremiyet ve Örtünme*, Metis Yayınları, İstanbul
- GÖRMEZ Kemal (1997) *Kent ve Siyaset*, Gazi Kitabevi, Ankara
- GÜLEÇYÜZ Kazım (2011) *Cemaatler ve Toplum-Siyaset-Devlet*, Yeni Asya Y., İstanbul
- GÜLMEN Yüksel (1979) *Türk Seçmen Davranışı*, İstanbul.Üniversitesi.İ.F., Yayınları İstanbul.
- GÜLLÜPINAR Hasan (2010) *Siyasal İletişim ve Aday İmajı*, Eğitim Kitabevi, Konya
- GÜLLÜPUNAR Hasan (2012) Seçim Kampanyalarında Yüz-Yüze İletişim Tekniği Olarak Canvassing: 2011 Seçim Kampanyaları Bağlamında Gümüşhane Araştırması, *Selçuk İletişim*, 7, 2, 83-96
- GÜNAY Ünver (1986) “İslam Dünyasında Bir Din Sosyolojisi Öncüsü: İbn Haldun” (1332-1406), *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı:6, 63-104
- GROSS John (2007) “*The Influence of Parents in the Voting Behavior of Young People: A Look at the National Civic and Political Engagement of Young People Survey and the 2008 Presidential Election*”, <http://ase.tufts.edu/polsci/faculty/portney/studentGross.pdf>, [A. September 9 2013].
- GÜR Bekir S. ve KURT Türker (2011) Türkiye’de Ailelerin Eğitim İhtiyaçları, *Aile ve Toplum* (Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Eğitim - Kültür ve Araştırma Dergisi Cilt:7 Sayı:27, 33-62
- GÜRKAN Ülker (1988) “Montesquieu ve Kanunların Ruhu (Hukuk Sosyolojisi Açısından Bir Değerlendirme)” *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt: 40, Sayı: 1-4, 9-31
- GÜZ Nurettin (2005) *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*, Nobel Yayın, Ankara

- QUTWAİTE William (2003) *Modern Toplumsal Düşünce Sözlüğü*, Çev: Melih Pekdemir, İletişim Yayınları, İstanbul
- HABERLİ Mehmet (2012) “Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt.1, Sayı:3, 118-134
- HABERMAS Jürgen (2000) *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü*, Çev. Tanıl Bora, Mithat Sancar, İletişim Yayınları, İstanbul
- HALDUN İBN (2000) Mukaddime I, Çev.Zakir Kadiri Ugan, Milli Eğitim Basımevi, Ankara
- HATEMI Peter K.; MCDERMOTT, Rose (2012) “The Genetics Of Politics: Discovery, Challenges, And Progress”. *Trends in Genetics*, Volume: 28, Issue: 10, 525–533
- HODA Marie (2008) Toplumsallaşma, *Modern Toplumsal Düşünce Sözlüğü*, Ed. William Outhwaite, İletişim Yayınları, İstanbul
- HORTAÇSU Nuran (1998) *Grup içi ve Gruplararası Süreçler*, İmge Kitabevi, Ankara
- HORVATH, Carry. W. (2004). Measuring television addiction. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 48, 378–398.
- HOLY Ladislav (2007) “Groups”, *The Social Science Encyclopedia*, Ed. Adam Kuper and Jessica Kuper, Routledge, New York
- HOWELL Frank M. and MCBROOM Lynn W. (1982) “Social Relations at Home and at School: An Analysis of the Correspondence Principle”, *Sociology of Education*, Vol. 55, No.1. 40-52
- HÜLÜR Himmet ve KALENDER Ahmet (2003) *Sosyo-Politik Tutumlar ve Din*, Çizgi Yayınları, Konya
- ILLİCH Ivan (1998) *Okulsuz Toplum*, Çev. Mehmety Özay, Şule Yayınları, İstanbul
- İÇLİ Gönül (2009) *Sosyolojiye Giriş*, Anı Yayıncılık, Ankara
- İLHAN Vahit ve ULUSOY Ali (2013),Televizyon Bağımlılığı Ve İzleyici: Tv İzlememek Mümkün Mü?,*International Journal of Social Science*,Volume:6 Issue:5,1127-1154,
- İNCEOĞLU Metin (2010) *Tutum Algı İletişim*, Beykent Üniversitesi Yayınevi, İstanbul
- İRKİN Ayça Çamlıbel (2012) *Çocukların Gelişim Süreci Ve Televizyonun Etkileri*, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlık Tezi, Ankara

- JOHNSON Dennis W. (2001) *No Place for Amateurs: How Political Consultants are Reshaping American Democracy*, Routledge, New York
- JOHANSSON Thomas (1994) "Late Modernity, Consumer Culture And Lifestyles: Toward A Cognitive-Affective Theory", *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles (Communication and Society)*, Ed. Karl Erik Rosengren, Routledge Published, New York, ABD
- KABAN Yelda Z. (1995), "*Türkiye’de Araştırma Şirketleri, Yaptıkları Siyasi Kamuoyu Araştırmaları ve Seçmen Tercihi üzerine Etkileri*", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- KAĞITÇIBAŞI Çiğdem (2008) *Günümüzde İnsan ve İnsanlar (Sosyal Psikolojiye Giriş)*, Evrim Yayınları, İstanbul
- KAHRAMAN Özözen Selver (2007) *Seçimlerin Mekansal Analizi*, Gazi Kitabevi, Ankara
- KALENDER, Ahmet (2005) *Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri*, Çizgi Kitabevi, Konya
- KANDIR Adalet ve ALPAN Yasemin (2008) "Okul Öncesi Dönemde Sosyal-Duygusal Gelişime Anne-Baba Davranışlarının Etkisi", *Aile ve Toplum* (T.C.Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Eğitim - Kültür ve Araştırma Dergisi) , 14, 33-39
- KAPANİ Münici (2007) *Politika Bilimine Giriş*, Bilgi Yayınevi, Ankara
- KAPUSIZOĞLU Mehmet (2011) "Ekonomik Kriz, 2002 Seçimleri ve Seçmen Tercihi", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, Cilt 3, No 2, 121-131
- KARAÇOR Süleyman ve GÖZÜM, Perihan (2012), "Türkiye’de Seçmen Tercihlerinin Oluşmasında Seçim Kampanyaları ve Siyasal Pazarlamanın Rolü Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 12, Sayı: 24, 403-426.
- KARAÇOR Süleyman ve ZENGİN Esra Çelebi (2012). "Seçim Kampanyalarında Kullanılan Vaatlerin Kaynağının Seçmenler Tarafından Bilinirliği Üzerine Bir Araştırma: Konya Örneği." *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:28, 89-107
- KARADOĞAN Ece (2004) "Seçmenin Siyasal Tutumunun Oluşmasında Siyasetçinin İkna Becerilerinin Etkisi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Cilt:21, Sayı:20, 243-248

- KARAMAN Kasım (2003) “Şehirleşme Sürecinde Bireysel ve Sosyal İlişkiler (Kayseri Örneği)”, *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları* 4; 118-128
- KARTAL Zeki (2007) Kavramsal Ve Tarihsel Yönleri İle Küreselleşme, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:8, Sayı:2, 251-264
- KALAYCIOĞLU Ersin (1983) *Karşılaştırmalı Siyasal Katılma*, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını, İstanbul
- KAYA Kamil ve TUNA Meyrem (2008) “İlköğretim Çağındaki Çocukların Sosyalleşmesinde Televizyonun Etkisi”, *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:17, 159-182
- KAYA Kamil (2008), *Küçük Gruplar Sosyolojisi*, Fakülte Kitabevi, Isparta.
- KAYAPINAR Akif (2006) İbn Haldûn’un Asabiyyet Kavramı: Siyaset Teorisinde Yeni Bir Açılım, *İslam Araştırmaları Dergisi*, Sayı:15, 83-114
- KAYAOĞLU Aysel (2011) Sosyal Psikoloji-II, Ed. Sezen ÜNLÜ, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2272, Eskişehir
- KEY V. O. (1955); “A Study of Critical Elections.” *Journal of Politics*, V:71, 3-18.
- KILIÇ Nilgün Sofuoğlu (2012) “Toplumsal İlişkiler Alanı Olarak Sanal Âlem Üzerine Schutzcu Bir Çözümleme”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:13, S:4, S:139-150
- KILIÇ AYDIN Esra (2013) Seçmenlerin Oy Verme Davranışlarında Etkili Olan Siyasal Faktörlere İlişkin Bir Araştırma: Ankara Örneği, 21. Yüzyılda Sosyal Bilimler, Sayı: 2, 179-222
- KILIÇASLAN Emine Çakmak (2011) *Siyasal iletişim İdeoloji ve Medya İlişkisi*, Kriter Yayınları, İstanbul
- KIŞLALI A. Taner (1976), “Siyasal Tutumlarda Kuşak ve Cinsiyet Etkenleri (Bir Alan Araştırması)”, *SBFD*, Cilt:31, No:1-4, 117-130
- KIŞLALI Ahmet Taner (2000) *Siyaset Bilimi*, İmge Kitabevi, Ankara
- KIZILÇELİK Sezgin (1994). *Sosyoloji Teorileri-2*, 2. Baskı, Yunus Emre Y., Konya.
- KIVİSTO Peter (2008) *Sosyolojinin Temel Kavramları*, Çev.İhsan Çapcıoğlu, Birleşik Yayınevi, Ankara
- KOLM Serge-Christophe (2008) *Reciprocity: An Aconomics of Social Relations*, Cambridge University Pres
- KONDA (2011) *İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı*, Konda Araştırma, İstanbul

