

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Ebru TÜREL

**DEĞERLERİN SİYASAL DÜŞÜNCE VE SİYASAL TERCİH ÜZERİNE ETKİSİ:  
ANTALYA KONYAALTI İLÇESİ UYGULAMASI**

İşletme Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2011

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Ebru TÜREL

**DEĞERLERİN SİYASAL DÜŞÜNCE VE SİYASAL TERCİH ÜZERİNE ETKİSİ:  
ANTALYA KONYAALTI İLÇESİ UYGULAMASI**

Danışman

Prof. Dr. Ayşe KURUÜZÜM




İşletme Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2011

Akdeniz Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Ebru TÜREL'in bu çalışması jürimiz tarafından İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Can Deniz KÖKSAL   
Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Ayşe KURUCUZUM   
Üye : Yrd. Doç. Dr. Emre İPEKÇİ GETİN 

Tez Konusu: Değerlerin Siyasal Duruş ve Siyasal Tercih  
Üzerine Etkisi; Konyaaltı İlçesi Uygulaması  
Antalya

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 06.06./2011

Mezuniyet Tarihi : 08.06./2011

Prof.Dr. Mehmet ŞEN  
Müdür

.....

## İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	v
TABLolar LİSTESİ	vi
KISALTMALAR LİSTESİ	xi
ÖZET	xii
SUMMARY	xiii
ÖNSÖZ	xiv
GİRİŞ	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### DEĞER KAVRAMI VE DEĞER TEORİLERİ

1.1. “Değer” Kavramının Tanımı	4
1.2. Değerlerin Özellikleri	7
1.3. Değer Kavramının Diğer Kavramlar ile İlişkisi	9
1.3.1. Değer ve Kültür	9
1.3.2. Değer ve Normlar	10
1.3.3. Değer ve İnanç	12
1.3.4. Değer ve Etik	13
1.3.5. Değer ve Vizyon	13
1.3.6. Değer ve Tutumlar	14
1.3.7. Değer ve İhtiyaç	16
1.4. Değer Teorileri	16

1.4.1. Maslow'un Değer Teorisi	16
1.4.2. Graves'in Değer Teorisi	18
1.4.3. Allport, Vernon ve Linzey'in Değer Teorisi	19
1.4.4. Kahle'nin Değer Teorisi	20
1.4.5. Hofstede'nin Değer Teorisi	21
1.4.6. Rokeach'ın Değer Teorisi	25
1.4.7. Schwartz'ın Değer Teorisi	26

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **SİYASAL TERCİH**

2.1. Demokrasi ve Siyasal Tercih	34
2.1.1. Demokrasi ve Oy Verme Hakkı	34
2.1.2. Siyasal Tercih Kavramı	38
2.2. Seçmenlerin Tercihlerini Etkileyen Faktörler	39
2.2.1. Seçmenin Demografik Özellikler	40
2.2.1.1. Yaş	40
2.2.1.2. Meslek	41
2.2.1.3. Aile	41
2.2.1.4. Din	42
2.2.1.5. Eğitim	42
2.2.2. Kamuoyu ve Kitle İletişim Araçları	43
2.2.3. Genel Ekonomik Durum	45
2.2.4. Siyasi Liderin Özellikleri	47
2.2.5. Değerlerin Etkisi	48

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### DEĞERLERİN SİYASAL DÜŞÜNCE VE SİYASAL TERCİH ÜZERİNE ETKİSİ; KONYAALTI İLÇESİ UYGULAMASI

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi	51
3.2. Araştırmanın Yöntemi	53
3.2.1. Araştırmanın Örnekleme	53
3.2.2. Veri Analiz Teknikleri	56
3.2.3. Güvenirlik ve Geçerlilik Analizleri	56
3.2.3.1. Değişime Açıklık Boyutu Yapı Geçerliliği ve Güvenirliği	58
3.2.3.2. Kendini Aşma Boyutu Yapı Geçerliliği ve Güvenirliği	59
3.2.3.3. Muhafazakârlık Boyutu Yapı Geçerliliği ve Güvenirliği	60
3.2.3.4. Kendini Geliştirme Boyutu Yapı Geçerliliği ve Güvenirliği	60
3.2.3.5. PVQ Ölçeğinin Genel Güvenirliği ve Geçerliliği	61
3.3. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları	62
3.3.1. Demografik Özellikler	62
3.3.2. PVQ Değer Ölçeğine İlişkin Bulgular	68
3.3.2.1. PVQ Değer Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	68
3.3.2.2. PVQ Değer Ölçeğinin Boyutlarına Ait Tanımlayıcı İstatistikler	70
3.3.3. Siyasi Tercihlere Ait Bulgular	71
3.3.4. Demografik Özelliklerin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	82
3.3.4.1. Cinsiyetin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	82
3.3.4.2. Yaş Gruplarının PVQ ölçeği boyutları üzerine etkisi	83
3.3.4.3. Eğitim Durumunun PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	86
3.3.4.4. Hanedeki Birey Sayısının PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	88

3.3.4.5. Aylık Gelirin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	91
3.3.4.6. Medeni Durumun PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	93
3.3.4.7. Mesleğin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	95
3.3.5. Tercihlerin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	99
3.3.5.1. Siyasetle İlgilenme Düzeyinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	99
3.3.5.2. Siyasi Görüşün PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	101
3.3.5.3. Siyasi Açının PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	104
3.3.5.4. 2007 Milletvekili Seçimlerinde Oy Verilen Partinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	107
3.3.5.5. Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Partinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	110
3.3.5.6. Okullarda Daha İyi Din Eğitimi İsteyenler VEYA Daha İyi Dil Eğitimi İsteyenlerin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	113
3.3.5.7. Türkiye'nin Gurur Duyulan Niteliğinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	114
3.3.6. Çapraz Tablolar ve Ki-kare Analizi Bulguları	118
3.3.6.1 Cinsiyet ve Tercihler Arasındaki Çapraz Tablolar	118
3.3.6.2 Yaş Grubu ve Tercihler Arasındaki Çapraz Tablolar	122
3.3.6.3 Eğitim Durumu ve Tercihler Arasındaki Çapraz Tablolar	129
3.3.6.4 Gelir Düzeyi ve Tercihler Arasındaki Çapraz Tablolar	136
3.3.6.5 Medeni Durum ve Tercihler Arasındaki Çapraz Tablolar	142
<b>SONUÇ</b>	<b>148</b>
<b>KAYNAKÇA</b>	<b>156</b>
<b>EKLER</b>	<b>162</b>
<b>EK-1</b> Anket Formu	162
<b>ÖZGEÇMİŞ</b>	<b>165</b>

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1.1</b> Motivasyonel Değer Tipleri Arasındaki Teorik İlişkiler Modeli	29
<b>Şekil 3.1</b> PVQ Ölçeği Boyut Yapısı	53
<b>Şekil 3.2</b> Cinsiyete Göre Dağılım	63
<b>Şekil 3.3</b> Yaş Gruplarına Göre Dağılım	63
<b>Şekil 3.4</b> Eğitim Durumuna Göre Dağılım	65
<b>Şekil 3.5</b> Medeni Duruma Göre Dağılım	67
<b>Şekil 3.6</b> Siyasetle İlgilenme Düzeyine Göre Dağılım	72
<b>Şekil 3.7</b> Siyasi Görüşe Göre Dağılım	72
<b>Şekil 3.8</b> Siyasal Açından Tanımlamaya Göre Dağılım	73
<b>Şekil 3.9</b> 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Parti	74
<b>Şekil 3.10</b> 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedenleri Dağılımı	74
<b>Şekil 3.11</b> 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlerle Uyumu	75
<b>Şekil 3.12</b> 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan Dağılımı	76
<b>Şekil 3.13</b> 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Dağılımı	77
<b>Şekil 3.14</b> Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti Dağılımı	78
<b>Şekil 3.15</b> Siyasi Tercihin Belirlenmesindeki Etkenler Dağılımı	79
<b>Şekil 3.16</b> En Çok Okunan Gazete	80
<b>Şekil 3.17</b> Okullarda Verilen Din ve Dil Eğitiminin Önem Dağılımı	81
<b>Şekil 3.18</b> Türkiye'nin Gurur Duyulan Niteliği Dağılımı	81



## TABLOLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.1</b> Güç Mesafesinin Toplumsal Etkileri	23
<b>Tablo 1.2</b> Rokeach'ın Amaçsal ve Araçsal Değerleri	26
<b>Tablo 3.1</b> Mahallelere Göre Yapılması Gereken ve Yapılan Anket Sayıları	54
<b>Tablo 3.2</b> PVQ Ölçeğinin Yapısı	58
<b>Tablo 3.3</b> PVQ Ölçeği Değişime Açıklık Boyutu Yapısı	59
<b>Tablo 3.4</b> PVQ Ölçeği Kendini Aşma Boyutu Yapısı	59
<b>Tablo 3.5</b> PVQ Ölçeği Muhafazakârlık Boyutu Yapısı	60
<b>Tablo 3.6</b> PVQ Ölçeği Kendini Geliştirme Boyutu Yapısı	60
<b>Tablo 3.7</b> Boyutların Sorularla Korelasyonu	61
<b>Tablo 3.8</b> Yaşa Göre Dağılım	64
<b>Tablo 3.9</b> Hanedeki Birey Sayısına Göre Dağılım	66
<b>Tablo 3.10</b> Hanenin Aylık Gelirine Göre Dağılım	67
<b>Tablo 3.11</b> Mesleğe Göre Dağılım	68
<b>Tablo 3.12</b> PVQ Ölçeğini Oluşturan Sorulara Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	69
<b>Tablo 3.13</b> PVQ Ölçeğinin Boyutlarına Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	71
<b>Tablo 3.14</b> Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti Dağılımı	77
<b>Tablo 3.15</b> En Çok Okunan Gazete	79
<b>Tablo 3.16</b> Cinsiyetin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	82
<b>Tablo 3.17</b> Yaş Gruplarının PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	84
<b>Tablo 3.18</b> Eğitim Durumunun PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	86
<b>Tablo 3.19</b> Hanedeki Birey Sayısının PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	89

<b>Tablo 3.20</b> Aylık Gelirin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	91
<b>Tablo 3.21</b> Medeni Durumun PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	93
<b>Tablo 3.22</b> Mesleğin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	95
<b>Tablo 3.23</b> Siyasetle İlgilenme Düzeyinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	99
<b>Tablo 3.24</b> Siyasi Görüşün PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	102
<b>Tablo 3.25</b> Siyasi Açının PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	104
<b>Tablo 3.26</b> 2007 Milletvekili Seçimlerinde Oy Verilen Partinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	108
<b>Tablo 3.27</b> Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Partinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	110
<b>Tablo 3.28</b> Okullarda Daha İyi Din Eğitimi İsteyenler veya Daha İyi Dil Eğitimi İsteyenlerin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	113
<b>Tablo 3.29</b> Türkiye'nin Gurur Duyulan Niteliğinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi	115
<b>Tablo 3.30</b> Cinsiyet ve Siyasetle İlgilenme Düzeyi	118
<b>Tablo 3.31</b> Cinsiyet ve Siyasi Görüş	118
<b>Tablo 3.32</b> Cinsiyet ve Siyasi Açık	119
<b>Tablo 3.33</b> Cinsiyet ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Parti	119
<b>Tablo 3.34</b> Cinsiyet ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedeni	119
<b>Tablo 3.35</b> Cinsiyet ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlere Uygunluğu	120
<b>Tablo 3.36</b> Cinsiyet ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan	120
<b>Tablo 3.37</b> Cinsiyet ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Değerlendirmesi	120
<b>Tablo 3.38</b> Cinsiyet ve Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti	121

<b>Tablo 3.39</b> Cinsiyet ve Siyasal Tercihini Belirleyen Etkenler	121
<b>Tablo 3.40</b> Cinsiyet ve En Çok Okunan Gazete	121
<b>Tablo 3.41</b> Cinsiyet ve Okullarda Daha İyi Din ya da Yabancı Dil Eğitimi İstemi	122
<b>Tablo 3.42</b> Cinsiyet ve Türkiye'nin En Çok Gurur Duyulan Niteliği	122
<b>Tablo 3.43</b> Yaş Grubu ve Siyasetle İlgilenme Düzeyi	123
<b>Tablo 3.44</b> Yaş Grubu ve Siyasi Görüş	123
<b>Tablo 3.45</b> Yaş Grubu ve Siyasi Açık	124
<b>Tablo 3.46</b> Yaş Grubu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Parti	124
<b>Tablo 3.47</b> Yaş Grubu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedeni	125
<b>Tablo 3.48</b> Yaş Grubu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlere Uygunluğu	125
<b>Tablo 3.49</b> Yaş Grubu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan	126
<b>Tablo 3.50</b> Yaş Grubu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Değerlendirmesi	126
<b>Tablo 3.51</b> Yaş Grubu ve Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti	127
<b>Tablo 3.52</b> Yaş Grubu ve Siyasal Tercihini Belirleyen Etkenler	127
<b>Tablo 3.53</b> Yaş Grubu ve En Çok Okunan Gazete	128
<b>Tablo 3.54</b> Yaş Grubu ve Okullarda Daha İyi Din ya da Yabancı Dil Eğitimi İstemi	128
<b>Tablo 3.55</b> Yaş Grubu ve Türkiye'nin En Çok Gurur Duyulan Niteliği	129
<b>Tablo 3.56</b> Eğitim Durumu ve Siyasetle İlgilenme Düzeyi	129
<b>Tablo 3.57</b> Eğitim Durumu ve Siyasi Görüş	130
<b>Tablo 3.58</b> Eğitim Durumu ve Siyasi Açık	130
<b>Tablo 3.59</b> Eğitim Durumu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Parti	131
<b>Tablo 3.60</b> Eğitim Durumu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedeni	131
<b>Tablo 3.61</b> Eğitim Durumu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlere Uygunluğu	132

<b>Tablo 3.62</b> Eğitim Durumu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan	132
<b>Tablo 3.63</b> Eğitim Durumu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Değerlendirmesi	133
<b>Tablo 3.64</b> Eğitim Durumu ve Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti	133
<b>Tablo 3.65</b> Eğitim Durumu ve Siyasal Tercihi Belirleyen Etkenler	134
<b>Tablo 3.66</b> Eğitim Durumu ve En Çok Okunan Gazete	134
<b>Tablo 3.67</b> Eğitim Durumu ve Okullarda Daha İyi Din ya da Yabancı Dil Eğitimi İstemi	135
<b>Tablo 3.68</b> Eğitim Durumu ve Türkiye'nin En Çok Gurur Duyulan Niteliği	135
<b>Tablo 3.69</b> Gelir Düzeyi ve Siyasetle İlgilenme Düzeyi	136
<b>Tablo 3.70</b> Gelir Düzeyi ve Siyasi Görüş	136
<b>Tablo 3.71</b> Gelir Düzeyi ve Siyasi Açık	137
<b>Tablo 3.72</b> Gelir Düzeyi ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Parti	137
<b>Tablo 3.73</b> Gelir Düzeyi ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedeni	138
<b>Tablo 3.74</b> Gelir Düzeyi ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlere Uygunluğu	138
<b>Tablo 3.75</b> Gelir Düzeyi ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan	139
<b>Tablo 3.76</b> Gelir Düzeyi ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Değerlendirmesi	139
<b>Tablo 3.77</b> Gelir Düzeyi ve Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti	140
<b>Tablo 3.78</b> Gelir Düzeyi ve Siyasal Tercihi Belirleyen Etkenler	140
<b>Tablo 3.79</b> Gelir Düzeyi ve En Çok Okunan Gazete	141
<b>Tablo 3.80</b> Gelir Düzeyi ve Okullarda Daha İyi Din ya da Yabancı Dil Eğitimi İstemi	141
<b>Tablo 3.81</b> Gelir Düzeyi ve Türkiye'nin En Çok Gurur Duyulan Niteliği	142

<b>Tablo 3.82</b> Medeni Durum ve Siyasetle İlgilenme Düzeyi	142
<b>Tablo 3.83</b> Medeni Durum ve Siyasi Görüş	143
<b>Tablo 3.84</b> Medeni Durum ve Siyasi Açık	143
<b>Tablo 3.85</b> Medeni Durum ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Parti	144
<b>Tablo 3.86</b> Medeni Durum ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedeni	144
<b>Tablo 3.87</b> Medeni Durum ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlere Uygunluğu	144
<b>Tablo 3.88</b> Medeni Durum ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan	145
<b>Tablo 3.89</b> Medeni Durum ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Değerlendirmesi	145
<b>Tablo 3.90</b> Medeni Durum ve Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti	146
<b>Tablo 3.91</b> Medeni Durum ve Siyasal Tercihini Belirleyen Etkenler	146
<b>Tablo 3.92</b> Medeni Durum ve En Çok Okunan Gazete	146
<b>Tablo 3.93</b> Medeni Durum ve Okullarda Daha İyi Din ya da Yabancı Dil Eğitimi İstemi	147
<b>Tablo 3.94</b> Medeni Durum ve Türkiye'nin En Çok Gurur Duyulan Niteliği	147

**KISALTMALAR LİSTESİ**

PVQ	Portrait Values Questionnaire(Potrait Değerler Ölçeği)
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi
MHP	Milliyetçi Hareket Partisi
DTP	Demokratik Toplum Partisi
DEHAP	Demokratik Halk Partisi
DP	Demokrat Parti
BDP	Barış ve Demokrasi Partisi
SP	Saadet Partisi

## ÖZET

Bu tezde amaçlanan Antalya'nın Konyaaltı ilçesinde yaşayan seçmenlerin siyasal düşünce ve siyasal tercihlerinde değerlerin etkisini belirlemektir. Seçmenlerin siyasal düşünce ve tercihlerine etki eden birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler genellikle kişinin kendi demografik özellikleri, kamuoyu ve kitle iletişim araçları, ülkenin genel ekonomik durumu ve siyasi liderin özellikleridir. Seçmenlerin tercihlerine etki eden bir diğer faktör ise değerlerdir. Günümüzde, siyasi partilerin ve liderlerin seçmenlerin tercihlerinde değerlerin etkisini bilmeleriyle siyasal iletişimde daha güçlü bir konuma gelebilmeleri mümkündür. Bu çerçevede, Konyaaltı ilçesinde değerlerin seçmen tercihleri üzerindeki etkisi son yıllarda birçok akademik çalışmada temel alınan Shalom Schwartz'ın değer ölçeği olan Portrait Values Questionnaire (PVQ) kullanılarak ortaya konulmuştur.

Araştırmada örnekleme yöntemi olarak tabakalı örnekleme yöntemi ve orantılı paylaştırma kullanılmış ve örneklem sayısının belirlenmesinde Antalya'nın Konyaaltı ilçesinin, 2010 referandumundaki seçmen sayısı baz alınmıştır.

Araştırmada kullanılan soru formu 3 bölüm ve toplam 61 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümdeki 7 soru 18 yaşını doldurmuş seçmen kitlesinin demografik özelliklerini, ikinci bölümdeki 40 soru kişisel değer algılarını, üçüncü bölümdeki 13 soru siyasal tercihlerini sorgulamaktadır.

İlk olarak kişisel değerler ölçeğinin güvenirlik ve geçerlik analizleri gerçekleştirilmektedir. Formun birinci bölümünü oluşturan demografik özellikler (cinsiyet, yaş eğitim durumları, gelir düzeyleri, medeni durumları, meslek) ile üçüncü bölümdeki siyasal tercihler frekans analizleri ile ortaya konulmuş, formun ikinci bölümünü oluşturan değerlerin tanımlayıcı analizleri yapılmıştır. Demografik özelliklerin ve Tercihlerin değer ölçeği üzerinde etkilerini ölçmek için T-testi, ANOVA testi, kullanılmıştır. ANOVA testi sonrasında farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla POST-HOC olarak Dunnett T3 ve Scheffe testlerinden faydalanılmıştır. Demografik özellikler ile tercihler arasında ilişkiyi sorgulamak için Ki-kare testi uygulanmış ve çapraz tablolar yorumlanmıştır.

## **SUMMARY**

### **THE IMPACT OF THE VALUES ON POLITICAL THOUGHT AND POLITICAL PREFERANCES: KONYAALTI EXAMPLE**

The aim of this thesis is to determine the impact of values on political thought and political preferences in Konyaaltı county of Antalya. There are many factors that affect the political thought and preferences of electorate. These factors in general are personal demographic characteristics, public opinion and mass communications, economic condition of the country and leadership. Another factor which affects political preferences is values. Today, it is possible for political parties and leaders to empower their political communication by learning the impact of values on political preferences. In this context, Shalom Schwartz's Portrait Values Questionnaire (PVQ), which has been handled in many academic studies in recent years, is used to reveal the impact of values on political preferences in Konyaaltı.



## ÖNSÖZ

Değerlerin siyasal düşünce ve siyasal tercihler üzerindeki etkisi konulu tez çalışmamda fikirlerimi sürekli destekleyen ve yaklaşımlarıyla bana ışık tutan değerli hocam Prof. Dr. Ayşe Kuruüzüm'e, bu konuyu seçmeme neden olan eşim Menderes Türel'e ve tez çalışmamda desteğini benden esirgemeyen kardeşim Yrd. Doç. Dr. Uğur Burç Yıldız'a teşekkürlerimi sunarım.

EBRU TÜREL

## GİRİŞ

“Değer” kavramının taşımakta olduğu soyut nitelik nedeniyle kavram hakkında genel geçer bir tanım yapılamamaktadır. Bu nedenden dolayı, değer kavramı üzerinde çalışanlar tarafından birçok tanım geliştirmiştir. Örneğin Schwartz değeri, davranış ve eylemlerin seçilmesinde ve açıklanmasında, olay ve kişilerin değerlendirilmesinde görev alan sosyal bir aktör olarak tanımlamaktadır.<sup>1</sup> Orhan Hançerlioğlu’na göre ise değer, nesne ve olayların insanca önemini belirleyen niteliğidir.<sup>2</sup> Değerlerin bazı özelliklerinin açıklanması ise değerlerin anlaşılabilmesine olanak tanımaktadır. Bu çerçevede, değerler, görecelidirler, değer yargılarının etkisi altındadırlar, davranışların esin kaynağını oluştururlar, duygu yükü taşımalarından dolayı bireylerin ve grupların hareketlerini yönlendirmede etkili olurlar ve hiyerarşik nitelik taşımaktadırlar.

Değer kavramının ilişki içinde olduğu birçok kavram bulunmaktadır. Bu çerçevede, değerlerin oluşmasında “kültür”ün önemli derecede katkısı vardır. Bazı “norm”ların ortaya çıkışını yaratan faktör toplumsal değerlerdir. Değerler bazı durumlarda “inanç”lar çerçevesinde oluşmaktadır. “Etik” tartışmalarında ele alınan temel konu ahlaki açıdan bireylerin davranışlarını değerli veya değersiz olmasına yol açan unsurlardır. “Vizyon” sahip olunan değerlerin göstermiş olduğu yoldur. İnsanların “tutum”larına benimsedikleri değerler yansıyabilmektedir. Değerler “ihtiyaç”ların bilişsel simgesi ve dönüşüme uğramış halidir.

Akademik yazında günümüze kadar birçok yazar değer teorisi ortaya koymuştur. Bu kişilere örnek olarak Abraham Maslow, Clare Graves, Gordon Allport, Lynn Kahle, Greet Hofstede ve Milton Rokeach gösterilebilir. Son dönemde ön plana çıkan değer teorisi ise Shalom Schwartz tarafından geliştirilmiştir. Schwartz tarafından geliştirilen değer ölçeği dünyada büyük bir saygınlık uyandırmış ve günümüzde birçok çalışmaya referans teşkil etmiştir. Schwartz’ın PVQ (Portrait Values Questionnaire) ölçeğinde 40 değerlik liste, evrensel nitelik taşıdığı düşünülen 10 değer boyutunda toplanmıştır. Bu boyutlar; güç (power), başarı (achievement), hazcılık (hedonizm), uyarılma (stimulation), kendini yönetme (self-control), evrensellik (universalizm), yardımseverlik (benevolence), geleneksellik (tradition), uyum (comformity) ve güvenlik (security) olarak belirlenmiştir.

---

<sup>1</sup> Shalom H. Schwartz, **Social Psychology and Culture Context: Essays in Honor of Harry C. Triandis**, Sage Publications, Newbury Park, CA, 1999, ss. 24- 25.

<sup>2</sup> Orhan Hançerlioğlu, **Felsefe Sözlüğü**, 13. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1999, s. 54.

PVQ ölçeğinin son yıllarda en çok kullanıldığı araştırma alanlarından biri değerlerin siyasal düşünce ve tercihlere etkisinin ortaya konulması amacıyla yapılan çalışmalardır. Hiç şüphesiz ki, demokrasi ile yönetilen ülkelerin en önemli özelliklerinden biri belli aralıklar ile yapılan seçimlerdir. Seçimlerde seçmenlerin tercihlerine etki eden birçok faktör bulunmaktadır. Seçmenin kendi demografik özellikleri, kamuoyu ve kitle iletişim araçlarının yaratmış olduğu etki, ülkenin içinde bulunduğu genel ekonomik durum ve adayların kişisel özellikleri bu faktörler arasında ön plana çıkmaktadır. Siyasal tercihte bulunmayı etkileyen bir diğer unsur ise değerlerdir. Bu çerçevede, seçmenlerin oylarına talip olan siyasi partilerin siyasal iletişimde daha güçlü bir konuma gelebilmeleri seçmenlerin değerlerini bilmeleriyle mümkün olabilir. PVQ ölçeği ise değerlerin siyasal düşünce ve tercihlere etkisinin ortaya konulmasında son derece önem taşımaktadır.

Bu çalışmada amaçlanan, Antalya'nın Konyaaltı ilçesinde yaşayan seçmenlerin siyasal düşünce ve siyasal tercihlerinde değerlerin etkisini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda Konyaaltı ilçesinde oturan 551 kişiyle anket çalışması yapılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümü değer kavramı için yapılan tanımların ele alınması ile başlamaktadır. Sonrasında değerlerin özellikleri ortaya konulup ve değer kavramı ile kültür, norm, inanç, etik, vizyon, tutum ve ihtiyaç gibi diğer kavramlar ile ilişkisi analiz edilmiştir. Kavramların ilişkisinin analizinin ardından değer teorileri anlatılmaktadır. Bölümün sonunda bu çalışmada temel teorik çerçeve olarak kullanılacak olan Shalom Schwartz'ın değer teorisi açıklanmakta ve geliştirdiği PVQ (Portrait Values Questionnaire) ölçeği üzerinde önemle durulmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünün başlangıcında demokrasinin geçirmiş olduğu evrim belirtilmekte ve liberal demokrasi ile seçim demokrasileri arasındaki farklar ortaya konulmaktadır. Her iki demokrasi tiplemesinin ortak özelliğinin ise belirli aralıklarla yapılan seçimler olduğu vurgulanmaktadır. Keza bu bölümde, siyasal tercih kavramı üzerinde durulacak ve seçmenlerin siyasi tercihlerini etkileyen faktörler olarak seçmenin kendi demografik özellikleri (yaş, meslek, aile, din, eğitim), kamuoyunun ve kitle iletişim araçlarının etkisi, genel ekonomik durum ve siyasi liderin özellikleri konularına değinilmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, değerlerin, davranışı etkilediği gerçeğinden yola çıkarak, bu etkinin bireyin siyasal düşünce ve tercihlerine nasıl yansıdığı, Antalya'nın Konyaaltı ilçesinde yapılan anket çalışması ile ortaya koyulmaya çalışılmaktadır.

Çalışmanın sonuç bölümünde ise değerlerin Antalya Konyaaltı İlçesi Seçmeninin siyasal düşünce ve siyasal tercihleri üzerindeki etkisine ilişkin bulguların bir değerlendirmesi yapılmış ve genel değerlendirme ile tez raporu sonlandırılmıştır

## BİRİNCİ BÖLÜM

### DEĞER KAVRAMI VE DEĞER TEORİLERİ

“Değer” kavramının genel geçer bir tanımı mevcut değildir. Bunun nedeni değerın soyut bir kavram olmasından kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede, değer kavramı üzerine çalışan yazar ve araştırmacıların kavramı açıklığa kavuşturmak amacıyla birçok tanım geliştirdikleri görülmektedir. Değer kavramı üzerine yapılan tartışmanın bir diğer boyutu ise değer kavramının kültür, normlar, tutumlar, inanç, etik, vizyon ve ihtiyaç gibi kavramlar ile olan ilişkisi üzerine odaklanmaktadır. Bu açıdan da yazar ve araştırmacılar değerın diğer kavramlar ile olan ilişkisini açıklamaya çalışmışlardır. Son zamanlarda ön plana çıkan bir başka konu ise geliştirilen değer teorileri çerçevesinde yapılan araştırmalar ile değerlerin insan hayatında oynadığı rolün belirlenmeye çalışılmasına yöneliktir. Bu araştırmalarda genellikle amaçlanan değerlerin bireylerin tercihlerine etkisini ortaya koymaktır.

Bu çerçevede, çalışmanın birinci bölümünde, öncelikle değer kavramı için yapılan tanımlar ele alınacaktır. Ardından ise değerlerin özellikleri üzerinde durulacak ve değer kavramının diğer kavramlar ile ilişkisine değinilecektir. Bölümün sonunda ise değer teorileri anlatılacak ve bu çalışmanın ana teorik çerçevesini oluşturacak olan Shalom Schwartz’ın değer teorisi incelenecek ve geliştirmiş olduğu PVQ (Portrait Values Questionnaire) ölçeği açıklanacaktır.

#### 1.1 “Değer” Kavramının Tanımı

Türkçede “bir şeye karşılık gelme” anlamında kullanılan “değer” kelimesi “değmek” fiilinin kökünden türemiştir. Kıymet, cevher ve paha kelimeleri ise Osmanlıcada Türkçedeki değer kelimesine karşılık gelmektedir. Batı dilleri incelendiğinde ise değer kelimesinin Hint-Avrupa dillerinde “La valor”, İngilizcede ise “value” kelimesi ile ifade edildiği görülmektedir.<sup>3</sup> 1928 yılında değerler ile ilgili olarak ilk deneysel çalışma Sharp tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada Sharp değerleri toplumsal algılar olarak ele almış ve çalışmasının neticesinde değerleri heyecan ve tutumlar ile ilgili kavramlar olarak gözlemlemiştir. Bu

<sup>3</sup> Orhan Hançerlioğlu, **Felsefe Ansiklopedisi**, 1. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1976, s. 275.

doğrultuda yapılan çalışmaların bir diğerinde ise Dewey 1930–1960 yılları arasında yaptığı araştırmalarda değerlerin esas itibarıyla pratiklerin bir ürünü olduğu sonucuna varmıştır.<sup>4</sup>

“Değer”in soyut bir kavram olmasından dolayı tanımlanması son derece güçtür ve bu nedenle de akademik literatürde genel geçer bir tanımın varlığından söz edilemez. Bunun neticesinde araştırmacılar yapmış oldukları çalışmalar ile birçok tanım geliştirmişlerdir. Örneğin, Milton Rokeach’a göre değer, karşıt bir davranış biçimi veya yaşam amacına karşın olacak bir şekilde bireysel veya sosyal anlamda tercih edilmesi beklenti dahilinde olan ayırd edeci bir davranış biçimi veya yaşam amacına olan sürekli inançtır.<sup>5</sup> Meglino ve Ravlin’e göre ise değer, bireyin yapması gerekenleri belirleyen içselleştirilmiş bir inançtır.<sup>6</sup> Lawrence ise değeri bireyin kişiliğini, dahil olduğu sosyal grubun karakteristiklerini ve alternatifler arasından seçim yapmasını etkileyen istekler ile ilişkilendirmektedir.<sup>7</sup> Greet Hofstede de paralel bir tanım ile değeri belli durumlar arasında tercihte bulunma olarak tanımlamaktadır.<sup>8</sup> Diğer taraftan Fichter değer, grup veya toplumun, kişilerin, örüntülerin, hedeflerin ve diğer sosyo-kültürel nesnelerin önemliliği üzerindeki değerlendirmelere dayanan ölçütlere göre tanımlanabileceğini vurgulamaktadır.<sup>9</sup>

Schwartz ise değeri, davranış ve eylemlerin seçilmesinde ve açıklanmasında, olay ve kişilerin değerlendirilmesinde görev alan sosyal bir aktör olarak ele almaktadır. Bu çerçevede değerler, bireylerin yaşamı içerisinde önem derecelerine göre değişiklik gösteren ve bireye yol gösteren ilkeler olarak yardımcı bulunan, isteklenmiş amaçlardır. Schwartz değerler hakkında şöyle demektedir: “Değerlerimizi düşündüğümüz zaman, aslında güvenlik, bağımsızlık, bilgelik, başarı, iyilik ve zevk vb. gibi yaşamımızda nelerin önemli olduğunu düşünürüz. Hepimiz farklı önem derecelerine sahip çok sayıda değeri barındırmaktayız. Belirli bir değer, bir kimse için çok önemli iken, bir başkası için önemsiz olabilir.”<sup>10</sup>

<sup>4</sup> Mustafa Aydın, “Gençliğin Değer Algısı: Konya Örneği”, **Değerler Eğitimi Dergisi**, Cilt:1, Sayı:3, ss. 121-144.

<sup>5</sup> Milton Rokeach, **The Nature of Human Values**, The Free Press, New York, 1973, s. 3.

<sup>6</sup> Bruce Meglino M, Elizabeth C Ravlin ve Cherly L Adkins, “A Work Values Approach to Corporate Culture: A Field Test of the Value Congruence Process and its Relationship to Individual Outcomes”, **Journal of Applied Psychology**, Cilt: 74, 1998, s. 425.

<sup>7</sup> Aktaran, Emine Özmete, **İş Yaşamında Değerler**, Kedim Yayınları, İstanbul, 2007, s. 11.

<sup>8</sup> Greet Hofstede, **Culture’s Consequence**, Sage Publications, Beverly Hills CA, 1980, s. 14.

<sup>9</sup> Joseph Fichter, **Sosyoloji Nedir**, çev. Nilgün Çelebi, 8. Baskı, Anı Yayıncılık, Ankara, 2006, s. 166.

<sup>10</sup> Schwartz, ss. 24-26.

Ayrıca, birçok yazar ve akademisyenin üzerinde birleştikleri değer tanımına ilişkin özellikler Schwartz ve Bilsky tarafından analiz edilmiş ve böylece geniş bir tanım yapılmıştır. Bu tanıma göre<sup>11</sup>:

1- Değerler, inançlardır. Ancak bu inançlar tamamen nesnel değildir ve duygulardan arındırılmış bir biçimde varlık göstermezler;

2- Değerler, bireylerin amaçlarıyla ve bu amaçlara erişimlerinde etkili olan davranış biçimleriyle ilişki içerisindedir;

3- Değerler, eylem ve durumların üzerinde yer almaktadır. Örneğin bir değer olan “itaatkârlık” iş yaşamında, okul hayatında, ailede ve tanınmayan kişiler ile olan ilişkilerde geçerlidir.

4- Değerler, insanların, davranışların ve olayların seçilmesini veya değişimini yönlendiren standartlardır.

5- Değerler, kendi içlerinde taşımakta oldukları önemlere göre bir sıralama oluşturmaktadır. Bu açıdan, sıralanmış olan değerler kümesi, değer önceliklerini belirleyen bir sistem oluşturmaktadır

Diğer taraftan, Türk akademisyenlerin de değer kavramını farklı tanımladıkları görülmektedir. Örneğin Hançerlioğlu'na göre değer, nesne ve olayların insanca önemini belirleyen niteliğidir.<sup>12</sup> Özkalp'a göre ise değerler hangi sosyal davranışın iyi, doğru ve arzulanan olduğunu belirten, paylaşılan ölçüt veya fikirlerdir.<sup>13</sup> Başaran ise değerlerin bireylerin gideceği yönü belirleyen pusulalar olduğunu belirterek, tanımsal olarak değer bir nesne, bir işlem, düşünce ve eylemin, insan için taşıdığı önemi belirleyen niteliğine ve niceliğine ilişkin inanç olduğunu ifade etmektedir.<sup>14</sup> Doğan ise değer kavramını bir kişi ya da topluluğun ideal kabul ettiği var olma ya da hareket etme tarzı olarak tanımlamakta ve değer karşı karşıya kaldığı varlıkları ve davranış tarzlarını istenebilir ve saygın kıldığını

<sup>11</sup> Shalom H. Schwartz ve W. Bilsky, “Toward a Psychological Structure of Human Values”, **Journal of Personality and Social Psychology**, Cilt:53, ss. 550- 562.

<sup>12</sup> Hançerlioğlu, **Felsefe Sözlüğü**, s. 54.

<sup>13</sup> Enver Özkalp, **Sosyolojiye Giriş**, 14. Baskı, Ekin Kitabevi, Bursa, 2005, s. 100.

<sup>14</sup> İbrahim Ethem Başaran, **Örgütsel Davranış: İnsanın Üretim Gücü**, Ekinoks Yayıncılık, Ankara, 2000, s. 86.

vurgulamaktadır.<sup>15</sup> Ayrıca belirtmek gerekir ki Türk Dil Kurumu (TDK) da bir değer tanımlarına sahiptir. TDK' ya göre değerın tanımları şöyledir<sup>16</sup>:

*“a. 1. Bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçü, bir şeyin değdiği karşılık, kıymet: “İnsan bir şeyin değerini ondan yoksun kalınca anlıyor.” -Halikarnas Balıkcısı. 2. Bir şeyin para ile ölçülebilen karşılığı, kıymet, paha, valör: “Bildiği bütün Fransızcaı toparlayarak vitrindeki kravatın değerini sordu.” -N. Hikmet. 3. Üstün nitelik, meziyet, kıymet. 4. Üstün, yararlı nitelikleri olan kimse: “Bence ziyan olmuş, eski deyimiyle heder olmuş bir değerdir.” -İ. O. Anar. 5. fel. Kişinin isteyen, gereksinim duyan bir varlık olarak nesne ile bağlantısında beliren şey. 6. mat. Bir değişkenin veya bilinmeyenın sayı ile anlatımı. 7. Bir ulusun sahip olduğu sosyal, kültürel, ekonomik ve bilimsel değerlerini kapsayan maddi ve manevi öğelerin bütünü: “Edebiyat, sanat, fikir, ilim ve başlıca değerlerimize toptan bir bakış lütfeder misiniz, efendim!” -A. Kabaklı.”*

Sonuç olarak, yukarıda yapılan tanımlarda görüldüğü üzere, değer kavramı için yapılmış birçok tanım mevcuttur ve kavramın genel geçer bir tanımı bulunmamaktadır. Hatta Fichter'in belirtmiş olduğu gibi sosyologlar arasında neredeyse hiçbir konu, değerler kadar tartışmaya neden olmamıştır. Ancak, günümüzde sosyal bilimciler değerlerin önemli bir sosyal olgu olduğunu ve bilimsel inceleme ve analize konu edilebileceği noktası üzerinde hemfikirdirler.<sup>17</sup>

## 1.2. Değerlerin Özellikleri

Değerlerin tam olarak anlaşılabilmesi için onların bazı temel özelliklerinin açıklanması gerekmektedir. Doğan'a göre bu özellikler 5 madde halinde özetlenebilir<sup>18</sup>:

1. Değerler, Değer Yargılarının Etkisi Altındadır: Emile Durkheim değer yargıları ile gerçeğin yargılanması arasında bir farka işaret etmektedir. Durkheim'e göre değer yargıları gerçeğin ne olduğunu belirtmektedir. Değer yargıları nesnelere özellikleri ve onlara verilen değer ile ilgilidir. Durkheim'in yapmış olduğu bu ayırım bir başka ayırımı beraberinde getirmektedir. Bu ayırım, değer ve değer yargısı farkıdır. Bu çerçevede, bir değer yargısı bazı değerler ışığında yargılanan varlıklara ya da

<sup>15</sup> İsmail Doğan, **Sosyoloji: Kavramlar ve Sorunlar**, 8. Baskı, Apegem Akademi Yayınları, Ankara, 2008, s. 317.

<sup>16</sup> Türk Dil Kurumu, “Büyük Türkçe Sözlük”,

<http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=de%F0er&ayn=tam> (Erişim Tarihi: 04.10.2010)

<sup>17</sup> Fichter, s. 165.

<sup>18</sup> Doğan, ss. 318- 320.



davranışlara yönelir. Böyle bir yargı ise gözlemediği olayları veya nesnelere karşılaştırdığı bir ideale özneyi daha baştan uygun görmüş olur. Böylece değer, değer yargısının etkisi altına girer.

2. Değerler ve Davranışlar: Değerler, yargılar gibi davranışların da esin kaynağıdır. Örneğin, tören kurallarının veya nezaketin yalnız başlarına anlamları yoktur. Bu açıdan gülünç de görülebilmeleri mümkündür. Ancak, bunlara gerçek anlamını veren muhtemelen diğerine saygı olan daha derin bir şeyi somut olarak açıklarlar.

3. Değerlerin Göreceliği: Değerler görecelidir (izafi). Sosyologlara gerçek olan değerler yalnızca belirli bir topluma ait olan değerlerdir. Ayrıca, belirli bir zaman aralığına aittirler. Bunun nedeni, bir toplumdan diğerine değiştikleri kadar zamanla değişikliğe uğrayabilmektedirler.

4. Değerlerin Duygusal Yükü: Bir değer benimsenmesi genel olarak zihinsel aşamalardan geçmiş mantıklı bir hareket sonucunda oluşmamaktadır. Bu çerçevede, bir değer benimsenmesi anlık ve doğrudan meydana gelen bir uşa vurma ve sezgi karışımıdır. Duygusalılık ise bu karışımın önemli rol oynamaktadır. Esas itibarıyla, değeri anlamlandıran boyut duygu yükü halindedir. Değer, Grupların ve bireylerin hareketlerini yönlendirmede bu duygu yüklülüğünden dolayı önemli bir rol oynar. Bu durum da değerlerin değişim karşısındaki dirençlerini ve statikliğini açıklamaktadır.

5. Değerlerin Hiyerarşik Yapısı: Yapısal olarak bakıldığında değerler dünyası hiyerarşiktir. Günlük konuşma dili için bir değerler piramidinin varlığından söz etmek mümkündür. Bu durum bireyin ya da grupların kabul etmiş oldukları ideallere yönelmelerini basamak basamak gerçekleştirmeyi amaçladıkları bir hiyerarşiyi betimlemektedir. Bu olgu üzerine ise bir takım varsayımların üretilmiş olduğu görülmektedir. Örneğin, Florance Kluckhohn ve Freud Strodbeck'in varsayımları şöyledir: İnsana dair temel sorunsallar bulunmaktadır. Bu sorunsallara insanlar çeşitli çözümler bulmak mecburiyetinde kalmışlardır; sorunsalların her birine karşılık gelebilecek olan çözümlerin sayısı sınırlıdır; diğerlerini saf dışı bırakan bir çözüm biçimi, toplumun üyeleri tarafından tercih edildiği zaman bu çözüm, bu toplumda egemen olan bir değere tekabül etmektedir; ve saf dışı bırakılan diğer çözümler aynı toplumda yine de mevcudiyetlerini sürdürürler. Bu durumda değişken ya da gerçek

olmayan çözümler halindedirler. Kluckohn ve Strodtbeck yukarıda ifade edilen bu varsayımlarını insan doğasının beş temel sorunsalı olduğu düşüncesine dayandırmaktadırlar. Bu sorunsallar: 1- İnsan doğasının tanımı, 2- İnsan ve doğa arasındaki ilişki, 3- Zamanın ayrıcalıklı kategorisi, 4- İnsan faaliyetlerinin özel koşulları, 5. Bireyler arasındaki ilişkilerin özel koşulları.

### 1.3. Değer Kavramının Diğer Kavramlar İle İlişkisi

Değerin ilişki içinde bulunduğu ve anlaşılmasını kolaylaştıran bazı kavramlar bulunmaktadır. Bu kavramlar ile değer bazen aynı anlamda kullanılma yanlışlığına düşülecek kadar birbirine yakındır. Ancak, bu kavramlar değerlerin anlamlı hale gelmesine yardımcı olmaktadır.

#### 1.3.1. Değer ve Kültür

Kültürlü kişi ifadesi kullanıldığı zaman nazik ve kibar, yaşamdan zevk almasını bilen, estetiği analiz edebilen kişiler kast edilmektedir. Bu çerçevede, kültür kavramı servete ve boş zamana sahip olan yukarıda sözü edilen örüntüleri eken ve yetiştiren kişiler için kullanılmaktadır. Sosyolojik gerçek açısından ifade edildiğinde ise toplumdaki her normal kişinin kültürlü olduğu söylenebilir. Bunun nedeni, tüm bireylerin sosyalizasyon sürecinden geçmiş olmalarında aranmalıdır. Bireyler çocukluklarından başlayarak sosyal bir varlık olarak kabul edilir ve çeşitli davranış kalıplarına kendilerini uyarlar. Ancak, bilimsel açıdan kültür kavramının tanımı toplumun üst tabakasında yer alan birkaç şanslı kişiyi içermekte olan tanımlardan oldukça farklıdır ve son derece geniş bir içeriğe sahiptir.<sup>19</sup>

Sosyolojinin temel başlıklarından biri de “kültür” konusudur. Sosyolojik açıdan kültür kavramının da son derece çeşitli yaklaşımlara konu edildiği ve bu çerçevede değişik biçimlerde tanımlandığı görülmektedir. Ancak, bu farklılık, farklı felsefi görüşlerden çok kavramın kendi özü ile ilgili gerçekten kaynaklanmaktadır. Bu doğrultuda, sosyolojik çerçevede yaşama biçimi olan kültür, ait olunan yaşama biçimlerine paralel bir doğrultuda tanımlandığı için çeşitli yaşama biçimleri sayıca farklı kültür tanımlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır.<sup>20</sup> Örneğin, Richard Slotkin’e göre “Kültür, devam eden ve gelişen davranış

<sup>19</sup> Fichter, s. 152.

<sup>20</sup> Doğan, s. 406.

biçimleri, diğer bir deyişle bir görenekler topluluğudur.”<sup>21</sup> Thomas Stearns Eliot'a göre ise “Doğumdan ölüme, sabahtan akşama kadar ve hatta uykuda bile bir halkın sahip olduğu inancı bir bakıma ‘bütün bir yaşama’ şekli olarak görebiliriz ve bu hayat şekline de kültür diyebiliriz.”<sup>22</sup> Ayrıca, sosyoloji ve sosyal antropoloji kitaplarında genellikle yer alan Tylor’ın tanımına göre, “Kültür aslında bilgiyi, sanatı, ahlakı, hukuku, örf ve adetleri kapsadığı gibi, insanın toplumun bir üyesi olması nedeniyle kazanmış olduğu diğer yetenek ve alışkanlıkları da içeren bir bütündür.”<sup>23</sup>

Değer ve kültür kavramları arasındaki ilişki ise değerlerin oluşmasında kültürün yaratmakta olduğu etki çerçevesinde analiz edilmektedir. Rokeach’ın vurguladığı gibi insan değerlerinin oluşmasında kültürün, toplumsal kuralların büyük etkisi bulunmaktadır.<sup>24</sup> Kahle’ye göre ise toplumsallaşma süreci içerisinde insanların değerleri de gelişmektedir. Toplumsal yapı içindeki farklı konumları ve deneyimleri nedeniyle bireylerin değerleri de değişmektedir. Bununla birlikte, kişinin içinde bulunduğu toplumsal kültüre ne ölçüde uyum sağlayacağını belirlemede değerleri işlevsel önem taşımaktadır. Aynı toplumda yaşayarak aynı kültürel niteliklere sahip olan bireylerin farklı davranışlar sergilemesinin nedeni farklı kişisel değerlere sahip olmalarıdır.<sup>25</sup>

### 1.3.2. Değer ve Normlar

Norm Latince kökenli “norma” kelimesinden türemiştir. Kelime dönüşen şekliyle norm düzgü, kural veya ölçü anlamlarında kullanılmaktadır. Norm üzerine yapılmış olan birçok tanımın ortak noktası kavramı kişilerin davranışlarını niteleyen ve sınırlayan bir ölçüt olarak ortaya çıkarmasıdır. Bu çerçevede, insanların birbirlerine karşı nasıl ve ne şekilde davranacaklarını düzenleyen kurallar bütününe norm denilmektedir.<sup>26</sup> Başaran’a göre ise, değer olarak benimsenmiş bir nesne, işlem, düşünce ve eylemin, ne değerde olduğunu ölçmek ve yargılamak için geliştirilen kural, ölçü, ölçek ve ölçümlere norm denilmektedir.<sup>27</sup> Normlar bu işlevleriyle bir ideal belirtir ve olan ile değil fakat olması gerekenle ilgili bir yaptırım gücüne sahiptirler. Ayrıca, normlar toplumsal etkileşimin sonucu olarak öğrenilmektedir.<sup>28</sup>

<sup>21</sup> Aktaran, Nermin Erdentuğ, **Türkiye’de Çağdaşlaşma Eğitim ve Kültür Münasebetleri**, Ankara, 1981, s. 9.

<sup>22</sup> Thomas S. Eliot, **Kültür Üzerine Düşünceler**, çev. S. Kantarcıoğlu, Ankara, 1981, s. 23.

<sup>23</sup> Aktaran, Mustafa E. Erkal, **Sosyoloji (Toplumbilimi)**, 9. Baskı, Der Yayınları, İstanbul, 1998, s. 131.

<sup>24</sup> Rokeach, s. 3.

<sup>25</sup> Clauson J. Clawson ve Donald E. Vinson, "Human Values: An Historical and Interdisciplinary Analysis", in Hunt, H.K. (Eds), **Contributions to Consumer Research**, Cilt:5, s. 397.

<sup>26</sup> Doğan, s. 315.

<sup>27</sup> Başaran, s. 392.

<sup>28</sup> Doğan, s. 315.

Her toplum veya grup kendisine ait olan normları mensuplarına aktarılmasını sağlayan resmi veya gayri-resmi mekanizmalar geliştirir. Toplum veya grup yaşamında bireyin davranış kalıplarını belirleyen toplumsal normlar resmi veya gayri-resmi toplumsal normlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Gayri-resmi toplumsal normlar kapalı toplumlara özgü davranış kalıplarındır. Bu çeşit normlar, küçük gruplarda bireylerin davranışlarını sınırlandırmaktadır. Gayri-resmi normlar yazılı veya sözlü olarak ifade edilmeyen ancak ilişkilerin kendinde bulunan davranışsal yaptırımlardır. Bu yaptırımlar alaya alma, gülme, dedikodu ve aşağılama gibi toplumsal ifade şekillerini kapsamaktadır. Diğer taraftan, resmi normlar karmaşık, gelişmiş ve açık toplumlara ait davranış kalıplarındır. Ayrıca, bu nitelikler modern toplumların özellikleridir. Standartlaşmış ve kurumsallaşmış olan davranış kalıpları modern toplumlarda görülmektedir. Bu standartlar bireylerin birbirlerine karşı ve kurumlar karşısındaki hak ve yükümlülüklerini belirlemektedir. Bu açıdan, bir ülkenin kanunları ve hukuk düzeni o ülke toplumunun resmi normlarını oluşturmaktadır. Bireyler hayatları boyunca hem gayri-resmi hem de resmi normlara uymak mecburiyeti taşımaktadırlar.<sup>29</sup>

Değer ve normların her ikisi de bireyler ve toplum üzerinde etkili olan davranış kalıpları sunmaktadırlar. Ancak, bu işlevler dikkate alındığında arada fazla bir fark görünmemesine rağmen her iki kavram temelde birbirlerinden ayrılmaktadır. Bu farklılıkları Tan şöyle açıklamaktadır: Normlar değerlerden daha belirli, sınırlı ve emredicilerdir. Bu çerçevede, normlar belirli koşullar içinde bireylerin neleri yapabileceklerini ya da yapamayacaklarını gösterirler. Buna karşıt, değerler gerçekleştirmelerine olanak bulunmayan zamanlarda bile varlıklarını sürdürmeye ya da diğer bir deyişle insanlar tarafından benimsenmeye devam ederler. Her bir toplumsal değer birçok toplumsal normun varlığına yol açabilir. Örneğin, bir toplumun temel değerlerinden biri demokrasi olduğunu düşündüğümüzde o toplumda yaşayan vatandaşları demokratik siyasal süreçlere katılmaya iten birçok normun olduğu söylenebilir. Özellikle çağdaş toplumlarda var olan normların önemli bir bölümü toplumun işleyişini ve pratik düzenlemelerini sağlamak amacıyla oluşturulmuş teknik aygıtlar niteliği taşımaktadır. Belirli davranış biçimlerini yasaklamaları ve nasıl davranılması gerektiğini açıkça belli etmeleri neticesinde ise normlar davranışları yönetebilirler. Bu açıdan, genel bir toplumsal değer olan “dürüstlük” bu duruma örnek teşkil edebilir. Şöyle ki, dürüstlük genel bir toplumsal değerdir ancak yine de öğrencilerin sınavlarda kopya çekmelerinin engellenmesi

---

<sup>29</sup> Doğan, ss. 316- 317.

veya bozuk mal satan tüccarın bundan sorumluluğunu belirlemek amacıyla birçok norm konulmuştur.<sup>30</sup>

Sulhi Dönmezler de değer ve norm ayrımını açıklamaya çalışan yazarlardan biridir. Dönmezler'e göre belirli bir durum ya da şartlardan bağımsız olan ve arzu edileni gösteren standartlardır. Normlar ise, belirli şartlar dahilinde, toplumun üyelerinin neleri yapıp neleri yapmayacağını göstermektedir. Değerler normlara göre daha geneldirler, ancak normlar çoğu zaman değerleri cisimleştirir.<sup>31</sup>

### 1.3.3. Değer ve İnanç

İnançlar, bir kültürü benimsemiş olan insanlar tarafından kabul görmüş olan dünyanın işleme biçimiyle ilgili olan ortak düşüncelerdir. İnsanlar tarafından paylaşılan bu ortak düşünceler, geçmişin yorumlanmasına, içinde bulunulan zamanın anlaşılmasına ve geleceğin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. İnançlar kültürün diğer unsurlarına yön verirler ancak kültürün en soyut yönünü oluştururlar.<sup>32</sup>

Rokeach'a göre değer var olan üç inanç tipinden biridir. Bunlardan birincisi tanımlayıcı ve var oluşçu inançlardır. Bu tip inançlar doğruyu ve yanlışını belirleme kapasitesine sahiptir. İkinci tip inançlar ise değerlendircidir. Burada iyi ve kötü değerlendirmesi yapılmaktadır. Üçüncüsü ise örf ve adetlerle yerleşmiş olan inanç tipidir. Bu inanç tipinde bazı davranış modellerine veya yaşam amaçlarının arzu edilebilir ya da edilemez olduğuna karar verilir. Değerler de bu üçüncü şekilde yer alan inanç tipleridir.<sup>33</sup> Feather ise değerler ile inançların kavramsal açıdan aynı anlamda kullanılmasını doğru bulmamakta ve Rokeach'ın yaklaşımını eleştirmektedir. Bu çerçevede Feather, inançların duygusal açıdan tarafsız olduğunu, tersine değerlerin taraflı ve duygusal anlam taşıyan unsurlar olduğunu söylemektedir. Feather, değerlerin tasvir edici ve değerlendirci inançlara daha yakın olduğunu ifade etmektedir.<sup>34</sup>

<sup>30</sup> Mine Tan, **Toplumbilimine Giriş, Temel Kavramlar**, Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları, Ankara, 1981, s. 124.

<sup>31</sup> Aktaran, Kürşad Yılmaz, **Eğitim Yönetiminde Değerler**, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, 2008, s. 61.

<sup>32</sup> Mehmet Şişman, **Örgütler ve Kültürler**, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, 2002, s. 3.

<sup>33</sup> Aktaran, Murat Taşdan, **Türkiye'deki Resmi ve Özel İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Bireysel Değerleri ile Okulun Örgütsel Değerleri Arasındaki Uyum Düzeyi, İş Doymu ve Algılanan Sosyal Destek İle İlişkisi**, Yayımlanmış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Politikası Ana Bilim Dalı, Ankara, 2008, s. 49.

<sup>34</sup> Norman T. Feather, **Values in Education and Society**, The Free Press, New York, 1975, s. 4.

