

T.C
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KAMU YÖNETİMİ VE SİYASET BİLİMİ
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS

YURTDIŞINDA YAŞAYAN TÜRK SEÇMENLERİN OY DAVRANIŞLARI:
KULU ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sinem KÖYLÜOĞLU

Ankara – 2019

**T.C
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KAMU YÖNETİMİ VE SİYASET BİLİMİ
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS**

**YURTDIŞINDA YAŞAYAN TÜRK SEÇMENLERİN OY DAVRANIŞLARI:
KULU ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sinem KÖYLÜOĞLU

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Halil İbrahim ÜLKER**

Ankara – 2019

KABUL VE ONAY

Sinem Köylüoğlu tarafından hazırlanan “YURTDIŞINDA YAŞAYAN TÜRK SEÇMENLERİN OY DAVRANIŞLARI: KULU ÖRNEĞİ” başlıklı bu çalışma, 25.01.2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. İsmail BİRCAN (Başkan)

Prof. Dr. Halil İbrahim ÜLKER (Danıőman)

Dr. Öğr. Üyesi Candaő CAN (Üye)

ETİK BEYAN

Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesi'ne uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasını;

- Akademik ve etik kurallar çerçevesinde hazırladığımı,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir,

Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

29.01.2019

Sinem KÖYLÜOĞLU

ÖZ

Seçmen davranışı, siyaset bilimi ve siyasal aktörler için oldukça önemli bir konudur. Seçmenlerin hangi faktörlere göre tercih yaptıklarını tam olarak tespit etmek ise oldukça güçtür. Sosyolojik Yaklaşım, Psikolojik Yaklaşım ve Rasyonel Tercih Yaklaşımı seçmen davranışları açıklamak üzere kullanılan teorilerdir. Ancak seçmen davranışının konu edildiği çalışmalarda, seçmenin bulunduğu yer ile siyasal aktörlerin aynı yerde oldukları görülmüştür. Yani siyasal aktörler ile seçmenin doğrudan etkileşimi söz konusudur. Bununla birlikte seçmenin başka yerde olduğu araştırma sayısı oldukça azdır. Bu çalışmada yurt dışında yaşayan Türklerin, Türkiye'deki seçimlere yönelik geliştirdikleri oy verme ve katılma gibi davranışlarının arka planındaki faktörler incelenmiştir. Araştırma Konya iline bağlı olan Kulu ilçesinde yüz yüze görüşme şeklinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen temel sonuç, yurt dışında yaşayan Türk seçmenin Türkiye'deki siyaseti takip ettiği, siyasal pazarlama ve propagandalardan etkilendiği, lider merkezli hareket ettiği, oy verme davranışında aile, referans gruplar ile ideolojilerin etkili olduğu anlaşılmıştır. Bununla birlikte araştırmaya katılanların Türkiye'deki siyasal tutumu ile yurt dışındaki siyasal tutumlarının farklı olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Seçmen Davranışı, Yurt Dışında Yaşayan Türkler, Siyaset.

ABSTRACT

Voter behavior is an important issue for political science and political actors. It is very difficult to determine exactly what the voters prefer to choose. Sociological Approach, Psychological Approach and Rational Choice Approach are theories used to explain voter behavior. However, in the studies on voter behavior, it was observed that the voter's place and the political actors were in the same place. In other words, there is a direct interaction between political actors and voters. However, the number of studies where voters are elsewhere is quite small. In this study, the Turks living abroad, as relevant factors in the background of behavior, such as to vote and participate in the elections in Turkey were examined. The research was carried out as a face-to-face interview in the district of Kulu in Konya province. The main results obtained from the study, living abroad Turks, who follow politics more which in Turkey is affected by political marketing and propaganda, leader based moves, the voting behavior of families, has proved to be effective ideology with reference groups. However, political attitudes of those surveyed in Turkey were found to be different with their political attitudes abroad.

Keywords: Voter Behavior, Turks Living Abroad, Politics.

İÇİNDEKİLER

ÖZ	i
ABSTRACT	ii
İÇİNDEKİLER	iii
TABLolar LİSTESİ	v
ŞEKİLLER LİSTESİ	vi
TEŞEKKÜR	vii
GİRİŞ	1
1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE SEÇMEN DAVRANIŞI	5
1.1. Seçmen Davranışı.....	5
1.2. Seçmen Davranışına Teorik Yaklaşımlar	9
1.2.1. Sosyolojik Yaklaşım.....	9
1.2.2. Psikolojik Yaklaşım (Partiyle Özdeşleşme)	13
1.2.3. Rasyonel Tercih Yaklaşımı	16
1.2.4. Seçmen Tercihine Yönelik Diğer Yaklaşımlar.....	17
1.3. Seçmen Davranışlarında Etkili Olan Faktörler	20
1.3.1. Demografik Faktörler	21
1.3.2. Psikolojik Faktörler	26
1.3.3. Sosyo-Kültürel Faktörler	27
2. YURT DIŞINDA YAŞAYAN TÜRKLER VE SEÇMEN DAVRANIŞLARI	31
2.1. Göç Olgusuna Genel Bir Bakış	31
2.2. Yurt Dışında Türkler	34
2.3. Yurt Dışında Oy Kullanma	35
2.4. Yurt Dışındaki Türk Seçmen Davranışları.....	36
3. YURTDIŞINDA YAŞAYAN TÜRK SEÇMENLERİN OY DAVRANIŞLARI: KULU ÖRNEĞİ	43
3.1. Araştırmanın Amacı	43
3.2. Araştırmanın Kapsamı.....	44
3.3. Araştırmanın Türü ve Kısıtları	44
3.4. Araştırmanın Sorusu.....	47
3.5. Verilerin Toplanması	48
3.6. Araştırmaya Katılanların Nitelikleri.....	49
3.7. Araştırmanın Bulguları.....	53
3.7.1. Siyasete Katılma ve Siyasi Konulara İlgi Gösterme Durumu	54

3.7.2. Siyasal Tercihlerin Oluşmasında Etkileyici Faktörler.....	56
3.7.3. Türkiye’deki Siyasal Propagandaları Oy Verme Tutumuna Etkisi	58
3.7.4. Oy Verme Davranışında Parti Tercih Nedeni.....	60
3.7.5. Siyasi Partilerin Liderlerinin Medyadaki Konuşmalarından Etkilenme Durumu	63
3.7.6. Yaşanılan Yerdeki Oy Verme Davranışı.....	65
3.7.7. Ülkedeki Sosyal ve Ekonomik Durumun Oy Verme Davranışına Etkisi.....	67
3.7.8. Türkiye’deki Seçim Kampanyaları ve Çalışmaları Hakkındaki Görüşler	69
3.7.9. Kullanılan Kitle İletişim Araçları.....	71
3.8. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi.....	72
SONUÇ	79
KAYNAKÇA.....	83
ÖZGEÇMİŞ.....	89

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1 Yurt Dışındaki Türk sayısı.....	35
Tablo 2 Yurt Dışı Sandıkları Seçim Sonucu	40
Tablo 3 Geçerli oyların katılan adaylara göre dağılımı *	40
Tablo 4 Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Dağılımı	49
Tablo 5 Araştırmaya Katılanların Yaş Dağılımı	49
Tablo 6 Yaşanılan Ülke (Kadınlar).....	50
Tablo 7 Yaşanılan Ülke (Erkekler).....	50
Tablo 8 Katılımcıların Eğitim Durumu.....	50
Tablo 9 Katılımcıların Mesleki Durum.....	51
Tablo 10 Kadın Katılımcıların Nitelikleri.....	52
Tablo 11 Erkek Katılımcıların Nitelikleri.....	53
Tablo 12 Siyasete Katılma ve Siyasi Konulara İlgi Gösterme Durumu Hakkında Görüşler .	54
Tablo 13 Siyasal Tercihlerin Oluşmasında Etkileyici Faktörler	56
Tablo 14 Türkiye’deki Siyasal Propagandaları Oy Verme Tutumuna Etkisi	58
Tablo 15 Oy Verme Davranışında Parti Tercih Nedeni.....	60
Tablo 16 Siyasi Partilerin Liderlerinin Medyadaki Konuşmalarından Etkilenme Durumu...	63
Tablo 17 Yaşanılan Yerdeki Oy Verme Davranışı	65
Tablo 18 Ülkenin İçerisinde Bulunduğu Sosyal ve Ekonomik Durumun Oy Verme Davranışını Etkileme Durumu	67
Tablo 19 Türkiye’deki Seçim Kampanyaları ve Çalışmaları Hakkındaki Görüşler	69
Tablo 20 Kullanılan Kitle İletişim Araçları	71

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 Newman ve Sheth (1985)'in Seçmen Tercih Davranış Modeli	7
Şekil 2 İslamoğlu (2002)'nin Seçmen Tercih Davranış Modeli	8
Şekil 3 Siyasete Kadının Katılımına Dair Görüşler	23
Şekil 4 Siyasal Katılmada Yaş Grafiği	24

TEŐEKKÖR

Ölkemizde, ‘Yurtdışında yaşıyan Türk seçmenlerin oy davranışları’ konusu üzerinde yapılan çalışmaların sayısının az olması, etkinliği ve önemi önümüzdeki yıllarda artacağı öngörüsü bizi bu araştırmaya yönlendirmiştir. Yapmış olduğumuz bu çalışmanın gelecekte yapılacak araştırmalara küçük bir katkı sağlayabileceğini temenni ederim. Araştırmamızın her anında, engin bilgi ve deneyimi ile benden katkılarını esirgemeyen değerli hocam Halil İbrahim ÖLKER hocamıza ve bu süreçte desteklerini eksik etmeyen aileme teşekkürü borç bilirim.

GİRİŞ

Seçmen davranışının nasıl şekillendiği, seçmenlerin nasıl karar verdikleri ve tercihlerinde etkili olan faktörler siyaset biliminin temel konuları arasındadır. Diğer seçim sürecinde siyasi parti ve aktörler zahmetli ve yüksek maliyetli çabalarla tercih dinamiklerini anlamaya ve tahminler yapmaya çalışmaktadırlar. Seçmenler ve tercihlerinin konu edildiği akademik ve diğer çalışmaların seçimin gerçekleştiği yer, bölge veya ülkede yaşayan seçmenlere yoğunlaştığı görülmektedir. Türkiye için bu çalışmalar ve araştırmalar son dönemde daha da gelişmekle birlikte bir yanı ile eksik kalmaktadır. Çünkü Yüksek Seçim Kuruluna göre yurt dışında kayıtlı toplam Türk seçmen sayısı 3 milyon kişiye yaklaşmış durumda olup yurt dışındaki bu kadar büyük bir seçmeni olan Türkiye’de, yurt dışındaki seçmenler üzerinde yapılan çalışma sayısı oldukça azdır.

Yapılan çalışmalar az olduğu gibi yurt dışındaki seçmenlerin oy kullanabilmeleri için yapılan düzenlemeler oldukça geriye gitse de kolaylık bakımından yapılan düzenlemeler yenidir denilebilir. Türk vatandaşlarının yurt dışında oy kullanmasına yönelik ilk gelişme 1987 yılında 298 sayılı “Seçimler ve Seçmen Kütükleri Kanunundaki Değişiklik” yasası ile başlamıştır. Fakat bu tarihte Türk vatandaşlarının oy kullanabilecekleri yerler sınır kapıları ve ayrıca Türkiye’ye giriş şartı ile mümkün olduğundan yurt dışında oy kullanımı ifadesi tam olarak karşılık bulmamıştır. Daha Seçim Kanunu’nda 1995 yılında yapılan bir düzenlemeyle Yüksek Seçim Kurulu (YSK)’na yurt dışında seçimleri yapma ve düzenleme görevi verilmiş ancak sınır kapısı uygulaması devam ettiğinden yine tam bir yurt dışı oy verme durumu gerçekleşmemiştir. 2008 yılına gelindiğinde Seçimler ve Seçmen Kütükleri Kanununda yapılan bir düzenleme ile sınır kapısı şartı genişletilerek yurt dışındaki Türklerin Genel Seçimlerde, Referandumlarda ve Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde oy kullanmalarının önü açılmıştır. 2013 yılında yapılan son değişiklik ile yurt dışı temsilcilerinde ve belirlenen diğer yerlerde oy kullanabilmenin yolu açılmıştır.

Yurt dışında yaşayan Türklerin demografik yapıları ve eriştikleri kuşaklar itibariyle tutumları oldukça karmaşık yapıldır denilebilir. İlk ve ikinci kuşak Türkler sosyal ve kültürel olarak daha muhafazakâr iken sonraki kuşak bulunduğu yerin

kültürüne uyum sağlamış bir görünümüdür. Diğer yandan Avrupa genelinde ve de daha çok Almanya'daki toplam göçmen nüfus içinde toplumsal uyum sürecinde, kültürel bağlamda en çok zorlanan ve en çok direniş gösteren grubunu Türkler oluşturmaktadır. Bunun nedenleri arasında belki de en önemli sayılabilecek varsayım, göç eden işçi ailelerinin ağırlıklı olarak Türkiye'nin kırsal yörelerinden seçilmiş olmaları sayılabilir. Türk göçmenler anavatandan taşıdıkları kültürle geldikleri Batı ülkelerinde bir alt kültür oluşturmalarının yanı sıra, genellikle kırsal kültürden kent kültürüne geçişin tedirginliklerini de yaşamlarına aktarmışlardır.

Yurt dışındaki Türk toplumunun buldukları ülkelerde diğer göçmen topluluklara göre daha düşük eğitim profilli ve istihdam gücü olarak daha düşük işlerde çalıştıkları bilinmektedir. İlk kuşak entegrasyon sorunu yaşamakla birlikte günümüze erişen kuşaklar arasında da diasporal anlamda bir birliktelik ve tutkunluk gözükmemektedir. Bununla birlikte Avrupa'da önemli bir büyüklük kendilerini "Türkiye Göçmeni" olarak nitelemekte "Türk Vatandaşı" ifadesini kullanmamaktadır. Ayrıca Avrupa'da yaşayan Türkiye'den göç eden Kürt ve Ermeni kökenli vatandaşlar birbirilerine yakın veya aynı mahallelerde ikamet etmeyi seçtikleri gibi kendi içlerinde daha fazla tutkun ve yardımcı tutum sergiledikleri bilinmektedir. Diğer Türk topluluklarının birbirinden oldukça kopuk oldukları ya da birliktelik durumları söz konusu olsa bile küçük lokal gruplar halinde dayanışma gösterdikleri ifade edilmektedir.

İlk ve ikinci kuşak Türklerin yaşam biçimleri ile siyasi görüşleri genellikle benzer niteliktedir. Bu grup (40 ve üzeri yaşta) internet, sosyal medya, çanak anten TV vb. araçlarla Türk siyasetini, politik aktörleri ve gelişmeleri yakından takip etmektedirler. Üçüncü ve dördüncü kuşaklar ise bu kavramlara oldukça uzak olmakla birlikte büyük oranda kendilerini Alman olarak tanımlamakta ve görmektedir. Dolayısı ile ilk iki kuşak ile son iki kuşak arasından siyaset ve politik konum ve takip bakımından farklılıklar söz konusudur. Kuşak farklılığının diğer tezahürü kültür, sosyal çevre ve referans gruplarıdır. Yurt dışında yaşayan Türklerin seçmen davranışlarının arka planında Türkiye'de ikamet eden seçmenlere göre oldukça farklı dinamiklerin etkili olduğu ifade edilebilir.

Üç bölüm halinde hazırlanan bu çalışmanın temel sorusu yurt dışında yaşayan Türklerin bir seçmen olarak davranışlarının neler olduğu, nasıl geliştiği, hangi faktörlerin etkili olduğu, eğilimlerinin durumu ve onları etkileyen Türk siyasi aktörlerine bakışlarını ortaya koyabilmektir. Çalışmanın birinci bölümünde seçmen davranışı ile ilgili yaklaşımlar ve seçmen davranışına etki eden faktörleri hakkında literatür incelemesinde yola çıkarak açıklamalar yapılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde yurt dışında yaşayan Türklerin seçmen davranışı ve göçmenlik olgusu hakkında açıklamalar yer verilmiştir. Ancak yurt dışındaki Türk seçmen davranışı konusunda literatür oldukça sınırlı olduğunun altının çizilmesinde fayda vardır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde Yurtdışında Yaşayan Türk Seçmenlerin Oy Davranışları: Kulu Örneği adıyla bir araştırma yapılmıştır. Araştırma, Avrupa'nın farklı ülkelerinde yaşayan, birbirinden farklı demografik özelliklere sahip kadın ve erkek katılımcıları yöneltilen yarı yapılandırılmış görüşme soruları kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE SEÇMEN DAVRANIŞI

1.1. Seçmen Davranışı

Davranış, kişinin kendi içsel durumundan ve içinde yaşadığı toplumun yapısından etkilenen, yaşamında sergilediği durumları gösteren, yaşamı anlamlandırma ve yorumlamada ileri sürdüğü tutum, kanaat, izlenimin, düşünce vb. gibi somut ve soyut tutumlardır. Siyaset biliminde önemli bir yeri olan ve seçmenin tutumunu ifade eden siyasal davranış kavramı ise kavramı bireyin özelden kendisi genelde dünyaya dair görüşleri çerçevesinde ilgilenim gösterdiği aktörlere, kurumlara, siyasal ve sosyal işleyişe karşı sergilediği tutumlardan meydana gelmektedir denilebilir. Davranış daha çok kişisel olgulardan meydana gelmekte iken siyasal davranış toplumsal yönü olan bir sürümdür denilebilir (Temizel, 2012: 6).

Seçmen davranışı denildiğindeyse daha farklı bir alan ortaya çıkmaktadır. Çünkü siyasal davranış, ulusal ve toplumsal bir durum olup seçmen davranış oldukça kişiseldir. Bundan dolayı seçmen davranışı siyaset bilimindeki araştırma ve incelemelerin başlıca konusu olmakla birlikte, sosyolojik, psikolojik, kültürel, ekonomik vb. pek çok yapı ve durumla yakından ilgilidir. Siyaset kavramının hedefinde toplum ve ulusal konular yer almakta iken seçmen davranışı boyutunda bu kavramlar kişiselleşerek bireyi merkeze almaktadır (Teyyare ve Avcı, 2016: 52).

Seçmen davranışı bir yanı ile beklentilerin karşılanması bağlamında tüketici istek ve tercihleri ile benzerlik göstermektedir. Mevcut bir ürün ve hizmet durum karşısında memnuniyet duygusu yaşayan bir tüketicinin sadakat göstermesi durumuna benzer şekilde, seçmen davranışı bakımından da memnuniyet hisseden birey siyasal tercihlerinde de sadakat gösterebilmektedir (Üzüm, 2012: 22).

Klasik ekonomik kurama göre seçmenlerin, siyasal iktidarların geçmiş veya cari dönemde/dönemlerde ortaya koydukları performansı değerlendirmek suretiyle kendileri için en yüksek faydayı elde edebilecekleri siyasal partilere oy verecekleri varsayılmaktadır. Buna göre bireyle kendi çıkarlarına daha fazla önem vermekle birlikte “siyasal pazarlama” olarak ifade edilebilecek propaganda faaliyetlerinden etkilenmektedir (Çınko, 2014: 105). Ancak seçmen sadakati ve klasik ekonomik görüşün ileri sürdüğü fayda üzerine kurulu önerme bazı açılardan tüketici tercihlerindeki dinamiklerden farklılık gösterebilmektedir. Örneğin seçmen

benimsediği dünya gr veya ideoloji bakımından kendine yakın bulduğu düşünce ve fikir merkezlerine faklı nedenlerden dolayı bağlılık geliştirebilir. Bundan dolayı seçmen davranış ve tercihlerinin her zaman rasyonel olması beklenemez (Baltacı ve Eke, 2012: 116).

Newman ve Sheth, (1985)'e göre seçmenlerin davranışlarını Seçmen Davranış Modeli adıyla yedi aşamada değerlendirmek mümkün olup bunları Şu Şekilde sıralamak mümkündür (Newman ve Sheth, 1985: 178-179'dan akt: ağlar ve Gelir, 2014: 31).

- Konular ve Politikalar: Ekonomi politikası, dış ilişkiler politikası, sosyal politika ve liderlik özellikleri gibi dört ana boyuttan oluşan konuları ifade etmektedir.

- Sosyal Tanımlamalar: Seçim sürecinde adayın destek olmaya yakın gibi görünen birincil ve ikincil referans gruplarını ifade eder. Adaylar; çeşitli demografik (ya, cinsiyet, din), sosyo-ekonomik (gelir, meslek), kültürel (yaşam stili, etnik köken) veya ideolojik (demokratik, cumhuriyetçi) gibi halkın farklı kesimlerine yönelik söylemlerde bulunurlar.

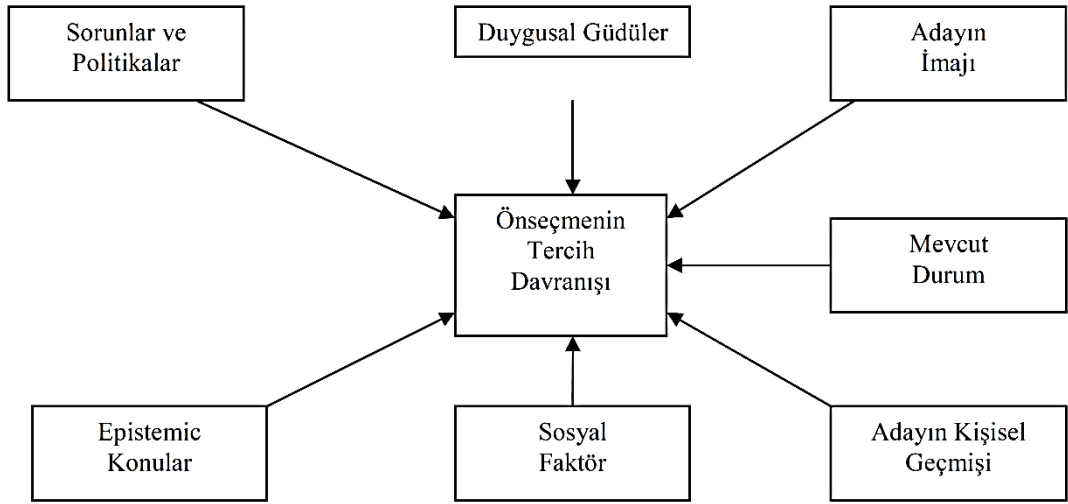
- Duygusal Görüşler: Oy vermenin duygusal boyutlarını ifade eder. Aday tarafından seçmene iletilen, sorumluluk, vatansverlik, umut vb. gibi duyguları ifade eder.

- Aday İmajı: Adayın karakteri olarak düşünülecek kişilik özelliklerine bağlı oluşan aday imajını belirtir.

- Güncel Durumlar: Kampanya süresince gerçekleşen ve seçmenin oy verme tercihini bir başka adaydan yana kullanmasına neden olan yerel veya uluslararası olayları içeren politikalar ve konular bütünüdür.

- Kişisel Durumlar: Seçmenin adaya oy vermesini sağlayacak veya başka bir adaya oy vermesine neden olacak adayın kişisel yaşamında gerçekleşen olayları ifade eder.

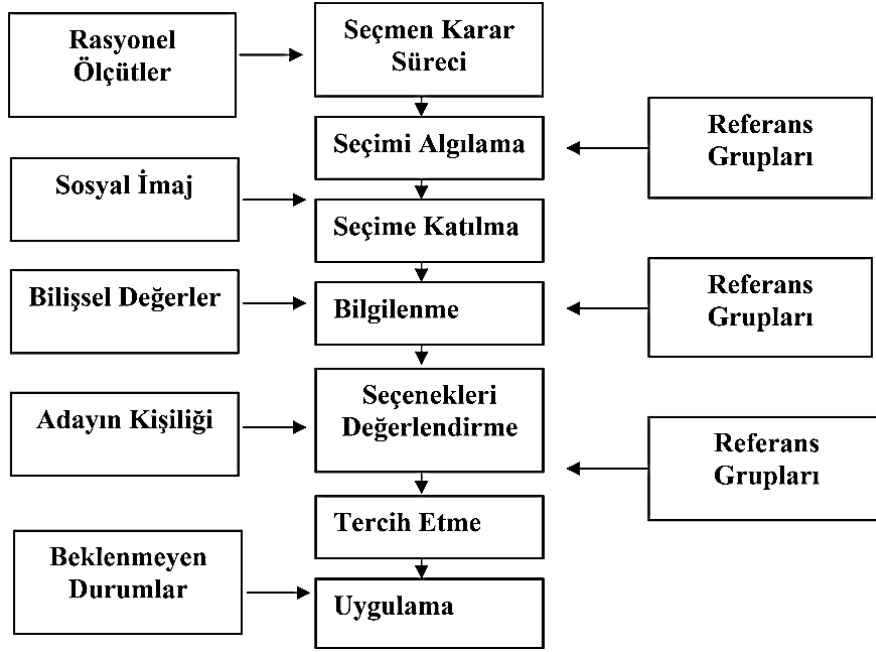
- Bilişsel Konular: Aday tarafından, yeni ve farklı bir Şey ile ilgili olarak ortaya çıkarılan ilginin, bilginin ve araştırma ihtiyaının algılanan tatminini doğrulayan sebepleri açıklar.



Kaynak: (Newman ve Sheth, 1985: 178-179'den akt. Demirtaş, 2010: 56).

Şekil 1 Newman ve Sheth (1985)'in Seçmen Tercih Davranış Modeli

Yukarıda da ifade edildiği gibi seçmen davranışı oldukça karmaşık olup pek çok dinamikten beslenmektedir. Nitekim buna vurgu yapan İslamoğlu (2002)'na göre Newman ve Sheth (1985)'in modelinin Türkiye açısından bazı eksiklikleri vardır. İslamoğlu (2002), söz konusu eksikliğin nedenini, seçmenlerin üyesi oldukları ve kendilerini ait hissettikleri sosyal gruplar ile seçmenlerin davranışlarını ortaya koyarken referans gruplarının modelde yer almaması olarak açıklamaktadır. Yazara göre Türkiye açısından geçerli olabilecek model ile modele (Şekil 2) dair açıklamalar aşağıda aktarılmıştır (İslamoğlu, 2002: 83-91).



Kaynak: İslamoğlu, A. H. (2002). *Siyaset pazarlaması*, İstanbul: Beta Basım A.Ş., s. 83

Şekil 2 İslamoğlu (2002)'nin Seçmen Tercih Davranış Modeli

İslamoğlu, A. H. (2002)'nin Şekil 2'de gösterilen Seçmen Tercih Davranış Modelindeki unsurların açıklamaları şu şekildedir (İslamoğlu, 2002: 83-91);

- Rasyonel Ölçütler. Bir siyasi partinin seçilip iktidara gelmesi halinde ondan sağlanacak olan ekonomik, sosyal, dış politika uygulamaları gibi rasyonel yarar ve beklentileri ifade eder.

- Sosyal İmaj: Seçmenler partilerle ilişkilerini psikolojik, sosyal ve siyasal sembollerle gerçekleştirirler. Her siyasi parti ya da aday siyasal faaliyetlerini, ilgilerini, vizyonunu, ürünlerini, semboller aracılığıyla imaja dönüştürmelidir.

- Bilişsel Değer. Bir liderin ya da adayın seçiminde etkili olan faktörlerden biri de onun bilgi, beceri ve yetenekleriyle neyi başarıp neyi başaramayacağını gösteren bilişsel yönüdür. Bilişsel yön yenilik ve dönüşümleri yönetmek, vizyon sahibi olmak, sorunları teşhis edip çözmek açısından değerlendirilir.

- Adayın Kişiliği: Aday ya da liderin çizdiği ya da görüntü olarak yarattığı kişiliği, seçmen tercihlerini etkileyen önemli bir faktördür.

- Referans Grupları: Kişinin davranışlarını etkileyen referans grupları, seçimlerde de seçmenlerin birbirlerini etkilemelerinde önemli bir faktördür. Bu nedenle, bir siyasi parti seçimleri etkileyebilecek grupları belirleyebilmeli ve bu gruplar aracılığıyla seçmenleri yönlendirebilmelidir.
- Sosyal Gruplar: Bir siyasi parti hedef seçmen gruplarına ve bu gruplarla ittifak yapabilecek gruplara göre kendini konumlandırılmalı ve parti değerleri ile grup değerleri arasındaki uyumu dikkate almalıdır.
- Sosyal İlişkiler: Bir siyasi parti, kurumsal olarak tanınma ve entelektüelliğini göstermek ve bu çevreleri etkilemek için çeşitli kurum ve kuruluşlarla sosyal ortamlarda bir araya gelmelidir.
- Beklenmeyen Durumlar: Her siyasi parti, karşısına çıkabilecek beklenmedik olaylara karşı hazırlıklı olmalı, önüne çıkan fırsatları analiz edebilmeli ve bunlardan nasıl yararlanabileceğini belirlemelidir.

1.2. Seçmen Davranışına Teorik Yaklaşımlar

Literatürde seçmenin tercih yapma ve bu tercih sürecinde etkili olan kavramsal açıklamaların iki şekilde ele alındığı görülmektedir. Birincisi, en sık kullanılan yaklaşım olan “sosyolojik, psikolojik ve rasyonel tercih” yaklaşımlarıdır. İkincisi ise biraz daha genişletilmiş hali olan ve yine seçmen davranışı ve tercih yapma konularındaki teorik incelemelerde kullanılan partiyle özdeşleşme, konu, aday imajı, seçmen grup üyeliği ve geçmişi değerlendirici oy verme şeklinde sıralanana beş unsurdur. Her iki sınıflama literatüre katkı veren araştırmacı ve yazarlarında bakış açıları ve önermeleri ile kendi içinde tutarlı olup aslında bir birlerini tamamlar niteliktedirler. Bu kapsamda aşağıda öncelikle sosyolojik, psikolojik, rasyonel tercih yaklaşımlarına yer verilecektir. Ardından da sonrasında ise seçmen tercihine yönelik diğer yaklaşımlar olan konuya oy verme ve ideolojik oy verme hakkında açıklamalar yapılacaktır.

1.2.1. Sosyolojik Yaklaşım

Seçmen tercihlerinin arka planındaki durumu sosyolojik açıdan değerlendiren yaklaşımı açıklayanlar grup/toplumsal temelleri üzerine önermeler ileri sürmekte ve bireyseliği reddetmekte veya ikincil planda tutmaktadırlar. Sosyolojik yaklaşımda,

kişilerin değer sistemleri, tutumları, içsel durumları yani bireysel psikolojik halleri ikincil faktör olarak kabul edilmekte ve oy verme davranışında önemini olmadığı veya oldukça az olduğu savunulmaktadır. Bunun yerine ağırlıklı olarak yaşanan coğrafya, mensup olunan referans grupları, din, etnisite ve sosyo-ekonomik statü gibi kavramlara atıflara göndermeler yapılmaktadır. Bu nedenle sosyolojik yaklaşımın temel konusu ve öznesi seçmenler değil, partiler ve gruplar oluşturmaktadır. Sosyolojik yaklaşımın temel problemi ise “neden oy veriyorlar?” sorusunun cevabıdır (Özkan, 2004: 111; Kalender, 2005: 38).