- KONGAR Emre (2010) *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*, Remzi Kitabevi, İstanbul
- KOŞTAŞ Münir (1999) *Sosyalleşme (Socialisation)*, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi Sayı:29, 329-334
- KÖMEÇOĞLU Uğur (2003) “Kamusal Alan Kavramlaştırmasında Bazı Teorik Sorunlar”, *Sivil Toplum Dergisi*, Yıl:1, Sayı:2, 7-16
- KÖKTAŞ M.Emin (1997) *Din ve Siyaset Siyasal Davranış ve Dindarlık*, Vadi Yayınları, Ankara.
- LAKE Celinda ve HARPER Pat Callbek (2008) *Kamuoyu Araştırmaları*, Çev. Nurettin Güz, Eğitim Kitabevi, Konya
- LATİF A., ABİDEEN, Z.U., and NAZAR, Muhammad. S. (2011), ‘Individual Political Behavior in Organizational Relationship’, *Journal of Politics and Law*, Vol:4, No:1, 199-210
- LAYMAN Geoffrey C. (1997) “ Religion and Political Behavior in the United States: The Impact of Beliefs, Affiliations, and Commitment From 1980 to 1994”, *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 61, No. 2., 288-316
- LAZAR Judith (2001) *İletişim Bilimi*, Vadi Yayınları, Ankara
- LEAVİTT Harold . J. (1951) “Some Effects Of Certain Communication Patterns On Group Performance”, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Volume:46, 38-50.
- LILLEKER Darren G. (2006) *Key Concepts in Political Communication*, SAGE Publications, London
- LOUNG Gloria; CHARLES, Susan T.; FİNGERMAN Karen L. (2011) “Beter With Age: Social Relationships Across Adulthood”, *Journal of Social and Personal Relationships*, Volume:28, No:I, 9-23
- LOVE Jeffrey (2004) “Political Behavior and Values Across the Generations”, *AARP Strategic Issues Research*, 1-23
- LYON David (2006) *Gözetlenen Toplum*, Çev.Gözde Soykan, Kalkedon Yay., İstanbul
- MACIVER R. M. ve PAGE Charles H. (1971) *Cemiyet I*, Çev. Amiran Kurktan, Devlet Kitapları, İstanbul
- MARDİN Şerif (2013) “2000’e Doğru Kültür ve Din”, Ed.Mümtazer Türköne, Tuncay Önder, *Türkiye’de Din ve Siyaset Makaleler 3*, İletişim Yay., İstanbul, 213-236

- MARSHALL Gordon (2005). *Sosyoloji Sözlüğü*, (çev.)O.Akınhay, D.Kömürcü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara
- MANZA, Jeff, and Clem Brooks (1997) "The religious factor in US presidential elections, 1960-1992." *American Journal of Sociology* 103.1 (1997): 38-81.
- MCQUAIL Denis ve WINDAHL Sven (2010) *İletişim Modelleri*, İmge Kitabevi, İstanbul
- MCNAIR Brian (1999) *An Introduction To Political Communication*, Second edition, Routledge, New York
- MCKENZIE Brian D. ve ROUSE Stella M.(2013) Shades of Faith: Religious Foundations of Political Attitudes among African Americans, Latinos, and Whites, *American Journal of Political Science*, Volume 57, Issue 1, p218–235,
- MERCAN Nuray, Oyur Emine, Alamur Bayram, Gül Serpil, Bengül Süreyya (2012) “İşyeri Yalnızlığı Ve Sosyal Fobi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 4, Sayı 1, 213-226
- MEMDUHOĞLU Hasan Basri vs Ahmet SAYLIK (2012) “Okullarda İnförmel İlişkiler Ölçeğinin Geliştirilmesi Ve Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi”, *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt:9, Sayı:1, 1-21
- MİEGEL Fredrik (1994) “Values, Lifestyles And Family Communication”, *Media Effects and Beyond: Culture*, *Socialization and Lifestyles (Communication and Society)*, Ed.Karl Erik Rosengren, Routledge Published, New York, ABD,180-211
- MORA Necla 2008) *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*, Altıkitap, İstanbul
- MUTLU Erol (2004) *İletişim Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yayınları, İstanbul
- NAMDAR Şükran (2006) “Cemaat ve Cemiyet, [Http://Www.Koroglugazetesi.Com/Koseyazisioku.php](http://www.koroglugazetesi.com/koseyazisioku.php), E. T. 18.10.2013
- NEGİZ Nilüfer (2007) "Seçmen Davranışında Sosyo-Ekonomik Bir Faktör: Yaş.", *Yerel Siyaset Dergisi*, Yıl:2, Sayı:23, 52-54
- NEGİZ Nilüfer ve AKYILDIZ Fulya (2012) “Yerel Seçimlerde Seçmenin Tercihi Üzerinde Aday İmajının Etkisi: Uşak Örneği”, *SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:15, 171-199

- NEUMAN, W. Lawrence (2010) *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*, Cilt. 1-2, Yayın Odası Yayınları, İstanbul
- NİEDZVIECKI Hal (2010) *Dikizleme Günlüğü*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- NİRUN Nihat (1967) “Sosyal Yapı ve Suça Yöneliş Olayı”, *Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, Cilt:5, 131-151
- NUHRAT, Cenap (1971) Türkiye Köylerinde Olağandışı Oy Verme, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt:26, Sayı:1,219-245
- OATES Sarah (2006) “Where’s the party? Television and election campaigns in Russia”, *Mass Media and Political Communication in New Democracies*, Ed. Katrin Voltmer, Routledge, New York, 130-144
- OKUMUŞ Abdullah (2007) Pazarlama Anlayışında Siyasal Pazarlamanın Yeri Ve Pazar Konumlarına Göre Siyasi Partilerin Stratejik Analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 17, 157-172.
- OKTİK Nurgün ve NAS Fethi (2005) “Ulus-Devlet Ve Topluluklar: Midyat Örneği”, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:15, 121-142
- ORÇAN Mustafa (2004) “Cemaatten Cemiyet Türkiye’de Modernleşme”, *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, Yıl:1, Sayı:2, 79-94
- ORHAN Esra Akay (2009) *Toplumsal, Kültürel ve Katılımsal Boyutuyla Siyasal Davranışın Sosyo-Politik Analizi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- ÖCAL Hülya (2013) “Örgütlerde Gruplar ve Çalışma Ekipleri”, *Örgütsel Davranış*, Ed. Edip Örucü, Engin Üngüren, Lisans Yayınevi, İstanbul
- ÖKSÜZ Onur ve YILDIZ, Elif T. (2004). “Siyasal İletişimde İnternet Kullanımı: Türkiye ve ABD’deki Siyasal Partilerin Web Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi”, *2nd International Symposium Communication In The Millenium: Dialogue etween American And Turkish Scholars*, İstanbul Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi ve Texas Üniversitesi, 17-19 Mart, 989-10005
- ÖNÜR Huriye Tekin (2009) “1980 Sonrası Türk Toplumunda Bireyin Dönüşümü”, *VI. Ulusal Sosyoloji Kongresi*, “Toplumsal Dönüşümler ve Sosyolojik Yaklaşımlar”, Adnan Menderes Üniversitesi, 595-622
- ÖZALP Ahmet (2011) "Homo Politicus Versus Homo Economicus: Yurttaş/Birey İkiliğini Aşmak.", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, Cilt:3, No:2, 23-35