Değerler ne olması gerektiğini açıklarken, inançlar neyin ne olduğunu açıklarlar. Diğer bir deyişle değerler bireyin doğrusu, yanlışı, iyiyi ve kötüyü belirlemesine yararmakta olan ölçütlerdir. Esas itibariyle, değerler belli ölçülerde inançlar çerçevesinde oluşmaktadır. İnançlar kültürün en derin yönünü teşkil ederler, değerler ise kültürün daha somut yönünü temsil etmektedir.<sup>35</sup>

#### 1.3.4. Değer ve Etik

Etik kavramı her geçen gün günlük hayatta daha fazla kullanılmaktadır. Etik bir felsefe alanı olarak ahlaki olanın özünü ve temelini araştırmaktadır. Etik sözcüğü Yunanca karakter, gelenek, adet ve usul anlamlarında kullanılan “ethos” sözcüğünden türemiştir.<sup>36</sup>

Etik ve Ahlak kavramları çoğu zaman birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Ancak, iki kavramın esas itibariyle birbirinden farklı olduğunu belirtmek gerekir. Ahlak idealler ve kültürel değerleri temel alarak doğrular ve yanlışları ve bunları uygun olarak ne şekilde davranılması gerektiğine ilişkin yazılı olmayan standartları belirlemektedir. Diğer taraftan, etik soyut kavramlara dayanmaktadır. Ayrıca etik, soyut kavramlardan ne anlaşılması gerektiğini tanımlamaya çalışmaktadır. Etik kurallardan açık bir alana ilişkin olarak yazılı kurallara sahip olması beklenmektedir. Buna örnek olarak sanat etiği, tıp etiği ve eğitim etiğini göstermek mümkündür. Bu alanlar daha çok kendilerine özgü ilkeleri içermektedir ve evrensel olarak kabul edilmiş olan kavramlara dayalı olarak geliştirilirler.<sup>37</sup>

Bireylerin eylemlerini ahlaki açıdan değerli veya değersiz kılan unsurların ne olduğu etik tartışmalarında ele alınan temel konudur. Bu açıdan, etik ve değer ilişkisini, değerlerin bireylerin davranış, düşünce, karar ve tercihlerinin belirleyici olması açıklamaktadır.<sup>38</sup>

#### 1.3.5. Değer ve Vizyon

Son dönemlerde sıklıkla kullanılmaya başlanan kavramlardan biri de “vizyon” dur. Vizyon kelimesi dilimizde görünüm, ülkü ve sağgörü gibi anlamları içermektedir.<sup>39</sup>

<sup>35</sup> Şişman, s. 3.

<sup>36</sup> Onur Aydın, “Eğitim ve Öğretimde Etik”, [istanbul.meb.gov.tr/upload/bolumler/etik/egitim\\_ve\\_ogretimde\\_etik.ppt](http://istanbul.meb.gov.tr/upload/bolumler/etik/egitim_ve_ogretimde_etik.ppt) (Erişim Tarihi: 07.10.2010)

<sup>37</sup> İnyet Pehlivan Aydın, **Eğitim ve Öğretimde Etik**, Pegem Yayıncılık, Ankara, 2003, s. 16.

<sup>38</sup> Yılmaz, s. 64.

<sup>39</sup> Türk Dil Kurumu, <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=vizyon&ayn=tam> (Erişim Tarihi: 07.10.2010)

Akademik literatürde ise “vizyon”a ilişkin birçok tanım yapılmıştır. Örneğin vizyon, Quigley’e göre gelecek için bir yol haritası<sup>40</sup>; Özden’e göre, sahip olunan değerlerin anlam ve yansımaları ile zihinde çizilen tablo<sup>41</sup>; Senge’ye göre, arzulanan gelecekte yaşamaya ilişkin bir resmin çizilme ve paylaşılma süreci<sup>42</sup>; Çelik’e göre, gelecekte olabilecek ya da oluşturulabilecek bir durumun bugün için düşünce seviyesinde oluşturulmasıdır.<sup>43</sup> İşletme yönetimi çerçevesinde ise vizyon gelecekte ulaşılması hedeflenen durumun ya da varılmak istenen noktanın resmini ifade eder.<sup>44</sup> Başka bir tanımla vizyon, işletmenin gelecekteki durumunun sözcüklerle ifade edilmiş bir hedefidir.<sup>45</sup>

Değer ve vizyon arasındaki ilişkiye bakıldığında ise vizyon sahip olunan değerlerin göstermiş olduğu yoldur. Vizyonun değerlere dayanması, değerlerin de vizyona dönüşmesi gerekir.<sup>46</sup> Bir örnekle açıklamak gerekirse Yapı Kredi Bankası vizyon olarak finans sektörünün tartışmasız lideri olmayı belirlemiştir. Bu vizyon çerçevesinde Yapı Kredi çalışanları, Banka’nın değerleri çerçevesinde hareket eder, kurumu geleceğe taşıyacak faaliyetlere katılır. Banka bu değerleri ise özgürlük, adil olma, açıklık, güven ve saygı duyma olarak ifade etmiştir.<sup>47</sup>

### 1.3.6. Değer ve Tutumlar

Tutum; bir bireye atfedilen ve onun psikolojik bir obje ile ilgili olarak davranışlarını, düşüncelerini ve duygularını düzenli bir şekilde oluşturan bir eğilimdir.<sup>48</sup> Tutumlar, genel olarak hoşlanma veya hoşlanmamalardır. Tutumlar durumlar, nesnelere, kişiler ve gruplar gibi çevrenin tanımlanabilmekte olan özelliklerine karşı duyulan yakınlık veya iticiliktir.<sup>49</sup>

<sup>40</sup> Joseph V. Quigley, **Vizyon Oluşturulması Geliştirilmesi ve Korunması**, çev. Berat Çelik, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 1998, s. 29

<sup>41</sup> Yüksel Özden, **Eğitimde Yeni Değerler**, Pegem Yayıncılık, Ankara, 2008, s. 39.

<sup>42</sup> Peter M. Senge, **Beşinci Disiplin**, çev. Ayşegül İldeniz ve Ahmet Doğukan, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1996, s. 165.

<sup>43</sup> Vehbi Çelik, **Eğitimsel Liderlik**, Pegem Yayıncılık, Ankara, 2000, s. 166.

<sup>44</sup> Selen Doğan ve Celal Hatipoğlu, “Küçük ve Orta Boy İşletmelerde Vizyon Açıklamasının İşletmenin Performansına İlişkin Bir Araştırma”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 23, Sayı:2, 2009, s. 83.

<sup>45</sup> Hayri Ülgen ve S. Kadri Mirze, **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, Literatür Yayınları, İstanbul, 2004, s. 179.

<sup>46</sup> Özden, s. 37.

<sup>47</sup> Yapı Kredi Bankası, “Vizyon ve Değerler”, [http://www.yapikredi.com.tr/tr-TR/yapikredi\\_hakkinda/vizyonvedegerler.aspx?q=18](http://www.yapikredi.com.tr/tr-TR/yapikredi_hakkinda/vizyonvedegerler.aspx?q=18) (Erişim Tarihi: 07.10.2010)

<sup>48</sup> Çiğdem Kağıtçıbaşı, **İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş**, Cem Ofset Matbaacılık, İstanbul, 1979, s. 84.

<sup>49</sup> Rita L. Atkinson, Richard C. Atkinson ve Ernest R. Hilgard, **Psikolojiye Giriş**, çev: Kemal Atalay ve Diğerleri, Sosyal Yayınlar, İstanbul, 1995, s. 721.

Bazı psikologlara göre değerler tutumlardan daha genel ve daha temeldirler. Bazı psikologlar ise yapmış oldukları standart testler ile değerler ile sosyal tutumlar arasında ilişkileri ortaya çıkarmışlardır. Bunlara göre, değerler paylaşılmış ve genelleşmiş tutumları temsil eder.<sup>50</sup> Bu çerçevede, insanların benimsemiş oldukları çeşitli değerler tutumlarına yansiyabilmektedir. Örneğin, siyasi değerleri etik değerlerinden daha ağır basmakta olan bir politikacı seçim kampanyası sırasında verdiği sözleri yerine getirmemesinden dolayı bir sıkıntı içinde olmayabilir. Bu kişinin sözünde durma davranışına ilişkin tutumunda değerler daha ağır basmaktadır. Bu kişi davranışını sözünde durmamak olarak değil de siyasetin bir gereği olarak görebilir. Sonuç olarak, bu kişinin sözünde durmama olgusuna karşı takınacağı tutum farklılaşmıştır ve bu tutumu davranışına yansımaktadır. Bu örnekte de görüldüğü üzere değerler tutumların oluşmasında ve davranışların gerçekleştirilmesinde önemli bir belirleyici olabilmektedir.<sup>51</sup>

Rokeach ise değerler ve tutumların aslında birbirinde farklı kavramlar olduğunu 7 nokta üzerinde durarak açıklamaktadır<sup>52</sup>:

1. Değer bir tek inancı açıklamakta, tutum ise belirli bir nesne ve duruma odaklanmış farklı inançların tamamının bir örüntüsüdür.
2. Değer nesne ve durumların ötesinde bir nitelik taşımaktadır. Tutum ise belirli nesne ve durumlar üzerine odaklanmaktadır.
3. Değerler bir standardı açıklamaktadır. Ancak tutum, standarttan uzak bir kavramdır.
4. Birey istenilen davranış şekilleri ve varlığının son durumu ile ilgili daha önce öğrenilmiş inançlarının sayı kadar değere sahipken, belirli nesne ve durumlara doğrudan veya dolaylı bir şekilde karşılaştığı tutuma sahiptir.
5. Değerler bireylerin kişiliğinde tutumlar ile karşılaştırıldığında daha merkezi bir yerdedir.

<sup>50</sup> Erol Güngör, Değerler Psikolojisi, Hollanda Türk Akademisyenler Birliği, Amsterdam, 1993, s. 55.

<sup>51</sup> Aişe Çifçi, Değerler Psikolojisi Nedir?, [http://www.aktuelpsikoloji.com/haber.php?haber\\_id=5012](http://www.aktuelpsikoloji.com/haber.php?haber_id=5012) (Erişim Tarihi: 07.10.2010)

<sup>52</sup> Rokeach, s. 18.



6. Değerlerler motivasyon ile daha yakın bir ilişkiye sahiptir ve ayrıca tutumlardan daha dinamik özellik gösterirler.

7. Değerler benliğin korunması, bireyin kendisini gerçekleştirme ve topluma uyum gibi işlevleri yerine getirmektedir. Ancak, tutum bu işlevlerle değil yalnızca çıkarımlar ile ilgilenmektedir.

### 1.3.7. Değer ve İhtiyaç

Gereksinim ve güçlü istek anlamında kullanılan ihtiyaç kavramı<sup>53</sup> ile değer kavramı çoğu zaman birbirinden farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Ancak, zaman zaman her iki kavramın da aynı anlamda kullanıldığı görülmektedir.

Rokeach'a göre değerlerin ve ihtiyaçların birbir karşılığı yoktur. Rokeach her iki kavramın aynı olduğu kabul edildiği zaman kapladıkları alanların da aynı olduğunu kabul etmek mecburiyetinde kalmacağını ifade etmektedir. Bu çerçevede Rokeach ihtiyaçların kapladığı alanın değerlere oranla daha büyük olduğunu vurgulamaktadır. Rokeach değerlerin, ihtiyaçların bilişsel simgesi ve dönüşüme uğramış hali olduğunu savunmaktadır.<sup>54</sup>

Diğer taraftan ise Maslow, bireylerin kendini gerçekleştirme hem bir değer hem bir ihtiyaç olarak sınıflandırmaktadır. Maslow'a göre bireylerin sahip oldukları kapasitelerin karşılanması gerekli bir ihtiyaçtır, bu nedenden dolayı da aynı zamanda içsel bir değerdir.<sup>55</sup>

## 1.4. Değer Teorileri

### 1.4.1. Maslow'un Değer Teorisi

Abraham Maslow geliştirmiş olduğu ihtiyaçlar teorisi ile bilinmektedir. Maslow tüm organizmaların kendi kendilerini yönettiğini, kendi kendilerini düzenlediğini ve özerk bir biçimde yaşamlarını sürdürdüklerini belirtmektedir. Maslow organizmaların bu içsel ya da verili yapısının her zaman için düzenli olarak işlediğini ifade etmektedir. Ancak Maslow,

<sup>53</sup> Türk Dil Kurumu, <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime= ihtiya%E7&ayn=tam> (Erişim Tarihi: 07.10.2010)

<sup>54</sup> Rokeach, s. 20.

<sup>55</sup> Maslow'un yaklaşımı ile ilgili detaylı bilgi için bkz, Abraham H. Maslow, **Toward a Psychology of Being**, Chapman and Hall, New York, 1982.

bazen organizmaların kendiliğinden çalışmakta olan bu yapıdan sapmalar gösterdiğini ve böyle bir durumun hastalık olarak nitelenebileceğini vurgulamaktadır. Bu çerçevede, fiziksel veya ruhsal olarak hasta olan insanlar gözlemlendiğinde, gerçek hayatın içinde iyi seçim yapanlar ile kötü seçim yapanların bulunduğu altını çizmektedir.<sup>56</sup> Bu ilişkide Maslow değer teorisine katkıda bulunacak önemli deneyimlerin bulunduğunu ifade etmeye çalışmaktadır. Maslow'a göre iyi seçim yapanlar genellikle güçlü olmaktadır ve her şeyin en iyisini alma konusunda zayıf tercihte bulunanlardan çok daha fazla ön planda yer alırlar. İnsanlarda da bu süreç, diğer organizmalarda olduğu gibi, işlemektedir ve sosyal yapı içinde güçlü olanlar her zaman iyi seçim yapanlardır. Bundan dolayı, değer teorileri, belirli bir insanın veya insan grubunun tercihlerinin istatistiksel tanımlamalarına dayanmadığı sürece yeterli olmayacaktır. Maslow'a göre uzun vadede insan türü için iyi olan şeyin ne olduğunu ancak sağlıklı insanların seçimleri, denemeleri ve yargıları söyleyebilmektedir. Maslow bu anlayışın faydacı ahlak teorilerinin ve hedonistik değer teorilerinin özünü oluşturduğu belirtmektedir. Hatta Maslow daha da ileri giderek herhangi bir ahlaki kuralın yalnızca insanların yapısal farklılıkları ile ilgilenebileceğini ifade etmektedir.<sup>57</sup>

İnsanlardaki bu yapısal farklılıklar dikkate alındığında Maslow, bazı değerlerin tüm insanlar tarafından kabul edilmediğini ancak bazı değerlerin ise tüm insanlar için ortak olduğunu söylemektedir. Maslow, kendisinin temel ihtiyaçlar olarak adlandırdığı ihtiyaçlar hiyerarşisinin büyük olasılıkla tüm insanlar için ortak olduğunu, bu nedenle de paylaşılan değerler olduğu tespitini yapmaktadır. Netice itibarıyla, Maslow'a göre değerler ihtiyaçlara bağlı olarak oluşmaktadır.<sup>58</sup>

Ayrıca Maslow, insanların kullanmak mecburiyetinde hissettikleri kapasite alanlarına sahip olduğunu vurgulamakta ve bu alanların kullanımı sonucunda değerlerin oluştuğunu ifade etmektedir. Buna örnek olarak, entelektüel kapasitesi olan bir kişinin bu kapasitesini kullanmak istemesi gösterilebilir. Yani, Maslow için kapasite alanları ihtiyaçlar ve aynı zamanda değerlerdir. Ancak, kapasitelerin farklılaşması durumunda değerler de farklılaşmaktadır.<sup>59</sup>

---

<sup>56</sup> Ibid, s. 151.

<sup>57</sup> Ibid, s. 152.

<sup>58</sup> Ibid, s. 152.

<sup>59</sup> Ibid, s. 152.

Maslow, güçlülük ve önceliklerine göre ihtiyaçların ve değerlerin hiyerarşik olarak birbirleriyle ilişki içinde olduklarını belirtmektedir. Örnek olarak, güvenlik ihtiyacı sevme ihtiyacına kıyasla daha güçlü, hayati ve baskılıdır.<sup>60</sup>

Maslow, değer probleminin tüm bu bilgilerin kullanılması durumunda çözülebileceğine inanmaktadır. İnsanların nihayetinde ulaşmak istedikleri tek değerini kendini gerçekleştirmek olduğunu ifade etmektedir.

#### 1.4.2. Graves'in Değer Teorisi

Graves insanın değerlerini ve yaşam şekillerini varoluşçu bir yaklaşım çerçevesinde ele almaktadır ve hiyerarşik bir düzenlemeye indirgemektedir. Graves'e göre insanın doğası açık bir sistemdir. Sabit bir düzeyden diğerine sıçrayarak insanın yapısı gelişmektedir. Yeni bir sabit düzeye her geçişinde insanın psikolojisi yeni bir biçim almaktadır. Bu nedenden dolayı değerler, sistemden sisteme farklılık göstermektedir. Hiyerarşik sistemde her başarı durumu bir denge durumudur ve denge durumuna ulaşan birey, hiyerarşinin bir üst basamağına geçmektedir. Graves denge durumlarına ait psikolojik nitelikler bulunduğunu ve bu niteliklerin her denge durumunun kendisine özgü olduğunu ifade etmektedir. Bir denge durumuna ait güdü, duygulanım, değerler, düşünceler ve tercihler bulunmaktadır. Düzeyin değişmesi durumunda ise bireyin yeni düzeye ait olma aşaması, bireyin yeni duruma uyumunu sağlayacak olan yeni değerleri edinmesini sağlamaktadır.<sup>61</sup>

Graves'in belirlemiş olduğu var olma düzeyleri aşağıda yer almaktadır<sup>62</sup>:

- I. Düzey: Tepkisel Var Olma: Değerler tepkiler ile belirlenmektedir. Bu düzeyde, insanlar temel fizyolojik ihtiyaçlarını gidermeye çalışmaktadır.
- II. Düzey: Geleneksel Var Olma: Bu düzeyde, ihtiyaç neslin devamını sağlamaktır. İnsanlar, bu düzeyde, yalnızca var olma ihtiyacı duyarlar.
- III. Düzey: Ben Merkezli Olma: Bu düzeyde, birey olma dürtüsü çok güçlüdür. İnsan olma olgusu bu düzeyde belirginleşmektedir. Başkaları üzerinde baskı kurma güdüsü bu düzeyde çok yüksek olduğu için değerler de bu amaca hizmet edecek biçimde şekillenmektedir.

<sup>60</sup> Ibid, s. 153.

<sup>61</sup> Selahattin Turan ve Dilek Akan, "Okul Hayatında Var Olan ve Olması Düşünülen Sosyal Değerler", **Türk Eğitim Bilimleri Dergisi**, Cilt: 6, Sayı: 2, 2008, ss. 228- 229.

<sup>62</sup> Ibid, s. 229.

- IV. Düzey: Özverili Var Olma: Ölümden sonraki yaşam için var olmanın ağırlık kazandığı düzeydir. Bu düzeyde, tanrının koyduğu değerlere yönelim güç kazanmaktadır.
- V. Düzey: Materyalist Var Olma: Bu düzeyde, dünyanın sırlarını keşfetme ve dünyayı yönetme duyguları egemendir.
- VI. Düzey: Toplumsal Var Olma: Bu düzeyde, çağdaş yaşam şekillerinin sunduğu rasyonel değerlerden çok insanı değerler ön plana çıkmaktadır. Artık diğer insanlar önemli bir hale gelmiş ve toplumun bir bütün olarak değerlendirilmesine yönelinmiştir.
- VII. Düzey: Varoluş: Değer sisteminin temeli bilgi ve evrenle ilgili gerçeklere dayanmaktadır. Bu düzede, insan kendine güvenmekte ve hayata, bağımsızlığa ve toplumun çıkarlarına değer vermektedir. Farklı değerler hoş görü ile karşılanmakta, otoritenin kontrolsüz olarak kullanımına karşı çıkılmaktadır.

### 1.4.3. Allport, Vernon ve Linzey'in Değer Teorisi

Allport, Vernon ve Linzey değerler sisteminin altı boyutu olduğunu savunmaktadır. Bu altı değer aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır<sup>63</sup>:

Estetik Değer: Bir nesne ya da olaya birey tarafından yüklenen estetik özelliklerdir. Şekil ve ahenk önem kazanmaktadır. Estetik değeri yüksek olan bireyler, zarafet, uyum, simetri ve güzellik gibi kavramlara önem vermektedir.

Teorik Değer: Bireyler gözlem ve analiz gibi rasyonel yöntemler ile bilgi edinirler ve bu bilgiler ile kendilerine bir değer sistemi oluştururlar. Bu değer kapsamında en önemli kavramlar, muhakeme, gözlem, eleştiri ve rasyonel düşüncedir.

Dini Değer: Evrenin bütünlüğünü anlamak ve betimlemek için kutsal ve ahlaki öğeler taşıyan inançlar birey için önem kazanmaktadır.

Siyasi Değer: Bu değer boyutunda ağırlık kazanan kavram güçtür. Gücü başkalarının üzerinde kullanma duyguları ağır basmaktadır.

<sup>63</sup> Gordon Allport, E. Vernon ve G. Linzey, **A Study of Values**, 3. Baskı, Houghton-Mifflin, Boston, 1960, ss. 124- 130.

Sosyal Değer: Sevgi, bu değeri benimseyen bireyler için en çok önem verilen kavramdır. Sevginin hayatı şekillendirdiği düşüncesi önem kazanmaktadır. Gerçek sevgiye ulaşmak ve dostluklar kurmak bireyin amacıdır.

Ekonomik Değer: Ekonomik değerlerde ana kavram maddi olarak fayda sağlamaktır. Birey öncelikle servet edinmeye ve diğer kişileri geçmeye çalışır.

Allport, Vernon ve Linzey'e göre yukarıda ifade edilen altı değer bireyler arasındaki farklılıkları göstermektedir. Bir birey için daha önemli olan bir değer başka bir birey için daha az önemli olabilir. Bireylerin önem verdikleri bir veya birkaç değer o bireylerin hayatını yönlendirebilmektedir. Bir bireyin hayattaki amacı, o bireyin seçtiği veya yoğun olarak önem verdiği değer boyutu ile şekillenmektedir.<sup>64</sup>

Ayrıca, Allport, Vernon ve Linzey altı değer alanının nisbi ölçmek için bir test hazırlamışlardır. Bu testin içeriğini tercih ifadeleri ve muhtemel cevaplar oluşturmaktadır. Testte bireyler birbirine zıt olan ifadeler içinden belirli bir ifade yönünde tercih yapmaktadırlar. Cevapların analiz edilmesi sonucunda ise teste katılan her birey için bir profil ortaya çıkarılmaktadır.<sup>65</sup>

#### 1.4.4. Kahle'nin Değer Teorisi

Lynn R. Kahle'ye göre değerler bireysel davranışların anlaşılmasında önemli etkenlerdir. Bireylerin tutumlarının gelişmesinin temelini oluşturan değerlerdir. Tutumlarda karar verme davranışının oluşmasına yön veren değerlerdir.<sup>66</sup> Değerleri daha iyi açıklamak amacıyla 1983 yılında sekiz değerden oluşan bir değerler listesi hazırlamıştır. Bu değerler listesi aşağıda yer almaktadır<sup>67</sup>:

Ait Olma Değeri: Bu değer aile, arkadaşlar ve çevre tarafından önemsenen biri olma ihtiyacını açıklamaktadır.

<sup>64</sup> Ibid, s. 133.

<sup>65</sup> Peter Herriot, **Values, Attitudes and Behaviour Change**, Methuen & Co., New York, 1982, s. 21.

<sup>66</sup> Yeonshin Kim, **The Impact of Personal Value Structure on Consumer Proenvironmental Attitudes, Behaviours, and Consumerism: A Cross- Cultural Study**, UMI Dissertation Publishing, Michigan, 2002, s. 25.

<sup>67</sup> Sharon E. Beatty, Lynn R. Kahle, Pamela Homer ve Shekhar Misra, "Alternative Measurement Approaches to Consumer Values: The List of Values and Rokeach Value Survey", **Journal of Psychology and Marketing**, Cilt: 2, 1985, s. 186.

Kendine Saygı Duyma Değeri: Kendisine güvenen ve yapmış oldukları ile gurur duyan birisi olmayı ifade etmektedir.

Güvende Olma Değeri: Karşılaşılacak sorunlardan ve güçlüklerden korunarak bireyin kendisini güvende hissetmesini açıklamaktadır.

Hayattan Zevk Alma Değeri: Bireyin zevkli ve mutlu bir yaşamı sürdürmesinin önemini belirtmektedir.

Yakın İlişkiler Kurma Değeri: Bireyin çevresinde sevilen biri olmasını ve tandık ve arkadaşları ile yakın ilişkiler geliştirmesini ifade etmektedir.

Başkalarından Saygı Duyma Değeri: Bireyin çevresini oluşturan insan tarafından kabul görmesini ve saygı duyulmasını açıklamaktadır.

Başarılı Olma Değeri: Bireyin yaşamında istemiş olduğu tüm şeylere ulaşabilen birisi olmasını açıklamaktadır.

Kişisel Gelişim Sağlama Değeri: Bireyin yeteneklerini en iyi şekilde kullanmasını ve kendisiyle barışık olmasını ifade etmektedir.

Yukarıda ifade edilen Kahle'nin değerler listesi çerçevesinde yapılan araştırmalarda bu değerler ikiye ayrılarak incelenmiştir. Bunlar yakın ilişkiler kurma, kendine saygı duyma, hayattan zevk alma ve başarılı olma, kişisel gelişim sağlama gibi "içsel odaklı değerler"; ve güvenlik, başkalarından saygı görme ve ait olma duygusu gibi "dışsal odaklı değerler"dir. Kahl, dışsal odaklı bireylerin problem çözmede kadercı, içsel odaklı bireylerin ise problem çözmede iç dünyalarının etkisi altında kaldığı tespitini yapmaktadır.<sup>68</sup>

#### **1.4.5. Hofstede'nin Değer Teorisi**

Uluslararası alanda değerler ile ilgili çalışmaları bulunan araştırmacılardan biri de Greet Hofstede'dir. Hofstede bireyin kendisinin ve içinde bulunduğu durumun davranışlarında etkili olduğunu vurgulamaktadır. Hofstede'ye göre bireyin davranışlarını kestirebilmenin koşulu

<sup>68</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz, Y. Shao, **An Exploratory Examination of the Impact of Personal Values on Sport Consumption Preferences and Behaviour: A Cross-Cultural Study**, UMI Ph.D. Dissertation, 2002.

bireyin zihinsel sistematığının ve içinde bulunduğu ortamın bilinmesidir. Zihinsel sistematik bireyin beyin hücrelerinde kayıtlıdır, fakat bu kodları doğrudan gözlemek mümkün değildir. Ancak, bireyin sözleri ve davranışları gözlemlenebilir. Zihinsel sistematığın çözülmesini sağlayan bu sistematığın son aşaması olan sözler ve davranışlardır. Zihinsel sistematik hem bireyin kendisine özgüdür hem de başka bireyler ile benzerdir. Hofstede bu durumu zihinsel sistematığın evrensellik, bireysellik ve kolektiflik özellikleriyle açıklamaktadır. En az kendine özgü ancak en temel özellik evrenselliştir. İnsanın genetik olarak sahip olduğu bu düzey, tüm insanlar için geçerlidir. Bu boyuta giren davranışlara gülmek ve ağlamak örnek gösterilebilir. Kolektiflik düzeyi ise insanların bir bölümü için aynıdır. Bir toplumun üyelerinin aynı dili konuşması buna bir örnektir. Bireysel düzey ise tüm insanlarda farklıdır.<sup>69</sup>

Hofstede zihinsel sistematığı açıklamak amacıyla değer ve kültür kavramlarından faydalanmıştır. Değeri, belirli bir durumun diğerine tercih edilmesi biçiminde tanımlayan Hofstede'ye göre bir topluluğun kültürünü, toplumların ve bireylerin sahip olduğu özellikler olan değerler belirlemektedir.<sup>70</sup> Ayrıca, Hofstede'ye göre değerlerin yoğunluğu ve yönü değerlerin iki unsurudur. Bir duygunun ya da davranışın kişi için uygunluğu o durumun yoğunluğunu, aynı davranışın iyi ya da kötü olması ise değerlerin yönünü belirlemektedir.<sup>71</sup>

Hofstede kültürlerin değerler, yargılar ve davranışlar ile güçlü bir şekilde ilişkide olduğu varsayımı çerçevesinde kültürel değer boyutlarını ortaya koymuştur. Günümüze kadar yapılmış olan en kapsamlı ampirik çalışmalardan biri Hofstede'nin kültür üzerine düşüncelerine dayanmaktadır. 1970'li yıllarda IMB (International Business Machines) dünya çapında ortak prosedür ve standartlar getirmek istemiş, Japonya ve Brezilya'daki fabrikaların çalışmasında halen ciddi farklılıklar bulunması nedeniyle Hofstede'den öneriler geliştirmesi istenmiştir. Bu istek karşısında Hofstede IBM'in çalışmaları ile ilgili farklılıkları araştırmaya başlamıştır. Sonuçta ise organizasyon yapısı, çalışanların eğitim düzeyleri, kurallar ve prosedürler her yerde birbirine benzediğinden, ortaya çıkan farklılıklar çalışanların ve dolayısıyla o ülkenin kültüründen kaynaklanabileceği sonucuna varılmıştır. Yapılan araştırmaları sonucunda ise Hofstede kültürel değer farklılıklarını dört temel boyuta indirgemıştır.<sup>72</sup>

---

<sup>69</sup> Turan ve Akan, s. 230.

<sup>70</sup> Hofstede, s. 19.

<sup>71</sup> Ibid, s. 20.

<sup>72</sup> Melek Tüz, **İşletmelerde Yönetim Modelleri: Avrupa, Amerika, Japonya, Türkiye Uygulamalı**, Aktüel Matbaacılık, İstanbul, 2004, s. 2.

**Güç Mesafesi:** Bir toplumda gücün adil olmayan bir şekilde dağıtılmış olmasını toplumun kabul etmesine güç mesafesi denilmektedir.<sup>73</sup> Gücün neden olduğu farklılıkları asgari seviyeye indirgeyen topluluklar “düşük güç mesafesi”nin bulunduğu kültürü yansıtmaktadırlar. Bunun tersine, gücün benimsenerek kurumsallaştırıldığı toplumlar ise “yüksek güç mesafeli” kültürü yansıtırılar.<sup>74</sup>

**Tablo 1.1** Güç Mesafesinin Toplumsal Etkileri

<b>Düşük Güç Mesafesi</b>	<b>Yüksek Güç Mesafesi</b>
Toplumsal eşitsizlik düşüktür.	Gücü elinde bulunduranların ayrıcalığı belirgindir
İnsanların birbirine olan bağımlılığı eşit düzeydedir.	Güçsüz insanlar güçlü insanlara bağımlıdır.
Güç kullanımı yasaldır.	Güçlü olanlar doğruyu ve yanlışı belirlemektedir.
Güçlü ve güçsüz arasında uyum vardır.	Güçlü ve güçsüz arasında çatışma vardır.
Güçsüzler arasında işbirliği mevcuttur.	Güçsüzler arasında düşük düzeyde işbirliği mevcuttur.
Çocuklara aile bireyi gibi davranılmaktadır.	Çocuklara itaat öğretilmektedir.
Ayrıcalıklar ve statü sembolleri ön plana çıkarılmamaktadır.	Ayrıcalıklar ve statü sembolleri sürekli olarak ön plana çıkarılmaktadır.

Kaynak: Tüz, 2004, s. 4.

**Belirsizlikten Kaçınma:** Belirsizlikten kaçınma, değişmelerin ve tahmin edilemez şekilde geliştiği, karmaşıklığın bulunduğu ve bilginin yetersiz veya açık olmadığı ortamlardan bir topluluğun duyduğu tedirginliğin seviyesi ile ilgilidir.<sup>75</sup> Belirsizlikten kaçınma özelliğinin yüksek olduğu toplumlarda bireyler belirsiz ve yazılı kurallarda belirtilmeyen riskli ve şüpheli durumlardan kaçınmakta ve otorite, hiyerarşi ve yazılı kurallara bağlı kalmayı tercih ederek kendilerini güvenceye almaya çalışmaktadırlar. Bu toplumlarda bireyler düşüncelerinde ve davranışlarında farklılaşma ve değişimlere pek hoşgörülü yaklaşmazlar. Bu durumun tersine,

<sup>73</sup> Lim Lrong, “Work Related Values of Malays and Chinese Malaysians”, **International Journal of Cross Cultural Management**, Cilt:1, Sayı:2, 2001, s. 211.

<sup>74</sup> Tüz, s. 4.

<sup>75</sup> Nejat Basım, “Belirsizlikten Kaçınma ve Güç Mesafesi Kültürel Boyutları Bağlamında Asker Yöneticiler Üzerinde Görgül Bir Araştırma”, <http://www.kho.edu.tr/yayinlar/bilimdergisi/bilimder/doc/2000-2.doc> s. 35, (Erişim Tarihi: 13.10.2010)



belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu toplumlarda bireyler daha özgür bir şekilde hareket etmeyi, yeniliklere ve değişikliklere açık olmayı ve risk üstlenmeyi tercih etmektedirler. Yunanistan, Portekiz, Guetamala, Uruguay ve Salvador Hofstede tarafından belirsizlikten kaçınmanın en yüksek olduğu toplumlar olarak gösterilmiştir. Diğer taraftan, Hofstede, Singapur, Danimarka, Hong Kong, İngiltere ve İrlanda'yı belirsizlikten kaçınmanın en düşük olduğu toplumlar olarak tespit etmiştir. Hofstede'nin bu farkların toplumların özelliklerine dayandığını vurgulamaktadır. İleri demokrasilerde ve dinsel konularda toleransın yüksek olduğu ülkelerde belirsizlikten kaçınma zayıf düzeydeyken; genç demokrasilerde ve dinsel konularda toleransın düşük olduğu toplumlarda belirsizlikten kaçınma yüksek düzeydedir.<sup>76</sup>

Bireycilik ve Toplumculuk: Bireycilik ve karşıtı olan toplumculuk kültürel değerlerin farklılıklarını ortaya koyan bir diğer boyuttur. Bireycilik ve ortaklaşa davranış toplumsal yaşamda var olan bireylerin arasındaki bağların güçlü ya da zayıf olmasını ifade etmektedir. Esas itibarıyla, bireycilik ve ortaklaşa davranış bireyin kendini nasıl tanımladığı ile ilgilidir. Bireysellik; bireysel veya kollektif başarıyı ve bireyler arasındaki ilişkileri destekleme derecesine odaklanmaktadır. Ayrıca bireycilik gruptan bağımsız olma, uzaklık, özerklik ve özgürlük gibi kavramlar ile açıklanmaktadır. Diğer taraftan, toplumculuk, grup içi uyum, güven ve gruba bağımlılık gibi kavramlarla şekillendirilmektedir. Toplumculukta; bireyler diğer gruplarda ya da büyük ailelerde yer alır, Kimlik ait olunan sosyal şebekelere dayanır, yüksek bağlamlı iletişim söz konusudur, çocuklarda “biz” kavramı vardır, uyum ve çatışmalardan kaçınma önem taşımaktadır. Bireycilikte ise; bireyler sadece kendileriyle ilgilenir, kimlik bireylere dayanır, düşük bağımlı iletişim mevcuttur, çocuklar “ben” şeklinde düşünürler ve bireyin özel hayatına girmek suçtur.<sup>77</sup>

Erkek ve Kadına Özgü Değerler: Erkek ve kadına özgü değerler, cinsiyetin toplumda kadınların ve erkeklerin oynadığı rolleri ne kadar belirlediğini göstermektedir. Kadına özgü değerler; bireylerin bakımını sağlamak ve onları korumak, bireyler arasındaki sıcak ilişkilere önem vermek ve herkese alçak gönüllü olmaktır. Erkeğe özgü değerler ise; maddiyat, başarı, ilerleme, para ve hırsır.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> Tüz, ss. 8- 9.

<sup>77</sup> Tüz, s. 13 ve 16.

<sup>78</sup> Ibid, s. 18 ve 21.

#### 1.4.6. Rokeach'ın Değer Teorisi

Değerler üzerine yapmış olduğu araştırmalar ile tanınan kişilerden biri de Rokeach'tır. Rokeach yaptığı araştırmalarda değerler konusunda bazı varsayımlar ileri sürmüştür. Bu çerçevede, Rokeach'a göre, her bireyin sahip olduğu bir değer ve değerler sistemi bulunmaktadır; bir bireyin sahip olduğu değerlerin toplam sayısı göreceli küçüktür; aynı değere herkes farklı derecede sahiptir; değerler, değer sistemleri için organize olmuştur; bireylerin sahip olduğu değerler toplumun, kültürün, kurumların ve bireylerin kişiliğinin ürünüdür.<sup>79</sup> Rokeach yapmış olduğu bu varsayımlar çerçevesinde bireylerin sahip olduğu bir değerler sisteminin var olduğunu belirtmektedir. Bu değerler sistemi ise bazı özelliklere sahiptir. Bu özelliklerden birincisi değerlerin süreklilik göstermesidir, ikinci özellik ise değerlerin göreceli niteliğidir.<sup>80</sup> Ayrıca, Rokeach'a göre değerler bir inançtır. Bu yaklaşımın neticesinde Rokeach inançları, varoluşçu ve tanımlayıcı inançlar, değerlendirmeci inançlar ve koyucu ve yasaklayıcı inançlar olarak sınıflandırmıştır.<sup>81</sup>

Rokeach değerler araştırmasında değerleri iki kategoriye ayırmış ve her kategoriye onsekiz bireysel değerden oluşturmuştur. Rokeach birinciye kategoriye amaçsal değerler, ikinci kategoriye ise araçsal değerler adını vermiştir. Bu çerçevede, amaçsal değerler bir bireyin yaşam boyu ulaşmak istediği amaçlardır. Araçsal değerler ise bireyin amaçsal değerlere ulaşmak amacıyla tercih ettiği davranış kalıplarıdır.<sup>82</sup>

---

<sup>79</sup> Rokeach, s. 3.

<sup>80</sup> Ibid, ss. 5- 6.

<sup>81</sup> Ibid, s. 7.

<sup>82</sup> Enver Özkalp, **Örgütsel Davranış**, 2. Baskı, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 2004, s. 70.

**Tablo 1.2** Rokeach'ın Amaçsal ve Araçsal Değerleri

Amaçsal Değerler		Araçsal Değerler
1	Rahat bir yaşam	İstekli (çalışkan, arzulu)
2	Heyecanlı ve aktif bir yaşam	Açık görüşlülük
3	Bir şeyi tamamlama duygusu	Becerikli, etkili
4	Dünyada barış (savaştan uzak)	Neşeli, sevinçli
5	Güzelliklerle dolu bir dünya	Temizlik, düzenlilik
6	Eşitlik (kardeşlik, fırsat eşitliği)	Yürekli
7	Aile güvenliği (sevdiklerini koruyabilmek)	Bağışlayıcılık
8	Hürriyet (bağımsızlık)	Yardımseverlik
9	Mutluluk	Dürüstlük
10	İç uyum (içsel çatışmadan uzak)	Hayalcilik, yaratıcılık
11	Olgun bir aşk	Bağımsızlık (kendine yeterlilik)
12	Milli güvenlik	Entellektüellik (esneklik)
13	Zevk (keyifli bir yaşam)	Akıllılık, mantıklılık ve tutarlılık
14	Günahtan arınmış, kurtarılmış	Sevilmek (iyi huylu ve sevgi dolu)
15	Kendi kendine saygı	İtaatkar, saygılı
16	Sosyal tanınma (saygınlık, hayranlık)	Nezaket
17	Gerçek arkadaşlık (yakın dostluk)	Sorumluluk
18	Akıllılık (yaşamı olgunlukla anlama)	Kendilik kontrolü yüksek

Kaynak: Rokeach, 1973.

#### 1.4.7. Schwartz'ın Değer Teorisi

İsrail'in Hebrew Üniversitesi'nin psikoloji bölümünde öğretim üyesi olarak çalışan Shalom Schwartz'a göre değerler, bireylerin yaşmalarında önem gösterdiği şeylerin neler olduğunun algılanmasını sağlayan faktörlerdir. İnsanlar yaşamlarında farklı değerleri benimseyebileceği gibi birden çok değeri de benimseyebilirler. Schwartz, bireylere değerleri ile ilgili sorular yöneltildiğinde nerdeyse kesine yakın cevaplar verildiğini ileri sürmektedir. İnsanların sahip oldukları değerlere uygun bir biçimde hareket etmesi bazen bilinçli bazen de bilinç dışı olarak gerçekleşmektedir. Değerlerin bilinç dışı bir şekilde işlediği durumlarda bile hafıza değerleri

tekrar değerlendirme sürecine sokmaktadır. Bundan dolayı değerler, insanın var oluşunun evrensel gereksinimi olarak ortaya çıkmaktadır.<sup>83</sup>

Schwartz geliştirmiş olduğu değer ölçeği ile dünya çapında kabul görmüş ve ölçeği çok sayıda akademik çalışmaya referans teşkil etmiştir. Shawrtz ve Bilsky (1987- 1990) değerler listesi geliştirmeye yönelik ilk girişimlerini Rokeach'ın değer listesindeki 36 değeri kullanıp Almanya ve İsrail örneklem kitlelerini temel alarak gerçekleştirmişlerdir. 1992 yılında ise Schwartz, Rokeach'ın 36 değerden oluşan listesini 56 değeri kapsayacak bir biçimde genişletmiştir. Schwartz, - 1 ile 7 arasındaki 9 sayının (-1, 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7) yer aldığı seçenekli bir ölçekle değerlerin kendi aralarındaki göreceli önemini ortaya koymaya çalışmıştır. Schwartz geliştirdiği 56 değerlik listeyi kullanarak 54 ülkede önemli çoğunluğu öğrenciler ve öğretmenlerden olmak üzere veriler toplamıştır. Schwartz yaptığı analizler sonucunda ise 56 değerlik listesini, evrensel nitelik taşıdığını düşündüğü 10 değer boyutunda toplamıştır. Schwartz tarafından geliştirilen değer ölçeğinin 54 ülkede yapılmış olması ölçeğin kültürler arası geçerliliğinin saptanmasında önemli bir faktör olarak dikkate alınmıştır.<sup>84</sup>

2001 yılında ise Schwartz yapmış olduğu çalışmada “ayrılık” değerini “özel yaşam” ve “isteklerine düşkün olmak” şeklinde iki değere bölmüştür. Böylece, Schwartz değer listesindeki 56 değeri 57'ye çıkarmıştır. Bu ölçek SVS (Schwartz's Value Survey) olarak adlandırılmaktadır. Ancak Schwartz, SVS yerine, gereken durumlarda, 40 değeri betimleyen PVQ (Portrait Values Questionnaire) ölçeğini de kullanmaktadır. Önemle vurgulamak gerekir ki PVQ ölçeği, 40 farklı insanın betimlemesinin yapıldığı kısa ifadelerden oluştuğu için SVS ölçeğine kıyasla daha az karmaşık bir yapıdadır.<sup>85</sup>

Yukarıda ifade edildiği gibi Schwartz kültürler arasındaki farklılıkları dikkate alarak değerleri 10 gruba ayırarak incelemektedir. Bu değerler aşağıda yer almaktadır<sup>86</sup>:

- Güç (Power): Sosyal güç sahibi olmak, otorite sahibi olmak, zengin olmak, toplumdaki görünümü koruyabilmek.

<sup>83</sup> Bkz, Shalom Schwartz ve A. Bardi, “Values and Behaviour: Strength and Structure of Relations”, **Personality Social Psychology Bulletin**, , Cilt: 29, 2003, ss. 1207- 1220.

<sup>84</sup> Rıdvan Karalar ve Hakan Kiracı, “Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma”, **İşletme Araştırmaları Dergisi**, Cilt:2, Sayı:2, 2010, s. 82.

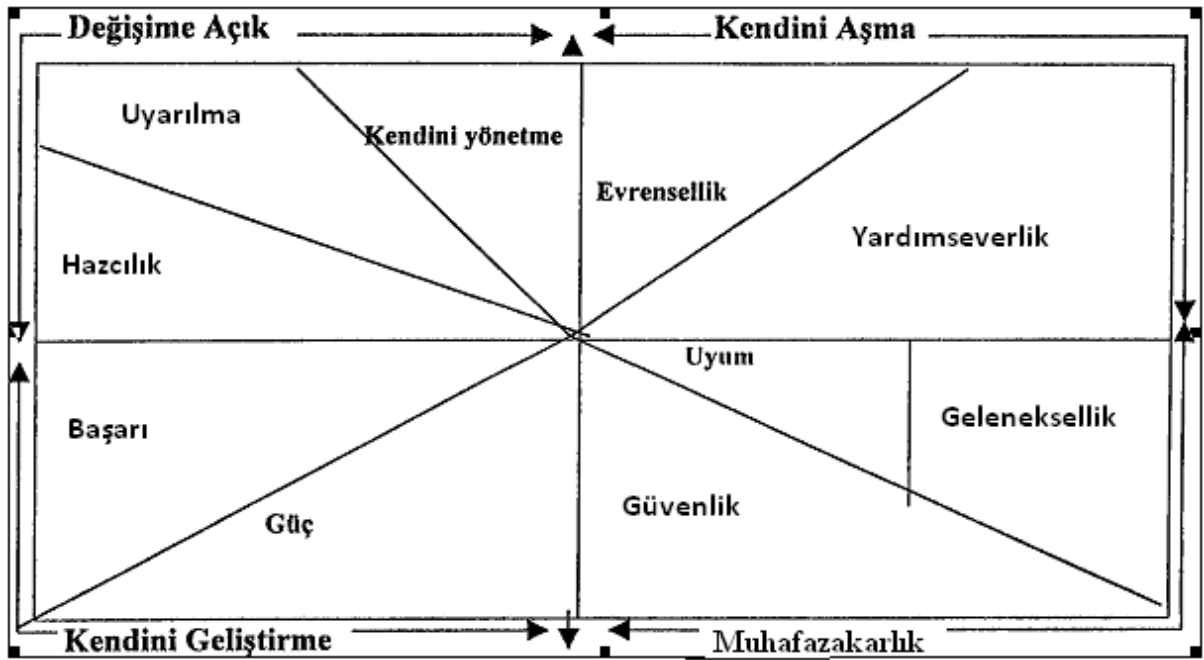
<sup>85</sup> Ibid, s. 82.

<sup>86</sup> Schwartz ve Bardi, ss. 1207- 1220.

- Başarı (Achievement): Başarılı olmak, yetkin olmak, hırslı olmak, sözü geçen biri olmak (zeki olmak).
- Hazcılık (Hedonizm): Zevk, yaşamdan zevk almak, isteklerine düşkün olmak.
- Uyarılma (Stimulation): Cesur olmak, değişken bir hayat yaşamak, heyecanlı bir yaşantı sahibi olmak.
- Kendini Yönetme (Self-Control): Yaratıcı olmak, özgür olmak, kendi amaçlarını seçebilmek, bağımsız olmak, kendine saygılı olmak.
- Evrensellik (Universalizm): Sosyal adaletli, barış içinde güzel bir dünya, erdemli olmak, çevreyi korumak, açık fikirli olmak, eşitlikçi olmak, doğayla bütünlük içinde olmak, iç huzuruna sahip olmak.
- Yardımseverlik (Benevolence): Manevi bir yasama sahip olmak, bağışlayıcı olmak, dürüst olmak, yardımsever olmak, sadık olmak, sorumlu olmak, anlamlı bir yaşama, gerçek dostluğa inanmak.
- Geleneksellik (Tradition): Kendisine düşen hayatı kabullenmek, ılımlı olmak, dindar olmak, alçak gönüllü olmak, geleneklere saygılı olmak, mahremiyete ve özel haklara saygı duymak.
- Uyum (Comformity): İtaatli olmak, ana babaya ve yaşlılara değer vermek, kibar olmak, kendini denetleyebilmek.
- Güvenlik (Security): Ulusal güvenliğe sahip olmak, bağlılık duygusu taşımak, iyiliğe karşılık vermek, toplumsal düzene, aile güvenliğine sahip olmak, sağlıklı olmak, temiz olmak.

Schwartz'ın değer teorisinin iki temel özelliği dikkat çekmektedir. Bu özelliklerden ilki değer teorisinin aşağıdaki şekilde görüldüğü üzere döngüsel bir yapısının olmasıdır. Değer teorisinin diğer özelliği ise değerlerin hiyerarşik bir nitelik taşımasıdır. Değer teorisinde on değer Şekil 1.1'de görüldüğü gibi iki çift kutuplu bir yapı içinde organize edilmiştir. Karşıt kutuplu boyutlar: Değişime açıklığa (kendini yönetme, uyarılma) karşı muhafazakârlık (güvenlik, uyum, geleneksellik); kendini geliştirmeye karşı (güç ve başarı) kendini aşma (evrensellik ve yardımseverlik) biçimindedir. Böyle bir yapıda hazcılığın hem değişime açıklık hem de kendini geliştirme değerlerinin unsurlarını taşıdığı görülmektedir.<sup>87</sup>

<sup>87</sup> Shalom Shwartz ve Lilach Sagiv, "Identifying Culture Specifics in the Content and Structure of Values", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Cilt:26, Sayı:1, 1995, ss. 95-96.



Şekil 1.1 Motivasyonel Değer Tipleri Arasındaki Teorik İlişkiler Modeli

Schwartz, PVQ ölçeğini kullandığı araştırmalarında bu 10 değere ilişkin 40 soruyu araştırmasına katılan bireylere yönlendirmektedir. Bu sorular aşağıdaki şekildedir:

#### Yardımseverlik

12. Soru: Çevresindeki insanlara yardım etmek onun için çok önemlidir. Diğer insanlarla ilgilenir.

18. Soru: Arkadaşlarına sadık kalmak onun için önemlidir. Kendisini yakınındaki insanlara adanmak ister.

27. Soru: Diğerlerinin ihtiyaçlarına çözüm aramak onun için önemlidir. Tanıdıklarını desteklemeye çalışır.

33. Soru: Kendisine kötülük yapan insanları affetmek onun için önemlidir. Onlarla ilgili iyi olanı görmek ister ve kin tutmaz.

#### Evrensellik

3. Soru: Dünyadaki her insana eşit davranılması gerektiğinin önemli olduğuna inanır. Tanımadığı insanlar da dâhil olmak üzere herkes için adalet ister.

8. Soru: Kendisinden farklı insanları dinlemek onun için önemlidir. Hatta onlarla düşüncesi farklı olsa da, onları hala anlamak ister.

19. Soru: İnsanların doğayı koruması gerektiğine olan inancı çok yüksektir. Çevrenin korunması onun için önemlidir.

23. Soru: Dünyada bütün insanların uyum içinde yaşaması gerektiğine inanır. Tüm gruplar arasında barışın geliştirilmesi onun için önemlidir.

29. Soru: Tanımadığı insanlar da dahil olmak üzere herkese adaletli davranılmasını ister. Toplumda zayıfların korunması onun için önemlidir.

40. Soru: Doğayı korumak ve uyum sağlamak onun için önemlidir. İnsanların doğayı değiştirmemesi gerektiğine inanır.

### Kendini Yönetme

1. Soru: Yeni fikirler düşünmek ve üretici olmak onun için önemlidir. İşleri kendi orijinal yoluyla yapmayı sever.

11. Soru: Ne yapacağı ile ilgili olarak kendi kararlarını almak onun için önemlidir. Planlarını yaparken özgür olmayı ve faaliyetleri kendisinin seçmesini sever.

22. Soru: Olaylara ilgi göstermenin önemli olduğunu düşünür. Meraklı olmayı sever ve her çeşit olayı anlamaya gayret eder.

34. Soru: Bağımsız olmak onun için önemlidir. Kendine güvenmeyi sever.

### Uyarma

6. Soru: Hayatta birçok şeyi yapmanın önemli olduğuna inanır. Her zaman yapacak yeni şeyler arar.

15. Soru: Risk almayı sever. Macera aramayı her zaman sever.

30. Soru: Sürprizlerden hoşlanır. Heyecanlı bir hayatı olması onun için önemlidir.

### Hazcılık

10. Soru: Eğlenmek için tüm şansları dener. Kendisine zevk veren şeyleri yapmak onun için önemlidir.

26. Soru: Hayatın zevklerinden haz almak onun için önemlidir. Kendini şımartmayı sever.

37. Soru: Gerçekten hayattan haz almayı ister. İyi zaman geçirmek onun için çok önemlidir.

### Başarı

4. Soru: Onun için yeteneklerini göstermek çok önemlidir. İnsanların onun yaptıklarını beğenmesini sever.

13. Soru: Başarılı olmak onun için önemlidir. Diğer insanları etkilemeyi sever.

24. Soru: Hırslı olmanın önemli olduğunu düşünür. Ne kadar yetenekli olduğunu göstermek ister.

32. Soru: Hayatta başarılı olmanın önemli olduğunu düşünür. Diğer kişilerden daha başarılı olmak için çalışır.

### Güç

2. Soru: Onun için zengin olmak önemlidir. Çok para ve pahalı şeylere sahip olmak ister.

17. Soru: Sorumlu kişi olmaya ve diğer kişilere ne yapacaklarını anlatmaya önem verir.



39. Soru: Her zaman için kararları veren tek kişi olmayı ister. Lider olmayı sever.

### Güvenlik

5. Soru: Güvenli bir çevrede yaşamak onun için önemlidir. Güvenliğini tehlikeye atacak herşeyden kaçınır.

14. Soru: Ülkesinin iç ve dış tehditler karşısında güvenli olması onun için önemlidir. Sosyal düzenin korunmasıyla ilgilenir.

21. Soru: Nesnelerin organize ve temiz olması onun için önemlidir. Nesnelerin düzensiz olmasını istemez.

31. Soru: Hasta olmayı engellemek için çok çabalar. Sağlıklı kalmak onun için önemlidir.

35. Soru: İstikrarlı bir hükümet onun için önemlidir. Sosyal düzenin korunmasıyla ilgilenir.

### Uyum

7. Soru: İnsanların anlatılanı yapması gerektiğine inanır. İnsanların her zaman için, hatta kimse izlemese bile kurallara uyması gerektiğini düşünür.

16. Soru: Doğru düzgün davranmak onun için her zaman önemlidir. İnsanları yanlış olabileceğini söyleyebileceği şeylerden kaçınmak ister.

28. Soru: Ailesine karşı itaatkar olmak onun için önemlidir. Her zaman için ailesine ve büyüklerine saygı göstermeye inanır.

36. Soru: Diğer insanlara karşı her zaman kibar olmak onun için önemlidir. Diğer kişileri rahatsız etmekten veya kızdırmaktan kaçınır.

### Geleneksellik

9. Soru: Sahip olduğundan fazlasını istememenin önemli olduğunu düşünür. İnsanların sahip olduklarıyla yetinmesi gerektiğini düşünür.

20. Soru: Dini inanç onun için önemlidir. Dinin gerektirdiklerini yapmak için çok çabalar.

25. Soru: İşleri geleneksel yoldan yapmanın en iyi olduğuna inanır. Öğrenmiş olduğu geleneklere uymanın önemli olduğunu düşünür.

38. Soru: Mütevazi ve ılımlı olmak onun için önemlidir. Dikkatlerin kendi üzerine çekilmemesi için çabalar.

## İKİNCİ BÖLÜM:

### SİYASAL TERCİH

Demokrasi ile yönetilen toplumların en belirgin özellikleri belirli aralıklarla gerçekleştirilen özgür ve adil seçimlerle yöneticilerini seçmeleridir. Demokrasilerde bireylerin seçim sürecine katılmalarını sağlayan unsur ise oy verme haklarıdır. Oy verme hakkına sahip olan bireylerin siyasal tercihlerini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler genel olarak seçmenlerin kendi demografik özelliklerinin, kamuoyunun ve kitle iletişim araçlarının, ülkedeki genel ekonomik durumun ve siyasal liderin özelliklerinin etkisindedir. Bu bölümde öncelikle demokrasi, oy verme hakkı ve siyasal tercih kavramlarına değinilecek, ardından ise seçmenlerin siyasal tercihlerini etkileyen faktörler analiz edilmektedir.

#### 2.1. Demokrasi ve Siyasal Tercih

##### 2.1.1. Demokrasi ve Oy Verme Hakkı

Demokrasi sözcüğü Yunanca'da halk anlamına gelen “demos” ve iktidar anlamına gelen “kratos” kelimelerinin birleşmesinden meydana gelmiştir. Sözcük anlamıyla “halk iktidarı” demektir. Ancak bu demokrasi kelimesinin teknik izahıdır. Giovanni Sartori'nin ifade ettiği gibi demokrasinin tanımlanması yalnızca demokrasi kelimesinin anlamını vermeye indirgenseydi, kavramın tanımlanması konusunda yapılan tartışma çok kolay çözüldü. Çünkü bütün gereken biraz Yunanca bilgisi olacaktır. Burada sadece bir terminoloji sorunu çözülmektedir. Demokrasinin tanımlanması sorunu ise bundan çok daha karmaşıktır.<sup>88</sup> Demokrasinin sözlük anlamıyla tanımlanması bizi normatif demokrasi teorisine götürmektedir. Bu çerçevede, demokrasi yalnızca “halk tarafından yönetim” (veya halkın iktidarı) değil, “halk için yönetim” olarak da tanımlanmalıdır. O halde demokrasi bu anlamıyla, Abraham Lincoln'ün 1863 yılındaki Gettysburg Söylevindeki ifadesiyle “halkın, halk tarafından, halk için yönetimi” (government of the people, by the people, for the people) olarak tanımlanabilir.<sup>89</sup> Normatif teori çerçevesinde demokrasi, demokratik siyasal rejimlerin ulaşmayı düşündükleri bir idealden başka bir şey değildir ve olması gerekeni yansıtır. Böyle bir demokratik rejimin ise halkın tüm isteklerine uyması gerekir. Arend Lijphart'ın

<sup>88</sup> Giovanni Sartori, **Demokrasi Kuramı**, çev. Deniz Baykal, Siyasi İlimler Derneği Yayınları, No. 23. Ankara, 1977, s. 1.