Bahsi geçen grupların temel özelliklerinin başındaysa normlarının bulunması, belli bir davranış düzlemine göre hareket edilmesi ve bunlara riayetinin oldukça önemli görülmesidir. Grup normlarına uyum sağlamayan bireyler dışlanma, yadırgama, baskı vb. gibi bir takım yaptırım veya cezai tutumlarla karşılaşabilmektedirler. Bundan dolayı birey, oy verme ve seçmen olarak tercih yapma davranışlarında içinde olduğu grupla ters düşmemek ve bir takım cezai yaptırımlara maruz kalmak istemez. Sosyolojik yaklaşımın aradığı “niçin” ve “neden” gibi soruların cevabı burada ortaya çıkmaktadır (Kalender, 2005: 40)

Seçmen ve oy verme davranışı üzerine ve “nasıl” sorusuna önem veren araştırmalarda seçmenlerin rasyonelliği varsayımından hareketle seçmenlerin yaptığı işin aslında seçim kampanyalarında kendilerine sunulan seçeneklerden birini seçmek olduğu kabul edilmiştir. Ancak yapılan bir takım araştırmalarda farklı partilere oy veren seçmenlerin, kampanyalar başlamadan daha önce, bu şekilde oy kullanmaya eğilimi gösterdiklerinin olmalarının bulgulanması rasyonellik önermesinin sorgulanmasına neden olmuştur. Dolayısı ile bir seçmenin oy kullanması, bir karar vermekten ziyade, bir alışkanlık gibi değerlendirmelerin yapılmasına yol açmıştır. (Beren, 2013: 194-195).

Sosyolojik yaklaşımın temeli 1950’li yıllarda atılmış olup Lazarsfeld ve arkadaşlarının “Kişilerin Tercihi (The People’s Choice)”, Campbell ve arkadaşlarının “Amerikan Seçmeni (The American Voter)” ve Anthony Downs’un “Demokrasinin Ekonomi Teorisi (An Economic Theory of Democracy)” adlı eserlerde açıklanmış ve değerlendirmelerde bulunulmuştur. Ancak bahsi geçen yazarlar eserinde psikolojik ve ekonomik değerlendirme ve görüşlere de yer

vermişlerdir. Genel olarak bu araştırmacı ve yazarların temel varsayımları; oy verme kararının, seçmenin büyük bir mağazada iki alternatif ürün arasında seçim yapmaya benzer kişisel bir tercih olduğu ve basın bu tercihi yönlendirmede büyük etkisinin bulunduğu şeklindedir. Araştırmacıların yaptıkları çalışmalarda elde ettikleri sonuçlar seçmen davranışında sosyolojik öğelerin ağır bastığı, seçmenlerin açık bir biçimde karar vermekten ziyade ait oldukları toplumsal gruplarına ters düşmemeye dikkat ederek hareket ettikleri tespit edilmiştir (Kavas, 2017: 79-80).

Örneğin Lazarsfeld ve arkadaşları ABD'deki seçmenlerin yaş grupları açısından politik bağılıklarına bakmışlar ve genç Protestanlara nazaran yaşlı Protestanların daha çok Cumhuriyetçi; genç Katoliklere oranla da yaşlı Katoliklerin daha çok Demokrat olduklarını tespit etmişlerdir. Bunu da gençlerin kiliseden daha az etkilendikleri ve geleneklerine daha az bağlı olduklarıyla açıklamışlardır. Ayrıca yazarlar politik eğilimler indeksi geliştirmişler ve seçmenleri politik tercihlerine göre altı sınıfa ayırmışlardır. Bunlar; güçlü Cumhuriyetçiler, ılımlı Cumhuriyetçiler, zayıf Cumhuriyetçiler, zayıf Demokratlar, ılımlı Demokratlar ve güçlü Demokratlardır. Araştırmacılar bazı seçmenlerin kampanya başlamadan önce, bazılarının kampanya ortalarında, bazılarının ise hemen seçim öncesinde karar vermeleriyle ilgilenmişler ve son karar verme zamanını etkileyen iki ana faktör bulmuşlardır. Bunlar seçimlere ilgi ve çapraz baskılardır. Araştırma sonuçlarında, her iki parti seçmeni arasında düşük ilgiye sahip olanların genellikle geç karar verme eğiliminde oldukları bulunmuştur (Kalender, 2005: 42).

Sosyolojik yaklaşımın kapsamlı yapısı içerisinde “çapraz baskı” kavramı öne sürülmüştür. Buna göre seçim yapma eylemi ve zamanlamasında çapraz baskı, oy kararını etkileyen faktörler arasındaki zıtlık ve uyumsuzluk olup çapraz baskıda, seçmenin çevresindeki bazı faktörler onu öteki siyasi parti veya fikir odağına doğru yöneltebilmektedir. İki tür çapraz baskıdan söz edilebilir. Birincisi, din ve sosyo-ekonomik statü derecesidir. Düşük sosyo-ekonomik derecedekiler ve üst sosyo-ekonomik derecedekiler çapraz baskı altındadır. İkinci çapraz baskı ise meslek gruplarıyla özdeşleşmede meydana gelmektedir. Zengin olarak nitelenebilecek kişiler ve gruplar düzenli olarak bir partiye, düşük gelirli taşra ve işçi sınıfı başka bir partiye taraftar olabilmektedir. Bu meslek grupları, seçmenleri çapraz baskı altında bırakabilmektedir (Kalender, 2005: 42).

Yapılan açıklamalar doğrultusunda sosyolojik yaklaşımın temelini oluşturan ilk araştırmadan/araştırmalardan yola çıkarak şunları ifade etmek mümkündür (Kalender, 2005: 43);

- Birey sosyal olarak politikleşir. Sosyal özellikler parti tercihlerini belirlemektedir.

- Oy verme temel olarak bir grup deneyimidir. Birlikte çalışan ve yaşayan insanların aynı adaya oy vermeleri muhtemeldir.

- Politik eğilimler indeksi; sosyo-ekonomik statü derecesi, dini bağlılık ve ikamet üzerine temellenmiştir.

- Oy vermede ailenin önemli bir rolü bulunmaktadır. Eşler özellikle birbirlerinin tercihlerine çok yakın oy kullanmaktadır. Çocukların tercihleriyle ebeveynlerinin tercihleri büyük ölçüde benzeşmekte, ancak eşler arasındaki gibi yakın bir ilişki çok fazla bulunmamaktadır.

- Seçimlere gösterilen ilgi karar verme zamanını etkilemektedir. Yüksek ilgili bireyler daha erken karar vermektedir.

- Bireyler mensup oldukları gruplar doğrultusunda oy vermeye eğilimli olmakta ve bu süreçte çapraz baskılar önemli rol oynamaktadır.

Seçmen tercihine sosyolojik yaklaşım temellerini atıldığı Lazarsfeld ve arkadaşlarının çalışmalarından sonra, bu yaklaşım özellikle İngiltere’de yoğunlaşan çalışmalarla sürdürülmüş, 50’li ve 60’lı yıllardaki seçmen çalışmalarının sosyolojik yaklaşımdan etkilendiği gözlenlenmiştir. Bunun yanında bu dönemde yapılan çalışmalarda psikolojik yaklaşımında önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Örneğin Leonard W. Doobh “Kamuoyu ve Propaganda” adlı eserinde İngiliz seçmen davranışı üzerinde 1960’lardan 1985’e kadar yapılan değişik çalışmaları yorumlarken, çoğunluğun sosyolojik yaklaşım doğrultusunda bulgu elde ettiğini ifade etmektedir. Buna göre İngiliz seçmenin tercihini; mesleki farklılıklar, sendika üyelikleri, coğrafi bölge, cinsiyet, eğitim gibi faktörler daha yoğun olarak etkilemektedir. Sendika üyesi olanların olmayanlara oranla İşçi Partisine; İngiltere’nin güneyinde yaşayanların Muhafazakârlara, İskoçya, Galler ve kuzeydekilerin İşçi Partisine oy verdikleri bu çalışmalar sonucunda ortaya

konmuştur. Eğitim ise karmaşık bir faktör olarak göze çarpmaktadır. İşçi sınıfına mensup daha iyi eğitim almış bir seçmenin, muhafazakarlara oy vermesi daha çok muhtemelken yüksek eğitimli orta sınıf bir seçmenin aynı partiye oy verme ihtimali daha azdır. Cinsiyet açısından da erkeklerden daha çok kadınların Muhafazakarlara oy verdiği tespit edilmiştir (Eke, 2008: 39; Bayraktar, 2009: 90).

1.2.2. Psikolojik Yaklaşım (Partiyle Özdeşleşme)

Seçmen tercihinin teorik yaklaşımlardan diğer Michigan Modeli olarak bilinen, psikolojik yaklaşım veya literatürdeki yaygın ismiyle Partiyle Özdeşleşme Modelidir. Campbell ve arkadaşları tarafından ortaya konan modele göre, seçmenin bir partiye karşı duyduğu sevgi, bağlılık ve nihayetinde taraftar olmadan ibarettir. Bu taraflılık o derece bir taraftarlıktır ki adeta bir futbol takımı taraftarlığı gibi değerlendirilebilir. Parti kimliğini benimsemiş yani partiyle özdeşleşmiş seçmenler, genellikle kendi partisinin adayına oy vermektedirler (Damlapınar ve Balcı, 2005: 65).

Partiyle özdeşleşme modelini ortaya koyan Michigan yazarlarının temel amacı, tarihsel perspektifte seçmen tercihinin değişik biçimlerde etkileyen spesifik unsurları ortaya koymaktır. Bu doğrultuda temel hipotezleri; seçmenlerin partizan tercihlerinin altında yatan nedenin, psikolojik güçler kapsamındaki unsurların yönü ve gücüne bağlı olarak ortaya çıktığıdır. Partiyle özdeşleşme modeli, 1948 ve 1956 yılları arasında ABD.'deki başkanlık seçimleri esnasında yapılan görüşmelerden elde edilen veriler doğrultusunda ortaya konulmuştur (Gökçe, Akgün ve Karaçor, 2002: 6-7).

Partiyle özdeşleşme modelinin özellikle o döneme kadarki alışlagelmiş olan iki anlayışı reddetmesi, modeli daha da özgünleştirmiştir. Bu reddedilerden ilki, Plato'ya kadar geri götürülebilecek olan, seçmen davranışını, yetersiz yığınların yanlıgılı tercihi olarak değerlendiren görüştür. Bu noktada, Michigan ekibi, kişisel örneklerden ziyade temsili data sunarak, bir spekülasyondan ziyade bir hipotez sunmaktadırlar. Ahlaki tavsiyeler yerine davranışların düzenliliğine yer vermektedirler. Bir diğer önemli nokta ise oy verme davranışının sosyolojik yorumunu reddetmeleridir. Böylece, siyaset biliminin kendisine olan saygısını korumuşlardır. Lazarfeld'in "insan politik düşünür çünkü sosyal bir varlıktır" anlayışı yerine seçmen açısından politik tavırların alan araştırmalarıyla ölçümlenebileceğini ortaya koymuşlardır (Altıntaş, 2010: 23).

Seçmen davranışının öncelikle psikolojik etmenlerden hareketle tanımlanabileceğini belirten Michigan yazarları, bu nokta da psikolojik unsurlara ve psikolojik unsurun ortaya çıkış şekli olan “tutumlara” büyük önem atfetmektedirler. Özellikle tutumların yoğunluğunun bazı seçmenlerin neden o partiye oy verdiğini, diğerlerinin ise vermediğini açıklamada yardımcı olduğuna değinmektedirler. Oy verenler açısından, tutumun tutarlılığı seçmenin neden doğrudan partisine yöneldiğini ortaya koymaktadır. Oy vermeyenler açısından ise partiler arasında bir bölünmüşlük söz konusudur. Bu nokta da en önemli husus, tutumların yoğunluğunun ve partizan yönünün, her bir seçmen açısından, rakip adaylar arasındaki tercihe ilişkin sebebi ortaya koymasıdır (Altıntaş, 2010: 24).

Michigan ekibinin ortaya koyduğu bir diğer önemli bulgu da kuşaktan kuşağa aktarılan partizanlığın, hangi ailelerde ne şekilde biçimlendiğine yönelik değerlendirmedir. Bu doğrultuda ortaya çıkan sonuca göre, ebeveynlerinin her ikisi veya sadece birisi politikayla aktif ilgilenen ailede yetişen çocuğun, ebeveynleri politikayla ilgisiz olan çocuğa oranla daha partizanca tutum içerisinde olduğu görülmüştür. Ayrıca “aktif” evlerde, yani ailesi politikayla aktif olarak ilgilenen evlerde yetişen çocukların ileri ki yıllarda da tutucu tavırlarını korudukları ve partilerini kolay kolay değiştirmedikleri vurgulanmaktadır. Bu durumun tam tersine, “pasif” evlerde yetişen çocukların ise ileride ki politik yönelimlerinin ve eğilimlerinin partizanca olmadığı belirtilmektedir (Erdoğan, 2004: 110-111).

Michigan ekibi, seçmen davranışının esas olarak psikolojik faktörler doğrultusunda da ortaya çıktığını belirtmekle beraber, konuya veya adaya oy verme gibi diğer etmenlerin de bu süreçte göz ardı edilmemesi gerektiğine vurgu yapmışlardır. Sınırlı seviyede de olsa, süreç dâhilinde bazı seçmenlerin gündeme dair politikaları, kendilerinden hareketle partiler açısından artı veya eksi olarak değerlendirdiklerine değinmektedirler. Aslında yapılan bu değerlendirmenin de partizan tutum kapsamında yapılan bir değerlendirme olduğunu belirtmektedirler (Yıldırım, 2014: 17-18). Partiyle özdeşleşme modelinin temel varsayımları, şu şekilde özetlenebilir (Kalender, 2005: 48-49);

- Çoğu seçmen, 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.
- Bağlılığını değiştiren bir azınlık; ebeveyn bağlılığının yokluğu veya çok zayıflığı, ailesinin ve kendisinin ilk bağlılığının referans gruplarından farklı olması gibi sebeplerle sapma göstermektedir.

- Daha önceden var olan parti bağlılığı, seçmenlerin şu sorulara vereceği doğrudan cevapla tam olarak yansımaktadır: Kendinizi A veya B partisine mensup olarak mı düşünüyorsunuz? Öyleyse bu mensubiyetinizin derecesi nasıldır? Çok güçlü-güçlü- güçsüz.

- Bir partiye daha çok bağlı olan bir seçmenin, seçimler ile bağımsız olarak oyunu o partiye kullanması kuvvetle muhtemeldir.

- Bir partiye daha çok bağlı bir seçmenin, seçimlere katılması kuvvetle muhtemeldir.

- Partiyle özdeşleşme ve oy verme arasındaki geçici tutarsızlık, aday ve konuların cazibesıyla oluşabilmektedir. Fakat bu durum bir veya iki seçim devam etmekte, izleyen dönemlerde kişi genellikle kendi parti bağlılığına uygun bir şekilde oy vermektedir.

- Bir partiye daha çok bağlı bir seçmenin, kendi partizan bağlılığına uygun olabilen diğer partileri algılaması ve değerlendirmesi kuvvetle muhtemeldir.

Partiyle özdeşleşme modelinin, yukarıda sıralanan varsayımlarından şu sonuçların çıkarılması mümkündür (Erdoğan, 2004: 111-112; Kalender, 2005: 48-50; Yıldırım, 2014: 17-18);

- Herhangi bir seçimde, seçmenlerin hepsi parti bağlılıkları doğrultusunda oy kullanırlarsa, Çoğu seçmenin bağlı hissettiklerini belirttikleri parti seçimleri kazanacaktır.

- Bir seçimler dizisinde, Çoğu seçmenin güçlü bağlılık hissettiklerini söyledikleri parti, ortalamanın üzerinde oy alacaktır.

- Yeni partilerin önemli bir takım oyları çekmeleri; partilere zayıf bağlılığını söyleyenlerin az olduğu durum ve zamanlardan ziyade, zayıf bağlılığını ifade edenlerin önemli sayılarda olduğu durum ve zamanlarda daha muhtemeldir.
- Siyasal sistem içerisinde, farklı partiler arasında kararsız kalan seçmen kitlesinin büyüklüğü, partilere bağlılıklarının zayıf olduğunu ifade eden seçmenlerin oranıyla daha da artacaktır.
- Bir partiye bağlılığının güçlü olduğunu söyleyen ve sürekli olarak oy vermeyen seçmenlerin gelecek seçimde aynı partiye oy kullanması, partiye bağlılığının zayıf olduğunu söyleyen ve sürekli oy vermeyen seçmenlerden daha fazla muhtemeldir.
- Belirli zaman sürecinde eğer diğer faktörler eşitse; partilere zayıf, güçlü ve çok güçlü bağlılığı olduğunu söyleyenlerin oranı aynı kalacak, bütün katılanlar karşılaştırılabilir bir seçim skalası üzerinde sabit duracaktır.
- Diğer faktörler eşitse; partiye bağlılığının zayıf olduğunu veya kararsız kaldıklarını söyleyenlerin oranının küçüklüğün den daha çok büyüklüğü, katılma ortalamasını azaltabilecektir.

1.2.3. Rasyonel Tercih Yaklaşımı

Rasyonel tercih yaklaşımın öncüsü Antony Downs'tur. Downs'un seçmen tercihleri konusundaki ilkeleri sarsan "An Economic Theory of Democracy" isimli eseriyle rasyonel tercih yaklaşımı şekillenmeye başlamış ve daha sonraları çeşitli araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir (Kalender, 2005: 51). Altıntaş (20109'a göre "bireyin oy verme sürecine girip girmemesini seçim sonucu elde edilecek faydaya, maliyetlere ve seçmenin oyunun seçim sonucunu etkileme olasılığına bağlayan rasyonel seçmen hipotezi; seçmenin oylamadan elde edeceği beklenen fayda ile kendi oyunun seçim sonucunu etkileme olasılığı çarpımının, oylamanın maliyetinden büyük olması durumunda seçmenin oy kullanacağını, aksi takdirde oy kullanmayacağını öne sürer. Kamu tercihi teorisi literatürünün seçmenin oy verme sürecine katılma kararını açıklarken başvurduğu bu hipotez, oylamaya katılan birey sayısının çok olması yani seçmenin seçim sonucunu etkileme olasılığının çok düşük olması durumunda, oylamanın mutlaka bir maliyet gerektirdiğini de göz önüne

olarak, bireyin oy verme davranışını irrasyonel bir davranış olarak değerlendirmektedir” (Çakır ve Biçer, 2015: 100).

Seçmenin kendi çıkarlarını iyi bilmesinden hareketle, seçmen davranışlarında rasyonel yaklaşımı ileri sürenlerin temel varsayımı, kendi çıkarlarına göre en iyi partiyi değerlendirmesi ya da en iyi hizmet edecek adayı tercih edebilmesi en uygun tercihte bulunabilmesidir. Rasyonel tercih yanlıları, kişinin istek ve amaçlarını ön planda tutarak, seçmen tercihlerini genellikle matematiksel formüller ile açıklama eğilimindedirler. Rasyonel tercih yaklaşımının, psikolojik tercih modelinden belli temel noktalarda ayrıldığı ise anlaşılmaktadır. Harrop ve Miller iki yaklaşım arasındaki temel farklılıkları üç ana başlık altında toplamışlardır. Bunlar şu şekildedir (Güllüpunar, 2010; 83; Negiz, vd., 2012: 182);

- Birincisi, rasyonel tercih yaklaşımında seçmenin hatır için herhangi bir parti veya adaya oy kullanması söz konusu değildir. Partiyle özdeşleşme modelinde ise, psikolojik bağlılık doğrultusunda oy kullanma önem taşımaktadır.

- İkincisi, rasyonel tercih modellerinin genellikle seçmenin politik amaçları üzerinde odaklanması, sosyal çevrenin fazlaca dikkate alınmamasıdır.

- Üçüncüsü, rasyonel tercih yaklaşımının, seçmenlerin kendi oylarıyla ilgili politik bilgilere araçsal olarak yaklaşmasıdır. İnsanların karar verebilmesi için daha çok bilgi sahibi olmaya, bu bilgileri bütüncül bir yolla, soğukkanlı değerlendirmeye ihtiyaçları vardır. Halbuki partiyle özdeşleşme modelinde bir partiye bağlılık geliştiğinden, bilgiye zıtlıkla, savunmacı bir tepkiyle yaklaşmakta ve kısa vadeli dönem içerisinde yorumlanmaktadır.

1.2.4. Seçmen Tercihine Yönelik Diğer Yaklaşımlar

Sosyolojik, psikolojik ve rasyonel yaklaşımların yanında seçmen tercihinin başka açılardan ele alan teorik ve ampirik çalışmalar da bulunmaktadır. Marcus ve Mackuen'in üzerinde çalıştığı seçmen davranışındaki duygusallık boyutu, diğer yaklaşımlara ilk örnek olarak verilebilir. Anılan araştırmacılar seçmen tercihinde, özellikle kaygı ve coşku üzerine yoğunlaşmaktadırlar. Ayrıca kaygı ve coşkunun oy verme kararında farklı rol oynadıklarını belirterek; coşkuların seçmen tercihinin doğrudan, kaygıların ise dolaylı olarak etkilediğini ileri sürmektedirler (Kalender,

2005: 57). Seçmen tercihine farklı açılardan yaklaşan görüşlerden, özellikle konuya oy verme ve ideolojik oy verme modelleri hakkında aşağıda açıklamalar yapılmıştır.

1.2.4.1. Konuya Oy Verme

Konuya oy verme yaklaşımının ne olarak tanımlanması gerektiği konusunda tam bir fikir birliği olmamakla birlikte, yaklaşımın, politik oy verme, tüketici oy verme, enstrümantal oy verme ve ideolojik oy verme gibi bir takım kavramları da içerdiği savunulmaktadır. Temel modelde, yatırımcı oy verme ve geçmişi değerlendirici oy verme gibi iki varyasyonun yer aldığı göze çarpmaktadır. Aslında tüm bu değerlendirmeler, Downs (1957)'un "An Economic Theory of Democracy" eserinde ileri sürülen rasyonel seçmen teorisinden esinlenmektedir. Rasyonel seçmen teorisinde seçmen, kendi görüşlerinden hareketle pozisyonunu ve performansını beğendiği partiyi desteklemektedir. Seçmenin aldığı destekleme kararı hesaplanmış bir karardır (Altıntaş, 2010: 32).

Konunun önemi, seçmenleri rasyonel bir aktör olarak gören ve konuya oy vermeyi, aday ve parti ikileminden çıkartarak, daha akılcı bir davranış olarak değerlendiren araştırmacılar tarafından vurgulanmaktadır. Mesela vergileme konusu özellikle de gelişmiş batılı ülkelerde, seçim kampanyalarının merkezinde yer alan önemli bir konudur. Bu nokta da partilerin önerdiği vergi politikaları seçmenlerin tercihlerini belirlemede önemli rol oynamaktadır. Partinin uygulayacağı vergi politikasından etkilenecek olan seçmenin, uygulanacak olan politikadan faydalı veya zararlı çıkma olasılığı seçmenin tercihine yön veren önemli bir etkidir. Bu açıdan bakıldığında, seçmenin gündemindeki konuları değerlendirmesi ve bu doğrultuda oy kullanması rasyonel bir davranıştır. Ancak konu üzerine son yıllarda detaylı olarak çalışılması, neredeyse konuya oy vermeyi başlı başına bir yaklaşım haline getirmiştir (Ünal Aydoğan, 2018: 1421-1422).

Konuya oy verme üzerindeki ilk odaklanmalar 1960'lı yıllarda Amerika'da başlamıştır. Seçmenlerin eğitim seviyesinin yükselmesi, partiyle özdeşleşmenin zayıflaması, başkanlık seçimlerinin insanlara bir dizi açık tercihler sunması ve ideolojik ifade tarzındaki bazı gelişmeler bu odaklanmayı hızlandırmıştır. Bu süreç doğrultusunda konuya oy verme, siyaset bilimcilerin üzerinde önemle durduğu bir çalışma alanı haline gelmiştir. Konuya oy vermenin temel varsayımı, seçmenlerin

aday ve partileri öncelikle gündemdeki bazı konular üzerinden değerlendirdiği hususudur. Seçmenin bu değerlendirme neticesinde, konu üzerinde kendi görüşüyle çakışan aday veya partiyi tercih edeceği öngörülmektedir (Kalender, 2005: 58).

Konuya oy verme yaklaşımına göre bir seçmenin konuya oy veren seçmen olarak nitelendirilebilmesi için aşağıda sayılan dört özelliğe sahip olması gerekmektedir (Altıntaş, 2010: 34);

- Seçmen konuyla ilgili farkındalığı olan bir seçmen olmalıdır.
- Seçmenin konu hakkında düşüncesi veya karşı tutumu olmak zorundadır.
- Seçmen, konu üzerinde değişik partilerin değişik politikaları olduğunu algılamak zorundadır.
- Sonuç olarak seçmenin oy vereceği parti, konu hakkında partinin duruşu ile kendi duruşunun örtüştüğü parti olmalıdır.

1.2.4.2. İdeolojik Oy Verme

Seçmen tercihiyle ilgilenen çoğu araştırmacı oy verme davranışı açısından ideolojik boyutu dikkate almış ve üzerinde çalışmalar yapmıştır. Lazarsfeld ve arkadaşları, Michigan ekibi ve bunu izleyen diğer araştırmacılar ideolojilerle ilgilenmişlerdir. Ancak tüm bu çalışmalar, daha çok değişik parti seçmenleri arasındaki ideolojik ayrılıklar noktasından konuya yaklaşmışlardır. Rasyonel tercih yaklaşımlarını dikkate alanlar ise, bilginin maliyetini azaltmak için seçmenlerin ideolojiye yanaştıklarını ifade etmektedirler (Beren, 2013: 195).

İdeolojik oy vermede seçmenler için ideolojiler, kendi taraftarları için faaliyet planı sağlayan iki bölümlü inanç sistemleridir. Bunlardan ilki; amaçlar, değerler ve dünya hakkındaki varsayımları kapsayan inançlar, diğeri ise bundan türeyen faaliyet ilkeleridir. Öz inançlar olayların akışına rağmen kalırken, faaliyet ilkeleri çevre şartlarının değişim istekleriyle yeniden formüle edilebilmektedir. İdeolojinin bu temel ayrımı doğrultusunda üç tip seçmenden söz edilebilir. Bunlar; ideoloji yanlıları, yakın ideoloji yanlıları ve az ideoloji yanlılarıdır (Güllüpunar, 2010: 81).

İdeolojik tutumlarla oy verenler (ideoloji yanlıları, yakın ideoloji yanlıları ve az ideoloji yanlıları) kendi doğal partilerine oy vereceklerdir. Bu seçmenlerin oy vermesi modeldeki direkt hattı izleyecektir. Yine yakın ideoloji yanlılarından kendi

partilerine oy vermeleri beklenirken, az ideoloji yanlıları için faaliyet ilkeleri çok fazla önem taşımamaktadır. Bu sebeple modeldeki uzun hat, az ideoloji yanlılarının öz inançlar doğrultusunda oy verme davranışını ifade etmektedir. Az ideoloji yanlılarının ideolojik bağlılığı, bu doğrultuda daha zayıf kalmaktadır (Kalender, 2005: 64).

İdeolojik karışıklıkta, öz inançlar çok az olduğundan veya hiç olmadığından, bu tür seçmenler, faaliyet ilkeleri doğrultusunda oy vereceklerse dahi daha çok günlük politikalardan ve konulardan etkileneceklerdir. Bu sebeple, bu tür seçmenlerin bir partiye sürekli bağlanmaları beklenemez. İdeolojik uyumsuzluk durumunda ise, seçmen benimsediği faaliyet ilkelerine tamamen ters olan bir partiye oy verebilecektir (Altıntaş, 2010: 38).

1.3. Seçmen Davranışlarında Etkili Olan Faktörler

Demokrasinin gelişimi ile paralel olarak 1900'lü yıllardan itibaren seçmen davranışı üzerine çalışmalar yapılmaya başlamış, 1940'lardan sonra, propaganda, siyaset pazarlaması, seçim kampanyaları vb. gibi etkinliklerin ilk geniş kapsamlı örneklerinin görüldüğü ABD'de başlamıştır. Seçmen davranışı ve seçmenin etkilendiği faktörler hakkında en çok söz edilen çalışma, Fransız seçmenin tercihleri hakkında 1913 yılında Andre Siegfried tarafından yapılmıştır. Siegfried, Fransa'nın politik görünümü değerlendirmiş ve literatüre "sağ, sol, uç sol, uç sağ" terimlerini kazandırmıştır. Ayrıca seçimlerin yapıldığı yerler ile buralardaki tercihler üzerinde değerlendirmeler yaparak "seçim coğrafyası" kavramı üzerinden analizlerde bulunmuştur (Ayan, 2011: 84). Dünyada ekonomik, sosyal, siyasal ve fikir akımlarındaki gelişmelere göre seçmen tercihleri dönemler itibarıyla farklı faktörlerden etkilenmiş ve bu bağlamda pek çok çalışma yapılmıştır. Seçmen davranışı ile birlikte gelişen diğer kavramlar propaganda ve siyasal pazarlamadır.

Kısaca siyasal pazarlama, ticari pazarlama yöntemlerinin kullanılarak siyasetteki kavramlar ve konulara uyarlanması olup, ticari alanda kullanılan pazarlama strateji ve araçlarının siyasi alanda kullanılmasıdır. Çoğu siyasi parti, günümüzde seçmenlere bir başka deyişle hedef piyasaları için piyasa bilgisi toplamaya çalışmaktadır. Bu amaçla da anketler düzenlenmekte, odak grupları

oluşturularak siyasi partinin seçmen gözünden nasıl algılandığının belirlenmesine çalışılmaktadır (Tan, 2002: 11).

Uztuğ (1996)'a göre siyasal partilerin amacı, partinin ya da adayın düşünce ve görüşlerini duyurmak, seçimi kazanmasa bile iyi bir oranda oy toplayarak gücünü kanıtlamak, diğer adaylarla pazarlık yapacak konuma gelmek ya da çoğunluğun oylarını alarak iktidara gelmek, ülkenin yönetiminde söz sahibi olmaktır. Bu açıklamanın ışığında politik pazarlama kavramsal olarak genel bir tanımla siyasal partiler tarafından, istenilen amaçlara ulaşmak için modern pazarlama teknik ve yöntemlerinin kullanılması olarak ifade edilebilir (Uztuğ, 1996: 846).

Siyasal pazarlama kavramı uluslararası literatürde “politik pazarlama” olarak anılmakta olup kavramı ilk kez Stanley Kelley tarafından 1956 yılında “Professional Public Relations and Political Power” adlı eserinde kullanmıştır. Bu terim, politika ve pazarlama alanında çalışan bazı bilim insanları ve çeşitli pazarlamacılar tarafından kullanılmış ancak bu tanımlar arasında bir uzlaşma veya bütünlük sağlanamamıştır (Bayraktaroğlu, 2002: 160).