- ÖZBOLAT Abdullah (2012) “Postmodern Perspektifte Tüketicinin Toplumsal Anlamına Sosyolojik Bir Yaklaşım”, *F.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi, Cilt:17, Sayı:1*, 117-129.
- ÖZBUDUN Ergun (1975) *Türkiye’de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma*, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara
- ÖZDEŞ Talip (2011) “Cemaat-Siyaset İlişkisine Dair Bir Değerlendirme”, [http://www.sde.org.tr/tr/authordetail/cemaat-siyaset-iliskisine-dair-bir-değerlendirme/879#](http://www.sde.org.tr/tr/authordetail/cemaat-siyaset-iliskisine-dair-bir-degerlendirme/879#)
- ÖZEN Üstün ve SARICI M., KORUKÇU Burçin (2010) “Yalnızlık Olgusu Ve Sanal Sohbetin Yalnızlığın Paylaşımına Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:24, Sayı:1*, 149-159
- ÖZER İnan ve Meder Mehmet (2008) *Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı*, Ege Yayınları, İstanbul
- ÖZKALP Enver (2002) *Davranış Bilimlerine Giriş*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir
- ÖZKALP Enver (2001) *Sosyolojiye Giriş*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir
- ÖZKAN, Abdullah (2004) *Siyasal İletişim*, Nesil Yayınları, İstanbul
- ÖZKILIÇ, İbrahim (2007) “İbn Haldun’da İktisadî Kalkınmanın Dinamikleri ve Girişimcilik”, *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, S:10, 1–14.
- ÖZKİRAZ Ahmet ve MARAL Selda (2011) “Lider Özelliklerinin Seçmen Tercihlerine Etkisi: Diyarbakır–Tokat Örneği”, *EKEV Akademi Dergisi*, S. 49, 271-292
- ÖZPOLAT Abdulvahap (2010) “Ailede Demokratik Sosyalleşme”, *Aile ve Toplum Dergisi*, Cilt:5 Sayı:20, 9-24
- ÖZSOY Osman (2009) *Seçim Kazandıran Siyasal İletişim*, Pozitif Yayınları, İstanbul
- ÖZTEKİN Ali (2003), *Siyaset Bilimine Giriş*, Siyasal Kitabevi, Ankara
- ÖZTÜRK Musa (2012) "Küresel Güvensizliğin Belirsizlik Üzerinden İnşası", *Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Kongresi II Bildiriler Kitabı*, 19–20 Nisan 2012, Malatya
- ÖZYURT Cevat (2007) “Yirminci Yüzyıl Sosyolojisinde Kentsel Yaşam”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:10, Sayı:18, 111-126

- ÖZYURT Cevat (2005) *Küreselleşme Sürecinde Kimlik ve Farklılaşma*, Açılım Kitap, İstanbul
- ÖZYURT Cevat (2004) “Modernleşme ve Küreselleşme Bağlamında Varoluşun Dinamikleri”, *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, Yıl:1, Sayı:2, 11-32
- PACHECO Julianna Sandell (2008) Political Socialization in Context: The Effect of Political Competition on Youth Voter Turnout, *Political Behavior* 30.4 (2008): 415-436.
- PEARL David S.;ANDERSON, Robert K. (2007) Social İsolation And Student Voting Behavior: How Voting Frequency İs Affected By İndividual Perceptions Of Loneliness. *Psicología Política*, Volume:35, 87-100.
- PEDERSEN Pia Vivian , Pernille Tanggaard Andersen and Tine Curtis (2012)” Social Relations And Experiences Of Social İsolation Among Socially Marginalized People”, *Journal of Social and Personal Relationships*, Volume:29, No:6, 839–858
- PERLMAN D ve PEPLAU L A (1981) “Toward a Social Psychology of Loneliness”, R Gilmour and S Duck (eds), *Personal Relationship: 3. Personal Relationships in Disorder*, London, Academic Press, pp 32-56.
- PERLMAN D ve PEPLAU L A (1998) “Loneliness”, H Friedman (eds) *Encyclopedia of Mental Health* (Vol. 2), San Diego, CA: Academic Press. Pp 571-581.
- PERSE Elizabeth M. (2008) *Media Effects And Society*, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, London
- POSTMAN Neil (2006) *Teknopoli Yeni Dünya Düzeni*, Çev. Mustafa Emre Yılmaz Paradigma Yayıncılık, İstanbul
- PUGLISI Riccardo (2011) “Being The New York Times: The Political Behaviour of A Newspaper”, *The BE Journal of Economic Analysis & Policy*, Volume:11 No:1, 1-34
- PERŞEMBE Erkan (2004) “Enformasyon Toplumunda Cemaatler:Sanal mı, Gerçek mi?”, *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, Yıl:1, Sayı:2, 33-44
- PRITZKER Suzanne (2008). “Adolescent Political Behavior, Towards Increased Validity and Reliability of Measures”, *CSD Working Papers*, No. 08-32, 1-28, Center for Social Develoment Washington University Inst . Louis

- POLAT Ferihan (2009) “Dinin Türk Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi: Denizli İli Örneği”, *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Antalya.
- POLAT Cihat; KÜLTER, Banu (2008) Genç Seçmenler Gözüyle Siyasal Ürün (Siyasi Lider) Özellikleri: Ankara’daki Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt:5 Sayı:1 , 1-31.
- POWDTHAVEE Nattavudh (2008) "Putting A Price Tag On Friends, Relatives, And Neighbours:Using Surveys Of Life Satisfaction To Value Social Relationships", *Journal Of Socio-Economics*, Volume:37, No:4, 1459-1480
- RAWNSLEY Gary D. (2005) *Political Communication and Democracy*, Palgrave Macmillan, New York, ABD
- RİCHTER Rudolf (2012) *Sosyolojik Paradigmalar*, Çev. Necmeddin Doğan, Küre Yayınları, İstanbul
- RİTZER George (2011) *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- ROB Seiden (2007) Parental Influences on the Political Ideologies of Young People, <http://ase.tufts.edu/polsci/faculty/portney/studentSeiden.pdf>
- ROSENGREN Karl Erik (1994a) “Culture, Media And Society Agency And Structure, Continuity And Change”, *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles (Communication and Society)*, Ed. Karl Erik Rosengren, Routledge Published, New York, ABD, 2-24
- ROSENGREN Karl Erik (1994b) “Starting up”, *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles (Communication and Society)*, Ed. Karl Erik Rosengren, Routledge Published, New York, ABD, 261-269
- ROSENGREN Karl Erik (1994c) “The Media Panel Program (MPP) And Related Research”, *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles (Communication and Society)*, Ed. Karl Erik Rosengren, Routledge Published, New York, ABD, 34-39
- SAĞLAM İsmail (2001) Çocuklarda Davranışların Şekillenmesinde Etkili Olan Faktörlere Teorik Bir Yaklaşım, *Uludağ Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi*, Cilt: 10, Sayı:2, 209-223