<sup>89</sup> Arend Lijphart, **Çağdaş Demokrasiler**, çev. Ergun Özbudun ve Ersin Onulduran, Yetkin Yayınları, Ankara, Tarihsiz, s. 11.

vurguladığı gibi böylesine bir yönetim hiç olmamıştır ve belki de olmayacaktır.<sup>90</sup> Bu ideali reddetmek belki de doğru bir yaklaşım değildir; ancak, demokrasiler salt bu idealle tanımlanırsa dünyada demokratik sayılabilecek rejimler kalmayacaktır. Bu nedenden dolayı da ampirik demokrasi teorisi ortaya atılmıştır.<sup>91</sup> Normatif teorinin tersine ampirik (deneysel) teori olgularla ilgilenmekte ve bu olgulardan demokrasiler gerçekte nasıl işler ve dünyada gerçek demokrasiler hangileridir şeklinde genellemelere ulaşmaktadır.<sup>92</sup> Lijphart'ın da belirttiği gibi böyle demokratik rejimlerin özelliği tam bir demokratik duyarlılık değil, vatandaşların büyük bölümünün arzularına cevap verebilmesidir.<sup>93</sup>

Demokrasinin 2500 yıllık iniş ve çıkışlarla dolu uzun bir tarihi vardır. Demokrasi kavramı yukarıda da belirtildiği gibi ilk kez Antik Yunan döneminde karşımıza çıkmaktadır. Ancak, Antik Yunan'da halkın doğrudan oylarıyla alınan kararlara kadınlar, esirler ve kölelerin katılım hakkı sağlanmadığı için o dönemde uygulanan demokrasiye gerçek anlamda demokrasi denilemez.<sup>94</sup> Bu sınırlı uygulamanın ardından Orta Çağ boyunca demokrasi kilisenin baskısı çerçevesinde oluşan skolastik felsefenin etkisiyle bir siyasal düzen olarak etkisini yitirmiştir. Demokrasinin bir siyasal düzen olarak gelişimi Yeni Çağ'da ve aydınlanma döneminin sonuç vermesiyle gerçekleşmiştir. Yeni Çağ'da feodalizmin iyice zayıflaması ve 18. yüzyılda mutlak monarşilere karşı duyulan rahatsızlıkların iyice artması sonucu demokrasiye yönelim güç kazanmıştır. Bu yönelim ilk olarak ABD'de 1776 yılında yayınlanan Bağımsızlık Beyanname ve 1787 tarihli Anayasa somutluk kazanmıştır. 1789 yılında patlak veren Fransız Devrimi ise dünya demokrasi tarihi açısından bir dönüm noktası olmuştur. Fransız Devrimi ile mutlak monarşilerin yıkılabileceği görülmüş ve dünyada demokratik anayasal rejimlerin yayılma süreci başlamıştır. 20. yüzyılda ise demokrasi dünyanın çok büyük bir bölümünde yayılmıştır.

Dünya'da demokrasinin yaygınlaştığı 20. yüzyılda demokrasi kavramı üzerine yapılan tartışmalar da yoğunluk kazanmış ve tanımlamalar da çeşitlenmiştir. Örneğin yüzyılın sonuna doğru yapılan önemli bir çalışmada David Collier ve Steven Levitsky çağdaş akademik çalışmalarda rastlanan 550 demokrasi tipi belirlemişlerdir.<sup>95</sup> Bu kadar çok demokrasi tipinin

<sup>90</sup> Lijphart, s.11.

<sup>91</sup> Kemal Gözler, **Anayasa Hukukuna Giriş**, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa, 2004, s.112

<sup>92</sup> Giovanni Sartori, **Demokrasi Teorisine Geri Dönüş**, çev. Tunçer Karamustafaoğlu ve Mehmet Turhan, Yetkin Yayınları, Ankara, 1993, s. XVI.

<sup>93</sup> Lijphart, s.11.

<sup>94</sup> Burhan Kuzu, "Demokrasi- Resmi İdeoloji- Sivil Toplum", **A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, Ocak-Haziran 1992, s.334- 335.

<sup>95</sup> David Collier ve Steven Levitsky, "Democracy with Adjectives: Conceptual Innovation in Comparative Research", **World Politics**, Vol. 49, No. 3, 1997, ss. 430- 451.

belirlenmesinin en önemli nedenlerinden biri ise daha çok gerçekte demokrasi olmayan siyasal rejimlerin meşruiyetlerini savunma çabalarında kendilerini demokrasi olarak nitelendirmelerinden kaynaklanmaktadır. Örneğin, Barry Holden'in de üzerinde durduğu gibi Sovyetler Birliği bile demokrasi olduğundan bahsetmiştir.<sup>96</sup>

20. yüzyılda demokrasi üzerine yapılan formüleştirmelerden en önemlilerinden biri Joseph Schumpeter tarafından 1942 yılında yayınlanan “*Capitalism, Socialism, and Democracy*” adlı eserde yapılmıştır. Schumpeter eserinde demokrasiyi “halkın iradesi” (kaynak) ve “ortak iyilik” (amaç) anlamında tanımlayan kendi adlandırmasıyla “klasik demokrasi teorisi”nin (bütün ergin vatandaşların hür ve eşit irdeleriyle toplum yönetimine katılmaları) sakat yanlarını ortaya koymuştur. Schumpeter demokrasiyi bu şekilde tanımlayan yaklaşımları yıkmış, yine kendi adlandırmasıyla “başka bir demokrasi teorisi”ni yaratmıştır. Schumpeter’e göre demokratik yöntem: “Politik kararlara varmak için, bireylerin karar alma gücünü oy almak amacıyla rekabete dayalı bir mücadele yoluyla elde ettikleri, kurumsal düzenlemedir”.<sup>97</sup> Demokrasinin tanımını yarışmacı seçimlerin yapılmasına indirgeyen bu yaklaşım demokrasinin yöntemsel (procedural), formel (formal) veya seçimsel (electoral) yaklaşımını ifade etmekte, teorisyenler tarafından ise demokrasinin minimalist tanımı olarak adlandırılmaktadır.<sup>98</sup> Ancak demokrasinin minimalist tanımı kapsamında demokrasi kavramının sadece özgür ve adil seçimlerin yapılması ile sınırlı tutulması, demokrasi üzerine çalışan yazarların önemli bir bölümü tarafından tanımlamanın çok dar kapsamlı olması ve demokrasinin kalitesini düşürmesi nedeniyle eleştirilmiştir. Hatta yapılan eleştirilerden birinde Terry Karl seçimleri ön plana çıkararak, demokrasinin varlığı için seçimlerin yapılmasını yeterli bir şart sayan bu durumu “seçimselcilik yanıltmacası” (fallacy of electoralism) olarak nitelemektedir.<sup>99</sup>

<sup>96</sup> Barry Holden, **Liberal Demokrasiyi Anlamak**, çev. Hüseyin Bal, Liberte Yayınları, Ankara, 2007, s. 3.

<sup>97</sup> Joseph A. Schumpeter, **Capitalism, Socialism, and Democracy**, 2nd ed, Harper, New York, 1947, s. 269.

<sup>98</sup> Demokrasinin minimalist tanımını çalışmalarında temel alan bazı yazarlar için bkz., Samuel P. Huntington, **Üçüncü Dalga: 20. Yüzyıl Sonlarında Demokratlaşma**, çev. Ergun Özbudun, Kıta Yayınları, Ankara, 2007, ss. 3-9; Seymour Martin Lipset, **Siyasal İnsan**, çev. Mete Tunçay, Teori Yayınları, Ankara, Birinci Baskı, 1986; Lipset, The Social Requisites of Democracy Revisited, **American Sociological Review**, Cilt:59, Sayı:1, 1994, s.1; Juan J. Linz, **The Breakdown of Democratic Regimes: Crisis, Breakdown, and Reequilibration**, Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1978, ss. 5-6; J. Roland Pennock, **Democratic Political Theory**, Princeton University Press, Princeton, 1979, ss. 7-15; Adam Przeworski, **Democracy and the Market: Political and Economic Reforms in Eastern Europe and Latin America**, Cambridge University Press, Cambridge, 1991, ss. 10- 11.

<sup>99</sup> Terry Lynn Karl, “Imposing Consent? Electoralism versus Democratization in El Salvador”, **Elections and Democratization in Latin America, 1980- 1985**, der. Paul Drake and Eduardo Silva, San Diego: Center for Iberian and Latin American Studies, Center for US/ Mexican Studies, University of California at San Diego, 1986, ss. 9- 36; Karl, Dilemmas of Democratization in Latin America, ss. 14- 15; Karl, “The Hybrid Regimes of Latin America”, **Journal of Democracy**, Cilt:6, Sayı:3, 1995, ss. 72- 86.

Soğuk Savaş'ın sona ermesine kadar demokrasi kavramı üzerine çalışan yazarlarda genel eğilim demokrasiyi minimalist yaklaşımlar çerçevesinde tanımlamak olmuştur. Ayrıca, yapılan tanımlar genel olarak asgari düzeyde özgürlükleri de (ifade, yayın, örgütlenme ve toplanma) kapsamıştır.<sup>100</sup> Ancak, komünizmin çökerek soğuk savaşın sona ermesiyle birlikte temel hak ve özgürlükleri öne çıkaran maksimalist tanımlara yönelim güç kazanmıştır. Bu dönemde, demokrasiyi maksimalist açıdan tanımlayan yazarlar arasında yer alan ve özgürlük ve eşitlik kavramlarını bünyesinde birleştiren liberal demokrasinin en güçlü savunucularından biri olan Larry Diamond iyi bir örneklem oluşturmaktadır. Diamond'a göre demokrasi temel hak ve özgürlükleri, çoğulcu bir sivil toplumu, sivil idarenin üstünlüğünü, hesap verebilirliği ve hukukun üstünlüğünü kapsamalıdır.<sup>101</sup> Bu çerçevede, seçim demokrasinin ötesinde liberal demokrasi<sup>102</sup>;

- Özgür ve adil seçimler,
- Askeri güç üzerinde sivil kontrolün sağlanmasını,
- Yürütmenin gücünün anayasal çerçevede sınırlandırılmasını,
- Toplumdaki tüm bireylerin siyasi partilere katılım özgürlüğünü,
- Kültürel, etnik, dinsel ve diğer azınlıkların siyasi sürece katılımı, ana dillerini konuşma ve öz kültürlerini yaşama hakkını,
- Siyasi parti ve seçimlere katılımın ötesinde vatandaşların, çeşitli bağımsız örgüt ve hareketleri kurabilme ve bunlara katılabilme özgürlüğünü de kapsayacak şekilde, çıkar ve değerlerini birçok kanaldan ve süreklilik taşıyabilecek bir şekilde ifade ve temsil etme özgürlüğünü,
- Katı kurullarla kısıtlanmamış alternatif bilgi kaynaklarına (bağımsız basını da kapsayan) erişimi,
- Bireylerin özsel olarak inanç, düşünce, tartışma, ifade, yayın, toplanma, gösteri ve dilekçe haklarına sahip olmasını,
- Vatandaşların siyasi açıdan kanun önünde eşitliğini,
- Birey ve grup özgürlüklerinin bağımsız ve eşit muamele yapan adli merciler tarafından etkin bir şekilde korunması ve bu mercilerin almış olduğu kararlara merkezi güç yetkililerince saygı gösterilmesini,

<sup>100</sup> Larry Diamond, **Developing Democracy: Toward Consolidation**, Johns Hopkins University Press, Baltimore and London, 1999, s. 8.

<sup>101</sup> Larry Diamond, Marc E. Plattner, Yun-han Chu ve Hung-mao Tien (Der), **Consolidating the Third Wave Democracies: Themes and Perspectives**, The Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1997, s. XIX.

<sup>102</sup> Diamond, **Toward Consolidation**, ss. 10- 12.

- Vatandaşların, devlet ve devlet dışı güçler tarafından, haksız alıkonulmasının, sürgüne gönderilmesinin, işkenceye maruz bırakılmasının ve özel yaşamlarına kanunsuz olarak müdahale edilmesinin önlenmesini kapsamaktadır.

Sonuç olarak, demokrasinin tanımlanması konusundaki tartışma ilk çağlardan günümüze geçirdiği süreçte toplumsal- siyasal olaylar ve yaşanan gelişme ve değişimlerden etkilenmiştir. Diğer taraftan, akademik literatürde, Soğuk Savaş döneminde ülkelerin siyasal sistemlerini tanımlarken seçimlerin yapılmasını demokrasinin varlığı sayan minimalist görüşler hakim durumda iken, bu dönemin ardından dünyada özellikle temel hak ve özgürlüklerin alanının genişlemesiyle birlikte demokrasi için yapılan tanımlamalarda liberal demokrasinin ve ona ait değerlerin yaygınlaştığı, bu çerçevede de maksimalist yaklaşımların gücünü arttırdığı görülmektedir. Demokrasinin minimalist ve maksimalist tanımlarındaki ortak kriter ise özgür ve adil seçimlerin yapılmasıdır. Bireylerin özgür ve adil seçimlere katılımını sağlayan ise oy verme hakkıdır (suffrage).

Esas itibariyle, seçimde kimlerin oy kullanabileceğinin yanıtı hiçbir zaman kolay olmamıştır. Bugün demokratik ülkelerde bulunan "genel oy hakkı"na göre belirli bir yaşın üzerinde (genellikle 18 ya da 21 yaş) olan her yurttaş oy kullanma hakkına sahiptir. 19. yüzyılda ise yalnızca mülk sahibi ya da belli bir miktarın üzerinde vergi ödeyen erkeklerin oy kullanmasına izin veren "sınırlı oy sistemi" yaygın olmuştur. Bu çerçevede, çeşitli ülkelerde ve zamanlarda yoksul erkekler, zengin ya da yoksul bütün kadınlar, farklı ırkı ya da dinsel inancı olan kişiler oy verme hakkından yararlandırılmazlardı. Bu durum bazı ülkelerde 20. yüzyıl başlarına kadar sürmüştür. Oy kullanma yaşına ek olarak, seçmenler genellikle, seçimin yapıldığı ülkenin yurttaşı olmak ve bir seçim bölgesinde belirli bir süre oturmak zorundadır. Oy kullanma hakkı olanlar "seçmen" olarak adlandırılır. Çoğu ülkede halkın oy vermesi zorunlu değildir; bu ülkelerde oy verme bir görev değil, bir haktır. Ama Avustralya ve İsviçre gibi bazı ülkelerde ise oy kullanma yasal bir görev olarak kabul edilir ve oyunu kullanmayanlar para cezasına çarptırılabilir. 1983'ten sonra Türkiye'de de böyle bir uygulama başlatılmıştır. Vatandaşların oy verme hakkını yönlendiren ise onların siyasal tercihleridir.

### **2.1.2. Siyasal Tercih Kavramı**

Siyasal tercih vatandaşların oy verme haklarını kullanarak yöneticileri seçme ve doğrudan veya dolaylı olarak kamu politikasının belirlenmesini etkilemek amacıyla yaptıkları tercihlerdir. 20. yüzyılın başından itibaren seçmen tercihinin yönelik çalışmalar yapılmaya

başlanmıştır. Seçmen tercihinine yönelik çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yaklaşımları sosyo-psikolojik, rasyonel tercih ve sosyolojik yaklaşım olarak sınıflandırmak mümkündür.

Seçmen tercihinine yaklaşımlardan biri sosyo-psikolojik yaklaşım veya partiyle özdeşleşme modelidir. Bu modelde kişi herhangi bir partiye karşı psikolojik bağlılık duymaktadır. Seçmen bir partinin taraftarı gibidir. Bu taraftarlık neredeyse bir futbol takımı tutma gibidir.

Seçmen tercihinine rasyonel olarak yaklaşanların temel varsayımı ise seçmenin kendi çıkarlarını bilmesi, bu çıkarlara en iyi şekilde hizmet edecek bir aday veya partiyi değerlendirmesi ve bunun sonucunda en uygun aday veya partiye oy kullanmasıdır. Bu temel varsayım ile rasyonel tercih yaklaşımı sosyo-psikolojik yaklaşımdan temel noktalarda ayrılır. Sosyo-psikolojik yaklaşımda seçmen tercihi partiyle özdeşleşme doğrultusunda iken, rasyonel tercih yaklaşımında seçmenin hatır için oy kullanması söz konusu değildir. Rasyonel tercih yaklaşımı genellikle seçmenin politik amaçları üzerine odaklanmaktadır. Bu çerçevede, bireyler tercihte bulanabilmek için daha çok bilgi sağlamaya ve bu bilgileri sağduyu ile değerlendirme gayreti taşırlar.<sup>103</sup>

Sosyolojik yaklaşım (Columbia Ekolü), grupların belli başlı özelliklerinde normların bulunması ve bunlara uyulmadığı takdirde üyelerinin çeşitli şekillerde cezalandırılması varsayımından ortaya çıkarak, seçmen tercihinde “niçin” sorusuna cevap aramaktadır. Bu yaklaşım çerçevesinde çalışmalar yapan yazarlar şu genellemelere ulaşmışlardır: Birey sosyal olarak politikleşir. Sosyal özellikler parti tercihinin belirlemedir; Oy verme temel olarak bir grup deneyimidir. Birlikte çalışan ve yaşayan insanların aynı adaya oy vermeleri muhtemeldir; Politik eğilimler sosyo-ekonomik statü derecesi, dini bağlılık ve ikamet üzerinde temellenmiştir; Oy vermede ailenin önemli rolü vardır. Özellikle eşler birbirlerinin tercihlerine çok yakın oy kullanmaktadırlar; Seçimlere gösterilen ilgi karar verme zamanını etkilemektedir. İlgisi yüksek olan bireyler daha erken karar verebilmektedir; Bireyler mensup oldukları gruplar doğrultusunda oy verme eğilimindedirler.<sup>104</sup>

## 2.2. Seçmenlerin Tercihlerini Etkileyen Faktörler

Demokratik siyasal yaşamın en önemli unsurlarından biri seçimlerdir. Seçimler en azından vatandaşlara siyasi sürece doğrudan katılmalarını sağlayarak politik görüşlerini ve

<sup>103</sup> İnan Özer ve Mehmet Meder, **Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı**, Ege Yayınları, İstanbul, 2008, s. 33.

<sup>104</sup> Ibid, s. 35.



önceliklerini açıklama fırsatı vermektedir. Seçmenlerin siyasal tercihlerinin oluşmasını sağlayan birçok faktörün varlığından söz edilebilir. Bu faktörler genel olarak, seçmenin kendi demografik özellikleri, kamuoyu ve kitle iletişim araçlarının etkisi, genel ekonomik durum ve siyasi adayların özellikleri ile ilişkilidir.

## 2.2.1. Seçmenin Demografik Özellikleri

### 2.2.1.1. Yaş

Yapılan araştırmaların tümünde ortaya çıkan en önemli faktörlerden biri bireyin yaşının siyasal tercihinin etki etmesi ve bu tercihin değişimine neden olmasıdır. Öncelikle belirtmek gerekir ki bireyler hangi siyasi sistemde yaşarlarsa yaşasınlar yaşlandıkça siyasi sisteme karşı daha şüpheli ve güvensiz yaklaşmaktadırlar.<sup>105</sup> Ersin Kalaycıoğlu yaşın öneminin, yaş gruplarının ya da kuşakların farklı sosyalleşme etkileri altında, farklı ulusal ve uluslararası olayların yaşandığı ülkelerde yetişen gruplar olarak, siyasal katılma farklılıkları gösterebilmelerinden kaynaklandığını belirtmektedir. Kalaycıoğlu'nun bu konuda yapmış olduğu üç tespit şu şekildedir:

- 1) Gençlerin oy verme faaliyetine katılımı daha düşüktür,
- 2) Yaşı ilerledikçe bireylerin siyasal tercihleri kararlılık kazanmakta ve siyasal yaşama katılımları düzene oturmaktadır,
- 3) Yaş diğer siyasal kaynaklardan olan meslek ve sosyo-ekonomik statüler üzerinde etkilidir.<sup>106</sup> Netice itibariyle, siyasal toplumsallaşma sürecinde bireyin yaşındaki değişim ile birlikte siyasal katılımın içeriği ve derecesi değişmektedir.

Yaşın siyasal tercih üzerindeki doğrudan etkisi ise genel bir yaklaşım ile açıklanmaktadır. Bu çerçevede, gençler daha çok değişim ve gelişme yanlısıdır, yaşlılar ise daha çok muhafazakâr davranışlar sergilemektedir.<sup>107</sup>

<sup>105</sup> İlder Turan, **Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış**, Der Yayınları, 4.Baskı, İstanbul 1996, s. 53.

<sup>106</sup> Ersin Kalaycıoğlu, **Karşılaştırmalı Siyasal Katılma: Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme**, İstanbul, İÜSBF, 1983, ss. 20- 23.

<sup>107</sup> Ali Erkul, **Bazı Sosyo-Ekonomik Faktörlerin Oy Verme Davranışına Etkilerinin Tespiti**, Doğan Matbaacılık, Sivas 1999, s. 32.

### 2.2.1.2 Meslek

Bireyin sosyal statüsünü gösteren ölçüt mesleğidir. Bireylerin toplumsal statüsü yükseldikçe kamusal politikalara ilgi düzeyi de artmaktadır. Yüksek statülü bireyler bürokrasi ve hükümetler ile daha rahat ilişki kurabilmektedir. Bu bireyler oy verme, siyasal ve sosyal sorunları çevrelerindeki bireyler ile tartışma faaliyetinde daha sık bulunmaktadırlar. Sonuçta bireyin sosyal statüsü arttıkça örgüt üyeliği ve etkinliği artmakta siyasi bilgisi, siyasete olan ilgisi ve siyasal etkinliklere katılımı fazlalaşmaktadır.<sup>108</sup>

Meslek ya da iş çevreleri bireylerin bazen yeni fikirler ile karşı karşıya getirmektedir. Bu fikirlere muhatap olan bireyler zamanla eski fikirlerinde değişiklik olduğunu görmektedir. Günümüz modern demokrasilerinde doktorların, işçilerin ve işadamlarının siyasette, etkili oldukları meslek yararına, bir takım kanaatleri savundukları bilinmektedir. Bu faktörler bireylerin siyasal tercihlerinin oluşumuna etki etmektedir. Diğer taraftan, meslek ve iş hayatı, bazı durumlarda, bireylere yeni fikirler aşlamaktan ve bakış açılarını genişletmekten ziyade, onların daha önce edinmiş oldukları fikirleri daha güçlü savunmaları gibi bir sonucu da doğurabilmektedir.<sup>109</sup>

### 2.2.1.3. Aile

Siyasal tercihi oluşturan faktörlerin en önemlilerinden biri ailedir. Bireylerin dünya, yurt, sosyal düzen ve bunlarla ilgili olaylar hakkında edindiği fikirlerin temel dayanağı ailedir. Bireylerin birçok değer yargılarının kökünde ailenin etkisi görülmektedir. Aileden gelen fikirler çok çabuk öğrenilmektedir. Aile, üyelerine sosyal ve ekonomik bağılıklar ile siyasal eğilimler kazandırır ve üyelerine damgasını vurur. Aile bireylerin adeta tabii ilk okuludur. Aileden gelen etkiler kolay kolay silinemez. Örneğin ABD’de yapılan araştırmalar aile üyelerinden yüzde 75’inin seçimlerde ailenin kullandığı yönde oy verdiğini göstermektedir.<sup>110</sup>

<sup>108</sup> Ahmet Taner Kışlalı, **Siyasal Çatışma ve Uzlaşma**, 3. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara, ss. 187- 188.

<sup>109</sup> Bülent Daver, **Siyaset Bilimine Giriş**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 1993, s. 259.

<sup>110</sup> Ibid, s. 259.

#### 2.2.1.4. Din

Din özellikle bireylerin ahlaki yaşamlarına ve davranışlarına tesir etmektedir. Batıdaki kiliseler önceki dönemlerde kilisenin devlet ve aile ile olan ilişkisi üzerine odaklanmışlardır. Bugün ise kiliseler dikkatlerini daha çok ekonomik ve ahlaki davalara, işçi hareketlerine ve kapitalizmin yayılması gibi konulara çevirmiştir. Birçok ülkede Katolik Kilisesi bazı siyasi partilerin önemli bir dayanağını teşkil etmektedir. Kilisesinin ve din adamlarının buyruklarına kulak asmayanlar, bunları realiteden uzak, boş tasarılar ve hayaller olarak görenler olduğu gibi din adamlarını dinleyen kalabalık kitleler de vardır. Örneğin bazı papalar geniş sosyal kitleleri etkilemektedir.<sup>111</sup>

Diğer taraftan, çağdaş demokrasilerde dahil olmak üzere dini değerlere bağlılık seçmenlerin siyasal tercihlerini önemli derecede etkilemektedir. Örneğin, ABD'nin orta kesimlerinde yaşayan bireylerde dini değerlere bağlılık New York, Washington, California, Florida ve Boston gibi sahil şeridinde bulunan yerlerde yaşayan bireylere göre daha güçlüdür. Dolayısıyla, orta kesimlerde yaşayan bireyler dini değerlere daha çok sahip çıkan Cumhuriyetçi Parti'ye ağırlıklı olarak oy vermektedirler. Batı ve Doğu Sahillerinde yaşayan bireyler ise Kürtaja ve eşcinselliğe dahi olumlu yaklaşan Demokrat Parti'yi tercih etmektedirler. Diğer bir örnek olarak, İngiltere ve Almanya'da da durum benzeri nitelikler taşımaktadır. Dini değerlere daha sıkı bir şekilde bağlı olanlar İngiltere'de Muhafazakâr Parti'ye, Almanya'da ise Hıristiyan Demokrat Parti'ye yönelmektedir. Türkiye'de ise iç kesimlerde yaşayan insanların çok partili yaşama geçildikten sonra ağırlıklı olarak oylarını dini değerleri daha çok benimseyen sağ partilere yönelttikleri görülmektedir.

#### 2.2.1.5. Eğitim

Bireyler değişik eğitim düzeylerinde farklı siyasal tercihlere yönelebilmektedirler. Genel olarak bu duruma etki eden faktör bireylerin eğitim hayatlarında kazandıkları neticesinde bilinç ve bilgi kapasitelerini geliştirmeleridir. Yüksek okul mezunları, lise ve ilkokul mezunlarına kıyasla daha çok sayıda belirlenmiş düşünceye sahiptir. Eğitim almamış kişilere nazaran, eğitilmiş kişiler dışarıdan aldıkları etki ve bilgileri daha çok sınıyarak almaktadırlar. Çünkü eğitim insana daha geniş bakış açıları kazandırmaktadır. Neredeyse çağdaş demokrasilerin tümünde eğitim düzeyi arttıkça bireylerin demokratik değerlere daha çok

---

<sup>111</sup> Ibid, s. 260.

sahip çıkmasının sebebi de budur. Ayrıca, eğitim bireylerin bilinç ve bilgi kapasitelerini genişlettiği için sistemin olumsuzluklarına daha çok tepki göstermelerine neden olmaktadır.

Ampirik bir araştırmayla Almond ve Verba eğitimin siyasal davranışlar üzerindeki etkisini değişik ülkelerde karşılaştırmalı olarak incelemişlerdir. Bu çerçevede, hangi davranışların eğitime göre bütün ülkelerde değiştiğini belirlemişler, bu değişimleri sekiz noktada toplamışlardır. Eğitim seviyesi yüksek olan kimse, düşük eğitimli kişilere nazaran;

1. Resmi siyasal organların birey üzerindeki etkisinden daha çok haberdardır.
2. Siyasal olayları ve seçim kampanyalarını daha çok izler.
3. Siyasal konularda daha çok bilgi sahibidir.
4. Bildiği siyasal konular daha çeşitlidir ve siyasal ilgi alanı daha geniştir.
5. Siyasal konuları daha çok konuşur.
6. Siyasal konuları serbestçe konuşabileceği kimseler çok daha çeşitlidir.
7. Siyasal organları etkileme bakımından kendisini daha etkili görür.
8. Siyasal davranışlarını ortaya koyma daha yüksek seviyelerde gerçekleşir.

Burada önemle belirtmek gerekir ki: eğitim kurumları hiçbir zaman için birbirine benzeyen tek tip insanlar yetiştirmemelidir. Tam tersine, özgür iradeye sahip ve kendi kararlarını verebilen ve farklılıklarını ortaya koyabilen insanlar yetiştirmelidirler. Böylece, eğitim sistemi ideolojik yaklaşımlardan arındırılabilir.

### 2.2.2. Kamuoyu ve Kitle İletişim Araçları

Siyaset biliminin temel kavramlarından biri de kamuoyu kavramıdır. Siyasetin oluşumunda kamuoyunun tutum ve davranışları çok önemli rol oynamaktadır. Kamuoyu kavramının genel geçer bir tanımı bulunmamaktadır. Kamuoyu ile ilgili birçok tanımın var olduğu görülmektedir. Örneğin, kamuoyu “aynı toplumsal gruplara üye olanların belirli bir olay karşısında gösterdikleri ortak tutumlar olarak tanımlanmaktadır.”<sup>112</sup> Kapani kamuoyunu, “belli bir zamanda, belli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna veya gruplarına hakim olan kanaat” olarak ifade etmektedir. Kapani, “hakim kanaat” tanımlamasının iki faktörü olduğuna dikkat çekmektedir: Birincisi sayısal çoğunluk, diğeri ise yoğunluk ve etkinliktir. Kapani, sayısal çoğunluğun her zaman hakim kanaat için yeterli olmadığını belirtip, “azınlığın kararlı bir şekilde benimsediği bir görüş, çoğunluğun gevşek

<sup>112</sup> Leonard Doob, **Public Opinion And Propaganda**, Archon Boks, New York, 1966, s. 35

olarak benimsediği bir görüşü geride bırakabilir” diyerek, asıl olanın “yoğunluk ve etkinlik” olduğunu vurgulamaktadır.<sup>113</sup> Bülent Daver ise kamuoyunu geniş ve dar anlamda tanımlamaktadır. Daver’e göre “geniş anlamda kamuoyu halkı ilgilendiren belirli bir mesele hakkında, belirli bir zamandaki genel yargı yahut ortak kanaattir”. Dar anlamda ise kamuoyu “basın, radyo, TV gibi kitle iletişim araçlarıyla yahut konuşarak veya fısıltı ile açıklanan ve çok defa bazı sosyal grupların (sendika, dernek vb.) ve seslerini duyuran kişilerin, siyasal otoritelere (hükümete, parlamento vb.) izhar ettikleri fikirlerin bir ortalamasıdır.”<sup>114</sup>

Kamuoyunun bizim çalışmamızı ilgilendiren kısmı ise siyasal bir anlam taşımaktadır. Kamuoyu, seçimlere katılarak “karar alma süreçlerinin” içinde bulunmaktadır. Kamuoyu, siyasal tercihleriyle kendisini yönetenleri denetleme işlevine sahiptir. Aynı kamuoyu, seçimlerde memnun olmadığı siyasal iktidarı düşürmekte, yerine yeni bir siyasal iktidarı getirmektedir. Siyaset bilimciler Kamuoyunun bu siyasal süreç içindeki fonksiyonunu ele alarak kamuoyu için “hükümet dışı özel çevrelerden hükümete doğru yönelen ve hükümetçe göz önünde bulundurulması doğru olan kanaatler” ifadesini kullanmaktadırlar.<sup>115</sup>

Kamuoyunu oluşturan unsurlara bakıldığında; kişisel tutumların, çevresel etkenlerin, ideolojinin, nüfusun, kültürün, yasal ve siyasal kurumların, dinin, toplumsal grupların ve kitle iletişim araçlarının önemli roller taşıdığı görülmektedir. Dolayısıyla kamuoyunun oluşumunda kitle iletişim araçları da önemli rol oynamaktadır. Bireylerin siyasal olaylar hakkında bilgi sahibi olması çok büyük oranda kitle iletişim araçlarıyla gerçekleşmektedir. Kitle iletişim araçları siyasal olarak da büyük önem taşımaktadır. Seçmenler, politikacıları ve onların icraatlarını kitle iletişim araçları aracılığıyla takip ederek siyasal kararlarını olgunlaştırmaktadır.

Kamuoyunun iletişim ve toplumsal etkileşim süreci içinde olduğu göz önünde bulundurulduğunda, kitle iletişim araçları aracılığı ile görülen, işitilen, okunan mesajların, kanaatlerin oluşumunda etkin bir rol oynadığı görülecektir. Kitle iletişim araçlarından siyasal içerikli mesajları alan seçmen, mesajın içeriğine göre ya sahip olduğu kanaati pekiştirmekte ya da eğer kararsız bir durumda ise karar vermesi kolaylaşmaktadır. Çünkü kitle iletişim araçlarıyla tüm siyasal partilerin mesajları kitlelere ulaşmakta, tercih yapma imkanı böylelikle

<sup>113</sup> Münici Kapani, **Politika Bilimine Giriş**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1992, s. 147

<sup>114</sup> Daver, s. 251.

<sup>115</sup> V. Key, **Public Opinion And American Democracy**, Alfred A. Knopf , New York, 1963, s. 144

daha da kolaylaşmaktadır. Kitle iletişim araçları diğer yandan kitlenin, siyasal seçkinlere duyduğu ilgiyi artırmak, kamuoyunun fikir, kanaat ve faaliyetlerini açıklamak, dolayısıyla seçmenlerin etkilenmelerini sağlamak işlevi de görmektedirler. Sanayi toplumlarında kitle iletişim araçları seçmenlere yönetim ve siyaset hakkında bilgi aktarmak, yönetimin dördüncü kuvveti olmak, kriz anında kitleleri hızla uyarmak, bireylerin rahatlamasına ve onların boş zamanlarını değerlendirmelerine yardımcı olmak gibi çok sayıda işlevi de yerine getirmektedir.<sup>116</sup>

Türkiye’de de kitle iletişim araçlarının seçmen tercihlerini doğrudan etkilemeye çalıştığı birçok örnek gösterilebilir. Örneğin, Tansu Çiller, kitle iletişim araçlarının “gündem oluşturma” yöntemiyle kamuoyuna sunulmuştur. Çiller’in günlerce haber, yazı ve yorumlarla desteklenerek siyasette kendisine bir yer bulabilmesi sağlanmıştır. Ancak, yine aynı kitle iletişim araçları, ilişkileri bozulunca, daha önce övdükleri Çiller’i çok sert bir biçimde eleştirmiş, kamuoyunu da bu yönde yönlendirerek Çiller’in genel seçimlerden beklenilenin altında bir oy almasına sebebiyet vermiştir. Bir diğer örnek olarak işadamı Cem Boyner’in kurduğu Yeni Demokrasi Hareketi (YDH) gösterilebilir. Kitle iletişim araçları YDH’yi aylarca baş sayfalara taşımıştır. Ancak, genel seçimlerde alınan sonuç YDH için tam fiyasko olmuş, yüzde 1 bile alamayan YDH siyaset sahnesinden silinmiştir. Bu çerçevede, görüldüğü üzere kitle iletişim araçlarının yönlendirmeleri bazen de ters etki yapabilmektedir.<sup>117</sup>

### 2.2.3. Genel Ekonomik Durum

Bireylerin oy verme tercihlerini etkileyen birçok faktörden biri de ekonomi politikalarıdır. Siyaset bilimciler seçmenlerin oy tercihlerinde ekonomik beklentileri uzun süredir incelemektedirler. Örneğin, Gerald Kramer yaptığı araştırmalarda ABD’de iktidarda bulunan partilerin oylarında yaşanan dalgalanmaların büyük ölçüde izlenmekte olan ekonomi politikalarının başarısına ya da başarısızlığına göre değişim gösterdiğini belirlemiştir.<sup>118</sup> Sonrasında ise ekonomik politikaların seçmen tercihleri üzerindeki etkilerini ortaya koymak amacıyla yapılan çalışmalar derinleştirilmiş ve Key tarafından “ekonomik oy verme” olarak

<sup>116</sup> Ball-Rokeach, S.J., Power, G.J., Guthrie, K.K., Waring, H.R. “A Dependency Model Of Mass Media Effects”, *Communication Research*, Cilt: 3, Sayı: 21, 1976, s. 3,

<sup>117</sup> Siyasal İletişim Enstitüsü, “Kamuoyu”, <http://www.siyasaliletisim.org/index.php/sie-modul/128-sie-modul/303-kamuoyu.html> (Erişim Tarihi: 24.11.2010)

<sup>118</sup> Gerald Kramer, “Shorttern Fluctuations in US Voting Behavior: 1896/1964”, *American Political Science Review*, Cilt: 65, Sayı:1, 1971, s. 65

adlandırılan teoriye dönüştürülmüştür. Key'in sorumlu seçmen düşüncesine dayanan teorisinin özü şu şekildedir<sup>119</sup>:

*“Seçmenler, ülke ekonomisinin performansından iktidardaki partiyi ya da partileri sorumlu tutarlar ve bu sorumluluk bilincine göre oy verirler. Eğer bu önerme doğruysa, yani ülkede cereyan eden ekonomik koşullar vatandaşın parti seçimi üzerinde güçlü etkiye sahipse, iktidar partisinin kaderinin önemli ölçüde ekonomideki başarısına bağlı olması gerekir. Buna göre ülkedeki genel refahın artışını izleyen dönemlerde yapılan seçimlerde, seçmenlerin iktidardaki partinin adaylarına daha fazla destek vermesi, genel refahın azaldığı dönemlerde ise iktidarın desteğini çekerek cezalandırması beklenir...”*

Kiwit ve Rivers da, ekonomi politikaları temelli oy verme tercihiyle seçmenin geçmişe yönelik bir değerlendirmede bulunduğunu ve tercihlerinde izlenen ekonomi politikalarının sonuçlarını değerlendirdiklerini belirtmiştir.<sup>120</sup> Yapılan açıklamalar çerçevesinde, Başta ABD ve İngiltere olmak üzere birçok ülkede yapılan araştırmalar ekonomi politikasının seçmen tercihiyle doğrudan bir ilgisinin olduğunu ortaya koymuştur. Türkiye’de durum aynı niteliktedir. Örneğin, CHP’nin DP (Demokrat Parti) karşısında 1950 yılındaki seçimlerde aldığı ağır mağlubiyetin en büyük nedeni Türkiye ekonomisinin İkinci Dünya Savaşı’ndan çok ağır bir şekilde etkilenmesi gösterilmektedir. Yine DP’nin 1954 yılındaki seçimlerde kazandığı başarının arkasındaki temel etken tarım ve sanayi üretiminde sağlanan başarı olarak görülmektedir. Aynı şekilde ANAP’ın 1987 seçimlerinden tekrar tek başına iktidar olarak çıkması ekonomide sağlanan başarıların neticesindedir.

Daha yakın zamana gelirse, 3 Kasım 2002 seçimlerinde DSP (Demokratik Sol Parti)-MHP (Milliyetçi Hareket Partisi)- ANAP (Anavatan Partisi) koalisyonundaki üç partinin de yüzde 10 seçim barajını aşamamaları ekonomideki krizle ilişkilidir. Özellikle bu dönemde Ekonomideki kötü gidişat nedeniyle 2.5 milyon kişi işsiz kalmış, GSMH 200 milyar dolardan 145 milyara düşmüş ve birçok banka iflas etmiştir. 22 Temmuz 2007 seçimlerinde AK Parti’nin kazandığı başarının kaynağında da ekonomik başarılar yatmaktadır. AK Parti’nin ekonomideki başarıları seçmen tarafından olumlu karşılanmış ve seçmen AK Parti’ye yüzde

<sup>119</sup> Bkz. V. Key, **The Responsible Electorate**, Belknap Press New York, 1966.

<sup>120</sup> Roderick D. Kiewiet ve Douglas Rivers, **A Retrospective on Retrospective Voting**, Chap.11, New York, 1985. s. 207.

47 oy vererek iktidarının devamını tercih etmiştir. 22 Temmuz seçimleri ile ilgili araştırmalar seçmenlerin oy verme gerekçelerinde ekonominin birinci sırada olduğunu göstermektedir.<sup>121</sup>

Sonuç olarak, Birol Akgün'ün geçmiş yıllardaki seçimler üzerine yapmış olduğu araştırmalar sonucunda belirttiği gibi Türkiye'de ekonomik faktörler kolektif seçmen davranışları üzerinde önemli ölçüde belirleyicidir. Seçmenler ekonomik durumu ölçme ya da ödüllendirme psikolojisiyle değerlendirmekte ve bu doğrultuda tercihte bulunmaktadır. Akgün'ün yaptığı araştırmadan çıkan ilginç bir sonuç ise şöyledir: "Seçmen negatif ekonomik göstergelere pozitif ekonomik gelişmelerden daha güçlü biçimde duyarlılık göstermektedir. Daha çok cezalandırmakta, daha az ödüllendirmektedir."<sup>122</sup>

#### 2.2.4. Siyasi Liderin Özellikleri

Bir siyasi partinin iktidar olabilmesi için yeterli miktarda seçmenin desteğini sağlaması gerekmektedir. Bu desteğin elde edilebilmesi için partiler seçmenlerin karşısına bir siyasal ürün paketi ile çıkmaktadırlar. Bu pakette parti ve partinin politikaları, lider ve liderin özellikleri, adaylar ve adayların özellikleri de dahil olmak üzere bir çok unsur yer almaktadır. Siyasi partinin lideri bu unsurlardan en önemlisidir.<sup>123</sup> Siyasi lider dünyadaki bütün ülkelerde seçmen tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu etki ülkede demokrasinin gelişmişlik düzeyi, toplumun özellikleri ve içinde bulunulan şartlara bağlı olarak değişmektedir. Ancak, yapılan araştırmalar siyasi liderin etkisinin oldukça önemli olduğunu göstermektedir.

Genel olarak araştırmacıların yaptıkları çalışmalarda siyasi liderin güvenilirliği, yaşam tecrübesi, iletişim kurabilmede gösterdiği beceri, ahlaki yönü, performansı ve kariyerindeki başarısı, saygınlığı ve etkileyebilme gücü ve çözüm bulmadaki başarısı gibi faktörlerin seçmen tercihlerini şekillendirdiği ortaya konulmuştur.<sup>124</sup>

Türkiye'de seçmen tercihleri üzerine yapılan bir çalışmada seçmenin oy verme davranışını etkileyen en önemli faktörün siyasi partinin lideri olduğu belirlenmiştir.<sup>125</sup> Diğer bir çalışmada ise Türkiye'de seçmen tercihinin etkileyen unsurlar şu şekilde saptanmıştır: *Birinci*

<sup>121</sup> Abdullah Özkan, "Ekonomi Politik ve Oy Verme Davranışı", <http://www.tasam.org/index.php?altid=1829> (Erişim Tarihi: 20.11.2010)

<sup>122</sup> Birol Akgün, "Türkiye'de Seçmen Davranışının Ekonomi Politik'i Üzerine Bir Model Denemesi", <http://www.liberaldt.org.tr/idd/m14/DDbiak.htm> (Erişim Tarihi: 20.11.2010)

<sup>123</sup> Ahmet Tan, **İlke ve Uygulamalarıyla Politik Pazarlama**, Papatya Yayıncılık, İstanbul, 2002, s. 37.

<sup>124</sup> Cihat Polat, "Genç Seçmenler Gözüyle Siyasal Ürün (Siyasi Lider) Özellikleri: Ankara'daki Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Çalışma", **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, Cilt:5, Sayı:1, 2008, ss. 10- 11.

<sup>125</sup> Tan, s. 34.



*Grup*, siyasi liderin ileri görüşlülüğü, güvenilirliği, ahlaki karakteri ve tecrübesi; *İkinci Grup*, liderin sağlık durumu, yaşı ve mesleği; *Üçüncü Grup*, seçmenlerin en az etkilendikleri özellikler olarak liderin dış görünüşü, ailesi, diğer çevresi ve cinsiyeti.<sup>126</sup>

### 2.2.5. Değerlerin Etkisi

Demokrasilerin en temel özelliği seçmenlerin özgür olması ve hür iradeleri ile oylarını kullanabilmeleridir. Bireyler siyasal tercihte bulunurken ise birçok etkiye maruz kalmaktadırlar. Bireylerin maruz kaldığı etkinin önemli bir bölümü de kendi değerlerdir. Özellikle modern demokrasiler üzerinde yapılan araştırmaların gösterdiği gibi değerlerin seçmen tercihleri üzerindeki etkisi artış göstermektedir. Seçmen tercihleri üzerinde değerlerin etkilerini araştırması ile tanınan İtalyan bilim adamı Gian Vittorio Caprara'nın vurguladığı gibi modern dünyada siyaset daha fazla kişiselleşmektedir, bu durumun en önemli nedeni siyasal tercihlerde bireylerin değerlerinin daha çok ön plana çıkmasıdır. Ancak, bu durum ideolojinin siyasal tercihte etkisini yitirdiği anlamına da gelmemektedir. Fakat ideolojik kutuplaşmaların modern dünyada eskisinden daha az var olduğu da bir gerçektir.<sup>127</sup>

Değerlerin siyasal tercihlere etkisinin belirlenmesinde son dönemde en sık kullanılan ölçek yukarıda geniş bir biçimde ele alınan PVQ'dur. PVQ ölçeği ile yapılmış birçok çalışma mevcuttur. Örneğin bu çalışmalardan birinde Caprara ve Schwartz ile diğer araştırmacılar 2001 yılında yapılan İtalya genel seçimlerinde kişisel değerlerin siyasi tercihe olan etkisini değerlendirmişlerdir. Çalışma sonucunda merkez solda yer alan seçmenlerin merkez sağda yer alan seçmenlere göre siyasal tercihte bulunurken evrensellik, hayırseverlik ve kendini yönetme değerlerine bağlılıklarının daha fazla olduğu ortaya konulmuştur. Diğer taraftan, aynı çalışmada, merkez sağda yer alan seçmenlerin siyasal tercihlerinde ise güvenlik, güç, başarı, gelenek gibi değerlerin baskın olduğu belirlenmiştir.<sup>128</sup>

Schwartz ve diğer araştırmacılar 2001 yılındaki çalışmanın benzerini 2006 yılındaki İtalya genel seçimleri için de yapmışlardır. Bu çalışmada da temel kişisel değerlerin seçmen

<sup>126</sup> Çalışmanın detayları için bkz. C. Polat, E. Gürbüz ve M.E. Ünal, **Hedef Seçmen: Siyasal Pazarlama Yaklaşımı**, Ankara, Nobel Basımevi, 2004.

<sup>127</sup> Gian Vittorio Caprara ve Philip G. Zimbardo, "Personalizing Politics: A Congruency Model of Politics", **American Psychologist**, Cilt:59, Sayı:7, 2004, s. 581.

<sup>128</sup> Gian Vittorio Caprara ve diğerleri, "Personality and Politics: Values, Traits and Political Choice", **Political Psychology**, Cilt:27, Sayı:1, 2006.

tercihine etkisinde 2001 yılındaki çalışma ile örtüşen sonuçlar elde etmişlerdir.<sup>129</sup> Bir başka çalışma ise Hırvatistan Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde görevli Ivana Feric'e aittir. Feric 1130 kişi üzerinde yaptığı çalışmada Hırvatistan'da seçmen tercihinde özellikle geleneğin etkili olduğunu ortaya çıkarmıştır.<sup>130</sup>

Değerlerin siyasal tercihlere etkisinin araştırılmasında Türkiye'de de çalışmalar yapılmıştır. Bu çerçevede, Bahar Eroğlu Yalın yapmış olduğu araştırmada siyasal iletişim sürecinde siyaset ve değer ilişkisini esas alarak değerlerin siyasal düşünce ve tercih üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Kültürün etkisindeki gözlemlenebilen davranışlar olarak ortaya çıkan değer, bu tanımından yola çıkarak bireysel ve toplumsal açıdan psikoloji, sosyoloji, felsefe bağlamlarında ele alınmış, nihayet siyasal iletişim sürecinde siyaset ve değer ilişkisi, siyasal sürecin iletişim boyutunu kuran '*sine qua non*' (olmazsa olmaz) unsurlarla birlikte açıklanmaya çalışılmıştır. Medya, kamusal alan ve çatışma/uzlaşma kavramlarına da yer vererek özellikle siyasal kültür ve Türk siyasal kültürünün yapısal özellikleri betimlenmiştir. Tüm bu kavramların içinde yer aldığı süreci ve bu süreçte değerlerin etkisini ortaya koymak amacıyla İstanbul'un Sarıyer İlçesi örneklem olarak seçilmiş, "*basit rastlantısal yöntem*" ile belirlenen ilçede ikamet eden 528 kişiyle önceden oluşturulmuş soru formuna bağlı kalınarak görüşmeler yapılmıştır. Sonuç olarak en önemli değerlerin güvenlik ve evrensellik değerleri arasında yoğunlaştığı, en önemsiz değerlerin ise güç ve hazcılık değerleri üzerinde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu çerçevede, ankete katılanların büyük çoğunluğu (yüzde 29,92) oy verdikleri partinin kendi değerlerine uymadıklarını ifade etmiştir. Görüşülen kişilerin yüzde 26,7'si kararsız olduklarını, yüzde 23,11'i ise oy verdikleri partinin kendi değerlerine uyduğunu söylemiştir.<sup>131</sup>

İstanbul Bilgi Üniversitesi'nden Cem Başlevent ve Hasan Kirmanoğlu ise AK Parti ve CHP seçmenlerinin siyasi tercihleri üzerinde değerlerin etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda CHP'ye oy verenlerin AK Parti'ye oy verenlere oranla değişime daha açık ve kişisel gelişime daha fazla önem verdikleri ortaya konulmuştur.<sup>132</sup>

<sup>129</sup> Shalom Schwartz, Gian Vittorio Caprara, Michele Vecchione, , "Basic Personal Values, Core Political Values, and Voting: A Logitudinal Analysis", **Political Psychology**, Cilt:31, Sayı:3, 2010.

<sup>130</sup> Ivana Feric, "Personal Values as a Determinant of Dominant Political Preferences", **Journal of General Social Sciences**, Cilt:17, Sayı:4- 5, 2008.

<sup>131</sup> Bahar Eroğlu Yalın, **Siyasal Düşünce ve Siyasal Tercih Üzerinde Değerlerin Etkisi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2007.

<sup>132</sup> Cem Başlevent ve Hasan Kirmanoğlu, "Empirical Results on the Predictive Power of Basic Personal Values and Core Political Attitudes in Turkish Politics", **Working Paper**, 2009, <http://ssrn.com/abstract=1430405> (Erşim Tarihi: 26.12.2010)

Diğer taraftan, PVQ ölçeği ile yapılan çalışmalar yalnızca siyasi tercihler ile ilgili değildir. Örneğin, yapılan çalışmaların birinde kültür ve değer kavramları arasındaki ilişki, Türkiye’de öğrenim görmekte olan Komünizm-sonrası Türki Cumhuriyetler’ den gelen üniversite öğrencileri ve Türk üniversite öğrencilerinin değer yapıları arasındaki farklılıkları araştırmaktadır. Katılımcılara PVQ uygulanmıştır.<sup>133</sup> Farklı amaca yönelik bir çalışmada ise Türkiye’de statüsel, demografik ve ekonomik faktörlerin kültürel değerler üzerinde etkisinin kamu ve özel sektör bankacılığında, yönetsel kapsamda karşılaştırılmalı olarak analiz edilmiştir. Bu amaçla PVQ çeşitli illerdeki kamu ve özel bankaların 61’i kadın, 67’si erkek olmak üzere toplam 128 çalışanına uygulanmıştır. Araştırma kapsamında değerlerin cinsiyetlerle ilişkisi değerlendirildiğinde, erkeklerin kadınlara göre daha yardımsever, kurallara uymaya daha fazla önem veren ve geleneksel değerlere daha bağlı olduğu görülmüştür. Sektörde çalışan kadınların ise erkeklere göre hayattan daha fazla zevk almaya çalıştıkları görülmüştür. Yönetici pozisyonlarında çalışan banka personelinin alt kademe çalışanlarına göre güç ve başarıya, kurallara uyma ve geleneklere saygı değerlerine daha fazla önem verdikleri ve daha yardımsever oldukları görülmüştür. Öte yandan kamu çalışanlarının özel sektör çalışanlara göre kurallara uymak ve geleneklere saygı konusundaki değerlere daha çok sahip olduğu, özel sektör çalışanlarının ise güç değerine daha fazla önem verdikleri görülmüştür.<sup>134</sup>

---

<sup>133</sup> Özlem Dirilen, **Relationship Between Values and Culture: A Comparison of Central Asian and Turkish University Students**, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2006.

<sup>134</sup> Ünsal Sığı, Akif Tabak ve Ümit Ercan, “Kültürel Değerlerin Yönetsel Kapsamda Analizi: Türk Bankacılık Sektörü Uygulaması”, **Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt:1, Sayı:2, 2009.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### DEĞERLERİN SİYASAL DÜŞÜNCE VE SİYASAL TERCİH ÜZERİNE ETKİSİ: ANTALYA KONYAALTI İLÇESİ UYGULAMASI

#### 3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Bireysel ve toplumsal davranışı belirleyen unsurlardan biri de değerlerdir. Değerler davranışı biçimlendirir ve yönlendirir. Dolayısıyla bireyi ve toplumu anlamak, bu doğrultuda uygun iletişim biçimini seçmek ve uygulamak, öncelikle bireyin ve toplumun değerlerini bilmeyi gerektirir. Bu doğrultuda kitlelerin oylarını hedefleyen siyasal parti ve liderlerin, siyasal iletişim süreçlerinde etkin olabilmek için kitlenin siyasal tercihini etkileyen hatta belirleyen (nasıl düşündüğü, nasıl davrandığı, neleri öncelediğini tanımlayan) değerlerini bilmeye gereksinimleri vardır. Değerlerin, davranışı etkilediği gerçeğinden yola çıkarak, bu etkinin bireyin siyasal düşünce ve tercihlerine nasıl yansıdığını ortaya koymak bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Araştırmada değer ölçeği olarak PVQ (Portrait Values Questionnaire) ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekteki toplam 40 değer genel olarak 4 ana boyut altında toplanmıştır. Bunlar; Değişime Açıklık, Kendini Aşma, Muhafazakârlık ve Kendini Geliştirme boyutlarıdır. Bu 4 ana boyut on altı boyutta gruplandırılmıştır. Bunlar; güç, başarı, hazcılık, uyarılma, kendini yönetme, evrensellik, yardımseverlik, geleneksellik, uyum, güvenlik boyutlarıdır. Şekil 3.1 de ana ve alt boyutlar ilişkilendirilmiştir.

#### *Değişime Açıklık Boyutu (Openness To Change)*

Kendini Yönetme (Self-Control): Yaratıcı olmak, özgür olmak, kendi amaçlarını seçebilmek, bağımsız olmak, kendine saygılı olmak.

Uyarılma (Stimulation): Cesur olmak, değişken bir hayat yaşamak, heyecanlı bir yaşantı sahibi olmak.

Hazcılık (Hedonizm): Zevk, yaşamdan zevk almak, isteklerine düksün olmak. (Hazcılık alt boyutu Değişime Açıklık boyutunun altında ya da Kendini Geliştirme boyutunun altında oluşabilir).

*Kendini Aşma Boyutu (Self-transcendence)*

Evrensellik (Universalizm): Sosyal adaletli, barış içinde güzel bir dünya, erdemli olmak, çevreyi korumak, açık fikirli olmak, eşitlikçi olmak, doğayla bütünlük içinde olmak, iç huzuruna sahip olmak.

Yardımseverlik (Benevolence): Manevi bir yasama sahip olmak, bağışlayıcı olmak, dürüst olmak, yardımsever olmak, sadık olmak, sorumlu olmak, anlamlı bir yasama, gerçek dostluğa inanmak.

*Muhafazakârlık Boyutu (Conservation)*

Geleneksellik (Tradition): Kendisine düşen hayatı kabullenmek, ılımlı olmak, dindar olmak, alçak gönüllü olmak, geleneklere saygılı olmak, mahremiyete ve özel haklara saygı duymak.

Uyum (Comformity): İtaatli olmak, ana babaya ve yaşlılara değer vermek, kibar olmak, kendini denetleyebilmek.