Günümüzde siyasi partiler siyasal pazarlama ve seçmen davranışı üzerine politik sahada çok yoğun çabalar ve paralar harcamaktadır. Ancak tarihin geçmiş dönemlerinden bu yana seçmen davranışı üzerinde kesin ve etkili sonuç alınabileceğini vaat eden bir teori, kuram veya yöntemden söz edilememektedir. Zira çağın değişen koşulları seçmen tercih ve davranışları üzerinde de değişimlere neden olduğundan kestirilmemesi oldukça güç bir alanın ortaya çıktığından söz edilebilir (Polat, Gürbüz ve İnal, 2004: 16-17). Dolayısıyla ile seçmen davranışları çok sayıda faktörden etkilenmekte olup bunlar hakkında aşağıda açıklamalar yapılmıştır.

1.3.1. Demografik Faktörler

Bireyin, topluluğa ait olma, çevreyle ilişkileri, çocukluk ve yetişkinlikteki sosyalleşme durumu, siyasal tutum ve davranışları üzerinde etkilidir. Gelir, yaş, meslek, eğitim, cinsiyet ve toplumsal sınıf gibi etkenler, bireyin toplumsal konumunu ve siyasal davranışını etkilemektedir. Refah seviyesi, sanayileşme, kentleşme, halkın eğitim düzeyi, kitle iletişim araçları, basın-yayın araçlarının yaygınlaşması ve gelir dağılımı gibi etkenler, katılım oranında değişime neden olmaktadır. Kentleşme ve

zenginlik düzeyi yüksek olan toplum kesimlerinde siyasal davranışların demokratik olarak sergilenmesi bu yargıyı açıklamaktadır (Gümüş, 2006: 17).

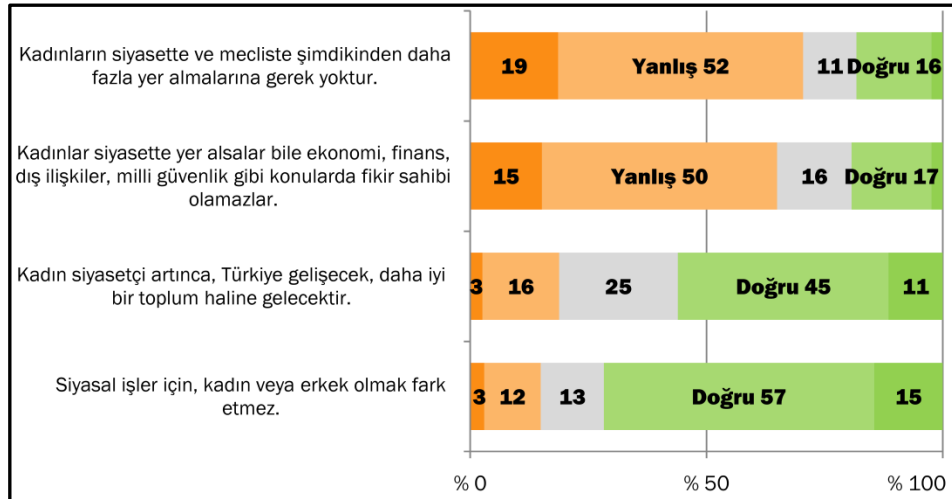
1.3.1.1. Cinsiyet

Meyers ve Levy (1989/1994) cinsiyet üzerine yaptıkları araştırmalarda kadın ve erkeğin bilgi işleme ve algılama farklılıkları üzerinde durmuştur. Araştırmaları kapsamında erkeklerin etkinlik rollerini gerçekleştirdikleri ve bilgileri işlerken kadınlara oranlara daha seçici oldukları sonucunu elde etmiştir. Erkekler mevcut bilgilerin hepsini işleme koymamaktadır. Bilgi işlemede dar kapsamlı ve daha ekonomik davrandığı sonucuna varmıştır (Koç, 2007: 231).

Cinsiyet değişkeni oy verme dışında katılımın her aşamasında, kadınlar aleyhine bir etkiye sahiptir. Kadınlar erkeklere nazaran siyasete daha az katılmaktadırlar. Bu durumda kadınların cinsiyet rollerini koruyarak siyasete dahil olabilmeleri için uygun siyasi ortamın sağlanmasını gerekmektedir Diğer yandan Kadınlar, fazla zaman ve enerji gerektirmeyen oy verme gibi siyasal davranış türlerini aile mensuplarıyla birlikte yerine getirmektedir. Parti, hükümet ve bürokrasi ile ilgili işlerde ise daha geri planda durmaktadırlar (Çukurçayır, 2000: 76-77).

Toplumsal koşullar, ekonomik bağımlılık ve iş yaşamında mobbing gibi tutumlar kadının katılımını kısıtlayabilmekte ve kadını siyasal süreçte olması gerektiği konumdan uzaklaştırabilmektedir. Gelişmiş toplumlarda siyasetteki kadınlar genel sorunlardan ziyade yerel sorunlar ve lokal durumlar üzerinde daha çok dururlar. Örneğin cinsiyet ayrımcılığının önüne geçilmesi, iş dünyasına katılım, kadın girişimciliği, eğitim vb. sıralanabilir. Günümüzde kadınların eğitim, farkındalık ve katılım düzeyinin yükselmesi ve çalışan kadın sayısının artması sonucunda, kadının toplumsal rolleri de değişmiştir. Bu sayede kadınlar, siyasal yaşamla daha çok ilgilenmeye ve haklarını daha çok savunmaya, siyasal yaşamda da daha aktif olarak rol almaya başlamışlardır (Çağlar, 2011: 58).

KONDA Araştırma Şirketi tarafından 2011 yılında yapılan “Siyasette Kadın Temsili Araştırması”nın Siyasete Kadının Katılımına Dair Görüşler kısmında aşağıda Şekil 3’de gösterilen sonuçlar elde edilmiştir.



Kaynak: (KONDA, 2001: 17).

Şekil 3 Siyasete Kadının Katılımına Dair Görüşler

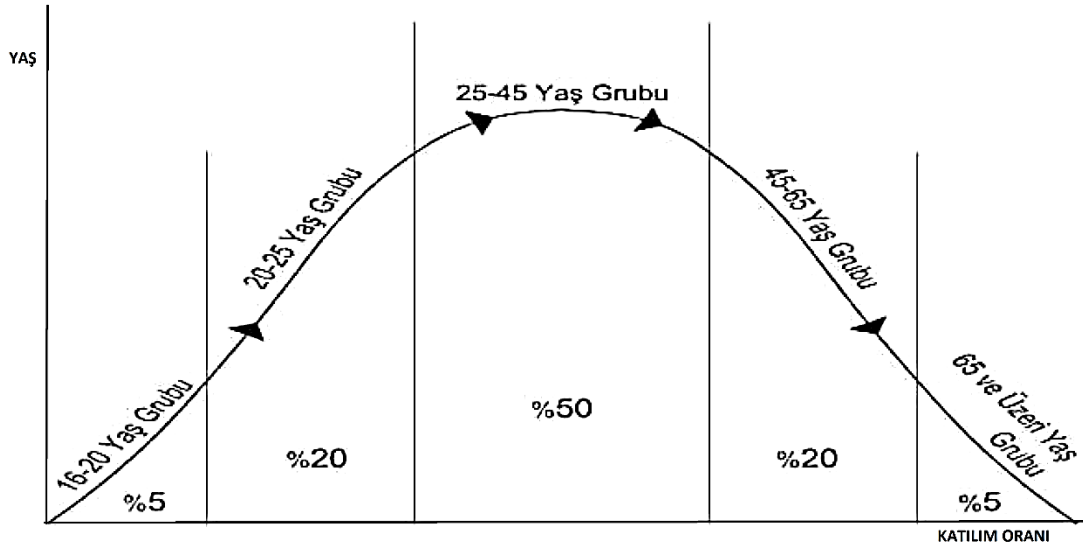
KONDA (2011)'nin araştırmasına göre elde edilen sonuç şu şekildedir;

“Kadın siyasetçilerin sayısının artması durumunda Türkiye’nin gelişeceğine, daha iyi bir toplum haline geleceğine inananların oranı, yüzde 56 ile yarıdan fazladır (yüzde 11 “kesinlikle doğru”, yüzde 45 “doğru”). Bu önermeye cevaben deneklerin dörtte biri çekimsiz kalıp “ne doğru ne yanlış” cevabı vermiş, yüzde 19 ise karşı çıkmıştır. Benzer bir soru tersten sorularak, görüşülen kişilere “Kadınların siyasette ve mecliste şimdikinden fazla yer almalarına gerek yoktur” cümlesi okunduğunda, görüşülen kişilerin yüzde 71’i karşı çıkmakta (yüzde 19 “kesinlikle yanlış”, yüzde 52 “yanlış”), buna karşılık yüzde 18’i böyle bir gerek olmadığını savunmaktadır. “Kadınlar siyasette yer alsalar bile ekonomi, finans, dış ilişkiler, milli güvenlik gibi konularda fikir sahibi olamazlar.” Bu cümle okunduğunda görüşülen kişilerin yüzde 65’i onaylamadıklarını söylemektedirler (yüzde 15 “kesinlikle yanlış”, yüzde 50 “yanlış”). Yüzde 19 ise bu cümleye katılmak suretiyle bir terslik görmediğini ifade etmektedir. Genel anlamda toplumun kadının siyasete katılmasını desteklediği, erkekler kadar iyi yapabileceklerini ve bunun ülke için olumlu olacağını savundukları görülmektedir. Biraz daha ayrıntılı olarak hangi demografik kümelerin bu görüşleri genelden daha fazla veya daha az savunduğuna baktığımızda, ilk olarak kadınların siyasete katılımını, dört soruda da erkeklerin kadınlara kıyasla daha az savundukları görülmektedir. Eğitim arttıkça kadınların siyasete katılımının artmasını ve kadınların ekonomi, dış politika gibi her türlü konuyu anlayabileceklerini savunanlar artsa da, Türkiye’nin daha iyi bir yer olacağını veya siyasal işleri yapmada kadın-erkek arasında fark olmadığını onaylamada eğitim fark yaratmamaktadır” (KONDA, 2001: 17).

1.3.1.2. Yaş

Bireyin, değerler, inançlar, tutumlar, yönelimler ve beklentilerle donanması ve siyasal sistem içinde etkinlik gösterebilmesi için belirli bir yaşa gelmesi gerekmektedir. Cinsiyet gibi kişinin inisiyatifi dışında belirlenen diğer bir siyasal kaynak yaştır. İnsanların fikirleri yaşlarıyla birlikte değişmektedir. Genç insanlar doğal olarak radikal ve sistemi değiştirmeye istekli; daha yaşlı insanlar ise ılımlı hatta muhafazakârdırlar. Gençlikte insanlar fazla sorumluluk almadan idealist veya muhalif olabilirler; fakat belli bir yaşa geldiklerinde iş, aile ve ev yükünün üzerlerine binmesiyle daha muhafazakâr hale gelirler. Fakat bu her zaman işlemeyebilir. Bazen bütün bir nesil geçmişlerinde yaşanan büyük bir olaydan, hem gençken hem de yaşlandıklarında aynı şekilde etkilenebilirler (Gümüş, 2006: 20).

Aşağıda Şekil 4’de gösterildiği gibi insanlar, yirmi beş yaşına kadar düzensiz, aynı zamanda düşük bir seviyede siyasal davranışta bulunmaktadır. Orta yaş grubunda siyasete daha yoğun bir ilgi vardır. Altmış yaşından sonra ise siyasal davranışlarda azalma gözlemlenmektedir. Yaş gruplarının evrensel olmaması, kentsel ve kırsalda bulunmaya bağlı olarak genelleme yapmayı zorlaştırmaktadır.



Kaynak: (Çetinkuş, 2010: 37).

Şekil 4 Siyasal Katılmada Yaş Grafiği

Şekil 4’de görüldüğü üzere her yönüyle bir siyasal davranış biçimi olarak siyasi katılma olgusunda yaş faktörünü genel olarak ve tüm toplumlar için şu şekilde değerlendirmek mümkündür; 16-20 yaş arasındaki gençler, siyasete her düzeyde

daha az ilgi duymakta ve daha az katılmaktadırlar. Bu katılma ve ilgi yaş ilerledikçe artarak 25-45 yaş arasındaki orta yaş grubunda en yüksek düzeye ulaşmakta, 45 yaşından sonra bu ilgi ve katılım yavaş yavaş düşerek 65 yaşından sonra en alt düzeylere kadar inmektedir (Çetinkuş, 2010: 38).

1.3.1.3. Meslek

Meslek, kişiye siyasal nitelikte yetenekler kazandırabilmesi, belli bir siyasal eğilimde olan insanlarla etkileşimi artırması, içinde bulunduğu mesleği nedeniyle bireyi, iktidar politikalarından etkilenir hale getirmesi siyasal katılımı artırıcı unsurlar olarak sıralanabilir. Meslek, bir anlamda da gelir getiren uğraştır. Meslek türünün gelir düzeyini belirlemesine rağmen, aynı gelir diliminde bulunanların bile mesleklere göre siyasal katılım eğiliminde farklılıklar gözlenebilmektedir. En etkin siyasal katılım, genellikle serbest meslek sahiplerinde görülmektedir. Diğer taraftan, ailenin etkisinin azaldığı, eğitim düzeyinin düşük olduğu durumlarda, meslek grubu ve iş çevresinin etkisi artmaktadır. Fakat kesin olarak meslek faktörünün siyasal katılımı nasıl ve ne derece etkilediği araştırmalarla tespit edilememiştir (Uluç, 2007: 78).

Sosyo-ekonomik kaynaklar gelir, eğitim ve meslekten oluşmakta olup, siyasal etkinlikleri kolaylaştırıcı bir işleve sahiptir. Bu üç olanağa da sahip birey genel olarak siyaset hakkında daha fazla bilgi sahibidirler. Örgütsel yaşama katıldıkları, toplumsal sorunların çözümü için diğer insanlarla çalışma eğilimi taşıdıkları görülmektedir. Kendilerinin ve yakın çevrelerinin isteklerini yetkililere iletmektedirler. Ayrıca siyasal partilere maddi-manevi katkılarda bulunabildikleri, diğer bireylerin siyasal tutum ve tercihlerini etkilemeye çalıştıkları yapılan araştırmalar sonucu ortaya çıkartılmıştır. Bunun tersine, gelişmiş ülkelerde bireylerin sahip oldukları bu olanakların doğrudan oy verme davranışını olumlu yönde artırmadığı ifade edilmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki katılım düzeyinin yüksek olmasının parti sistemleriyle, vatandaşların dinsel, etnik ve sınıfsal kaynaklı toplumsal nitelikleriyle yakından ilişkili olduğunu da vurgulamaktadır (Çetinkuş, 2010: 39).

Kalaycıoğlu (1997: 549)'nun Türkiye'de yaptığı bir araştırma sonucuna göre sosyo-ekonomik statü, siyasal ilgi-bilgi ve siyasal etkinliğin katılımın en güçlü

belirleyicisi ya da belirleyici koşullarının birisi olmasının ötesinde doğrudan siyasal katılımı artırdığı ortaya konulamamıştır. Hatta bu değişkenin, cinsiyetin yarattığı etkinin ancak üçte biri kadar bir etkiye sahip olduğu da görülmüştür. Diğer bir ifadeyle yüksek sosyo-ekonomik statünün dolaylı bir etkiyle katılımı artırıcı yönde etki sahibi olsa da doğrudan kişileri yoğun bir siyasal etkinlik içerisine dâhil etmediği düşünülmektedir (Çaha, 2008: 44).

1.3.1.4. Gelir

Ekonomik gelişme, kişilerin sosyo-ekonomik statüye dayalı rollerinin artmasını sağlamaktadır. Sosyal sınıf yapısı ve örgütsel yaşam, siyasal katılımı önemli ölçüde etkileyen ekonomik gelişmenin bileşenleridir. Bireylerin ekonomik olarak gelişmesi, siyasal katılmanın hacim olarak artmasını ve nitelik olarak farklılaşmasını sağlamaktadır. Ekonomik olarak düşük seviyedeki toplumlarda siyasal yaşam, seçkin bir kitlenin katılabildiği ya da bir toprak sahibine maddi ve manevi olarak bağlı yaşayanlar etrafında gerçekleşebilmektedir. Bunun yanında, Huntington ekonomik gelişmenin aynı zamanda siyasal katılmayı olumsuz yönde de etkileyebileceğini söylemiştir. Gelişmiş toplumlarda siyasal etkinlikler sosyal statüden çok siyasal ve örgütsel faktörlerden etkilenebilmektedir. Diğer taraftan, gelişen iktidar işlevleri yerel siyaseti ikincil bir role iterek ulusal siyaseti ön plana çıkarmakta ve insanları iktidarı etkileyemeyecek derecede ondan uzaklaştırabilmektedir. Bu siyasal etkinliklerin uzmanlaşmış örgüt ve bazı kişilerce yerine getirilmesinin sonucudur. Kısaca insanların ekonomik beklentileri yükselirse (her yıl tatil yapma, iyi bir iş sahibi olma, iyi bir eğitim alma, bir ev ve araba sahibi olma vb.) daha önce desteklediği siyasi partiyi desteklemek yerine, yükselen beklentilerini karşılayabilecek partilere yönelebilecekleri söylenebilir (Çaha, 2008: 44-46).

1.3.2. Psikolojik Faktörler

Siyasal ilgi .bir kişinin ülkedeki siyasal yaşama, siyasal olay ve gelişmelere karşı duyduğu, onları yakından izlemeye yönelik tutumunu ifade etmektedir. Siyasal sistemin gerektiğinde kendi yararlarına işleyeceklerine inananlar bu gerekliliğin ne zaman doğduğunu saptamak için onu ilgiyle izleme ihtiyacı duyabilirler. Siyasal ilgi, kişinin çevresindeki siyasal olayları algılamasını kolaylaştırdığı gibi, siyasal olaylara ilişkin dürtülerin etkilerini de yoğunlaştırmaktadır. Her iki etken de, büyük oranda

diğer ölçütlerin etkisi altında şekillenir. Fakat siyasal ilgi ve etkinlik duygusuna sahip olanların, olmayanlara göre yoğun bir siyasal katılım süreci içerisinde olmaktadır (Kalaycıoğlu, 1997: 540-541).

Seçmen tercihine teorik yaklaşımlardan birisi de psikolojik yaklaşım, yaygın ismiyle partiyle özdeşleşme modelidir. Bu model, seçmenin bir partiye karşı duyduğu sevgi, bağlılık ve taraftar olmasını açıklar. Bu taraflılık bir futbol takımı tutma şeklinde değerlendirilebilir. Psikolojik unsurlar içerisinde tutumlar merkezi bir role sahiptir. Tutumların yoğunluğu bazı insanların niçin oy verdiğini, diğerlerinin vermediğini açıklamada yardımcı olmaktadır. Oy veren için tutumun ahengi, bir kişinin kendisine uygun bir partiye neden oy verdiğini belirlemektedir. Tutumların partizan yönü ve şiddeti ise her bir seçmenin rakip adaylar arasında yapacağı tercihin nedenini açıklamaktadır (Kalender, 2005: 58-60).

Psikolojik yaklaşımın bir gerekliliği olarak güvenlik isteği, kişileri istikrar arayışına ve dolayısıyla tutuculuğa itmektedir. Sağcı partileri destekleyenlerin genellikle düşük, ama düzenli gelirli olmasının sebebi bundandır. Bundan dolayı toplumda yeterince saygı görmeyen, ayırım uygulanan, bazı durumlarda ikinci sınıf yurttaş olduğu izlenimine kapılan etnik ya da dinsel kökenli azınlık grupları genellikle ilerici, değişimden yana tutum takınırlar (Kalaycıoğlu, 1997: 540-541).

1.3.3. Sosyo-Kültürel Faktörler

Bireylerin yaşadıkları ortamda, buldukları eğitim ya da iş çevresinde statülerini belirleyen faktörlerin başında sosyo-kültürel durumları gelmektedir. İnsanların kültürel yapıları ailelerinden gelmekte olup birey yaşadığı dönemler içinde o kültürün bir parçası olarak büyümekte ve daha ileri bir seviyeye taşımaya çalışmaktadır. Ait olduğu tabakayı iyileştirmeye çalışırken, başka insanların çok daha hızlı iyileştiğini görürse bu hoşnutsuzluk yaratmaktadır. Buna örnek olarak Türkiye’de gecekonduya ilk gelenlerin, şimdiki durumlarını köydeki koşullarla karşılaştırarak sağ partilere oy vermeleri, zaman geçtikçe hoşnutsuzlaşarak sola kayma eğilimi göstermeleri bu çerçevede yorumlanabilir (Beren, 2013: 197; (Çukurçayır, 2000: 74).

Fakat uzun yıllar önce gecekonduya yerleşmiş insanlar bugün tekrar sağ partilere oy vermektedirler. Bunun iki nedeni olabilir: Birincisi sol partilerin bu

kesimleri memnun edecek sosyal politikalar üretememesi ve bu boşluğu sağ partilerin doldurması; ikincisi ise bireylerin siyasi iktidarlardan beklentilerinin alt seviyelerde kalması böylece gecekonduda yaşayanların elindekileri yitirme endişesidir. Sanayileşmenin ve kentleşmenin arttığı bölgelerde sol oylar artarken, geleneksel toplum yapısının değişmediği ya da çok az değiştiği yerlerde durum tersine gelişmektedir. Geleneksel yapı içinde egemen olan toprak ağalan, şeyhler ve benzeri güçler, kendilerine bağımlı grupların oylarını istedikleri yönde harekete geçirebilmektedirler (Çetinkuş, 2010: 40).

Siyasal katılım bağımsız bir olgu olarak görülmemelidir. Bireylerin siyasi katılıma yönelik ilgi ve katılım düzeyleri bazı nedenlerden dolayı farklılık gösterebilmektedir. Psikolojik, sosyolojik, ekonomik, kültürel ve siyasi şartlardan etkilenen bireyin içinde bulunduğu durum katılma sürecine dâhil olmakta ya da olmamaktadır. Katılma ile amaçlanan, bireylerin demokratik değer ve süreçleri benimsemesi, bu değer ve süreçlere bağlılığın sürdürülmesidir. Yani siyasi katılma uygulamaları, bireyin yalnız davranışlarını değil, aynı zamanda demokratik değer ve süreçlere karşı yönelimlerini etkilemeyi amaçlamaktadır. Dolayısıyla katılma davranışı, siyasi sistem değerlerine ve süreçlerine ilişkin yönüyle siyasi, bireyin bu değerlere yönelimi ve onlara uygun davranışına ilişkin yönü ile de toplumsal bir nitelik taşımaktadır (Topuz, 2014: 218).

1.3.3.1. Aile

Aile kanaatleri etkileyen bir kurum olarak kabul edilirken, cinsiyet feminist hareketlerden sonra önem kazanmaya başlamıştır. Aile bireyin içinde yaşadığı ve ilk eğitimini aldığı kurum olması bakımından önemlidir. İnsanlar değişik ülkelerde değişik aile yapılarından farklı olarak etkilenseler de genelde bir arada yaşadıkları için benzer kanaatlere sahip oldukları görülmektedir. Bu durum, doğu toplumlarında ve ataerkil aile yapılarında daha belirgin olarak ortaya çıkmaktadır (Özer ve Meder, 2009: 55).

Siyasal ilgi düzeyinin yüksek olduğu ailelerde, çocuk ailesinin eğilimlerinden etkilenir. Üstelik anne ve babanın eğitim düzeyleri yüksek ise bu etkinin daha da fazla olması beklenebilir. Fakat çocuğun öğrenim gördüğü dönemde, özellikle ailesinden uzakta olması halinde bu etki azalmaktadır. Bireylerin yaşadıkları çevre,

aldıkları eğitim, gelir düzeyleri ve kültürleri onları bir sosyal sınıfa ait olmaya yönlendirir. Bu aidiyet beraberinde belirli görüş benzerliklerini ve hayat beklentilerinin ortak bir noktada buluşmasını sağlar. Yüksek sosyal statünün tek başına siyasal katılımı artırabilmesi için, bireylerin yüksek statü ile birlikte siyasal etkinlik ve ilgi düzeylerinin de yüksek düzeyde olması gerektiğini belirtmek gerekir (Şentürk, 2008: 206-207).

Sosyal sınıf veya sosyal katman, toplumda eşit sosyal duruma sahip olan insanlardan oluşur. Sosyal sınıflar kamuoyunun şekillenmesinde başlı başına önemli bir role sahiptir. Genel bir kanaate göre fakir insanlar dini ve sosyal konularda daha muhafazakâr, maddi durumu iyi olan insanlar ise daha liberal olabilmektedir. Fakat bunlar sadece eğilimlerdir. Diğer toplumsal unsurlardan kolayca etkilenebilirler (Şentürk, 2008: 206-207).

1.3.3.2. Sosyal Çevre ve Gruplar

Sosyal çevre, bireyin içerisinde bulunduğu, sosyalleştiği ve yaşadığı alandır. Sosyal çevre de kendisini meydana getiren gruplardan oluşur. Bu anlamda grupların sosyal çevrenin yapı taşları oldukları bir gerçektir. Sosyal çevrenin bireye etkisi de mikro düzeyde gruplar aracılığı ile gerçekleşir. Gruplar, davranış hakkında tutum ve düşüncelerin oluşmasında referans noktası haline gelebilirler. Bu çevre içerisindeki normlar, kurallar bir süre sonra kişilerin yaşam biçimlerini kalıcı şekilde etkiler ve bir seçmen olan bireyler çevreyle uyum sağlama amacı ile bilinçli bir şekilde veya bilinçsiz olarak çevre ile aynı davranışı gösterme eğilimine girer. Özellikle siyasal davranış ile ilgili ilk dönem araştırmalar da bu savı destekleyecek sonuçlar ortaya koymaktadır. Bunun nedeni sosyal etki ve uyuma davranışdır. Sosyal etki, bir kişinin başka bir insanın veya insanların yargı, tutum ve fikirlerinin etkisinde kalarak tutum, yargı ve fikirlerinde ortaya çıkan değişikliklerdir. Uyuma davranışı ise, bir kişinin kendi görüşünü ve düşüncesini, grubun görüş ve düşüncesi doğrultusunda değiştirmesi demektir (Beren, 2013: 194).

Referans grupları, kişinin tutumlarını, fikirlerini, değer yargılarını ve davranışlarını doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen bir topluluktur. Bu grup, aile ve diğer yüz yüze ilişkilerin olduğu yakın çevre (arkadaşlar, komşular, meslektaşlar, kurum ve kuruluşlar vb.) ile kişinin üyesi olmadığı gruplar ve doğrudan ilişkisi

olmayan kişilerden (artistler, şarkıcılar, sporcular vb.) oluşur. Bu bağlamda, referans grupları seçmen karar verme sürecine etkisi olan en önemli faktörlerden birisidir. Aile kurumu ise en etkin referans gruplarından biri olarak bireyi etkisi altına almaktadır. Aile, tüketen ve tüketim kararını veren birim olmakla mal ve hizmet pazarlamasının, bireylerin oy verme kararını etkilemekle siyaset pazarlamasının ilgi alanını oluşturmaktadır (Aydın ve Özdek, 2004: 147).

1.3.3.3. Kültür

Kültürü tüketici davranışı doğrultusunda, belirli bir sosyal sınıfın davranışlarını yönlendiren öğrenilmiş inançlar, değerler, gelenekler toplamı olarak tanımlayabiliriz. Kültür, insanların bir arada yaşamalarından ortaya çıkan etkileşim, paylaşım, öğrenim ve aktarım yolu ile oluşmaktadır. Kültür, kişilik faktörlerini, beraberinde gelen siyasal düşünce sistemini ve ideolojiyi etkileme özelliğine sahiptir. Her bireyin bir siyasal kültüre mensup olduğunu söyleyebiliriz. Siyasal kültürü; bir toplumun, gerek o toplumun siyasal sistemi içinde yer alan, gerekse öteki siyasal oluşumlar dediğimiz devlet, parlamento, hükümet, siyasal parti, kamu yönetimi, sendika, dernek, siyasal iktidar, demokrasi, seçim, anayasa gibi kavramlar konusundaki bilgisi, görgüsü, alışkanlıkları, yaklaşımları, tutum ve davranışlarının tümü olarak ifade edilebilir. Belirli bir kültürün içerisinde yetişmiş seçmenin de, içinde bulunduğu kültürün normlarına, gelenek ve göreneklerine ait davranışlar sergilemesi beklenir (Çetinkuş, 2010: 42).

Kültürün siyasal yanı, toplumda politikaya öznel yönelimi canlandırır. Belirli siyasal akımların doğması ve gelişmesi için elverişli ortamlar oluşturur. Mevcut siyasal kültürün boyutlarını iyi analiz eden politik akımlar kısa zamanda iktidara gelebilmişler ve kitleleri arkalarından sürükleyebilmişlerdir (Beren, 2013: 194).

2. YURT DIŞINDA YAŞAYAN TÜRKLER VE SEÇMEN DAVRANIŞLARI

Yurt dışında yaşayan ve seçimlerde oy verme hakkı bulunan Türk vatandaşlarının seçmen davranışları hakkında az sayıda çalışma olduğu görülmüştür. Bu nedenle çalışmanın bu kısmında tespit edilen araştırma, rapor ve basın haberleri üzerinde açıklamalar yapılacaktır. Ancak öncelikle, yurt dışında yaşayan çok sayıda Türk olması nedeni ile göçmenlik olgusu hakkında genel bir açıklama yapılması uygun görülmüştür.

2.1. Göç Olgusuna Genel Bir Bakış

Göçü baŐlatan itici ve hedef olan çekici faktörler bağlamında bir ayırım yapılmıştır. Nitekim itici faktörlerin; iç savaŐ, iŐgal, iklim, ayrımcılık, ırkçılık, kötü ekonomik koşullar ve can güvenliği pek çok başlık altında toplarken, çekici faktörler daha iyi iş, daha yüksek yaşam standardı vb. gibi sosyo-ekonomik olgulardır. Göçün hedefindeki ülkenin çekici faktörleri göçmen tarafından rasyonel ya da en çok gereksinim duyulan seçeneği ilk sırada değerlendirilmektedir. Bir göçmen adayı göçe karar verdiğinde amacı eğer can güvenliğini sağlamaksa ekonomik beklentilerinden vazgeçebilecektir. Diğer yandan eğer beklentisi gelir elde etmek ise hedef ülkede bazı sosyal beklentilerinden vazgeçebilecektir. İnsan, göçün nedeni olan tüm faktörleri değerlendirerek kendisi için en yüksek fayda ve en düşük maliyeti sağlamaya çalıŐır (Göksu, 2000: 40-41).

İnsanların göç etme nedenlerine bakıldığında aslında göç tarihinin baŐından bu yana çok değişmediği görülmektedir. Değişen ise göçün olageliŐ biçimi ve itici faktörlerin yapısıdır. Yaşanılan zamana ve medeniyetin geldiği yere göre biçimsel değişiklikler vardır. Global dünyada, ekonomik büyüme yaŐanırken dünya servetinden alınan payın bölüŐümünde görülen eŐsitsizlikler, kaynakların azalması ve kıt hale gelmesi, bipolar nüfus yapısı, insan hakları ihlalleri, istihdam ve diğer birçok sebep sıkça zikredilmiŐtir (Durul, 2008: 12).