- SCHWARZER Steve (2011) "Political Socialization As The Driving Fact Or For Political Engagement And Political Participation", *Advanced Techniques for Political Communication Research: Content Analysis*, p.1-12, March 20-24, 2011, Amsterdam
- SCHAFFERER Christian (2009) "Evolution and Limitations of Modern Campaigning in East Asia", *Routledge Handbook of Political Management*, Ed.Dennis W. Johnson, Routledge International Handbooks, New York, ABD, 370-392
- SCHİAPPA, Edward, Mike Allen, and Peter B. Gregg (2007) "Parasocial relationships and television: A meta-analysis of the effects." *Mass media effects research: Advances through meta-analysis*, 301-314
- SEARS David O. (1971) *Children in the Political System: Origins of Political Legitimacy*. *Midwest Journal of Political Science*, Vol:15, No:1, 154-160.
- SENNET Richard (2005) *Saygı: Eşit Olmayan Bir Dünyada*, Çev. Ümmühan Bardak, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- SENNET Richard (2008) *Karakter Aşınması: Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkisi*, Çev. Barış Yıldırım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- SENNET Richard (2010) *Kamusal İnsanın Çöküşü*, Çev. Serpil Durak, Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- SETTLE, Jaime E., Robert Bond, and Justin Levitt (2011) "The Social Origins Of Adult Political Behavior." *American Politics Research*, Vol:39, No:2, 239-263.
- SİTEMBÖLÜKBAŞI Şaban (2001) *Parti Seçmenlerinin Siyasal Yönelimlerine Etki Eden Sosyoekonomik Faktörler*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- SİTEMBÖLÜKBAŞI, Şaban (2005) *Seçimlerde Yaşanan Oy Değişkenlikleri*, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:13, 195-220
- SLATTERY Martin (2008) *Sosyolojide Temel Fikirler*, (Yay. Haz. Ümit Tatlıcan, Gülhan Deniz), Sentez Yayınları, Bursa
- SMARAGDİ Ulla Johnsson (1994) "Models Of Change And Stability In Adolescents' media Use", *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles* (Communication and Society), Ed. Karl Erik Rosengren, Routledge Published, New York, ABD, 89-116
- SOLMAZ Başak (2006) "Söylenti ve Dedikodu Yönetimi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 16, 563-577

- SOLMAZ Bünyamin (2011) “Modernlik Ve Modernleşme Kuramlarına Yöneltilen Eleştiriler”, *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C.32, 35-58.
- SOTİROVİĆ Mira and Jack M. McLeod (2004) “Knowledge as Understanding: The Information Processing Approach to Political Learning”, *Handbook Of Political Communication Research*, Ed.Lynda Lee Kaid, Lawrence Erlbaum Associates, London, 357-394
- SOTİROVİĆ Mira (2008) *Political Knowledge, Encyclopedia of Political Communication*, SAGE Publications, London
- SÖZEN Edibe (1999) *Demir Kafesten Plastiğe Kimliklerimiz*, Birey Yayınları, İstanbul
- STONE Walter J., et al. (2006) “Candidate Quality and Voter Response in US House Elections”, *Working Papers in Economics*, 1-28
- SÜTÇÜ Cem S. ve ALGÜL And (2013) “Teknolojinin Toplum Üzerindeki Etkisi Açısından İnternetin Kısıtlı Sosyal Çevresi Üzerine Bir Araştırma”, *Yeni Medya’da Demokrasi*, Ed. And Algül, Neda Üçer, Literatürk Yayınları, İstanbul
- ŞAHİN Kamil (2011) "Kültürel Yozlaşmaya Neden Olan Bir Unsur Olarak Televizyon, " *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, 243-277
- ŞAVRAN, Temmuz Gönç (2010) “Bilimsel Araştırmalarda Amaç, Problem ve Sınırlılıklar”, Nadir Suğur (ed.) *Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir
- ŞENER Arzu (2009) Yaşlılık, Yaşam Doyumu ve Boş Zaman Faaliyetleri, *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar e-Dergisi*, <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/yasamdoyumu.pdf>, E.T.:28.09.2013
- ŞENTÜRK Ünal (2008) Aile Kurumuna Yönelik Güncel Riskler,” *Aile ve Toplum Dergisi*” Sayı:14, 7-33
- ŞENTÜRK Murat ve TURĞUT Mustafa (2011) “Televizyon Programları, Reklamlar ve Çocuklar”, *Aile ve Toplum Dergisi*, Cilt:7 Sayı 27, 63-88
- ŞİMŞEK M. Şerif, AKGEMİCİ Tahir, ÇELİK Adnan (2011) *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, Gazi Kitabevi, Ankara
- TAL Daniel Bar and Harel Assaf S. (2002) “Teachers as agents of Political Influence in the Israel High Schools”, *Teaching and Teacher Education*, Volume:18, 121-134

- TALU Nilüfer (2010) “Modernlik Söylemi: Endişeli Bakışlarda Modern Birey”, *mETU JFa (ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi)* Cilt:27, Sayı:2, 141-171
- TAŞDELEN H. Musa (2010) *Siyaset Sosyolojisi*, Kocav Yayınları, İstanbul
- TATAR Taner (2003) “Malatya’da Siyasi Katılım: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 1, Sayfa: 331-350
- TATAR Taner (1997) *Siyaset Sosyolojisi*, Turan Yayıncılık, İstanbul
- TAYA (2011) *Türkiye’de Aile Yapısı Araştırması*, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Yayınları, Ankara
- TAYLAN Hasan Hüseyin ve ARKLAN Ümit (2008) “Medya Ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:101, 85-97
- TAŞDELEN Musa (2010) *Siyaset Sosyolojisi*, Kocav Yayınları, İstanbul
- TEKİN Üzeyir (2004) “Dünden Bugüne Sosyolojik Açıdan Cemaatten Cemiyet Kavramları”, *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, Yıl:1, Sayı:2, 107-120
- TEMEL Faruk (2013)"Siyasal Tercihlerin Oluşum Sürecinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:29, 239-250
- TEZCAN Mahmut (1985) *Eğitim Sosyolojisi*, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Ankara,
- THOMPSON John B., (2008) *Medya ve Modernite*, Çev: Serdar Öztürk, Kırmızı Yayınları, İstanbul
- TOKGÖZ Oya (1979) *Siyasal Haberleşme ve Kadın*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını, Ankara
- TOKGÖZ Oya (1978) “ Siyasal Toplumsallaşmada Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü ve Önemi”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt:33,79-92
- TOKSARI Murat ve DAĞCI Adem (2013) “Seçmen Nezdinde Siyasal Partilerin Marka Değerinin Belirlenmesi: Kırıkkale Örneği”, *International Journal of Social Science*, Volume:6, No:3, 1355-1388
- TOPAL, A.Kadir (2004) “Kavramsal Olarak Kent Nedir Ve Türkiye’de Kent Neresidir”,*Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:6, Sayı:1,276-294

- TOSUN Nurhan Babür (2013) “Sanal Gerçeklik Özgürleştiriyor mu?”, *Yeni Medya’da Demokrasi*, Ed. And Algül, Neda Üçer, Literatürk Yayınları, İstanbul
- TOSUN Tanju (2000)” Siyasal Toplumsallaşmada Kitle İletişim Araçlarının Rolü”, *I. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri Kitapçığı*, 3-5 Mayıs 2000, 311-325
- TOURAİNE Alain (2000) *Modernliğin Eleştirisi*, Çev. Hülya Tufan, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul
- TOURAİNE Alain. (2002) "From Understanding Society to Discovering the Subject", *Anthropological Theory*, Vol:2. No:4, 387-398.
- TOURAİNE Alain (2011) *Birlikte Yaşayabilecek miyiz?* Çev. Olcay Kunal, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul
- TOURAİNE Alain (2011) *Demokrasi Nedir?* Çev. Olcay Kunal, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul
- TURAM Emir (1994) *Medyanın Siyasi Hayata Etkisi*, İrfan Yayıncılık, İstanbul
- TURAN İlter (1977) *Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış*, Der Yayınevi, İstanbul
- TURNER Bryan S. (2006) *The Cambridge Dictionary Of Sociology*, Cambridge University Press, ABD
- TÖNNİES Ferdinand, (2000) “Gemeinschaft ve Gesellschaft”, *Şehir ve Cemiyet*, Haz: Ahmet Aydoğan, İz Yayıncılık, İstanbul
- TÜRK, Hikmet Sami (2006) “Seçim, Seçim Sistemleri ve Anayasal Tercih”, *Anayasa Yargısı Dergi* S.23, 75-112
- TÜRKDOĞAN Orhan (2003) *Bilimsel Araştırma Metodolojisi*, Timaş Yayınları, İstanbul
- TÜRKKAHRAMAN Mimar (200) *Türkiye’de Siyasal Sosyalleşme ve Siyasal Sembolizm*, Birey Yayıncılık, İstanbul
- TÜİK (2014) ADNKS Sonuçları, <http://www.tuik.gov.tr/HbGetirHTML.do?id=15974>
- TÜSEV (2011) *Türkiye’de Sivil Toplum: Bir Dönüm Noktası*, TÜSEV Yayınları, İstanbul
- UGWU Oko and MGBO Oguud Felicia (2010) The Impact Of Political Socialization On Political Participation –A Nigerian View Point, *Continental J. Social Sciences* 3: 44 - 49,
- UN (2007) *E-Dialogue "Creating an Inclusive Society: Practical Strategies to Promote Social Integratio*, www.un.org/esa/socdev/sib/inclusive_society/social%20relations.html, E.T:28.07.2013