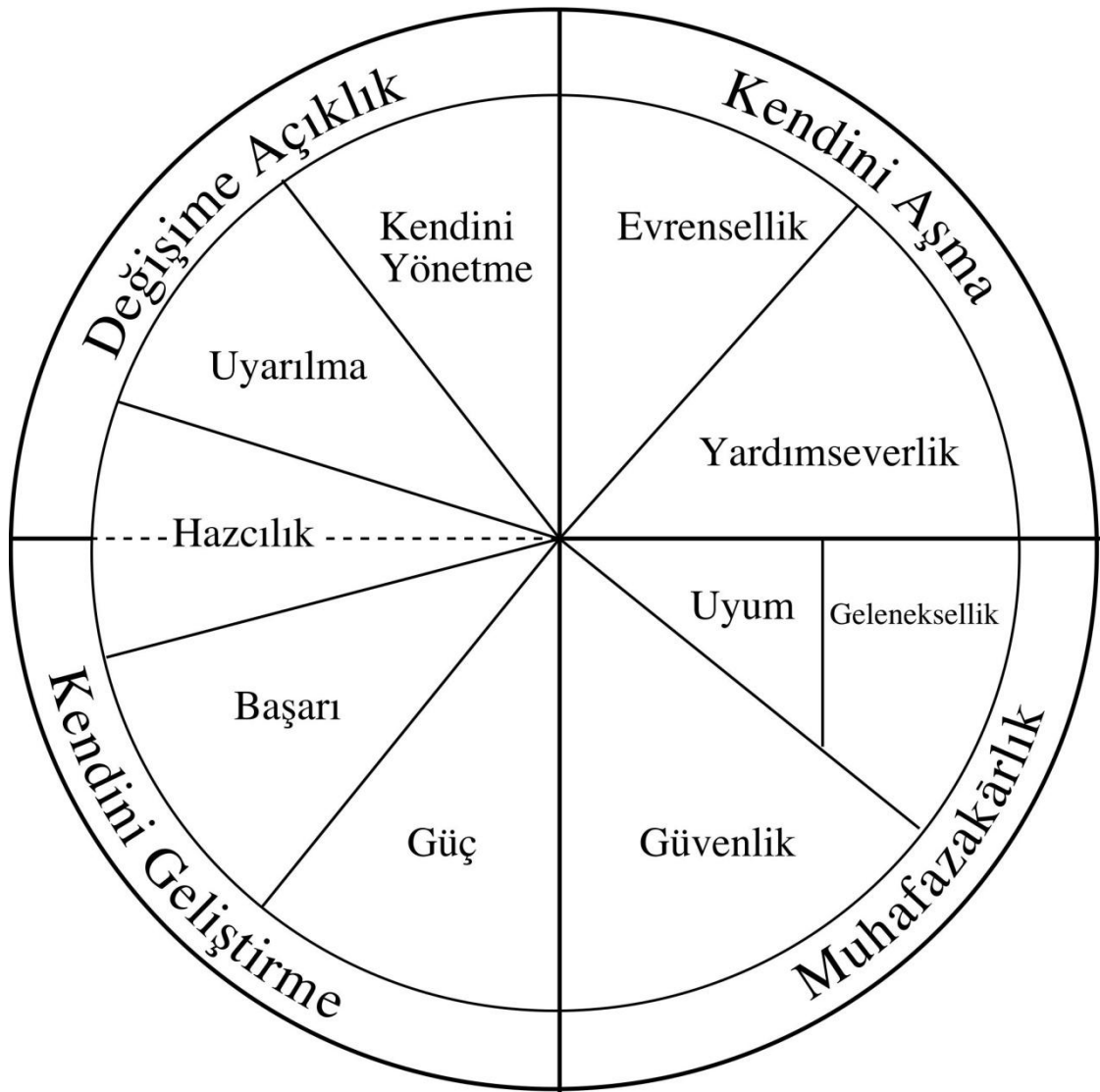
Güvenlik (Security): Ulusal güvenliğe sahip olmak, bağlılık duygusu taşımak, iyiliğe karşılık vermek, toplumsal düzene, aile güvenliğine sahip olmak, sağlıklı olmak, temiz olmak.

*Kendini Geliştirme Boyutu (Self-enhancement)*

Güç (Power): Sosyal güç sahibi olmak, otorite sahibi olmak, zengin olmak, toplumdaki görünümünü koruyabilmek.

Başarı (Achievement): Başarılı olmak, yetkin olmak, hırslı olmak, sözü geçen biri olmak (zeki olmak).

Hazcılık (Hedonizm): Zevk, yaşamdan zevk almak, isteklerine düşkün olmak. (Hazcılık alt boyutu Değişime Açıklık boyutunun altında ya da Kendini Geliştirme boyutunun altında oluşabilir).



Şekil 3.1 PVQ Ölçeği Boyut Yapısı<sup>135</sup>

### 3.2. Araştırmanın Yöntemi

#### 3.2.1. Araştırmanın Örnekleme

Antalya'nın Konyaaltı ilçesi, 2010 referandumundaki seçmen sayısı 75631'dir. Örnekleme dâhil olacak 18 yaş üstü kişi sayısının belirlenmesinde aşağıdaki basit tesadüfi (rastlantısal) örnekleme yöntemi kullanılmıştır.<sup>136</sup>

<sup>135</sup> Eldad Davidov ve diğerleri, 'Values and Support for Immigration: A Cross-Country Comparison, European Sociological Review', Cilt:24, Sayı:5, 2008, s. 585.

<sup>136</sup> Glenn D. Israel, "Determining Sample Size", University of Florida, The Institute of Food and Agricultural Studies (ISAF), <http://edis.ifas.ufl.edu/pdf/FILES/PD/PD00600.pdf> (Erşim Tarihi: 01.12.2010)

$$n = N / ( 1 + N(e)^2)$$

n: Gerekli en az örneklem büyüklüğü

N: Ana Kütle Büyüklüğü

e: Hata Payı

$$n=75631 / ( 1+75631(0.05)^2)$$

n: 398

Yukarıdaki formülden araştırmanın güvenilirliği için en az 398 kişiyle yapılmasının gerekli olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ancak yapılması planlanan istatistiksel analizlerin geçerliliği için örneklem sayısı arttırılmış ve 500 olarak belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan örnekleme yöntemi tabakalı örnekleme yöntemi ve orantılı paylaştırmadır. Bu yöntemde mahallelerinin seçmen sayıları temel alınmış ve toplam örneklem sayısı ana kütle sayısına bölünerek bulunan oran her mahallenin seçmen sayısı ile çarpılarak mahalle bazında yapılması gereken anket sayısı belirlenmiştir.<sup>136</sup> Anket sayısı az çıkan mahallelerde yapılması gereken anketler diğer mahallelere yüklenmiştir. Tablo 3.1’de orantılı paylaştırma yönteminin sonuçları görülmektedir.

**Tablo 3.1** Mahallelere Göre Yapılması Gereken ve Yapılan Anket Sayıları

	<b>2010 Seçmen Sayısı</b>	<b>Anket Sayısı</b>	<b>Yapılması Gereken Anket Sayısı</b>	<b>Yapılan Anket Sayısı</b>
<b>AKKUYU</b>	1570	10	<b>11</b>	<b>14</b>
<b>ALTINKUM</b>	5628	37	<b>40</b>	<b>57</b>
<b>ARAPSUYU</b>	4465	30	<b>32</b>	<b>40</b>
<b>AYDINLIK</b>	624	4	<b>0</b>	
<b>BELDİBİ BAHÇECİK</b>	1540	10	<b>11</b>	<b>25</b>
<b>BELDİBİ ÇİFTEÇEŞMELER</b>	582	4	<b>0</b>	
<b>ÇAKIRLAR</b>	993	7	<b>7</b>	
<b>ÇAMLIBEL</b>	344	2	<b>0</b>	
<b>DAĞ</b>	395	3	<b>0</b>	
<b>DEMİRCİLİK</b>	131	1	<b>0</b>	
<b>DOYRAN</b>	478	3	<b>0</b>	
<b>GÖKÇAM</b>	302	2	<b>0</b>	
<b>GÖKDERE</b>	39	0	<b>0</b>	
<b>GÜRSU</b>	7255	48	<b>51</b>	<b>60</b>
<b>HURMA</b>	4421	29	<b>31</b>	<b>42</b>
<b>KARATEPE</b>	653	4	<b>0</b>	

**Tablo 3.1'in Devamı**

<b>KIR</b>	403	3	<b>0</b>	
<b>KURUÇAY</b>	131	1	<b>0</b>	
<b>KUŞKAVAĞI</b>	1634	11	<b>12</b>	
<b>LİMAN</b>	7257	48	<b>50</b>	<b>39</b>
<b>MOLLAYUSUF</b>	2695	18	<b>19</b>	<b>21</b>
<b>ÖĞRETMENEVLERİ</b>	5606	37	<b>40</b>	<b>28</b>
<b>PINARBAŞI</b>	4503	30	<b>32</b>	<b>33</b>
<b>SARISU</b>	741	5	<b>5</b>	
<b>SİTELER</b>	8577	57	<b>60</b>	<b>66</b>
<b>SUIÇECEK</b>	256	2	<b>0</b>	
<b>TOROS</b>	5349	35	<b>38</b>	<b>46</b>
<b>ULUÇ</b>	3545	23	<b>25</b>	<b>39</b>
<b>UNCALI</b>	5062	33	<b>36</b>	<b>41</b>
<b>YENİ</b>	237	2	<b>0</b>	
<b>ZÜMRÜT</b>	215	1	<b>0</b>	
<b>Toplam</b>	<b>75631</b>	<b>500</b>	<b>500</b>	<b>551</b>

Anket çalışması 2011 yılının Mart ayının 2. haftası boyunca önceden oluşturulan soru formuna bağlı kalınarak, yüz yüze görüşme biçiminde gerçekleştirilmiştir. Anketler hane hane dolaşarak yapılmıştır. Sokakta anket yapılmamıştır. Ayrıca anket uygulanırken aşağıdaki kurallara uyulmuştur.

- Bir sokaktan en fazla 3 tane, bir binadan en fazla 1 tane anket yapılmıştır.
- Toplu yerlerde (pastane, kahvehane, cami önü vb) anket yapılmamıştır.
- Anket yapılan kişinin yalnız olmasına dikkat edilmiştir. Başkalarının müdahalesine fırsat verilmemiştir.
- Anket yapılan kişinin adresi mutlaka alınmıştır.

Soru formu 3 bölüm ve toplam 61 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümdeki 7 soru 18 yaşını doldurmuş seçmen kitlesinin demografik özelliklerini, ikinci bölümdeki 40 soru kişisel değer algılarını, üçüncü bölümdeki 13 soru siyasal tercihlerini sorgulamaktadır.



### 3.2.2. Veri Analiz Teknikleri

Anket verilerinin analizinde istatistik paket programlarından SPSS 16.0 (Statistical Package of Social Sciences) kullanılmıştır.

İlk olarak kişisel değerler ölçeğinin güvenirlik ve geçerlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Formun birinci bölümünü oluşturan demografik özellikler (cinsiyet, yaş eğitim durumları, gelir düzeyleri, medeni durumları, meslek) ile üçüncü bölümdeki siyasi tercihler frekans analizleri ile ortaya konulmuştur, formun ikinci bölümünü oluşturan değerlerin tanımlayıcı analizleri yapılmıştır. Daha sonra tek değişkenli istatistiksel yöntemlerden T-testi, ANOVA ve Ki-kare analizleri yapılmıştır.

### 3.2.3. Güvenirlik ve Geçerlilik Analizleri

Ölçeğin standardize olabilmesi ve sonrasında uygun bilgiler üretme yeteneğine sahip olması için “güvenirlik” ve “geçerlik” olarak nitelendirilen iki özelliğe sahip olması istenir. Ölçeğin taşınması gereken özelliklerden birisi olan güvenirlik, bir ölçme aracıyla aynı koşullarda tekrarlanan ölçümlerde elde edilen ölçüm değerlerinin kararlılığının bir göstergesidir. Ölçümlerin kararlılığının yorumlanmasında, iki farklı yaklaşım vardır. Birinci yaklaşım, birbirini izleyen ölçümlerde, bireyin grup içindeki sırasının değişmezliği; ikinci yaklaşım ise birbirini izleyen ölçümlerde ölçme hatalarının büyüklüğü, yani ölçeğin tekrarlı ölçümlerde aynı denekten yaklaşık olarak aynı ölçüm değerini elde etmesi ve dolayısıyla ölçmenin standart hatasının düşük olması ile ilgilidir. Güvenirlik sadece ölçme aracına ait bir özellik değildir, ölçme aracı ve aracın sonuçlarına ilişkin bir özelliktir.

Ölçekle sağlanan bilgilerin kararlı özellik taşıdığına, yani hatadan arındırılmış olduğuna ve aynı amaçla yapılacak ikinci bir ölçümde aynı sonuçların elde edileceğine güven duyulması gerekir. Güvenilir olmayan bir ölçek kullanışsızdır. Bir ölçeğin güvenirliğini ölçmede en yaygın kullanılan güvenirlik yöntemi Cronbach alfa katsayısıdır. Cronbach (1951) tarafından geliştirilen alfa katsayısı yöntemi, maddeler doğru-yanlış olacak şekilde puanlanmadığında, 1-3, 1-4, 1-5 gibi puanlandığında, kullanılması uygun olan bir iç tutarlılık tahmin yöntemidir. Cronbach alfa katsayısı, ölçekte yer alan k maddenin varyansları toplamının genel varyansa oranlanması ile bulunan bir ağırlıklı standart değişim ortalamasıdır. Bu değer sıfır ve bir arasında değişmekte ve bire yaklaştıkça tutarlılığı artmaktadır.

Geçerlik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği, başka herhangi bir özellikle karıştırmadan, doğru ölçebilme derecesidir. Geçerliğin davranışsal özelliklerin ölçülmesinde önemli bir yeri vardır<sup>137</sup>. Çalışmamızda yapı geçerliliğinden faydalanılmıştır. Yapı, birbirleriyle ilgili olduğu düşünülen belli öğelerin ya da öğeler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu bir örüntüdür. Bir ölçeğin yapı geçerliliğini belirleme süreci bir ölçüde, bilimsel kuram geliştirme süreciyle aynıdır. Bu çalışmada yapı geçerliliğini ölçmek amacıyla Açıklayıcı faktör analizi (AFA) kullanılmıştır.

Faktör analizinin, başlıca amacı aralarında ilişki bulunduğu düşünülen çok sayıdaki değişkenin arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını ve yorumlanmasını kolaylaştırmak için daha az sayıdaki temel boyuta indirgemek veya özetlemektir. Yani temel bileşenler analizi gibi bir boyut indirgeme ve bağımlılık yapısını yok etme yöntemidir. Anlaşıldığı üzere faktör analizinin iki temel amacı bulunmaktadır. Bunlar; değişken sayısını azaltmak ve değişkenler arasındaki ilişkilerden yararlanarak bazı yeni yapılar ortaya çıkarmaktır. Açıklayıcı faktör analizi, verilerin Kovaryans ya da Korelasyon matrisinden yararlanılarak birbirleri ile ilişkili p sayıda değişkenden daha az sayıda ( $k < p$ ) ve birbirlerinden bağımsız yeni değişkenler (faktör) türetmek üzere yararlanılan bir tekniktir. Açıklayıcı faktör analizinin bazı varsayımları şu şekilde sıralanabilir.

1. Faktör Analizi tüm değişkenlerin ve bu değişkenlerin tüm doğrusal birleşimlerinin (kombinasyonlarının) normal dağıldığını (çok değişkenli normal dağılım) varsayar. Değişkenlerin tüm doğrusal birleşimlerinin normallik testi edilmesine de tek değişkenlere ilişkin normallik, çarpıklık ve basıklık katsayıları ile değerlendirilebilir.

2. Çok değişkenli normallik varsayımı, değişken çiftlerinin arasındaki ilişkinin doğrusal olduğuna da işaret ettiğinden dolayı ilişkinin doğrusal olması gerekir.

3. Verilerin en az aralıklı ölçekte ölçülmüş olması gerekir.

4. Değişkenlerin birbirleri ile çok düşük ya da çok yüksek değil de belirli bir düzeyde ilişkili (0,25 -0,90) olması gerekir.

---

<sup>137</sup> İlker Ercan ve İsmet Kan, 'Ölçeklerde Güvenilirlik ve Geçerlik', Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, Cilt:30, Sayı:3, 2004, ss. 211-216.

5. Ortak faktörler birbirleri ile ve artık faktörlerle ilişkisizdir.

Açıklayıcı faktör analizi, bir araştırmacı verinin temelini oluşturan faktör miktarı hakkında bir hipotez oluşturmak için yeterli bir kanıtı sahip olmadığında, değişkenler arasındaki kovaryansı açıklayan faktörlerin doğası ve sayısını tespit etmede veriyi keşfetmek için kullanılır. Bu özelliği ile Açıklayıcı faktör analizi bir belirleme işlevini, hipotez kurmaya yönelik bilgi edinilmesini sağlamaya çalışır ve Açıklayıcı faktör analizine yöntem türeten yaklaşım adı da verilebilir.<sup>138</sup>

### 3.2.3.1 Değişime Açıklık Boyutu Yapı Geçerliliği ve Güvenirliği

PVQ ölçeğinin boyut, alt boyut ve bu alt boyutların altında yer alan sorular Tablo 3.2 de belirtilmiştir.

**Tablo 3.2** PVQ Ölçeğinin Yapısı

Boyut	Alt Boyut	Sorular
Değişime Açıklık	Kendini Yönetme	1, 11, 22, 34
	Uyarılma	6, 15, 30
	*Hazcılık	10, 26, 37
Kendini Aşma	Yardımsellik	12, 18, 27, 33
	Evrensellik	3, 8, 19, 23, 29, 40
Muhafazakârlık	Güvenlik	5, 14, 21,31, 35
	Uyum	7, 16, 28, 36
	Geleneksellik	9, 20, 25, 38
Kendini Geliştirme	Başarı	4, 13, 24, 32
	Güç	2, 17, 39
	*Hazcılık	10, 26, 37

Araştırmanın yapı geçerliliğinin ispatlanması amacı ile ilk olarak her boyut için faktör analizi uygulanmıştır. Yapı geçerliliğini ispatlamak için “Değişime Açıklık” boyutundaki sorulara (Soru 1, 11, 22, 34, 6, 15, 30, 10, 26, 37) faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinin sonucunda 22 numaralı sorunun ortak varyansı (communality) 0,4’den küçük

<sup>138</sup> Nuri Doğan ve T. Oğuz Başokçu, “İstatistik Tutum Ölçeği İçin Uygulanan Faktör Analizi ve Aşamalı Kümeleme Analizi Sonuçlarının Karşılaştırılması”, **Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi**, Cilt:1, Sayı:2, 2010, ss. 65- 71.

(0,378) olduğu için ve “Hazcılık” boyutuna ait sorular (Soru 10, 26, 37) da faktör yapısını bozduğu için çıkartılarak yeniden faktör analizi uygulanmıştır. Uygulanan faktör analizinin sonucunda “Kendini Yönetme” ve “Uyarılma” alt boyutları oluşmuştur. Bu boyutlar ve boyutların ilişkilendiği sorular Tablo 3.3’de belirtilmiştir.

**Tablo 3.3** PVQ Ölçeği Değişime Açıklık Boyutu Yapısı

Boyut	Alt Boyut	Sorular
Değişime Açıklık	Kendini Yönetme	1, 11, 34
	Uyarılma	6, 15, 30

Oluşan iki alt boyutun varyansı açıklama oranı %48,24, Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) oranı 0,668 olarak hesaplanmıştır. “Değişime Açıklık” boyutunun güvenilirlik testi sonucunda Cronbach Alfa katsayısı 0,530 olarak hesaplanmıştır.

### 3.2.3.2 Kendini Aşma Boyutu Yapı Geçerliliği Ve Güvenirliği

Yapı geçerliliğini ispatlamak için “Kendini Aşma” boyutundaki sorulara (Soru 12, 18, 27, 33, 3, 8, 19, 23, 29, 40) faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinin sonucunda 8 numaralı sorunun ortak varyansı (communality) 0,4’den küçük (0,294) olduğu ve faktör yapısını bozduğundan, bu soru çıkartılarak yeniden faktör analizi uygulanmıştır. Uygulanan faktör analizinin sonucunda “Yardımseverlik” ve “Evrensellik” boyutları oluşmuştur. Bu boyutlar ve boyutların ilişkilendiği sorular Tablo 3.4’de belirtilmiştir.

**Tablo 3.4** PVQ Ölçeği Kendini Aşma Boyutu Yapısı

Boyut	Alt Boyut	Sorular
Kendini Aşma	Yardımseverlik	12, 18, 27, 33
	Evrensellik	3, 19, 23, 29, 40

Oluşan iki alt boyutun varyansı açıklama oranı %38,57, Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) oranı 0,733 olarak hesaplanmıştır. “Kendini Aşma” boyutunun güvenilirlik testi sonucunda Cronbach Alfa katsayısı 0,607 olarak hesaplanmıştır.

### 3.2.3.3 Muhafazakârlık Boyutu Yapı Geçerliliği ve Güvenirliği

Yapı geçerliliğini ispatlamak için “Muhafazakârlık” boyutundaki sorulara (Soru 5, 14, 21, 31, 35, 7, 16, 28, 36, 9, 20, 25, 38) faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinin sonucunda 28 numaralı sorunun ortak varyansı (communality) 0,4'den küçük (0,220) olduğundan ve 7 numaralı soru faktör yapısını bozduğundan, bu iki soru çıkartılarak yeniden faktör analizi uygulanmıştır. Uygulanan faktör analizinin sonucunda “Güvenlik” alt boyutu tek başına, “Uyum ve Geleneksellik” alt boyutları birleşerek, toplam 2 alt boyut oluşmuştur. Bu boyutlar ve boyutların ilişkilendiği sorular Tablo 3.5’de belirtilmiştir.

**Tablo 3.5** PVQ Ölçeği Muhafazakârlık Boyutu Yapısı

Boyut	Alt Boyut	Sorular
Muhafazakârlık	Güvenlik	5, 14, 21, 31, 35
	Uyum- Geleneksellik	16, 36, 9, 20, 25, 38

Oluşan iki alt boyutun varyansı açıklama oranı %40,778, Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) oranı 0,818 olarak hesaplanmıştır. “Muhafazakârlık” boyutunun güvenirlilik testi sonucunda Cronbach Alfa katsayısı 0,733 olarak hesaplanmıştır

### 3.2.3.4 Kendini Geliştirme Boyutu Yapı Geçerliliği Ve Güvenirliği

Yapı geçerliliğini ispatlamak için “Kendini Geliştirme” boyutundaki sorulara (Soru 4, 13, 24, 32, 2, 17, 39, 10, 26, 37) faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinin sonucunda 39 numaralı soru faktör yapısını bozduğundan, bu soru çıkartılarak yeniden faktör analizi uygulanmıştır. Uygulanan faktör analizinin sonucunda “Başarı”, “Güç” ve “Hazcılık” olmak üzere toplam 3 alt boyut oluşmuştur. Bu boyutlar ve boyutların ilişkilendiği sorular Tablo 3.6’da belirtilmiştir.

**Tablo 3.6** PVQ Ölçeği Kendini Geliştirme Boyutu Yapısı

Boyut	Alt Boyut	Sorular
Kendini Geliştirme	Başarı	4, 13, 24, 32
	Güç	2, 17
	Hazcılık	10, 26, 37

Oluşan üç alt boyutun varyansı açıklama oranı %58,393, Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) oranı 0,815 olarak hesaplanmıştır. “Kendini Geliştirme” boyutunun güvenilirlik testi sonucunda Cronbach Alfa katsayısı 0,752 olarak hesaplanmıştır.

### 3.2.3.5 PVQ Ölçeğinin Genel Güvenirliği ve Geçerliliği

Yapmış olduğumuz faktör analizleri sonucunda problemlili olan 22, 8, 7, 28 ve 39 numaralı soruları çıkartarak güvenilirlik testini uyguladığımızda Cronbach Alfa katsayısı 0,79 olarak hesaplanmıştır

“Değişime Açıklık”, “Kendini Aşma”, “Muhafazakârlık”, “Kendini Geliştirme” boyutlarının her birinin altındaki soruların aritmetik ortalaması alınarak aralık ölçeği olan dört yeni değişken oluşturulmuştur. Bu değişkenlerin tüm sorularla korelasyonu incelenmiştir. Yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 3.7’de belirtilmiştir

**Tablo 3.7** Boyutların Sorularla Korelasyonu

Soru	YENİ DEĞİŞKENLER			
	Değişime Açıklık	Kendini Aşma	Muhafazakârlık	Kendini Geliştirme
1	,543**	,187**	,134**	,273**
11	,438**	,196**	,024	,188**
34	,445**	,191**	,068	,160**
6	,595**	,083	-,007	,488**
15	,601**	,024	,090*	,311**
30	,638**	-,136**	-,166**	,438**
12	,102*	,479**	,221**	,047
18	,041	,536**	,327**	,062
27	,157**	,562**	,289**	,153**
33	,002	,417**	,284**	,149**
3	,086*	,436**	,242**	,022
19	,061	,500**	,251**	-,024
23	,066	,533**	,337**	-,020
29	-,017	,504**	,285**	-,039
40	,023	,480**	,292**	-,014
5	,048	,364**	,399**	-,017

**Tablo 3.7'nin Devamı**

14	,048	,242**	,404**	-,094*
21	,034	,279**	,540**	,013
31	-,014	,158**	,313**	-,058
35	,038	,373**	,544**	-,029
16	,073	,423**	,563**	,173**
36	,003	,358**	,627**	,007
9	-,097*	,286**	,517**	-,012
20	,024	,169**	,540**	,114**
25	-,026	,332**	,654**	-,013
38	-,002	,318**	,590**	,096*
4	,369**	,095*	,000	,643**
13	,366**	-,002	-,040	,648**
24	,366**	-,023	-,059	,691**
32	,354**	-,042	-,027	,639**
2	,317**	-,074	-,064	,536**
17	,195**	,275**	,242**	,420**
10	,325**	,072	,034	,533**
26	,399**	,057	,014	,602**
37	,349**	,125**	,163**	,478**

\* Korelasyon 0,05 seviyesinde anlamlı

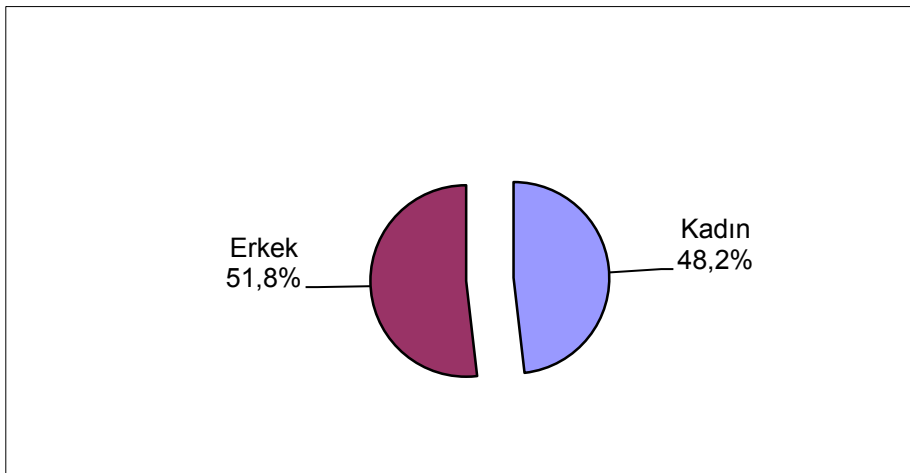
\*\* Korelasyon 0,01 seviyesinde anlamlı

Tablo 3.7'de görüldüğü üzere “Değişime Açıklık”, “Kendini Aşma”, “Muhafazakârlık”, “Kendini Geliştirme” boyutlarını oluşturan değişkenlerin kendi boyutuyla korelasyonu yüksek iken diğer boyutlarla ilişkileri ya anlamsız ya da anlamlı ancak düşüktür. Bu sonuç, PVQ ölçeğinin yapı geçerliliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir.

### 3.3 Araştırmanın Bulguları ve Yorumları

#### 3.3.1 Demografik Özellikler

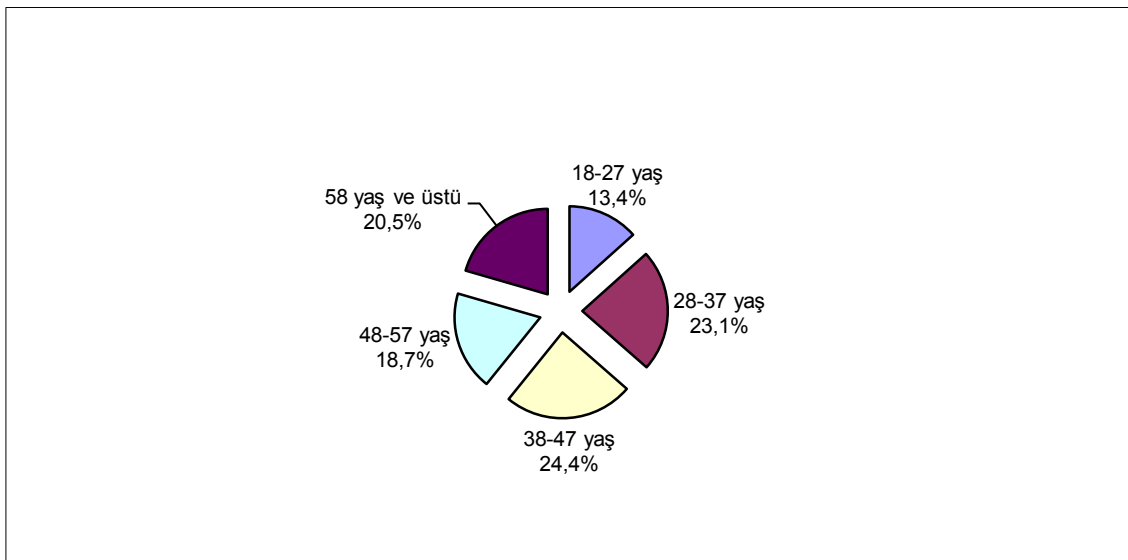
Örneklem kapsamında kişilerin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, hanedeki kişi sayısı, medeni durum ve mesleğine ilişkin bulgular formun ilk bölümündeki kapalı uçlu sorulara verilen yanıtlardan elde edilmiştir.



**Şekil 3.2** Cinsiyete Göre Dağılım

Şekil 3.2’de görüldüğü gibi ankete katılanların %48,2’si kadınlar, %51,8’ini erkekler oluşturmaktadır.

Yaş değişkeni, “18-27 yaş, 28-37 yaş, 38-47 yaş, 48-57yaş, 58 yaş ve üzeri” olacak şekilde gruplanmıştır. Oluşan yaş gruplarının frekans dağılımı Şekil 3.3’de belirtilmiştir. Ankete katılanlar arasında 38-47 yaş grubu (%24,4) en yüksek, 18-27 yaş ise en düşük grubu oluşturmaktadır.



**Şekil3.3** Yaş Gruplarına Göre Dağılım

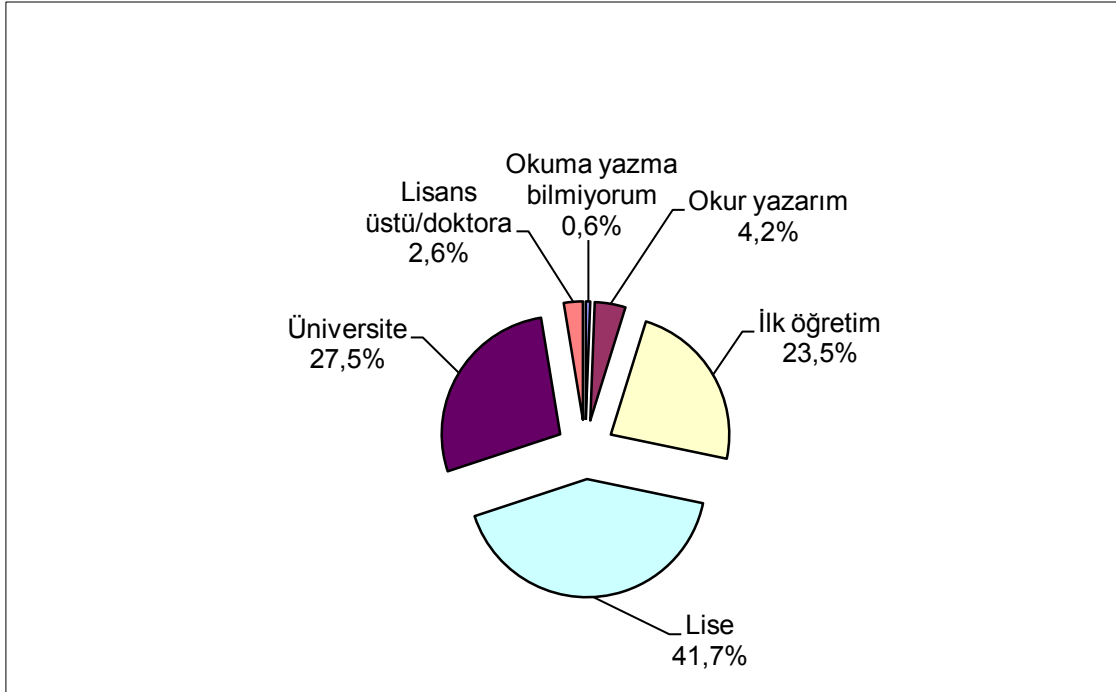
Ankete katılanların yaş dağılımı Tablo 3.8’de gösterilmiştir



**Tablo 3.8** Yaşa Göre Dağılım

Yaş	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde	Yaş	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
18	7	1,3	1,3	1,3	49	7	1,3	1,3	63,9
19	3	,5	,5	1,8	50	10	1,8	1,8	65,8
20	8	1,5	1,5	3,3	51	13	2,4	2,4	68,1
21	7	1,3	1,3	4,6	52	7	1,3	1,3	69,4
22	9	1,6	1,6	6,2	53	11	2,0	2,0	71,4
23	7	1,3	1,3	7,5	54	9	1,6	1,6	73,1
24	6	1,1	1,1	8,6	55	13	2,4	2,4	75,5
25	9	1,6	1,6	10,3	56	12	2,2	2,2	77,7
26	4	,7	,7	11,0	57	10	1,8	1,8	79,5
27	13	2,4	2,4	13,4	58	16	2,9	2,9	82,4
28	16	2,9	2,9	16,3	59	7	1,3	1,3	83,7
29	16	2,9	2,9	19,2	60	14	2,5	2,6	86,3
30	8	1,5	1,5	20,7	61	4	,7	,7	87,0
31	7	1,3	1,3	22,0	62	5	,9	,9	87,9
32	17	3,1	3,1	25,1	63	10	1,8	1,8	89,7
33	16	2,9	2,9	28,0	64	5	,9	,9	90,7
34	12	2,2	2,2	30,2	65	10	1,8	1,8	92,5
35	16	2,9	2,9	33,2	66	6	1,1	1,1	93,6
36	7	1,3	1,3	34,4	67	7	1,3	1,3	94,9
37	11	2,0	2,0	36,4	68	6	1,1	1,1	96,0
38	16	2,9	2,9	39,4	69	1	,2	,2	96,2
39	12	2,2	2,2	41,6	70	4	,7	,7	96,9
40	15	2,7	2,7	44,3	71	1	,2	,2	97,1
41	7	1,3	1,3	45,6	72	2	,4	,4	97,4
42	15	2,7	2,7	48,4	74	1	,2	,2	97,6
43	21	3,8	3,8	52,2	75	3	,5	,5	98,2
44	17	3,1	3,1	55,3	76	3	,5	,5	98,7
45	14	2,5	2,6	57,9	77	1	,2	,2	98,9
46	5	,9	,9	58,8	79	3	,5	,5	99,5
47	11	2,0	2,0	60,8	80	3	,5	,5	100,0
48	10	1,8	1,8	62,6	Toplam	546	99,1	100,0	

Şekil 3.4’de belirtilen dağılıma bakıldığında ankete katılanlar arasında en yüksek grubu lise (%41,7) mezunları oluşturmaktadır. Üniversite mezunları (% 27,5) ve ilköğretim mezunları (%23,5) toplamı ankete katılanların yaklaşık yarısını oluşturmaktadır.



**Şekil 3.4** Eğitim Durumuna Göre Dağılım

Okuryazar olanlar (%4,2), lisansüstü/doktora mezunları (%2,6) katılımcılar arasında düşük frekansta kalmaktadır. Ankete katılanlar arasında en az sayıdaki grubu ise %0,6 ile okuma yazma bilmeyenler oluşturmaktadır.

Ankete katılan 551 kişiden 491’i “Hanedeki birey sayısı” sorusuna geçerli cevap vermiştir. Katılımcılar arasında en fazla dört kişilik haneler (%34,4) bulunmaktadır. Üç kişiden oluşan haneler katılımcıların %28,5’ini ve iki kişiden oluşan haneler %19,6’sını, beş kişiden oluşan haneler %11,6’sını oluşturmaktadır.

Katılımcılar arasında düşük oranları ise altı kişilik (%2,6), bir kişilik (%1,6) haneler oluşturmaktadır. Sekiz kişilik (%0,8), yedi kişilik (%0,4), on kişilik (%0,2), on yedi (%0,2) kişilik haneler en düşük oranda kalmaktadır ve bunların toplamı %1,6 etmektedir (Tablo3.9).

**Tablo 3.9** Hanedeki Birey Sayısına Göre Dağılım

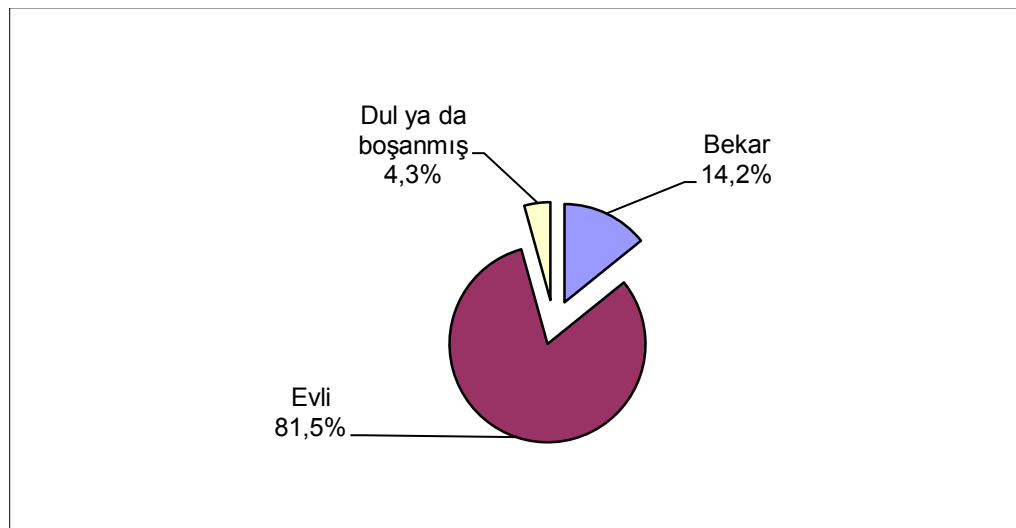
Hanedeki birey sayısı	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
1	8	1,5	1,6	1,6
2	96	17,4	19,6	21,2
3	140	25,4	28,5	49,7
4	169	30,7	34,4	84,1
5	57	10,3	11,6	95,7
6	13	2,4	2,6	98,4
7	2	,4	,4	98,8
8	4	,7	,8	99,6
10	1	,2	,2	99,8
17	1	,2	,2	100,0
Toplam	491	89,1	100,0	
Geçersiz yanıt	60	10,9		
Toplam	551	100,0		

Ankete katılanların %41,4'ünü 1001-2000 lira aylık gelire sahip kişiler oluşturmaktadır. Aylık geliri 2001-3000 lira olanlar (%29,7) ile ikinci sırada ve aylık geliri 1000 liradan az olanlar (%15,8) üçüncü sırada yer almaktadır.

**Tablo 3.10** Hanenin Aylık Gelirine Göre Dağılım

Hanenin aylık Geliri ( TL)	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
1000 liradan az	87	15,8	15,9	15,9
1001-2000	226	41,0	41,4	57,3
2001-3000	162	29,4	29,7	87,0
3001-4000	46	8,3	8,4	95,4
4001-5000	13	2,4	2,4	97,8
5001 ve üstü	12	2,2	2,2	100,0
Toplam	546	99,1	100,0	
Geçersiz Yanıt	5	,9		
Toplam	551	100,0		

3001 liradan yüksek gelire sahip olanlar ankete katılanların %13'ünü oluşturmaktadır (Tablo 3.10).

**Şekil 3.5** Medeni Duruma Göre Dağılım

Ankete katılanların büyük çoğunluğunu evliler (%81,5) oluşturmuşlardır. Bekârların oranı %14,2'dir. Katılımcılar arasında en düşük oranı dul ya da boşanmış olanlar (%4,3) oluşturmaktadır (Şekil 3.5).

Katılımcılar arasında en yüksek oranı ev hanımları (%26,8) oluşturmuştur. Emekliler (%15,6), devlet memurları (%13,2) ve serbest meslek sahiplerinin (%12,9) sayısı diğer mesleklere nispeten yüksektir. En düşük oranı %0,9 ile kamu sektöründeki işçiler oluşturmuştur (Tablo 3.11)

**Tablo 3.11** Mesleğe Göre Dağılım

Meslek	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
Devlet memuru	72	13,1	13,2	13,2
Serbest meslek	70	12,7	12,9	26,1
Öğrenci	41	7,4	7,5	33,6
Esnaf / zanaatkâr	40	7,3	7,4	41,0
Çalışmıyor	28	5,1	5,1	46,1
Ev hanımı	146	26,5	26,8	73,0
Özel sektörde işçi	44	8,0	8,1	81,1
Kamu sektöründe işçi	5	,9	,9	82,0
Sanayici / tüccar	12	2,2	2,2	84,2
Emekli	86	15,6	15,8	100,0
Toplam	544	98,7	100,0	
Geçersiz Yanıt	7	1,3		
Toplam	551	100,0		

### 3.3.2 PVQ Değer Ölçeğine İlişkin Bulgular

#### 3.3.2.1 PVQ Değer Ölçeğine Ait Tanımlayıcı İstatistikler

PVQ ölçeğini oluşturan maddelere ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmış ve Tablo 3.12’de verilmiştir.

**Tablo 3.12** PVQ Ölçeğini Oluşturan Sorulara Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

No	Soru	N	Ort.	Std. Sapma
1	Yeni fikirler düşünmek ve üretici olmak	542	4,32	,867
2	Zengin olmak, çok para ve pahalı şeylere sahip olmak	542	3,65	1,191
3	Tanımadığınız insanlar da dahil olmak üzere dünyadaki her insana eşit davranılması	542	4,36	,713
4	Yeteneklerinizi göstermek ve insanların yaptıklarınızı beğenmesi	542	3,80	1,143
5	Güvenli bir çevrede yaşamak ve güvenliğinizi tehlikeye atacak şeylerden kaçınmak	542	4,30	,808
6	Hayatta birçok şeyi yapmak ve her zaman yapacak yeni şeyler aramak	542	3,91	1,036
7	İnsanların her zaman için, hatta kimse izlemese bile kurallara uyması	542	4,22	,900
8	Kendinizden farklı insanları dinlemek ve hatta onlarla düşünceniz farklı olsa da, onları anlamaya çalışmak	542	4,12	,905
9	Sahip olduğunuzdan fazlasını istememek ve sahip olduklarınızla yetinmek	542	4,02	,988
10	Kendinize zevk veren şeyleri yapmak	542	4,06	,936
11	Yapacağınız şeylerle ilgili olarak kendi kararlarınızı almak, planlarınızı yaparken özgür olmak	542	4,27	,829
12	Çevrenizdeki insanlarla ilgilenmek ve onlara yardım etmek	542	4,25	,760
13	Başarılı olmak ve diğer insanları etkilemek	541	3,89	1,098
14	Ülkemizin iç ve dış tehditler karşısında güvenli olması ve sosyal düzenin korunması	541	4,40	,821
15	Risk almak	542	3,51	1,228
16	Doğru düzgün davranmak ve insanların yanlış anlayabileceği şeylerden kaçınmak	542	4,07	,958
17	Sorumlu kişi olmak ve diğer kişilere ne yapacaklarını anlatmak	542	3,99	,975
18	Arkadaşlarına sadık kalmak ve kendinizi yakınınızdaki insanlara adamak	542	4,06	,917
19	Doğayı ve çevreyi korumak	542	4,39	,736
20	Dini inançlarımız ve dinin gerektirdiklerini yapmak	540	4,04	1,073
21	Nesnelerin temiz ve düzenli olması	541	4,28	,858
22	Meraklı olmak ve her çeşit olayı anlamaya gayret etmek	541	3,78	1,102
23	Dünyada bütün insanların uyum içinde yaşaması ve barışın geliştirilmesi	541	4,29	,840
24	Hırslı olmak ve ne kadar yetenekli olduğunuzu göstermek	541	3,75	1,202
25	Geleneklere uymak	541	4,10	,969
26	Hayatın zevklerinden haz almak ve kendinizi şımartmak	541	3,51	1,279
27	Diğerlerinin ihtiyaçlarına çözüm aramak ve tanıdıklarınızı desteklemek	541	4,06	,905
28	Ailenize karşı itaatkâr olmak ve her zaman için ailenize ve büyüklerinize saygı göstermek	541	4,36	,797
29	Tanımadığınız insanlar da dahil olmak üzere herkese adaetli davranılması ve toplumda zayıfların korunması	540	4,44	,733
30	Heyecanlı bir hayatınızın olması	542	3,44	1,282
31	Sağlıklı kalmak ve hasta olmayı engellemeye çalışmak	542	4,54	,650
32	Hayatta başarılı olmak ve diğer kişilerden daha başarılı olmak için çalışmak	541	4,06	1,006

**Tablo 3.12'nin Devamı**

33	Kendinize kötülük yapan insanları affetmek ve onlarla ilgili iyi olanı görmek istemek ve kin tutmamak	541	4,00	,983
34	Bağımsız olmak ve kendine güvenmek	542	4,30	,722
35	İstikrarlı bir hükümet ve sosyal düzenin korunması	542	4,37	,795
36	Diğer insanlara karşı her zaman kibar olmak ve diğer kişileri rahatsız etmekten veya kızdırmaktan kaçınmak	542	4,23	,897
37	Hayattan haz almak ve iyi zaman geçirmek	542	4,03	,978
38	Mütevazı ve ılımlı olmak, diğer insanların dikkatlerini kendi üzerinize çekmemek	542	4,11	,994
39	Her zaman için kararları veren tek kişi olmak ve lider olmak	541	3,77	1,173
40	Doğayı korumak ve uyum sağlamak, insanların doğayı değiştirmemesi	541	4,52	,756

Tablo 3.12'de verilen değerlerden ortalamalarına göre en yüksek puana sahip olanı "Sağlıklı kalmak ve hasta olmayı engellemeye çalışmak", bundan sonra sırayla "Doğayı korumak ve uyum sağlamak, insanların doğayı değiştirmemesi" ve "Tanımadığınız insanlar da dâhil olmak üzere herkese adaletli davranılması ve toplumda zayıfların korunması" değerleri gelmektedir. "Heyecanlı bir hayatınızın olması", "Risk alma" ve "Hayatın zevklerinden haz almak ve kendinizi şımartmak" en düşük puanı almıştır

Standart sapmalar yanıtların değişkenliğine ilişkin bilgiler sağlamaktadır. Örneğin, "heyecanlı bir hayatınızın olması" ve "hayatın zevklerinden haz almak ve kendinizi şımartmak" kriterlerindeki yüksek standart sapma ankete katılanların büyük ölçüde farklı fikirlere sahip olduklarını yani bir kısmının kriterlere hiç önem vermezken, bir kısmının önemseydiği sonucu çıkarılabilir. Ayrıca "sağlıklı kalmak ve hasta olmayı engellemeye çalışmak" ve "tanımadığınız insanlar da dâhil olmak üzere dünyadaki her insana eşit davranılması" gibi kriterlerde daha düşük standart sapma değerleri ankete katılanların büyük kısmının aynı görüşe sahip olduklarının göstergesidir.

### 3.3.2.2 PVQ Değer Ölçeğinin Boyutlarına Ait Tanımlayıcı İstatistikler

PVQ ölçeğinin tanımlayıcı istatistikler açısından daha genel bir değerlendirmesini yapmak amacıyla boyutlar düzeyinde aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır.

**Tablo 3.13** PVQ Ölçeğinin Boyutlarına Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>
<b>Değişime Açıklık</b>		<b>541</b>	<b>3,9587</b>	<b>,55430</b>
	Kendini Yönetme	541	4,2994	,55247
	Uyarılma	541	3,6180	,82595
<b>Kendini Aşma</b>		<b>537</b>	<b>4,2659</b>	<b>,40228</b>
	Yardımseverlik	539	4,0937	,56195
	Evrensellik	538	4,4019	,45937
<b>Muhafazakârlık</b>		<b>538</b>	<b>4,2217</b>	<b>,46949</b>
	Güvenlik	539	4,3737	,48161
	Uyum- Geleneksellik	539	4,0940	,63120
<b>Kendini Geliştirme</b>		<b>538</b>	<b>3,8616</b>	<b>,63251</b>
	Başarı	541	4,2994	,55247
	Güç	541	3,6180	,82595
	Hazcılık	540	3,8654	,78035

Tablo 3.13’de görüldüğü üzere, Konyaaltı ilçesinde oturanlar 4,26 ortalama ile “Kendini Aşma”ya en fazla önem vermektedir. Yine bu boyut altındaki “Evrensellik” alt boyutlar arasında en önem verilenidir. En önem verilen bu boyutların standart sapmaları da en düşük olduğu gözlenmiştir. Bu durum ankete katılanların “Kendini Aşma” boyutunda ve özellikle “Evrensellik” üzerinde daha fazla hemfikir olduğunu göstermektedir.

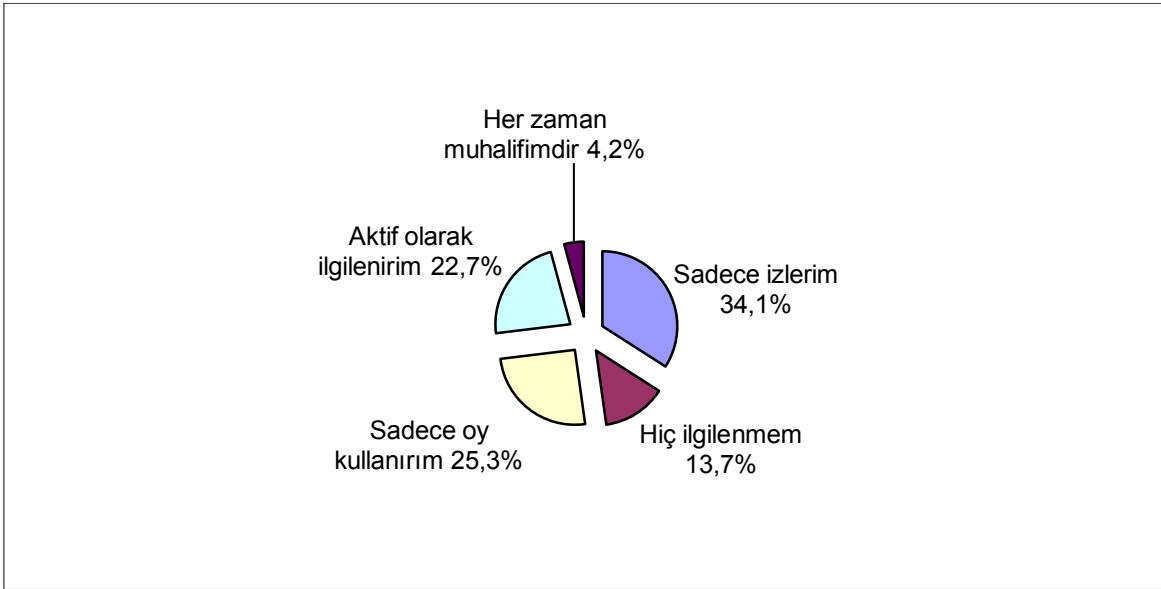
Konyaaltı ilçesinde oturanlar 3,86 ortalama ile en az “Kendini Geliştirme”ye önem vermektedirler. Yine bu boyut altındaki Güç alt boyutu da 3,61 ortalama ile alt boyutlar arasında en önemsizdir. Yine aynı boyutlara ait standart sapmalar en yüksek olduğundan, Konyaaltı ilçesinde oturan kişilerin “Kendini Geliştirme” ve “Güç”e verdikleri önem en fazla değişiklik göstermektedir.

### 3.3.3 Siyasi Tercihlere Ait Bulgular

#### *Siyasetle İlgilenme Düzeyi*



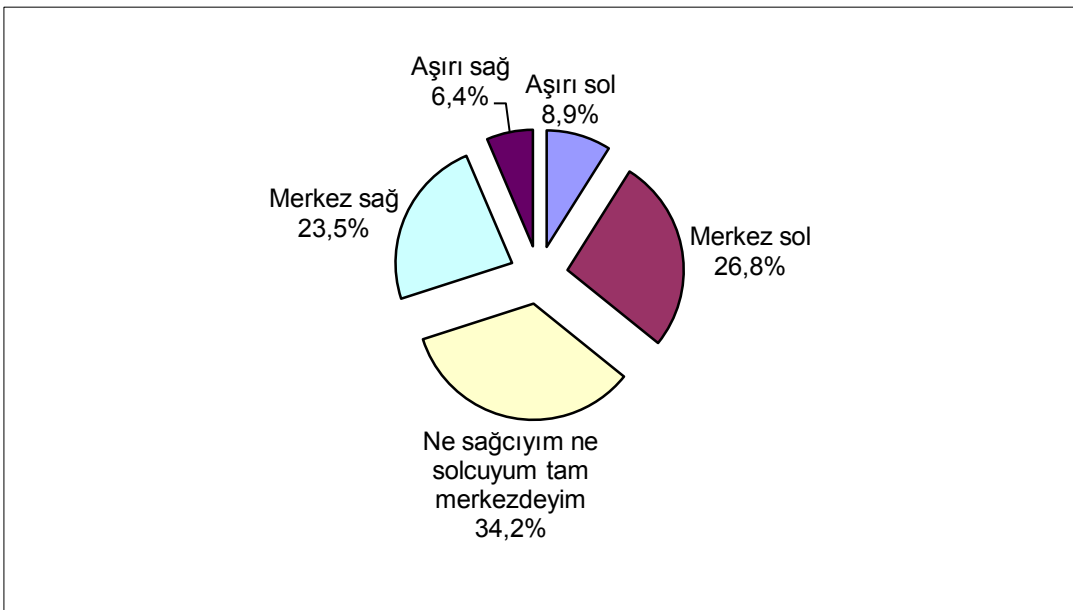
Konyaaltı ilçesindeki seçmenlerin sadece %22,7'si siyasetle aktif olarak ilgilendiğini belirtmiştir. Seçmenlerin %34,1'i ise siyasi gelişmeleri takip ettiğini, %25,3'ü sadece oy kullandığını, %13,7'si siyasetle hiç ilgilenmediğini belirtmiştir. Seçmenlerin %4,2'si ise kendilerini her zaman muhalif olarak tanımlamıştır (Şekil 3.6).



**Şekil 3.6** Siyasetle İlgilenme Düzeyine Göre Dağılım

### *Siyasi Görüş*

Konyaaltı'nda oturan seçmenlere siyasi görüşleri sorulmuş, bu soruya 514 kişi geçerli, 37 kişi geçersiz yanıt vermiştir.

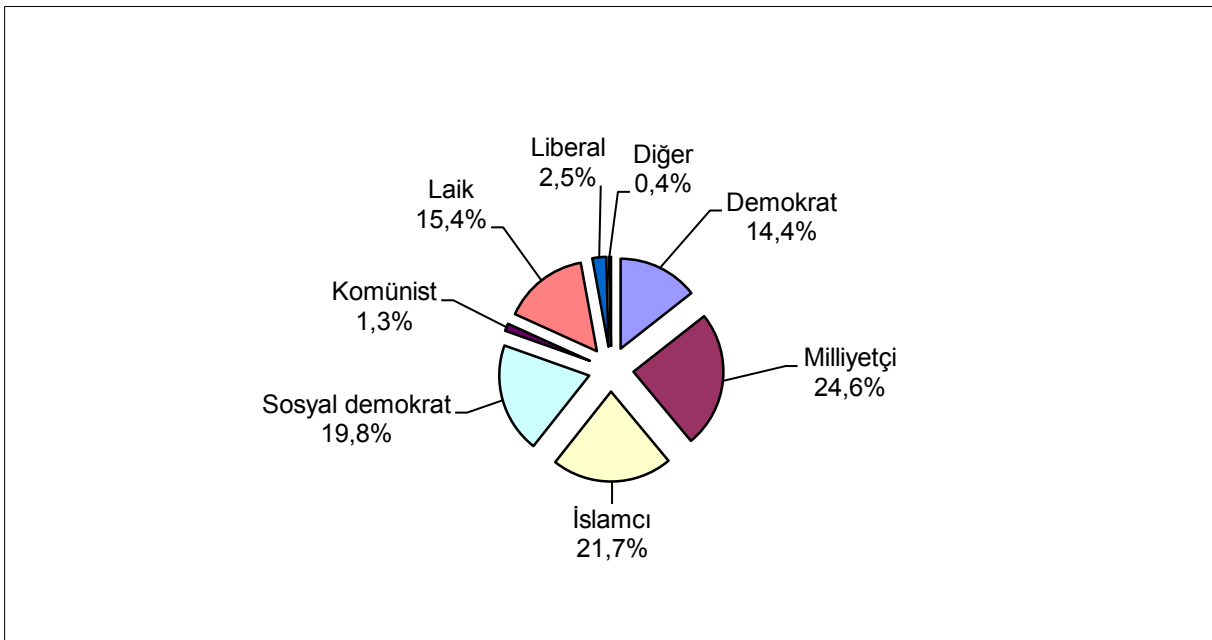


**Şekil 3.7** Siyasi Görüşüne Göre Dağılım

Konyaaltı ilçesindeki seçmenler arasında kendini merkezde olarak tanımlayan kişiler %34,2 ile ilk sırayı almaktadır. Merkez solda olanlar (%26,8) ve merkez sağda olanların (%23,5) oranları birbirine yakındır. Kendilerini aşırı sol (%8,9) ve aşırı sağ (%6,4) görüşlü olarak tanımlayanlar ise en düşük orana sahiptirler (Şekil 3.7).