Küresel göç hareketlerini doğuran etkilerin yirminci yüzyıldaki tetikleyicilerine baktığımızda çoğunlukla istihdam kıtlığı ve fakirlik etrafında Şekillendiği görülmektedir. Bu olgular esasında öteden beri var olsa da derinliği ve tesiri bakımından göçmenler için yaşam ve kalım mücadelesine dönüŐmeye başlamıştır. Diğer yandan ucuz iş gücü kaynağı olarak göçmen emeğinin kullanılması yönündeki

politikalar bu etkiyi daha da derinleştirmektedir. Sonuç itibariyle göç dalgası Güney Amerika, Afrika'nın neredeyse tamamı, Orta ve Güney Asya bölgelerinden Kuzey Amerika ve Avrupa bölgelerine yönelmiştir. Göçün hedefindeki ülkeler de tarihi geçmiş bakımından sınıflandırıldığında karşımıza dört grup çıkmaktadır. Birinci grupta bizzat göç ile kurulmuş olan ve göçe olmaya devam etmekte olan Amerika, Yeni Zelanda, Kanada ve Avustralya yer almaktadır. İkinci grupta da özellikle ikinci dünya savaşı sonrasında sanayileşme yolunda göçmen işçi kabul eden ve bu göçmenlerin artık üçüncü kuşağa erişerek vatandaş olduğu Almanya, İsviçre, İsveç, Avusturya'dır. Üçüncü on grupta, geçmişte sömürge ve koloncilik faaliyeti icra etmiş olan ve kanalla göçmen alan Hollanda, İngiltere, Fransa ve Belçika'dır. Dördüncü ve son grupta ise, başlangıcında iş gücü olarak göç veren fakat daha gelişerek göç almaya başlayan Portekiz, İspanya, Danimarka, Norveç, İtalya ve İrlanda yer almaktadır. Bu grupta yer alan İskandinav ülkelerinin göç alma nedenlerinden öne çıkanı ise diğerlerine göre görece mülteci, sığınmacı ve insan hakları konusunda uluslararası hukuka göre göçmen almalarıdır. Göçmen ve göç konusunda İsviçre ve Avustralya'nın yüzde 23 gibi bir oranla başı çektiği diğer dikkat çekici bir durumdur. Küresel göçün artarak gelişmiş ülkelere yönelişine bakıldığında yetmişli yıllarda, göçmenlerin yaklaşık yüzde 42 kadarı gelişmiş ülkelerde yaşarken bu oran yaklaşık yüzde 60'a kadar yükselmiştir (İçduygu ve Sirkeci, 1999: 250; İçduygu ve Aksel, 2012: 5; Yılmaz, 2014: 1692).

Göçmenlerin ekonomik yaşama katılması ve iş gücü olarak değerlendirilmesinde gelişmiş ülkelerin vatandaşları arasında modern hayatın olumsuz etkileneceği kaygısı rahatsızlıkların olduğu da görülmektedir. Çünkü göçün demografik, siyasal, ulusal güvenlik, ulusal kimlik ve kültür, din gibi konularda yapıya zarar vereceği görüşü hakimdir ve bu nedenle antipatik olarak görülmektedir. Örneğin Wall Street Journal / NBC News haber kanalının duyurduğu, Financial Times gazetesi için yapılan bir ankette, Britanyalıların yüzde 47'si ve İspanyolların yüzde 24'ü ve diğer Euro bölgesi halklarının da ortalama neredeyse dörtte biri göç ve göçmene karşı sebebine bakmadan olumsuz görüş ortaya koymuştur. Araştırmanın Amerika'da elde bulgularında ise yüzde 52 oranında göçün yaşadıkları topluma v ekonomilerine zarar vereceği ortaya konulmuştur. Örneğin Moskova yakınlarındaki bir taşra kasabasında Lenin'in heykelini boyayan Özbek göçmen, geldiği yerde ayda

16 Dolara çalıştığını, Rusya'da olmak yerine, yapacak daha iyi bir işi ve geliri olsaydı Özbekistan'da evinde olmayı tercih edeceğini belirtmektedir. Dünyanın birçok yerinde bu denli az gelir ve zor yaşam koşulları altında mücadele eden göçmenler bulunmaktadır (Kuştepeli ve Halaç 2004: 147-148; Öztürk, 2010: 72-74).

Seksenli yıllardan sonraki göçün ekonomi-politiğine dair nedenlerinin değerlendirildiği çok sayıdaki araştırma ve çalışmanın ortak düşüncesinde küresel entegrasyona uyum sağlanamaması, ülkeler arasında demografik farklılıkların artması, refah ve yoksulluk ikileminin genellikle aynı fotoğrafta yer alması ve kapitalizmin insan sınırlarını zorlayan baskıları gelmektedir. Dolayısı ile konunun özüne bakıldığında bu denli güçlü itici faktörler altında, problem göç ve göçle ortaya çıkan sorunlar değildir. Çünkü göç bir sonuçtur ve göçe etki eden ekonomik tetikleyiciler asıl sorundur (Kuştepeli ve Halaç 2004: 147-148; Öztürk, 2010: 72-74).

Göç ve göçe ilişkin faktörlerin merkezine yerleşen tartışmalarından bir diğeri de göç hareketliliğinin baskılanması olmaktadır. Göçün kaynak ve hedef ülkelerindeki etkilerin uzun vadeli sonuçlar ortaya koyması göçün baskılanmasına yönelik çabaları gün geçtikçe daha sertleştirmektedir. Ancak tamamen engellemesi mümkün olmamaktadır. Kaldı ki alınan sert önlemler yasa dışı göç olgusunu geliştirmiş hatta bunu bir ticari bir sektöre dönüştürmüştür. Dolayısı ile ülkeler arasındaki göç akımları ulus sınırlarını da aşmaya küresel ölçekte birçok coğrafi bölgeyi ilgilendirmeye başlamıştır. Örneğin, bir Afgan köylüsü Pakistan'a geçip sahte evraklar edinerek Moskova'ya geçmekte oradan da bir Avrupa ülkesine geçmeye çalışabilmektedir. Bu durum göç etmek isteyen kişinin artık bilinçli ve takip edilmesi zor yöntemlerle hareket ettiğini ortaya koymaktadır (Kolukırık, 2014: 39).

Her biri ayrı ayrı birer göç hedefinde yer alan ve sürekli yasal ya da yasa dışı göç alan Avrupa Birliği ülkelerinde, özellikle son yirmi yıla kadar göç konusunda nispeten çekimser politikalar izlenmiştir. Avrupa genelinde ilk ortak göç politikaları, doksanlı yılların sonlarına doğru yaşanan istihdamın azalması, göçmenlerin ikinci-üçüncü nesle erişerek belli bir sermaye birikimi sağlamaları ve önceki nesil göçmenlerin artık vatandaş statüsüne erişerek ekonomi içinde pay elde etmeye başlamaları ile ortaya konulmaya başlamıştır. Bu amaçla ortak müktesebat

çerçevesinde 1997’de *Avrupa İstihdam Stratejisi* benimsenerek, iş gücü ve ekonomik bağlamda göç denetim altına alınmaya çalışılmıştır (Sirkeci, 2006: 34; Özdal, 2008: 90).

2.2. Yurt Dışında Türkler

Yurt dışındaki Türk nüfusunun en yoğun olduğu ülke Almanya’dır. II. Dünya Savaşından sonra Almanya, yeniden yapılanma sürecinde 1960’lı yıllardan itibaren başta Türkiye olmak üzere Balkan ve eski Yugoslavya’dan çok sayıda işçi kabul etmiştir. Ardından 1970’li yıllarda bu işçilerin ailelerinin de gelmesi ve takip eden yıllarda yeni neslin de eklenmesi ile Almanya, Fransa’dan sonra yüzde 6 ile Avrupa’nın en çok ikinci Müslüman ve göçmen barındıran ülkesi olmuştur. Halen Almanya’da en yüksek doğum oranı göçmenlere aittir ve Müslümanlar genel içinde yaklaşık yüzde 4 oranındadır (www.sabah.com.tr, 2011).

Almanya, iş gücü göçü kabul ederken –ki bu göçmen grubu en çok Türklerden oluşmaktadır- ilerleyen yıllarda yaşanacak sosyal, politik ve siyasi sonuçlarına yeterince önem vermemiştir. 80’li yıllarda Alman resmi makamları göçmenlerin artık geri dönmesi gerektiği yolunda açıklamalar yapmaya başlamışlar, ancak derinliği olmayan bazı önlemler dışında kayda değer bir gelişme olmamıştır. Ancak göçmen işçiler, farklı bir toplumda yaşama, dil yetersizliği, kültürel yabancılaşma ve diğer ortak değerleri paylaşmak ve Alman toplumuna açılmamaları nedeniyle kendi aralarında dernekler kurarak sivil örgütlenmeler gerçekleştirmişlerdir. Göçmenlerin yabancılaşma ve asimile olma endişeleri, onların daha sıkı tutumlar geliştirmelerine değerleri daha öne almalarına neden olmuştur. (Polat, 2007: 325).

Almanya İstatistik Ofisi’nin(Destatis) verilerine göre, ülke nüfusu yaklaşık 80,8 milyon olmakla birlikte de 2015 yılı başında 8 milyon 152 bin 968 kişi Yabancılar Merkezi’nde kayıt altında bulunmaktadır. Almanya’da yaşayan Türklerin sayısı ise aynı tarihte 1 milyon 527 bin 118’dir. Ancak bu rakam Alman vatandaşı olmayan ya da çifte vatandaşların sayısıdır. Yani ikinci ve üçüncü kuşak Türkler, Alman vatandaşı olarak kabul edildiğinden etnik bir nüfus verisi bulunmamaktadır (www.dunyabulteni.net, 2014). Bundan dolayı ülkede yaşayan Türk sayısı yaklaşık 2 milyon 600 bin civarında tahmin edilmektedir (Sey, 2015).

Yurt dışında yaşayan Türklerin pek çoğu çifte vatandaş veya yaşadıkları yerlerin vatandaşı olduklarından doları sağlıklı verilere erişmek güç olmaktadır. Bu nedenle aşağıda Erdoğan (2015) tarafından yapılan araştırmaya göre yurt dışında yaşayan Türklerin sayıları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1 Yurt Dışındaki Türk sayısı

	1973	1984	1995	2003	2006	2011
1 Almanya	615.827	1.552.328	1.965.577	2.053.600	2.052.000	2.502.000
2 Fransa	33.892	144.790	254.000	311.356	423.421	541.000
3 Hollanda	30.091	154.201	252.450	352.000	364.333	384.000
4 Avusturya	30.527	75.000	150.000	134.229	113.365	112.150
3 Belçika	14.029	63.587	90.425	70.701	39.664	160.000
6 Britanya	2.011	28.480	65.000	79.000	80.000	79.000
7 Danimarka	6.250	17.240	34.700	35.232	54.859	55.000
8 Norveç	-	3.086	5.577	10.000	15.356	15.000
9 İsveç	5.061	20.900	36.001	38.844	63.580	39.000
10 İsviçre	19.710	48.485	76.622	79.476	73.681	120.000
11 İtalya	-	-	-	10.000	14.124	25.000
12 İspanya	-	-	-	-	-	6.000
13 Finlandiya	-	-	-	3.325	7.000	7.000
14 Lihtenştayn	-	-	-	809	-	809
15 Lüksemburg	-	-	-	210	-	210
Toplam	777.727	2.108.097	2.930.392	3.179.782	3.301.383	3.965.150

Kaynak: (Erdoğan, 2015: 115).

Tablo 1’de aktarılan veriler 18 yaş üzeri rakamlar olup, görüldüğü 1973 yılından itibaren yurt dışındaki Türk nüfusunda düzenli bir artış vardır.

2.3. Yurt Dışında Oy Kullanma

Türk vatandaşlarının yurt dışında oy kullanmasına yönelik ilk gelişme 1987 yılında 298 sayılı “Seçimler ve Seçmen Kütükleri Kanunundaki Değişiklik” yasası ile başlamıştır. Fakat bu tarihte Türk vatandaşlarının oy kullanabilecekleri yerler sınır kapıları ve ayrıca Türkiye’ye giriş şartı ile mümkün olduğundan yurt dışında oy kullanımı ifadesi tam olarak karşılık bulmamıştır. Daha Seçim Kanunu’nda 1995 yılında yapılan bir düzenlemeyle Yüksek Seçim Kurulu (YSK)’na yurt dışında seçimleri yapma ve düzenleme görevi verilmiş ancak sınır kapısı uygulaması devam ettiğinden yine tam bir yurt dışı oy verme durumu gerçekleşmemiştir. 2008 yılına gelindiğinde Seçimler ve Seçmen Kütükleri Kanununda yapılan bir düzenleme ile sınır kapısı şartı genişletilerek yurt dışındaki Türklerin Genel Seçimlerde,

Referandumlarda ve Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde oy kullanmalarının önü açılmıştır. Bu kapsamda 4 şekilde oy verme olanağı getirilmiştir, bunlar; sınır kapılarında, postayla, elektronik imzayla ve yurt dışı temsilciliklerinde ve şeklinde belirlenmiştir. Postayla oy verme yönteminin güvenliği olmadığı gerekçesiyle Anayasa Mahkemesi'ne yapılan itiraz yerin bulunmuş ve bu işlem iptal edilmiştir.

Son düzenleme 2012 yılında 6304 sayılı kanun ile gerçekleştirilmiş yurt dışındaki Türklerin “Yurt Dışı Seçmen Kütüğü” ne kayıtlı olması halinde YSK tarafından belirlenen esas ve usullere göre 9 Mayıs 2013'den itibaren yapılan Halk Oylaması, Milletvekili Genel Seçimleri ve Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Türkiye'nin yurt dışındaki temsilciliklerinde kurulacak sandıklar ile YSK'ca belirlenen gümrük kapılarında oy kullanma hakkı tanınmıştır (Yüksek Seçim Kurulu, 2017).

YSK'ya göre 4721 sayılı Türk Medeni Kanununun 405., 406., ve 407. Maddeleri ile Türk Ceza kanununun ilgili hükümlerine göre kısıtlı, mahcur vb. gibi olanlar, oy vermeye engel nitelikte hakkında kesinleşmiş cezaları bulunan kişiler ile Türk vatandaşlığını kaybedenlerin yurt dışında vermeleri mümkün değildir. Ayrıca 5490 sayılı Kanun gereğince askı süresi içinde "Adres Beyan Form" nu doldurmayanlar da oy kullanamamaktadır (Yüksek Seçim Kurulu, 2013).

Çalışmanın hazırlandığı esnada veri edinebilmek için yurt dışı seçmen istatistiklerinin tek kaynağı olan YSK web sayfası ziyaret edilmiştir. YSK'nın web sayfasında 31 Mart 2019 yerel seçimler münasebetiyle “güncelleme” yapıldığı uyarısı ile herhangi bir güncel veriye erişilememiştir. Bu nedenle YSK'ca 16 Nisan 2017 tarihinde yapılan referandum sonuçlarına göre yurt dışındaki kayıtlı toplam seçmen sayısı 2,972 milyon kişidir (YSK, 2017). Türkiye'de gerçekleştirilen 27. Dönem Milletvekili Genel Seçimleri ve Cumhurbaşkanı Seçiminde Yurt dışındaki Türklerin oy kullanabilmesi için 60 ülkede 123 temsilcilikte oy kullanması sağlanmıştır (YTB, 2018a).

2.4. Yurt Dışındaki Türk Seçmen Davranışları

Yurt dışında bulunan Türklerin seçmen davranışı ilgili olarak geniş kapsamlı araştırmaların oldukça az olduğu tespit edilmiştir. Yapılan çalışmaların ise Türk nüfusun en yaşadığı yer olan Almanya'da gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

Yurt dışında yani Avrupa ülkelerinde yaşayan Türklerin demografik yapıları ve eriştikleri kuşaklar itibariyle tutumları oldukça karmaşık yapıdır denilebilir. İlk ve ikinci kuşak Türkler sosyal ve kültürel olarak daha muhafazakâr iken sonraki kuşak bulunduğu yerin kültürüne uyum sağlamış bir görünümündedir. Diğer yandan Avrupa genelinde ve de daha çok Almanya'daki toplam göçmen nüfus içinde toplumsal uyum sürecinde, kültürel bağlamda en çok zorlanan ve en çok direniş gösteren grubunu Türkler oluşturmaktadır. Bunun nedenleri arasında belki de en önemli sayılabilecek varsayım, göç eden işçi ailelerinin ağırlıklı olarak Türkiye'nin kırsal yörelerinden seçilmiş olmaları sayılabilir. Türk göçmenler anavatanından taşıdıkları kültürle geldikleri Batı ülkelerinde bir alt kültür oluşturmalarının yanı sıra, genellikle kırsal kültürden kent kültürüne geçişin tedirginliklerini de yaşamlarına aktarmışlardır (Tosun, 2016: 136).

Yurt dışındaki Türk toplumunun buldukları ülkelerde diğer göçmen topluluklara göre daha düşük eğitim profilli ve istihdam gücü olarak daha düşük işlerde çalıştıkları bilinmektedir. İlk kuşak entegrasyon sorunu yaşamakla birlikte günümüze erişen kuşaklar arasında da diasporal anlamda bir birliktelik ve tutkunluk gözükmemektedir. Bununla birlikte Avrupa'da önemli bir büyüklük kendilerini "Türkiye Göçmeni" olarak nitelemekte "Türk Vatandaşı" ifadesini kullanmamaktadır. Ayrıca Avrupa'da yaşayan Türkiye'den göç eden Kürt ve Ermeni kökenli vatandaşlar birbirilerine yakın veya aynı mahallelerde ikamet etmeyi seçtikleri gibi kendi içlerinde daha fazla tutkun ve yardımcı tutum sergiledikleri bilinmektedir. Diğer Türk topluluklarının birbirinden oldukça kopuk oldukları ya da birliktelik durumları söz konusu olsa bile küçük lokal gruplar halinde dayanışma gösterdikleri ifade edilmektedir (Göle, 2012: 141-143).

Bu parçalı ve gevşek yapı yurt dışındaki Türk seçmenlerin oy verme davranışına da yansımıştır. Nitekim 2013 yılında çok sayıda temsilcilik ve merkezde oy verilebilmesi olanağı sağlanmasına rağmen Almanya'da Türklerin seçime katılma oranları yüzde 8'lerde kalmıştır. Abadan-Unat (2014)'a göre diğer göçmen topluluklarında görülen "oy verme yoluyla güçlenme" davranışı henüz Türk toplumunda kayda değer bir düzeye ulaşmamıştır. Bununla birlikte yazarın araştırmasında elde ettiği ve Türk toplumun yurt dışındaki seçmen davranışı

hakkında fikir verebilecek bazı tespit ve bulguları şu şekildedir (Abadan-Unat, 2014: 18-21);

- Türk siyasetinde bir kutuplaşma olduğu düşüncesi mevcut olup bu durumdan ve buna taraf olmaktan rahatsızlık duyulmaktadır.

- Türk siyasetinin genel seviyesinden memnuniyetsizlik duyulmakla birlikte bu konuda Almanlara açıklama yapılmak zorunda kalınmasından memnuniyetsizlik söz konusudur.

- Siyasete dair önemli tespitlerden biri Türk toplumu için “ya içeride ya da dışarıda olmak zorunluluğu” hissi oluşmuş çerçevesi, çoktan belirlenmiş siyasi ve politik konumlar arasında taraflardan birine dahil olmak gibi baskı hissedilmektedir.

Yurt dışındaki Türk toplumunun oy verme davranışlarında etkili olan başlıca faktörlere bakıldığında bunları şu şekilde sıralamak ve açıklamak mümkündür (Abadan-Unat, 2014: 27-30);

- Kuşak farklılıkları: İlk ve ikinci kuşak Türklerin yaşam biçimleri ile siyasi görüşleri genellikle benzer niteliktedir. Bu grup (40 ve üzeri yaşta kişiler) internet, sosyal medya, çanak anten TV vb. araçlarla Türk siyasetini, politik aktörleri ve gelişmeleri yakından takip etmektedirler. Üçüncü ve dördüncü kuşaklar ise bu kavramlara oldukça uzak olmakla birlikte büyük oranda kendilerini Alman olarak tanımlamakta ve görmektedir. Dolayısı ile ilk iki kuşak ile son iki kuşak arasından siyaset ve politik konum ve takip bakımından farklılıklar söz konusudur. Kuşak farklılığının diğer tezahürü kültür, sosyal çevre ve referans gruplarıdır. Kuşakların tercihlerinde öne çıkan eğilimlere bakıldığında Ak Parti ve HDP'nin ağırlıkta olduğu görülmektedir.

- Kadın Seçmenler: Yurt dışındaki Türk toplumun pek çok tipik özelliği arasında ilk sıralarda etnik yapıların olduğu görülmektedir. Kadın seçmenlerin önemi de buradan gelmektedir. Çünkü yurt dışına yerleşebilmenin koşullarından olan evlilik şartının gerçekleşmesinde farklı etnik kökenden kimselerin bir araya geldiği görülmektedir. Sosyal hiyerarşi, eğitim ve nitelikli meslek bakımından görece düşük konumda olan Türk toplumunda bu özelliğinden dolayı kadınların aile bireyleri özellikler çocukları üzerindeki etkisi artmaktadır. Aile bireyleri her ne kadar geleneksel olarak baba erkillik ile tanışık olsalar da “anne” olarak kadınların önemi

yadsınmamaktadır. Diğer yandan Türk kadınlarının istihdama olan katılımı düşük olduğundan sosyal meseleler, siyaset ve politika gibi konularda (özellikle ilk iki kuşak) daha ilgili davranmaktadırlar. Pek çok ev hanımının seçim çalışmalarına katıldıkları bilinmekle birlikte, muhafazakar grubun Ak Partiyi desteklediği, son iki kuşağın ise CHP ve HDP arasında dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

- Eğitim seviyesine bağlı farklılıklar: Yukarıda da ifade edildiği Türk göçmenlerin tüm Avrupa genelinde önemli bir sayıyı oluşturduğu Almanya’da da en büyük göçmenler olduğu bilinmektedir. Ancak buna karşın eğitim seviyesi bakımından düşük profillidirler. Örneğin en düşük yüksek öğretim mezunu Türklerdir. Bunun nedeni olarak sosyal yapı gösterilmektedir. İşçi sınıfı ailenin mensubu olmanın getirdiği doğal statü ile sonraki nesillerin eğitimden uzak kalmakla birlikte “Türkalman” formunda bir hayatı daha benimsemesi eğitim seviyesindeki düşüklüğün bazı nedenleridir. Eğitim seviyesi bakımından Türkler içinde seviye yükseldikçe Ak Parti’ye olan desteğin azaldığı ve daha çok Alman siyasetine daha çok ilgi duyulduğu tespitler arasındadır.

- Sivil toplum kuruluşlarının dini örgütler: Sivil toplum kuruluşları ile dini örgütlerin rolü: Türkler arasında parçalı ve hatta bazı noktalarda kutuplaşmaya varan ayrımlar söz konusudur. Bunun da temel nedeni etnik kökenden ileri gelmektedir. 2014 yılında Almanya Türk Toplumu (TGD) sözcüsü Yaşar Aydın’ın “Donanımımız Türk, yazılımımız Alman!” ifadelerini kullanmıştır. Bu ifadenin gerekçesi ise mevcut parçalı yapının birbirine yaklaştırılmasıdır. Avrupa genelinde Türklerin kendilerini ait hissettikleri pek çok sivil toplum örgütü bulunmakta olup, siyasal tercihlerde bu örgütlerin önemli etkisi olduğu ifade edilebilir. Ayrıca yasal olarak Türk siyasi partilerinin resmi teşkilatlarının kurulması yasak olduğundan, partilerin misyonlarını sivil toplum örgütleri vasıtasıyla sürdürülmektedir. Yani kişi kendine yakın gördüğü siyasi görüşü temsil eden sivil toplum örgütleri ile temas halindedir. Dini cemaatlerin durumu da benzer şekildedir.

Yurt dışında yaşayan Türkler için Türkiye siyaseti kadar Alman siyasetinin de önemli önemi vardır. 2017 yılında yapılan Almanya Federal Seçimlerinde Türkiye kökenlilerin yüzde 35 oranında Sosyal Demokrat Parti’ye (SPD)’ye, yüzde 20’sinin Hristiyan Demokrat Parti’yi (CDU/CSU), ve yüzde 16’sının da Sol Parti (Die

LİNKE)’ye oy verdikleri ileri sürülmektedir. Seçim davranışı ve politika olarak Türk kökenlilerin kurduğu ve Türkiye’de Ak Parti’ye yakınlığı ile tanınan “Alman Demokratlar Birliği” (Allianz Deutscher Demokraten-ADD) partisi yüzde 2 oranında oy alabilmiştir. Seçmen davranışı bakımından ilk nesil ile sonrakiler arasından önemli bir fark olduğu görülmüştür. Birinci ve kısmen ikinci nesil Türkler Almanya’da yüzde 29 oranında SPD’ye, sonraki nesillerinde bu oran yüzde 40’a yükselmektedir (Perspektif, 2018).

Türkiye’de 24 Haziran 2018’da yapılan Cumhurbaşkanlığı ve milletvekili genel seçimlerinde yurt dışındaki Türklerin oylarının durumu ve diğer nicel veriler aşağıda Tablo 2 ve Tablo 3’de gösterilmiştir

Kayıtlı Seçmen Sayısı	3.044.837
Oy Kullanan Seçmen Sayısı	1.358.584
Geçerli Oy Sayısı	1.341.218
Geçersiz Oy Sayısı	17.366
Seçime Katılma Oranı (%)	% 44,62

Kaynak: (YSK, 2018b).

Tablo 2 Yurt Dışı Sandıkları Seçim Sonucu

Tablo 2’de görüldüğü üzere toplam 3.044.837 kayıtlı seçmenin geçerli oyu 1.341.218’dir. Buna göre katılım oranı yüzde 44,62’dir.

Tablo 3 Geçerli oyların katılan adaylara göre dağılımı*

Adayın Adı Soyadı	OY	ORAN (%)
Muharrem İnce	328.934	% 24,53
Meral Akşener	36.896	% 2,75
Recep Tayyip Erdoğan	807.974	% 60,24
Selahattin Demirtaş	157.111	% 11,71
Temel Karamollaoğlu	7.730	% 0,58
Doğu Perinçek	2.573	% 0,19
Genel Toplam	1.341.218	% 100,0

* Oy pusulasındaki sıraya göre.

Kaynak: (YSK, 2018b).

Tablo 3’de görüldüğü yurt dışındaki seçmenlerin yüzde 60,2’si Recep Tayyip Erdoğan’a oy vermiştir. Yurt içi seçimlerinde bu oranın yüzde 52,3 olduğu hatırlanacak olursa, yurt dışında daha yüksek bir oranda destek gördüğü ifade edilebilir. Diğer yandan bu verilere göre, yurt dışındaki Türklerin Ak Parti’ye görece mesafeli durmakta iken Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde yüksek bir ilgi gösterdikleri

ifade edilebilir. Çünkü yurt dışı seçmeni aynı dönemdeki milletvekilliği seçimlerinde Ak Partiye yüzde 51,7 oranın da oy vermiştir (YSK, 2018b).

YSK verilerine göre 24 Haziran 2018 tarihindeki milletvekili genel seçiminde partilerin yurt dışından aldıkları oyların yüksekte aşağı doğru dağılımı ise şu şekildedir; Ak Parti % 52,53 oranında oy almış, CHP %17,49 oranında oy almış, HDP %16,77 oranında oy almış, MHP %8,02 oranında oy almış ve İYİ Parti %4,05 oranında oy almıştır. Bir kıyaslama yapılabilmesi için aynı partilerin 1 Kasım 2015 genel seçimlerinde aldıkları oylar ise şu şekildedir; Ak Parti % 56,23 oranında oy almış, CHP % 16,42 oranında oy almış, HDP % 18,20 oranında oy almış, MHP % 7,13 oranında oy almıştır. İYİ Parti henüz kurulması için dahil edilmemiştir.

Her iki seçim dönemi arasında bir kıyaslama yapıldığında 24 Haziran 2018 seçimlerinde Ak Parti oylarının yurt dışın %3,7 oranında düştüğü, CHP oylarının % 1,07, HDP oylarının % 1,43 oranında düştüğü görülmektedir. MHP'nin ise % 0,89 oranında oylarının arttığı görülmektedir. Ancak 1 Kasım 2015 seçimlerinde diğer küçük partilerin de seçime girdiği hesaba katılırsa (ki bu küçük partilerin 1 Kasım 2015 seçimlerindeki toplam oyu %1,14'tür) ve büyük partileri dağıtılsa küçük farklarla da olsa her iki seçim dönemlerinde oy dağılımlarının bir birine oldukça yakın olduğu ifade edilebilir.

3. YURTDIŞINDA YAŞAYAN TÜRİK SEÇMENLERİN OY DAVRANIŞLARI: KULU ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Kelime olarak siyaset Arapça kökenli olup “idare etme” şeklinde kavranmakla birlikte devlet işlerini ve insan idare etme şeklinde yaygın bir anlamda kullanılmaktadır (Çelik ve Uluç, 2009: 217).

Siyaset topluluk halinde yaşamının sonuçlarından olmakla birlikte belli bir kişi veya grubun kendi dünya görüşlerine göre genelde hukuk özelde yasalar çerçevesinde topluma hizmet etmeyi kapsayan bir uğraş alanıdır (Dursun, 2012: 35). Siyasetin tanımı, içeriği ve kapsamı hakkında tam görüş birliği bulunmamakla birlikte günümüz itibariyle politik fikir akımlarından beslenen, rekabetçi, karşıt ve zıt fikirlerin demokratik teamüller çerçevesinde ifade edildiği psikolojik, sosyolojik, ekonomik ve kültürel faktörlerin yer aldığı bir alan olarak görmek mümkündür (Akyüz, (2009: 94).

Siyasetin merkezinde, bu alanın aktörleri olan siyasi partiler, siyasi kişilikler ve fikir/ideolojiler olmakla birlikte hedef kitlesi de kendisine hizmet edilmek istenen toplum ve seçmendir. Siyaset için hükümet etme sanatı, kaynak ve iktidarın dağılması, kamusal iş ve hizmetleri gerçekleştirme bağlamında da yaklaşımlarla da değerlendirmeler yapılmaktadır (Akdoğan, 2008: 10-11). Modern siyaset bilimi, siyaseti farklı haklar ve çıkarlara sahip olan grupların devam eden şiddet dışı müzakeresi olarak algılama eğilimindedir. Bu yaklaşım zaman zaman siyasal müzakerenin bir aracı olarak kullanıldığını kabul etse de, siyasetin temel hedefini siyasal sürecin şiddetten arındırılması olarak görmektedir (Heywood, 2011: 22-23).

Kavramsal açıklamalardan yola çıkarak, siyaset kavramı çok daha geniş bir şekilde açıklamalar mümkün olmakla birlikte, kavramın gene itibariyle “idare” ve “yönetim” üzerinde oturtulduğu ifade edilebilir. O halde siyasetin merkezinde siyasetçi (parti, kişi, ideoloji vb.) ile birey/toplum vardır denilebilir. Bu önerme ile birlikte seçmen davranış ve tutumu ortaya çıkmaktadır ki siyasetin en önemli belirleyici unsuru seçmen ve onun davranışlarıdır denilebilir. Siyasi aktörler ile hedefindeki seçmen kitlesinin birlikte yaşadığı toplumlarda seçmen davranışları ile ilgili oldukça geniş çalışma alanı vardır. Ancak özel bir durum olarak, siyasetin

gerçekleştirildiği, seçimlerin yapıldığı, tercihlerin ortaya konulduğu ve bu konuda kampanyaların yürütüldüğü yerde olmayan seçmen davranışının arkasındaki dinamiklerin ve karar verme faktörlerinin nelerden meydana geldiğinin anlaşılması gerekmektedir.