- UYSAI Birkan (1984) “Siyasal Katılma ve Katılma Davranışında Ailenin Etkisi”, *Amme İdaresi Dergisi TODAİ Yay. No:209*, 109-134, Ankara
- UZTUĞ Ferruh (2004) *Siyasal İletişim Yönetimi*, Mediacat Yayınları, İstanbul
- ÜNLÜ Sezer (2011) *Sosyal Psikoloji-II*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir
- VAN DİJK, Jan A. D. M. (2006) *The Network Society (Social Aspects of New Media)*, Sage Publications, London
- VERGİN Nur (2008) *Siyasetin Sosyolojisi*, Doğan Kitap, İstanbul
- VENTURA Raphael (2001) ‘Family Political Socialization İn Multiparty Systems’, *Comparative Political Studies*, Volume:34, No:6, 666–691
- VON DER LOO Hans, Reijen W. Van (2006) *Modernleşmenin Paradoksları*, İnsan Yayınları, İstanbul
- VOLTMER Katrin and RÜDİGER Schmitt-Beck (2006) “Mass Media And Democratic Orientations—A Fourcountry Comparison”, *Mass Media and Political Communication in New Democracies*, Ed. Katrin Voltmer, Routledge, New York, 200-214
- VURAL Z. Beril Akıncı ve BAT Mikail (2010) “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Yasar University, Cilt:20*, Sayı:5, 3348-3382
- VURAL Sacide (1994) *Kitle Haberleşmesinde Denetim Stratejileri*, Özişik Matbaacılık, Ankara
- WALLACE Ruth A. And WOLF Alison (2012) *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, Çev. Leyla Elburuz, M. Rami Ayas, Doğu Batı Yayınları, Ankara
- WALLİMAN, Nicholas (2006) *Social Research Methods*, Sage Publications, London
- WEBER Max (2007) *Sosyolojinin Temel Kavramları*, Çev.Medeni Beyaztaş, Bakış Yayınları, İstanbul
- WİERSMA, Jacquelyn D. , Judith L. Fischer, H. Harrington Cleveland, Alan Reifman, and Kitty S. Harris (2010) “Selection And Socialization Of Drinking Among Young Adult Dating, Cohabiting, And Married Partners”, *Journal of Social and Personal Relationships*, Volume:28, No:2, 182–200
- YAŞAR M. Ruhat (2007) Yalnızlık, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:17, Sayı:1, 237-260,
- YAYLAGÜL, Levent (2010) *Kitle İletişim Kuramları*, Dipnot Yayınları, Ankara
- YELKEN Ramazan (1999) *Cemaatin Dönüşümü*, Vadi Yayınları, Ankara

- YEŞİLORMAN Mehtap (2009) “How Do The Children Become Politicized? The Nature Of Political Socialization In Turkey”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:19, Sayı:1, 143-168
- YEŞİLTUNA, Dilek Çiftçi (1994), “Kentleşme Sürecinde Bireylerin Siyasal Değer, Tutum ve Davranışlarına Aile Yapısının Etkisi”, Ege Üniv.,Doktora Tezi, İzmir
- YILDIRIM Ergün (2008) *Kişisel Gelişim Sosyolojisi*, Hayat Yayınları, İstanbul
- YILDIZ, Mustafa (2010) "İbn Haldun'un Tarihselci Devlet Kuramı." *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*, Cilt:10, 25-55
- YILMAZ Ali Sırrı (2007) İnförmel İlişki Şekillerinin Kurumsal Yapılara Yansımaları, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Elazığ
- YILMAZ Sıdıka (2011) “Her İletişim Bir Mahremiyet İhlalidir ve Her Mahremiyetİhlalinin Bir Haber Değeri Vardır”, Hüseyin Köse (Ed.) *Medya Mahrem*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 129-138
- YÜCEKÖK Ahmet N. (1987) *Siyasetin Toplumsal Tabanı (Siyaset Sosyolojisi)*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları:565, Ankara
- ZHAO S. ve ark., (2008). “Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships”, *Computers in Human Behavior*, 24, Elsevier, 1816–1836.
- ZİJDERVELD, Anton C. (2007) *Sahnelik Toplum*, Çev. Kadir Canatan, Pınar Yayınları, İstanbul
- ZİNCİRKIRAN Memet (2012), *Örgüt Sosyolojisi*, Ed: Memet Zincirkıran, Dora Yayınları, Bursa

EKLER

ANKET FORMU

Sayın katılımcı,

Bu araştırma, ANAR Araştırma tarafından bir doktora tezi çalışması olarak toplumun sosyal ilişkiler ve siyaset ile ilgili kanaatlerini tespit etmek amacıyla yapılmaktadır. Sorulara kanaatinizi en iyi yansıtan cevabı vermeniz, araştırma sonuçlarının doğruluğu açısından son derece önemlidir. Cevaplarınızın tümü gizli tutulacak ve anket yaklaşık olarak 15 dakika sürecektir.

Araştırmaya katıldığınız için teşekkür ederiz.

DD1. Cinsiyet

1. Kadın

2. Erkek

DD2. Kaç yaşındasınız?.....

DD3. Öğrenim durumunuz:

1. Okur yazar
değil

4. Ortaokul/İlköğr
etim

6. Üniversite

2. Okur yazar

5. Lise veya dengi

7. Lisansüstü

3. İlkokul

okul

(master-
doktora)

DD4. Mesleğiniz:

1. Memur

5. Öğrenci

8. Emekli

2. İşçi

6. İşsiz

9. Diğer.....

3. Özel sektör çalışanı

7. Çiftçi

.....

4. Esnaf

10. Cevap yok

DD5. Kaç yıldır bu alanda/ sektörde çalışıyorsunuz?

1. Bir yıldan daha
az

3. 3-5 yıldır

6. 16-20 yıldır

2. 1-2 yıldır

4. 6-10 yıldır

7. 20 yıldan daha
fazla

DD6. Medeni durumunuz:

1. Evli

3. Boşanmış

5. Cevap yok

2. Bekâr

4. Dul (eşi ölmüş)

DD.7. Çocuğunuz var mı? Varsa, kaç tane?

Hayır, çocuğum yok
yok

Evet, tane

Cevap

S.1. Aşağıdaki ifadelerden hangisi yaşadığınız yeri en iyi biçimde tanımlar?

1. İl merkezi

3. Belde

5. Cevap yok

2. İlçe merkezi

4. Köy

S.2. Kaç yıldır bu (il merkezi / ilçe merkezi / belde / köy)de yaşıyorsunuz?

1. Doğduğumdan
beri

3. 6 - 10 yıl

6. 21 - 25 yıl

8. Cevap yok

2. 0 - 5 yıl

4. 11 - 15 yıl

7. 26 yıl ya da daha
fazla

S.3. Oturduğunuz konutun türü nedir?

1. Müstakil gecekodu

4. Apartman dairesi

8. Diğer.....

2. Müstakil konut

5. Güvenlikli site

.....

3. Apartman
gecekodu

6. Lojman

9. Cevap yok

7. Villa/Yalı

S.4. Aşağıdaki ifadelerden hangisi oturduğunuz evin mülkiyet durumunu en iyi biçimde tanımlar?

1. Kendime ya da aile bireylerinden birine ait	4. Lojman
2. Akraba/tanıdıklardan birine ait ve kira ödenmiyor	5. Diğer.....
3. Kira	6. Bilmiyorum/fikrim yok
	7. Cevap yok

S.5. Siz de dâhil olmak üzere evinizde kaç kişi yaşıyor?

ANKETÖR DİKKAT! TEK KİŞİ YAŞADIĞINI BELİRTENLER İÇİN S.8'E GEÇ.

S.6. Aşağıdaki ifadelerden hangisi hane halkını en iyi biçimde tanımlar?

1. Çocuksuz çekirdek aile	4. Eksik çekirdek aile	6. Akraba olmayan hane halkı
2. Çocuklu çekirdek aile	5. Eksik geniş aile	7. Cevap yok
3. Geniş aile		

S.7. Hane halkı üyelerinizle genellikle hangi zamanlarda bir araya gelirsiniz?