### *Kendini Siyasal Açıdan Tanımlama*

Şekil 3.8’de belirtildiği üzere Konyaaltı ilçesinde oturanların arasında en fazla milliyetçiler (%24,6), İslamcılar (%21,7), sosyal demokratlar (%19,8) ve laikler (%15,4) ve demokratlar

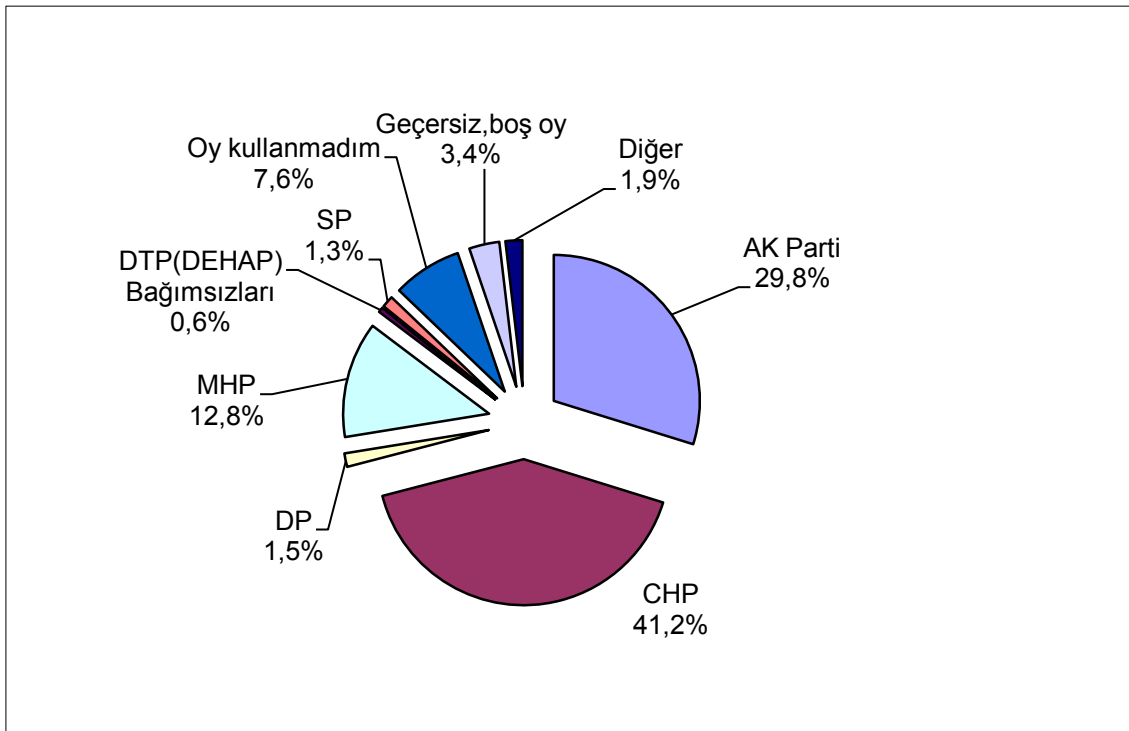


**Şekil 3.8** Siyasal Açıdan Tanımlamaya Göre Dağılım

(%14,4) yer almaktadır. Kendini liberal (%2,5) veya komünist (%1,3) olarak tanımlayanlar ise azınlıktadır.

### *22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Parti*

22 Temmuz 2007 genel seçiminde, Konyaaltı ilçesindeki seçmenler en çok CHP'ye (%41,2) ve AK Parti'ye (%29,8) oy vermişlerdir. MHP'ye %12,8 oranında oy verilirken, diğer partilerin hepsi çok düşük oylar almışlardır.

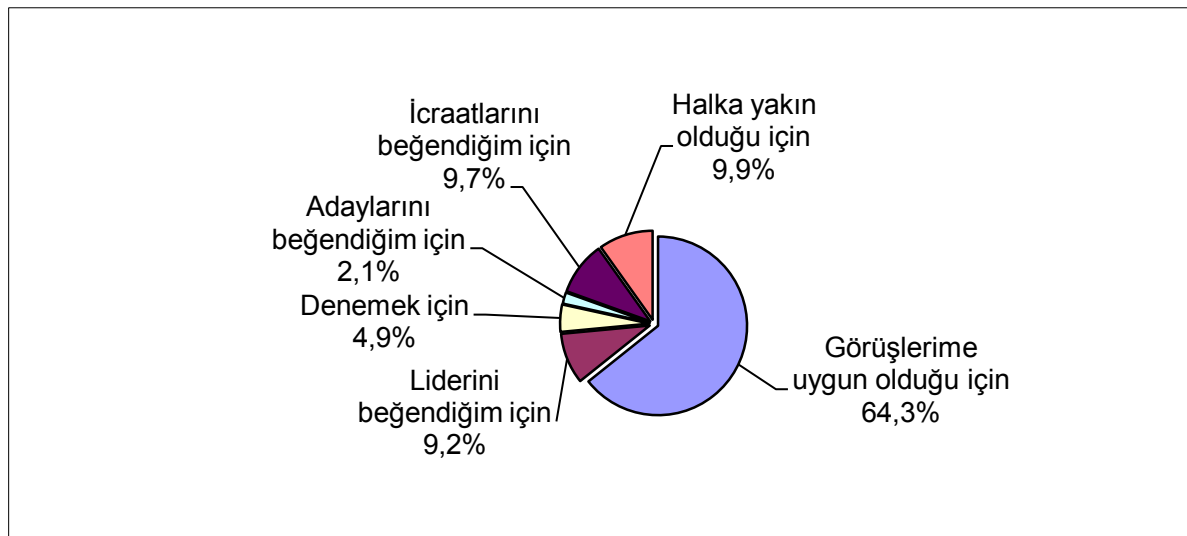


**Şekil 3.9** 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Parti

Burada dikkat çeken bir diğer sonuç oy kullanmayanların oranının %7,6 olması ve sandığa gitmesine rağmen geçersiz ya da boş oy kullanan %3,4 oranında seçmen olmasıdır (Şekil 3.9).

#### *22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedeni*

Katılımcılara oy verdikleri partiye niçin oy verdikleri sorulduğunda 551 kişiden 487'si geçerli cevap vermiştir.

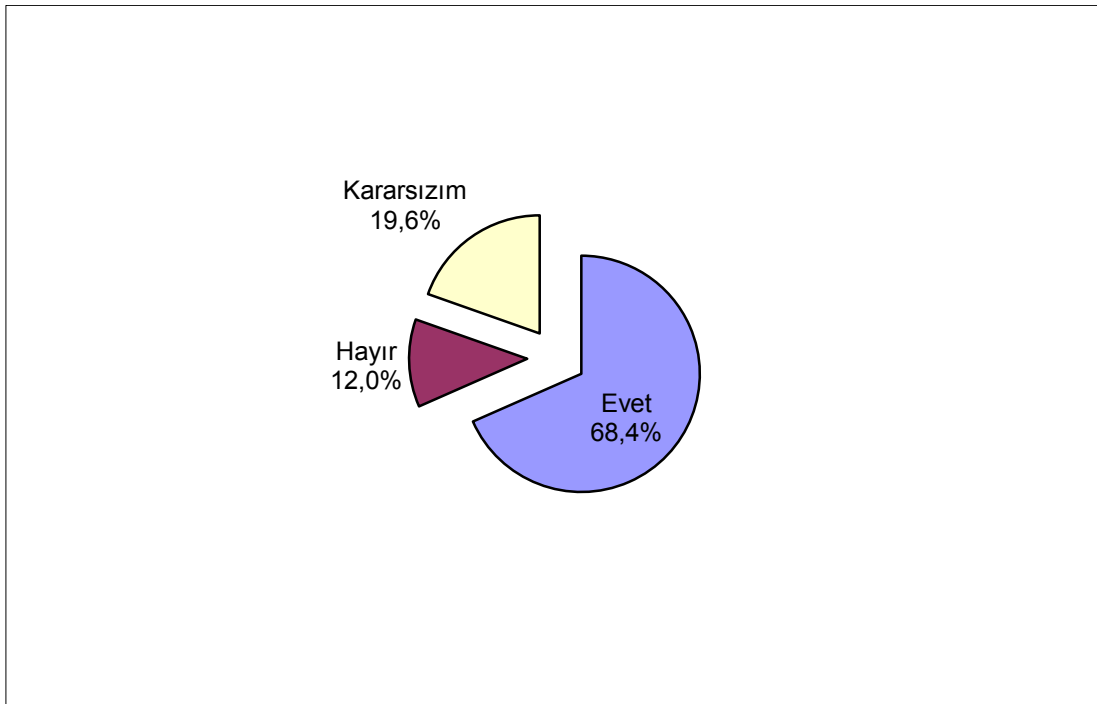


**Şekil 3.10** 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedenleri Dağılımı

Konyaaltı seçmenin büyük çoğunluğu 2007 genel seçiminde görüşlerine uygun olduğunu düşündüğü partiye (%64,3) oylarını vermişlerdir. Partinin halka yakın olması (%9,9), partinin liderini beğenme (%9,2) ve partinin icraatlarını beğenme (%9,7) Konyaaltı ilçesi seçmenleri için aynı önemde kriterler olmuştur. Buradaki en dikkat çekici sonuç seçmenlerin mecliste kendilerini temsil edecekleri adayları değil (çünkü adayı beğendiği için oy verenlerin oranı %2,1 ile en düşük orandır) oy verecekleri partiyi seçmeleridir. Diğer bir sonuç ise sadece denemek için bir partiye oy verdiğini söyleyenlerin oranının %4,9 olmasıdır (Şekil 3.10).

### *22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlere Uyumu*

Konyaaltı seçmenin büyük çoğunluğu (%68,4) 2007 genel seçiminde oylarını değerlerine uygun olduğunu düşündüğü partiye verdiklerini söylemektedir (Şekil 3.11). Bu sonuç Şekil 3.10'da görüldüğü üzere 22 Temmuz 2007 seçimlerinde “görüşlerime uygun olan partiye oy verdim” diyen seçmen oranı (% 64,3) ile uyumludur. Buradan seçmenlerin görüşler ve değerler kavramını hemen hemen aynı algıladıkları sonucunu çıkarabiliriz.

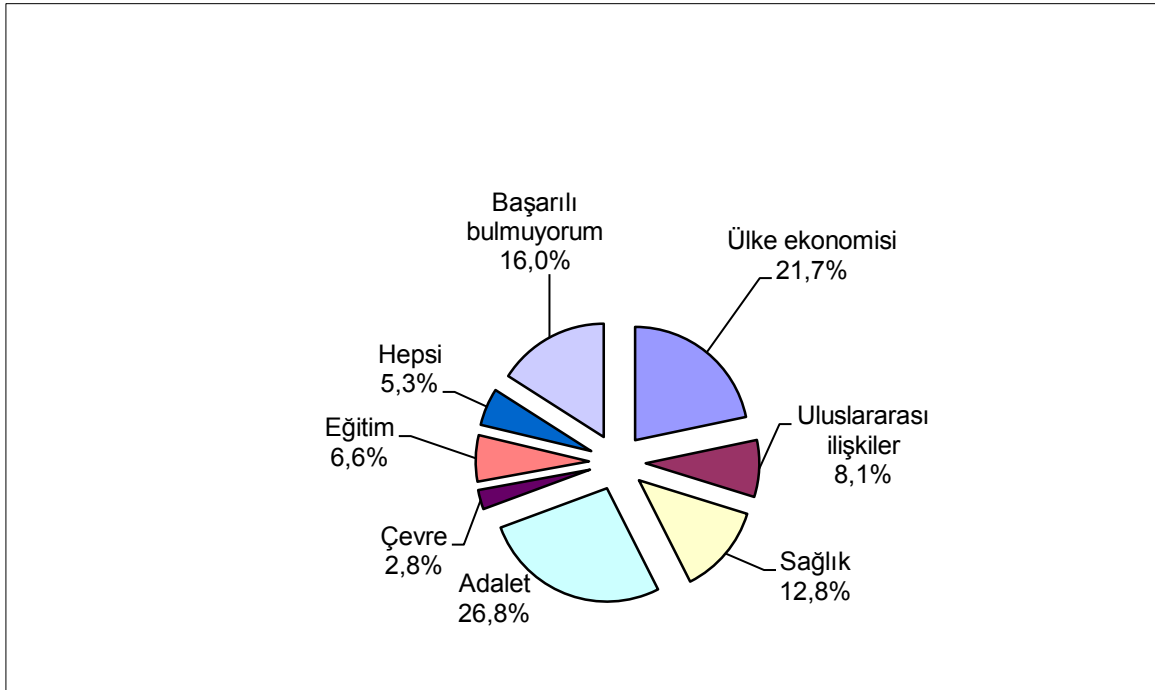


**Şekil 3.11** 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlerle Uyumu

Şekil 3.11'de görüldüğü üzere seçmenlerin %19,6'sı oy verdikleri partinin değerlerine uygun olup olmadığı konusunda kararsız kalmış, %12,0'ı ise oy verdikleri partinin değerlerine uygun olmadığını belirtmişlerdir.

### 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan

Konyaaltı seçmeni 2007 genel seçiminde oy verdikleri partiyi en çok adalet (%26,8), ülke ekonomisi (%21,7) ve sağlık (%12,8) alanında başarılı bulmuştur. Şekil 3.12'de görüldüğü üzere seçmenlerin %6,6'sı eğitim, %2,8'i de çevre alanında oy verdikleri partiyi başarılı bulmuşlardır.

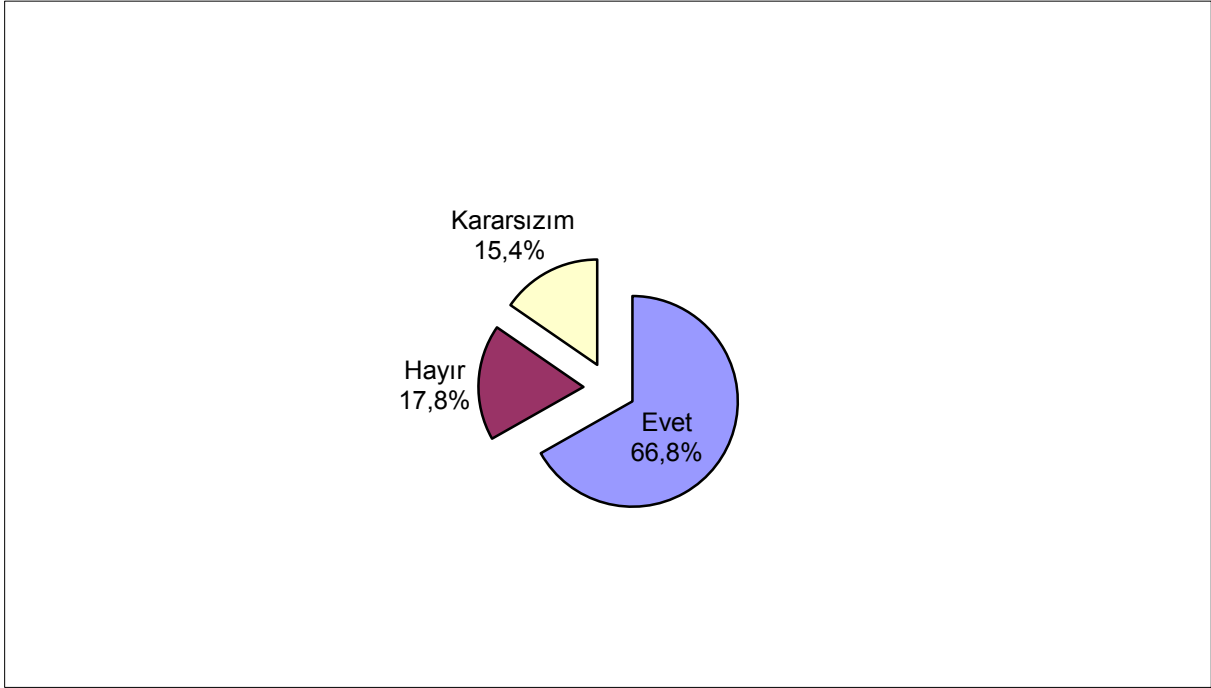


**Şekil 3.12** 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan Dağılımı

Seçmenlerin %5,3'ü oy verdikleri partiyi tüm alanlarda başarılı bulurken, %16,0'ı ise oy verdiği partiyi hiçbir alanda başarılı bulmamasına rağmen oy verdiklerini belirtmişlerdir.

### 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarısı

Seçmenlerin büyük çoğunluğu oy verdikleri partinin liderini başarılı (%66,8) bulurken, seçmenlerin %17,8'i başarısız bulmuş, %15,4'ü de kararsız kalmıştır (Şekil 3.13)



**Şekil 3.13** 22 Temmuz 2007 Genel Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Dağılımı

*Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti*

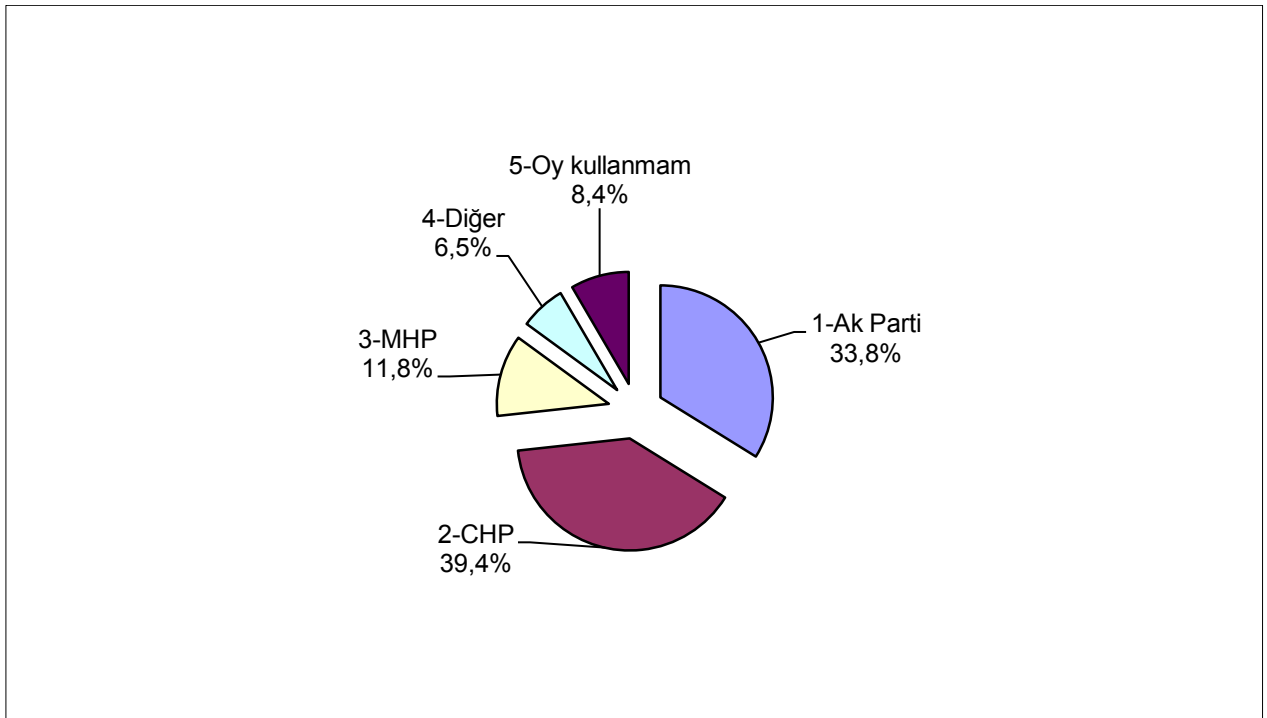
“Bugün seçim olsa hangi partiye oy verirdiniz?” sorusuna 551 kişiden 535’i geçerli cevap vermiştir. Tablo 3.14’de görüldüğü gibi bu gün bir genel seçim olsa, Konyaaltı ilçesindeki

**Tablo 3.14** Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
AK Parti	181	32,8	33,8	33,8
CHP	211	38,3	39,4	73,3
DP	5	,9	,9	74,2
MHP	63	11,4	11,8	86,0
BDP	2	,4	,4	86,4
SP	5	,9	,9	87,3
Oy kullanmam	17	3,1	3,2	90,5
Geçersiz, boş oy kullanırım	28	5,1	5,2	95,7
Diğer	11	2,0	2,1	97,8
Kararsızım	12	2,2	2,2	100,0
Toplam	535	97,1	100,0	
Geçersiz Yanıt	16	2,9		
Toplam	551	100,0		

seçmenler en çok CHP'ye (%39,4) ve AK Parti'ye (%33,8) oy vereceklerini belirtmişlerdir. MHP'ye %11,8 oranında oy verilirken, diğer partilerin hepsi çok düşük oylar almışlardır. Burada dikkat çeken bir diğer sonuç oy kullanmam diyenlerin oranının %3,2 olması ve sandığa gitmesine rağmen geçersiz ya da boş oy kullanırım diyen %5,2 oranında seçmen olmasıdır. Kararsızların oranı da %2,1'dir. (Tablo 3.14).

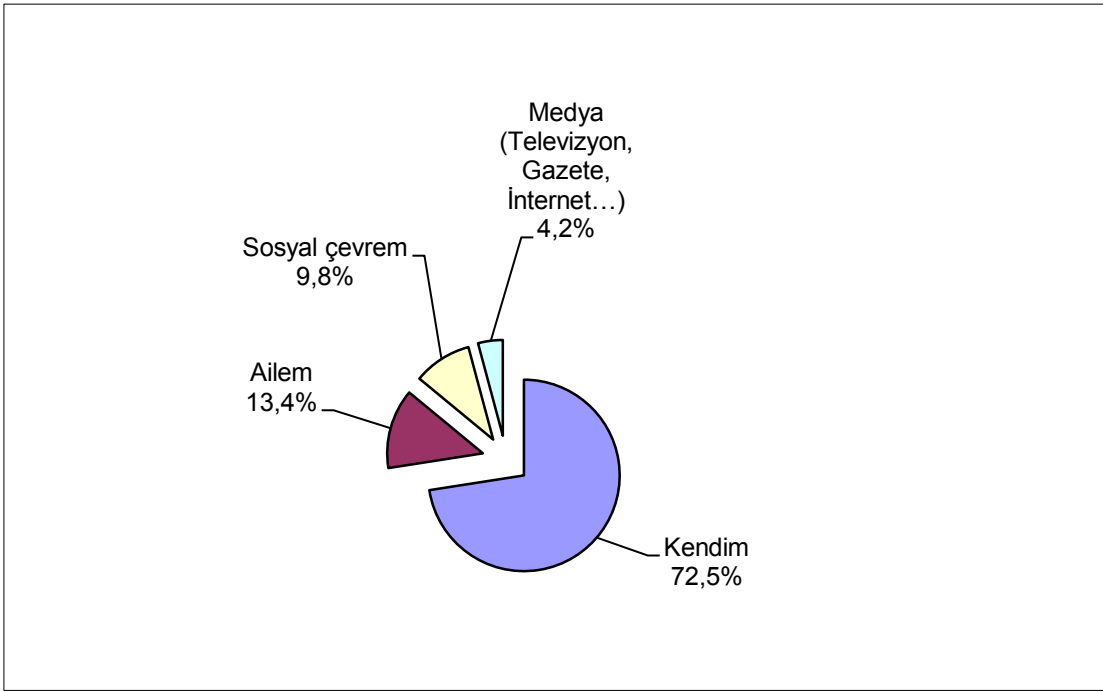
Frekans 20'nin altında kalan DP, BDP, SP ve diğer partilere oy verenler, diğer grubu altında birleştirilmiştir. Geçersiz ya da boş oy kullanırım diyenler grubu da oy kullanmam diyenlerle birleştirilmiştir. Kararsızım diyenler ise hiçbir gruba dâhil edilmemiştir (Şekil 3.14).



**Şekil 3.14** Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti Dağılımı

#### *Siyasi Tercihin Belirlenmesindeki Etkenler*

Konyaaltı ilçesindeki seçmenlerin büyük çoğunluğu (%72,5) siyasi tercihlerini kendileri belirlediklerini, %13,4'ü siyasi tercihlerini belirlerken ailelerinden etkilendiğini, %9,8'i sosyal çevrelerinden etkilendiğini belirtmiştir. Seçmenler arasında medyadan etkilenenlerin oranı ise %4,2 ile en düşük orandır (Şekil 3.15).



**Şekil 3.15** Siyasi Tercihin Belirlenmesindeki Etkenler Dağılımı

### *En Çok Okunan Gazete*

Seçmenlerin en çok okudukları gazetelerin dağılımı Tablo 3.14'deki gibidir.

**Tablo 3.15** En Çok Okunan Gazete

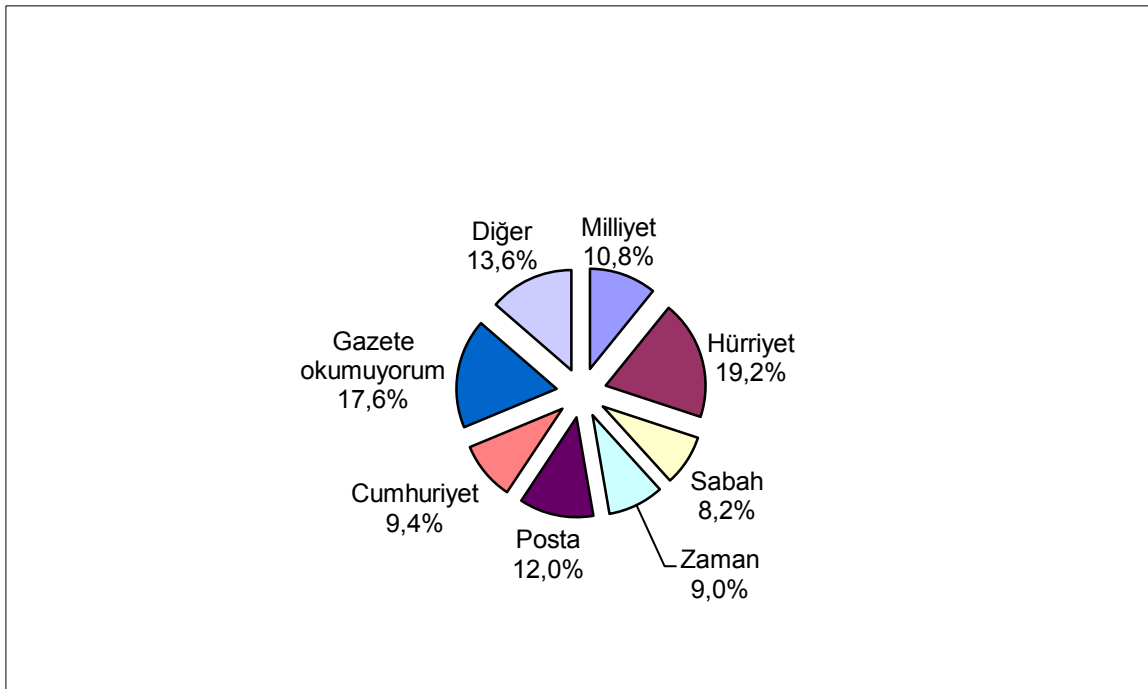
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
Milliyet	54	9,8	10,8	10,8
Hürriyet	96	17,4	19,2	30,1
Sabah	41	7,4	8,2	38,3
Türkiye	5	,9	1,0	39,3
Zaman	45	8,2	9,0	48,3
Star	3	,5	,6	48,9
Radikal	8	1,5	1,6	50,5
Yeni şafak	6	1,1	1,2	51,7
Akşam	17	3,1	3,4	55,1
Posta	60	10,9	12,0	67,1
Cumhuriyet	47	8,5	9,4	76,6
Vakit	3	,5	,6	77,2
Vatan	6	1,1	1,2	78,4



**Tablo 3.15'in Devamı**

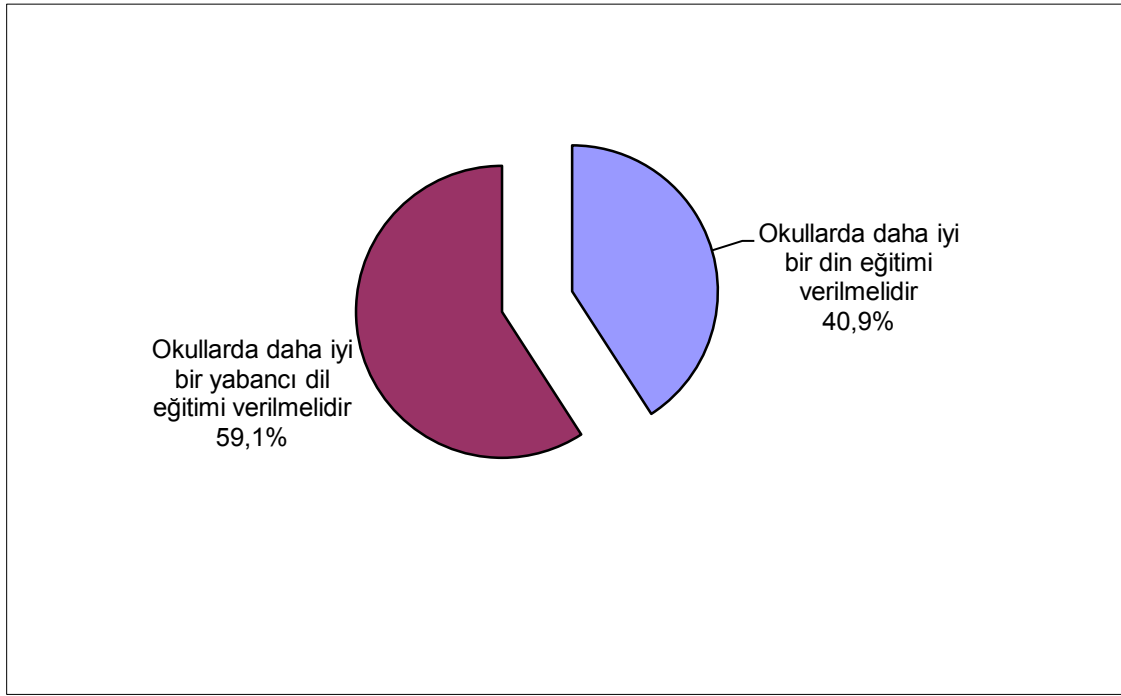
Spor gazete	7	1,3	1,4	79,8
Gazete okumuyorum	88	16,0	17,6	97,4
Diğer	13	2,4	2,6	100,0
Toplam	499	90,6	100,0	
Geçersiz	52	9,4		
Toplam	551	100,0		

Frekans 20'nin altında kalan gazeteler "Diğer" grubuna eklenmiştir. Şekil 3.16'da elde edilen yeni dağılım görülmektedir. En çok okunan gazete %19,2 ile Hürriyet olurken, en az okunan %8,2 ile sabah gazetesidir. Gazete okumayanların oranı %17,6'dır.

**Şekil 3.16 En Çok Okunan Gazete**

### *Okullarda Verilen Din Ve Dil Eğitimi*

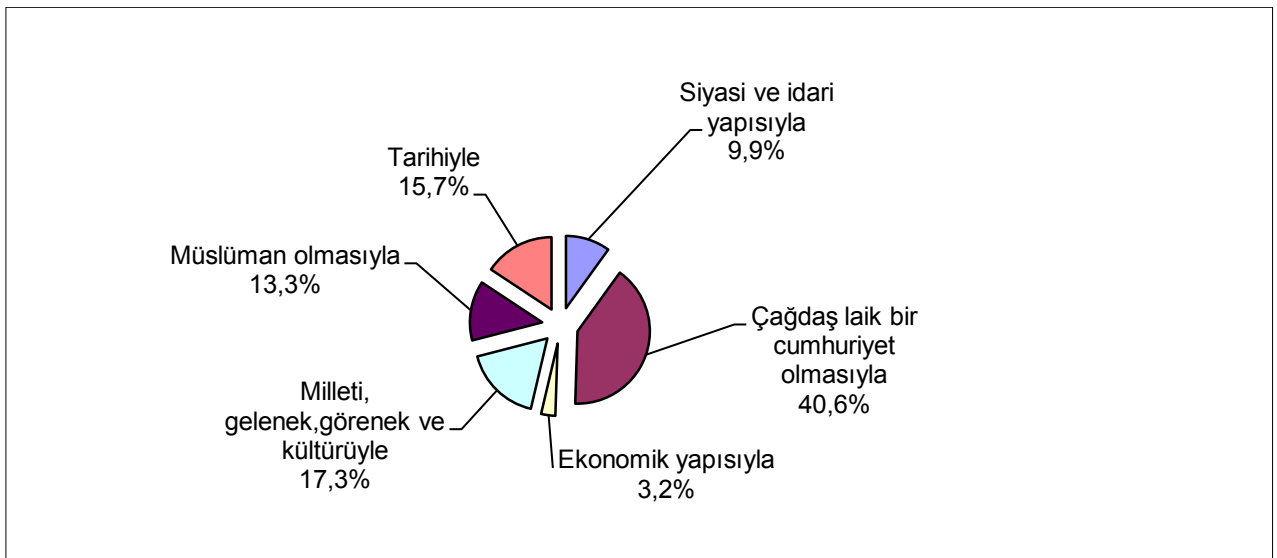
Konyaaltı ilçesindeki seçmenlerden okullarda daha iyi bir dil eğitimi verilmesini isteyenlerin oranı (%59,1), daha iyi din eğitimi verilmesini isteyenlerden (%40,19) fazladır (Şekil 3.17).



**Şekil 3.17** Okullarda Verilen Din ve Dil Eğitiminin Önem Dağılımı

### *Türkiye'nin Gurur Duyulan Niteliği*

Konyaaltı ilçesindeki seçmenler için Türkiye'nin en fazla gurur duyulan niteliği çağdaş ve laik bir cumhuriyet olmasıdır (%40,6).



**Şekil 3.18** Türkiye'nin Gurur Duyulan Niteliği Dağılımı

Türkiye'nin milleti, gelenek ve görenekleri %17,3 ile en çok gurur duyulan ikinci niteliği, tarihi de %15,7 ile en çok gurur duyulan üçüncü özelliği olmuştur. Bunun yanı sıra

seçmenlerin %13,3'ü Türkiye'nin Müslüman bir ülke olması ile en çok gurur duyduklarını, %3,2'si de ekonomik yapısıyla gurur duyduklarını belirtmişlerdir (Şekil 3.18).

### 3.3.4 Demografik Özelliklerin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Demografik özelliklerin PVQ ölçeği boyutları üzerine etkisi olup olmadığını incelemek için T-testi ve ANOVA testi kullanılmıştır.

#### 3.3.4.1 Cinsiyetin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Tablo 3.16'ya göre t testi sonucunda, p anlamlılık seviyesi (significance) “DEĞİŞİME AÇIKLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Uyarılma” ve “Kendini Yönetme” alt boyutlarında  $p < 0,01$ 'dir. Bu durumda, cinsiyetin “DEĞİŞİME AÇIKLIK” boyutunda ve bu boyutun alt boyutları üzerinde etkisi vardır. Ortalamalara bakıldığında seçmenler arasında erkeklerin bayanlara oranla daha fazla değişime açık olduğu görülmektedir.

**Tablo 3.16** Cinsiyetin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

	Cinsiyet	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	t	p
DEĞİŞİME AÇIKLIK	Kadın	256	3,8659	,58821	-4,003	,000**
	Erkek	281	4,0540	,49054		
Uyarılma	Kadın	256	4,2370	,58470	-2,728	,007**
	Erkek	281	4,3654	,49698		
Kendini Yönetme	Kadın	256	3,4948	,86317	-3,507	,000**
	Erkek	281	3,7426	,76465		
KENDİNİ AŞMA	Kadın	255	4,2763	,39853	,461	,645
	Erkek	278	4,2602	,40480		
Yardımsızlık	Kadın	255	4,1020	,55139	,278	,781
	Erkek	280	4,0884	,57346		
Evrensellik	Kadın	255	4,4157	,45428	,543	,587
	Erkek	279	4,3943	,45641		
MUHAFAZAKÂRLIK	Kadın	254	4,2158	,46198	-,266	,791
	Erkek	280	4,2266	,47560		
Güvenlik	Kadın	254	4,3685	,50228	-,245	,807
	Erkek	281	4,3786	,45620		
Uyum-Geleneksellik	Kadın	255	4,0882	,62023	-,182	,856

**Tablo 3.16'nın Devamı**

	Erkek	280	4,0982	,64417		
KENDİNİ GELİŞTİRME	Kadın	254	3,8329	,61080	-1,132	,258
	Erkek	280	3,8948	,64966		
Başarı	Kadın	256	4,2370	,58470	-2,728	,007**
	Erkek	281	4,3654	,49698		
Güç	Kadın	256	3,4948	,86317	-3,507	,000**
	Erkek	281	3,7426	,76465		
Hazcılık	Kadın	255	3,8732	,75414	,160	,873
	Erkek	281	3,8624	,80675		

\*\* 0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

“KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutunda ( $p>0,05$ ) cinsiyetin etkisi olmazken, bu boyutun altındaki “Başarı” ve “Güç” alt boyutlarında  $p<0,01$ 'dir. Bu durumda, cinsiyetin “Başarı” ve “Güç” alt boyutlarına etkisi vardır. Ortalamalara bakıldığında seçmenler arasında erkeklerin bayanlara oranla başarı ve güce daha fazla önem verdikleri görülmektedir.

### 3.3.4.2 Yaş Gruplarının PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Tablo 3.17'de yaş grubuna göre PVQ ölçeği boyutlarının tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir. ANOVA sonucunda “DEĞİŞİME AÇIKLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Uyarılma” ve “Kendini Yönetme” alt boyutlarında, “KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutunda ve bu boyutun altındaki “Başarı”, “Güç” ve “Hazcılık” alt boyutlarında, gruplar arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere “DEĞİŞİME AÇIKLIK”, “Kendini Yönetme”, “KENDİNİ GELİŞTİRME”, “Güç” ve “Hazcılık” boyutlarında varyanslar eşit dağılmadığı için “Dunnett T3”, diğerlerine Scheffe testi POST-HOC olarak uygulanmıştır. Anlamlı farklılıkları olan gruplar Tablo 3.16'da belirtilmiştir.

**Tablo 3.17** Yaş Gruplarının PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farklı Gruplar
DEĞİŞİME AÇIKLIK	18-27 yaş	73	4,2785	,45817	19,775	,000**	1-3
	28-37 yaş	122	4,1462	,46679			1-4
	38-47 yaş	130	3,9333	,47622			1-5
	48-57 yaş	100	3,8633	,51866			2-3
	58 yaş ve üstü	112	3,6845	,63607			2-4
Uyarılma	18-27 yaş	73	4,4886	,58289	4,599	,001**	2-5
	28-37 yaş	122	4,3852	,48108			3-5
	38-47 yaş	130	4,2538	,53120			
	48-57 yaş	100	4,2600	,56174			
	58 yaş ve üstü	112	4,1815	,59002			
Kendini Yönetme	18-27 yaş	73	4,0685	,61854	20,318	,000**	1-3
	28-37 yaş	122	3,9071	,66288			1-4
	38-47 yaş	130	3,6128	,74339			1-5
	48-57 yaş	100	3,4667	,75805			2-3
	58 yaş ve üstü	112	3,1875	,97494			2-4
KENDİNİ AŞMA	18-27 yaş	73	4,2329	,43946	,261	,903	2-5
	28-37 yaş	121	4,2746	,35604			3-5
	38-47 yaş	130	4,2581	,43293			
	48-57 yaş	100	4,2633	,37160			
	58 yaş ve üstü	109	4,2915	,41292			
Yardımseverlik	18-27 yaş	73	4,0205	,65319	1,624	,167	
	28-37 yaş	122	4,0533	,61003			
	38-47 yaş	130	4,1308	,54383			
	48-57 yaş	100	4,1925	,46582			
	58 yaş ve üstü	110	4,0409	,53921			
Evrensellik	18-27 yaş	73	4,4027	,48932	2,531	,040*	
	28-37 yaş	121	4,4380	,37266			
	38-47 yaş	130	4,3600	,50449			
	48-57 yaş	100	4,3200	,44857			
	58 yaş ve üstü	110	4,4982	,44577			

Tablo 3.17'nin Devamı

MUHAFAZAKÂRLIK	18-27 yaş	73	4,1208	,53698	1,628	,166	
	28-37 yaş	122	4,2414	,44471			
	38-47 yaş	129	4,2023	,46691			
	48-57 yaş	100	4,2227	,46036			
	58 yaş ve üstü	110	4,2950	,45533			
Güvenlik	18-27 yaş	73	4,3671	,46906			
	28-37 yaş	122	4,4148	,45721			
	38-47 yaş	129	4,3287	,42190	1,499	,201	
	48-57 yaş	100	4,3180	,53718			
	58 yaş ve üstü	111	4,4468	,51094			
Uyum-Geleneksellik	18-27 yaş	73	3,9155	,76130			
	28-37 yaş	122	4,0970	,64026			
	38-47 yaş	130	4,0962	,64662	1,952	,101	
	48-57 yaş	100	4,1433	,55455			
	58 yaş ve üstü	110	4,1636	,56620			
KENDİNİ GELİŞTİRME	18-27 yaş	73	4,0594	,55093			1-5
	28-37 yaş	122	4,0647	,46483			2-3
	38-47 yaş	130	3,8684	,59535	15,809	,000**	2-5
	48-57 yaş	99	3,8631	,60999			3-5
	58 yaş ve üstü	110	3,4919	,75170			4-5
Başarı	18-27 yaş	73	4,4886	,58289			1-5
	28-37 yaş	122	4,3852	,48108			
	38-47 yaş	130	4,2538	,53120	4,599	,001**	
	48-57 yaş	100	4,2600	,56174			
	58 yaş ve üstü	112	4,1815	,59002			
Güç	18-27 yaş	73	4,0685	,61854			1-3
	28-37 yaş	122	3,9071	,66288			1-4
	38-47 yaş	130	3,6128	,74339			1-5
	48-57 yaş	100	3,4667	,75805	20,318	,000**	2-3
	58 yaş ve üstü	112	3,1875	,97494			2-4
Hazırlık	18-27 yaş	73	3,9954	,82307			2-5
	28-37 yaş	122	4,0574	,61313	6,116	,000**	
	38-47 yaş	130	3,8179	,82082			

**Tablo 3.17'nin Devamı**

48-57 yaş	100	3,8967	,75908			
58 yaş ve üstü	111	3,5916	,82717			

\*\* 0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

\* 0,05 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Farklılığın anlamlı çıktığı tüm boyutlarda da yaş grubu büyüdükçe ortalamanın küçüldüğü, yani seçmenlerin yaşlandıkça değişime ve kendini geliştirmeye daha az önem verdikleri görülmektedir.

### 3.3.4.3 Eğitim Durumunun PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Eğitim durumunun kişisel değerler üzerine etkisini ölçmek için ilk önce eğitim gruplarındaki kişi sayılarının dengeli dağılmasını sağlamak gerekmektedir. Bu nedenle 3 adet olan okuma yazma bilmeyen kişi sisteme geçersiz gözlem (missing value) olarak tanıtılmıştır. Ayrıca yüksek lisans/doktora grubu da üniversite mezunlarının üstüne eklendi. Elde edilen yeni gruplanmış eğitim durumu değişkeni ile ölçek boyutlarına 'ANOVA' testi uygulanmıştır.

**Tablo 3.18 Eğitim Durumunun PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi**

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Farklı Gruplar
DEĞİŞİME AÇIKLIK	Okur-yazar	23	3,7101	,56007	11,755	,000**	1-4
	İlköğretim	125	3,8187	,56757			2-4
	Lise	225	3,9437	,53386			
	Üniversite ve üstü	160	4,1552	,50266			
Uyarılma	Okur-yazar	23	4,0870	,45190	6,451	,000**	1-4
	İlköğretim	125	4,2107	,57195			2-4
	Lise	225	4,2844	,54653			
	Üniversite ve üstü	160	4,4500	,51829			
Kendini Yönetme	Okur-yazar	23	3,3333	,87039	8,110	,000**	1-4
	İlköğretim	125	3,4267	,83237			2-4
	Lise	225	3,6030	,82519			
	Üniversite ve üstü	160	3,8604	,75000			
KENDİNİ AŞMA	Okur-yazar	23	4,1932	,26637	,762	,516	
	İlköğretim	124	4,2841	,38078			
	Lise	224	4,2495	,40994			

Tablo 3.18'in Devamı

	Üniversite ve üstü	158	4,2961	,40745			
Yardımsellik	Okur-yazar	23	4,0543	,38403			
	İlköğretim	124	4,0927	,52039			
	Lise	225	4,0967	,57655	,044	,988	
	Üniversite ve üstü	159	4,0991	,59469			
Evrensellik	Okur-yazar	23	4,3043	,39020			
	İlköğretim	124	4,4371	,45932			
	Lise	224	4,3643	,44235	1,964	,188	
	Üniversite ve üstü	159	4,4579	,44967			
MUHAFAZAKÂRLIK	Okur-yazar	23	4,3083	,36850			
	İlköğretim	124	4,3116	,41606			
	Lise	224	4,2127	,45825	2,743	,043*	
	Üniversite ve üstü	159	4,1618	,51116			
Güvenlik	Okur-yazar	23	4,3913	,42417			2-3
	İlköğretim	124	4,4758	,43250			
	Lise	224	4,3027	,50893	3,977	,008*	
	Üniversite ve üstü	160	4,4100	,44286			
Uyum-Geleneksellik	Okur-yazar	23	4,2391	,45457			2-4
	İlköğretim	124	4,1747	,58236			
	Lise	225	4,1370	,57075	4,197	,006	
	Üniversite ve üstü	159	3,9518	,74165			
KENDİNİ GELİŞTİRME	Okur-yazar	23	3,6232	,67398			2-4
	İlköğretim	123	3,7082	,69409			
	Lise	224	3,8785	,58488	5,933	0,01*	
	Üniversite ve üstü	160	3,9924	,62359			
	Toplam	530	3,8623	,63586			
Başarı	Okur-yazar	23	4,0870	,45190			1-4
	İlköğretim	125	4,2107	,57195			2-4
	Lise	225	4,2844	,54653	6,451	0,00**	3-4
	Üniversite ve üstü	160	4,4500	,51829			
Güç	Okur-yazar	23	3,3333	,87039			1-4
	İlköğretim	125	3,4267	,83237			2-4
	Lise	225	3,6030	,82519	8,110	,000**	3-4
	Üniversite ve üstü	160	3,8604	,75000			
Hazcılık	Okur-yazar	23	3,5217	,82159	3,605	,013*	Yok



**Tablo 3.18'in Devamı**

İlköğretim	124	3,7554	,84702			
Lise	225	3,8800	,70775			
Üniversite ve üstü	160	3,9854	,81422			

\*\* 0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

\* 0,05 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3.18'de eğitim düzeyine göre PVQ ölçeği boyutlarının tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir. ANOVA sonucunda “DEĞİŞİME AÇIKLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Uyarılma” ve “Kendini Yönetme” alt boyutlarında  $p < 0,01$ 'dir. ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri (Scheffe) sonucunda anlamlı farklılıklar okuryazar ile üniversite ve üstü grubunda olanlar, ilkokul mezunu olanlar ile üniversite ve üstü grubunda olanlar arasında çıkmıştır. Ortalamalara bakıldığında, seçmenlerin eğitim düzeyi arttıkça değişime açıklık düzeylerinin de yükseldiği görülmektedir.

“MUHAFAZAKÂRLIK” boyutunda, bu boyutun altındaki “Güvenlik” ve “Uyum-Geleneksellik” alt boyutlarında  $p < 0,05$ 'dir. ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri (“Uyum-Geleneksellik” boyutunda varyanslar eşit dağılmadığı için Dunnett T3, diğerlerinde Scheffe) sonucunda anlamlılığın hangi gruplar arasında olduğu belirlenmiştir. “Güvenlik” alt boyutunda ilköğretim ve lise mezunları arasında anlamlı farklılık çıkmıştır. “Uyum-Geleneksellik” boyutunda da ilköğretim mezunları ile üniversite ve üstü grubunda olanlar arasında anlamlı farklılıklar çıkmıştır. Ortalamalara bakıldığında, seçmenlerin eğitim düzeyi arttıkça muhafazakârlık düzeylerinin azaldığı görülmektedir

“KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutunda ve bu boyutun altındaki “Başarı”, “Güç”, “Hazcılık” alt boyutlarında anlamlı farklılıklar çıkmıştır. ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri (Scheffe) “Başarı” ve “Güç” alt boyutlarında üniversite ve üstü grubunda olanlarla diğer tüm gruplarda anlamlı farklılık çıkmıştır. Hazcılık alt boyutunda ise anlamlı farklılık oluşturan grup görülmemiştir. Ortalamalara bakıldığında seçmenlerin eğitim düzeyi arttıkça kendini geliştirmeye daha fazla önem verdiği görülmektedir. Bu durum hazcılık için geçerli değildir.

#### 3.3.4.4 Hanedeki Birey Sayısının PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Tablo 3.19'da hanedeki birey sayısına göre PVQ ölçeği boyutlarının tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir. Anlamlılık seviyesi (significance), “DEĞİŞİME

AÇIKLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Kendini Yönetme” alt boyunda, “KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutunda ve bu boyutun altındaki, “Güç”, “Hazcılık” alt boyutlarında  $p<0,05$ ’dir. Hanedeki birey sayısının bu boyutlar üzerine etkisi vardır.

ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri (“KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutunda varyanslar eşit dağılmadığı için Dunnett T3, diğerlerinde Scheffe) sonucunda, bir ya da iki kişiden oluşan hanelerle, 4 kişiden oluşan haneler arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

**Tablo 3.19** Hanedeki Birey Sayısının PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

		N	Ort.	Std. Sapma	F	p	Farklı Gruplar
DEĞİŞİME AÇIKLIK	1-2 kişi	100	3,8083	,63757	2,859	,037*	1-3
	3 kişi	139	3,9724	,58758			
	4 kişi	167	4,0070	,47259			
	5 kişi ve üstü	76	3,9561	,52941			
Uyarılma	1-2 kişi	100	4,2300	,60617	,725	,537	
	3 kişi	139	4,3261	,58078			
	4 kişi	167	4,3214	,49481			
	5 kişi ve üstü	76	4,2895	,55868			
Kendini Yönetme	1-2 kişi	100	3,3867	,91835	2,978	,031*	1-3
	3 kişi	139	3,6187	,80514			
	4 kişi	167	3,6926	,76922			
	5 kişi ve üstü	76	3,6228	,84387			
KENDİNİ AŞMA	1-2 kişi	99	4,3311	,38815	1,178	,318	
	3 kişi	137	4,2409	,43569			
	4 kişi	167	4,2528	,35966			
	5 kişi ve üstü	76	4,2515	,39974			
Yardımsverlik	1-2 kişi	99	4,1465	,51261	1,452	,227	
	3 kişi	139	4,0090	,64015			
	4 kişi	167	4,1108	,52037			
	5 kişi ve üstü	76	4,1217	,55901			
Evrensellik	1-2 kişi	99	4,4788	,45068	1,606	,187	
	3 kişi	137	4,4161	,45958			
	4 kişi	167	4,3665	,42264			
	5 kişi ve üstü	76	4,3553	,50449			

**Tablo 3.19'un Devamı**

MUHAFAZAKÂRLIK	1-2 kişi	99	4,2388	,49190	1,753	,155	
	3 kişi	139	4,1517	,47985			
	4 kişi	167	4,2390	,44407			
	5 kişi ve üstü	76	4,2931	,45795			
Güvenlik	0-2 kişi	99	4,4687	,45729	1,846	,138	
	3 kişi	139	4,3223	,52393			
	4 kişi	167	4,3808	,42976			
	5 kişi ve üstü	76	4,3737	,49136			
Uyum-Geleneksellik	1-2 kişi	99	4,0471	,72455	2,184	,089	
	3 kişi	139	4,0096	,62868			
	4 kişi	167	4,1208	,60194			
	5 kişi ve üstü	76	4,2259	,59111			
KENDİNİ GELİŞTİRME	1-2 kişi	98	3,6825	,72044	3,603	,013*	1-3
	3 kişi	139	3,8585	,61702			
	4 kişi	167	3,9461	,57098			
	5 kişi ve üstü	76	3,8202	,68493			
Başarı	1-2 kişi	100	4,2300	,60617	,725	,537	
	3 kişi	139	4,3261	,58078			
	4 kişi	167	4,3214	,49481			
	5 kişi ve üstü	76	4,2895	,55868			
Güç	1-2 kişi	100	3,3867	,91835	2,978	,031*	1-3
	3 kişi	139	3,6187	,80514			
	4 kişi	167	3,6926	,76922			
	5 kişi ve üstü	76	3,6228	,84387			
Hazcılık	1-2 kişi	99	3,7037	,90211	3,408	,018*	1-3
	3 kişi	139	3,8417	,73703			
	4 kişi	167	4,0040	,78044			
	5 kişi ve üstü	76	3,7807	,75729			

\* 0,05 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Ortalamalara bakıldığında 4 kişilik hanelerde oturan seçmenlerin en fazla değişime açık, kendini yöneten, kendini geliştiren, güce ve hazcılığa en çok önem veren kişiler olduğunu, 1-2 kişilik aileler için ise bu değerlerin en az olduğu görülmektedir.

### 3.3.4.5 Aylık Gelirin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Tablo 3.20’de gelir düzeyine göre PVQ ölçeği boyutlarının tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir. Anlamlılık seviyesi (significance), “DEĞİŞİME AÇIKLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Kendini Yönetme” alt boyunda , “KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutunda ve bu boyutun altındaki , “Güç”, “Hazcılık” alt boyutlarında  $p < 0,01$ ’dir. Gelir düzeyinin bu boyutlar üzerine etkisi vardır. ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri (varyanslar eşit dağılmadığı için Dunnett T3) sonucunda hangi gelir grupları arasında farklılıklar olduğu belirlenmiş ve Tablo 3.19’da belirtilmiştir.

**Tablo 3.20** Aylık Gelirin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

		N	Ort	Std. Sapma	F	p	Farklı Gruplar
DEĞİŞİME AÇIKLIK	1000 TL'den az	85	3,8549	,67445	4,181	,006**	2-3
	1001-2000 TL	222	3,9054	,55476			
	2001-3000 TL	159	4,0503	,47724			
	3001TL ve üstü	71	4,0704	,50132			
Uyarılma	1000 TL'den az	85	4,2627	,68447	,441	,724	
	1001-2000 TL	222	4,2853	,54895			
	2001-3000 TL	159	4,3375	,52368			
	3001TL ve üstü	71	4,3146	,44325			
Kendini Yönetme	1000 TL'den az	85	3,4471	,94499	5,432	,001**	1-3
	1001-2000 TL	222	3,5255	,85270			1-4
	2001-3000 TL	159	3,7631	,70496			
	3001TL ve üstü	71	3,8263	,74506			
KENDİNİ AŞMA	1000 TL'den az	85	4,2719	,47560	,591	,621	
	1001-2000 TL	218	4,2467	,43627			
	2001-3000 TL	159	4,3019	,34032			
	3001TL ve üstü	71	4,2613	,30694			
Yardımseverlik	1000 TL'den az	85	4,0794	,63762	1,326	,265	
	1001-2000 TL	220	4,0443	,59346			
	2001-3000 TL	159	4,1557	,50604			
	3001TL ve üstü	71	4,1303	,48340			
Evrensellik	1000 TL'den az	85	4,4259	,53522	,278	,841	

**Tablo 3.20'nin Devamı**

	1001-2000 TL	219	4,4046	,49602			
	2001-3000 TL	159	4,4189	,38173			
	3001TL ve üstü	71	4,3662	,35130			
MUHAFAZAKÂRLIK	1000 TL'den az	85	4,2299	,55592	,170	,917	
	1001-2000 TL	219	4,2138	,46891			
	2001-3000 TL	159	4,2424	,44320			
	3001TL ve üstü	71	4,2023	,42340			
Güvenlik	1000 TL'den az	85	4,4047	,59360	,231	,875	
	1001-2000 TL	220	4,3682	,49646			
	2001-3000 TL	159	4,3610	,43949			
	3001TL ve üstü	71	4,4000	,35132			
Uyum-Geleneksellik	1000 TL'den az	85	4,0843	,66994	,542	,654	
	1001-2000 TL	220	4,0826	,60513			
	2001-3000 TL	159	4,1436	,64590			
	3001TL ve üstü	71	4,0376	,64991			
KENDİNİ GELİŞTİRME	1000 TL'den az	84	3,5926	,71017	15,726	,000**	1-3
	1001-2000 TL	220	3,7591	,63482			1-4
	2001-3000 TL	159	4,0664	,56878			2-3
	3001TL ve üstü	71	4,0485	,47503			2-4
Başarı	1000 TL'den az	85	4,2627	,68447	,441	,724	
	1001-2000 TL	222	4,2853	,54895			
	2001-3000 TL	159	4,3375	,52368			
	3001TL ve üstü	71	4,3146	,44325			
Güç	1000 TL'den az	85	3,4471	,94499	5,432	,001**	1-3
	1001-2000 TL	222	3,5255	,85270			1-4
	2001-3000 TL	159	3,7631	,70496			2-3
	3001TL ve üstü	71	3,8263	,74506			2-4
Hazcılık	1000 TL'den az	85	3,5451	,89509	10,658	,000**	1-3
	1001-2000 TL	221	3,7934	,79139			1-4
	2001-3000 TL	159	4,0587	,68594			2-3
	3001TL ve üstü	71	4,0610	,64071			2-4

\*\* 0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Ortalamalara bakıldığında gelir düzeyi arttıkça seçmenlerin kendini yönetme, güç ve hazcılığa daha önem verdikleri görülmektedir.