Bu kapsamda, çalışmada yurt dışına göç etmiş ancak Türk vatandaşlığı devam eden seçme hakkı bulunan Türklerin seçmen davranış ve tutumlarının durumu hakkında tespitler yapılmaya çalışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamı yurt dışındaki Türk vatandaşı seçmenler olmakla birlikte, mevcut ana kütlenin tamamına erişilmesi mümkün değildir. Ayrıca araştırmanın amacı yurt dışında yaşamakla birlikte Türkiye’de de ikameti bulunan kişilerin seçmen davranışlarını incelenmesi olduğundan katılımcılar Türkiye’den ve Konya iline bağlı olan Kulu ilçesinden seçilmiştir. Bunun da nedeni Kulu ilçesinde Avrupa’nın muhtelif yerlerinde çok sayıda göçmenin bulunmasıdır. Resmi bir veri bulunmamakla birlikte Kulu ilçesinden yaklaşık 50 bin vatandaşın farklı Avrupa ülkelerinde bulunduğu tahmin edilmektedir.

İlçenin yurt dışı göçmenlerinin buldukları ülkede siyasi faaliyetlere katılmakta ve bu konuda da oldukça mesafe kat etmiş durumdadırlar. Nitekim yapılan görüşmelerde 14 Eylül 2018’deki seçimlerde İsveç Türk İşçi Dernekleri Federasyonu Başkanı olan Kululu Hasan Dölek, Sosyal Demokrat Parti’de aktif siyaset yapmaktadır. Dölek dışında Kulu’lu olup İsveç’de etkin siyaset pek çok kişi daha vardır. Bu durumu nedeni ile ilçede yaşayanların seçmen davranışları önemli görülmüş ve araştırma konusu edilmiştir.

3.3. Araştırmanın Türü ve Kısıtları

Bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden biri olan olay (durum) çalışması kullanılmıştır. Literatürde örnek olay incelemesi ya da vaka çalışması olarak da ifade edilen durum çalışması, kısaca çervesi ve sınırları belirlenmiş yöntemsel bir seçenektir. Ziyade ne hakkında çalışılacağına tespit edilmesi ve tespit edilen çalışma alanı veya konusu hakkında genelleştirme yapmak yani nicel çalışma alanlarında olduğu genel geçer bir sav ortaya koymak yerine mevcut durumdan en iyi şekilde ne

anlaşıldığının kapsamlı bir şekilde ortaya konulmasıdır (Subaşı ve Okumuş, 2017: 420).

Durum çalışması, mimaride olduğu ayrıntılılarla ilgili tasarımların yapılarak, bilgi toplanması, toplanan bilgilerin organize edilmesi, yorumlanması ve rapolaştırılması basamaklarından oluşan sistematik bilgi üretiminde kullanılan bir araştırma desendir. Bir başka açıdan durum çalışması, asında gerçek ortamda neler olduğuna bakabilmek üzere, sistematik şekilde verileri toplama, analiz etme, sonuçları toplama ve raporlaştırma yoludur (Vural ve Cenksever, 2005: 26).

Durum çalışması, ortaya çıkan ürün ise bir olayın, bir durumun, bir vakanın neden geliştiğini ve bu durumun tekrarının mümkün olup olamayacağını anlaşılabilmesi ile nasıl ve niçin sorularına cevap aranılmasında kullanılabilir. Oldukça geniş bir çervesi bulunmakla birlikte, esnek, katılımcı/deney grubu ve araştırması için derinlemesini, soyut, kavramsal vb. gibi olguları ortaya çıkarabilmek için elverişlidir (Vural ve Cenksever, 2005: 26).

Durum çalışması kendi içerisinde oldukça geniş bir tür çeşidine sahip olmakla birlikte bu çalışmada “Kritik Olay Durum Çalışması” türü kullanılmıştır. Kritik Olay Durum Çalışması, bir veya da daha fazla yer ve zamanda belli bir amaç için özel çalışma yapılır. Bu yöntemde ortaya çıkan bulguların tüm evren için genelleştirilebilir nitelikte olması beklenmediği gibi belli alan veya konuda yine belli bir örneklemin ortaya koyduğu tutum ve davranışlara yoğunlaşılır. Nitekim bu çalışmada da Kulu ilçesinden olup da yurt dışında yaşayan kişilerin seçmen davranışları araştırıldığından, özel bir örneklem grubun ile bu örneklemin özel bir duruma dair davranış biçimine bakılmıştır (Aytaçlı, 2012: 3-4). Dolayısı ile durum çalışması araştırma desene altında Kritik Olay Durum Çalışması türü elverişli bir yöntem olarak görülmüştür. Söz konusu araştırma yönteminin kullanılmasının temel neden ise Aytaçlı (2012)’ya göre durum çalışmalarından elde verilerin gerçeklik bağlumunda çok güçlü olması ve sosyal gerçeklikleri ortaya koyma ve çözümlenmeye oldukça uygun olmasıdır (Aytaçlı, 2012: 8).

Araştırmanın yöntemini uygun olarak çalışmada veri toplama aracı yüz yüze görüşme tekniği ile yarı yapılandırılmış mülakat şeklindedir. Yarı yapılandırılmış görüşme yönteminin kullanılmasının sebebi, duygusal durumların, tercihlerin ve

karmaşık kişisel olguların ortaya çıkarılmasına yardımcı olabilmesidir. Ayrıca aranılan bilginin ortaya çıkarılabilmesine olanak tanınması, derinlemesine görüş ve gözlem yapılabilmesine imkân vermesi, yöneltilen sorulara tutumsal gösterimler ile dönüş almaya uygun olması, değişebilen koşullara uyabilme esnekliğine sahip olması, soruların sayısı ve sırasını değiştirme serbestliği tanınması gibi özelliklerinden dolayı tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 39-40).

Araştırma kapsamında kendileri ile görüşme yapılan katılımcıların, seçmen davranışı hakkında geniş kapsamlı bir sonuç elde edilebilmesi için toplumun her kesiminden farklı nitelikteki kişilerden seçilmesine özen gösterilmiştir. Katılımcılar İsveç, Norveç, Danimarka, Fransa, Belçika, Hollanda ve Almanya’da göçmen durumundadırlar. Katılımcılarda gözetilen temel kriterler şu şekildedir;

- Kulu ilçe nüfusuna kayıtlı olmakla birlikte çifte vatandaş niteliğinin bulunması,
- Aktif olarak seçimlerde oy veren, katılım gösteren ve ilgi duyuyor olması,
- Demografik özellikler bakımından (meslek, eğitim, yaş, cinsiyet, vb.) çeşitlilik bulunması,
- Sayı bakımından kadın ve erkekler arasında oransal yakınlık olması,
- Avrupa’nın farklı ülkelerinden göçmen durumunda olunması,
- Seçmen davranışı bakımından öncekilerden farklı tutum sergiledikleri için ikinci veya üçüncü kuşaktan olunması,
- 25 yaş üzerinde ve mümkün olduğunca lise ve üzeri eğitilmiş olması aranmıştır.
- Araştırmanın literatür bakımından iki kısıtı söz konusudur. Birincisi yurt dışında yaşayanların Türkiye ve yurt dışındaki seçmen olarak davranışlarını konu alan yerli çalışma sayısının yok denebilecek kadar çok az olduğu görülmüştür. Abadan-Unat, vd. (2014)’ın yaptığı bir çalışmaya rastlanılmış olmakla birlikte ancak bu çalışma da nicel nitelikli olup oy dağılımları konusundadır. Seçmen ile seçimin aynı yerde olduğu durumu konu alan çalışma sayısının ise oldukça fazla olduğu görülmüştür. Çalışmada kapsamı ifade edilen literatür bir kısıt olarak görülmüştür.

Bu kriterlere göre katılımcıların tabakalandırılması mümkün olup elde edilen sonuçların daha geniş bir tabana yayılması mümkün olabilecektir.

3.4. Araştırmanın Sorusu

Seçmen davranışlarının konu edildiği çalışmalar çok büyük bir kısmında seçimle seçmen aynı yerdedir. Yani seçim köy, ilçe, kent ve ülkede yapılmakta iken seçmen de bu yerlerde yaşamaktadır. Dolaysı ile seçim sürecinde doğrudan veya dolaylı az ya da çok kendi ikliminde seçim süreci ile bir temas ve etkileşim halindedir. Bu bağlamda araştırmanın temel sorusu,

“Seçmen, seçimin yapıldığı yerde olmamakta/yaşamamakla birlikte, seçime katılım gösterdiğinde ve bir tercihte bulunurken kararlarını ve davranışlarını yönlendiren faktörler nelerdir?”

bu temel soruya istindaden araştırmanın alt soruları şu şekildedir;

1. Türkiye de yapılan seçimlerdeki kampanya ve siyasi propaganda, Avrupa’da yaşayan Türkleri ne yönde etkilemektedir?

2. Avrupa’da yaşayan Türklerin oy davranışını siyasal propagandalar nasıl şekillendirmektedir?

3. Seçmen olarak bu faaliyetler tercihlere nasıl yansımaktadır?

4. Türkiye’deki ve yurt dışındaki seçme tercihleri arasında fark var mıdır?

5. Türkiye’deki tercih eğilimi yurt dışında da aynı mıdır? Değişmekte ise sebebi nedir?

3.5. Verilerin Toplanması

Verilerin toplanmasında aşağıda yer alan yarı yapılandırılmış mülakat soruları kullanılmıştır.

- 1- Katılımcının Kişisel bilgileri (yaş, eğitim, meslek, vs.)
- 2- Siyasete katılım ve siyasi konulara ilginiz ne düzeydedir?
 - a) Sadece kitle iletişim araçlarından takip ediyorum
 - b) Özellikle alan ile ilgili okuma araştırma yapıp ilgili toplantılara katılıyorum
 - c) Sadece oy veriyorum
 - d) Desteklediğim parti için çalışmalara katılıyorum
- 3- Siyasal tercihinizin oluşmasında öncelikli etmen nedir?
 - a) Aile
 - b) Sosyal çevre
 - c) İş çevresi
 - d) Kitle iletişim araçları
- 4- Türkiye’de yapılan siyasal propagandalar oy verme tutumunuzun şekillenmesinde ne kadar etkilidir?
 - a) Düşüncelerim sabittir propaganda etkilemez
 - b) Yapılan propagandalar oy verme tutumumu etkiliyor
 - c) Biraz etkili olabilir
- 5- Oy verdiğiniz siyasi partiyi tercih sebebiniz nedir ve partinin tüzük, lider, ideoloji faktörü sizin için ne kadar etkilidir?
 - a) İdeoloji olarak yakınlık
 - b) Siyasi çalışmalarını ülke yönetimini doğru bulmanız
 - c) Yurtdışında Türklere yönelik yapılan çalışmalar
- 6- Siyasi partilerin liderleri ve medyada yer alan konuşmaları görüşünüzü etkileme düzeyi nedir?
 - a) Görüşüm sabittir etkilemez
 - b) Evet tutumumu belirlememde etkisi oluyor
- 7- Yaşadığınız ülkede oy verme davranışınız ne yöndedir?
 - a) Sağ görüş
 - b) Sol görüş
- 8- Ülkenin içerisinde bulunduğu maddi ve sosyal durumun değişkenlikleri oy verme davranışınıza yansıyor mu?
- 9- Türkiye’de yürütülen seçim kampanyaları ve çalışmaları hakkındaki görüşleriniz nedir?
- 10- Genelde kullandığınız kitle iletişim araçları hangileridir?
 - a) TV, radyo, basın, sosyal medya
 - b) TV de en çok takip ettiğiniz kanallar

Bu sorular yöneltilerek kendileri ile yüz yüze görüşülen katılımcıların nitelikleri aşağıda aktarılmıştır.

3.6. Araştırmaya Katılanların Nitelikleri

Araştırma kapsamında kendileri ile görüşme yapılan katılımcılardan kadınlar için K1, K2, K3.... Şeklinde erkekler için ise E1, E2, E3... şeklinde kodlamalar yapılmıştır. Araştırmaya katılanların meslek, eğitim, yaş, cinsiyet, vb. gibi nitelikleri aşağıda sırası ile gösterilmiştir. Katılımcıların nitelikleri aşağıda Tablo 4 ve Tablo 5’de gösterilmiştir. Katılımcıların 17’si kadın ve 23’ü erkeklerden olmak üzere toplam 40 kişiden oluşmaktadır.

Tablo 4 Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	n	%
Erkek	23	57,50%
Kadın	17	42,50%
Toplam	40	100,00%

Tablo 4’de görüldüğü üzere araştırmaya katılanların 23’ü (%57,5) erkeklerden 17’si (%42,5) kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 5 Araştırmaya Katılanların Yaş Dağılımı

Yaş Aralığı	Cinsiyet			
	Erkek	%	Kadın	%
25-30	5	21,7%	4	23,5%
31-35	5	21,7%	2	11,8%
36-40	4	17,4%	4	23,5%
41-45	3	13,0%	2	11,8%
46-50	3	13,0%	3	17,6%
51- +	3	13,0%	2	11,8%
Toplam	23	100,0%	17	100,0%

Tablo 5’de görüldüğü üzere katılımcı erkeklerin 5’i (%21,7) 25-30 yaş aralığında, 5’i (%21,7) 31-35 yaş aralığında, 4’ü (%17,4) 36-40 yaş aralığında, 3’ü (%13,0) yaş 41-45 yaş aralığında, 3’ü (%13,0) yaş 46-50 yaş aralığında, 3’ü (%13,0) 51 ve üzeri yaşındadır. Katılımcı kadınların ise 4’ü (%23,5), 25-30 yaş aralığında, 2’si (%11,8) 31-35 yaş aralığında, 4’ü (%23,5) 36-40 yaş aralığında, , 2’si (%11,8)

41-45 yaş aralığında, 3'ü (%17,6) 46-50 yaş aralığında, 2'si (%11,8) 51 ve üzeri yaşındadır.

Tablo 6 Yaşanılan Ülke (Kadınlar)

	İsveç	Norveç	Danimarka	Fransa	Belçika	Hollanda	Almanya	Toplam
25-30	2	1	0	1	0	0	0	4
31-35	1	0	0	0	0	0	1	2
36-40	1	1	1	0	1	0	0	4
41-45	1	0	0	0	0	0	1	2
46-50	1	0	0	0	0	0	2	3
51- +	0	0	0	1	0	0	1	2
Toplam	6	2	1	2	1	0	5	17

Tablo 6'da görüldüğü üzere kadın katılımcıların 6'sının İsveç'te 5'nin Almanya'da olmak üzere Avrupa'nın farklı ülkelerinde yaşadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 7 Yaşanılan Ülke (Erkekler)

	İsveç	Norveç	Danimarka	Fransa	Belçika	Hollanda	Almanya	Toplam
25-30	2	1	0	1	0	0	1	5
31-35	1	0	0	1	0	1	2	5
36-40	1	1	1	0	1	0	0	4
41-45	2	0	0	0	0	0	1	3
46-50	1	0	0	0	0	0	2	3
51- +	1	0	0	1	0	0	1	3
Toplam	8	2	1	3	1	1	7	23

Tablo 7'de görüldüğü üzere erkek katılımcıların 8'inin İsveç'te 7'sinin Almanya'da olmak üzere Avrupa'nın farklı ülkelerinde yaşadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 8 Katılımcıların Eğitim Durumu

Eğitim Düzeyi	Cinsiyet			
	Erkek	%	Kadın	%
Orta Okul	0	0,0%	3	17,6%
Lise	9	39,1%	8	47,1%
Üniversite	12	52,2%	6	35,3%
Yük. Lis. +	2	8,7%	0	0,0%
Toplam	23	100,0%	17	100,0%

Tablo 8’de görüldüğü üzere erkek katılımcıların tümü ortaokuldan sonraki eğitim derecelerine sahip olup bunların 9’u (% 39,1) lise, 12’si (%52,2) ön lisans veya lisans düzeyinde üniversite, 2’si (%8,7) yüksek lisans ve doktor mezunudur. Kadın katılımcılara bakıldığında ise 3’ünün (% 17,6) ortaokul, 8’inin (% 47,1) lise, 6’sının (35,3) da ön lisans veya lisans düzeyinde üniversite düzeyinde eğitim aldıkları görülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların eğitim düzeylerinin yüksek olduğu ifade edilebilir.

Tablo 9 Katılımcıların Mesleki Durum

Meslek Grubu	Cinsiyet			
	Erkek	%	Kadın	%
İşletmeci	2	8,7%	-	-
Kamu Çalışanı	4	17,4%	2	11,8%
Öğretmen-Akademisyen	1	4,3%	-	-
Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	7	30,4%	3	17,6%
Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı	7	30,4%	3	17,6%
Uzm. Serbest Mesl.	2	8,7%	1	5,9%
Ev Hanımı			8	47,1%
Toplam	23	100,0%	17	100,0%

Tablo 9’da görüldüğü üzere kadın ve erkek katılımcıların farklı meslek gruplarında yer aldıkları görülmektedir. Buna erkek göre katılımcıların 2’sinin (% 8,7) ticaret-işletmeci, 4’ünün (%17,4) kamu çalışanı, 1’inin (%4,3) eğitimci, 7’sinin (%3,4) beyaz yakalı özel sektör çalışanı, 7’sinin (%3,4) mavi yakalı özel sektör çalışanı, 2’sinin (% 8,7) uzman serbest meslek mensubu olduğu görülmektedir.

Kadın katılımcıların ise 2’sinin (%11,8) kamu çalışanı, 3’ünün (%17,6) beyaz yakalı özel sektör çalışanı, 3’ünün (%17,6) mavi yakalı özel sektör çalışanı, 1’i (%5,9) uzman serbest meslek mensubu ve 8’ini de da (%47,1) ev hanımı olduğu tespit edilmiştir. Ancak ev hanımı olanların bazılarının doğrum veya başka gerekçelerle işlerinden ayrıldıkları, geçmişte çalışan oldukları ya da gelecekte

çalışmaya başlama niyetinde oldukları tespit edilmiştir. Yani kendini ev hanımı olarak ifade edenlerin esasında önemli bir kısmı çalışma hayatındadırlar.

Tablo 10 Kadın Katılımcıların Nitelikleri

İsim	Eğitim	Meslek	Yaşadığı Ülke
K1	Üniversite	Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	Almanya
K2	Lise	Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	İsveç
K3	Üniversite	Uzm. Serbest Mesl.	Almanya
K4	Üniversite	Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	İsveç
K5	Lise	Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı	İsveç
K6	Ortaokul	Ev Hanımı	Fransa
K7	Üniversite	Kamu Çalışanı	Fransa
K8	Lise	Ev Hanımı	İsveç
K9	Lise	Ev Hanımı	Belçika
K10	Ortaokul	Ev Hanımı	Norveç
K11	Üniversite	Kamu Çalışanı	Norveç
K12	Lise	Ev Hanımı	Almanya
K13	Lise	Ev Hanımı	Almanya
K14	Üniversite	Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	Almanya
K15	Lise	Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı	İsveç
K16	Lise	Ev Hanımı	Danimarka
K17	Ortaokul	Ev Hanımı	İsveç

Tablo 11 Erkek Katılımcıların Nitelikleri

İsim	Eğitim	Meslek	Yaşadığı Ülke
E1	Lise	Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı	Almanya
E2	Lise	Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	İsveç
E3	Üniversite	Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	Almanya
E4	Lise	Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	İsveç
E5	Üniversite	Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı	Norveç
E6	Üniversite	Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı	Belçika
E7	Üniversite	Kamu Çalışanı	Almanya
E8	Üniversite	Kamu Çalışanı	İsveç
E9	Üniversite	Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	İsveç
E10	Lise	Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı	Hollanda
E11	Üniversite	Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	Fransa
E12	Üniversite	Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı	Almanya
E13	Lise	Kamu Çalışanı	Almanya
E14	Yük. Lis. +	Öğretmen-Akademisyen	Danimarka
E15	Lise	Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı	İsveç
E16	Lise	İşletmeci	İsveç
E17	Lise	İşletmeci	Norveç
E18	Yük. Lis. +	Kamu Çalışanı	Almanya
E19	Üniversite	Uzm. Serbest Mesl.	İsveç
E20	Üniversite	Uzm. Serbest Mesl.	Almanya
E21	Lise	Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı	İsveç
E22	Üniversite	Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	Fransa
E23	Üniversite	Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı	Fransa

3.7. Araştırmanın Bulguları

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde kendilerine yöneltilen sorulara alınan cevaplar aşağıda aktarılmıştır. Ancak toplam 10 soru bunlara ait 20 adet da alt soruların bulunması ve 40 katılımcının bulunması oldukça uzun hacimli bir yapı ortaya çıkaracağından dolayı, katılımlarında yaptıkları açıklamalar ve

detaylandırmalar bakımından aktarılan cevaplar sınırlandırılmıştır. (Yani benzerliker, seçenekler halinde toparlanmış yakın cevaplar birleştirilmiştir.)

3.7.1. Siyasete Katılma ve Siyasi Konulara İlgi Gösterme Durumu

Kadın ve erkek katılımcılara “Siyasete katılım ve Siyasi konulara ilginiz ne düzeydedir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya verilen cevaplar aşağıda Tablo’ 12de gösterilmiştir.

Tablo 12 Siyasete Katılma ve Siyasi Konulara İlgi Gösterme Durumu Hakkında Görüşler

“Siyasete Katılım ve Siyasi Konulara İlginiz Ne Düzeydedir?”	
Katılımcı	Alınan Cevaplar
E10 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Hollanda	Kendi çapımda ilgim var. Ama katılım dersiniz sadece oy verme diyebilirim. Şöyle ki bizimde burada sizler gibi yoğun bir iş hayatımız var, tabi ki yaşamadığımız bir ülkenin siyasetine o ülkede yaşayanlar kadar hâkim olamayız, yurtdışında yaşayan kimse hâkim olamaz, kim ben çok yakından takip ediyorum katılımım var derse inanmam burada iş koşullarımız gerçekten zor yani daha fazlasını yapacak kadar vaktimiz yok.
E15 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Türk siyasetine ilgim var. Televizyondan takip ediyorum fırsat buldukça, katılma olarak da oy veriyorum. Onun dışında gönül verdiğim bir parti var ama çalışmalarına katılma durumum yok çalışıyorum çünkü.
E14 Yük. Lis. + Öğretmen- Akademisyen Danimarka	Evet ilgim var. Siyasetin kendisi zaten ilgi alanıma giriyor. Okuyup, araştırarak kendimi geliştirmeye çalışıyorum. Katılım ise burada bazen A.K.P nin toplantıları oluyor, konferans gibi onlara katılmaya çalışıyorum ve sadece oy vermek diyebilirim. Daha fazlasını yapacak vaktim yok zaten çalışma saatlerim pek müsaade etmiyor. Tabi birde kitle iletişim araçlarını ve sosyal medyayı yok sayamayız.
E16 Lise İşletmeci İsveç	Evet ilgim var derim ama ne kadar dersin sadece fırsat bulduğumda televizyon izlemek kadar. Bak Türkiye’den nasıl gözüktüyor bilmiyorum ama düşündüğünüz kadar rahat değiliz biz burada, benim çalışma saatim kaç biliyor musun sabah 06:00 akşam 22.00 tabi ki daha az çalışan insanlar vardır ama en fazla 2 saat, onlarda çocuklarını okuldan alır evin sorumlulukları vardır falan, yani ülkemize sevgimiz var elbet ama çok ilgilimiz, günlük haber takip ediyoruz, siyasi çalışmalar yapıyoruz diyen inan yalan söyler.
E21 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	İlgim var ama yakından takip ediyorum, çok ilgilim diyemem. Yaşadığım ülkenin siyasetini daha yakından takip ediyorum doğal olarak. Katılım ise sadece oy verme düzeyinde o kadar.
E20 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	İlgim var ama televizyondan takip ettiğim kadar işte kızım öyle okuyorum, araştırıyorum dersem yalan olur şimdi sana. Katılım da oy veriyorum muhakkak, birde cemiyet toplantıları oluyor. Geliyorlar Türkiye’den konuşma falan yapıyorlar onlara katılıyorum, dinliyorum işte o kadar.
E6 Üniversite Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Belçika	Ülkemin siyasetine ilgim var. Bazı ticari yatırımlarımda var yılda birkaç kere geliyorum Türkiye’ye. Dolayısıyla ülkenin ekonomi ve ticari haberlerini de yakından takip ediyorum. Katılım ise sadece oy vermek diyebilirim aktif olarak siyasete katılmak için yeterli vaktim yok.

Tablo 12 (devam)

E3 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Avrupa’da yaşayan herkes kadar benimde ilgim var takip ediyorum televizyondan, sosyal medyadan bu kadar yani ama oturup saatlerce Türk siyaseti ile ilgili konuşmam. Katılım ise ilk kez cumhurbaşkanlığı için oy vermiştim birde bu genel seçimlerde oy kullandım. Çünkü eskiden oy vermek bizim için daha zordu konsolosluklarda oy veriyorduk. Yeni haklar tanıdığı için daha kolay oy vermemiz.
K1 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Televizyondan ve sosyal medyadan takip ettiğim kadar. Çok sık gelmiyorum ben Türkiye’ye 3, 4 yıla bir geliyorum. Çok yakından ilgiliyim diyemem yoğun bir iş hayatım var. Katılım ise sadece oy veriyorum.
K2 Lise Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Ülkemizi seviyoruz ve hep iyi olsun istiyoruz. EE memleket özlemi de var tabi ama öyle çok çok ilgiliyim dersem yalan olur, sosyal medyadan yakınlarımı takip edip siyasi paylaşımlardan bilgi edindiğim kadar, ama tabi bizim sizler gibi doğruyu yanlış ayırt edecek durumumuz yok okuduğumuzu kabul ediyoruz. Mesela benim takip ettiğim kişilerin çoğu A.K.P li onların paylaşımları ve dışarıdan bakılırsa benimde desteklediğim bir parti. C.H.P camileri ahır yapmış zamanında şimdi tekrar gelip bunu yapsın istemem, ne kadar da yaşamasam ülkemde istemem öyle olsun.
K3 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Öncelikle ben hukukçuyum hem işim hem ilgi alanımdan dolayı siyasete tabi ki ilgim var. Özellikle alan araştırması yapıyorum ama katılım dersiniz oy verme ile sınırlı. Zaten oy verdiğim partinin yurtdışında çok fazla siyasi çalışması da yok. Birde iş ve vakit faktörü var tabi çok etkili olabilir miyim bilmiyorum.
K7 Üniversite Kamu Çalışanı Fransa	İlgim var ama haliyle çok yakından ilgiliyim diyemiyorum yılda bir defa Türkiye’ye geliyorum bir haftalığına, onun dışında televizyon ve sosyal medya haberlerinden takip edebildiğim kadar. Katılım olarak, oy veriyorum onun dışında çok bir katılımım olmuyor. Nasıl olsun zaten Avrupa’da yaşıyorum.
K11 Üniversite Kamu Çalışanı Norveç	Sosyal medyadan takip etmeye çalışıyorum. Çalıştığım için televizyon izlemeye pek vakit olmuyor ama yine oradan da takip ediyorum. Çalışmalara katılmam mümkün değil işten dolayı ama A.K.P bir toplantısı olmuştu Türkiye’den gelmişlerdi ona bir defa katılmıştım. Birde oy veriyorum bu seneki oyla ikinci defa oy vermiş oldum. İlkini de R.T. Erdoğan’a vermişim, ikincisini de.
K14 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Sosyal hayatım ve iş hayatım nedeni ile siyasetle iç içeyim dolayısı ile yazılı ve sözlü kaynaklardan yaşadığım ülkenin, Türkiye’nin ve diğer ülkelerin siyasetini yakından takip ediyorum. Desteklediğim parti için çalışıyorum Almanya’da ve tabi ki oyumu veriyorum.
K4 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Evet yaşamasam da ülkemde olan siyasal gelişmeleri bilmek isterim ama iş, ev derken televizyon izlemeye bile vakit yok. Genelde Türkiye’de yaşayan tanıdıklarımızın facebook hesaplarından yapmış oldukları paylaşımları takip ediyoruz hatta kendi çevremden bahsedecek olursam çoğu arkadaşımın da bilgisi facebook paylaşımlarından ibaret diyebilirim, tabi takip ettiğimiz yakınlarımızın siyasi görüşü de bizi ister istemez etkiliyor. Örnek facebook da sürekli şu kişi kötü diyen paylaşımlar yapıyorlarsa bizde doğru diyoruz.

3.7.2. Siyasal Tercihlerin Oluşmasında Etkileyici Faktörler

Kadın ve erkek katılımcılara “Siyasal tercihinizin oluşmasında öncelikli etmen nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya alınan cevaplar aşağıda Tablo 13’de gösterilmiştir.

Tablo 13 Siyasal Tercihlerin Oluşmasında Etkileyici Faktörler

“Siyasal tercihinizin oluşmasında öncelikli etmen nedir?”	
Katılımcı	Alınan Cevaplar
E10 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Hollanda	İlk önce aile idi, ailedeki görüşler direkt siyasi bakışımızı etkiliyor, özellikle de Avrupa’ya belli bir yaştan sonra gelmişseniz. Siyasi gelenekleriniz de pek değişmiyor açıkçası, aksine ya daha çok bağlanıyor olay ideolojiye kayıyor ya da tamamen ilgisizleşiyorsunuz ama benim için pek öyle olmadı. Avrupa’ya gelmem aile etkili düşüncelerimi değiştirdi, beklide içinde bulunduğum sosyal çevreden dolayı, ben Türklerin yoğun olduğu bir bölgede yaşamıyorum. O bölgelerde insanlar yani Türklerin yoğun olduğu bölgeden bahsediyorum, birbirlerini zamanla etkiliyorlar işin kötü tarafı hiçbirinin bilgisi yeterli değil, hepimiz aynı şartlarda ve ülkemize aynı uzaklıktayız yani burada ki vatandaşlar hep yarım bilgilerle kendi aralarında siyaset yapıyorlar ve tabii birbirlerini etkiliyorlar. İkinci olarak ise ben belki birazda genç yaşta geldim. Bundan dolayı görüşlerimi kendi kendime geliştirmiş olabilirim, sürekli isteyerek veya istemeyerek etki altında değilim sonuçta.
E15 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Sosyal çevre ve kitle iletişim araçları diyebilirim. Yaşadığımız ülkede çok siyaset konuşacak çevremiz yok. Türk cemiyetleri var arkadaşlarımızla toplandığımız. Orada konuşmalar ve televizyondan takip ettiğimiz kadarı ile kafamızda bir fikir oluşuyor.
E14 Yük. Lis. + Öğretmen- Akademisyen Danimarka	Tatbiki ilk siyasi görüşler aile içerisinde şekilleniyor daha sonra kişisel deneyimleriniz, hayata bakış açımız siyasi karar ve tutumunuzu etkiliyor. Benim içinde öyle oldu. Ailemin merkez ve merkez sağa olan yakınlığı görüşümü etkiledi, ama bu süreçte var olan birçok partiden birini seçme özgürlüğünü kendi kişisel ve rasyonel kararım ile belirledim.
E16 Lise İşletmeci İsveç	Benim için aile babamın etkisi çok var. Muhafazakâr bir aileydi benim ailem sanırım ondan etkilendim. İsveç’e geldikten sonrada değişmedi zaten görüşüm.
E21 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Tabii ki aile özellikle Türk ailelerinde babamın etkisi sanırım daha çok ama artık parti ve görüş bir yerden sonra azalıyor, sadece milliyetçi ve vatansever duygularla hareket ediyor insan. Örneğin babam 40 yıl önce çıkmış yurdundan ne kadar bir parti yada siyasi görüş taraftarı olabilir ki, onunda düşüncesi vatan sağ olsun. Benim akrabalarım için durum daha farklı sonuçta doğup büyümediğin bir ülke sadece vatan sevgimiz ve vatandaşlık bağımız var o kadar, ciddi bir siyasi taraftar değilim ama ailemden dolayı muhafazakâr görüşüm var.
E20 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Öncelikli etmen olarak kitle iletişim araçları önemli elbette, ben de televizyondan dinliyorum öyle. Birde cemiyette kendi aramızda konuşuyoruz, tartışıyoruz o şekilde.