1. Hiç	3. Bazen	5. Her zaman
2. Nadiren	4. Sık sık	6. Cevap yok

1. Sabah kahvaltısında	1	2	3	4	5	6
2. Akşam yemeğinde	1	2	3	4	5	6
3. Hafta sonlarında	1	2	3	4	5	6

S.8. Hane halkı üyelerinizle aşağıdaki faaliyetleri ne sıklıkla yaparsınız?

1. Hiç	3. Bazen	5. Her zaman
2. Nadiren	4. Sık sık	6. Cevap yok

1. Akraba ziyareti	1	2	3	4	5	6
2. Komşu ziyareti	1	2	3	4	5	6
3. Arkadaş/aile dostu ziyareti	1	2	3	4	5	6
4. Alışverişe gitmek	1	2	3	4	5	6
5. Pikniğe gitmek	1	2	3	4	5	6
6. Sinemaya-tiyatroya gitmek	1	2	3	4	5	6
7. Tatile gitmek	1	2	3	4	5	6
8. Eğlence yerlerine gitmek	1	2	3	4	5	6

S.9. Aşağıda belirtilen durumlarda akraba, arkadaş veya yakınlarınızı ne sıklıkla ziyaret edersiniz?

1. Hiç	3. Bazen	5. Her zaman
2. Nadiren	4. Sık sık	6. Cevap yok

1. Doğum günü kutlamaya	1	2	3	4	5	6
2. Dini bayramlarda bayramlaşmaya	1	2	3	4	5	6
3. Hasta ziyaretine	1	2	3	4	5	6
4. Bebeği olan yakınlarınıza bebek görmeye	1	2	3	4	5	6
5. Ev alan yakınlarınıza ev hayırlısına	1	2	3	4	5	6
6. Düğün, nikâh, sünnet vb. törenlerine	1	2	3	4	5	6
7. Hac/Umreden dönenlere	1	2	3	4	5	6
8. Askere gidenleri uğurlamaya veya karşılamaya	1	2	3	4	5	6
9. Cenaze törenine	1	2	3	4	5	6
10. Başsağlığı ziyaretine	1	2	3	4	5	6

S.10. Aşağıda herhangi bir grubun içinde bulunmanın insanların hayatına olan etkilerine dair ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifadelerin her birine ne ölçüde katılıp katılmadığınızı belirtiniz.

1. Kesinlikle katılmıyorum	4. Katılıyorum	7. Cevap yok
2. Katılmıyorum	5. Kesinlikle katılıyorum	
3. Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	6. Fikrim yok	

1. Birliktelik ruhu verir.	1	2	3	4	5	6	7
2. Aidiyet ve kimlik kazandırır.	1	2	3	4	5	6	7
3. Yardımlaşma duygusu verir.	1	2	3	4	5	6	7
4. Paylaşma duygusunu geliştirir.	1	2	3	4	5	6	7
5. Yalnızlık duygusunu giderir.	1	2	3	4	5	6	7
6. Özgürlüğü ortadan kaldırır	1	2	3	4	5	6	7
7. Ortak hedef ve amaçlara sevk eder.	1	2	3	4	5	6	7
8. Toplumdan dışlanmayı önler.	1	2	3	4	5	6	7

S.11. Herhangi bir konuda yardıma ya da görüşe ihtiyacınız olduğunda en çok görüşüne başvurduğunuz üç kişi sırasıyla kimdir?

1. Ailemle	5. Din adamlarıyla	8. Hiç kimseyle görüşmen
2. Arkadaşlarımla	6. Cemaat çevremle	9. Diğer.....
3. Komşularımla	7. Konunun uzmanlarıyla	
4. Akrabalarımla		

1.
3.....

2.

.....

S.12. Aile bireylerinizle bir araya geldiğinizde siyasi gündemle ilgili konuşmalar yapılır mı?

1. Hiç	3. Bazen	5. Her zaman
2. Nadiren	4. Sık sık	6. Cevap yok

S.13. Siyasal seçimlerde oy vermeden önce aile üyeleri olarak görüş alış verişinde bulunur musunuz?

1. Hiç	3. Bazen	5. Her zaman
2. Nadiren	4. Sık sık	6. Cevap yok

S.14. Ailenizin siyasi tercihiyle ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi size uygundur?

1. Aile bireylerinin tamamı aynı partiye oy verir	5. Diğer.....
2. Aile bireylerinden aynı partiye de farklı partiye de oy verenler var	6. Fikrim yok
3. Aile bireylerinin her biri farklı partiye oy verir	7. Cevap yok
4. Kimin hangi partiye oy verdiği aile içinde bilinmez	

S.15. Ailenizde hangi partiye oy vereceğinize (siyasal tercihe) kim karar verir?

1. Baba/Erkek	3. Baba-Anne/karı-koca birlikte	6. Fikrim yok
2. Anne/Kadın	4. Baba, anne ve çocuklar birlikte	7. Cevap yok
	5. Herkes kendi karar verir	

S.16. Aile üyelerinizden birinin önerisi veya isteği üzerine herhangi bir parti ya da adaya oy verdiğiniz oldu mu?

1. Evet	3. Hatırlamıyorum	4. Cevap yok
2. Hayır	m	

S.17. Görüştüğünüz akrabalarınız sizin evinize ne mesafede yaşamaktadır?

1. Aynı binada	3. Aynı ilçe/semtte	5. Farklı şehirlerde
2. Aynı mahallede	4. Aynı şehirde	6. Cevap yok

S.18. Akrabalarınızla yüz yüze ne sıklıkla görüşürsünüz?

1. Her gün	4. Ayda bir gün	6. Görüşmüyoruz
2. Haftada birkaç gün	5. Yılda birkaç kez	7. Cevap yok
3. Haftada bir gün		

S.19. Herhangi bir akrabanızın isteği veya önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verdiğiniz oldu mu?

1. Evet	3. Hatırlamıyom	4. Cevap yok
2. Hayır		

S.20. Komşularınız kimlerden oluşuyor?

1. Köylülerimden/hemşerilerimden	5. Kendi dünya görüşümden olanlar kişilerden	8. Komşularımı tanımıyorum (S.25)
2. Akraba çevremden	6. Rast gele oluştu	9. Fikrim yok
3. İş çevremden	7. Diğer.....	10. Cevap yok
4. Arkadaşlarımdan	..	

S.21. Komşularınızla hangi sıklıkta görüşüyorsunuz?

1. Her Gün	4. Ayda bir	6. Görüşmüyoruz (S.25)
2. Hafta da bir	5. Düğün bayram gibi özel günlerde	7. Cevap yok
3. 15 günde bir		

S.22. Komşularınız ile genellikle nerede görüşürsünüz?

1. Evde	3. Kahvehanede	5. Çay bahçesinde	7. Diğer.....
2. Bahçede	4. Kafede	6. Yolda/binada tesadüfen	
			8. Cevap yok

S.23. Siyasal seçim dönemlerinde komşularınızın siyasi tercihinize etkisi olur mu?

1. Evet	2. Kısime	3. Hayır	4. Fikrim yok	5. Cevap yok
	n			

S.24. Komşularınızdan birinin önerisi veya isteği üzerine herhangi bir parti ya da adaya oy verdiğiniz oldu mu?

1. Evet	2. Hayır	3. Hatırlamıyorum	4. Cevap yok

S.25. Arkadaşlarınız genelde kimlerden oluşmaktadır?

1. Okuldan	4. Mahalleden	7. Kulüp, lokal veya derneklerden
2. İş yerinden	5. Dini cemaatten	8. Diğer.....
3. Aile çevresi/çocuklukta n	6. Katıldığım kurslardan	

S.26. Arkadaşlarınız ile en çok nerede görüşürsünüz?

1. Evde	5. Kafe/çay bahçesinde	8. Diğer.....
2. Okulda		
3. İşyerinde	6. Spor salonlarında	9. Cevap yok
4. Kahvehanede	7. Kulüp, dernek, lokallerde	

S.27. Genel olarak arkadaş çevrenizden ne ölçüde memnun musunuz?