### 3.3.4.6 Medeni Durumun PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Medeni durumun PVQ boyutları üzerine etkisini görmek için ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 3.21'e göre p anlamlılık seviyesi (significance) "DEĞİŞİME AÇIKLIK" boyutu ve bu boyutun altındaki "Uyarılma" ve "Kendini Yönetme" alt boyutlarında, "KENDİNİ GELİŞTİRME" boyutunda ve bu boyutun altındaki, "Başarı", "Güç", alt boyutlarında  $P < 0,01$  ve "Hazcılık" alt boyutunda  $p < 0,05$ 'dir. Medeni durumun bu boyutlar üzerine etkisi vardır.

ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri ("Kendini Yönetme ve "Güç" boyutlarında varyanslar eşit dağılmadığı için Dunnett T3, diğerlerinde Scheffe testi uygulanmıştır) sonucunda, bekârlarla evliler arasında aynı zamanda bekârlarla dul ya da boşanmışlar arasında, "DEĞİŞİME AÇIKLIK" boyutu ve bu boyutun altındaki "Kendini Yönetme" alt boyutunda, "Güç", "Hazcılık" alt boyutlarında anlamlı farklılıklar çıkmıştır. Bekârlarla evliler arasında,"uyarılma alt boyutunda, "KENDİNİ GELİŞTİRME" boyutunda ve bu boyutun altındaki, "Başarı", boyutunda anlamlı farklılıklar çıkmıştır.

**Tablo 3.21** Medeni Durumun PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

		N	Ort.	Std. Sapma	F	p	Farklı Gruplar
DEĞİŞİME AÇIKLIK	Bekâr	75	4,3267	,45885	21,565	,000**	1-2
	Evli	434	3,9067	,54021			1-3
	Dul ya da boşanmış	23	3,7536	,63538			
Uyarılma	Bekâr	75	4,5200	,49997	7,113	,001**	1-2
	Evli	434	4,2634	,55443			1-3
	Dul ya da boşanmış	23	4,2464	,57925			
Kendini Yönetme	Bekâr	75	4,1333	,60528	19,450	,000**	1-2
	Evli	434	3,5499	,82319			1-3
	Dul ya da boşanmış	23	3,2609	,89305			
KENDİNİ AŞMA	Bekâr	75	4,2741	,41947	,374	,688	
	Evli	430	4,2607	,39955			
	Dul ya da boşanmış	23	4,3333	,40480			
Yardımsverlik	Bekâr	75	4,0800	,62217	,417	,659	
	Evli	432	4,0880	,55505			
	Dul ya da boşanmış	23	4,1957	,51100			

**Tablo 3.21'in Devamı**

Evrensellik	Bekâr	75	4,4293	,47041	,256	,775	
	Evli	431	4,3968	,45268			
	Dul ya da boşanmış	23	4,4435	,47847			
MUHAFAZAKÂRLIK	Bekâr	75	4,1721	,48992	,922	,398	
	Evli	431	4,2240	,47232			
	Dul ya da boşanmış	23	4,3202	,37369			
Güvenlik	Bekâr	75	4,3867	,46421	,171	,843	
	Evli	432	4,3704	,48881			
	Dul ya da boşanmış	23	4,4261	,39683			
Uyum-Geleneksellik	Bekâr	75	3,9933	,69069	1,508	,222	
	Evli	432	4,1007	,63332			
	Dul ya da boşanmış	23	4,2319	,40744			
KENDİNİ GELİŞTİRME	Bekâr	75	4,1022	,52934	6,767	,001**	1-2
	Evli	431	3,8221	,63917			
	Dul ya da boşanmış	23	3,7391	,72753			
Başarı	Bekâr	75	4,5200	,49997	7,113	,001**	1-2
	Evli	434	4,2634	,55443			
	Dul ya da boşanmış	23	4,2464	,57925			
Güç	Bekâr	75	4,1333	,60528	19,450	,000**	1-2
	Evli	434	3,5499	,82319			
	Dul ya da boşanmış	23	3,2609	,89305			
Hazcılık	Bekâr	75	4,0889	,76980	4,536	,011*	1-2
	Evli	433	3,8422	,77479			
	Dul ya da boşanmış	23	3,6087	,86837			

\*\*0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

\* 0,05 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Ortalamalara bakıldığında bekârların en fazla değişime ve kendini geliştirmeye açık, dul ya da boşanmışların ise en kapalı olduğu görülmektedir.

### 3.3.4.7 Mesleğin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Tablo 3,22'e göre p anlamlılık seviyesi (significance) "DEĞİŞİME AÇIKLIK" boyutu ve bu boyutun altındaki "Uyarılma" ve "Kendini Yönetme" alt boyutlarında , "KENDİNİ GELİŞTİRME" boyutunda ve bu boyutun altındaki , "Başarı" ve "Güç", alt boyutlarında ve MUHAFAZAKÂRLIK boyutunun altındaki "güvenlik" alt boyutunda  $p < 0,01$ 'dir. Mesleğin bu boyutlar üzerine etkisi vardır. ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri ("Güvenlik" boyutunda varyanslar eşit dağıldığı için Scheffe, diğerlerinde Dunnett T3 testi uygulanmıştır) sonucunda hangi gruplarda farklılıklar olduğu Tablo 3.21'de belirtilmiştir.

**Tablo 3.22** Mesleğin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

		N	Ort	Std. Sapma	F	p	Farklı Gruplar
DEĞİŞİME AÇIKLIK	1-Devlet memuru	71	3,9765	,50340	12,760	,000**	1-3
	2-Serbest meslek	69	4,1498	,40437			2-3, 2-6
	3-Öğrenci	41	4,4268	,37832			2-8
	4-Esnaf	52	4,1218	,42153			3-4, 3-5
	5-Çalışmıyor	27	3,9074	,43198			3-6, 3-7
	6-Ev hanımı	142	3,7277	,61357			3-8
	7-İşçi	48	4,1181	,50641			4-6, 4-8
	8-Emekli	85	3,8059	,56158			6-7, 7-8
Uyarılma	1-Devlet memuru	71	4,2676	,57077	5,110	,000**	1-3
	2-Serbest meslek	69	4,3382	,46615			2-3
	3-Öğrenci	41	4,6341	,37122			3-6
	4-Esnaf	52	4,4167	,47543			3-5
	5-Çalışmıyor	27	4,1605	,51781			3-8
	6-Ev hanımı	142	4,1362	,63290			4-6
	7-İşçi	48	4,4097	,49699			
	8-Emekli	85	4,3255	,53446			



**Tablo 3.22'nin Devamı**

Kendini Yönetme	1-Devlet memuru	71	3,6854	,68750	11,944	,000**	1-3, 1-6	
	2-Serbest meslek	69	3,9614	,56458				2-6, 2-8
	3-Öğrenci	41	4,2195	,59446				3-5, 3-6
	4-Esnaf	52	3,8269	,63139				3-8
	5-Çalışmıyor	27	3,6543	,58821				4-6
	6-Ev hanımı	142	3,3192	,91384				6-7
	7-İşçi	48	3,8264	,79296				7-8
	8-Emekli	85	3,2863	,89702				
KENDİNİ AŞMA	1-Devlet memuru	71	4,2567	,40395	1,222	,282		
	2-Serbest meslek	68	4,2157	,39243				
	3-Öğrenci	41	4,3008	,48448				
	4-Esnaf	52	4,2799	,34963				
	5-Çalışmıyor	27	4,1728	,48269				
	6-Ev hanımı	142	4,2441	,42061				
	7-İşçi	47	4,2530	,36094				
	8-Emekli	83	4,3655	,33806				
Yardımsverlik	1-Devlet memuru	71	4,1479	,54540	,958	,461		
	2-Serbest meslek	68	4,1140	,55050				
	3-Öğrenci	41	4,0854	,67224				
	4-Esnaf	52	4,0721	,53398				
	5-Çalışmıyor	27	3,9722	,61368				
	6-Ev hanımı	142	4,0511	,56770				
	7-İşçi	48	3,9896	,62091				
	8-Emekli	84	4,1845	,47390				
Evrensellik	1-Devlet memuru	71	4,3437	,47711	1,616	,128		
	2-Serbest meslek	69	4,3072	,42229				
	3-Öğrenci	41	4,4732	,53992				
	4-Esnaf	52	4,4462	,35780				
	5-Çalışmıyor	27	4,3333	,58441				
	6-Ev hanımı	142	4,3986	,48319				
	7-İşçi	47	4,4298	,37061				
	8-Emekli	83	4,5108	,39044				

Tablo 3.22'nin Devamı

MUHAFAZAKÂRLIK	1-Devlet memuru	70	4,1429	,49202	1,757	,094		
	2-Serbest meslek	68	4,1979	,43013				
	3-Öğrenci	41	4,1552	,55232				
	4-Esnaf	52	4,2220	,49643				
	5-Çalışmıyor	27	4,1549	,54767				
	6-Ev hanımı	142	4,2330	,49266				
	7-İşçi	48	4,1761	,39888				
	8-Emekli	84	4,3680	,36878				
Güvenlik	1-Devlet memuru	70	4,2914	,48834	2,848	,006**	2-8	
	2-Serbest meslek	69	4,2464	,45522				
	3-Öğrenci	41	4,4732	,43303				
	4-Esnaf	52	4,3731	,46023				
	5-Çalışmıyor	27	4,2963	,55849				
	6-Ev hanımı	142	4,3606	,55467				
	7-İşçi	48	4,4000	,40423				
	8-Emekli	84	4,5381	,34984				
Uyum-Geleneksellik	1-Devlet memuru	71	4,0188	,64522	1,638	,122		
	2-Serbest meslek	68	4,1520	,59205				
	3-Öğrenci	41	3,8902	,78670				
	4-Esnaf	52	4,0962	,66858				
	5-Çalışmıyor	27	4,0370	,70002				
	6-Ev hanımı	142	4,1268	,62327				
	7-İşçi	48	3,9896	,60280				
	8-Emekli	84	4,2262	,54000				
KENDİNİ GELİŞTİRME	1-Devlet memuru	71	3,9687	,60602	5,719	,000**	2-6	
	2-Serbest meslek	69	4,0660	,54243				3-6
	3-Öğrenci	41	4,0596	,55838				4-6
	4-Esnaf	52	3,9936	,53238				2-8
	5-Çalışmıyor	27	3,8313	,53409				3-8
	6-Ev hanımı	142	3,6964	,62447				4-8
	7-İşçi	48	3,9630	,57682				
	8-Emekli	82	3,6260	,76653				

**Tablo 3.22'nin Devamı**

Başarı	1-Devlet memuru	71	4,2676	,57077	5,110	,000**	1-3	
	2-Serbest meslek	69	4,3382	,46615				2-3
	3-Öğrenci	41	4,6341	,37122				3-5
	4-Esnaf	52	4,4167	,47543				3-6
	5-Çalışmıyor	27	4,1605	,51781				3-8
	6-Ev hanımı	142	4,1362	,63290				4-6
	7-İşçi	48	4,4097	,49699				
	8-Emekli	85	4,3255	,53446				
Güç	1-Devlet memuru	71	3,6854	,68750	11,944	,000**	1-3, 1-6	
	2-Serbest meslek	69	3,9614	,56458				2-6, 2-8
	3-Öğrenci	41	4,2195	,59446				3-5, 3-6
	4-Esnaf	52	3,8269	,63139				3-8
	5-Çalışmıyor	27	3,6543	,58821				4-6
	6-Ev hanımı	142	3,3192	,91384				6-7
	7-İşçi	48	3,8264	,79296				6-8
	8-Emekli	85	3,2863	,89702				7-8
Hazcılık	1-Devlet memuru	71	3,9014	,82500	1,772	,090		
	2-Serbest meslek	69	3,9469	,76188				
	3-Öğrenci	41	4,0569	,83634				
	4-Esnaf	52	3,8526	,72435				
	5-Çalışmıyor	27	3,6049	,83736				
	6-Ev hanımı	142	3,7606	,78638				
	7-İşçi	48	4,0625	,69669				
	8-Emekli	84	3,8135	,77330				

\* 0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Ortalamalara bakıldığında değişime açıklık düzeyi en yüksek olan öğrenci ve en düşük olanlar ev hanımlarıdır. Güvenliğe en fazla emekliler en az ise serbest meslek sahipleri önem vermektedir. Kendini geliştirmeye en fazla serbest meslek sahipleri ve öğrenciler, en az ise emekliler ve ev hanımları önem vermektedir. Başarıya en fazla öğrenciler, en az ise ev hanımları önem vermektedir. Güce ise öğrenci ve serbest meslek sahipleri en fazla, emekli ve ev hanımları en az değer vermektedir.

### 3.3.5 Tercihlerin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

#### 3.3.5.1 Siyasetle İlgilenme Düzeyinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Tablo 3.23’de siyasetle ilgilenme düzeyine göre PVQ ölçeği boyutlarının tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir. “DEĞİŞİME AÇIKLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Uyarılma” ve “Kendini Yönetme” alt boyutlarında, “KENDİNİ AŞMA” boyutu ve bu boyutun altındaki “Evrensellik” alt boyunda, “MUHAFAZAKÂRLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Güvenlik” alt boyunda, “KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutunda ve bu boyutun altındaki, “Başarı” ve “Güç”, alt boyutlarında anlamlı farklılıklar çıkmaktadır. Siyasetle ilgilenme düzeyinin bu boyutlar üzerine etkisi vardır. ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri (“Kendini Yönetme”, “Evrensellik” ve “Güç” alt boyutlarında varyanslar eşit dağıldığı için Scheffe, diğerlerinde Dunnett T3 testi uygulanmıştır) sonucunda hangi gruplarda farklılıklar olduğu Tablo 3.23’de belirtilmiştir.

**Tablo 3.23** Siyasetle İlgilenme Düzeyinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

		N	Ort	Std. Sapma	F	p	Farklı Gruplar	
DEĞİŞİME AÇIKLIK	1-Sadece izlerim	182	4,0348	,50596	4,295	,002**	1-2	
	2-Hiç ilgilenmem	75	3,7889	,64453				2-4
	3-Sadece oy kullanırım	134	3,8682	,60182				
	4-Aktif olarak ilgilenirim	123	4,0420	,49293				
	5-Her zaman muhalifimdir	22	3,9924	,51813				
Uyarılma	1-Sadece izlerim	182	4,3681	,48868	5,189	,000**	1-2	
	2-Hiç ilgilenmem	75	4,0489	,67715				2-4
	3-Sadece oy kullanırım	134	4,2761	,55375				2-5
	4-Aktif olarak ilgilenirim	123	4,3388	,54486				
	5-Her zaman muhalifimdir	22	4,4242	,41381				
Kendini Yönetme	1-Sadece izlerim	182	3,7015	,79787	2,685	,031*	Yok	
	2-Hiç ilgilenmem	75	3,5289	,93174				
	3-Sadece oy kullanırım	134	3,4602	,86788				
	4-Aktif olarak ilgilenirim	123	3,7453	,71807				
	5-Her zaman muhalifimdir	22	3,5606	,88124				

**Tablo 3.23'ün Devamı**

KENDİNİ AŞMA	1-Sadece izlerim	181	4,3020	,36876	2,881	,022*	Yok		
	2-Hiç ilgilenmem	75	4,1422	,50475					
	3-Sadece oy kullanırım	133	4,3091	,37037					
	4-Aktif olarak ilgilenirim	122	4,2268	,41362					
	5-Her zaman muhalifimdir	21	4,3016	,32800					
Yardımseverlik	1-Sadece izlerim	181	4,1561	,51588	1,341	,253			
	2-Hiç ilgilenmem	75	3,9967	,64001					
	3-Sadece oy kullanırım	134	4,0896	,56479					
	4-Aktif olarak ilgilenirim	122	4,0656	,55186					
	5-Her zaman muhalifimdir	22	4,0000	,67700					
Evrensellik	1-Sadece izlerim	181	4,4188	,42306	3,400	0,09			
	2-Hiç ilgilenmem	75	4,2587	,55583					
	3-Sadece oy kullanırım	133	4,4857	,41727					
	4-Aktif olarak ilgilenirim	123	4,3610	,48225					
	5-Her zaman muhalifimdir	21	4,4667	,38644					
MUHAFAZAKÂRLIK	1-Sadece izlerim	180	4,2904	,38678	3,960	,004**	Yok		
	2-Hiç ilgilenmem	75	4,0836	,59270					
	3-Sadece oy kullanırım	134	4,2822	,43079					
	4-Aktif olarak ilgilenirim	122	4,1617	,50589					
	5-Her zaman muhalifimdir	22	4,1281	,48565					
Güvenlik	1-Sadece izlerim	180	4,3989	,40472	9,541	,000**	1-2		
	2-Hiç ilgilenmem	75	4,1120	,67323				2-3	
	3-Sadece oy kullanırım	134	4,5209	,42622					3-4
	4-Aktif olarak ilgilenirim	123	4,3366	,45831					
	5-Her zaman muhalifimdir	22	4,3818	,36467					
Uyum-Geleneksellik	1-Sadece izlerim	181	4,1989	,53116	2,285	,059			
	2-Hiç ilgilenmem	75	4,0600	,64003					
	3-Sadece oy kullanırım	134	4,0833	,60551					
	4-Aktif olarak ilgilenirim	122	4,0123	,73048					
	5-Her zaman muhalifimdir	22	3,9167	,80958					

**Tablo 3.23'ün Devamı**

KENDİNİ GELİŞTİRME	1-Sadece izlerim	181	3,9540	,59823	2,237	,064		
	2-Hiç ilgilenmem	75	3,8385	,60371				
	3-Sadece oy kullanırım	133	3,7536	,65282				
	4-Aktif olarak ilgilenirim	122	3,8270	,68226				
	5-Her zaman muhalifimdir	22	3,9747	,54426				
Başarı	1-Sadece izlerim	182	4,3681	,48868	5,189	,000**	1-2	
	2-Hiç ilgilenmem	75	4,0489	,67715				2-4
	3-Sadece oy kullanırım	134	4,2761	,55375				2-5
	4-Aktif olarak ilgilenirim	123	4,3388	,54486				
	5-Her zaman muhalifimdir	22	4,4242	,41381				
Güç	1-Sadece izlerim	182	3,7015	,79787	2,685	,031*	Yok	
	2-Hiç ilgilenmem	75	3,5289	,93174				
	3-Sadece oy kullanırım	134	3,4602	,86788				
	4-Aktif olarak ilgilenirim	123	3,7453	,71807				
	5-Her zaman muhalifimdir	22	3,5606	,88124				
Hazcılık	1-Sadece izlerim	181	3,9613	,76035	1,264	,283		
	2-Hiç ilgilenmem	75	3,8089	,75769				
	3-Sadece oy kullanırım	134	3,7836	,80023				
	4-Aktif olarak ilgilenirim	123	3,8347	,81020				
	5-Her zaman muhalifimdir	22	3,9545	,77183				

\*\*0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

\* 0,05 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Ortalamalara bakıldığında, “Değişime Açıklık” düzeyi en yüksek olan seçmenler aktif olarak siyasetle ilgilenenler, en düşük olanlar siyasetle hiç ilgilenmeyenlerdir.

“Güvenlik” değerine en fazla sadece oy kullananlar en az ise hiç ilgilenmeyenler, “Başarı” değerine ise en fazla her zaman muhalif olanlar, en az ise hiç ilgilenmeyenler önem vermektedir.

### 3.3.5.2 Siyasi Görüşün PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Tablo 3.24’de siyasi görüşe göre PVQ ölçeği boyutlarının tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir. “Uyarılma”, “Evrensellik”, “Başarı” alt boyutlarında  $p < 0,05$  “MUHAFAZAKÂRLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Güvenlik” ve “Uyum-Geleneksellik” alt boyutlarında  $p < 0,01$ ’dir.

**Tablo 3.24** Siyasi Görüşün PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

		N	Ort.	Std. Sapma	F	P	Farklı Gruplar
DEĞİŞİME AÇIKLIK	1-Aşırı sol	45	3,9815	,56096	1,347	,257	
	2-Merkez sol	133	4,0677	,56670			
	3- Merkez	174	3,9349	,48574			
	4-Merkez sağ	121	3,9421	,54718			
	5-Aşırı sağ	33	3,9747	,58796			
Uyarılma	1-Aşırı sol	45	4,3037	,60228	3,021	,018*	Yok
	2-Merkez sol	133	4,4211	,53165			
	3- Merkez	174	4,2548	,48307			
	4-Merkez sağ	121	4,3802	,45401			
	5-Aşırı sağ	33	4,1818	,61289			
Kendini Yönetme	1-Aşırı sol	45	3,6593	,83934	1,323	,260	
	2-Merkez sol	133	3,7143	,86276			
	3- Merkez	174	3,6149	,76735			
	4-Merkez sağ	121	3,5041	,85322			
	5-Aşırı sağ	33	3,7677	,77048			
KENDİNİ AŞMA	1-Aşırı sol	45	4,1975	,41634	1,943	,102	
	2-Merkez sol	131	4,2545	,38428			
	3-Merkez	174	4,2861	,39664			
	4-Merkez sağ	120	4,3537	,34630			
	5-Aşırı sağ	32	4,2222	,42239			
Yardımsverlik	1-Aşırı sol	45	4,0778	,55602	1,486	,205	
	2-Merkez sol	132	4,0303	,56625			
	3-Merkez	174	4,1207	,51335			
	4-Merkez sağ	120	4,1938	,52905			
	5-Aşırı sağ	33	4,0833	,66045			
Evrensellik	1-Aşırı sol	45	4,2933	,48729	2,425	,047*	Yok
	2-Merkez sol	132	4,4394	,42404			
	3-Merkez	174	4,4184	,45427			
	4-Merkez sağ	120	4,4817	,37439			
	5-Aşırı sağ	32	4,2812	,51771			
MUHAFAZAKÂRLIK	1-Aşırı sol	44	4,0000	,57596	9,666	0,00**	1-3
	2-Merkez sol	132	4,1295	,50698			1-4

Tablo 3.24'ün Devamı

	3-Merkez	174	4,2910	,39415			2-3
	4-Merkez sağ	120	4,3902	,35716			2-4
	5-Aşırı sağ	33	4,1763	,42636			
Güvenlik	1-Aşırı sol	44	4,1591	,63477	6,146	,000**	1-4
	2-Merkez sol	133	4,4090	,43891			4-5
	3-Merkez	174	4,3989	,41336			
	4-Merkez sağ	120	4,5050	,39574			
	5-Aşırı sağ	33	4,2303	,46669			
Uyum-Geleneksellik	1-Aşırı sol	45	3,8704	,69621	9,826	,000**	1-3
	2-Merkez sol	132	3,8927	,77606			1-4
	3-Merkez	174	4,2011	,51543			2-3
	4-Merkez sağ	120	4,2944	,49258			2-4
	5-Aşırı sağ	33	4,1313	,47646			
KENDİNİ GELİŞTİRME	1-Aşırı sol	45	3,8667	,71091	,361	,846	
	2-Merkez sol	133	3,8764	,71286			
	3-Merkez	173	3,8844	,57240			
	4-Merkez sağ	119	3,8077	,66395			
	5-Aşırı sağ	33	3,9259	,49897			
Başarı	1-Aşırı sol	45	4,3037	,60228	3,021	,018*	Yok
	2-Merkez sol	133	4,4211	,53165			
	3-Merkez	174	4,2548	,48307			
	4-Merkez sağ	121	4,3802	,45401			
	5-Aşırı sağ	33	4,1818	,61289			
Güç	1-Aşırı sol	45	3,6593	,83934	1,323	,260	
	2-Merkez sol	133	3,7143	,86276			
	3-Merkez	174	3,6149	,76735			
	4-Merkez sağ	121	3,5041	,85322			
	5-Aşırı sağ	33	3,7677	,77048			
Hazcılık	1-Aşırı sol	45	3,8370	,88655	2,057	,085	
	2-Merkez sol	133	4,0150	,75864			
	3-Merkez	174	3,8257	,76425			
	4-Merkez sağ	120	3,7583	,81187			
	5-Aşırı sağ	33	3,9697	,67373			

\*\*0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

\* 0,05 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.



Siyasi görüşün bu boyutlar üzerine etkisi vardır. ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri “Uyarılma”, “Evrensellik”, “Başarı” alt boyutlarında varyanslar eşit dağıldığı için Scheffe, diğerlerinde Dunnett T3 testi uygulanmıştır) sonucunda hangi gruplarda farklılıklar olduğu Tablo 3.23’de belirtilmiştir.

“MUHAFAZAKÂRLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Uyum-Geleneksellik” alt boyutunda, aşırı sol veya merkez sol görüşlü olanların merkez ya da merkez ya da merkez sağ görüşlü olanlarla arasında anlamlı farklılıklar çıkmıştır. “Güvenlik” alt boyutunda ise aşırı sol görüşlü olanlarla merkez sağ görüşlü olanlar arasında ve merkez sağ görüşlü olanlarla aşırı sağ görüşlü olanlar arasında anlamlı farklılıklar çıkmıştır.

Ortalamalara bakıldığında en yüksek merkez sağ görüşlüler, en düşük olanlar aşırı sol görüşlülerdir. Aşırı soldan merkez sağa doğru gidildikçe muhafazakârlık düzeyi artmaktadır. Aşırı sağcıların muhafazakârlık düzeyi ise merkez sağcılardan düşüktür.

### 3.3.5.3 Siyasi Açının PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Tablo 3.25’de siyasi açığa göre PVQ ölçeği boyutlarının tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları verilmiştir.) “DEĞİŞİME AÇIKLIK” boyutu ve altındaki “Uyarılma” alt boyutu, “MUHAFAZAKÂRLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Uyum-Geleneksellik” alt boyutunda, “KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutu ve bu boyutun altındaki “Başarı” ve “Hazcılık” alt boyutlarında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

**Tablo 3.25** Siyasi Açının PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

		N	Ort	Std. Sapma	F	p	Farklı Gruplar
DEĞİŞİME AÇIKLIK	1-Demokrat	73	4,0365	,49710	3,907	,002**	Yok
	2-Milliyetçi	127	3,9081	,57071			
	3-İslamcı	113	3,8997	,51444			
	4-Sosyal demokrat	99	3,9125	,56862			
	5-Laik	80	4,1208	,54281			
	6-Diğer	20	4,3000	,44787			
Uyarılma	1-Demokrat	73	4,4247	,41670	3,626	,003**	Yok
	2-Milliyetçi	127	4,2651	,58845			
	3-İslamcı	113	4,2301	,53837			

Tablo 3.25'in Devamı

	4-Sosyal demokrat	99	4,2189	,58353			
	5-Laik	80	4,4167	,49612			
	6-Diğer	20	4,5833	,37268			
Kendini Yönetme	1-Demokrat	73	3,6484	,83498	2,183	,055	
	2-Milliyetçi	127	3,5512	,84763			
	3-İslamcı	113	3,5693	,75156			
	4-Sosyal demokrat	99	3,6061	,89006			
	5-Laik	80	3,8250	,75562			
	6-Diğer	20	4,0167	,72123			
KENDİNİ AŞMA	1-Demokrat	73	4,2542	,35306	,421	,834	
	2-Milliyetçi	126	4,3104	,36954			
	3-İslamcı	112	4,2569	,44219			
	4-Sosyal demokrat	97	4,2738	,38625			
	5-Laik	80	4,2403	,39470			
	6-Diğer	20	4,2889	,34085			
Yardımsellik	1-Demokrat	73	4,0479	,62034	,768	,573	
	2-Milliyetçi	127	4,1299	,54359			
	3-İslamcı	112	4,0982	,58640			
	4-Sosyal demokrat	98	4,1352	,48185			
	5-Laik	80	4,0000	,58326			
	6-Diğer	20	4,1000	,43225			
Evrensellik	1-Demokrat	73	4,4192	,40983	,292	,917	
	2-Milliyetçi	126	4,4413	,41824			
	3-İslamcı	112	4,3839	,50306			
	4-Sosyal demokrat	98	4,3918	,45491			
	5-Laik	80	4,4325	,40182			
	6-Diğer	20	4,4400	,42846			
MUHAFAZAKÂRLIK	1-Demokrat	72	4,2475	,43054	2,522	,029*	Yok
	2-Milliyetçi	127	4,2598	,43429			
	3-İslamcı	112	4,3198	,41882			
	4-Sosyal demokrat	98	4,1855	,49809			
	5-Laik	80	4,0977	,52826			
	6-Diğer	20	4,2409	,36635			
Güvenlik	1-Demokrat	72	4,4417	,35830	,789	,558	
	2-Milliyetçi	127	4,3717	,48516			

Tablo 3.25'in Devamı

	3-İslamcı	112	4,3786	,49673			
	4-Sosyal demokrat	99	4,3535	,53515			
	5-Laik	80	4,3100	,45329			
	6-Diğer	20	4,4700	,37989			
Uyum-Geleneksellik	1-Demokrat	73	4,0845	,66268	3,630	,003**	3-4
	2-Milliyetçi	127	4,1667	,54796			3-5
	3-İslamcı	112	4,2708	,46613			
	4-Sosyal demokrat	98	4,0408	,60877			
	5-Laik	80	3,9208	,81043			
	6-Diğer	20	4,0500	,57252			
KENDİNİ GELİŞTİRME	1-Demokrat	73	3,9833	,60339	2,214	,052	
	2-Milliyetçi	126	3,7928	,62812			
	3-İslamcı	111	3,8468	,60563			
	4-Sosyal demokrat	99	3,8092	,69824			
	5-Laik	80	4,0083	,58174			
	6-Diğer	20	4,0611	,57620			
Başarı	1-Demokrat	73	4,4247	,41670	3,626	,003**	Yok
	2-Milliyetçi	127	4,2651	,58845			
	3-İslamcı	113	4,2301	,53837			
	4-Sosyal demokrat	99	4,2189	,58353			
	5-Laik	80	4,4167	,49612			
	6-Diğer	20	4,5833	,37268			
Güç	1-Demokrat	73	3,6484	,83498	2,183	,055	
	2-Milliyetçi	127	3,5512	,84763			
	3-İslamcı	113	3,5693	,75156			
	4-Sosyal demokrat	99	3,6061	,89006			
	5-Laik	80	3,8250	,75562			
	6-Diğer	20	4,0167	,72123			
Hazcılık	1-Demokrat	73	4,0000	,74120	6,032	,000**	3-5
	2-Milliyetçi	127	3,7165	,77218			3-6
	3-İslamcı	112	3,7083	,76081			2-5
	4-Sosyal demokrat	99	3,9192	,81105			2-6
	5-Laik	80	4,1000	,73376			
	6-Diğer	20	4,4167	,62944			

\* \*0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

\* 0,05 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri (“Uyum-Geleneksellik”, alt boyutlarında varyanslar eşit dağılmadığı için Dunnett T3, diğerlerinde Scheffe testi uygulanmıştır) sonucunda hangi gruplarda farklılıklar olduğu Tablo 3.25’de belirtilmiştir. Gruplar arasında anlamlı farklılıklar sadece “Uyum-Geleneksellik” ve “Hazcılık” alt boyutlarında ortaya çıkmıştır.

“Uyum-Geleneksellik” alt boyutunda, İslamcılarla sosyal demokratlar arasında ve İslamcılarla laikler arasında anlamlı farklılıklar çıkmıştır. “Hazcılık” alt boyutunda ise İslamcılar ve milliyetçilerle laikler ve diğerleri arasında anlamlı farklılıklar çıkmıştır.

Ortalamalara bakıldığında “Uyum-Geleneksellik” değerleri en yüksek olanlar islamcılar, en düşük olanlar ise laikler ve sosyal demokratlardır. “Hazcılık” değeri laikler ve diğerleri için en yüksek, İslamcı ve milliyetçiler için en düşük çıkmıştır.

### **3.3.5.4 2007 Milletvekili Seçimlerinde Oy Verilen Partinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi**

ANOVA analizi sonucunda “DEĞİŞİME AÇIKLIK” boyutu ve altındaki “Kendini Yönetme” alt boyutu, “MUHAFAZAKÂRLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Uyum-Geleneksellik” alt boyutunda, “KENDİNİ AŞMA” boyutu ve bu boyutun altındaki “Yardıms severlik” alt boyutunda, “KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutu ve bu boyutun altındaki “Güç” ve “Hazcılık” alt boyutlarında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. 2007 Milletvekili Seçimlerinde Oy Verilen Partinin bu boyutlar üzerine etkisi vardır.

ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri (“MUHAFAZAKÂRLIK” boyutu ,“Uyum-Geleneksellik”, alt boyutu ve “KENDİNİ AŞMA” boyutunda varyanslar eşit dağılmadığı için Dunnett T3, diğerlerinde Scheffe testi uygulanmıştır) sonucunda hangi gruplarda farklılıklar olduğu Tablo 3.26’da belirtilmiştir. Gruplar arasında anlamlı farklılıklar “Kendini Yönetme” alt boyutu, “KENDİNİ AŞMA” boyutu, “Yardıms severlik”, “Güç” alt boyutlarında Ak Parti’ye oy verenler ve CHP’ye oy verenler arasında çıkmıştır. “MUHAFAZAKÂRLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Uyum-Geleneksellik” alt boyutunda ise Ak Parti’ye oy verenler ve CHP’ye ya da MHP’ye oy veren veya oy kullanmayanlar arasında çıkmıştır.

**Tablo 3.26** 2007 Milletvekili Seçimlerinde Oy Verilen Partinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

		N	Ort	Std. Sapma	F	p	Farklı Gruplar		
DEĞİŞİME AÇIKLIK	1-Ak Parti	160	3,8521	,57401	2,545	,039*	Yok		
	2-CHP	213	4,0290	,54736					
	3-MHP	69	3,9469	,44602					
	4-Diğer	28	4,0238	,55503					
	5-Oy kullanmadım	58	3,9971	,60092					
Uyarılma	1-Ak Parti	160	4,2542	,54110	,539	,707			
	2-CHP	213	4,3224	,59469					
	3-MHP	69	4,2754	,47125					
	4-Diğer	28	4,3810	,53452					
	5-Oy kullanmadım	58	4,3046	,54176					
Kendini Yönetme	1-Ak Parti	160	3,4500	,85676	2,928	,021*	1-2		
	2-CHP	213	3,7355	,79071					
	3-MHP	69	3,6184	,71235					
	4-Diğer	28	3,6667	,82652					
	5-Oy kullanmadım	58	3,6897	,89804					
MUHAFAZAKÂRLIK	1-Ak Parti	159	4,3899	,34387	8,857	,000**	1-2		
	2-CHP	211	4,1120	,49981				1-3	
	3-MHP	69	4,2161	,40238					1-5
	4-Diğer	28	4,2435	,53242					
	5-Oy kullanmadım	58	4,1395	,58427					
Güvenlik	1-Ak Parti	159	4,4591	,42608	1,845	,119			
	2-CHP	212	4,3321	,50879					
	3-MHP	69	4,3536	,45263					
	4-Diğer	28	4,3000	,56960					
	5-Oy kullanmadım	58	4,3586	,52013					
Uyum-Geleneksellik	1-Ak Parti	159	4,3323	,41740	10,892	,000**	1-2		
	2-CHP	212	3,9269	,71637				1-3	
	3-MHP	69	4,1014	,49360					1-5
	4-Diğer	28	4,1964	,65271					
	5-Oy kullanmadım	58	3,9569	,74179					
KENDİNİ AŞMA	1-Ak Parti	159	4,3592	,32579	3,531	,007**	1-2		

Tablo 3.26'nın Devamı

	2-CHP	211	4,2038	,41412			
	3-MHP	68	4,2565	,33868			
	4-Diğer	28	4,2500	,46321			
	5-Oy kullanmadım	58	4,2644	,51228			
Yardımsellik	1-Ak Parti	159	4,1934	,51167	2,503	,042*	1-2
	2-CHP	212	4,0094	,60647			
	3-MHP	69	4,0833	,52452			
	4-Diğer	28	4,1250	,50231			
	5-Oy kullanmadım	58	4,1034	,56202			
Evrensellik	1-Ak Parti	159	4,4918	,33808	2,115	,078	
	2-CHP	212	4,3632	,45495			
	3-MHP	68	4,3706	,46779			
	4-Diğer	28	4,3500	,58531			
	5-Oy kullanmadım	58	4,3931	,61326			
KENDİNİ GELİŞTİRME	1-Ak Parti	158	3,7925	,64959	,967	,425	
	2-CHP	213	3,9014	,63110			
	3-MHP	69	3,8792	,59493			
	4-Diğer	28	3,8492	,70611			
	5-Oy kullanmadım	57	3,9513	,60056			
Başarı	1-Ak Parti	160	4,2542	,54110	,539	,707	
	2-CHP	213	4,3224	,59469			
	3-MHP	69	4,2754	,47125			
	4-Diğer	28	4,3810	,53452			
	5-Oy kullanmadım	58	4,3046	,54176			
Güç	1-Ak Parti	160	3,4500	,85676	2,928	,021*	1-2
	2-CHP	213	3,7355	,79071			
	3-MHP	69	3,6184	,71235			
	4-Diğer	28	3,6667	,82652			
	5-Oy kullanmadım	58	3,6897	,89804			
Hazcılık	1-Ak Parti	159	3,7421	,78928	2,775	,027*	Yok
	2-CHP	213	3,9750	,75541			
	3-MHP	69	3,7585	,80213			
	4-Diğer	28	4,0119	,82891			
	5-Oy kullanmadım	58	3,9425	,74441			

\*\* 0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

\* 0,05 seviyesinde anlamlı bulunmuştur

Ortalamalara bakıldığında “Güç” ve “Hazcılık” değerleri en yüksek CHP, en düşük AK Parti seçmeni, “Kendini Yönetme”, “KENDİNİ AŞMA”, “Yardımseverlik”, “MUHAFAZAKÂRLIK” , “Uyum-Geleneksellik” değerleri en yüksek AK Parti, en düşük CHP seçmenidir.

### 3.3.5.5 Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Partinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

ANOVA analizi sonucunda KENDİNİ AŞMA boyutunun altındaki “Evrensellik” alt boyutunda, “MUHAFAZAKÂRLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Güvenlik”, “Uyum-Geleneksellik” alt boyutlarında  $p < 0,01$ , KENDİNİ GELİŞTİRME boyutunun altındaki “Hazcılık” alt boyutunda  $p < 0,05$ ’dir. ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri (“Güvenlik” ve “Hazcılık” alt boyutlarında varyanslar eşit dağıldığı için Scheffe, diğerlerinde Dunnett T3 testi uygulanmıştır) sonucunda hangi gruplarda farklılıklar olduğu Tablo 3.27’de belirtilmiştir.

**Tablo 3.27** Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Partinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

		N	Ort.	Std. Sapma	F	p	Farklı Gruplar
DEĞİŞİME AÇIKLIK	1-Ak Parti	180	3,8944	,55260	1,384	,238	
	2-CHP	203	4,0172	,54385			
	3-MHP	63	4,0159	,45270			
	4-Diğer	23	4,0072	,56960			
	5-Oy kullanmam	45	3,9704	,62086			
Uyarılma	1-Ak Parti	180	4,2648	,57325	,791	,531	
	2-CHP	203	4,3366	,53583			
	3-MHP	63	4,2963	,46801			
	4-Diğer	23	4,3768	,49548			
	5-Oy kullanmam	45	4,2148	,63626			
Kendini Yönetme	1-Ak Parti	180	3,5241	,81424	1,520	,195	
	2-CHP	203	3,6979	,82094			
	3-MHP	63	3,7354	,65898			
	4-Diğer	23	3,6377	,93697			
	5-Oy kullanmam	45	3,7259	,87988			

Tablo 3.27'nin Devamı

KENDİNİ AŞMA	1-Ak Parti	179	4,3606	,35502	3,864	,004**	1-2		
	2-CHP	200	4,2428	,39650				1-3	
	3-MHP	63	4,2152	,33741					
	4-Diğer	23	4,2367	,43073					
	5-Oy kullanmam	45	4,1630	,51607					
Yardımsverlik	1-Ak Parti	179	4,1746	,55514	1,462	,212			
	2-CHP	202	4,0656	,55401					
	3-MHP	63	4,0714	,47398					
	4-Diğer	23	4,0870	,41016					
	5-Oy kullanmam	45	3,9944	,69185					
Evrensellik	1-Ak Parti	179	4,5095	,35039	3,826	,004**	1-2		
	2-CHP	201	4,3801	,47750					
	3-MHP	63	4,3302	,47405					
	4-Diğer	23	4,3565	,58762					
	5-Oy kullanmam	45	4,2978	,47025					
MUHAFAZAKÂRLIK	1-Ak Parti	179	4,3809	,37960	10,505	,000**	1-2		
	2-CHP	201	4,1524	,47829				1-3	
	3-MHP	63	4,1789	,39726					1-5
	4-Diğer	23	4,1937	,52101					
	5-Oy kullanmam	45	3,9758	,55345					
Güvenlik	1-Ak Parti	179	4,4648	,41738	4,027	,003**	1-5		
	2-CHP	202	4,3594	,50602					
	3-MHP	63	4,3365	,47495					
	4-Diğer	23	4,2870	,51106					
	5-Oy kullanmam	45	4,1778	,43739					
Uyum-Geleneksellik	1-Ak Parti	179	4,3110	,48780	10,166	,000**	1-2		
	2-CHP	202	3,9777	,66577				1-3	
	3-MHP	63	4,0476	,53164					1-5
	4-Diğer	23	4,1159	,70966					
	5-Oy kullanmam	45	3,8074	,78331					
KENDİNİ GELİŞTİRME	1-Ak Parti	177	3,8380	,62976	,346	,847			
	2-CHP	203	3,8894	,66165					
	3-MHP	63	3,8765	,60862					
	4-Diğer	23	3,8647	,78063					
	5-Oy kullanmam	45	3,9531	,48170					



**Tablo 3.27'nin Devamı**

Başarı	1-Ak Parti	180	4,2648	,57325	,791	,531	
	2-CHP	203	4,3366	,53583			
	3-MHP	63	4,2963	,46801			
	4-Diğer	23	4,3768	,49548			
	5-Oy kullanmam	45	4,2148	,63626			
Güç	1-Ak Parti	180	3,5241	,81424	1,520	,195	
	2-CHP	203	3,6979	,82094			
	3-MHP	63	3,7354	,65898			
	4-Diğer	23	3,6377	,93697			
	5-Oy kullanmam	45	3,7259	,87988			
Hazcılık	1-Ak Parti	179	3,7635	,77849	2,613	,035*	Yok
	2-CHP	203	3,9688	,75168			
	3-MHP	63	3,7778	,82956			
	4-Diğer	23	4,0870	,88886			
	5-Oy kullanmam	45	3,9926	,69808			

\*\*0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

\*0,05 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Gruplar arasında anlamlı farklılıklar “KENDİNİ AŞMA” boyutunda Ak Parti’ye oy verecekler ve CHP’ye oy verecekler ve AK Parti’ye oy verecekler ve MHP’ye oy verecekler “Evrensellik” alt boyutunda Ak Parti’ye oy verecekler ve CHP’ye oy verecekler arasında çıkmıştır. “MUHAFAZAKÂRLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Uyum-Geleneksellik” alt boyutunda ise AK Parti’ye oy vereceklerle ve CHP’ye ya da MHP’ye oy verecekler veya oy kullanmayacaklar arasında çıkmıştır. “Güvenlik” alt boyutunda ise AK Partiye oy vereceklerle “Diğer” grubundaki partilere oy verecekler arasında farklılık çıkmıştır.

Ortalamalara bakıldığında “KENDİNİ AŞMA”, “Evrensellik”, “MUHAFAZAKÂRLIK”, “Güvenlik”, “Uyum-Geleneksellik” değerleri en yüksek AK Partiye oy vereceğini söyleyenlerde çıkmıştır. “MUHAFAZAKÂRLIK”, “Uyum-Geleneksellik” de en düşük CHP, “Güvenlik” de ise CHP ve oy kullanmam diyenler en düşük çıkmıştır.

### 3.3.5.6 Okullarda Daha İyi Din Eğitimi İsteyenler ve ya Daha İyi Dil Eğitimi İsteyenlerin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Yapılan T-testi sonucunda, “DEĞİŞİME AÇIKLIK” boyutu ve bu boyutun altındaki “Uyarılma” ve “Kendini Yönetme” alt boyutlarında, “MUHAFAZAKÂRLIK” boyutu ve

**Tablo 3.28** Okullarda Daha İyi Din Eğitimi İsteyenler ve ya Daha İyi Dil Eğitimi İsteyenlerin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

	Okullarda daha iyi din/ dil eğitimi?	N	Ort.	Std. Sapma	t	p
DEĞİŞİME AÇIKLIK	Din	204	3,8440	,54969		
	Dil	291	4,0367	,54191		
Uyarılma	Din	204	4,1944	,57096	1,931	,001**
	Dil	291	4,3666	,54108		
Kendini Yönetme	Din	204	3,4935	,82613		,005**
	Dil	291	3,7068	,81339		
KENDİNİ AŞMA	Din	203	4,2879	,39656		,670
	Dil	288	4,2728	,38195		
Yardıms severlik	Din	203	4,1182	,52670		,624
	Dil	290	4,0931	,58117		
Evrensellik	Din	203	4,4236	,47202	1,405	,795
	Dil	289	4,4131	,41663		
MUHAFAZAKÂRLIK	Din	203	4,3130	,42870	2,695	,001**
	Dil	289	4,1774	,47641		
Güvenlik	Din	203	4,3892	,50196		,626
	Dil	290	4,3676	,47079		
Uyum-Geleneksellik	Din	203	4,2496	,49095	16,594	,000**
	Dil	290	4,0172	,68170		
KENDİNİ GELİŞTİRME	Din	203	3,7493	,64735	1,872	,000**
	Dil	290	3,9609	,59918		
Başarı	Din	204	4,1944	,57096	1,931	,001**
	Dil	291	4,3666	,54108		
Güç	Din	204	3,4935	,82613		,005**
	Dil	291	3,7068	,81339		
Hazcılık	Din	203	3,6667	,78700	3,129	,000*
	Dil	291	4,0183	,72744		

\*\* 0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

altındaki “Uyum-Geleneksellik” alt boyutunda, “KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutu ve altındaki “Başarı”, “Güç” ve “Hazcılık” alt boyutlarında  $P<0,01$ ’dir. Bu boyutlarda anlamlı farklılık çıkmıştır (Tablo 3.28).

Ortalamalara bakıldığında, okullarda daha iyi din eğitimi isteyenler daha muhafazakâr ve uyum ve geleneklere daha değer veren kişiler, daha iyi dil eğitimi isteyenler ise değişime ve kendini geliştirmeye daha açık kişilerdir.

### 3.3.5.7 Türkiye’nin Gurur Duyulan Niteliğinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

Yapılan ANOVA analizi sonucunda “DEĞİŞİME AÇIKLIK” boyutu ve altındaki “Uyarılma”, “Kendini Yönetme” alt boyutlarında, “KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutu ve bu boyutun altındaki “Başarı”, “Güç” ve “Hazcılık” alt boyutlarında ( $p<0,01$ ’dir) anlamlı farklılıklar çıkmıştır.

ANOVA sonrası yapılan POST-HOC analizleri (“Uyarılma” alt boyutu ve “KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutunda ve “Başarı” alt boyutunda varyanslar eşit dağılmadığı için Dunnett T3, diğerlerinde Scheffe testi uygulanmıştır) sonucunda hangi gruplarda farklılıklar olduğu Tablo 3.29’da belirtilmiştir.

“DEĞİŞİME AÇIKLIK” boyutu ve altındaki “Kendini Yönetme” alt boyutunda, “KENDİNİ GELİŞTİRME” boyutu ve bu boyutun altındaki, “Güç” ve “Hazcılık” alt boyutlarında, Türkiye’nin siyasi ve idari yapısıyla gurur duyanlarla, milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle gurur duyanlar arasında, Türkiye’nin çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla gurur duyanlarla, milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle gurur duyanlar arasında farklılıklar çıkmıştır. Ayrıca “Uyarılma” ve “Başarı” alt boyutlarında çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla gurur duyanlarla, Müslüman olmasıyla gurur duyanlar arasında anlamlı farklılıklar çıkmıştır.

Anlamlı farklılıklar çıkan boyutlar için ortalamalara bakıldığında milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle gurur duyanlar ve Müslüman olması ile gurur duyanların, değişime ve kendini geliştirmeye daha kapalı, Türkiye’nin çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla gurur duyanlarla, Türkiye’nin siyasi ve idari yapısıyla gurur duyanların değişime ve kendini geliştirmeye daha açık kişiler olduğu görülmektedir.

**Tablo 3.29** Türkiye'nin Gurur Duyulan Niteliğinin PVQ Ölçeği Boyutları Üzerine Etkisi

		N	Ort.	Std. Sapma	F	P	Farklı Gruplar
DEĞİŞİME AÇIKLIK	1-Siyasi ve idari yapısıyla	50	4,0767	,50194	6,514	,000**	1-4
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	199	4,0771	,53069			
	3-Ekonomik yapısıyla	15	4,0778	,68100			
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	3,7306	,57801			
	5-Müslüman olmasıyla	67	3,8234	,55572			
	6-Tarihiyle	77	3,9048	,52177			
Uyarılma	1-Siyasi ve idari yapısıyla	50	4,3800	,43126	3,649	,003**	2-5
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	199	4,3920	,50299			
	3-Ekonomik yapısıyla	15	4,3111	,59717			
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	4,1899	,64785			
	5-Müslüman olmasıyla	67	4,1144	,60456			
	6-Tarihiyle	77	4,2727	,52070			
Kendini Yönetme	1-Siyasi ve idari yapısıyla	50	3,7733	,77207	5,332	,000**	1-4
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	199	3,7621	,79514			
	3-Ekonomik yapısıyla	15	3,8444	1,06060			
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	3,2713	,85637			
	5-Müslüman olmasıyla	67	3,5323	,76993			
	6-Tarihiyle	77	3,5368	,79132			
KENDİNİ AŞMA	1-Siyasi ve idari yapısıyla	50	4,2822	,30714	,878	,496	
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	197	4,2831	,36584			
	3-Ekonomik yapısıyla	15	4,3333	,35881			
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	4,2700	,48102			
	5-Müslüman olmasıyla	66	4,1801	,45574			
	6-Tarihiyle	76	4,2953	,35627			

**Tablo 3.29'un Devamı**

Yardımsızlık	1-Siyasi ve idari yapısıyla	50	4,1950	,48522	,675	,643
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	198	4,1023	,54431		
	3-Ekonomik yapısıyla	15	4,0667	,76454		
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	4,0843	,61070		
	5-Müslüman olmasıyla	66	4,0038	,61157		
	6-Tarihiyle	77	4,1039	,54464		
Evrensellik	1-Siyasi ve idari yapısıyla	50	4,3520	,33700	1,079	,371
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	198	4,4313	,41742		
	3-Ekonomik yapısıyla	15	4,5467	,34198		
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	4,4186	,51758		
	5-Müslüman olmasıyla	66	4,3212	,54899		
	6-Tarihiyle	76	4,4263	,42626		
MUHAFAZAKÂRLIK	1-Siyasi ve idari yapısıyla	49	4,2096	,34924	,783	,562
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	198	4,1864	,46560		
	3-Ekonomik yapısıyla	15	4,3212	,46082		
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	4,2368	,60258		
	5-Müslüman olmasıyla	66	4,2590	,49415		
	6-Tarihiyle	77	4,2904	,32746		
Güvenlik	1-Siyasi ve idari yapısıyla	49	4,3388	,30877	1,422	,215
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	199	4,3749	,43155		
	3-Ekonomik yapısıyla	15	4,4667	,35989		
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	4,3302	,66209		
	5-Müslüman olmasıyla	66	4,3121	,55706		
	6-Tarihiyle	77	4,4909	,40723		

**Tablo 3.29'un Devamı**

Uyum-Geleneksellik	1-Siyasi ve idari yapısıyla	50	4,1000	,52055	1,227	,295	
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	198	4,0269	,70138			
	3-Ekonomik yapısıyla	15	4,2000	,73247			
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	4,1589	,67053			
	5-Müslüman olmasıyla	66	4,2146	,53491			
	6-Tarihiyle	77	4,1234	,46469			
KENDİNİ GELİŞTİRME	1-Siyasi ve idari yapısıyla	50	4,0756	,43727	7,385	,000**	1-4
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olması	199	3,9916	,60816			2-4
	3-Ekonomik yapısıyla	15	3,9481	,82602			
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	3,5607	,62271			
	5-Müslüman olmasıyla	65	3,8274	,60190			
	6-Tarihiyle	77	3,7951	,67828			
Başarı	1-Siyasi ve idari yapısıyla	50	4,3800	,43126	3,649	,003**	2-4
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olması	199	4,3920	,50299			
	3-Ekonomik yapısıyla	15	4,3111	,59717			
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	4,1899	,64785			
	5-Müslüman olmasıyla	67	4,1144	,60456			
	6-Tarihiyle	77	4,2727	,52070			
Güç	1-Siyasi ve idari yapısıyla	50	3,7733	,77207	5,332	,000**	1-4
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olması	199	3,7621	,79514			2-4
	3-Ekonomik yapısıyla	15	3,8444	1,06060			
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	86	3,2713	,85637			
	5-Müslüman olmasıyla	67	3,5323	,76993			
	6-Tarihiyle	77	3,5368	,79132			
Hazcılık	1-Siyasi ve idari yapısıyla	50	4,0067	,76039	6,985	,000**	1-4
	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olması	199	4,0687	,72650			2-4
	3-Ekonomik yapısıyla	15	3,9111	,78140			
	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürü	86	3,5310	,81068			
	5-Müslüman olmasıyla	66	3,7273	,79938			
	6-Tarihiyle	77	3,8355	,73473			

\* \*0,01 seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

### 3.3.6 Çapraz Tablolar ve Ki-kare Analizi Bulguları

Çapraz tabloları oluşturmak için Ki-kare testi kullanılmıştır. Ki-kare analizi sonucunda p (significance) değeri 0,05'den küçük ise kullanılan iki değişken arasında anlamlı ilişki vardır.

#### 3.3.6.1 Cinsiyet ve Tercihler Arasındaki Çapraz Tablolar

Cinsiyet ve siyasetle ilgilenme düzeyi arasında anlamlı ilişki vardır (Ki-kare=41,629 ve p=0,000). Kadınların %20,6'sı siyasetle hiç ilgilenmezken, erkeklerin %7,2'si siyasetle hiç ilgilenmemektedir. Kadınların %13,4'ü siyasetle aktif olarak ilgilenirken, erkeklerde bu oran %31,5'dir. Erkekler kadınlara oranla siyasetle daha fazla aktif olarak ilgilenmektedirler (Tablo 3.30).

**Tablo 3.30** Cinsiyet ve Siyasetle İlgilenme Düzeyi

		Siyasetle ilgilenme düzeyi					Toplam
		Sadece izlerim	Hiç ilgilenmem	Sadece oy kullanırım	Aktif olarak ilgilenirim	Her zaman muhalifimdir	
Cinsiyet	Kadın	32,4%	20,6%	29,8%	13,4%	3,8%	100,0%
	Erkek	35,1%	7,2%	21,5%	31,5%	4,7%	100,0%

Cinsiyet ve siyasi görüş arasında anlamlı ilişki vardır (Ki-kare=19,658 ve p=0,001). Kadınların %43,6'sı merkez görüşlü iken erkeklerde bu oran %26,7'dir. Erkekler merkez haricindeki gruplarda daha yüksek frekansa sahiptirler. Kadınlar erkeklere oranla daha fazla merkezde toplanmıştır (Tablo 3.31).

**Tablo 3.31** Cinsiyet ve Siyasi Görüş

		Siyasi görüş					Toplam
		Aşırı sol	Merkez sol	Merkez	Merkez sağ	Aşırı sağ	
Cinsiyet	Kadın	6,2%	25,6%	43,0%	21,5%	3,7%	100,0%
	Erkek	11,5%	27,8%	26,7%	25,6%	8,5%	100,0%

Cinsiyet ve siyasi açı arasında anlamlı ilişki yoktur (Ki-kare=6,518 ve p=0,259). Kadınlarda %23,4 ile en fazla İslamcılar, en az %4,0 ile diğer grubundaki görüşe sahip olanlar vardır. Erkeklerde %24,5 ile en fazla İslamcılar, en az %4,5 ile diğer grubundaki görüşe sahip olanlar vardır (Tablo 3.32).