Tablo 13 (devam)

E6 Üniversite Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Belçika	Benim siyasi görüşüm daha çok okul yıllarımda oluştu diye bilirim, sonrada kendi görüşüme uygun çevre edindim sanırım bir değişiklik olmadı. Babamla siyasi görüşlerimiz baya ters hala bir araya geldik mi tartışırız. Ama ben artık ideolojik değil de daha vatansever duygularla yaklaşıyorum Türk siyasetine. Yaşamadığın bir ülkede sürekli övgü veya yergi getiremezsin sonuçta, dışarıdan bir göz ile bakıyorsun ve tabloyu bütünü ile değerlendiriyorsun.
E3 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Bizde Ülkücülük aileden geliyor. Yani ailenin etkisi var muhakkak ama olmasaydı bile benim yine kendi tercihim bu yönde olurdu. Vatansever ve Milliyetçi bir karakterim var. Bunun sebebi Avrupa'da olmam olabilir. Özellikle Almanya bu konuda çok baskın. Çok defa ırkçılığa maruz kaldım. Azınlık olmak bence Ülkeye bağlılığı artırıyor. Avrupa'da yaşayan insanlar Türkiye de yaşayan insanlardan daha milliyetçi olmasının sebebi bu yüzden sanırım.
K1 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Açıkçası siyasetle ilgiliydim hep bir partiyi destekledim diyemem. Benim siyasete olan ilgim R.T. Erdoğan'la başladı açıkçası ilk desteklediğim ve oy verdiğim parti A.K.P ama ülkedeki gelişmeyi görüyorum. Her yıl gelen tanıdıklarım var onlardan dinliyorum. Sosyal medyadan takip ediyorum.
K2 Lise Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Sanırım sosyal çevrem, ailem ülkücüydü çünkü. Ama öyle ciddi siyaset takip ederim konuşurum diyemem şimdi. Ben R.T. Erdoğan'ı destekliyorum o kadar.
K3 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Tamamen kişisel tercihim. Araştırmam, okumam ile gelişen bir düşüncem var. Belki sosyal çevrenin biraz etkisi olabilir ama kişisel gelişimim tutumumu belirledi.
K7 Üniversite Kamu Çalışanı Fransa	Aile etkisi olabilir babamda rahmetli C.H.P liydi. Daha sonra okumalarım ve araştırmalarım da beni aynı yola çıkardı.
K11 Üniversite Kamu Çalışanı Norveç	Açıkçası benim siyasete çok ilgim yoktu. Son 3,5 yıldır var. Ve kendi tercihimle bana mantıklı geldiği için bu partiyi tercih ettim. Bu arada ailemde muhafazakardı belki etkisi olmuştur.
K14 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Öncelikle ailem daha sonra kendi yönelimlerim ve okumalarım ile tercihim belirledim.
K4 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Ailemin siyasi görüşü beni çok etkilediği doğru, daha sonra görüşüm değişebilirdi belki Türkiye'de yaşasaydım ama burada fikirlerimi etkileyecek, bir sosyal çevre veya iş ortamım yok yani Türk arkadaşım yok, siyasi kaynağım sadece ailem ve sosyal medya. Yeterince bilgim olmadığı için çevremdeki insanlarla doğruyu veya yanlış tartışacak düzeyde de değilim.

3.7.3. Türkiye’deki Siyasal Propagandaları Oy Verme Tutumuna Etkisi

Kadın ve erkek katılımcılara “Türkiye’de yapılan siyasal propagandalar oy verme tutumunuzun şekillenmesinde ne kadar etkilidir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya alınan cevaplar aşağıda Tablo 14’de gösterilmiştir.

Tablo 14 Türkiye’deki Siyasal Propagandaları Oy Verme Tutumuna Etkisi

“Türkiye’de yapılan siyasal propagandalar oy verme tutumunuzun şekillenmesinde ne kadar etkilidir?”	
Katılımcı	Alınan Cevaplar
E10 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Hollanda	Beni pek etkilemiyor aslında inandığım bir görüş var propaganda odaklı parti tutmuyorum ama medyanın çok etkisi var. Televizyondan takip ettiğimiz siyasal partilerin propagandası önemli olmalı çünkü bizi etkileyecek başka bir yolları yok. Sonuçta yaşamadığımız bir ülke. Olan biten her şeyi medyadan takip ediyoruz haberleri doğru ve yanlış ayırt edebilecek durumda değiliz.
E15 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Etkili tatbiki, o propagandalar oy vermemizi etkiliyor. Mesela ben 2 veya 3 yıla Türkiye’ye gidiyorum. Yani televizyondan izlediğimiz kadar biliyoruz Türkiye’yi. Yapılan propagandalar konuşmalar sayesinde öğreniyoruz ülkedeki her şeyi bu yüzden etkili olduğunu düşünüyorum.
E14 Yük. Lis. + Öğretmen- Akademisyen Danimarka	Benim için çok etkili. Sonuçta siyasal propagandalar ile şekilleniyor tutumunuz ve Türk siyasetine bakışımız. Uzakta olduğunuz ve sadece vatandaşlık bağınız dışında hiçbir temasınızın olmadığı bir ülkenin siyasetini yapılan propagandalar ile takip edebilirsiniz. Bunu Türk siyasetinde en iyi yapan R.T. Erdoğan bu yüzden Avrupa’da yüksek oy alıyor zaten.
E16 Lise İşletmeci İsveç	Etkilemez olur mu, ona göre oy veriyoruz. Ben 6 yıl memlekete hiç gitmedim. Gidemedim işlerden dolayı restoranım var İsveç’te o yüzden. Televizyonlardan takip ettiğim kadar Türkiye cennet inanın bak Avrupa’ya gelip te pişman olmayan yok. Orada hayat çok zor. Size saçma gelebilir bu söylediklerim, her ülkede sıkıntı var, İşsizlik var, ne bileyim hayat pahalı. İnsanlar zannediyorlar ki Avrupa’da hayat standardı yüksek. Ben bu yıl geldim. İnanın siz bizden çok daha iyi durumdasınız. Benim maddi durumum iyi olmasına rağmen 6 yıla anca gelebiliyorum ne bileyim tatil yapabiliyorum. Bunu hükümeti övdüğüm için demiyorum evet ben A.K.P ye oy verdim. Benim gördüğüm bu. Televizyonlardan takip ediyorum yurtdışında, çok gelişmiş Avrupa ülkesi gibi. Ben maddi sıkıntılardan dolayı gittim Avrupa’ya bu kadar imkan yoktu bizim zamanımızda keşke olsaydı da gitmeseydik gurbete. Bak ben her gün yıllardır gelmediğim memleketimin hava durumuna bakıyorum. Zor, çok zor gurbet kıymetini bilin memleketinizin.
E21 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Ben biraz daha ideolojik olarak oy veriyorum vatan sevgisi, milliyetçilik duygusu falan. O yüzden çok etkilemiyor. Eğer etkileseydi M.H.P oy vermezdim herhalde, çünkü Devlet Bahçelinin belli bir siyasi propagandası yok. Oy veren insanlar ülkücü ve vatanseverliğe inanan insanlar sanırım. D. Bahçeli’nin propaganda ile oy toplama veya Alparslan Türkeş gibi peşinden sürükleyecek bir liderlik vasfı yok. Tamamen ideoloji, D. Bahçeli değil de kim gelse yine aynı oyu alır muhtemelen.
E20 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Kızım bak ben 65 yaşındayım neredeyse 35 yıldır burada yaşıyorum tabi bir görüşüm var konuşmalar etkiler ama oyum belli değişmez. Ben yazdan yaza gidersem gidip iki hafta memleket de kalıp geliyorum. Ben şimdi oyumu neye göre vereceğim memleketim iyi olsun, yurtdışında yaşayan vatandaş bunu ister. Geliyorum memleket Avrupa gibi, yolları dersin kaymak zaten özlem var kötüsü bile iyi bizim için, çoluğum çocuğum yok desen ki amca işsiz çok, hayat pahalı biz bunları bilemeyiz, sizlerin bizim burada yaşadığımız sıkıntıyı bilemeyeceğiniz gibi sorsan Avrupa’dayız ama bir biz biliyoruz oranın derdini yani benim görüşüme kim yakınsa oyum ona o kadar. Mesela ben Ak parti diyorum, adam Allah diyor Kur-an diyor ne diyelim şimdi fenamı mesela Kemal Kılıçdaroğlu’nun elinde hiç Kur-an gördün mü yok Müslüman ülkenin başında böyle bir adam olsun zarar gelmez.
E6 Üniversite Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Belçika	Etkilemiyor çünkü ben sürekli gelip gittiğim için bir çok şeyi kendim gözlemleyebiliyorum. Zaten bu konuda Kılıçdaroğlu’nun yetersiz olduğunu düşünüyorum. Yani lider olarak görüp peşinden sürükleyecek bir parti başkanı değil bence.

Tablo 14 (devam)

E3 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Propagandanın etkisi var tabi ki ama en önemlisi medyanın etkisi. Ülkede olan her şeyi medyadan takip ediyoruz. Medyanın yanlış yayın yapması en çok bizim görüşümüzü etkiliyor, sonuçta siz o ülkede yaşıyorsunuz doğruyu yanlış ayırt edebilirsiniz ama bizim o şansımız yok yani medyayı iyi kullanan siyasi parti yurtdışından oyu alır diyebilirim.
K1 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Yapılan propagandalar tabi ki etkili sonuçta bizim başka kaynağımız yok sadece seçim dönemi değil genel olarak ta televizyondan takip ettiğimiz kadarı ile siyasi tercihimizi belirliyoruz. Kendimize yakın hissettiğimiz ve aklımıza yatan kişiyi tercih ediyoruz.
K2 Lise Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Ben R.T. Erdoğan'ın konuşmalarını dinliyorum mantıklı geliyor ve kendime daha yakın buluyorum mesela demek ki etkili propaganda.
K3 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	İşimden dolayı tabi ki tek kaynağım basın değil ama bilgimin önemli bir kısmını oluşturuyor. Televizyondan izlediğim Türkiye'nin başka yüzünü bu tatilimde tecrübe ettim. Yapılan sağlık propagandaları beni etkiliyordu açıkçası bende gelmişken bir kardiyoloji 'ye gitmeye karar verdim. Öncelikle Ankara'da bir hastaneden izin süremde randevu almamız mümkün olmadı. Verdikleri tarih böyle bir rahatsızlık için insanlık dışıydı gerçekten, bende bari özele gideyim dedim ama onun içinde muayene ücreti 700 küsur tl verdim. Türkiye'de yaşayan insanlar ölmek için o kadar para verip özele gidecekse sağlıkta yaptığınız gelişmenin ne önemi var, kaldı ki benim gördüğüm kadarı ile o parayı herkesin verebileceğini sanmıyorum kısaca şaşırım ve üzülüm.
K7 Üniversite Kamu Çalışanı Fransa	Bizim Türkiye ile tek aktif kaynağımız televizyon, siyasetçilerin basını kullanması siyasetin önemli kuralı olabilir ama bizim için tek kaynak diyebilirim. Doğru bilgiyi aktarıp aktarmadığının cevabı benim için farklı bunu bu yıl fark ettim. Biz burada kumandayı elimize alıp a kanalına bakalım birde b kanalına bakalım demiyoruz rastgele bir Türk kanalı açıp izliyoruz. Ben bu yıl Türkiye'ye geldiğimde bazı durumların televizyonda izlediğim gibi olmadığını ve gerçekten Türkiye'de basının tarafsız olmadığına karar verdim.
K11 Üniversite Kamu Çalışanı Norveç	Propaganda derken siyasi liderlerin konuşmalarından bahsediyorsunuz galiba, tabi ki etkiliyor bizlerin burada sizler kadar değişik yollardan bilgi edinme şansı yok, zaten öyle bir ortamımız da yok açıkçası, Türk televizyon kanallarından izlediğimiz ve sosyal medyadan takip ettiğimiz kadarı ile değerlendiriyoruz. Ama şöyle bir durum söz konusu biz buradan siyaseti takip ederken daha çok dış dünyayla ilgili kısmı yani diğer ülkeler ile olan ilişkilerdeki kısmı ilgimizi çekiyor diyebilirim. Çünkü ülkemizin başka ülkelerde güçlü olması ve söz sahibi olması bize de güç veriyor, yoksa tabi ki ülkemiz için her şey güzel olsun isteriz ama orada yaşamıyorum işte ne bileyim iş imkanı, sağlık imkanı, sosyal imkanlar bizim ilgimizi pek çekmiyor sonuçta bütün ülkelerde sıkıntı var benim yaşadığım ülkede dahil.
K14 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Etkili tabi ki bu yüzden desteklediğimiz partinin genel başkanını susturdular konuşmasına izin vermediler, çünkü Selahattin Demirtaş güçlü bir karakter ve kaliteli bir lider, kesinlikle belli bir siyasal kesimin rakibi bu yüzden siyasi arenadan uzaklaştırıldı bence. Ama benim oy verme sebebim ideolojik bende Kürt'üm ve haklarımızın siyasi arenada savunulmasından yanayım yani Demirtaş olmasaydı da yine oy verecektim. Tabi Demirtaş'ı lider olarak beğeniyorum.'
K4 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Etkilemiyor beni, benim görüşüm birazda ideolojik ben Kürt'üm ve haklarımızın savunulması istiyorum. Zamanında çok sıkıntı yaşadık biz, ailem bu yüzden Avrupa'ya yerleşme kararı aldı. O zaman hakkımızı savunacak imkan verilmedi yok sayıldık, susturulduk, şimdi ise yüksek sesle Kürt halkının varlığından ve sorunlarından bahsediliyor mecliste bu mutlu ediyor bizi açıkçası.

3.7.4. Oy Verme Davranışında Parti Tercih Nedeni

Kadın ve erkek katılımcılara “Oy verdiğiniz siyasi partiyi tercih sebebiniz nedir ve partinin tüzük, lider, ideoloji faktörü sizin için ne kadar etkilidir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya alınan cevaplar aşağıda Tablo 15’de gösterilmiştir.

Tablo 15 Oy Verme Davranışında Parti Tercih Nedeni

“Oy verdiğiniz siyasi partiyi tercih sebebiniz nedir ve partinin tüzük, lider, ideoloji faktörü sizin için ne kadar etkilidir?”	
Katılımcı	Alınan Cevaplar
E10 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Hollanda	Ben C.H.P ye oy verdim. Çünkü demokrasi kavramına inanıyorum ve bu kavrama sol görüşlü partilerin değer verdiğine düşünüyorum. Dolayısıyla bu yönetimine de yansımakta bence. Kendi yaşadığım ülkede de sol partiye oy verdim bu düşüncelerimden dolayı.
E15 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Ben AKP ye oy verdim benim için lider önemli, her şeyden önce Avrupa’da bize sahip çıkan tek parti A.K.P oldu. Ak parti teşkilatı yurtdışında da çalışıyor sadece memleketindeki vatandaşları değil, memleketine uzak olan gurbetçileri de unutmadı. Bizim beklediğimiz bir şey yok Türkiye’den. Biz zaten ekmeğimizi aşımızı kazanıyoruz, gelip bize nasılsınız demeleri yalnız değilsiniz arkanızda ülkeniz var demeleri bile yetiyor bizim için o yüzden verdim oyumu.
E14 Yük. Lis. + Öğretmen- Akademisyen Danimarka	İdeoloji, tüzük, lider bunları boş verin bu hususlar bizim için geçerli değil asıl konu şu burada siyasi ideolojilerimiz, içerisinde bulunduğumuz ekonomik, sosyal, kültürel faktörlerin hiçbir önemi yok bu saymış olduğum faktörler ben Türkiye’de yaşasaydım oy kullanmamı belirlerdi. Biz Türkiye’de sağcı, solcu, idealist, zengin, fakir, Kürt ve Türk’üz. Avrupa’da ise sadece Türkiye’den gelen göçmen o kadar yaşadığımız ülkelerin insanları yıllarca eylem ve söylemleri ile bunu bize bilinçaltı olarak kabul ettirdi. Biz oylarımızı sizin oy verme şartlarınıza göre belirlemiyoruz sadece duygusal, memleketini özleyen, hasret çeken vatandaşlar olarak veriyoruz yani ülkemiz sağ olsun var olsun yeter. Yurtdışındaki oyların Türkiye’deki oy verme parametrelerini baz alarak değerlendirmek yanlış olur. Kısacası bir partiye oy vermem için kendime yakın görmem gerekir evet ben AKP oy verdim neden? Şimdiye kadar Türkiye’de hiçbir hükümet yurtdışında vatandaşlarının var olduğunu hatırlamadı ben 33 yaşındayım daha bir liderin yurtdışına gelip de vatandaşlarına sahip çıktığını görmedim. Bir siyasi parti teşkilatının yurtdışındaki vatandaşlarını ziyaret ettiğini görmedim bunu sadece AKP yaptı. Birçok böyle örnek var mesela konuşmalarında gurbetçi vatandaşlarına yönelik birçok söylem var. Bunlar önemli olmaya bilir ama yurtdışındaki insan için önemli manevi olarak sahipsiz değiliz ülkemiz bize sahip çıkıyor demek bize kendimizi iyi hissettiriyor.
E16 Lise İşletmeci İsveç	İnsan kendi ülkesinde özgür oluyor baskı altında olmayınca hayatınızı istediğiniz gibi şekillendirebiliyorsunuz. Ben 28 yaşındaydım yurtdışına yerleştiğimde, herkes gibi bende inancımı bildiğim gibi yaşıyordum Türkiye’de ama dinini kabul etmediğiniz bir ülkenin, kurallarına uymak zorundasınız. Tamam inançlarımıza karşı çok fazla saygısızlık yok ama ne bileyim ezan sesine hasret kalıyor insan anlata biliyor muyum. Haliyle daha muhafazakar biri oluyorsun, işte Allah - Peygamber diyen adamı daha bizden görüyoruz. Kısaca kardeşim Türkiye’de kıymetini bilmediğin her şeye hasretsin yurtdışında. Ben hala Türkiye’de yaşıyor olsaydım belki görüşlerim daha farklı olurdu bilemiyorum şimdi. Oy verdiğim partiyi tercih etmem de bu yüzden ben AKP’ ye oy verdim adam güçlü bir devlet lideri imajı veriyor, ülke yurtdışından bakılınca güçlü bir devlet gibi görünüyor geleneklerimize, tarihimize bağlı yönetiliyor ülke o yüzden destekliyorum bu arada lider önemli benim için.

Tablo 15 (devam)

E21 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Ben M.H.P ye oy verdim. Nedenine gelince, sonuçta Müslüman insanlarımız ve farklı bir dine inanan ülkede yaşıyoruz. Tabi ki dinimizi istediğimiz gibi yaşayamıyoruz. Muhafazakâr, vatansever bir insanın ülkemizin başında olmasını isterim, birazda vatansever ve milliyetçi duygularım ağır basıyor galiba, belki Türkiye de yaşasaydım bu kadar milliyetçi olmazdım ama biz yurtdışında kendi şartlarımız içerisinde düşünüp oy veriyoruz, yine de ciddi partizanım diyemem.
E20 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Tüzük müzük bilmem ben kızım, Erdoğan'ı destekliyorum başka parti kursa ona oy veririm. Onun sayesinde bizim Avrupa'da da sözümüz geçmeye başladı. Adam bize sahip çıkıyor. Avrupa'da ki haklarımız için uğraşiyor. Şimdiye kadar kim yaptı bunu. Oy bile veremiyorduk. Ben bu ülkenin ne hallerini gördüm kızım ülke cennet gibi sizin yaşınız küçük bilmezsiniz. Biz gurbete boşa gitmedik boş ver şimdi. Benim oyum R.T. Erdoğan'a.
E6 Üniversite Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Belçika	Avrupa'da liderin etkisi büyük, bir örnek verecek olursak AKP'nin yurtdışında bu kadar oy almasının tek sebebi R.T. Erdoğan kesinlikle. Burada insanların hassas noktası belli Vatan, Millet, Bayrak, Dini duygular. AKP siyasi propagandası da hep bu yönde. Biz yurtdışında yıllarımızı geçiresek de hatta orayı yurt edinsek de bir parçamız burada. R.T. Erdoğan gurbetçi Türkleri ciddiye aldığını ve hala ülkenin bir parçası olduklarını hissettiriyor. Yani bir nevi insanların eksik yanlarını bulup o yönde algı operasyonu yapıyor, en büyük maşaları ise taraflı medya. Ben sürekli Türkiye'ye geliyorum az çok ne yapıyor, olandan bitenden haberim var ama 5 yıldır hatta 10 yıldır hiç gelmeyen insanlar var. Tek bilgi kaynakları medya, onunda yanlı olduğunu düşün ve yurtdışındaki herkes bunun ayrımını yapamıyor durum bu, aslında AKP'nin çok bir başarısı yok sadece medyayı kendi istedikleri gibi kullanıyorlar o kadar. CHP nin de başarısızlığı bu. Kemal Kılıçdaroğlu buradaki insanı anlamıyor ve dilinden konuşmuyor, insana çok yabancı yani bu adam bizdendir dedirtmiyor. Avrupa'ya yönelik politikasını değiştirmeli bence. Bu arada buna rağmen oyum CHP ye benimki birazda ideolojik ama çok eksikliği var ne yazık ki.
E3 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	İdeoloji kesinlikle. Zaten Avrupa'da tercihler ya ideolojiktir yada lider etkilidir. Tüzüğü kimsenin okuduğunu sanmıyorum.' Ben M.H.P ye oy verdim bu sebepten. Onun dışında başka sebebi yok zaten çok siyasi aktifliği de yok M.H.P nin dikkate alınacak benimki manevi bağlılık.
K1 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Ben AKP oy verdim her şeyden önce güçlü bir ülke imajı çiziyor R.T.ERDOĞAN. Yurtdışında artık ülkemizin sözü geçiyor ve hakkını savuna biliyor. Lider de önemli tabi, gerektiği zaman ABD bile kafa tutan bir lider Erdoğan. Kısa süreliğine geldim Türkiye ye bakıyorum burada hayat güzel insanlar için. Bazen televizyonlarda izliyoruz para yok, iş yok, hayat zor deniliyor. Anlamıyorum ben bakıyorum herkesin elinde en pahalı telefon, altlarında araba, geziyorlar sürekli dışarıda insanlar yemek yiyorlar inanın biz Avrupa'da bu hayatı yaşamıyoruz. Lafa gelince siz Avrupalısınız diyorlar ben yılda iki hafta tatil izni olan haftanın 6 günü çalışan biriyim ve hiç sosyal hayatım yok. Bak ben seni iki kez gördüm tanımıyorum ama senin giydiğin şu kıyafetleri ben giyemiyorum orada (gülüyor) yani bence Türkiye'dekiler ellerindekilerin kıymetini bilmiyor.

Tablo 15 (devam)

K2 Lise Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Ak partiye oy verdim tabi ki bana bu hakkı tanıyanda Ak parti çünkü oy bile kullanamıyorduk biz sadece konsolosluklarda o kadar. Benim evim konsolosluğa 200 km uzaklıkta nasıl gidelim gelelim, bir sürü kanun çıkarttı daha rahat oy verelim diye. Bizim oyumuz sizin için önemli olmaya bilir ama bu ülkenin bir parçası olduğumuzu bizde verdiğimiz oylarımızla hissediyoruz. Onun dışında geliyorum Türkiye'ye her şey çok güzel ben yirmi yıl oldu gideli eğer yirmi yıl önce Ak parti olsaydı gitmek zorunda kalmazdım belki de, maddi sıkıntılar yüzünden gitmiştim. İki üç yıla bir geliyorum ama takip ediyorum basından, ben lider olarak seviyorum R.T. Erdoğan'ı.
K3 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Ben C.H.P ye oy verdim. Görüşüm bu yönde ama Türkiye'de kesinlikle basın yanlı ve insanların farklı etkiliyor. Örneğin televizyondan izlediğimiz Türkiye, refah seviyesi yüksek, insanlar kazançları ile rahat bir hayat sürüyor imajıydı yaratılan. Ben 2 haftadır buradayım çevremdeki tanıdıklarına bakıyorum, aylık kazançları ile bu ülkede yaşamak çok zor, evet benim yaşadığım ülkede pahalı ama o ülkede yaşayan herkes aldığı maaş ile standart bir hayat sürebilir, Türkiye'de bunu neye göre belirliyorlar merak ediyorum. Basının bu denli taraflı olması çok yanlış.'
K7 Üniversite Kamu Çalışanı Fransa	İdeolojiyi yok sayamayız ama kesinlikle lider. AKP nin Avrupa'dan bu kadar oy almasının sebebi R.T. Erdoğan. Türk iyeden nasıl değerlendirilir bilemem ama Avrupa'daki Türklere güçlü bir ülkenin vatandaşı olduğunu hissettiriyor. Tüzük'e gelince Türkiye'de kaç kişi tüzük okuyup oy veriyor Allah aşkına. Oy verdiğim parti CHP desteklememin özel bir sebebi yok ama AKP'yi gerçekçi bulmuyorum. Gurbetteki insanlar manevi duyguları yüksek insanlardır ve bunu AKP çok iyi kullanıyor. Ayrıca faydası olur mu bilmiyorum ama CHP nin biraz daha Avrupa'daki vatandaşlarına yönelik eylem geliştirmesi gerekiyor, sadece Türkiye'deki vatandaşlarına sahip çıkan ve abartmayım ama birazda yukarıdan bakan bir havası var bu yüzden Avrupa'daki insana yakın gelmiyor bence.
K11 Üniversite Kamu Çalışanı Norveç	Öncelikle lider kesinlikle daha sonra siyasi çalışmalarını ve ülke yönetimini desteklemem.
K14 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Sebeğimden yukarıda bahsettim. Lider, ideoloji ve siyasi duruş diyebilirim.
K4 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Daha öncede dediğim gibi ben H.D.P ye verdim oyumu. Kürt halkının hakları var bunun siyasi mecralarda konuşulması gerekiyordu H.D.P yi bu yüzden destekledim en azından Kürtlere biz sizin meclisteki sesiniziz profili çizdiği için. Ama artık bu parti ile ilgili görüşlerim de değişiyor, yani bence Kürtlerin hakkı umurlarında değil kendi siyasi çıkarlarının peşlerindeler sanki dışarıdan görüşüm bu yönde.

3.7.5. Siyasi Partilerin Liderlerinin Medyadaki Konuşmalarından Etkilenme Durumu

Kadın ve erkek katılımcılara “Siyasi partilerin liderleri ve medyada yer alan konuşmaları görüşünüzü etkileme düzeyi nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya alınan cevaplar aşağıda Tablo 16’da gösterilmiştir.

Tablo 16 Siyasi Partilerin Liderlerinin Medyadaki Konuşmalarından Etkilenme Durumu

“Siyasi partilerin liderleri ve medyada yer alan konuşmaları görüşünüzü etkileme düzeyi nedir?”	
Katılımcı	Alınan Cevaplar
E10 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Hollanda	Muhakkak etkiliyor ama ben partinin ideolojisine değer verdiğim için oy veriyorum. Belirtmek isterim ki Kemal Kılıçdaroğlu’nu bu konuda başarılı bulmuyorum. Yani sadece liderin konuşmasını baz alsaydım herhalde C.H.P oy vermezdim.
E15 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Etkiliyor tabi ben A.K.P ye R.T. Erdoğan için oy veriyorum. Güçlü bir lider. Ülkeyi yöneten kişinin yani liderin önemli olduğunu düşünüyorum. Avrupa’da eskiden bu kadar sözü geçmezdi Türkiye’nin ama şimdi diğer ülkeler kadar bizimde sözümüz geçiyor artık, tabi önemli olan birde bunu anlatabilmek. Erdoğan hatip sonuçta hitabı kuvvetli önemli bir şey bu. Ha ama dersiniz ki C.H.P nin lideri de böyle olsa oy verir misin vermem. C.H.P nin bu ülkeye faydası olacağını düşünmüyorum. Bir kere adam siyaset üretmiyor. Ya bir hükümet hep mi yanlış yapar. Varsa yoksa kötüleme öyle siyasette olmaz, siyasetçide olmaz.
E14 Yük. Lis. + Öğretmen- Akademisyen Danimarka	Evet etkiliyor, kendinize yakın görmediğiniz bir liderin partisine oy vermezsiniz herhalde. Benim için de öyle. Kendini iyi ifade eden ve siyasi kararlarını Avrupa’da ki vatandaşlarını da içerisine alarak yorumlayan bir siyasetçi Ak Partiye oy vermemin sebebi lideri.
E16 Lise İşletmeci İsveç	Etkiliyor ben R.T. Erdoğan’ı başarılı buluyorum adam ne yapmak istediğini veya ne yaptığını herkesin anlayacağı dilde anlatıyor ve güçlü bir duruşu var. A.B.D ye bile kafa tutabiliyor artık ülke. Önceden A.B.D nin başkanlarının önünde ceket iliklerdi Devlet Başkanları şimdi bak nerden nereye geldi ülke.
E21 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Daha öncede dediğim gibi lider konuşmaları ve propagandaya oy vermiyorum ben ama R.T. Erdoğan’ın konuşmaları beni etkiliyor. Oy vermedim ama bu konuda bence başarılı. Ülkücü inancım olmasaydı ona oy verirdim muhtemelen.
E20 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Etkiliyor tabi etkilemez mi. Sizde izliyorsunuz adam çıkıyor çatır çatır konuşuyor hangi lider öyle hitap edebilir. Kılıçdaroğlu’mu, Bahçeli’ mi, Akşener’ mi. Anca kötülerinler başka yaptıkları siyaset yok. İcraat yok hep kötü hükümet, Hep kötü bırakın Allah aşkına bunlar mı yönetecek memleketi.’
E6 Üniversite Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Belçika	Benim için etkili olmuyor açıkçası eğer öyle olsaydı sanırım C.H.P yi tercih etmezdim. Ben biraz daha okuyup, araştırın ve tutumumu ona göre belirleyen bir insanım ama siyasette lider ve liderin hitabı, yaptığı propagandanın önemli olduğunu düşünüyorum.