1. Hiç memnun değilim	3. Ne memnunum, ne değilim	6. Fikrim yok
2. Memnun değilim	4. Memnunum	7. Cevap yok
	5. Çok memnunum	

S.28. Şimdi size arkadaşlarınız ile ilişkinize dair bazı ifadeler okuyacağım. Lütfen bu ifadelere ne ölçüde katılıp katılmadığınızı belirtir misiniz?

1. Kesinlikle katılmıyorum	3. Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	6. Fikrim yok
2. Katılmıyorum	4. Katılıyorum	7. Cevap yok
	5. Kesinlikle katılıyorum	

1. Arkadaşlarıma güvenirim.	1	2	3	4	5	6
2. Arkadaşlarımla güncel meseleleri konuşurum.	1	2	3	4	5	6
3. Arkadaşlarımla sorunlarımı paylaşıyorum.	1	2	3	4	5	6
4. Arkadaşlarımla siyasal konuları konuşurum.	1	2	3	4	5	6
5. Arkadaşlarımla sırlarımı paylaşıyorum.	1	2	3	4	5	6
6. Arkadaşlarımdan çoğu oy verdiğim partiyi bilirler.	1	2	3	4	5	6
7. Arkadaşlarımla siyasal tercihim için yönlendirme yapar.	1	2	3	4	5	6
8. Ben arkadaşlarımdan siyasal tercihi konusunda yönlendirme yaparım.	1	2	3	4	5	6
9. Siyasal tercihleri arkadaşlarımla seçmede önemli bir etkidir.	1	2	3	4	5	6
10. Arkadaşlarımdan görüşleri siyasal tercihlerimi belirlemede önemli bir etkidir.	1	2	3	4	5	6

S.29. Arkadaşlarınızın önerisi veya isteği üzerine herhangi bir parti ya da adaya oy verdiğiniz oldu mu?

1. Evet	3. Hatırlamıyorum	4. Cevap yok
2. Hayır	m	

S.30. Yakın çevrenizden ve ya arkadaşlarınızdan dini cemaatlerle ilişkisi olan biri var mı?

1. Evet	2. Hayır	3. Fikrim yok	4. Cevap yok

S.31. Herhangi bir dini cemaatle ilişkinizi aşağıdakilerden hangisi açıklar?

1. Bir cemaate mensubum.	3. Hiçbir cemaatle ilişkim yoktur.
2. Bir cemaate sempati var.	4. Cevap yok

ANKETÖR DİKKAT! SADECE "BİR CEMAATE MENSUBUM" DİYENLERE SOR. DİĞERLERİ İÇİN S.36'YA GEÇ.

S.32. Bu cemaate katılmanızda aşağıdakilerden en çok hangisi etkili oldu?

1. Yalnızlık hissettiğim için	5. Cemaat üyelerinin birliktelik duygusu sebebiyle
2. Manevi ihtiyaç hissettiğim için	6. Diğer.....
3. Cemaatteki yardımlaşma duygusu sebebiyle	7. Fikrim yok
4. Cemaatteki paylaşma duygusu sebebiyle	8. Cevap yok

S.33. Bu cemaate katılmanızda aşağıdakilerden kişilerden en çok hangisi etkili oldu?

1. Ailem	3. Arkadaşlarım	5. Hatırlamıyorum
2. Akrabalarım	4. Komşularım	6. Cevap yok

S.34. Siyasal seçim dönemlerinde cemaatin önde gelenleri siyasal tercihiniz için size yönlendirmede bulunur mu?

1. Evet	2. Hayır	3. Fikrim yok	4. Cevap yok

S.35. Cemaat üyelerinden birinin isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verdiğiniz oldu mu?

1. Evet	2. Hayır	3. Hatırlamıyorum	4. Cevap yok

S.36. Siyasi partiler hariç, herhangi bir dernek, vakıf veya sivil toplum kuruluşuna üyeliğiniz var mı?

1. Evet 2. Hayır 3. Cevap yok

ANKETÖR DİKKAT! SADECE “EVET” DİYENLERE SOR. DİĞERLERİ İÇİN S.42'YE GEÇ.

S.37. Ne tür bir dernek, vakıf veya sivil toplum kuruluşuna (STK) üyesiniz?

1. Dernek 4. Vakıf 6. Kooperatif
2. Sendika 5. Hemşeri Derneği 7. Diğer.....
3. Meslek odası

S.38. Üyesi bulunduğunuz dernek, vakıf veya sivil toplum örgütünün faaliyetlerine hangi sıklıkta katılıyorsunuz?

1. Hiçbir zaman 3. Bazen 5. Her zaman
2. Nadiren 4. Sık sık 6. Cevap yok

S.39. Dernek, vakıf veya sivil toplum örgütüne üye olmanızda aşağıdakilerden hangisi daha etkili oldu?

1. Arkadaş edinebilmek 7. Yalnızlık sorunundan kurtulma
2. İnsanlara yararlı olmak istediğim
3. Ülkem/kentim için bir şeyler yapmak 8. Boş vaktimi değerlendirmek
4. Toplumsal saygınlık edinebilmek 9. Diğer.....
5. Arkadaşlarımla üye olmasından dolayı 10. Hatırlamıyorum
11. Fikrim yok
6. Siyasal konularda aktif olmak

S.40. Üyesi bulunduğunuz STK seçim dönemlerinde siyasal tercihiniz için size yönlendirmede bulunur mu?

1. Evet 2. Hayır 3. Fikrim yok 4. Cevap yok

S.41. Üye olduğunuz STK'nın isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verdiğiniz oldu mu?

1. Evet 2. Hayır 3. Hatırlamıyorum 4. Cevap yok

S.42. Herhangi bir siyasi partiye üye misiniz?

1. Evet 3. Eskiden 4. Cevap yok
2. Hayır üyeydim

S.43. Okuyacağım siyasete katılma biçimlerinden hangisi sizi ifade etmektedir?(Birden çok seçenek işaretlenebilir)

1. Bir siyasi partide aktif görev almaktayım 5. Miting ve toplantılara katılıyorum
2. Parti propaganda çalışmalarına katılıyorum 6. Sadece seçimlerde oy veririm
3. Siyasal tartışmalara katılıyorum 7. Siyasetle hiç ilgim yok, oy bile kullanmam
4. Medyada siyasi gelişmeleri takip ederim 8. Cevap yok

S.44. İnternet kullanır mısınız?

1. Hiç kullanmam 2. Nadiren kullanırım 3. Sık sık kullanırım 4. Cevap yok

S.45. Facebook, Twitter gibi sosyal medya ortamlarından herhangi birinde hesabınız var mı?

1. Evet, var 2. Var, ama aktif değil 3. Hayır, yok 4. Cevap yok

ANKETÖR DİKKAT! SADECE “EVET” DİYENLERE SOR. DİĞERLERİ İÇİN S.52'YE GEÇ.

S.46. Sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorsunuz?

1. Eğlenmek	3. Bilgi edinmek	5. Arkadaş edinmek
2. Gruplara üye olmak	4. Mesajlaşmak	6. Siyasi tartışmaları takip etmek
	7. Diğer.....	8. Cevap yok

S.47. Sosyal medyada en çok kullandığınız sosyal paylaşım ağında arkadaş listenizde kaç kişi var?

1. 100 ve altı	3. 251-500	5. 1001 ve üzeri	7. Cevap yok
2. 101-250	4. 501-1000	6. Fikrim yok	

S.48. Bu sosyal medyadaki arkadaşlarınızın ne kadarı sosyal çevrenizdeki kişilerden oluşuyor?

1. Hemen hemen hiçbiri	3. Hemen hemen yarısı	5. Hemen hemen tamamı	7. Cevap yok
2. Dörtte biri kadarı	4. Dörtte üçü kadarı	6. Fikrim yok	

S.49. Sosyal medyada siyasal içerikli paylaşımlarda bulunuyor musunuz?

1. Evet, sık sık	2. Evet, nadiren	3. Hayır	4. Cevap yok

S.50. Sosyal medyada takip ettiğiniz kişi ya da grupların siyasal tercihinizi belirlemede etkileri olur mu?

1. Evet	2. Hayır	3. Fikrim yok	4. Cevap yok

S.51. Sosyal medyada grubunuzun ya da arkadaşlarınızın isteği ya da önerisi üzerine bir parti ya da adaya oy verdiğiniz oldu mu?