**Tablo 3.32** Cinsiyet ve Siyasi Aç

		Siyasi aç					Toplam	
		Demokrat	Milliyetçi	İslamcı	Sosyal demokrat	Laik		Diğer
Cinsiyet	Kadın	12,1%	23,4%	23,8%	18,1%	18,5%	4,0%	100,0%
	Erkek	16,7%	24,5%	20,1%	21,6%	12,6%	4,5%	100,0%

Cinsiyet ve 2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen parti arasında anlamlı ilişki yoktur (Ki-kare=0,932 ve p=0,920). Kadınlar en fazla CHP'ye (%39,9), ikinci AK Parti'ye (%30,4), en az diğer grubundaki partilere (%5,5) oy vermişlerdir. Erkekler en fazla CHP'ye (%42,3), ikinci AK Parti'ye (%29,0), en az diğer grubundaki partilere (%5,0) oy vermişlerdir (Tablo 3.33).

**Tablo 3.33** Cinsiyet ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Parti

		2007 milletvekili seçiminde oy verilen parti					Toplam
		Ak Parti	CHP	MHP	Diğer	Oy kullanmadım	
Cinsiyet	Kadın	30,4%	39,9%	12,3%	5,5%	11,9%	100,0%
	Erkek	29,0%	42,3%	13,6%	5,0%	10,0%	100,0%

Cinsiyet ve 2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partiye oy verme nedeni arasında anlamlı ilişki yoktur (Ki-kare=1,271 ve p=0,938). Her iki grupta da çoğunluk görüşlerine uygun olan (kadınlarda %65,2, erkeklerde %64) partiye oy verdiklerini belirtmişlerdir. Her iki grup da en az adaylarını beğendiği için (kadınlarda %1,3, erkeklerde %2,4) oy vermiştir (Tablo 3.34).

**Tablo 3.34** Cinsiyet ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedeni

		2007 milletvekili seçiminde oy verilen partiye oy verme nedeni					Toplam	
		Görüşlerime uygun olduğu için	Liderini beğendiğim için	Denemek için	Adaylarını beğendiğim için	İcraatlarını beğendiğim için		Halka yakın olduğu için
Cinsiyet	Kadın	65,2%	10,0%	5,2%	1,3%	9,1%	9,1%	100,0%
	Erkek	64,0%	8,7%	4,7%	2,4%	10,3%	9,9%	100,0%

Cinsiyet ve 2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin değerlere uygunluğu arasında anlamlı ilişki yoktur (Ki-kare=5,024 ve p=0,081). Her iki grupta da oy verilen



partiyi seçmenler büyük çoğunlukla kendi değerlerine uygun bulmuşlardır. Oy verdiği partinin değerlerine uymadığını belirtenler her iki grupta da azınlıktadır (Tablo 3.35).

**Tablo 3.35** Cinsiyet ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlere Uygunluğu

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin değerlere uygunluğu			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Cinsiyet	Kadın	63,7%	13,2%	23,1%	100,0%
	Erkek	72,9%	10,7%	16,4%	100,0%

Cinsiyet ve 2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin en çok başarılı olduğu alan arasındaki ilişki anlamlı değildir. (Ki-kare=6,722 ve p=0,458). Oranlara bakıldığında, her iki grupta da oy verilen parti en fazla adalet, ülke ekonomisi, sağlık alanlarında başarılı bulunmuştur (Tablo 3.36).

**Tablo 3.36** Cinsiyet ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partiyi en çok başarılı bulunduğu alan							Başarılı bulmuyorum	Toplam
		Ülke ekonomisi	Uluslararası ilişkiler	Sağlık	Adalet	Çevre	Eğitim	Hepsi		
Cinsiyet	Kadın	21,1%	8,1%	14,8%	25,6%	1,8%	6,3%	3,6%	18,8%	100,0%
	Erkek	22,6%	8,2%	11,1%	27,6%	2,9%	7,0%	7,0%	13,6%	100,0%

Cinsiyet ve 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partinin liderinin başarı değerlendirmesi arasında anlamlı ilişki vardır (Ki-kare=9,671 ve p=0,008). Oranlara bakıldığında, kadınların %62,6'sı oy verdikleri partinin liderini başarılı buluyorken, erkeklerde bu oran %70,9'dur. Kadınların %20,9'u kararsız iken, erkeklerde kararsızların oranı %10,7'dir (Tablo 3.37).

**Tablo 3.37** Cinsiyet ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Değerlendirmesi

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin lideri başarılı mı?			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Cinsiyet	Kadın	62,6%	16,6%	20,9%	100,0%
	Erkek	70,9%	18,4%	10,7%	100,0%

Cinsiyet ve bugün bir milletvekili seçimi olsa oy verilecek parti arasında anlamlı bir ilişki vardır (Ki-kare=10,110 ve p=0,039). Oy kullanmam diyen kadınlar %12,6 iken erkeklerde bu oran %5,6'dır. Erkeklerden MHP'ye oy verecekler (%14,8) kadınlara (%9,2) oranla yüksektir (Tablo 3.38).

**Tablo 3.38 Cinsiyet ve Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti**

		Bugün milletvekili seçimi olsa oy verilecek parti					Toplam
		Ak Parti	CHP	MHP	Diğer	Oy kullanmam	
Cinsiyet	Kadın	35,7%	39,0%	9,2%	4,0%	12,0%	100,0%
	Erkek	33,7%	41,1%	14,8%	4,8%	5,6%	100,0%

Cinsiyet ve siyasal tercihi belirleme şekli belirleyen etkenler arasında anlamlı bir ilişki vardır (Ki-kare=25,720 ve p=0,000). Erkekler kadınlara oranla siyasal tercihlerini daha fazla kendileri belirlemiş (erkekler %79,6, kadınlar %64,9) ve sosyal çevrelerinden (erkekler %10,9, kadınlar %8,9) etkilenmişlerdir. Kadınlar ise siyasal tercihlerini belirlerken erkeklere oranla daha fazla ailelerinden (kadınlar %20,6, erkekler %6,9) ve medyadan (kadınlar %5,6, erkekler %2,5) etkilenmişlerdir ( Tablo 3.39).

**Tablo 3.39 Cinsiyet ve Siyasal Tercihi Belirleyen Etkenler**

		Siyasal tercihi belirlemekte en çok hangisi etkili				Toplam
		Kendim	Ailem	Sosyal çevrem	Medya	
Cinsiyet	Kadın	64,9%	20,6%	8,9%	5,6%	100,0%
	Erkek	79,6%	6,9%	10,9%	2,5%	100,0%

Ki-kare analizi yapılmadan önce frekansı 20'nin altında kalan gazeteler "Diğer" grubuna eklenmiştir. Cinsiyetin ve en çok okunan gazete arasındaki ilişki anlamlıdır (Ki-kare=23,782 ve p=0,001). Kadınlarda gazete okumayanların oranı (%24,8) erkeklere göre (%10,9) yüksektir. Posta gazetesi hariç diğer tüm gazetelerin okunma oranları erkeklerde bayanlara göre yüksektir (Tablo 3.40).

**Tablo 3.40 Cinsiyet ve En Çok Okunan Gazete**

		En çok okunan gazete							Toplam	
		Milliyet	Hürriyet	Sabah	Zaman	Posta	Cumhuriyet	Gazete okumuyorum		Diğer gazeteler
Cinsiyet	Kadın	6,7%	17,2%	8,0%	7,6%	13,4%	8,8%	24,8%	13,4%	100,0%
	Erkek	14,8%	20,7%	8,6%	10,2%	10,5%	10,2%	10,9%	14,1%	100,0%

Cinsiyet ile okullarda daha iyi bir din veya daha iyi dil eğitimi isteme arasında bir ilişki yoktur (Ki-kare=1,732 ve  $p=0,188$ ). Her iki grupta da daha iyi dil eğitimi isteyenler çoğunluktadır (Tablo 3.41).

**Tablo 3.41** Cinsiyet ve Okullarda Daha İyi Din ya da Yabancı Dil Eğitimi İstemi

		Hangisi daha önemli		Toplam
		Okullarda daha iyi bir din eğitimi	Okullarda daha iyi bir yabancı dil eğitimi	
Cinsiyet	Kadın	44,1%	55,9%	100,0%
	Erkek	38,3%	61,7%	100,0%

Cinsiyet ve Türkiye'nin en çok gurur duyulan niteliği arasındaki ilişki anlamlıdır (Ki-kare=13,202 ve  $p=0,022$ ). Erkeklerin %12,5'i en çok Türkiye'nin siyasi ve idari yapısıyla gurur duyarken, kadınlarda bu oran %7,2'dir. Erkeklerin %5,3'ü en çok Türkiye'nin ekonomik yapısıyla gurur duyarken, kadınlarda bu oran %0,9'dur. Diğer tüm niteliklerde kadınların oranı yüksektir (Tablo 3.42).

**Tablo 3.42** Cinsiyet ve Türkiye'nin En Çok Gurur Duyulan Niteliği

		Türkiye'nin hangi niteliğiyle gurur duyuyorsunuz						Toplam
		Siyasi ve idari yapısıyla	Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	Ekonomik yapısıyla	Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	Müslüman olmasıyla	Tarihiyle	
Cinsiyet	Kadın	7,2%	41,3%	,9%	19,1%	14,5%	17,0%	100,0%
	Erkek	12,5%	39,9%	5,3%	15,6%	12,2%	14,4%	100,0%

### 3.3.6.2 Yaş Grubu ve Tercihler Arasındaki Çapraz Tablolar

Yaş grubu ile siyasetle ilgilenme düzeyi arasında bir ilişki yoktur (Ki-kare=19,057 ve  $p=0,266$ ). Tablo 3.43'de yaşa göre siyasetle ilgilenme düzeyleri gösterilmiştir.

**Tablo 3.43** Yaş Grubu ve Siyasetle İlgilenme Düzeyi

	Siyasetle ilgilenme düzeyi					Toplam	
	Sadece izlerim	Hiç ilgilenmem	Sadece oy kullanırım	Aktif olarak ilgilenirim	Her zaman muhalifimdir		
Yaş grupları	18-27 yaş	29,6%	16,9%	29,6%	18,3%	5,6%	100,0%
	28-37 yaş	46,4%	13,6%	20,0%	16,8%	3,2%	100,0%
	38-47 yaş	32,3%	10,5%	29,3%	23,3%	4,5%	100,0%
	48-57 yaş	29,0%	12,0%	24,0%	30,0%	5,0%	100,0%
	58 yaş ve üstü	29,5%	17,0%	25,0%	25,0%	3,6%	100,0%

Yaş grubu ile siyasi görüş arasında anlamlı bir ilişki yoktur (Ki-kare=24,597 ve p=0,077). Tablo 3.44 'de yaş gruplarına göre siyasi görüş dağılımları gösterilmiştir. 18-27 yaş grubunda en yüksek merkez görüşlüler (%47,0), en düşük aşırı sol (%7,6) ve aşırı sağ (%9,1) görüşlülerdir. Bu grupta merkez sol ve merkez sağ görüşlülerin oranı %18,6'dır. 28-37 yaş grubunda en yüksek merkez görüşlüler (%34,5), en düşük aşırı sağ (%4,3) ve aşırı sol (%9,5) görüşlülerdir. 38-47 yaş grubunda en yüksek merkez görüşlüler (%39,1), en düşük aşırı sağ (%5,5) ve aşırı sol (%8,6) görüşlülerdir. 48-57 yaş grubunda en yüksek merkez sol görüşlüler (%36,8), en düşük aşırı sağ (%6,3) ve aşırı sol (%13,7) görüşlülerdir. 57 yaşından büyük olanlarda en yüksek merkez sol görüşlüler (%32,7), en düşük aşırı sol (%5,6) ve aşırı sağ (%8,4) görüşlülerdir. Ancak bu yorumlar sadece çapraz tabloya bakılarak yapılmıştır.

**Tablo 3.44** Yaş Grubu ve Siyasi Görüş

	Siyasi görüş					Toplam	
	Aşırı sol	Merkez sol	Merkez	Merkez sağ	Aşırı sağ		
Yaş grupları	18-27 yaş	7,6%	18,2%	47,0%	18,2%	9,1%	100,0%
	28-37 yaş	9,5%	23,3%	34,5%	28,4%	4,3%	100,0%
	38-47 yaş	8,6%	22,7%	39,1%	24,2%	5,5%	100,0%
	48-57 yaş	13,7%	36,8%	24,2%	18,9%	6,3%	100,0%
	58 yaş ve üstü	5,6%	32,7%	29,9%	23,4%	8,4%	100,0%

Yaş grubu ve siyasi açı arasında anlamlı bir ilişki yoktur (Ki-kare=28,512 ve p=0,098). Tablo 3.45 'de yaş gruplarına göre siyasi açı dağılımları gösterilmiştir. 18-27 yaş grubunda en yüksek milliyetçiler (%33,0) ve sosyal demokratlar (%20,3), 28-37 yaş grubunda en yüksek milliyetçiler(%23,3) ve laikler (%23,3), 38-47 yaş grubunda en yüksek milliyetçiler(%24,8) ve İslamcılar (%21,3), 48-57 yaş grubunda en yüksek sosyal demokratlar

(%24,5) ve İslamcılar (21,3) , 57 yaşından büyük olanlarda en yüksek sosyal demokratlar (%23,3) ve İslamcılardır (23,3). Ancak bu yorumlar sadece çapraz tabloya (Tablo 3.44) bakılarak yapılmıştır.

**Tablo 3.45** Yaş Grubu ve Siyasi Açı

		Siyasi açı					Toplam	
		Demokrat	Milliyetçi	İslamcı	Sosyal demokrat	Laik		Diğer
Yaş grupları	18-27 yaş	7,2%	33,3%	14,5%	20,3%	15,9%	8,7%	100,0%
	28-37 yaş	11,5%	21,3%	22,1%	18,9%	21,3%	4,9%	100,0%
	38-47 yaş	20,9%	24,8%	23,3%	14,7%	12,4%	3,9%	100,0%
	48-57 yaş	18,1%	17,0%	21,3%	24,5%	16,0%	3,2%	100,0%
	58 yaş ve üstü	11,7%	28,2%	23,3%	23,3%	11,7%	1,9%	100,0%

Yaş grubu ile 2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen parti arasında bir ilişki vardır (Kikare=46,391 ve p=0,000). 18-27 yaş grubunda en fazla CHP'ye (%32,9) oy verenler ve oy kullanmayanlar(%25,7), diğer yaş gruplarında en fazla CHP'ye ve ikinci olarak da AK Partiye oy verenler bulunmaktadır.

Seçmenler yaşlandıkça, oy kullanmama oranları azalmakta fakat 57 yaş üzerine bu oran yine artmaktadır. (Tablo 3.46).

**Tablo 3.46** Yaş Grubu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Parti

		2007 milletvekili seçiminde oy verilen parti					Toplam
		Ak Parti	CHP	MHP	Diğer	Oy kullanmadım	
Yaş grupları	18-27 yaş	14,3%	32,9%	15,7%	11,4%	25,7%	100,0%
	28-37 yaş	33,9%	41,9%	12,1%	,8%	11,3%	100,0%
	38-47 yaş	31,3%	37,4%	16,8%	5,3%	9,2%	100,0%
	48-57 yaş	30,6%	53,1%	9,2%	3,1%	4,1%	100,0%
	58 yaş ve üstü	31,2%	40,4%	11,0%	8,3%	9,2%	100,0%

Yaş grubu ve 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partiye oy verme nedeni arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan Ki-kare testinde, beklenen değeri 5’den küçük hücre sayısı %26,7 çıkmıştır. Beklenen değeri 5’den küçük hücre sayısı %20’den büyük olduğu için Ki-kare testi geçerli değildir. Tablo 3.47’de yaş grubuna göre oy verme nedenleri dağılımı gösterilmiştir. Tüm gruplarda çoğunluk görüşlerine uygun olduğu için oy verdiklerini belirtmişlerdir. Yine tüm gruplarda en düşük oy verme sebebi adayların beğenilmesidir.

**Tablo 3.47** Yaş Grubu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedeni

		2007 milletvekili seçiminde oy verilen partiye oy verme nedeni						Toplam
		Görüşlerime uygun olduğu için	Liderini beğendiğim için	Denemek için	Adaylarını beğendiğim için	İcraatlarını beğendiğim için	Halka yakın olduğu için	
Yaş grupları	18-27 yaş	65,4%	3,8%	3,8%	1,9%	11,5%	13,5%	100,0%
	28-37 yaş	58,4%	12,4%	6,2%	1,8%	10,6%	10,6%	100,0%
	38-47 yaş	65,3%	9,9%	3,3%	1,7%	7,4%	12,4%	100,0%
	48-57 yaş	63,2%	9,5%	9,5%	3,2%	10,5%	4,2%	100,0%
	58 yaş ve üstü	69,6%	7,8%	2,0%	1,0%	9,8%	9,8%	100,0%

Yaş grubu ve 2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin değerlere uygunluğu arasındaki ilişki anlamlı değildir (Ki-kare=8,682 ve p=0,370). Tüm yaş gruplarında oy verilen partiyi seçmenler büyük çoğunlukla kendi değerlerine uygun bulmuştur. Oy verdiği partinin değerlerine uymadığını belirtenler tüm yaş gruplarında azınlıktadır (Tablo 3.48).

**Tablo 3.48** Yaş Grubu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlere Uygunluğu

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin değerlere uygunluğu			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Yaş grupları	18-27 yaş	67,9%	12,5%	19,6%	100,0%
	28-37 yaş	75,7%	8,7%	15,7%	100,0%
	38-47 yaş	68,6%	10,7%	20,7%	100,0%
	48-57 yaş	65,3%	18,4%	16,3%	100,0%
	58 yaş ve üstü	64,2%	11,3%	24,5%	100,0%

Yaş grubu ve 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partinin en başarılı bulunduğu alan arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan Ki-kare testinde, beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %25 çıkmıştır. Beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %20'den büyük olduğu için Ki-kare testi geçerli değildir. Tablo 3.49'da yaş grubuna göre en başarılı bulunan alan dağılımı gösterilmiştir. Tüm gruplarda oy verilen parti en fazla adalet, ülke ekonomisi, sağlık, alanlarında başarılı bulunmuştur.

**Tablo 3.49** Yaş Grubu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partiyi en çok başarılı bulduğu alan							Başarılı bulmuyorum	Toplam
		Ülke ekonomisi	Uluslararası ilişkiler	Sağlık	Adalet	Çevre	Eğitim	Hepsi		
Yaş grupları	18-27	24,5%	11,3%	7,5%	32,1%	1,9%	5,7%	7,5%	9,4%	100,0%
	28-37	26,1%	12,6%	13,5%	25,2%	1,8%	4,5%	4,5%	11,7%	100,0%
	38-47	19,7%	9,4%	10,3%	28,2%	2,6%	10,3%	3,4%	16,2%	100,0%
	48-57	18,3%	6,5%	11,8%	31,2%	2,2%	4,3%	4,3%	21,5%	100,0%
	58 +	21,7%	1,1%	18,5%	18,5%	4,3%	7,6%	8,7%	19,6%	100,0%

Yaş grubu ve 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partinin liderinin başarısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur (Ki-kare=10,158 ve p=0,254). Tablo 3.50'de yaş grubuna göre oy verilen partinin liderinin başarı değerlendirme dağılımı gösterilmiştir. Tüm yaş gruplarında çoğunluk oy verdikleri partinin liderini başarılı olarak değerlendirmişlerdir. 38-47 yaş grubu hariç tüm yaş gruplarında en düşük oran kararsızlara aittir. Ancak bu yorumlar sadece çapraz tabloya bakılarak yapılmıştır.

**Tablo 3.50** Yaş Grubu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Değerlendirmesi

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin lideri başarılı mı?			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Yaş grupları	18-27 yaş	58,2%	23,6%	18,2%	100,0%
	28-37 yaş	75,4%	12,3%	12,3%	100,0%
	38-47 yaş	67,5%	13,8%	18,7%	100,0%
	48-57 yaş	65,7%	20,2%	14,1%	100,0%
	58 yaş ve üstü	62,9%	22,9%	14,3%	100,0%

Yaş grubu ve bugün bir milletvekili seçimi olsa oy verilecek parti arasında anlamlı ilişki yoktur (Ki-kare=24,146 ve p=0,086). Tablo 3.51’de yaş gruplarına göre oy verilecek parti dağılımı gösterilmiştir. Tüm yaş grupları içinde en yüksek oy CHP’ye, ikinci olarak da Ak Parti’ye verilecektir. En düşük oy oranı da diğer grubunda partilere oy verecekler ve oy kullanmayacak olanlardır.

**Tablo 3.51** Yaş Grubu ve Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti

		Bugün milletvekili seçimi olsa oy verilecek parti					Toplam
		1-AK Parti	2-CHP	3-MHP	4-Diğer	5-Oy kullanmam	
Yaş grupları	18-27 yaş	29,9%	32,8%	16,4%	11,9%	9,0%	100,0%
	28-37 yaş	36,9%	38,5%	11,5%	1,6%	11,5%	100,0%
	38-47 yaş	37,2%	37,2%	14,7%	3,1%	7,8%	100,0%
	48-57 yaş	30,9%	52,1%	8,5%	2,1%	6,4%	100,0%
	58 yaş ve üstü	34,6%	40,2%	10,3%	6,5%	8,4%	100,0%

Yaş grubu ve siyasal tercihi belirlerken etkenler arasındaki ilişki anlamlıdır (Ki-kare=21,449 ve p=0,044). Ancak bu etki çok açık bir şekilde görülmemektedir. Tablo 3.52’de yaş gruplarına göre siyasal tercihi belirleyen etkenler dağılımı gösterilmiştir. Seçmenler daha çok kendi özgür iradeleri ile oy verdiklerini belirtmişlerdir. Tüm seçmenler için en az medyadan etkilendiklerini belirtmişlerdir. 27-38 yaş grubunda kendi tercihlerini özgür iradeleriyle yapanlar diğer yaş gruplarına en yüksektir ve aileden etkilenme en düşük seviyededir. Aileden etkilenme oranı en yüksek 38-47 yaş grubundadır. Sosyal çevreden etkilenme oranı en yüksek grup 48-57 yaş grubudur.

**Tablo 3.52** Yaş Grubu ve Siyasal Tercihi Belirleyen Etkenler

		Siyasal tercihi belirlemede en çok hangisi etkili				Toplam
		Kendim	Ailem	Sosyal çevrem	Medya	
Yaş grupları	18-27 yaş	70,0%	17,1%	10,0%	2,9%	100,0%
	28-37 yaş	82,2%	6,8%	5,9%	5,1%	100,0%
	38-47 yaş	61,2%	21,7%	12,4%	4,7%	100,0%
	48-57 yaş	73,5%	10,2%	13,3%	3,1%	100,0%
	58 yaş ve üstü	75,9%	11,1%	8,3%	4,6%	100,0%
Toplam		72,5%	13,4%	9,9%	4,2%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



Yaş grubu ile en çok okunan gazete arasında bir ilişki vardır (Ki-kare=54,130 ve p=0,002). 18-27 yaş grubunda en fazla posta (%20,3) ve diğer grubundaki (%20,3) gazeteler, en az cumhuriyet (%1,6) okunmaktadır. 28-37 yaş grubunda ve 38-47 yaş grubundakiler en fazla hürriyet (%23,7 ve %22,7), en az cumhuriyet (%3,5 ve %8,1) okumaktadırlar. 48-57 yaş grubundakiler en fazla hürriyet, en az zaman gazetesi ve 57 yaşından büyük olanlar en fazla cumhuriyet (%21,4), en az sabah gazetesi (%3,9) okumaktadırlar. Diğer bir çarpıcı sonuç ise yaşlandıkça cumhuriyet gazetesi okunma oranının yükselmesidir (Tablo 3.53).

**Tablo 3.53** Yaş Grubu ve En Çok Okunan Gazete

		En çok okunan gazete							Toplam	
		Milliyet	Hürriyet	Sabah	Zaman	Posta	Cumhuriyet	Gazete okumuyorum		Diğer gazeteler
Yaş grupları	18-27	12,5%	12,5%	6,2%	12,5%	20,3%	1,6%	14,1%	20,3%	100,0%
	28-37	8,8%	23,7%	9,6%	7,9%	14,9%	3,5%	17,5%	14,0%	100,0%
	38-47	10,6%	20,3%	8,1%	11,4%	11,4%	8,1%	15,4%	14,6%	100,0%
	48-57	13,3%	22,2%	13,3%	5,6%	7,8%	11,1%	18,9%	7,8%	100,0%
	58 +	10,7%	13,6%	3,9%	7,8%	6,8%	21,4%	22,3%	13,6%	100,0%

Yaş grubu ve okullarda daha iyi din eğitimi isteyenlerle daha iyi yabancı dil eğitimi isteyenler arasında ilişki yoktur (Ki-kare=7,587ve p=0,108). Tablo3.54’de yaş gruplarına göre okullarda daha iyi din eğitimi ve dil eğitimi isteyenlerin dağılımı gösterilmiştir. Tüm yaş gruplarında okullarda daha iyi yabancı dil eğitimi isteyenlerin oranı fazladır.

**Tablo 3.54** Yaş Grubu ve Okullarda Daha İyi Din ya da Yabancı Dil Eğitimi İstemi

		Hangisi daha önemli		Toplam
		Okullarda daha iyi bir din eğitimi	Okullarda daha iyi bir yabancı dil eğitimi	
Yaş grupları	18-27 yaş	41,9%	58,1%	100,0%
	28-37 yaş	35,3%	64,7%	100,0%
	38-47 yaş	49,2%	50,8%	100,0%
	48-57 yaş	33,3%	66,7%	100,0%
	58 yaş ve üstü	43,8%	56,2%	100,0%

Yaş Grubu ve Türkiye'nin en çok gurur duyulan niteliği arasında ilişki yoktur (Ki-kare=24,373 ve p=0,226). Tüm yaş grupları Türkiye'nin en çok çağdaş laik cumhuriyet olmasıyla ve ikinci olarak da milleti gelenek ve görenekleriyle gurur duymaktadırlar. En az gurur duyulan nitelik de tüm yaş grupları için ekonomik yapıdır (Tablo 3.55).

**Tablo 3.55** Yaş Grubu ve Türkiye'nin En Çok Gurur Duyulan Niteliği

		Türkiye'nin hangi niteliğiyle gurur duyuyorsunuz						Toplam
		Siyasi ve idari yapısıyla	Çağdaş laik cumhuriyet olmasıyla	Ekonomik yapısıyla	Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	Müslüman olmasıyla	Tarihıyla	
Yaş grupları	18-27 yaş	8,3%	36,7%	8,3%	20,0%	10,0%	16,7%	100,0%
	28-37 yaş	10,3%	47,0%	1,7%	15,4%	12,8%	12,8%	100,0%
	38-47 yaş	14,3%	31,7%	4,0%	19,0%	11,1%	19,8%	100,0%
	48-57 yaş	8,6%	47,3%	1,1%	17,2%	10,8%	15,1%	100,0%
	58 yaş ve üstü	6,9%	39,2%	2,9%	15,7%	20,6%	14,7%	100,0%

### 3.3.6.3 Eğitim Durumu ve Tercihler Arasındaki Çapraz Tablolar

Eğitim durumu ve siyasetle ilgilenme düzeyi arasında ilişki vardır (Ki-kare=31,389 ve p=0,002). Tablo 3.56'da eğitim düzeyine göre siyasetle ilgilenme düzeyi dağılımı gösterilmiştir. Tüm gruplar içinde aktif olarak siyasetle ilgilenenlerin oranı eğitim düzeyi arttıkça artmaktadır, hiç ilgilenmeyenlerin oranı da eğitim düzeyi arttıkça azalmaktadır.

**Tablo 3.56** Eğitim Durumu ve Siyasetle İlgilenme Düzeyi

		Siyasetle ilgilenme düzeyi					Toplam
		Sadece izlerim	Hiç ilgilenmem	Sadece oy kullanırım	Aktif olarak ilgilenirim	Her zaman muhalifimdir	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	26,1%	30,4%	39,1%	4,3%		100,0%
	İlköğretim	31,2%	16,4%	32,0%	17,2%	3,1%	100,0%
	Lise	39,3%	14,3%	19,6%	22,3%	4,5%	100,0%
	Üniversite ve üstü	30,9%	7,4%	25,9%	30,2%	5,6%	100,0%

Eğitim durumu ile siyasi görüş arasında bir ilişki vardır (Ki-kare=32,683 ve p=0,001). Okur-yazarlar, ilköğretim mezunları ve lise mezunları arasında en yüksek oranı (sırası ile %56,5, %42,1 ve %30,8) kendini merkezde tanımlayanlar alırken, üniversite ve üstünden mezun olanlar arasında ise en yüksek oran merkez solculardır (%34,2). Tablo 3.57’de görüldüğü üzere eğitim düzeyi artıkça merkezden sola ve sağa doğru bir kayma vardır.

**Tablo 3.57** Eğitim Durumu ve Siyasi Görüş

		Siyasi görüş					Toplam
		Aşırı sol	Merkez sol	Merkez	Merkez sağ	Aşırı sağ	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	4,3%	8,7%	56,5%	26,1%	4,3%	100,0%
	İlköğretim	2,5%	20,7%	42,1%	28,1%	6,6%	100,0%
	Lise	12,3%	27,5%	30,8%	25,1%	4,3%	100,0%
	niversite ve üstü	10,3%	34,2%	28,4%	17,4%	9,7%	100,0%

Eğitim durumu ve siyasal açı arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan Ki-kare testinde, beklenen değeri 5’den küçük hücre sayısı %20,8 çıkmıştır. Beklenen değeri 5’den küçük hücre sayısı %20’den büyük olduğu için Ki-kare testi geçerli değildir. Tablo 3.58’de Eğitim durumuna göre siyasal açı dağılımı gösterilmiştir. Okuryazar ve ilköğretim mezunları içinde en yüksek oran (sırası ile %43,5 ve %39,0) İslamcılara aittir. Lise ve üniversite mezunlarında ise milliyetçiler (sırası ile %24,2 ve %26,5) ve sosyal demokratlara (sırası ile %22,8 ve %23,2) aittir. Tüm eğitim düzeylerinde aşırı sol ve aşırı sağ görüşlüler en az orana sahiptirler. Ki-kare analizini geçersiz çıktığından bu yorumlar sadece çapraz tabloya bakılarak yapılmıştır.

**Tablo 3.58** Eğitim Durumu ve Siyasi Aı

		Siyasi aı						Toplam
		Demokrat	Milliyetçi	İslamcı	Sosyal demokrat	Laik	Diğer	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	8,7%	26,1%	43,5%	4,3%	13,0%	4,3%	100,0%
	İlköğretim	11,0%	20,3%	39,0%	13,6%	12,7%	3,4%	100,0%
	Lise	16,4%	24,2%	19,2%	22,8%	14,6%	2,7%	100,0%
	niversite ve üstü	15,5%	26,5%	8,4%	23,2%	19,4%	7,1%	100,0%

Eğitim durumu ve 2007 milletvekili seçiminde oy verilen parti arasında ilişki vardır (Chi-Square=36,084 ve p=0,000). Okuryazar ve ilköğretim mezunları içinde AK Parti en yüksek oyu (sırası ile %39,1 ve %40,3) alırken, CHP ikinci parti olmuştur. Lise ile üniversite ve üzerinden mezun olanlar arasına CHP en yüksek oyu (sırası ile %48,2 ve %45,2) alırken AK Parti ikinci parti olmuştur. Tablo 3.59’da görüldüğü üzere eğitim düzeyi arttıkça AK Parti seçmeni azalmakta, CHP seçmeni artmaktadır. MHP seçmeni açısından eğitim düzeyi önemli bir farklılık yaratmamıştır.

**Tablo 3.59** Eğitim Durumu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Parti

		2007 milletvekili seçiminde oy verilen parti					Toplam
		Ak Parti	CHP	MHP	Diğer	Oy kullanmadım	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	39,1%	21,7%	13,0%	8,7%	17,4%	100,0%
	İlköğretim	40,3%	28,2%	12,1%	7,3%	12,1%	100,0%
	Lise	29,7%	48,2%	12,6%	3,6%	5,9%	100,0%
	Üniversite ve üstü	18,9%	45,9%	14,5%	4,4%	16,4%	100,0%

Eğitim durumu ile 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partiye oy verme nedeni arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan Ki-kare testinde, beklenen değeri 5’den küçük hücre sayısı %33,3 çıkmıştır. Beklenen değeri 5’den küçük hücre sayısı %20’den büyük olduğu için Ki-kare testi geçerli değildir. Tablo 3.60’da eğitim durumuna göre oy verme nedenleri dağılımı gösterilmiştir. Tüm gruplarda çoğunluk görüşlerine uygun olduğu için oy verdiklerini belirtmişlerdir. Yine tüm gruplarda en düşük oy verme sebebi adayların beğenilmesidir.

**Tablo 3.60** Eğitim Durumu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedeni

		2007 milletvekili seçiminde oy verilen partiye oy verme nedeni						Toplam
		Görüşlerime uygun olduğu için	Liderini beğendiğim için	Denemek için	Adaylarını beğendiğim için	İcraatlarını beğendiğim için	Halka yakın olduğu için	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	68,4%	10,5%	5,3%		15,8%		100,0%
	İlköğretim	58,0%	13,4%	8,0%	,9%	4,5%	15,2%	100,0%
	Lise	66,8%	7,6%	4,3%	2,4%	10,9%	8,1%	100,0%
	Üniversite ve üstü	67,2%	8,0%	3,6%	2,2%	9,5%	9,5%	100,0%

Eğitim durumu ve 2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin değerlere uygunluğu arasında ilişki yoktur (Ki-kare=2,283 ve p=0,893). Tüm eğitim durumlarında oy verilen partiyi seçmenler büyük çoğunlukla kendi değerlerine uygun bulmuştur. Oy verdiği partinin değerlerine uymadığını belirtenler tüm gruplarda azınlıktadır Tablo 3.61’de eğitim durumuna göre 2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin değerlere uygunluğu dağılımı gösterilmiştir.

**Tablo 3.61** Eğitim Durumu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlere Uygunluğu

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin değerlere uygunluğu			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	65,0%	10,0%	25,0%	100,0%
	İlköğretim	66,1%	11,3%	22,6%	100,0%
	Lise	70,7%	11,6%	17,7%	100,0%
	Üniversite ve üstü	67,6%	14,1%	18,3%	100,0%

Eğitim durumu ve 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partinin en başarılı bulunduğu alan arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan Ki-kare testinde, beklenen değeri 5’den küçük hücre sayısı %31,5 çıkmıştır. Beklenen değeri 5’den küçük hücre sayısı %20’den büyük olduğu için Ki-kare testi geçerli değildir. Tablo 3.62’de eğitim durumuna göre en başarılı bulunan alan dağılımı gösterilmiştir. Tüm gruplarda oy verilen parti en fazla adalet, ülke ekonomisi, sağlık, alanlarında başarılı bulunmuştur. Çevre, eğitim ve uluslar arası ilişkiler tüm gruplarda başarılı bulunan alanlar arasında en düşük orana sahiptir.

**Tablo 3.62** Eğitim Durumu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partiyi en çok başarılı bulduğu alan							Toplam	
		Ülke ekonomisi	Uluslararası ilişkiler	Sağlık	Adalet	Çevre	Eğitim	Hepsi		Başarılı bulmuyorum
Eğitim Durumu	Okur-yazar	21,1%	5,3%	26,3%	31,6%	5,3%			10,5%	100,0%
	İlköğretim	20,2%	9,2%	11,0%	24,8%	3,7%	5,5%	5,5%	20,2%	100,0%
	Lise	22,2%	6,9%	12,3%	28,1%	3,0%	7,9%	3,9%	15,8%	100,0%
	Üniversite ve üstü	22,7%	9,8%	12,1%	25,8%		6,8%	8,3%	14,4%	100,0%

Eğitim durumu ve 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partinin liderinin başarı değerlendirmesi arasında ilişki yoktur (Ki-kare=5,946 ve p=0,429). Tablo 3.63’de eğitim durumuna göre oy verilen partinin liderinin başarı değerlendirmesi dağılımı gösterilmiştir. Tüm gruplarda çoğunluk oy verdikleri partinin liderini başarılı olarak değerlendirmişlerdir.

**Tablo 3.63** Eğitim Durumu ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Değerlendirmesi

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin lideri başarılı mı?			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	70,0%	5,0%	25,0%	100,0%
	İlköğretim	64,0%	17,5%	18,4%	100,0%
	Lise	69,0%	16,7%	14,4%	100,0%
	niversite ve st	66,2%	21,1%	12,7%	100,0%

Bugün bir milletvekili seçimi olsa oy verilecek parti ile eğitim durumu arasında bir ilişki vardır (Ki-kare=28,475 ve p=0,005). Okuryazar ve ilköğretim mezunları içinde AK Parti en yüksek oyu (sırası ile %47,8 ve %43,1) alırken, CHP ikinci parti olmuştur. Lise ile niversite ve üzerinden mezun olanlar arasına CHP en yüksek oyu (sırası ile %46,5 ve %47,5) alırken AK Parti ikinci parti olmuştur. Tablo 3.64’de grldğg üzere eğitim düzeyi arttıķa Ak Parti seçmeni azalmakta, CHP seçmeni artmaktadır. MHP seçmeni açısından eğitim düzeyi önemli bir farklılık yaratmamıştır.

**Tablo 3.64** Eğitim Durumu ve Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti

		Bugün milletvekili seçimi olsa oy verilecek parti					Toplam
		1-Ak Parti	2-CHP	3-MHP	4-Diğer	5-Oy kullanmam	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	47,8%	17,4%	13,0%	8,7%	13,0%	100,0%
	İlköğretim	43,1%	26,0%	12,2%	5,7%	13,0%	100,0%
	Lise	33,5%	46,5%	11,2%	3,3%	5,6%	100,0%
	niversite ve st	26,0%	47,4%	13,6%	3,9%	9,1%	100,0%

Eğitim durumu ve siyasal tercihi belirleyen etkenler arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan Ki-kare testinde, beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %25 çıkmıştır. Beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %20'den büyük olduğu için Ki-kare testi geçerli değildir. Tablo 3.65'de eğitim durumuna göre en siyasal tercihi belirleyen etkenler dağılımını gösterilmiştir. Tüm gruplarda seçmenler çoğunlukla tercihlerini kendileri belirlemiştir. En az oranda da medyadan etkilenmişlerdir. Ki-kare analizini geçersiz çıktığından bu yorumlar sadece çapraz tabloya bakılarak yapılmıştır.

**Tablo 3.65** Eğitim Durumu ve Siyasal Tercihi Belirleyen Etkenler

		Siyasal tercihi belirlemekte en çok hangisi etkili				Toplam
		Kendim	Ailem	Sosyal çevrem	Medya	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	78,3%	17,4%	4,3%		100,0%
	İlköğretim	65,0%	18,7%	10,6%	5,7%	100,0%
	Lise	75,2%	11,0%	9,6%	4,1%	100,0%
	Üniversite ve üstü	74,8%	11,0%	11,0%	3,2%	100,0%

Eğitim durumu ve en çok okunan gazete arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan Ki-kare testinde, beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %25 çıkmıştır. Beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %20'den büyük olduğu için Ki-kare testi geçerli değildir. Tablo 3.66'da eğitim durumuna göre en çok okunan gazete dağılımını gösterilmiştir. Çapraz tablo yorumlanırsa, ilköğretim mezunları %27,6, lise mezunları %16,6 oranında gazete okumaz iken bu oran üniversite ve üstünden mezunlar için sadece %3,2'dir. Okur-yazar olanlar en çok posta, sabah ve cumhuriyeti, tercih ederken, eğitim düzeyi daha yüksek olanlar en çok hürriyeti tercih etmişlerdir.

**Tablo 3.66** Eğitim Durumu ve En Çok Okunan Gazete

		En çok okunan gazete							Diğer gazeteler	Toplam
		Milliyet	Hürriyet	Sabah	Zaman	Posta	Cumhuriyet	Gazete okumuyorum		
Eğitim Durumu	Okur-yazar	4,3%	4,3%	8,7%		8,7%	8,7%	52,2%	13,0%	100,0%
	İlköğretim	5,7%	19,5%	8,9%	8,9%	8,9%	8,1%	27,6%	12,2%	100,0%
	Lise	13,2%	19,0%	7,3%	8,3%	12,2%	9,8%	16,6%	13,7%	100,0%
	Üniversite ve üstü	13,6%	22,1%	8,6%	10,7%	15,0%	10,7%	3,6%	15,7%	100,0%

Eğitim durumu ve okullarda daha iyi din eğitimi isteyenlerle, daha iyi yabancı dil eğitimi isteyenler arasında ilişki vardır (Ki-kare=33,706 ve p=0,000). Okuryazarlar arasında daha iyi din eğitimi isteyenlerin oranı %81,5 iken daha iyi yabancı dil isteyenlerin sadece %18,2'dir. Tablo 3.67'de görüldüğü üzere eğitim durumu arttıkça daha iyi din eğitimi isteyenlerin oranı azalmakta, daha iyi yabancı dil isteyenlerin oranı artmaktadır. Üniversite ve üstünden mezun olanlar arasında daha iyi din eğitimi isteyenlerin oranı sadece %28,4 iken daha iyi yabancı dil isteyenlerin oranı artarak %71,6'yı bulmuştur.

**Tablo 3.67** Eğitim Durumu ve Okullarda Daha İyi Din ya da Yabancı Dil Eğitimi İstemi

		Hangisi daha önemli		Toplam
		Okullarda daha iyi bir din eğitimi verilmelidir	Okullarda daha iyi bir yabancı dil eğitimi verilmelidir	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	81,8%	18,2%	100,0%
	İlköğretim	53,4%	46,6%	100,0%
	Lise	37,2%	62,8%	100,0%
	Üniversite ve üstü	28,4%	71,6%	100,0%

Eğitim durumu ve Türkiye'nin en çok gurur duyulan niteliği arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan Ki-kare testinde, beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %259,2 çıkmıştır. Beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %20'den büyük olduğu için Ki-kare testi geçerli değildir. Tablo 3.68'de eğitim durumuna göre Türkiye'nin en çok gurur duyulan niteliği dağılımını gösterilmiştir.

**Tablo 3.68** Eğitim Durumu ve Türkiye'nin En Çok Gurur Duyulan Niteliği

		Türkiye'nin hangi niteliğiyle gurur duyuyorsunuz						Toplam
		1-Siyasi ve idari yapısıyla	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	3-Ekonomik yapısıyla	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	5-Müslüman olmasıyla	6-Tarihiyle	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	5,3%	15,8%	5,3%	21,1%	42,1%	10,5%	100,0%
	İlköğretim	10,9%	33,6%	1,7%	18,5%	18,5%	16,8%	100,0%
	Lise	10,5%	40,7%	3,3%	17,7%	11,0%	16,7%	100,0%
	Üniversite ve üstü	8,2%	50,3%	4,1%	15,6%	6,8%	15,0%	100,0%



### 3.3.6.4 Gelir Düzeyi ve Tercihler Arasındaki Çapraz Tablolar

Gelir düzeyi ve siyasetle ilgilenme düzeyi arasında ilişki yoktur. (Ki-kare=18,360 ve  $p=0,105$ ). Tablo 3.69'da gelir düzeyine göre siyasetle ilgilenme düzeyi dağılımları gösterilmiştir. Tüm gelir düzeylerinde her zaman muhalif olanların oranı en düşüktür. 1000 TL'den yüksek gelire sahip tüm gruplarda en yüksek oran sadece izleyenlere aittir. 1000 TL'den az gelire sahip grupta ise sadece oy kullanırım diyenler en yüksek orana sahiptirler.

**Tablo 3.69** Gelir Düzeyi ve Siyasetle İlgilenme Düzeyi

		Siyasetle ilgilenme düzeyi					Toplam
		1-Sadece izlerim	2-Hiç ilgilenmem	3-Sadece oy kullanırım	4-Aktif olarak ilgilenirim	5-Her zaman muhalifimdir	
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	24,1%	19,5%	35,6%	18,4%	2,3%	100,0%
	1001-2000 TL	35,1%	13,1%	24,3%	22,5%	5,0%	100,0%
	2001-3000 TL	36,6%	15,5%	20,5%	23,6%	3,7%	100,0%
	3001 TL ve üstü	36,6%	4,2%	26,8%	26,8%	5,6%	100,0%

Gelir düzeyi ile siyasi görüş arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır (Ki-kare=28,459 ve  $p=0,005$ ). Tablo3.70'de gelir düzeyine göre siyasi görüş dağılımı belirtilmiştir. 1000 TL'den az ve 1001-2000 TL'ye kadar gelire sahip olanlar arasında en yüksek oranı (sırası ile %46,8 ve %36,0) kendini merkezde tanımlayanlar alırken, 2001-3000 TL gelire sahip olanlar arasında ise en yüksek oran merkez solculardır (%38,1), 3001 TL ve üstünde gelire sahip olanlarda ise en yüksek oran merkez sağcılardadır (%28,4). Tablo3.69'da görüldüğü üzere gelir düzeyi arttıkça merkezden sola ve sağa doğru bir kayma vardır.

**Tablo 3.70** Gelir Düzeyi ve Siyasi Görüş

		Siyasi görüş					Toplam
		Aşırı sol	Merkez sol	Merkez	Merkez sağ	Aşırı sağ	
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	8,9%	21,5%	46,8%	13,9%	8,9%	100,0%
	1001-2000 TL	10,0%	21,3%	36,0%	24,6%	8,1%	100,0%
	2001-3000 TL	5,8%	38,1%	28,4%	24,5%	3,2%	100,0%
	3001 TL ve üstü	13,4%	25,4%	26,9%	28,4%	6,0%	100,0%

Gelir düzeyi ve siyasal açı arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır (Ki-kare=31,448 ve p=0,008). 1000 TL'den az gelire sahip olanlar arasında en yüksek oran İslamcı (%32,1) ve milliyetçilere (%32,1), en düşük oran ise laiklere (%6,4) aittir. 1001-2000 TL arası gelire sahip olanlar arasında en yüksek oran, İslamcı (%24,8) ve milliyetçilere (%23,4), 2001-3000 TL arası gelire sahip olanlar arasında en yüksek oran, Sosyal Demokrat (%24,5) ve milliyetçilere (%22,6) ve 30001 TL ve üstünde arası gelire sahip olanlar arasında en yüksek oran Laikler (%24,8) ve milliyetçilere (%21,4) aittir. Gelir düzeyi yükseldikçe laikler artmıştır, İslamcılar azalmıştır. (Tablo 3.71)

**Tablo 3.71** Gelir Düzeyi ve Siyasi Açı

		Siyasi açı					Toplam	
		Demokrat	Milliyetçi	İslamcı	Sosyal demokrat	Laik		Diğer
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	7,7%	32,1%	32,1%	16,7%	6,4%	5,1%	100,0%
	1001-2000 TL	15,0%	23,4%	24,8%	18,2%	14,5%	4,2%	100,0%
	2001-3000 TL	19,4%	22,6%	13,5%	24,5%	17,4%	2,6%	100,0%
	3001 TL ve üstü	10,0%	21,4%	18,6%	18,6%	24,3%	7,1%	100,0%

2007 milletvekili seçiminde gelir düzeyinin oy verilen parti üzerine etkisi yoktur. (Ki-kare=15,582 ve p=0,211). Tablo 3.72'de gelir düzeyine göre 2007 milletvekili seçiminde oy verilen parti dağılımları gösterilmiştir. Çapraz tablo yorumlandığında, 1000 TL'den az gelire sahip olanlarda en çok oy Ak Parti'ye (%32,1), ikinci olarak CHP'ye (%29,6) diğer tüm gruplarda ise en çok oy CHP'ye, ikinci olarak AK Parti'ye oy verilmiştir. MHP'nin oy oranı tüm gelir gruplarında 3. sıradadır ve birbirine yakındır. Diğer partilere oy kullananlar tüm gelir gruplarında en düşük orana sahiptir.

**Tablo 3.72** Gelir Düzeyi ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Parti

		2007 milletvekili seçiminde oy verilen parti					Toplam
		Ak Parti	CHP	MHP	Diğer	Oy kullanmadım	
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	32,1%	29,6%	13,6%	7,4%	17,3%	100,0%
	1001-2000 TL	32,3%	39,1%	12,7%	4,1%	11,8%	100,0%
	2001-3000 TL	24,4%	47,5%	13,1%	6,9%	8,1%	100,0%
	3001 TL ve üstü	32,4%	46,5%	11,3%	2,8%	7,0%	100,0%

Gelir düzeyi ve 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partiye oy verme nedeni arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan Ki-kare testinde, beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %25 çıkmıştır. Beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %20'den büyük olduğu için Ki-kare testi geçerli değildir. Tablo 3.73'de gelir düzeyine göre 2007 Milletvekili Seçiminde oy verme nedenleri dağılımı gösterilmiştir. Tüm gruplarda çoğunluk görüşlerine uygun olduğu için oy verdiklerini belirtmişlerdir. Yine tüm gruplarda en düşük oy verme sebebi adayların beğenilmesidir. Ki-kare analizini geçersiz çıktığından bu yorumlar sadece çapraz tabloya bakılarak yapılmıştır.

**Tablo 3.73** Gelir Düzeyi ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedeni

		2007 milletvekili seçiminde oy verilen partiye oy verme nedeni						Toplam
		Görüşlerime uygun olduğu için	Liderini beğendiğim için	Denemek için	Adaylarını beğendiğim için	İcraatlarını beğendiğim için	Halka yakın olduğu için	
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	59,7%	5,6%	9,7%	1,4%	11,1%	12,5%	100,0%
	1001-2000 TL	63,4%	13,4%	5,2%	1,5%	6,2%	10,3%	100,0%
	2001-3000 TL	70,7%	6,7%	3,3%	2,7%	11,3%	5,3%	100,0%
	3001 TL ve üstü	56,7%	7,5%	3,0%	1,5%	14,9%	16,4%	100,0%

2007 milletvekili seçiminde gelir düzeyi ve oy verilen partinin değerlere uygunluğu arasında bir ilişki yoktur. (Ki-kare=8,876 ve p=0,181). Tüm gelir düzeylerinde oy verilen partiyi seçmenler büyük çoğunlukla kendi değerlerine uygun bulmuştur. Oy verdiği partinin değerlerine uymadığını belirtenler tüm gruplarda azınlıktadır. Tablo 3.74'de gelir düzeyine göre 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partinin değerlere uygunluğu dağılımı gösterilmiştir.

**Tablo 3.74** Gelir Düzeyi ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlere Uygunluğu

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin değerlere uygunluğu			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	64,0%	12,0%	24,0%	100,0%
	1001-2000 TL	64,2%	13,4%	22,4%	100,0%
	2001-3000 TL	70,2%	11,3%	18,5%	100,0%
	3001 TL ve üstü	81,2%	10,1%	8,7%	100,0%

Gelir düzeyi ve 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partinin en başarılı bulunduğu alan arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan Ki-kare testinde, beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %25 çıkmıştır. Beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %20'den büyük olduğu için Ki-kare testi geçerli değildir. Tablo 3.75'de gelir düzeyine göre en başarılı bulunan alan dağılımı gösterilmiştir. Tüm gruplarda oy verilen parti en fazla adalet, ülke ekonomisi alanlarında başarılı bulunmuştur.

**Tablo 3.75** Gelir Düzeyi ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partiyi en çok başarılı bulduğu alan							Toplam	
		Ülke ekonomisi	Uluslararası ilişkiler	Sağlık	Adalet	Çevre	Eğitim	Hepsi		Başarılı bulmuyorum
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	15,7%	7,1%	17,1%	22,9%	5,7%	4,3%	7,1%	20,0%	100,0%
	1001-2000 TL	21,7%	6,3%	11,6%	27,0%	2,6%	6,3%	5,3%	19,0%	100,0%
	2001-3000 TL	23,4%	10,3%	13,8%	29,0%	1,4%	4,8%	4,1%	13,1%	100,0%
	3001 TL ve üstü	25,8%	9,7%	9,7%	24,2%		14,5%	6,5%	9,7%	100,0%

2007 milletvekili seçiminde oy verilen partinin liderinin başarı değerlendirilmesi ile gelir düzeyinin ilişkisi vardır (Ki-kare=22,544 ve p=0,001). En az gelire sahip olanlar arasında liderin beğeni oranı %48,0 iken, en fazla gelire sahip olan grupta %76,8'e çıkmıştır. En az gelire sahip olanlar arasında kararsızlık oranı %20,0 iken, en fazla gelire sahip olan grupta %11,6'e düşmüştür. Tüm gelir gruplarındaki seçmenler en fazla liderini başarılı buldukları partiye oy vermelerine rağmen gelir düzeyi arttıkça oy verdikleri partinin liderinin başarısı konusunda kararsızlıkları azalmış, beğeni oranları artmıştır (Tablo 3.76).

**Tablo 3.76** Gelir Düzeyi ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Değerlendirmesi

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin lideri başarılı mı?			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	48,0%	32,0%	20,0%	100,0%
	1001-2000 TL	67,3%	13,9%	18,8%	100,0%
	2001-3000 TL	70,7%	18,7%	10,7%	100,0%
	3001 TL ve üstü	76,8%	11,6%	11,6%	100,0%

Bugün bir milletvekili seçimi olsa oy verilecek parti ile gelir düzeyi ilişkili bulunmamıştır (Ki-kare=14,114 ve p=0,293). Tablo 3.77’de gelir düzeyine göre oy verilecek parti dağılımı gösterilmiştir. 1000 TL’den az gelire sahip olanlar en çok AK Parti’ye, ikinci olarak CHP’ye, diğer tüm gelir gruplarındakiler en çok CHP’ye, ikinci olarak AK Parti’ye oy vermektedir.

**Tablo 3.77** Gelir Düzeyi ve Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti

		Bugün milletvekili seçimi olsa oy verilecek parti					Toplam
		1-Ak Parti	2-CHP	3-MHP	4-Diğer	5-Oy kullanmam	
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	41,8%	30,4%	11,4%	7,6%	8,9%	100,0%
	1001-2000 TL	36,2%	37,1%	12,7%	3,8%	10,3%	100,0%
	2001-3000 TL	29,7%	44,9%	11,4%	5,1%	8,9%	100,0%
	3001 TL ve üstü	34,8%	49,3%	11,6%	1,4%	2,9%	100,0%

Gelir düzeyi ve siyasal tercihi belirleyen faktörler arasında ilişki yoktur (Ki-kare=11,508 ve p=0,243). Tablo 3.78’de gelir düzeyine göre siyasal tercih belirlemede etkilenen faktörler dağılımı gösterilmiştir. Tüm gelir gruplarındakiler siyasal tercihlerini en çok kendilerinin belirlediğini belirtmişlerdir.

**Tablo 3.78** Gelir Düzeyi ve Siyasal Tercihi Belirleyen Etkenler

		Siyasal tercihi belirlemede en çok hangisi etkili				Toplam
		Kendim	Ailem	Sosyal çevrem	Medya	
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	75,0%	10,7%	8,3%	6,0%	100,0%
	1001-2000 TL	71,0%	17,1%	8,8%	3,2%	100,0%
	2001-3000 TL	75,2%	9,2%	9,8%	5,9%	100,0%
	3001 TL ve üstü	69,6%	13,0%	15,9%	1,4%	100,0%

Gelir düzeyi ve en çok okunan gazete arasında ilişki yoktur (Ki-kare=25,766 ve p=0,215). Tablo 3.79’da gelir düzeyine göre en çok okunan gazete dağılımı gösterilmiştir. Tüm gelir gruplarında en çok hürriyet gazetesi okunmaktadır

**Tablo 3.79** Gelir Düzeyi ve En Çok Okunan Gazete

		En çok okunan gazete							Diğer gazeteler	Toplam
		Milliyet	Hürriyet	Sabah	Zaman	Posta	Cumhuriyet	Gazete okumuyorum		
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	10,0%	18,8%	5,0%	6,2%	11,2%	11,2%	25,0%	12,5%	100,0%
	1001-2000 TL	12,0%	19,5%	6,0%	11,5%	7,5%	8,0%	19,0%	16,5%	100,0%
	2001-3000 TL	11,3%	17,9%	11,3%	8,6%	17,2%	9,3%	12,6%	11,9%	100,0%
	3001 TL ve üstü	7,9%	22,2%	12,7%	4,8%	14,3%	12,7%	14,3%	11,1%	100,0%

Okullarda daha iyi din eğitimi isteyenlerle, daha iyi yabancı dil eğitimi isteyenlerin gelir düzeyi ile ilişkisi yoktur (Ki-kare=5,994 ve p=0,112). Tablo 3.80'de gelir düzeyine göre okullarda daha iyi din ya da yabancı dil eğitimi dağılımı gösterilmiştir. Tüm gelir düzeylerinde okullarda daha iyi yabancı dil eğitimi isteyenlerin oranı fazladır

**Tablo 3.80** Gelir Düzeyi ve Okullarda Daha İyi Din ya da Yabancı Dil Eğitimi İstemi

		Hangisi daha önemli		Toplam
		Okullarda daha iyi bir din eğitimi verilmelidir	Okullarda daha iyi bir yabancı dil eğitimi verilmelidir	
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	48,1%	51,9%	100,0%
	1001-2000 TL	44,4%	55,6%	100,0%
	2001-3000 TL	35,4%	64,6%	100,0%
	3001 TL ve üstü	33,8%	66,2%	100,0%

Gelir düzeyi ve Türkiye'nin en çok gurur duyulan niteliği arasında ilişki vardır. (Ki-kare=54,721 ve p=0,000). 3000'TL'ye kadar gelire sahip olanlarda gelir arttıkça Türkiye'nin çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla gurur duyma ve siyasi idari yapısıyla gurur duyma artmış, Müslüman olması ile gurur duyma azalmıştır. Tüm gelir gruplarında gelir arttıkça milleti, gelenek ve görenekleriyle gurur duyma azalmıştır. Gelir düzeyine göre Türkiye'nin en çok gurur duyulan niteliği dağılımın Tablo 3.81'de belirtilmiştir.