Tablo 16 (devam)

E3 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Sonuçta taraftarı olduğumuz liderleri dinliyoruz yani artısı olur ama eksisi olmaz diye düşünüyorum. Zaten Türk siyasetçilerin vaatlerinin bize etkisi olmaz sonuçta ekonomik ve sosyal hayatımı Türk siyasetçisi düzenlemiyor vaatler sizi ilgilendirir yani.
K1 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Evet etkiliyor bir partiye gönül vermek için liderini de kabul etmeniz gerekiyor sonuçta, benim için R.T. Erdoğan A.K.P yi tercih etmemde büyük rol oynadı. Liderliğini seviyorum ama Türkiye’de iken birkaç konuşmasına şahit oldum doğru gelmedi açıkçası. Bir devlet başkanı olarak karşıt görüşe sahip olan insanları bu kadar sert bir dille eleştirmesi doğru olmasa gerek, sonuçta bir ülkede farklı görüşlere sahip olan insanların konuşma hakkı olmalı.
K2 Lise Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Başka parti liderlerinin konuşmaları etkilemiyor. Yakın bulmuyorum kendime. Onlarda zaten bizi yani gurbetçi vatandaşları da kapsayarak konuşmuyorlar. Şimdiye kadar Türk siyasetçilerden hiçbiri bizim için bir şey yapmadı. Bize R.T. Erdoğan’dan başka kimse bugüne kadar sahip çıkmadı en azından ben hatırlamıyorum. Benim siyasete ilgim A.K.P ile başladı gerçeği söylemek gerekirse bakın ben yaşadığım ülkede bile oy kullanmıyorum gerek görmüyorum. Ama Türkiye için kullanıyorum. Ülkemizle bağlarımızı arttırdı Erdoğan.
K3 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Tabi ki önemli etkiliyor ama tek etken bu olmamalı herhalde, mesela benim için lider önemli ben C.H.P ye oy verdim ama Kemal Kılıçdaroğlu’nun iyi bir lider ve konuşmacı imajı çizdiğini düşünmüyorum ne yazık ki. C.H.P ile ilgili siyasi haberleri takip ediyorum parti olarak politikalarını bir bütün olarak düşünüyorum. C.H.P de bir eksik var ise o da lider eksigi. Ama kesinlikle lider R.T. Erdoğan olamaz bence. Her şeyden önce bir devlet liderine yakışmayacak üslubu var. Bir devletin başındaki insan bu kadar despot konuşmamalı diye düşünüyorum.
K7 Üniversite Kamu Çalışanı Fransa	Etkiliyor tabi ki sadece kendi görüşüm olan parti liderini değil bütün liderleri dinliyorum. Bu yüzden gerçekçi gelmiyor zaten A.K.P özellikle de Türkiye’ye gelince propagandanın gerçeklik düzeyinin farkına varıyorsunuz. Basının taraflı olması bunun için Avrupa’daki insanı bu kadar etkiliyor. Her yıl gelemeyen insanlar var gelse bile benim gibi kısa süreliğine geliyorlar, ben birkaç duruma şahit olduğum için birde biraz takip edip araştırdığım için bazı şeyleri fark ettim.’
K11 Üniversite Kamu Çalışanı Norveç	Medyada yer alan liderlerin siyasi konuşmalarının benim üzerimde etkisi çok fazla, ses tonu, duruş, ve hitap liderlik vasfını yansıtmak zorundadır bence. Sanırım R.T. Erdoğan’ın hatip olması insanları özellikle etkiliyor diye düşünüyorum.
K14 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Evet tabi ki etkiliyor sonuçta inandığım bir görüşün siyasi çalışmalarını veya gelişmeleri, en doğru haliyle o partinin genel başkanından dinlemek inandırıcı geliyor ve tabi o liderin bunu nasıl ifade edeceği de önemli. Ben H.D.P oy verdim ve en büyük etkeni Selahattin Demirtaş’tır.
K4 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Yine etkilemez diyeceğim çünkü benim oy verme davranışımın amacı etnik bir azınlığın haklarının savunulması yani Selahattin Demirtaş olmasaydı da oy verirdim. Ama Selahattin Demirtaş’ı bir lider olarak beğeniyorum ve ayrıca destekliyorum.

3.7.6. Yaşanılan Yerdeki Oy Verme Davranışı

Kadın ve erkek katılımcılara “Yaşadığınız ülkede oy verme davranışınız ne yöndedir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya alınan cevaplar aşağıda Tablo 17’de gösterilmiştir.

Tablo 17 Yaşanılan Yerdeki Oy Verme Davranışı

“Yaşadığınız ülkede oy verme davranışınız ne yöndedir?”	
Katılımcı	Alınan Cevaplar
E10 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Hollanda	Ben hem yaşadığım ülkede hem de Türkiye’de sol görüşe oy verdim çünkü yaşadığım ülkede savunduğum demokrasi görüşü, devletten talep ettiğim hak ve özgürlükleri Türkiye’de yaşayan insanlar içinde temenni ediyorum.
E15 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Ben yaşadığım ülkede sol partiye oy verdim. Çünkü azınlıkların haklarına saygı duyuyorlar ve haklarımızı savunuyorlar. Burada sağ partililer neredeyse göçmen düşmanı ve demokrasi gereği bile hakkımıza saygı duymuyorlar bu yüzden.
E14 Yük. Lis. + Öğretmen- Akademisyen Danimarka	Ben yaşadığım ülkede sola oy verdim Türkiye’de ise A.K.P ye çünkü yaşadığım ülkede verilen sözler siyasetçiler tarafından tutuluyor, haklarımız korunuyor. Türk siyasetçilerine inanmıyorum siyasi tarihe ilgisi olan bir insanım az çok geçmişte neler oldu bu ülkede okumuşluğum var ama Ak partiyi ayrı bir yerde tutuyorum ülkenin değişimi ortada sonuçta ciddi bir ilerleme var kendi görüşüm.
E16 Lise İşletmeci İsveç	Sola oy veriyorum ben göçmen haklarına sahip çıktığı için, Demokratik olduğu için. Neden Türkiye’de öyle olduğunu düşünmediğimi soracak olursan. Türkiye’deki sol partiler Avrupa’daki gibi değil. Türkiye’de milletin başörtüsüne karışır, dinine, inancına karışır, Avrupa’da her milletin inancına saygı gösterirler. Bu memlekette başı kapalı üniversite okuyamadı insanlar zamanında ama Avrupa’da adam mesai saatleri içerisinde bile dini ibadetini yerine getirmen için izin veriyor sana. Yani Avrupa’daki sol partiler bizim gibi göçmenlerin hakkını savunuyor o yüzden oy veriyorum.
E21 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Ben Türkiye’de M.H.P ye oy verdim ama yaşadığım ülkede bir sol partisine oy veriyorum. Biraz çelişkili gelebilir size ama gerçekten haklarımıza sahip çıkıyorlar ve verdikleri vaatler beni tatmin ediyor.
E20 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Ben sol partiye oy veriyorum. Avrupa’daki partilerin bir farkı var kızım bak öncelikle orada bir siyasetçi çıkıp bana oyunuzu verirseniz sizin için şunu bunu yaparım diyorsa doğrudur yalan olmaz onlarda, biz acaba yapar mı yapmaz mı diye şüphe etmeyiz. Şimdi bu Türkiye için öyle değil bir kere K. Kılıçdaroğlu bana hiç inandırıcı gelmiyor nasıl vereyim oyumu ona veya diğerlerine.
E6 Üniversite Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Belçika	Sol görüşe oy veriyorum tıpkı Türkiye’de olduğu gibi ama itiraf etmeliyim ki Avrupa’daki sol parti ile Türkiye’deki sol parti arasında fark var. Daha çok çalışıp, fikir ve eylem üretmesi gerekiyor C.H.P. nin. Eğer bir parti kazanamıyorsa birazda kendisini ve teşkilatını eleştirmeli. Ayrıca bir başkan bir kaç seçim kazanamamış ise demek ki toplum tabanında yer edinememiş demektir. Başkanın bunu değerlendirip kabul etmesi gerekir. Kemal Kılıçdaroğlu’nun bu tutumu C.H.P. yi de aşağıya çekiyor. Bence kan değiştirmesi gerekiyor artık.

Tablo 17 (devam)

E3 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Sol partiye veriyordum oyumu ama Almanya'da işler iyice karıştı artık hem sağ, hem sol partiler ırkçılığı iyice yükseldi. Açık açık bize karşı sizi istemiyoruz söylemleri var. Durum çok iyiye gidecekmiş gibi de görünmüyor.
K1 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Ben Almanya'da oy kullanmadım. Yaşadığım ülkenin siyasetiyle pek ilgili değilim açıkçası.
K2 Lise Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Bir iki kere oy verdim hatırlamıyorum baya zaman oldu oy kullanmıyorum. Türkiye'de A.K.P.
K3 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Sol partiye oy veriyorum. Yaşadığım ülkede sahip olmak istediğim haklar var, maddi ve sosyal çıkarlarım, taleplerim söz konusu. Bu hakları vaat eden sol partiler oluyor genellikle yani yaşadığımız ülkede çıkarlarımız söz konusu. Sanırım Avrupa'da yaşayan herkes benim gibi düşündüğü için sola oy veriyorlardır.
K7 Üniversite Kamu Çalışanı Fransa	Sol partiye oy veriyorum demokrasi, eşitlik ve sahip olunan hakların kutsallığına inandığım için. Türkiye'de de aynı gerekçelerle Sol partiye oy verdim.'
K11 Üniversite Kamu Çalışanı Norveç	Bir defa oy verdim oda sol partiydi bana mantıklı gelmişti konuşmaları.
K14 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Yaşadığımız ülkede siyaset sağ ve sol olarak ayrılrsa da her iki taraf da aynı hakikat doğrultusunda hareket eder, ama yine de Avrupa'nın solu, yurt dışında yaşayan göçmenlerin haklarını savunduğu için daha fazla tercih ediliyor göçmenler tarafından benim tercihimde bu yönde. Türkiye'deki sağ ve sol partiler daha çok ideoloji üzerinden hareket ediyor, bu sebeple Türkiye'de oy verdiğim parti H.D.P.
K4 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Yine sol partiye oy veriyorum aynı düşüncelerimden dolayı, azınlık haklarına sahip çıkılması nedeni ile.

3.7.7. Ülkedeki Sosyal ve Ekonomik Durumun Oy Verme Davranışına Etkisi

Kadın ve erkek katılımcılara “Ülkenin içerisinde bulunduğu maddi ve sosyal durumun değişkenlikleri oy verme davranışınıza yansıyor mu?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya alınan cevaplar aşağıda Tablo 18’de gösterilmiştir.

Tablo 18 Ülkenin İçerisinde Bulunduğu Sosyal ve Ekonomik Durumun Oy Verme Davranışını Etkileme Durumu

“Ülkenin içerisinde bulunduğu maddi ve sosyal durumun değişkenlikleri oy verme davranışınıza yansıyor mu?”	
Katılımcı	Alınan Cevaplar
E10 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Hollanda	Yansımıyor, herhalde kimsenin verdiği oy yansımaz. Maddi olarak bir bağımızın olmadığı ülkenin ekonomik değişkenleri bizi bağlamıyor sonuçta. Bu sizin dikkate alacağınız bir durum. Tıpkı bizim yaşadığımız ülkede çıkarlarımızı göz önünde bulundurarak oy vermemiz gibi.
E15 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Etkilemez herhalde sonuçta benim zararına veya çıkarıma sebep olmuyor. Zaten Türkiye’nin şartları da çok iyi inan biz orada bu şartlarda yaşamıyoruz. Bak ben emekli olacağım hastalıktan Türkiye’ye gelmeyi düşünüyorum çünkü alacağım emekli maaşı orada yaşamama imkan vermiyor. Türkiye için iyi bir maaş olabilir ama Avrupa için değil. Benim gördüğüm kadarı ile hep fazlasını istiyor burada insanlar hiç elimizdekilerin kıymetini bilelim diyen yok, her şeyden şikayetçi insanlar, dışarıdan gördüğüm böyle.
E14 Yük. Lis. + Öğretmen- Akademisyen Danimarka	Yansımıyor demek daha doğru olur çünkü bu değişkenleri o ülkede yaşarsanız takip edebilirsiniz. Örneğin Türkiye’den bakılınca Avrupa iyi şartlarda, herkes iyi bir standart da yaşıyor gibi görünebilir ama gerçekte öyle değil. Aldığımız maaş yüksek olabilir Türkiye’ye göre, yalnız burası için yeterli değil. Ben Danimarka da yaşıyorum pahalı bir ülke burası. Siz aldığınız maaşla Türkiye’de yaşadığımız sıkıntıların aynısını bizde Avrupa’da yaşıyoruz. Kısaca dışarıdan ekonomik parametreleri değerlendirmek hem gerçekçi olmaz hem doğru olmaz.
E16 Lise İşletmeci İsveç	Yansımaz 5,6 yıla geldiğim bir ülkede maddi sosyal durumları takip edemem ki etsem bile ne kadar etkiler. Euro yükseldi bak sizin için kötü ama benim param 3,5 katladı önceden 500 Euro ile tatil yapamazdım şimdi geldim yapıyorum. Buradan hesap et artık.
E21 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Yansımıyor. Çünkü yaşadığımız ülkede hayatımızı sürdürüyoruz ve tabi bazı taleplerimiz olacak yani oy vermek iki farklı anlama geliyor bizim için. Yurtdışında çıkarlarımız ve beklentilerimiz söz konusu bunu göz önünde bulundurarak oy veriyoruz ama Türkiye’de öyle değil bir siyasi partinin sosyal, kültürel, ekonomik değişkenleri bizi etkilemiyor dolayısı ile fikir olarak veya gönülden bağlı olduğumuz partileri tercih ediyoruz benim M.H.P tercih etmem gibi.
E20 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Değiştirmez. Zaten verecekleri sözlerde bizi bağlamıyor ne yapacaklar bana maaş mı bağlayacaklar ben zaten ekmeğimi aşımı kazanmışım dileğim memleketimizin varlığı.
E6 Üniversite Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Belçika	Etkiliyor tabi sonuçta ticari bağlarımız var benimde bu ülkede. Benim dışımda ticari bağları olmayan insanları etkileyeceğini sanmıyorum açıkçası bu değişkenlerin.

Tablo 18 (devam)

E3 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Beni etkilemiyor açıkçası gönülden bir bağlılığım var oy verdiğim partime, ancak çevremde MHP görüşlü olan tanıdığım kişiler son zamanlarda partinin siyasi sapması ve takındığı tutum yani AKP ile ortaklığı, oyların genel olarak İYİ partiye kaymasına sebebiyet verdine şahit oldum. Ancak o kişilerde Devlet Bahçeli' ye kişisel kızgınlıklarından dolayı oy vermediler. Yani eğer konu ekonomik veya siyasi kararlar olsaydı yine görüşlerini değiştireceklerini sanmıyorum. Sizin sorunuz olan maddi ve sosyal değişkenler etkili değil bence.
K1 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	3, 5 yıla bir geldiğim ülkenin iç siyasetindeki değişiklikler benim oyumu etkilemez ama dış siyasetle ilgili olumsuz bir gelişme olursa etkiler muhakkak. Zaten A.K.P ye oy vermem de Avrupa'da yaşayan vatandaşlarına yönelik geliştirdiği politikayı destekliyor olmamdan kaynaklanıyor.
K2 Lise Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Etkilemez herhalde bunu takip edemem zaten çok sık gelmiyorum. Ben sadece A.K.P nin yurtdışındaki vatandaşlar ile ilgili politikalarını ve ülkenin genel durumunu göz önünde bulunduruyorum o kadar. Sonuçta iş veya başka sosyal bir bağımız yok bu ülkeyle.
K3 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Hayır etkilemiyor bir hukukçu olarak bu cevabı vermem size yanlış gelebilir ama verdiğimiz oylar bize sadece Türkiye'nin bir parçası olduğumuzu hissettiriyor. Yani sizin verdiğiniz oya yüklediğiniz yönetilme, siyasi haklar veya devletten talebiniz ne ise o anlamı biz yüklemiyoruz bizim için oy sadece manevi yani bizde Türk'üz ve fikrimizi soruyorlar gibi düşünüyoruz tabi bu durum sadece Türkiye için geçerli daha önce de bahsettiğim gibi Türkiye'de bir çıkar beklentisi söz konusu değil ama Avrupa'da beklentilerimiz var oy davranışımızda bu yönde oluyor. Türkiye'de duygusal yaklaşıyoruz bu yüzden dışarıdan doğru analiz edemiyor olabiliriz.
K7 Üniversite Kamu Çalışanı Fransa	Bizim oylarımızın bu konuda çok etkili olduğunu sanmıyorum. Genellikle dış siyaset politikaları ile ilgileniyoruz. Yani sonuçta yaşamadığımız ülkenin ekonomik, sosyolojik değişkenlerini takip edemeyiz
K11 Üniversite Kamu Çalışanı Norveç	Yukarıda da bahsetmiştim. İş imkanı veya maddi imkanlar bizi bağlamıyor o yüzden değiştirmez zaten bu sorunlar bütün ülkelerde var en gelişmiş olan Norveç'te bile ben orada yaşıyorum bizim içinde hayat çok mükemmel değil. Sizin yaşadığınız problemleri türlü şekilde bizde yaşıyoruz.
K14 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Hayır beni sadece politikası ilgilendiriyor. Yaşadığım ülkede bu durumlar etkili oy davranışımızda ama Türkiye için geçerli değil. Avrupa'da yaşayan kimse için geçerli olmaz zaten. Maddi bir bağı yok ise Türkiye ile.
K4 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Ciddi anlamda bir insan hakları ihlali ve görmezden gelinemeyecek kadar önemli olabilecek insani durumlar tabi hem düşüncemi hem oyumu etkileyecektir. Ama bütün ülke yönetimi, ekonomisi, sosyal durumunu anı anına takip etmem mümkün değil. Tabi ki izliyorum takip etmeye çalışıyorum ama benim de Avrupa'da devam eden hayatım var yani Türkiye'de yaşayan biri gibi olayları değerlendiremem.

3.7.8. Türkiye’deki Seçim Kampanyaları ve Çalışmaları Hakkındaki Görüşler

Kadın ve erkek katılımcılara “Türkiye’de yürütülen seçim kampanyaları ve çalışmaları hakkındaki görüşleriniz nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya alınan cevaplar aşağıda Tablo 19’da gösterilmiştir.

Tablo 19 Türkiye’deki Seçim Kampanyaları ve Çalışmaları Hakkındaki Görüşler

“Türkiye’de yürütülen seçim kampanyaları ve çalışmaları hakkındaki görüşleriniz nedir?”	
Katılımcı	Alınan Cevaplar
E10 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Hollanda	Doğru bulmuyorum kesinlikle insanlar zaten az veya çok siyaseti takip ediyorlar ve siz bu ülkede yaşıyorsunuz seçimlere 2 ay kala böyle bir hengameye ne gerek var bilmiyorum. Boşuna kaynak ve israf. Bence bu duruma sizde toplum olarak karşı çıkmalısınız.
E15 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Gereksiz bence o kadar masraf, para heba oluyor. Avrupa da böyle bir şey göremezsiniz mesela bir iki küçük el broşürü dağıtılır çok değil ama birde televizyondan konuşma yaparlar o kadar.
E14 Yük. Lis. + Öğretmen-Akademisyen Danimarka	Doğru bulmuyorum. Ona harcanacak kaynak başka şekilde değerlendirilebilir. Mesela eğitime aktarılabilir.
E16 Lise İşletmeci İsveç	Boşa harcanan para onun yerine hayvan barınaklarına veya kimsesiz çocuklara verilebilir.
E21 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Gereksiz geliyor ama sanırım bu siyasi bir gelenek, seçim kampanyaları ile insanlar o havaya sokuluyor bir şey diyemeyeceğim. Benim yaşadığım ülkemde böyle şeyler olmuyor alışkın değiliz yani biz.
E20 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Valla gerek yok ama o da işin şanındandır 5 yıla bir şenlik oluyor varsın olsun ne olacak ki kızım
E6 Üniversite Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Belçika	Dünyanın hiçbir yerinde böyle bir olay yok valla sadece Türkiye’ye özgü saçma bir olay ne diyeyim.
E3 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Hiç denk gelmedim. Yorum yapmam doğru olmaz sizi yanlış yönlendirmek istemem.
K1 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Hiç görmedim. Sadece seçim dönemi televizyonlarda görüyorum kısa kısa o kadar. Baya canlı bir hava yaşıyorsunuz sanırım o dönem. Öyle gözüküyor.

Tablo 19 (devam)

K2 Lise Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Bu yıl şahit oldum eğlenceli gözüküyor baya. İsveç'te hiç böyle şeyler olmaz
K3 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Boşa harcanan bir para başka şekilde değerlendirilebilir mesela çocuklar için farklı alanlarda kullanılacak bir fon oluşturulabilir. Bir farkındalık yarata bilirsiniz bence bu konuda çalışma yapıp.
K7 Üniversite Kamu Çalışanı Fransa	Gereksiz masraf olarak görüyorum ama gelenek sanırım bir şey diyemeyeceğim.'
K11 Üniversite Kamu Çalışanı Norveç	Evet bu yıl gördüm. Biraz gereksiz geldi hepsine para harcanyor saçma başka türlü kullanılabilir bu kaynak bilemiyorum belki de kural budur burada.
K14 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Broşür, bayrak vs. gibi şeyler gereksiz geliyor. İnsanları etkileyen siyasi konuşmalar zaten onlara gereksiz para harcanyor. Siyasi propaganda ise adaletli olduğunu sanmıyorum en azından adaletli olmadığını bu seçimlerde gördük. Her kesim siyasi görüşünü savunamadı örneğin H.D.P.
K4 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Bu yıl böyle bir ortamın içerisinde bulundum açıkçası bana çok gerekli gibi gelmedi ama bu işler sanırım böyle yürüyor.

3.7.9. Kullanılan Kitle İletişim Araçları

Kadın ve erkek katılımcılara “Genelde kullandığınız kitle iletişim araçları hangileridir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya alınan cevaplar aşağıda Tablo 20’de gösterilmiştir.

Tablo 20 Kullanılan Kitle İletişim Araçları

“Genelde kullandığınız kitle iletişim araçları hangileridir?”	
Katılımcı	Alınan Cevaplar
E10 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Hollanda	Televizyon, sosyal medyadan takip ediyorum. Her kanalı izlemeye çalışıyorum ama daha çok haber kanalları, Halk TV, Fox haber diyebilirim. Tarafsız olduklarını düşünüyorum. Diğer kanallar çok yanlı haber yapıyorlar bence. Hatta bir haber kanalında İsveç bizi (Türkiye’yi) örnek alıyor dediğine şahit oldum. Ben İsveç’te yaşıyorum kısacası kesinlikle doğru değil. (Gülüyor).
E15 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Televizyondan takip ediyorum çoğunlukla, her kanalı izliyorum hepsi aynı sonuçta, aynı haberleri veriyorlar. İlla kanal söylemem gerekiyorsa Habertürk, A haber, Star TV falan.
E14 Yük. Lis. + Öğretmen-Akademisyen Danimarka	Siyasi kitaplar okumayı seviyorum ama gündemi televizyon ve sosyal medyadan takip ediyorum. Kanal ise pek ayırt etmemekle birlikte. Daha çok Show TV, Kanal A, ve siyaset programlarını izlemeyi tercih ediyorum.
E16 Lise İşletmeci İsveç	Televizyon, sosyal medya daha çok kullanıyorum. Özellikle takip ettiğim bir kanal yok hepsine bakmaya çalışıyorum. Show TV, Kanal a, TRT, vs.
E21 Lise Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Hepsini izliyorum isim veremem şimdi aklıma gelmedi ama özellikle izlediğim bir kanal yok.
E20 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	İşte ne denk gelirse izliyorum televizyonda TRT, A haber hepsini izliyorum. Bir Fox TV yi izlemiyorum o adamı sevmiyorum sunucusunu. Bunlar memleket düşmanı kızım, memleket hep kötü sanki insanlar açlığından ölüyor. Yaranamazsın bunlara, kıymet bilmez bunlar.
E6 Üniversite Mavi Yakalı Özel Sek. Çalışanı Belçika	Televizyon, sosyal medya ve internet üzerinden gazete haberlerini de takip ediyorum. Belli bir kanal söyleyemem ama yanlı yayın çok fazla. Ben Türkiye ye geldiğim için bunun ayrımını yapabiliyorum ama yurtdışında yaşayan herkes için bu böyle değil.
E3 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Özellikle şu kanal diyemem televizyondan takip ediyorum işte haber kanallarını. Sosyal medyada haber siteleri ve siyasi haber sitelerini takip ediyorum bu kadar.
K1 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Televizyon, sosyal medya. Kanal olarak hatırlamıyorum şu anda ama biri TRT.

Tablo 20 (devam)

K2 Lise Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Televizyon ve sosyal medya. Kanal tercihim pek yok aklıma gelmiyor şuan Türk kanallarını izliyorum. Zaten hepsi aynı gibi farklı haber göstermiyorlar örneğin; Show haberde aynı, T.R.T de aynı Kanal A.T.V de aynı. Değil mi yoksa?
K3 Üniversite Uzm. Serbest Mesl. Almanya	Televizyon, yazılı yayın, sosyal medya hukukçu olmanın verdiği bir araştırma özelliğim var yani yazılı, sözlü her türlü basını takip ediyorum. Belli bir kanal yok takip ettiğim.
K7 Üniversite Kamu Çalışanı Fransa	Televizyon, yazılı sözlü basını da takip ediyorum, sosyal medyanın da etkisi var tabi.
K11 Üniversite Kamu Çalışanı Norveç	Sosyal medyadan haber sayfalarını falan takip ediyorum. Birde televizyon dan takip ediyorum. Özellikle bir kanal yok. Mesela ATV, TRT, Star TV gibi.
K14 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı Almanya	Yazılı, sözlü basın ve her türlü haber portalı, zaten aktif olarak siyasetin içerisindeyim dediğim gibi.
K4 Üniversite Beyaz Yakalı Özel Sek. Çalışanı İsveç	Belli bir tercihim yok açıkçası, televizyonu açıyorum hangi kanal denk gelirse izliyorum. Birde sosyal medyadan bazı haber portallarını takip ediyorum o kadar.

3.8. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında cevabı aranan sorulara göre değerlendirme yapıldığında tespit edilen olgular ve durum hakkında aşağıda açıklamalar yapılmıştır.

- Katılımcıların genel olarak yaşadıkları yerdeki ve Türkiye'deki siyaseti takip ettikleri tespit edilmiştir. Siyasal gelişmeler, iktidar-muhalefet ilişkileri ile Türkiye'nin Avrupa'daki görünümüne önem vermektedirler. Siyasete katılım bağlamında bakıldığında, katılımcıların farklı beyanlarda bulunduğu görülmektedir. Bazılarının aktif olarak siyasi süreçlerde oy verme dışında katılımı söz konusu iken bazılarının katılımı sadece oy vermek şeklindedir.

- Özellikle ideolojik bakış açısına sahip olduğunu ileri sürenler parti tüzüğü, lider söylemi vb. gibi faktörlerden etkilenmediğini ifade ederken bazı katılımcıların da siyasi tercihlerinde değişiklikler olduğu tespit edilmiştir.

- Kürt kökenlilerin neredeyse tümü HDP'yi tercih etme kararlılığı göstermekte iken aynı zamanda CHP'ye de mesafeli durmamaktadırlar. Kendilerini muhafazakâr olarak niteleyen katılımcıların tercih eğilimlerinin AKP ve MHP olduğu anlaşılmıştır. AKP'yi destekleyen katılımcıların görüşlerinin arka planında daha çok geçmişe bir kıyaslama olduğu, gençlerin ise AKP tercihlerinden ailelerinden etkilendikleri anlaşılmaktadır.

- Katılımcılarımızın büyük bir kısmı Türkiye'de sağ kesime oy verirken yaşadığı ülkede neredeyse tamamı sol kesime oy verme eğilimi göstermektedir. Bu oy verme davranışlarını savunmaları ise; yaşadıkları ülkede dini, sosyal ve kültürel haklarına sol parti ideolojisinde olan siyasetçilerin saygı duyduklarını ve bu hakları kendilerine iade edilmesi için çalışma yaptıklarını dile getirmişlerdir.

- 2013 yılından yurt dışı temsilciliklerinde oy verme olanağının gelmesi ile birlikte yurt dışındaki Türklerin genel olarak siyaseti takip etme durumunda artış olduğu katılımcıların beyanlarına tespit edilmiştir. Katılımcıların siyaseti takip etme durumu genellikle sosyal medya, kendilerine yakın buldukları TV kanalları ve referans grupları aracılığı olmaktadır.

- Özellikle aile ve referans gruplarının tercihlerde etkili olduğu tespit edilmekle birlikte bazı katılımcıların ideolojik tutumlarında ısrarcı oldukları anlaşılmıştır. Katılımcıların siyasi tercihlerinin şekillenmesinde aile etkisinin önemini kabul etmekle birlikte, görüşlerini etkileyecek, geliştirecek, dönüştürecek nitelikte bir sosyal yapının içerisinde olmadıklarını da ifade etmişlerdir. Yani bireysel görüşler ilk aşamada aile içerisinde oluşmakta ve zamanla temas edilen farklı ortam, çevre, sosyo-kültürel vb. etkilenme ile değişiklik göstermektedir. Aile içerisinde şekillenen siyasi düşünce kazanımının arka planında ise baba figürünün önemli olduğu anlaşılmıştır.

- Katılımcıların üzerinde durduğu bir diğer husus; aile ortamında kazanılan görüşlerin farklı düşünce ve fikirlerle kıyaslanması, başka bir siyasi düşünceyle tanışma olanağının bulunmaması, gibi nedenlerden dolayı değişiklik göstermeden olduğu gibi korunduğu şeklindedir.

- Katılımcıların her ne kadar siyasete ilgi gösterdikleri ve takip ettikleri tespit edilmiş olsa da, kendi ifadelerine göre sahip oldukları siyasi bilgilerin tartışma

veya savunma yapabilecek kadar yeterli olmadığı görülmüştür. Sahip oldukları siyasi tutumlarını, şartlar ve koşulları göz önünde bulundurarak rasyonel bir seçim yaparak değil, ilk olarak aile daha sonra yakın çevre, referans gruplar ve medyanın etkili olduğu görülmüştür.

- Eğitim seviyesi bakımından görece diğerlerine göre yüksek olanların siyasi görüşlerinin eğitim yaşamlarında şekillendiği bir diğer tespittir. Bununla birlikte katılımcıların kendi ifadelerine göre araştırma, inceleme, analiz etme, öncül ve ardıl ilişkisi kurma, tutarlılık değerlendirmesi gibi zihinsel çabaların oldukça az olduğu ifade edilmiştir. Bunun yerine Türk vatandaşların yoğun olduğu bölgelerde ve Türk cemiyetlerinde siyasi konuların yoğun konuşulup tartışıldığı, fakat çoğu kişinin tek bir kaynaktan yani belli bir iki TV kanalından beslendiğini için konuların hep tek yönlü ve aynı siyasi görüş etrafında döndüğü, dolayısıyla farklı görüşlere sahip insanların zamanla konuşmalardan etkilendiklerini göstermektedir.