1. Evet	2. Hayır	3. Hatırlamıyorum	4. Cevap yok

S.52. Lütfen okuyacağım ifadelerin her birine ne ölçüde katılıp katılmadığınızı belirtiniz.

1. Kesinlikle katılmıyorum	3. Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	6. Fikrim yok
2. Katılmıyorum	4. Katılıyorum	7. Cevap yok
	5. Kesinlikle katılıyorum	

1. Televizyon sosyal ilişkileri olumsuz etkiler.	1	2	3	4	5	6
2. Televizyon yalnızlığı giderir.	1	2	3	4	5	6
3. Televizyondaki haber ve programlar siyasi tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5	6
4. Günlük gazetelerdeki haber ve köşe yazıları siyasi tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5	6
5. Radyoda yayınlanan haberler ve konuşmalar siyasi tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5	6
6. İnternette yayınlanan haberler ve yorumlar siyasi tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5	6
7. Sosyal medyada yer alan yazı ve yorumlar siyasal tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5	6

S.53. Bugüne kadar seçim kampanyaları sırasında herhangi bir miting veya siyasi toplantıya katıldınız mı?

1. Evet	2. Hayır	3. Hatırlamıyorum	4. Cevap yok

S.54. Bugüne kadar seçim dönemlerinde siyasi partilerin “seçim büroları”na gittiğiniz oldu mu?

1. Evet	3. Hatırlamıyorum	4. Cevap yok
2. Hayır	m	

S.55. Seçim kampanyalarında herhangi bir aday veya siyasi parti için çalıştınız mı?

1. Evet 2. Hayır 3. Hatırlamıyorum 4. Cevap yok

S.56. Şimdi size siyasi tercihe etki edebilecek bazı ifadeler okuyacağım. Lütfen bu ifadelerin her birine ne ölçüde katılıp katılmadığınızı belirtiniz.

1. Kesinlikle katılmıyorum 4. Katılıyorum 7.
2. Katılmıyorum 5. Kesinlikle katılıyorum 8. Cevap yok
3. Ne katılıyorum, ne katılmıyorum 6. Fikrim yok

1. Seçim dönemlerinde siyasi parti ya da adayın evimi/işyerimi ziyareti siyasi tercihim etkililer.	1	2	3	4	5	6
2. Seçim gününden önce yayınlanan kamuoyu araştırmaları siyasi tercihim etkililer.	1	2	3	4	5	6
3. Sosyal çevremden dışlanmaktansa siyasi tercihim değişirmeyi daha uygun bulurum.	1	2	3	4	5	6
4. Seçim döneminde çevremden siyasi tercihlerim konusunda baskı yapıldığını hissediyorum.	1	2	3	4	5	6
5. Siyasi parti liderlerinin kişilik, tutum ve davranışları siyasi tercihimde etkili olur.	1	2	3	4	5	6
6. Sosyal çevrem siyasi tercihi neyse benim siyasi tercihim de odur.	1	2	3	4	5	6

S.57. Kendinizi siyasi görüş açısından nasıl tanımlıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

1. Liberal 5. Milli görüşçü 8. Türk milliyetçisi 11. Fikrim
2. Demokrat 6. Sosyal demokrat 9. Kürt milliyetçisi yok/bilmiyorum
3. Muhafazakâr 7. Atatürkçü/Kemali 10. Diğer 12. Cevap yok
4. İslamcı st

S.58. seçim zamanlarında oy verme kararınız ne zaman belli olur?

1. Oy vereceğim parti 3. Seçim 5. Sandık başında
her zaman bellidir. kampanyalarının 6. Fikrim yok
2. Adaylar 4. Seçimden birkaç gün 7. Cevap yok
belirlendikten sonra önce

S.59. Dinî inanç açısından aşağıdaki cümlelerden hangisi size uygundur?

1. Dinin tüm gereklerini yerine getiren biriyim 4. Dinî inancı olmayan biriyim
2. Aksatsam da, dinin gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim (S.57)
3. İnançlıyım, ama dinin gereklerini yerine getirmeyen biriyim 5. Cevap yok

S.60. Dinî açıdan aşağıdakilerden hangisi sizi tanımlar?

1. Sünni 3. Şii 6. Musevi
Müslüman Müslüman 7. Diğer.....
2. Alevi 4. Müslüman ...
Müslüman 5. Hristiyan 8. Cevap yok

S.61. Şimdi size oy vermede etkili olabilecek bazı ifadeler okuyacağım. Lütfen bu ifadelerin her birine ne ölçüde katılıp katılmadığınızı belirtiniz.

1. Kesinlikle 3. Ne katılıyorum, ne 6. Fikrim yok
katılmıyorum katılmıyorum 7. Cevap yok
2. Katılmıyorum 4. Katılıyorum
5. Kesinlikle katılıyorum

1. Oy verme kararında dini inançlarım etkilidir.	1	2	3	4	5	6
2. Oy verme kararında mezhebim etkilidir.	1	2	3	4	5	6
3. Oy verme kararında partinin dini söylemleri etkilidir.	1	2	3	4	5	6
4. Oy verme kararında adayın dindarlığı etkilidir.	1	2	3	4	5	6
5. Oy verme kararında “din” faktörünü önemsemem.	1	2	3	4	5	6

S.62. Genel olarak kendinizi daha çok hangi kimlikle tanımlarsınız?

1. Türk 2. Müslüman 3. Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşı 4. Türkiyeli
5. Kürt
6. Alevi 7. Diğer 8. Fikrim Yok 9. Cevap Yok

S.63. Seçim dönemlerinde parti ya da adayla ilgili siyasal bilgiyi genellikle hangi kaynaktan almaktasınız?

1. Ailem 5. Medya 7. Sosyal 10. Fikrim yok
2. Arkadaşları 6. Üye medya 11. Cevap yok
m
3. Komşularım STK 8. Siyasi Parti
4. Cemaat 9. Diğer.....
...

S.64. 12 Haziran Milletvekili Genel Seçimlerinde oyunuzu hangi partiye verdiniz?

1. AK Parti 4. BDP Destekli Bağımsız 7. Cevap yok
2. CHP 5. Diğer
3. MHP 6. Oy vermedim

S.65. Bugün Türkiye’de bir milletvekili seçimi olsa oyunuzu hangi partiye verirsiniz?

1. AK Parti 4. BDP 7. Hiçbiri
2. CHP 5. Diğer
3. MHP 6. Kararsızım 8. Cevap yok

S.66. Türkiye’de ekonomik olarak hangi sınıfta yer aldığınızı düşünüyorsunuz?

7. Üst 8. Orta 9. Alt 10. Fikrim 11. Cevap yok
sınıf sınıf sınıf yok

S.67. Aylık toplam geliriniz ortalama ne kadardır?

.....

ANKETİN YAPILDIĞI
SÜRE:.....Dakika

TARİH:

MAHALLE:
SOKAK:

KATILIMCININ Adı-Soyadı: **Telefonu:**

Bu görüşmeyi tanımadığım bir kişi ile ANAR yetkilileri tarafından verilen eğitime ve ESOMAR kurallarına göre yaptığımı taahhüt eder ve süpervizör tarafından görüşmenin kısmen veya bütün olarak kontrol edileceğini kabul ederim.

ANKETÖRÜN Adı-Soyadı: **İmzası:**

ÖZGEÇMİŞ

Elazığ'da 1975 yılında doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Elazığ'da tamamladı. 1998 yılında Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünden mezun oldu. Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde 2006 yılından bu yana öğretim elemanı olarak görev yapmaktadır. Yüksek Lisansını, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı'nda 2010 yılında, "Yerel Medya'nın Siyasal Etkisi" başlıklı tezi ile tamamladı. Siyasal İletişim, Siyasal reklamcılık ve Seçmen Davranışı üzerine uluslararası ve ulusal dergilerden yayımlanmış makalelerinin yanı sıra yayınlanmış üç kitabı bulunmaktadır.

DOĞAN Adem, GÖKER Göksel (2013) Siyasal İletişim Araştırmaları, Nobel Yayınları, Ankara.

DOĞAN, Adem (2014) Aziz Şehrin Reisleri (Elazığ'da Yerel Seçimler),Görsel MedyaYay., Elazığ.

DOĞAN, Adem (2007) Siyasi Arenada Elazığ'ın Seçimi, Aba Yayınları, Elazığ