**Tablo 3.81** Gelir Düzeyi ve Türkiye'nin En Çok Gurur Duyulan Niteliği

		Türkiye'nin hangi niteliğiyle gurur duyuyorsunuz						Toplam
		1-Siyasi ve idari yapısıyla	2-Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	3-Ekonomik yapısıyla	4-Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	5-Müslüman olmasıyla	6-Tarihiyle	
Gelir Düzeyi	1000 TL'den az	3,8%	29,5%	2,6%	26,9%	23,1%	14,1%	100,0%
	1001-2000 TL	10,3%	32,8%	1,5%	22,1%	13,7%	19,6%	100,0%
	2001-3000 TL	13,3%	52,0%	4,7%	11,3%	6,7%	12,0%	100,0%
	3001 TL ve üstü	9,1%	51,5%	6,1%	6,1%	12,1%	15,2%	100,0%

### 3.3.6.5 Medeni Durum ve Tercihler Arasındaki Çapraz Tablolar

Medeni durumun tercihler üzerine etkisini ölçmek için yapılan Ki-kare testinde, beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %20'den fazla çıkmıştır. Beklenen değeri 5'den küçük hücre sayısı %20'den büyük olduğu için Ki-kare testi geçerli değildir. Bu yüzden medeni durumun tercihlerle ilgili dağılımlarında sadece frekanslar yorumlanmıştır.

Medeni duruma göre siyasetle ilgilenme düzeyi dağılımı Tablo 3.82'de gösterilmiştir. Bekârlar için en yüksek oran sadece oy kullananlara (%31,6) ve sadece izleyenlere, en düşük oran ise her zaman muhalif olanlara (%5,3) ve hiç ilgilenmeyenlere (14,5) aittir. Evliler için en yüksek oran sadece izleyenlere (%36,3) ve sadece oy kullananlara (%24), en düşük oran ise her zaman muhalif olanlara (%4,3) ve hiç ilgilenmeyenlere (12,3) aittir. Dul ya da boşanmışlarda her zaman muhalif olan çıkmazken, en yüksek oran sadece oy kullananlara (%34,8) ve hiç ilgilenmeyenlere (30,4) aittir. Aktif olarak siyasetle ilgilenenler her üç grupta yaklaşık aynı orandadır.

**Tablo 3.82** Medeni Durum ve Siyasetle İlgilenme Düzeyi

		Siyasetle ilgilenme düzeyi					Toplam
		Sadece izlerim	Hiç ilgilenmem	Sadece oy kullanırım	Aktif olarak ilgilenirim	Her zaman muhalifimdir	
Medeni durum	Bekâr	26,3%	14,5%	31,6%	22,4%	5,3%	100,0%
	Evlî	36,3%	12,3%	24,0%	23,1%	4,3%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	13,0%	30,4%	34,8%	21,7%		100,0%

Medeni duruma göre siyasi görüş dağılımı Tablo 3.83’de gösterilmiştir. Tüm gruplarda merkezdekiler en yüksek orana, aşırı sağ ve ya aşırı sol görüşlüler en düşük oranlara sahiptir.

**Tablo 3.83** Medeni Durum ve Siyasi Görüş

		Siyasi görüş					Toplam
		Aşırı sol	Merkez sol	Merkezdeyim	Merkez sağ	Aşırı sağ	
Medeni durum	Bekâr	5,6%	23,9%	42,3%	15,5%	12,7%	100,0%
	Evli	9,9%	27,7%	32,3%	24,6%	5,5%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	4,8%	23,8%	42,9%	23,8%	4,8%	100,0%

Medeni duruma göre siyasal açı dağılımı Tablo 3.84’de gösterilmiştir. Bekârlar arasında en yüksek oran milliyetçilere (%28,4) ve laiklere (%23), en düşük oran demokratlara (%5,4) aittir. Evliler arasında en yüksek oran milliyetçilere (%23,4) ve İslamcılara (%22,2), en düşük oran diğer grubuna (%3,3) aittir. Dul ya da boşanmışlarda diğer grubunda hiç kimse çıkmazken, en yüksek oran laiklere (%35) aittir.

**Tablo 3.84** Medeni Durum ve Siyasi Açı

		Siyasi açı						Toplam
		Demokrat	Milliyetçi	İslamcı	Sosyal demokrat	Laik	Diğer	
Medeni durum	Bekâr	5,4%	28,4%	16,2%	16,2%	23,0%	10,8%	100,0%
	Evli	16,3%	23,9%	22,2%	20,8%	13,4%	3,3%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	15,0%	20,0%	25,0%	5,0%	35,0%		100,0%

Medeni duruma göre 2007 milletvekili seçiminde oy verilen parti dağılımı Tablo 3.85’de gösterilmiştir. Her grupta en fazla oy verilen CHP ve ikinci sırada AKP olmasına rağmen, evli ya da dul/boşanmışların bekârlara oranla AKP’ye verdikleri oy yaklaşık iki katıdır (bekârların %16,2 iken, evlilerin %32,3, dul ya da boşanmışların %31,2). Bekârlarda MHP’ye verilen oy %14,9 iken, evlilerde bu oran %12,8’e ve dul ya da boşanmışlarda %9,1’e düşmüştür. Evlilerde oy kullanmayanların oranı (%7,9), bekârlara oranla (%25,7) ve dul ya da boşanmışlara oranla (%18,2) çok düşüktür.



**Tablo 3.85** Medeni Durum ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Parti

		2007 milletvekili seçiminde oy verilen parti					Toplam
		1-Ak Parti	2-CHP	3-MHP	4-Diğer	5-Oy kullanmadım	
Medeni durum	Bekâr	16,2%	36,5%	14,9%	6,8%	25,7%	100,0%
	Evli	32,3%	42,2%	12,8%	4,9%	7,9%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	31,8%	36,4%	9,1%	4,5%	18,2%	100,0%

Medeni duruma göre 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partiye oy verme sebebi dağılımı Tablo 3.86'da gösterilmiştir. Tüm gruplarda seçmenlerin çoğunluğu görüşlerine uygun olan partiye oy vermişler, en az ise adaylarını beğendikleri partiye oy vermişlerdir.

**Tablo 3.86** Medeni Durum ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partiye Oy Verme Nedeni

		2007 milletvekili seçiminde oy verilen partiye oy verme nedeni						Toplam
		Görüşlerime uygun olduğu için	Liderini beğendiğim için	Denemek için	Adaylarını beğendiğim için	İcraatlarını beğendiğim için	Halka yakın olduğu için	
Medeni durum	Bekâr	69,1%	1,8%	1,8%	1,8%	10,9%	14,5%	100,0%
	Evli	64,2%	10,4%	5,4%	1,7%	9,4%	8,9%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	52,6%	10,5%	5,3%	5,3%	15,8%	10,5%	100,0%

Medeni duruma göre 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partinin değerlere uygunluğu dağılımı Tablo 3.87'de gösterilmiştir. Tüm gruplarda seçmenler en çok değerlerine uyan partiye oy verdiklerini belirtmişlerdir.

**Tablo 3.87** Medeni Durum ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Değerlere Uygunluğu

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin değerlere uygunluğu			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Medeni durum	Bekâr	68,3%	10,0%	21,7%	100,0%
	Evli	68,5%	12,3%	19,1%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	57,9%	15,8%	26,3%	100,0%

Medeni duruma göre 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partinin en çok başarılı bulunduğu alan dağılımı Tablo 3.88’de gösterilmiştir. Tüm gruplarda seçmenler oy verdikleri partiyi en çok adalet ve ülke ekonomisinde başarılı bulmuşlardır. Tüm gruplarda en az sayıda seçmen oy verdiği partiyi çevre ve eğitim konusunda başarılı bulmuştur.

**Tablo 3.88** Medeni Durum ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin En Çok Başarılı Bulunduğu Alan

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partiyi en çok başarılı bulduğu alan								Toplam
		Ülke ekonomisi	Uluslararası ilişkiler	Sağlık	Adalet	Çevre	Eğitim	Hepsi	Başarılı bulmuyorum	
Medeni durum	Bekâr	26,3%	10,5%	8,8%	26,3%	3,5%	5,3%	8,8%	10,5%	100,0%
	Evli	21,2%	7,8%	13,2%	26,6%	2,6%	6,7%	4,9%	17,1%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	22,2%	11,1%	22,2%	16,7%		5,6%	5,6%	16,7%	100,0%

Medeni duruma göre 2007 milletvekili seçiminde oy verilen partinin liderinin başarı değerlendirmesi dağılımı Tablo 3.89’da gösterilmiştir. Tüm gruplarda seçmenlerin çoğunluğu oy verdikleri partinin liderini başarılı bulmuşlardır.

**Tablo 3.89** Medeni Durum ve 2007 Milletvekili Seçiminde Oy Verilen Partinin Liderinin Başarı Değerlendirmesi

		2007 milletvekili seçimlerinde oy verilen partinin lideri başarılı mı?			Toplam
		Evet	Hayır	Kararsızım	
Medeni durum	Bekâr	65,0%	20,0%	15,0%	100,0%
	Evli	66,6%	17,4%	16,0%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	68,4%	21,1%	10,5%	100,0%

Medeni duruma göre bugün bir milletvekili seçimi olsa oy verilecek parti dağılımı Tablo 3.90’da gösterilmiştir. Bekârlar ve evliler arasında en yüksek oy CHP’ye (%26,8 ve %35,9) gitmiştir. Dul ya da boşanmışlarda ise en yüksek oy Ak Parti’ye (%36,4) gitmiştir. Dul ya da boşanmışlar içinde MHP’ye giden oy evliler ve Bekârlara oranla çok az, oy kullanmayanlar ise çok fazladır.

**Tablo 3.90** Medeni Durum ve Bugün Milletvekili Seçimi Olsa Oy Verilecek Parti

		Bugün milletvekili seçimi olsa oy verilecek parti					Toplam
		Ak Parti	CHP	MHP	Diğer	Oy kullanmam	
Medeni durum	Bekâr	26,8%	39,4%	15,5%	8,5%	9,9%	100,0%
	Evli	35,9%	40,9%	11,9%	3,8%	7,6%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	36,4%	27,3%	4,5%	4,5%	27,3%	100,0%

Medeni duruma göre siyasal tercihi belirleyen etkenler dağılımı Tablo 3.91’de gösterilmiştir. Tüm gruplarda seçmenlerin çoğu siyasal tercihlerini kendilerinin belirlediklerini belirtmişlerdir.

**Tablo 3.91** Medeni Durum ve Siyasal Tercihi Belirleyen Etkenler

		Siyasal tercihi belirlemekte en çok hangisi etkili				Toplam
		Kendim	Ailem	Sosyal çevrem	Medya	
Medeni durum	Bekâr	73,3%	12,0%	10,7%	4,0%	100,0%
	Evli	72,2%	13,5%	10,0%	4,3%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	77,3%	9,1%	9,1%	4,5%	100,0%

Medeni duruma göre en çok okunan gazete Tablo 3.92’de gösterilmiştir. Bekârlar arasında en çok okunan gazete %25 ile Hürriyet iken, zaman ve diğer grubundaki gazeteler %17,6 ile ikinci sırayı almıştır. Evlilerde en çok okunan gazete %18,4 ile Hürriyet iken, gazete okumayanlar %18,2 ile ikinci sırayı almıştır. Dul ya da boşanmışlarda ise en yüksek oran %31,6 ile gazete okumayanlar ve ikinci sırada da %21,6 ile Posta gazetesi okurlarınıdır. Gazete okumayanların oranı bekârlar içinde %10,3 iken evlilerde artarak %18,2’ye ulaşmış ve dul ya da boşanmışlar da ise en yüksek oran olan %31,6 olmuştur.

**Tablo 3.92** Medeni Durum ve En Çok Okunan Gazete

		En çok okunan gazete								Toplam
		Milliyet	Hürriyet	Sabah	Zaman	Posta	Cumhuriyet	Gazete okumuyorum	Diğer gazeteler	
Medeni durum	Bekâr	8,8%	25,0%	5,9%	13,2%	17,6%	1,5%	10,3%	17,6%	100,0%
	Evli	11,7%	18,4%	9,2%	7,7%	10,4%	10,9%	18,2%	13,4%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	5,3%	10,5%		15,8%	21,1%	10,5%	31,6%	5,3%	100,0%

Medeni duruma göre okullarda daha iyi din eğitimi isteyenlerle, daha iyi yabancı dil eğitimi isteyenlerin dağılımı Tablo 3.93’de gösterilmiştir. Bekârların çoğunluğu (%64,5) ve evlilerin çoğunluğu (%58,4) okullarda daha iyi yabancı dil eğitimi isterken, dul ya da boşanmışların çoğunluğu (%60) okullarda daha iyi bir din eğitimi istemişlerdir.

**Tablo 3.93** Medeni Durum ve Okullarda Daha İyi Din ya da Yabancı Dil Eğitimi İstemi

		Hangisi daha önemli		Toplam
		Okullarda daha iyi bir din eğitimi verilmelidir	Okullarda daha iyi bir yabancı dil eğitimi verilmelidir	
Medeni durum	Bekâr	35,4%	64,6%	100,0%
	Evli	41,1%	58,9%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	60,0%	40,0%	100,0%

Medeni duruma göre Türkiye’nin en çok gurur duyulan niteliği dağılımı Tablo 3.94’de gösterilmiştir. Tüm gruplar için en çok gurur duyulan nitelik çağdaş, laik bir cumhuriyet olmasıdır. Ekonomik yapısıyla gurur duyanlar da tüm gruplarda en düşük orana sahiptir.

**Tablo 3. 94** Medeni Durum ve Türkiye’nin En Çok Gurur Duyulan Niteliği

		Türkiye’nin hangi niteliğiyle gurur duyuyorsunuz						Toplam
		Siyasi ve idari yapısıyla	Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla	Ekonomik yapısıyla	Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle	Müslüman olmasıyla	Tarihiyle	
Medeni durum	Bekâr	7,6%	40,9%	9,1%	13,6%	10,6%	18,2%	100,0%
	Evli	10,6%	39,8%	2,2%	18,2%	12,8%	16,5%	100,0%
	Dul ya da boşanmış	10,0%	45,0%	5,0%	10,0%	30,0%		100,0%

## SONUÇ

Değerler bireysel ve toplumsal davranışı belirleyen unsurlardan biridir. Bu doğrultuda kitlelerin oylarını hedefleyen siyasal parti ve liderlerin, siyasal iletişim süreçlerinde etkin olabilmek için kitlenin siyasal tercihini etkileyen hatta belirleyen (nasıl düşündüğü, nasıl davrandığı, neleri öncelediğini tanımlayan) değerlerini bilmeye ihtiyaçları vardır. Değerlerin, davranışı etkilediği gerçeğinden yola çıkarak, bu etkinin bireyin siyasal düşünce ve tercihlerine nasıl yansıdığı bu çalışmada ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Değerlerin siyasal düşünce ve tercihi nasıl etkilediğini açıklamaya çalışan bu araştırmada en önemli ve en önemsiz değer dağılımı sonuçlarına bakıldığında, seçmenlerin büyük çoğunluğu, “Sağlıklı kalmak ve hasta olmayı engellemeye çalışmak” özelliğinin kendileri için en önemli değer olduğunu belirtmiştir. Bu değeri, “Doğayı korumak ve uyum sağlamak, insanların doğayı değiştirmemesi” ve “Tanımadığınız insanlar da dâhil olmak üzere herkese adaletli davranılması ve toplumda zayıfların korunması” değerleri izlemektedir. “Heyecanlı bir hayatınızın olması”, “Risk alma” ve “Hayatın zevklerinden haz almak ve kendinizi şımartmak” görüşülen kişiler için en önemsiz değerlerdir.

PVQ ölçeğinin boyutlarının önem sıralamasına bakıldığında; seçmenler “Kendini Aşma” ile ilişkili değerlere en fazla önem vermektedir. “Evrensellik” kendini aşma ile ilgili değerlerden en önemli verilenidir. Seçmenlerin ikinci olarak önem verdikleri değerler “Muhafazakârlıktır” ile ilişkili değerlerdir. “Güvenlik” bu değerlerden en önemli olanıdır. En önem verilen bu değerlerin standart sapmalarının da en düşük olduğu gözlenmiştir. Bu durum ankete katılanların en fazla önem verdikleri değerlerde daha fazla hemfikir olduğunu göstermektedir.

Katılımcılar en az “Kendini Geliştirme” değerine önem vermektedirler. Bu değer altında yer alan “Güç” ve “Harcılık” değerleri en önemsizdir. Seçmenlerin bir diğer en az önem verdikleri değer “Değişime Açıklık” ve alt boyutu olan “Uyarılma” değeridir. Yine bu değerlere ait standart sapmalar en yüksek olduğundan, Konyaaltı ilçesinde oturan kişilerin en az önem verdikleri değerler en fazla değişiklik göstermektedir.

Konyaaltı ilçesindeki seçmenlerin büyük çoğunluğunu sadece oy kullanan, siyasetle ilgilenmeyen kişiler yada sadece siyasi gelişmeleri takip eden kişiler oluşturmaktadır. Her dört kişiden biri sadece siyasetle aktif olarak ilgilenmektedir. Siyasetle ilgilenme düzeyi

açısından bir diğer önemli sonuç ise her zaman muhalifimdir diyenlerin oranının çok düşük olmasıdır.

Katılımcılara siyasi duruşları sorulduğunda, kendini merkezde olarak tanımlayan kişiler, ilk sırayı almaktadır. Merkez solda olanlar ve merkez sağda olanların oranları birbirine yakındır. Kendilerini aşırı sol ve aşırı sağ görüşlü olarak tanımlayanlar ise azınlıktadır.

Seçmenleri çoğunluğu kendini milliyetçi, İslamcı ve Sosyal Demokrat olarak tanımlamakta, bu üç görüşten sonra en yüksek oran laiklere ve demokratlara ait olmaktadır. Görüşünü belirten kişiler içinde en düşük oran ise kendini komünist olarak veya liberal olarak tanımlayanlara aittir.

Konyaaltı ilçesinde yaşayan seçmenler, 22 Temmuz 2007 genel seçiminde, en çok CHP'ye ve ikinci olarak da AK Parti'ye oy vermişlerdir. MHP yüzde onluk barajın biraz üzerinde oy alırken, diğer partilerin hepsi çok düşük oylar almışlardır. Burada dikkat çeken bir diğer sonuç ise her on kişiden birinin oy kullanmaması ya da sandığa gitmesine rağmen boş oy kullanmasıdır.

Seçmenlerin büyük çoğunluğu, 2007 milletvekili seçiminde oylarını görüşlerine uygun olduğunu düşündüğü partiye vermişlerdir. Partinin halka yakın olması, partinin liderini beğenme ve partinin icraatlarını beğenme aynı önemde kriterler olmuştur. Adaylara göre karar verenler ise en düşük orandadır. Buradaki en dikkat çekici sonuç seçmenlerin mecliste kendilerini temsil edecekleri adayları değil, oy verecekleri partiyi seçmeleridir. Diğer bir sonuç ise sadece denemek için bir partiye oy verdiğini söyleyenlerin oranının bile adaylara bakıp oy verdiğini söyleyenlerin iki katı olmasıdır. Yine seçmenlerin büyük çoğunluğu 2007 genel seçiminde oy verdikleri partiyi değerlerine uygun bulmuşlardır. Oy verdikleri partiyi en çok adalet, ülke ekonomisi ve sağlık alanlarında başarılı bulduklarını belirtmişlerdir. En çok Eğitim ve Çevre alanlarında başarılı bulanlar ise azınlıktadır. Buradaki en dikkat çekici sonuç ise oy verdiği partiyi hiçbir alanda başarılı bulmamasına rağmen oy verenlerin oranının dördüncü sırada olmasıdır. Seçmenlerin büyük çoğunluğu oy verdikleri partinin liderini başarılı bulmuşlardır.

Bugün bir genel seçim olsa (Nisan 2011) yine en çok CHP'ye, ikinci olarak da AK Parti'ye oy vereceklerini belirtmişlerdir. 2007 milletvekili seçimine göre CHP'nin oy oranı yaklaşık 2 puan, ve MHP'nin oy 1 puan düşmüş, AK Parti'nin oy oranı ise 3 puan

yükselmiştir. Diğer partilerin hepsi yine çok düşük oylar almışlardır ve her on kişiden biri oy kullanmamış ya da sandığa gitmesine rağmen boş oy kullanmıştır.

Seçmenlerin büyük çoğunluğu kendi siyasi tercihlerini kendilerinin belirlediklerini söylemişlerdir. Ailelerinden etkilenenler en yüksek ikinci sırayı, sosyal çevrelerinden etkilenenler de üçüncü sırayı almaktadırlar. Siyasal tercihi belirlemedeki en önemsiz etken ise medya çıkmıştır. Fakat özellikle siyasal tercihini kendi belirleyen seçmenlerin, siyasal gelişmelerini en çok medya kanalı ile takip ettikleri unutulmamalıdır.

Okullarda daha iyi bir dil eğitimi verilmesini isteyenlerin oranı daha iyi din eğitimi verilmesini isteyenlerden fazladır. Türkiye'nin en fazla gurur duyulan niteliği çağdaş ve laik bir cumhuriyet olmasıdır. Milleti, gelenek ve görenekleri, tarihi ve Müslüman olması yaklaşık aynı oranlarda önemli olan niteliklerdir. Türkiye'nin ekonomik yapısıyla gurur duyanlar ise azınlıktadır.

Demografik özelliklerin değerler üzerindeki etkisi incelendiğinde;

- Erkeklerin bayanlara oranla daha fazla değişime açık olduğu, kendini geliştirmeye (başarı ve güç açısından) daha fazla önem verdikleri,
- Seçmenlerin yaşlandıkça değişime ve kendini geliştirmeye daha az önem verdikleri,
- Eğitim düzeyi arttıkça değişime açıklık düzeylerinin de yükseldiği, muhafazakârlık düzeylerinin azaldığı, kendini geliştirmeye (başarı ve güç açısından) daha fazla önem verdikleri,
- 4 kişilik hanelerde oturan seçmenlerin en fazla değişime açık, kendini yöneten, kendini geliştiren, güce ve hazcılığa en çok önem veren kişiler olduğunu, 1-2 kişilik aileler için ise bu değerlerin en az olduğu,
- Bekârların evlilere ve dul ya da boşanmışlara göre değişime ve kendini geliştirmeye daha açık, dul ya da boşanmışların ise en kapalı olduğu,

- Değişime açıklık düzeyi en yüksek olanların öğrenci ve en düşük olanların ev hanımları olduğu,
- Gelir düzeyi arttıkça seçmenlerin kendini yönetmeye (güç ve hazcılık açısından) daha fazla önem verdikleri,
- Güvenliğe en fazla emeklilerin en az ise serbest meslek sahiplerinin önem verdiği,
- Kendini geliştirmeye en fazla serbest meslek sahipleri ve öğrencilerin, en az ise emekliler ve ev hanımlarının önem verdiği görülmektedir.

Tercihlerin değerler üzerindeki etkisi incelendiğinde;

- “Değişime Açıklık” düzeyi en yüksek olan seçmenler aktif olarak siyasetle ilgilenenler, en düşük olanlar siyasetle hiç ilgilenmeyenlerdir. “Güvenlik” değerine en fazla sadece oy kullananlar en az ise hiç ilgilenmeyenler, “Başarı” değerine ise en fazla her zaman muhalif olanlar, en az ise hiç ilgilenmeyenler önem vermektedir.
- “Muhafazakârlık” düzeyi en yüksek olan seçmenler merkez sağ görüşlüler, en düşük olanlar aşırı sol görüşlülerdir. Aşırı soldan merkez sağa doğru gidildikçe muhafazakârlık düzeyi artmaktadır. Aşırı sağcıların muhafazakârlık düzeyi ise merkez sağcılardan düşüktür.
- “Muhafazakârlık” değeri ve alt boyutları “Uyum-Geleneksellik” değerleri en yüksek olanlar İslamcılar, en düşük olanlar ise laikler ve sosyal demokratlardır. “Kendini Geliştirme” değeri ile ilişkili olan “Hazcılık” değeri laikler için en yüksek, İslamcı ve milliyetçiler için en düşüktür.
- 2007 milletvekili seçiminde, “Kendini Geliştirme” değeri ve alt boyutları “Güç” ve “Hazcılık” değerleri en yüksek olanlar CHP, en düşük olanlar AK Parti seçmenidir. “Değişime Açıklık” boyutunda “Kendini Yönetme” değerleri, “Kendini Aşma” boyutunda “Yardımsızlık” değeri, “Muhafazakârlık” boyutunda “Uyum-Geleneksellik” değerleri AK Partide en yüksek, CHP seçmeninde en düşüktür.



- Bugün bir milletvekili seçimi olsa “Kendini Aşma” boyutundaki “Evrensellik” değeri, “Muhafazakârlık” boyutunda “Güvenlik”, “Uyum-Geleneksellik” değerleri en yüksek AK Partiye oy vereceğini söyleyenlerde çıkmıştır. “Muhafazakârlık” değeri ve ilişkili olan “Uyum-Geleneksellik” değeri en düşük CHP’ye oy vereceklerde, “Güvenlik” değeri ise CHP’ye oy vereceklerde ve oy kullanmam diyenlerde en düşük çıkmıştır.
- Türkiye’nin en çok “Milleti, gelenek, görenek ve kültürüyle gurur duyanlar” ve “Müslüman olması ile” gurur duyanların, değişime ve kendini geliştirmeye daha kapalı, Türkiye’nin “Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla” gurur duyanlarla, Türkiye’nin “Siyasi ve idari yapısıyla” gurur duyanların değişime ve kendini geliştirmeye daha açık kişiler olduğu görülmektedir.

Demografik özellikler ile tercihler arasında ilişki sorgulandığında, istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir:

- Erkekler kadınlara oranla siyasetle daha fazla aktif olarak ilgilenmektedirler.
- Erkekler merkez haricindeki gruplarda daha yüksek frekansa sahiptirler. Kadınlar erkeklere oranla daha fazla merkezde toplanmıştır.
- Oy verilen partinin liderinin başarı değerlendirmesinde kadınlar erkeklere oranla yaklaşık iki katı kadar kararsız kalmışlardır. Erkeklerden lideri başarılı bulanların oranı kadınlara göre yüksektir.
- Bugün bir milletvekili seçimi olsa oy kullanmam diyen kadınların oranı erkeklerin yaklaşık iki katıdır. Erkeklerden MHP’ye oy vereceklerin oranı kadınlara göre yüksektir.
- Erkekler kadınlara oranla siyasal tercihlerini daha fazla kendileri belirlemiş ve sosyal çevrelerinden etkilenmişlerdir. Kadınlar ise siyasal tercihlerini belirlerken erkeklere oranla daha fazla ailelerinden ve medyadan etkilenmişlerdir

- Kadınlarda gazete okumayanların oranı erkeklere göre yaklaşık iki kat yüksektir. Posta gazetesi hariç diğer tüm gazetelerin okunma oranları erkeklerde bayanlara göre yüksektir.
- 2007 milletvekili seçimlerinde 18-27 yaş grubunda en fazla CHP'ye oy verenler ve oy kullanmayanlar, diğer yaş gruplarında en fazla CHP'ye ve ikinci olarak da AK Partiye oy verenler bulunmaktadır. Seçmenler yaşlandıkça, oy kullanmama oranları azalmakta fakat 57 yaş üzerine bu oran yine artmaktadır.
- Yaş grubu ve siyasal tercihi belirleyen etkenler arasındaki ilişki anlamlıdır. Ancak bu ilişki çok açık bir şekilde görülmemektedir. Seçmenler daha çok kendi özgür iradeleri ile oy verdiklerini belirtmişlerdir. Tüm seçmenler için en az medyadan etkilendiklerini belirtmişlerdir. 27-38 yaş grubunda kendi tercihlerini özgür iradeleriyle yapanlar diğer yaş gruplarına en yüksektir ve aileden etkilenme en düşük seviyededir. Aileden etkilenme oranı en yüksek 38-47 yaş grubundadır. Sosyal çevreden etkilenme oranı en yüksek grup 48-57 yaş grubudur.
- Aktif olarak siyasetle ilgilenenlerin oranı eğitim düzeyi arttıkça artmaktadır, hiç ilgilenmeyenlerin oranı da eğitim düzeyi arttıkça azalmaktadır.
- Okur-yazarlar, ilköğretim mezunları ve lise mezunları arasında en yüksek oranı kendini merkezde tanımlayanlar alırken, üniversite ve üstünden mezun olanlar arasında ise en yüksek oran merkez solculardır. Eğitim düzeyi arttıkça merkezden sola ve sağa doğru bir kayma vardır.
- 2007 milletvekili seçiminde okuryazar ve ilköğretim mezunları içinde AK Parti en yüksek oyu alırken, CHP ikinci parti olmuştur. Lise ile üniversite ve üzerinden mezun olanlar arasına CHP en yüksek oyu alırken AK Parti ikinci parti olmuştur. Eğitim düzeyi arttıkça AK Parti seçmeni azalmakta, CHP seçmeni artmaktadır. MHP seçmeni açısından eğitim düzeyi önemli bir farklılık yaratmamıştır.
- Bugün bir milletvekili seçimi olsa okuryazar ve ilköğretim mezunları içinde AK Parti en yüksek oyu alırken, CHP ikinci parti olmuştur. Lise ile üniversite ve üzerinden mezun olanlar arasına CHP en yüksek oyu alırken AK Parti ikinci parti olmuştur.

Eğitim d¼zeyi arttıka AK Parti seçmeni azalmakta, CHP seçmeni artmaktadır. MHP seçmeni açısından eğitim d¼zeyi ¼nemli bir farklılık yaratmamıştır.

- Eğitim durumu arttıka daha iyi din eğitimi isteyenlerin oranı azalmakta, daha iyi yabancı dil isteyenlerin oranı artmaktadır.
- 1000 TL'den az ve 1001-2000 TL'ye kadar gelire sahip olanlar arasında en y¼ksek oranı kendini merkezde tanımlayanlar alırken, 2001-3000 TL gelire sahip olanlar arasında ise en y¼ksek oran merkez solculardır, 3001 TL ve ¼st¼nde gelire sahip olanlarda ise en y¼ksek oran merkez sağıcılardır. Gelir d¼zeyi arttıka merkezden sola ve sağa doğru bir kayma vardır.
- 1000 TL'den az gelire sahip olanlar arasında en y¼ksek oran İslamcı ve milliyetçilere en d¼ř¼k oran ise laiklere aittir. 1001-2000 TL arası gelire sahip olanlar arasında en y¼ksek oran, İslamcı ve milliyetçilere, 2001-3000 TL arası gelire sahip olanlar arasında en y¼ksek oran sosyal demokrat ve milliyetçilere, 3001 TL ve ¼st¼nde arası gelire sahip olanlar arasında en y¼ksek oran Laikler ve milliyetçilere aittir. Gelir d¼zeyi y¼kseldikçe laikler artmıştır, İslamcılar azalmıştır.
- En az gelire sahip olanlar arasında 2007 milletvekili seçiminde t¼m gelir gruplarındaki seçmenler en fazla liderini başarılı buldukları partiye oy vermelerine rağmen gelir d¼zeyi arttıka oy verdikleri partinin liderinin başarısı konusunda kararsızlıkları azalmış, beğeni oranları artmıştır.
- 3000 TL'ye kadar gelire sahip olanlarda gelir arttıka T¼rkiye'nin çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla gurur duyma ve siyasi idari yapısıyla gurur duyma artmış, M¼sl¼man olması ile gurur duyma azalmıştır. T¼m gelir gruplarında gelir arttıka milleti, gelenek ve g¼renekleriyle gurur duyma azalmıştır.

2011 genel seğimlerine bir hafta gibi bir s¼renin kaldığı ve seçim tartışmalarının alevlendiği bug¼nlerde, bir ilęede de olsa, kişisel değerlerin siyasi tercihler ¼zerindeki etkisini incelemek ve seçmen profilinin siyasi tercihle ilişkili olup olmadığını tespit etmek amacıyla bu tez ęalıřması geręekleřtirilmiřtir. T¼rkiye'de bu alanda ęok az sayıda yayının bulunması, kullanılan ¼rneklemin b¼y¼k ęaplı ve seğilen ilęedeki seçmenleri temsil g¼c¼n¼n olması, hem

akademisyenler hem de siyasetle uğraşanlara önemli bilgiler vermesi bu araştırmanın önemli katkılarıdır. Çalışmada veri toplama aracı tarafsız ve bilimsel bir bakış açısıyla hazırlanmış ve uygulama aşamasında da konuya titizlikle yaklaşmıştır. Bu nedenle elde edilen bulgular, her siyasi partiye faydalı olabilecek ve gelecekte seçmen politikalarına yön verirken kullanabilecekleri önemli bilgileri içermektedir.

Bu çalışmada, kişisel değerlerin siyasi tercihler üzerine etkisi incelenmiş ve anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Bu çalışmanın Türkiye veya bölgesel bazda tekrarlanması siyasi partilere önemli karar desteği sağlayacaktır. Diğer yandan konuyla ilgilenen araştırmacılar, kişisel değerlerle birlikte başka yapıların da siyasi tercihler üzerinde etkili olup olmadığını inceleyebilirler.

Araştırma Antalya'nın Konyaaltı ilçesindeki seçmen kitlesini hedeflemiştir. Diğer üç ilçenin seçmen profili farklı olabileceği için elde edilen sonuçlar sadece Konyaaltı ilçesiyle sınırlıdır. Bu da araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Allport, Gordon, E. Vernon ve G. Linzey, **A Study of Values**, 3. Baskı, Houghton-Mifflin, Boston, 1960.
- Atkinson, Rita L., Richard C. Atkinson ve Ernest R. Hilgard, **Psikolojiye Giriş**, çev: Kemal Atalay ve Diğerleri, Sosyal Yayınlar, İstanbul, 1995.
- Aydın, İnyet Pehlivan. **Eğitim ve Öğretimde Etik**, Pegem Yayıncılık, Ankara, 2003.
- Aydın, Mustafa. “Gençliğin Değer Algısı: Konya Örneği”, **Değerler Eğitimi Dergisi**, Cilt:1, Sayı:3, ss. 121- 144.
- Ball-Rokeach, S.J., Power, G.J., Guthrie, K.K., Waring, H.R. “A Dependency Model Of Mass Media Effects”, **Communication Research**, Cilt:. 3, Sayı: 21, 1976, ss. 3- 21.
- Başaran, İbrahim Ethem. **Örgütsel Davranış: İnsanın Üretim Gücü**, Ekinoks Yayıncılık, Ankara, 2000.
- Başlevent, Cem ve Hasan Kirmanoğlu, “Empirical Results on the Predictive Power of Basic Personal Values and Core Political Attitudes in Turkish Politics”, **Working Paper**, 2009, <http://ssrn.com/abstract=1430405> (Erşim Tarihi: 26.12.2010)
- Beatty, Sharon E., Lynn R. Kahle, Pamela Homer ve Shekhar Misra, “Alternative Measurement Approaches to Consumer Values: The List of Values and Rokeach Value Survey”, **Journal of Psychology and Marketing**, Cilt: 2, 1985, ss. 181- 200.
- Caprara, Gian Vittorio ve diğerleri, “Personality and Politics: Values, Tarits and Political Choice”, **Political Psychology**, Cilt:27, Sayı:1, 2006, ss. 1- 28.
- Caprara, Gian Vittorio ve Philip G. Zimbardo, “Personalizing Politics: A Congruency Model of Politics”, **American Psychologist**, Cilt:59, Sayı:7, 2004, s. 581- 594.
- Clawson, Clauson J. ve Donald E. Vinson, "Human Values: An Historical and Interdisciplinary Analysis", içinde Hunt, H.K. (Eds), **Contributions to Consumer Research**, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 1978, ss. 396- 402.
- Çelik, Vehbi. **Eğitimsel Liderlik**, Pegem Yayıncılık, Ankara, 2000.
- Collier, David ve Steven Levitsky, “Democracy with Adjectives: Conceptual Innovation in Comparative Research”, **World Politics**, Cilt: 49, Sayı: 3, 1997, ss. 430- 451.
- Daver, Bülent. **Siyaset Bilimine Giriş**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 1993.
- Davidov, Eldad ve diğerleri, “Values and Support for Immigration: A Cross-Country Comparison”, **European Sociological Review**, Cilt:24, Sayı:5, 2008, ss. 583- 599.
- Diamond, Larry, Marc E. Plattner, Yun-han Chu ve Hung-mao Tien (Der), **Consolidating the Third Wave Democracies: Themes and Perspectives**, The Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1997.

Diamond, Larry. **Developing Democracy: Toward Consolidation**, Johns Hopkins University Press, Baltimore and London, 1999.

Dirilen, Özlem. **Relationship Between Values and Culture: A Comparison of Central Asian and Turkish University Students**, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2006.

Doğan, İsmail. **Sosyoloji: Kavramlar ve Sorunlar**, 8. Baskı, Apegem Akademi Yayınları, Ankara, 2008.

Doğan, Nuri ve T. Oğuz Başokçu, ‘İstatistik Tutum Ölçeği İçin Uygulanan Faktör Analizi ve Aşamalı Kümeleme Analizi Sonuçlarının Karşılaştırılması’, **Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi**, Cilt: 1, Sayı: 2, 2010, ss. 65- 71.

Doğan, Selen ve Celal Hatipoğlu, “Küçük ve Orta Boy İşletmelerde Vizyon Açıklamasının İşletmenin Performansına İlişkin Bir Araştırma”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 23, Sayı: 2, 2009, ss. 81- 99.

Doob, Leonard. **Public Opinion And Propaganda**, Archon Boks, New York, 1966.

Eliot, Thomas S. **Kültür Üzerine Düşünceler**, çev. S. Kantarcıoğlu, Ankara, 1981.

Ercan, İlker ve İsmet KAN, ‘Ölçeklerde Güvenirlik ve Geçerlik’, **Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi**, Cilt: 30 Sayı: 3, 2004, ss. 211–216.

Erdentuğ, Nermin. **Türkiye’de Çağdaşlaşma Eğitim ve Kültür Münasebetleri**, Ankara, 1981.

Erkal, Mustafa E. **Sosyoloji (Toplumbilimi)**, 9. Baskı, Der Yayınları, İstanbul, 1998.

Erkul, Ali. **Bazı Sosyo-Ekonomik Faktörlerin Oy Verme Davranışına Etkilerinin Tespiti**, Doğan Matbaacılık, Sivas 1999.

Feather, Norman T. **Values in Education and Society**, The Free Press, New York, 1975.

Feric, Ivana. “Personal Values as a Determinant of Dominant Political Preferences”, **Journal of General Social Sciences**, Cilt:17, Sayı:4- 5, 2008, ss. 615- 629.

Fichter, Joseph. **Sosyoloji Nedir**, çev. Nilgün Çelebi, 8. Baskı, Anı Yayıncılık, Ankara, 2006.

Gözler, Kemal. **Anayasa Hukukuna Giriş**, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa, 2004.

Güngör, Erol. **Değerler Psikolojisi**, Hollanda Türk Akademisyenler Birliği, Amsterdam, 1993.

Hançerlioğlu, Orhan. **Felsefe Ansiklopedisi**, 1. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1976.

Hançerlioğlu, Orhan. **Felsefe Sözlüğü**, 13. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1999.

Herriot, Peter. **Values, Attitudes and Behaviour Change**, Methuen & Co., New York, 1982.

Hofstede, Greet. **Culture’s Consequence**, Sage Publications, Beverly Hills CA, 1980.

Holden, Barry. **Liberal Demokrasiyi Anlamak**, çev. Hüseyin Bal, Liberte Yayınları, Ankara, 2007.

Huntington, Samuel P. **Üçüncü Dalga: 20. Yüzyıl Sonlarında Demokratlaşma**, çev. Ergun Özbudun, Kıta Yayınları, Ankara, 2007.

Kağıtçıbaşı, Çiğdem. **İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş**, Cem Ofset Matbaacılık, İstanbul, 1979.

Kalaycıoğlu, Ersin. **Karşılaştırmalı Siyasal Katılma: Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme**, İstanbul, İUSBF, 1983.

Kapani, Münci. **Politika Bilimine Giriş**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1992.

Karalar, Rıdvan ve Hakan Kiracı, “Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma”, **İşletme Araştırmaları Dergisi**, Cilt:2, Sayı:2, 2010, ss. 79- 106.

Karl, Terry Lynn. “Imposing Consent? Electoralism versus Democratization in El Salvador”, **Elections and Democratization in Latin America, 1980- 1985**, der. Paul Drake and Eduardo Silva, San Diago: Center for Iberian and Latin American Studies, Center for US/ Mexican Studies, University of California at San Diago, 1986, ss. 9- 36.

Karl, Terry Lynn. “The Hybrid Regimes of Latin America”, **Journal of Democracy**, Cilt: 6, Sayı: 3, 1995, ss. 72- 86.

Key, V. **Public Opinion And American Democracy**, Alfred A. Knopf, New York, 1963.

Kışlalı, Ahmet Taner. **Siyasal Çatışma ve Uzlaşma**, 3. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara.

Kim, Yeonshin. **The Impact of Personal Value Structure on Consumer Proenvironmental Attitudes, Behaviours, and Consumerism: A Cross- Cultural Study**, UMI Dissertation Publishing, Michigan, 2002.

Kiewiet, Roderick D. ve Douglas Rivers, **A Retrospective on Retrospective Voting**, Chap.11, New York, 1985.

Kramer, Gerald. “Shorttern Fluctuations in US Voting Behavior: 1896/1964”, **American Political Science Review**, Cilt: 65, Sayı:1, 1971, ss. 131- 143.

Kuzu, Burhan. “Demokrasi- Resmi İdeoloji- Sivil Toplum”, **A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 47, Sayı: 1- 2, 1992, ss. 335- 367.

Lijphart, Arend. **Çağdaş Demokrasiler**, çev. Ergun Özbudun ve Ersin Onulduran, Yetkin Yayınları, Ankara, Tarihsiz.

Linz, Juan J. **The Breakdown of Democratic Regimes: Crisis, Breakdown, and Reequilibration**, Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1978.

Lipset, Seymour Martin. **Siyasal İnsan**, çev. Mete Tunçay, Teori Yayınları, Ankara, Birinci Baskı, 1986.

Lipset, Seymour Martin. "The Social Requisites of Democracy Revisited", **American Sociological Review**, Vol. 59, No. 1, 1994, ss. 1- 22.

Lrong, Lim. "Work Related Values of Malays and Chinese Malaysians", **International Journal of Cross Cultural Management**, Cilt:1, Sayı:2, 2001, ss. 229- 246.

Maslow, Abraham H. **Toward a Psychology of Being**, Chapman and Hall, New York, 1982.

Meglino M. Bruce, Elizatbeth C Ravlin ve Cherly L Adkins. "A Work Values Approach to Corporate Culture: A Field Test of the Value Congruence Process and its Relationship to Individual Outcomes", **Journal of Applied Psychology**, Cilt: 74, 1998, ss. 424- 432.

Özden, Yüksel. **Eğitimde Yeni Değerler**, Pegem Yayıncılık, Ankara, 2008.

Özer, İnan ve Mehmet Meder, **Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı**, Ege Yayınları, İstanbul, 2008.

Özkalp, Enver. **Örgütsel Davranış**, 2. Baskı, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 2004.

Özkalp, Enver. **Sosyolojiye Giriş**, 14. Baskı, Ekin Kitabevi, Bursa, 2005.

Özmete, Emine. **İş Yaşamında Değerler**, Kedim Yayınları, İstanbul, 2007.

Pennock, J. Roland. **Democratic Political Theory**, Princeton University Press, Princeton, 1979.

Polat, Cihat. "Genç Seçmenler Gözüyle Siyasal Ürün (Siyasi Lider) Özellikleri: Ankara'daki Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Çalışma", **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, Cilt:5, Sayı:1, 2008, ss. 1- 31.

Polat, C., E. Gürbüz ve M.E. Ünal, **Hedef Seçmen: Siyasal Pazarlama Yaklaşımı**, Ankara, Nobel Basımevi, 2004.

Prezeworski, Adam. **Democracy and the Market: Political and Economic Reforms in Eastern Europe and Latin America**, Cambridge University Press, Cambridge, 1991.

Quigley, Joseph V. **Vizyon Oluşturulması Geliştirilmesi ve Korunması**, çev. Berat Çelik, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 1998.

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

Sartori, Giovanni. **Demokrasi Kuramı**, çev. Deniz Baykal, Siyasi İlimler Derneği Yayınları, No. 23. Ankara, 1977.

Sartori, Giovanni. **Demokrasi Teorisine Geri Dönüş**, çev. Tunçer Karamustafaoğlu ve Mehmet Turhan, Yetkin Yayınları, Ankara, 1993.

Schumpeter, Joseph A. **Capitalism, Socialism, and Democracy**, 2nd ed, Harper, New York, 1947.



Schwartz, Shalom H. **Social Psychology and Culture Context: Essays in Honor of Harry C. Triandis**, Sage Publications, Newbury Park, CA, 1999.

Schwartz, Shalom H. ve W. Bilsky. "Toward a Psychological Structure of Human Values", **Journal of Personality and Social Psychology**, Cilt: 53, ss. 550- 562.

Schwartz, Shalom H. ve A. Bardi, "Values and Behaviour: Strength and Structure of Relations", **Personality Social Psychology Bulletin**, , Cilt: 29, 2003, ss. 1207- 1220.

Schwartz, Shalom ve Lilach Sagiv, "Identifying Culture Specifics in the Content and Structure of Values", **Journal of Cross-Cultural Psychology**, Cilt:26, Sayı:1, 1995, ss. 92- 116.

Schwartz, Shalom, Gian Vittorio Caprara, Michele Vecchione, , "Basic Personal Values, Core Political Values, and Voting: A Logitudinal Analysis", **Political Psychology**, Cilt: 31, Sayı: 3, 2010, ss. 421- 452.

Senge, Peter M. **Beşinci Disiplin**, çev. Ayşegül İldeniz ve Ahmet Doğukan, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1996.

Shao, Y. **An Exploratory Examination of the Impact of Personal Values on Sport Consumption Preferances and Behaviour: A Cross-Cultural Study**, UMI Ph.D. Dissertation, 2002.

Sığrı, Ünsal, Akif Tabak ve Ümit Ercan, "Kültürel Değerlerin Yönetmelik Kapsamında Analizi: Türk Bankacılık Sektörü Uygulaması", **Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt:1, Sayı:2, 2009, ss. 1- 14.

Şişman, Mehmet. **Örgütler ve Kültürler**, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, 2002.

Tan, Ahmet. **İlke ve Uygulamalarıyla Politik Pazarlama**, Papatya Yayıncılık, İstanbul, 2002.

Tan, Mine. **Toplumbilimine Giriş, Temel Kavramlar**, Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları, Ankara, 1981.

Taşdan, Murat. **Türkiye'deki Resmi ve Özel İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Bireysel Değerleri ile Okulun Örgütsel Değerleri Arasındaki Uyum Düzeyi, İş Doymu ve Algılanan Sosyal Destek İle İlişkisi**, Yayımlanmış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Politikası Ana Bilim Dalı, Ankara, 2008.

Turan, İlder. **Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış**, Der Yayınları, 4.Baskı, İstanbul 1996.

Turan, Selahattin ve Dilek Akan, "Okul Hayatında Var Olan ve Olması Düşünülen Sosyal Değerler", **Türk Eğitim Bilimleri Dergisi**, Cilt: 6, Sayı: 2, 2008, ss. 227- 259.

Tüz, Melek. **İşletmelerde Yönetim Modelleri: Avrupa, Amerika, Japonya, Türkiye Uygulamalı**, Aktüel Matbacılık, İstanbul, 2004.

Ülgen, Hayri ve S. Kadri Mirze, **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, Literatür Yayınları, İstanbul, 2004.

Key, V. **The Responsible Electorate**, Belknap Press New York, 1966.

Yalın, Bahar Eroğlu. **Siyasal Düşünce ve Siyasal Tercih Üzerinde Değerlerin Etkisi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2007.

Yılmaz, Kürşad. **Eğitim Yönetiminde Değerler**, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, 2008.

## İNTERNET KAYNAKLARI

Aydın, Onur. “Eğitim ve Öğretimde Etik”,  
[istanbul.meb.gov.tr/upload/bolumler/etik/egitim\\_ve\\_ogretimde\\_etik.ppt](http://istanbul.meb.gov.tr/upload/bolumler/etik/egitim_ve_ogretimde_etik.ppt) (Erişim Tarihi: 07.10.2010)

Akgün, Birol. “Türkiye’de Seçmen Davranışının Ekonomi Politik’i Üzerine Bir Model Denemesi”, <http://www.liberaldt.org.tr/idd/m14/DDbiak.htm> (Erişim Tarihi: 20.11.2010)

Basım, Nejat. “Belirsizlikten Kaçınma ve Güç Mesafesi Kültürel Boyutları Bağlamında Asker Yöneticiler Üzerinde Görgül Bir Araştırma”,  
<http://www.kho.edu.tr/yayinlar/bilimdergisi/bilimder/doc/2000-2.doc> s. 35, (Erişim Tarihi: 13.10.2010)

Çifçi, Aişe. “Değerler Psikolojisi Nedir?”,  
[http://www.aktuelpsikoloji.com/haber.php?haber\\_id=5012](http://www.aktuelpsikoloji.com/haber.php?haber_id=5012) (Erişim Tarihi: 07.10.2010)

Israel, Glenn D. “Determining Sample Size”, University of Florida, The Institute of Food and Agricultural Studies (ISAF), <http://edis.ifas.ufl.edu/pdffiles/PD/PD00600.pdf> (Erişim Tarihi: 01.12.2010)

Özkan, Abdullah. “Ekonomi Politik ve Oy Verme Davranışı”,  
<http://www.tasam.org/index.php?altid=1829> (Erişim Tarihi: 20.11.2010)

Siyasal İletişim Enstitüsü. “Kamuoyu”, <http://www.siyasaliletisim.org/index.php/sie-modul/128-sie-modul/303-kamuoyu.html> (Erişim Tarihi: 24.11.2010)

Türk Dil Kurumu, “Büyük Türkçe Sözlük”,  
<http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=de%F0er&ayn=tam> (Erişim Tarihi: 04.10.2010)

Türk Dil Kurumu, <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=vizyon&ayn=tam> (Erişim Tarihi: 07.10.2010)

Türk Dil Kurumu, <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime= ihtiya% E7 &ayn=tam> (Erişim Tarihi: 07.10.2010)

Yapı Kredi Bankası, “Vizyon ve Değerler”, [http://www.yapikredi.com.tr/tr-TR/yapikredi\\_hakkinda/vizyonvedegerler.aspx?q=18](http://www.yapikredi.com.tr/tr-TR/yapikredi_hakkinda/vizyonvedegerler.aspx?q=18) (Erişim Tarihi: 07.10.2010)

## EK-1 Anket Formu

Bu soru formu, Konyaaltı İlçesi'nde Değerlerin Siyasal Düşünce ve Siyasal Tercih Üzerine Etkisini ölçmeyi amaçlayan akademik bir araştırmaya temel oluşturmak için hazırlanmıştır. Anketimiz yaklaşık 5 dakikanızı alacaktır. Araştırmamız, tek tek kişileri değil, genelde halkın ne düşündüğünü ortaya çıkarmayı amaçlayan bir çalışmadır. Bu nedenle size kimliğinizi belirtecek herhangi bir soru sormayacağız. Sorularımızla ilgili samimi fikirlerinizi rica ediyoruz.

İlginize ve yardımlarınıza çok teşekkür ederiz.

**S1) Cinsiyetiniz?** 1- Kadın 2- Erkek

**S2) Yaşınız?** .....

**S3) Eğitim durumunuz?**

1- Okuma yazma bilmiyorum 2- Okur yazarım 3- İlk öğretim  
4- Lise 5- Üniversite 6- Lisans üstü/doktora

**S4) Bu evde / hanede kaç kişi (çocuklar dahil) oturuyor?** .....

**S5) Hanenizin aylık geliri**

1) 1000 liradan az 2) 1001 -2000 3) 2001 -3000 4) 3001 -4000  
5) 4001 -5000 6) 5001 ve üstü

**S6) Medeni Durumunuz?**

1- Bekar 2- Evli 3- Dul ya da boşanmış

**S7) Mesleğiniz?**

1- Devlet memuru 2- Serbest meslek 3- Öğrenci 4- Esnaf / zanaatkar  
5- Çalışmıyor 6- Ev hanımı 7- Özel sektörde işçi 8- Kamu sektöründe işçi

9- Sanayici/tüccar 10- Diğer (lütfen belirtiniz.).....

**S8) Aşağıda yer alan listedeki değerlere sizin ne kadar önem ve öncelik verdiğinizi her değere 1 ile 5 arasında puan vererek belirtiniz.**

1-Hiç önemli değil 2-Önemli değil 3-Kararsızım 4-Önemli 5-Çok önemli

1	Yeni fikirler düşünmek ve üretici olmak	
2	Zengin olmak, çok para ve pahalı şeylere sahip olmak	
3	Tanımadığınız insanlar da dahil olmak üzere dünyadaki her insana eşit davranılması	
4	Yeteneklerinizi göstermek ve insanların yaptıklarınızı beğenmesi	
5	Güvenli bir çevrede yaşamak ve güvenliğinizi tehlikeye atacak şeylerden kaçınmak	
6	Hayatta birçok şeyi yapmak ve her zaman yapacak yeni şeyler aramak	
7	İnsanların her zaman için, hatta kimse izlemese bile kurallara uyması	
8	Kendinizden farklı insanları dinlemek ve hatta onlarla düşünceniz farklı olsa da, onları anlamaya çalışmak	
9	Sahip olduğunuzdan fazlasını istememek ve sahip olduklarınızla yetinmek	
10	Kendinize zevk veren şeyleri yapmak	
11	Yapacağınız şeylerle ilgili olarak kendi kararlarınızı almak, planlarınızı yaparken özgür olmak	
12	Çevrenizdeki insanlarla ilgilenmek ve onlara yardım etmek	
13	Başarılı olmak ve diğer insanları etkilemek	
14	Ülkemizin iç ve dış tehditler karşısında güvenli olması ve sosyal düzenin korunması	
15	Risk almak	
16	Doğru düzgün davranmak ve insanların yanlış anlayabileceği şeylerden kaçınmak	
17	Sorumlu kişi olmak ve diğer kişilere ne yapacaklarını anlatmak	
18	Arkadaşlarına sadık kalmak ve kendinizi yakınınızdaki insanlara adamak	
19	Doğayı ve çevreyi korumak	
20	Dini inançlarınız ve dinin gerektirdiklerini yapmak	
21	Nesnelerin temiz ve düzenli olması	
22	Meraklı olmak ve her çeşit olayı anlamaya gayret etmek	
23	Dünyada bütün insanların uyum içinde yaşaması ve barışın geliştirilmesi	
24	Hırslı olmak ve ne kadar yetenekli olduğunuzu göstermek	
25	Geleneklere uymak	



**S20) Aşağıdakilerden hangisi daha önemlidir?**

1- Okullarda daha iyi bir din eğitimi verilmelidir  
verilmelidir

2- Okullarda daha iyi bir yabancı dil eğitimi

**S21) Türkiye'nin hangi niteliğiyle gurur duyarsınız?**

1- Siyasi ve idari yapısıyla

2- Çağdaş laik bir cumhuriyet olmasıyla

3- Ekonomik yapısıyla

4- Milleti, gelenek-görenek ve kültürüyle  
Diğer.....

5- Müslüman olmasıyla

6- Tarihiyle

7-

**Anketin Yapıldığı Mahalle** ..... **Sokak** .....

**Bina No**..... **Daire No**.....

**Anketörün Adı ve Soyadı** .....

**Ö Z G E Ç M İ Ş**

**Adı ve SOYADI** : Ebru TÜREL

**Doğum Tarihi ve Yeri** : 29/04/ 1975 Diyarbakır

**Medeni Durumu** : Evli

**Eğitim Durumu**

**Mezun Olduğu Lise** : İzmir Türk Koleji Fen Lisesi (1989-1991)

**Lisans Diploması** : Marmara Üniversitesi Endüstri Mühendisliği (1992-1997)

**Yabancı Dil / Diller** : İngilizce

**Yükseklisans Diploması:** -

**Tez Konusu** : -

**İs Denevimi**

**Stajlar** : Opel Türkiye (Torbalı/ İZMİR), TÜPRAŞ (Aliğa/İZMİR)

**Projeler** : Öğrenci işleri yönetim paketinin Lotus Notes programı ile yazılması

**Çalıştığı Kurumlar** :BYM EPİSTEM ( Haziran 1997-Kasım 1997), İSTANBUL.

ANADOLU ENDÜSTRİ HOLDİNG (Aralık 1997-Mayıs 2003),  
İSTANBUL.

AJANSFORM ( Kasım 2003- ), ANTALYA.

**Adres** : Uluç Mahallesi Ata Sitesi F Blok No:6 Uncalı/ANTALYA.