- Özellikle ikinci ve üçüncü kuşaktan olanların tercihlerinde kendi seçimini yapma eğilimi baskın iken bu tercihinde sol eğilimli olduğu anlaşılmaktadır. Ancak söz konusu sol eğilimin dinamiği Türklere ve genel olarak göçmenlere yönelik olarak gelişen ırkçı, ayrımcı, ötekileştirici vb. durumlardan beslenmektedir denilebilir.

- Katılımcıların Türkiye'deki siyasi aktörlerin hem parti hem de kişi olarak gerçekleştirdikleri seçim kampanyalarından etkilendikleri tespit edilmiş olmakla birlikte, özellikle liderlerin konuşmalarının baskın bir etkide bulunduğu ifade edilebilir. Katılımcılar özelde düşünce ve fikirleri bakımından farklılık göstermekle ve siyasi tercihlerini parti adı vererek tercihlerini ortaya ifade etmekle birlikte genelde tümünün ortak noktası ülke sevgisidir.

- Yaş itibarıyla diğerlerinden büyü olanlar Türkiye'nin eski durumu ile kıyaslamalar yaparak, kampanyalardaki gelişme ve modernizasyon gibi ifadelere önem verdiklerini göstermişlerdir.

- Katılımcıların propagandalarla karşılaşma mecraları ise siyasi partilere gönül veren kişi ve grupların faaliyetleri ile sosyal medya başta olmak üzere TV kanalları olmaktadır. Propagandanın yurt dışında yaşayan Türkleri etkilediği, sosyal medya ve kitle iletişim yollarıyla bilgi edinenlerin kısa Türkiye seyahatlerinde bu bilgileri kendi gözlem ve tecrübeleriyle harmanladıkları görülmüştür. Ayrıca oy

verme davranışlarını da bu yolla şekillendirdikleri kendi beyanlarından anlaşılmiştir. Bu etkenler doğrultusunda, Türkiye’de kaldıkları sürenin kısalığı, tatil, memleket özlemi ve misafir etkenleri de göz önünde bulundurulursa, gözlem ve deneyimlerinin yine duygusal boyutta kalacağı, bu yoğun manevi duyguların rasyonel ve gerçekçi bir bakış açısı gerçekleştirilmesinin önüne geçeceği izlenimini ortaya çıkartmıştır.

- Katılımcıların oy verme, siyasal tercihte bulunma gibi davranışlarında partilerin tüzük ve diğer dokümantasyonun neredeyse önemsiz kaldığı ve yine neredeyse hiç okunması gibi tespitte bulunmak mümkündür. Tercihlerde etkili olan başlıca amil unsur liderin kendisi veya ideoloji olmaktadır. Ancak bunlar hakkında kaynak TV ve diğer haber kaynakları olmaktadır. Zira yurt dışında Türk siyasi partilerinin temsilcilik açmak, örgütlenmek ve doğrudan propaganda yapması yasal olarak mümkün değildir.

- Katılımcıların yorumlardan çıkan en önemli sonuçlardan biri yurtdışında ki seçmen için propagandanın ne kadar önemli olduğudur. Bu durumda her siyasi partinin, ekonomik ve sosyal bağlarının bulunmadığı bir ülkeye oy verme davranışlarını, sadece gönül verdikleri partinin siyasal propagandaları doğrultusunda şekillendiren, bir kesim için sosyal bilimciler tarafından özenle hazırlanmış, bir propaganda stratejisinin bulunması zorunluluğuna dikkat çekmektedir.

- Lider imajı, Avrupa ülkelerindeki görünümü, söylem şekli vb. etkili görülmektedir. İdeolojik sadakat gösterenler dışında (-ki bunların önemli bir kısmı HDP ve kısmen CHP yanlısı kişilerdir) R. T. Erdoğan’la karşılaştırıldığında muhalefet liderleri ile partilerinin profillerini görece düşük bulmaktadırlar. Katılımcılarla yapılan görüşmelere göre yurt dışındaki seçmenlerin lider odaklı olduğu tespit edilmiştir.

- Muhalif tarafta yer alanların görüşlerinin bir kutuplaşma olduğu yönünde birleştiği tespit edilmiştir. Yani Avrupa’daki gibi kurumsallaşmış bir siyaset alanına benzemeyen “yandaş” veya “muhalif” şeklinde bir katagorizasyon yanlış bulunmaktadır. Ancak bu noktada dikkat çeken husus mülakat yapılan kişilerin Türkiye ile ilgili veya bireysel bir konuşma yaparken, “ben” diye kendilerini ifade etmeleri ama sorular yurtdışındaki Türklere gelince “biz” olarak yorum yapmalarıdır. Yurtdışında doğmuş, büyümüş ve belki birkaç yıla bir memleketine gelen insanların

Türkiye’de kendini evinde hissedip ben olmaları, ama asıl yaşadıkları ülke de Türkler olarak biziz demeleri muhtemelen azınlık psikolojisi ileri gelmektedir denilebilir.

- Ayrıca katılımcıların ifade ettikleri üzere kendilerinin “Almancı”, “Norveçli”, “Danimarkalı”, “İsveçli” vb. sıfatlarla ve “zengin” kişiler olarak betimlendiklerini, etnik bakımından Aleviler, Türkler, Kürtler vb. sınıflandırıldıklarını ancak sınırdan çıkıncıdan hepsinin “ekmeğinin peşinde koşan emekçiler” olduğunun hiç akla getirilmediğini belirtmektedirler. Bu durum pek çok araştırmada da ortaya konulmuş sosyal bir gerçeklik olup yurt dışında yaşayanların hayatlarında siyasetten çok daha fazla öncelik olduğunu ortaya koymaktadır.

- Katılımcıların yaşadıkları ülkelerdeki siyasal katılım ve ilgi durumuna bakıldığında katılımcıların büyük çoğunluğu göçmenlere yönelik ayrımcılıktan şikâyet etmektedirler. Doğrudan kendilerinin hedef alındığı pek çok durum olmakla birlikte dolaylı olarak “kamusal mobbing” algısına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bundan dolayı ırkçı ve göçmen karşıtı siyasal oluşum ve aktörlere yönelik oldukça tepkili olmakla birlikte, liberal ve kısmen de sol eğilimli partilere daha yakın oldukları anlaşılmıştır. Bununla birlikte Avrupa’daki “sol” anlayışı ile Türkiye’deki “sol” anlayışının farklı olduğu ifadeler arasında yer almaktadır.

- Türkiye siyaseti açısından ülkenin ekonomik ve sosyal durumu hakkında belirtilen görüşler oldukça savruktur. Bazı katılımcılar, zaten yurt dışında yaşadığı için bu durumdan etkilenmesinin söz konusu olmadığını ifade etmiş bazıları ise tam tersi görüş belirtmiştir. Buna göre ekonomik bakımdan öne dürülen görüşlerde etkilenmeme durumu ileri sürülmekte iken sosyal anlamda etkilenme durumu olduğu anlaşılmıştır.

- Katılımcıların büyük bir kısmı seçim kampanyaları denildiğinde abartılı, gereksiz, boşuna vb. gibi ifadelerle karşılık vermişlerdir. Avrupa’da Türkiye’dekine benzer bir kampanya süreci yaşanmadığı Türkiye’de bu şekilde olması gerektiği görüşü hâkimdir.

- Katılımcıların Türkiye ve Türk siyaseti ile ilgili bilgileri sosyal medya ve TV kanallarından takip ettikleri anlaşılmış olup bu mecralarda da kişisel yakınlığın etkili olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların özellikle haber kanallarına ilgi

gösterdikleri tespit edilmiştir. Yine katılımcıların birçoğunun ifadesi, Türkiye’de yanlı veya taraflı bir basın olup olmadığını düşünmedikleri doğrultusundadır. İzledikleri ve duyduklarını olduğu gibi kabul ettiklerini, zaten Türkiye’de yaşamadıkları için hangi kanal doğru haber yapıyor hangisinin yanlı haber yaptığının ayırımına varmadıklarını nihayetinde kendi görüşlerine yakın TV kanallarını izledikleri için oradan edindikleri bilgileri sorgulamadıklarını dile getirmişlerdir.

SONUÇ

Seçmen tercihiyle ilgili literatüre bakıldığında, üç teorik yaklaşımın ağır bastığı görülmektedir. Bunlardan ilki; seçmenlerin grup bağları, referans toplulukları ve dini inançları doğrultusunda oy verdiklerini savunan sosyolojik teoridir. İkincisi olan psikolojik veya partiyle özdeşleşme teorisi ki, seçmenlerin küçük yaşlarda herhangi bir partiye karşı olumlu tutum geliştirdiklerini ve bütün hayatları boyunca bu partiden kolaylıkla vazgeçemediklerini ileri sürmektedir. Üçüncüsü ise seçmenlerin ekonomik menfaatleri doğrultusunda rasyonel bir şekilde aday ve partileri değerlendirerek oy vereceklerini iddia eden rasyonel teoridir. Bunlara ek olarak, seçmenlerin gündemdeki önemli konular doğrultusunda oy verdiklerini belirten "konuya oy verme" modeli, literatürde yaygınlıkla ifade edilmektedir. Çok yaygın olmamakla birlikte önemli görünen ve ideoloji doğrultusunda oy verildiğini savunan model bulunmaktadır.

Oy verme ve tercihte bulunma davranışlarının arka planında kuramsal olarak üç ana görüş bulunmakla birlikte pek çok faktörün varlığından söz edilebilmektedir. Bunlar ekonomik, aile, sosyal gruplar, ideoloji, propaganda, dini, kültürel vb. şeklinde sıralanabilir. Araştırma kapsamında görüldüğü üzere yurt dışında yaşayan Türklerin de bu tür faktörlerden etkilendikleri görülmüştür. Bu seçmenlerin tercihlerinde liderler merkeze alınmakla birlikte, lider profili düşük kaldığında ise ideoloji devreye girmektedir.

Seçmen tercihlerinin kökeninin de ailenin önemli bir etkisi ve yönlendiriciliği olmakla birlikte yurt dışındaki seçmenler referans gruplarına da önem vermektedir. Ancak seçmen tercihlerinde etkili olan ve yukarıda sayılan faktörler kadar liderlerin hedef kitle ile kurduğu temas, söylem, yaşam biçimi bakımından müşterekleri ifade etmesi, sunum tarzı, karizması vb. ile bunların hedef kitleye aktarılmasında kullanılan siyasal pazarlama araç ve yöntemlerinin oldukça etkili olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında görüldüğü üzere katı ideolojik bağlılık gösterdiklerini ifade edenler dışında, lider kaynaklı siyasal çıktılara önem verildiği ve seçmen tercihinde etkili olduğu anlaşılmıştır. Diğer bir değişler ideolojilerin baskın karakterinin yerine daha bireysel ve daha tutumsal seçmen davranışına kayma olduğu

anlaşılmiştir. Bu durum geçişkenliğe neden olabilmektedir. Literatürde siyaset biliminde seçmen davranışı konusunda yapılan son dönem çalışmalarda görüldüğü üzere yeni siyaset koşulları eskisine göre, farklılıklar içermekte olup günümüzde siyasi partiler arasındaki somut farklar oldukça azalmıştır. Nitekim 1970 ve 1980’li yıllarında ideolojik akımların kırmızı çizgilerinin deyim yerindeyse “pembeleştiği” ileri sürülebilir.

Propaganda olarak nitelenen etkinlikler günümüz itibariyle geçmişteki formunu değiştirerek ve oldukça geniş alana yayılmak sureti ile siyasal pazarlama kavramına dönüşmüştür. Bu bağlamda siyasal pazarlama, halkın gerek duyduğu programları ve hizmetleri gerçekleştirme ve kurumsal tanınma, destek kazanma amacıyla siyasal organizasyonlar tarafından yürütülen faaliyetlerdir ve amaçları gerçekleştirmek için siyasal aktörler ve organizasyonlar tarafından pazarlama kavramları ve tekniklerinin uygulanmasını içermektedir. Siyaset ve pazarlama kavramlarının her ikisi de, demokratik toplumların günlük faaliyetleri ve yönelimlerinde etkin bir role sahiptir. Siyaset pazarlaması özellikle seçim dönemlerinde siyasi partilerin en sık başvurduğu pazarlama tekniği olarak ortaya çıkmaktadır. Siyasal pazarlamada bir inanç, fikir ve imaj pazarlaması olduğu ve bu pazarlama faaliyetlerinin de siyasal bir tüketim pazarı içinde yapıldığı görülmektedir. Yurt dışındaki seçmenlerin siyasal pazarlama araç ve yöntemlerine duyarlı oldukları görülmekle birlikte seçim kampanyalarının abartıldığını düşünmektedirler. Bundan dolayı kampanya etkinlikleri ile siyasal pazarlama sürecinin daha yalın ancak etkili yöntemler ile gerçekleştirilmesinde fayda olduğu düşünülmektedir.

Yurt dışındaki seçmen davranışının tipik özelliğinin tercih bakımından iki boyutta değerlendirmek mümkündür. Birincisi bu seçmenlerin Türkiye’deki tutumu ikinci yurt dışındaki tutumudur. Katılımcıları Türkiye’deki siyaseti değerlendirirken kendi öz tercihlerini ortaya koydukları görülmekte iken yurt dışında daha farklı bir eğilim gösterebilmektedirler.

Beyan edilen ifadelerle göre katılımcıların büyük bir kısmının kendilerini sağ kesimde yani muhafazakar ve milliyetçi görüşe göre konumlanmışlardır. Ancak Türkiye’de yaşarken muhafazakar görüşe çok yakın olmayanlar, yurtdışına yerleştikten belli bir süre sonra bu çizgiye yaklaştıklarını hatta milliyetçi,

muhafazakar görüşlerin tek bir çizgide yani vatan sevgisinde kesiştiğini, bu manevi duyguları kendilerine en iyi hissettiren partiyi ise daha yakın bulduklarını belirtmişlerdir. Buna göre Türkiye'deki tutum ile yurt dışındaki tutum arasında fark olduğu anlaşılmaktadır. Diğer yandan Türkiye'de pek çok yapı ve türe göre kategorize edilebilen siyasal tercihler ve kişisel kimlikler söz konusu iken yurt dışında tutumlara yön verecek çeşitlilik oldukça azdır. Zira yurt dışında, göçmenlere yönelik gelişen son dönem aşırı sağcı gelişmeler, şiddete eğilimli oluşumlar, ötekileştirici tutumlar ve Avrupalı devletlerin kamusal mobbingi, bahsi geçen kategorileri ve kimlikleri ortadan kaldırmaktadır. Dolayısı ile geriye tek bir sıfatla anılan bir topluluğun parçası haline gelen "göçmen" kalmaktadır. Bu durum yurt dışındaki seçmenleri vatan ve bayrak kavramları etrafında toplamaktadır denilebilir.

Son olarak bu çalışma ve sonraki araştırmacılar için şu önerileri ileri sürmek mümkündür;

Yurt dışında yaşayan Türkler'le ilgili olarak seçmen davranışı bağlamında daha fazla araştırma ve inceleme yapılmasında fayda vardır. Bu çalışmanın hazırlanması esnasında görüldüğü üzere oldukça az çalışma yapılmış bir alan olmakla birlikte eksiklik olduğu ifade edilebilir. Yurt dışında yaşayan Türklerin seçmen davranışlarının ve oy verme tercihlerinin Türkiye'deki seçmenlerden farklı olduğu tespitinden yola çıkarak konunun sosyolojik tarafının da araştırmalara dahil edilmesi önerilmekle birlikte disiplinler arası bir çalışma yapılmasında fayda görülmektedir.

Sonraki araştırmacılar için yapacakları çalışmalarda çift taraflı, yani hem yurt dışında hem yurt içinde karşılaştırmalı ve kapsamlı bir yurt dışı seçim davranışı araştırması yapılması bir diğer öneri olarak ileri sürülebilir. Ancak bu tür çalışmaların oldukça uzun, zahmetli ve maliyetli olduğunun hatırlatılmasında fayda vardır.

Yurt dışındaki Türklerin seçmen davranışlarına bakıldığında göze çarpan durum oy verme oranının Türkiye ve Avrupa ortalaması ile karşılaştırıldığından oldukça düşük kaldığı görülmüştür. Bu nedenle yurt dışında oy vermenin daha fazla teşvik edilmesi gerektiği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abadan-Unat, N. vd. (2014). *Avrupa'da yaşayan Türklerin oy verme davranışları ve 2014 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimi*, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul. 16 Ocak 2019 tarihinde http://www.fes-tuerkei.org/media/pdf/einzelpublikationen/Voting_final_tuerk.pdf adresinden alınmıştır.
- Akyüz, Ü. (2009). Siyaset ve ahlak. *Yasama Dergisi*, 11, 93-129.
- Altıntaş, C. (2010). *Seçmen tipolojisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Ayan, E. (2011). Türk tarih yazımının evriminde Annales kuramının yorumu. *Tarih Okulu*, 11, 75-101. (http://www.johschool.com/Makaleler/1149139042_12-%20Oerginayananales.pdf) .
- Aydın, K. ve Özbek, V. (2004). Ailenin seçmen davranışları üzerindeki etkisi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 144-167. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/252028>) .
- Aytaçlı, B. (2012). Durum Çalışmasına Ayrıntılı Bir Bakış. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 1-9. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/399478>) .
- Baltacı, C. ve Eke, E. (2012). Siyasal propaganda araçlarının seçmen davranışı üzerindeki etkisine yönelik seçmen algısı: Isparta örnek olayı. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(1) 115-126.
- Bardakçı Tosun, S. (2016). *Avrupa'da İslamofobi üzerine tartışmalar ve Polonya örneği*. Doktora Lisans Tezi. T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bayraktar, S. (2009). Siyasal pazarlama uygulamalarının seçmen tercihleri üzerine etkileri – İzmir ili örneği –. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Bayraktaroğlu, G. G. (2002). Politik yaşamda pazarlama yaklaşımları, *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(2), 159-168.
- Beren, F. (2013). Seçmen tercihinin etki eden faktörler ve seçim güvenliği: Şanlıurfa ili örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(1), 191-214.
- Çağlar, N. (2011). Kadının siyasal yaşama katılımı ve kota uygulamaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(4), 56-79. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/213982>) .
- Çağlar, N. ve Gelir, G. (2014). Yerel seçimlerde aday imajı: 30 mart yerel seçimleri öncesinde Isparta seçmeni üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 27-50.

- Çaha, Ö. (2008). *Türkiye'de seçmen davranışı ve siyasi partiler*. Ankara: Orion Kitabevi.
- Çakır, H. ve Biçer, A. (2015). Türkiye yerel seçimlerinde seçmen tercihlerini etkileyen kriterler: 30 Mart 2014 yerel seçimleri Kayseri örneği. *Erciyes İletişim Dergisi "Akademia"* 4,(1), 98-112. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/66369>) .
- Çam, E. (1998). *Siyaset bilimine giriş*, Der Yayınları, İstanbul.
- Çelik, A. ve Uluç, A. V. (2009). Yerel siyasette temsil üzerine bir çalışma: Şanlıurfa örneği. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 41. 215-231.
- Çetinkuş, H. (2010). Niğde'nin Sosyolojik Yapısının Seçmenlerin Siyasal Tercihlerine Etkisi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi T.C. Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde
- Çinko, L. (2014). Seçmen davranışları ile ekonomik performans arasındaki ilişkilerin teorik temelleri ve Türkiye üzerine genel bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 61(1), 103-116 (http://www.politics.ankara.edu.tr/dergi/pdf/61/1/4_levent_cinko.pdf) .
- Çukurçayır, M. A. (2000). *Siyasal katılma ve demokrasi*. Ankara: Yargı Yayınevi.
- Damlapınar, Z. ve Balcı, Ş. (2005). Seçmenin zihnindeki aday imajını belirleyen etkenler: 28 mart 2004 yerel seçimleri alan araştırması. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4, 58-79.
- Demirtaş, M. C. (2010). *Seçmen tercihlerinin siyasal pazarlama karması açısından analizi: İzmir ilinde bir uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Dursun, D. (2012). *Siyaset bilimi*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Durul, F. (2008). *Küreselleşme ve insan hakları*, Toroslu Kitaplığı, İstanbul.
- Eke, E. (2008). Kamu yönetimi anabilim dalı siyasal propaganda araçlarının seçmen davranışı üzerindeki etkisi: Isparta örnek olayı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Erdoğan, M. M. (2015). Avrupa'da Türkiye kökenli göçmenler ve 'Euro-Turks-Barometre' araştırmaları. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 108-148. (<http://www.gam.gov.tr/files/4.pdf>) .
- Erdoğan, S. (2004). *Politik konjonktür hareketleri teorisi perspektifi ile siyaset – ekonomi ilişkileri*. İstanbul: Değişim Yayınevi.
- Gökçe, O. Akgün, B. Karaçor, S. (2002). 3 Kasım seçimlerinin anatomisi: Türk siyasetinde süreklilik ve değişim. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik*

Araştırmalar Dergisi, 4, 1-43. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/289668>) .

Göksu T. (2000). *İşçilikten vatandaşlığa: Almanya'daki Türkler*, Özen Yayıncılık, Ankara.

Göle, N. (2012). *Seküler ve dinsel: aşınan sınırlar*. Metis Yayınları, İstanbul.

Güllüpunar, H. (2010). *Siyasal iletişim ve aday imajı*. Konya: Eğitim Kitabevi.

Gümüş, B. (2006). *Eğitim düzeyinin seçmen davranışındaki rolü ve antalya örnek olayı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Heywood, A. (2011), *Siyaset*, (Ed. B. Kalkan). Adres Yayınları, Ankara.

<http://www.sabah.com.tr> (2011). Hangi ülkede kaç müslüman var?, 15 Ocak 2019 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/galeri/dunya/hangi-ulkede-kac-musluman-var> adresinden alınmıştır.

<http://www.dunyabulteni.net>, (2014). Almanlar ülkedeki müslüman sayısını abartılı tahmin etti, 15 Ocak 2019 tarihinde <https://www.dunyabulteni.net/avrupa/almanlar-ulkedeki-musluman-sayisini-abartili-tahmin-etti-h314393.html> adresinden alınmıştır.

İçduygu A. ve Sirkeci İ. (1999). *Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinde göç hareketleri 75 yılda köylerden kentlere*, Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul.

İçduygu, A. ve Aksel, D. B. (2012). "Türkiye'de Düzensiz Göç." *IOM, "Göç Yönetimi Genel Politika Çerçevesinin Düzenlenmesi ve Uygulanması Hususunda Türkiye'nin Çabalarının Desteklenmesi Araştırması*, Ankara.

İslamoğlu, A. H. (2002). *Siyaset pazarlaması*, İstanbul: Beta Basım A.Ş.

Kalaycıoğlu, E. (1997). *Siyasal katılmanın koşullarına genel bir bakış: Türkiye örneği, Türkiye'de siyaset: süreklilik ve değişim*. İstanbul: Der Yayınları.

Kalender, A. (2005). *Siyasal iletişim seçmenler ve ikna stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Kavas A (2017). Belediye hizmetleri ve seçmen davranışı ilişkisi üzerine bir araştırma: Ankara Yenimahalle ve Altındağ ilçe belediyeleri örneği. *Mülkiye Dergisi*, 41 (4), 75-112. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/486719>) .

Koç, E. (2007). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: global ve yerel yaklaşım*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Kolukırık, S. (2014). Uluslararası göç ve Türkiye: yerel uygulamalar ve görünüm. *ZfWT (Zeitschrift für die Welt der Türken Journal of World of Turks)*, 6(2), 37-53. (<http://www.dieweltdertuerken.org/index.php/ZfWT/article/view/603/603>) .

- KONDA, (2011). Siyasette Kadın Temsili Araştırması Mart 2011. http://kasaum.ankara.edu.tr/files/2013/11/2011_04_KONDA_Siyasette_Kadin_Temsili_Raporu.pdf .
- Kuştepelı, Y. ve Halaç U. (2004). Türkiye’de genel gelir dağılımının analizi ve iyileştirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Dergisi*, 6(4), 143-160 (<http://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/12345/5553/6.4%2520kustepeli-halac.pdf?sequence=1&isAllowed=y>) .
- Negiz, N. ve Akyıldız F. (2012). Yerel seçimlerde seçmenin tercihi üzerinde aday imajının etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 171-199. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/215814>) .
- Newman, B. I. and Sheth J. N. (1985). A primary voter behaviour. *Journal Of Consumer Research*, 12, 178-187.
- Özdal, B. (2008). Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne üyelik süreci bağlamında Avrupa Birliği’nin göç politikası ve istihdam stratejisi. “*İş, Güç*” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 10(3), 89-121. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/235555>) .
- Özkan, A. (2004). *Siyasal iletişim partiler, seçimler, stratejiler*. İstanbul: Nesil Matbaacılık.
- Öztürk, N. (2010). Klasik ve neo-klasik iktisatta gelir bölüşümü. *Çalışma Ve Toplum Ekonomi ve Hukuk Dergisi*, 24(1), 59-89. (<http://calismatoplum.org/sayi24/ozturk.pdf>) .
- Perspektif (2018). Almanya’da Türkiye kökenliler son seçimde kime oy verdi? (08.03.2018). 16 Ocak 2019 tarihinde <https://perspektif.eu/2018/03/08/turkiye-kokenliler-son-secimde-kime-oy-verdi/> adresinden alınmıştır.
- Polat, C., Gürbüz, E. ve İnal, M.E. (2004). *Hedef seçmen: siyasal pazarlama yaklaşımı*. Ankara: Nobel Yayın.
- Polat, H. (2007). “Federal Almanya’da Müslümanlar ve Baden-Württemberg Eyaletinde Alman Vatandaşlığına geçişte uygulanan vicdan testinin oluşum hikâyesi.” *Batı dünyasında İslamofobi ve Antiislamizm*, (Ed. H. Özcan ve K. Canatan), Eskiyei Yayınları, Ankara.
- Sey, C. (2015). Almanya: mülteciler için herşey güllük gülistanlık değil, 15 Ocak 2019 tarihinde https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/09/150907_almanya_multeci_cems_ey adresinden alınmıştır.
- Sirkeci İ. (2006). *Küresel kontrol çabalarına karşı bireysel aşma çabaları: Türkiye ve Irak örneklerinde uluslararası göçün evrimi, uluslararası göç sempozyumu*. Zeytinburnu Belediyesi Yayınları, İstanbul.

- Subaşı, M. ve Okumuş, K. (2017). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/474049>).
- Şentürk, H.(2008). *Seçmenin DNA'sı-seçmen tercihlerini etkileyen faktörler*. İstanbul: Okutan Yayıncılık.
- Tan, A. (2002). *İlke ve uygulamalarıyla politik pazarlama*. İstanbul: Papatya Yayınları.
- Temizel, M. (2012). *Türkiye’de seçmen davranışlarında sosyo-psikolojik, kültürel ve dinsel faktörlerin rolü: kuramsal ve ampirik bir çalışma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi T.C. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Teyyare, E. ve Avcı, M. (2016). Yerel seçimlerde seçmen davranışları: 2014 yerel seçimleri ve Zonguldak ili örneği. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 51-76.
- Topuz, S. K. (2014). Sosyo-ekonomik siyasal ve kültürel faktörler ekseninde kadın milletvekili temsil oranına ilişkin bir analiz: OECD ülkeleri örneği. *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 32(1), 211-228.
- Uluç, A. V. (2007). *Güneydoğu Anadolu bölgesinin toplumsal ve siyasal yapısı: Mardin örneğinde siyasal katılım*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uztuğ, F. (2004). *Siyasal iletişim Yönetimi*. İstanbul: Kapital Yayınları.
- Ünal Aydoğan, B., (2018). Stratejik oy verme davranışı: sistematik literatür incelemesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17 (4), 1415-1424. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/543648>).
- Üzüm, T. (2012). *Seçmen bağlılığını etkileyen unsurların incelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çankırı.
- Vural, R. ve Cenkseven, F. (2005). Eğitim Araştırmalarında Örnek Olay (Vaka) Çalışmaları: Tanımı, Türleri, Aşamaları ve Raporlaştırılması. *Burdur Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6 (10), 25-38.
- Yıldırım A. ve Şimşek, H. (2008). Nitel araştırma yöntemleri. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yıldırım, D. (2016). Gurbetin Oyları: 7 Haziran’dan 1 Kasım’a yurtdışı seçmen davranışı. *Alternatif Politika*, 8(2), 376-403.
- Yıldırım, M. (2014). Parti aday tercihlerinin seçmen davranışına etkisi 2009 yerel seçimleri Uşak ili örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 15-38. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/411536>).

- Yılmaz, A. (2014). Uluslararası göç: çeşitleri, nedenleri ve etkileri. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature And History of Turkish or Turkic*, 9 (2), 1685-1704.
- YTB, (2018). Sayılarla yurt dışında 24 Haziran seçimleri (14.05.2018). 16 Ocak 2019 tarihinde <https://www.ytb.gov.tr/haberler/sayilarla-yurt-disinda-24-haziran-secimleri> adresinden alınmıştır.
- Yüksek Seçim Kurulu (2013). Yurt dışı seçmen kütüğüne yazılamayacak olanlar, 15 Ocak 2019 tarihinde <http://www.ysk.gov.tr/tr/yurt-disi-secmen-kutugune-yazilamayacak-olanlar/1518> adresinden alınmıştır.
- Yüksek Seçim Kurulu (2017). 663 Sayılı Karar, 16 Nisan 2017 pazar günü yapılan anayasa değişikliği halkoylamasının sonuçlarını gösterir karar. 16 Ocak 2019 tarihinde <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/04/20170427M1-1.pdf> adresinden alınmıştır.
- Yüksek Seçim Kurulu (2018b). Cumhurbaşkanı Seçimi ve 27. Dönem Milletvekili Genel Seçimi. 16 Ocak 2019 tarihinde <http://www.ysk.gov.tr/tr/24-haziran-2018-secimleri/77536> adresinden alınmıştır.

ÖZGEÇMİŞ**Adı ve soyadı:** Sinem KÖYLÜOĞLU**Doğum Yeri ve Tarihi:** Kulu 15.10.1986**Öğrenim durumu :**

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Uluslararası İlişkiler	Anadolu Üniversitesi	2014
Yüksek Lisans	Siyaset Bilimi	Atılım Üniversitesi	2019

İş Deneyimi :

Çalıştığı Yer	Görev	Yıl
Hacettepe Üniversitesi	Özel Kalem	2016

Yabancı Diller: İngilizce

Yayımlar:

E-posta: snmkoyluoglu@gmail.com

Telefon: 0532 150 01 86

Tarih: 30.01.2019

Sinem Köylüoğlu

ORIJINALLIK RAPORU

% **10**

BENZERLIK ENDEKSI

% **10**

İNTERNET
KAYNAKLARI

% **2**

YAYINLAR

% **5**

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BIRINCIL KAYNAKLAR

1	acikerisim.deu.edu.tr İnternet Kaynağı	%2
2	www.gam.gov.tr İnternet Kaynağı	%1
3	kasaum.ankara.edu.tr İnternet Kaynağı	%1
4	acikerisim.selcuk.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	%1
5	Submitted to Atilim University Öğrenci Ödevi	%1
6	www.muratyakisan.com İnternet Kaynağı	%1
7	www.bilgibu.com İnternet Kaynağı	%1
8	Submitted to Ondokuz Mayıs Üniversitesi Öğrenci Ödevi	<%1
9	ktp.isam.org.tr İnternet Kaynağı	<%1