



T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KAMU POLİTİKASI VE İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**LİDERLERİN ÜSLUBUNA YÖNELİK ALGILARIN OY VERME
DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE DİNDARLIĞIN
DÜZENLEYİCİ ROLÜ: ADANA VE NEVŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Eda Nur SÖNMEZ

Danışman

Prof. Dr. Korhan KARACAOĞLU

Nevşehir

Aralık, 2021

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Tezi Hazırlayan

Eda Nur SÖNMEZ

TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK

“Liderlerin Üslubuna Yönelik Alguların Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü: Adana ve Nevşehir İli Örneği” adlı Yüksek Lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Eda Nur SÖNMEZ

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Korhan KARACAOĞLU

Anabilim Dalı Başkanı

Doç. Dr. Mustafa ARSLAN

KABUL VE ONAY SAYFASI

Prof. Dr. Korhan KARACAOĞLU danışmanlığında Eda Nur SÖNMEZ tarafından hazırlanan “**Liderlerin Üslubuna Yönelik Algıların Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü: Adana ve Nevşehir İli Örneği**” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

..... /..... /

JÜRİ

İMZA

Danışman: Prof. Dr. Korhan KARACAOĞLU

.....

Üye: Doç. Dr. Mustafa ARSLAN

.....

Üye: Doç. Dr. İbrahim YALÇIN

.....

ONAY

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun /..... / tarih ve sayılı Kararı ile onaylanmıştır.

Doç. Dr. Lokman TANRIKULU

Enstitü Müdürü

İDERLERİN ÜSLUBUNA YÖNELİK ALGILARIN OY VERME DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE DİNDARLIĞIN DÜZENLEYİCİ ROLÜ: ADANA VE NEVŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ

Eda Nur SÖNMEZ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Politikası ve İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans, Aralık 2021
Danışman: Prof. Dr. Korhan KARACAOĞLU

ÖZET

Bu çalışmada; siyasal iletişimde üslup, liderin üslubu ve oy verme davranışı arasındaki ilişki ve dindarlığın oy verme davranışı üzerindeki rolünün araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, Adana ve Nevşehir illerinde bulunan üniversitelerde öğrenim gören ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencileri ile anket çalışması yapılmıştır. Araştırma sonucu toplanan verilerden hareketle, araştırma amacına uygun doğrudan ve düzenleyici etkinin belirlenmesi için geliştirilen hipotezlerin test edilmesinde SPSS PROCESS makrosundan yararlanılmıştır.

Elde edilen sonuçlara göre, liderlerin uzlaşmacı ve çatışmacı üsluplarına ilişkin algılamalara dair değişkenlerin, rasyonel, sosyolojik ve psikolojik oy verme ile beklendiği yönde anlamlı ilişkiler gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak bu ilişkilerin hiçbirinde dindarlığın düzenleyici bir rolünün olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Üslup, Oy Verme Davranış, Dindarlık

THE MODERATING ROLE OF RELIGIOSITY IN THE EFFECT OF PERCEPTIONS OF LEADERS' STYLE ON VOTING BEHAVIOR: THE CASE OF ADANA AND NEVŞEHİR PROVINCE

Eda Nur SÖNMEZ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences, Department of Public Policy and Management, Master's Thesis, December 2021

Supervisor: Prof. Korhan KARACAOĞLU

ABSTRACT

In this study; It was aimed to investigate the relationship between style in political communication, the style of the leader and voting behavior, and the role of religiosity on voting behavior. For this purpose, a survey was conducted with associate, undergraduate and graduate students studying at universities in Adana and Nevşehir provinces. Based on the data collected as a result of the research, the SPSS PROCESS macro was used to test the hypotheses developed to determine the direct and moderating effect suitable for the research purpose.

According to the results, it was determined that the variables regarding the youth perceptions of the leaders' compromising and confrontational speaking way styles showed significant relationships in the direction expected by rational, sociological and psychological voting. However, it has been found that religiosity has no moderating role in any of these relationships.

Keywords: Way of Speaking, Voting Behavior, Religiosity

TEŞEKKÜR

“Liderlerin Üslubuna Yönelik Algıların Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü: Adana ve Nevşehir İli Örneği” adlı tez çalışmasının hazırlanması sürecinde bana yol ve yöntem gösteren, bilgi ve tecrübelerini benimle paylaőıp kıymetli zamanını çalıőmam için ayıran değerli hocam sayın Prof. Dr. Korhan KARACAOĞLU’na canı gönülden teőekkürlerimi sunuyorum. Ders döneminde ise bilgi ve tecrübelerinden faydalandığım değerli hocam Doç. Dr. Mustafa ARSLAN’a da en içten teőekkürlerimi sunarım.

Ders ve tez aşamasında maddi ve manevi her türlü desteğini ve katkısını esirgemeyen aileme ve değerli abim Memiő BÜLBÜL’e gönülden teşekkür ederim, iyi ki varsınız.

Nevşehir, 2021

Eda Nur SÖNMEZ

İÇİNDEKİLER

| | |
|------------------------------------|-----|
| BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK..... | i |
| TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK..... | ii |
| KABUL VE ONAY SAYFASI..... | iii |
| ÖZET..... | iv |
| ABSTRACT..... | v |
| TEŞEKKÜR..... | vi |
| KISALTMALAR VE SİMGELER..... | x |
| ŞEKİLLER LİSTESİ..... | xi |
| TABLOLAR LİSTESİ..... | xii |
| GİRİŞ..... | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM

SİYASAL İLETİŞİMDE ÜSLUP VE LİDERLERİN ÜSLUBU

| | |
|--|----|
| 1.1.Üslup Kavramı..... | 4 |
| 1.2.Üslubun Nitelikleri..... | 9 |
| 1.3.Üslubun Özellikleri..... | 11 |
| 1.4.Siyasal İletişim Kavramı..... | 14 |
| 1.5.Siyasal İletişimde Üslup ve Üslubun İşlevleri..... | 16 |
| 1.6.Siyasi Liderlerin Üsluplarının Belirginleştiği Alan Olan Dil ve Politik Konuşma..... | 18 |
| 1.7.Siyasi Liderlerin Politik Konuşmalarındaki Üslup Çeşitleri..... | 23 |
| 1.7.1.Politik Konuşmalardaki Çatışmacı Üslup..... | 24 |
| 1.7.1.1.Nefret İçeren İfadeler..... | 26 |
| 1.7.1.2.Ötekileştirme İçeren İfadeler..... | 27 |
| 1.7.1.3.Ön Yargı İçeren İfadeler..... | 28 |
| 1.7.2.Politik Konuşmalarda Uzlaşmacı Üslup..... | 29 |
| 1.7.2.1.Hoşgörü İçeren İfadeler..... | 30 |
| 1.7.2.2.Ortak İyi İçeren İfadeler..... | 31 |
| 1.8.Üslubun Sonuçları..... | 31 |

İKİNCİ BÖLÜM

OY VERME DAVRANIŞI

| | |
|--|----|
| 2.1.Oy Verme Davranışı..... | 34 |
| 2.2.Oy Verme Davranışı Modelleri..... | 36 |
| 2.2.1.Sosyolojik (Columbia) Model..... | 36 |

| | |
|--|----|
| 2.2.2.Parti Kimliği Modeli..... | 38 |
| 2.2.3.Ekonomik (Rasyonel) Oy Verme Modeli..... | 39 |
| 2.2.4.Stratejik Oy Verme Modeli..... | 41 |
| 2.3.Liderin Üslubu ve Oy Verme Davranışı İlişkisi..... | 43 |

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM DİNDARLIK

| | |
|---|----|
| 3.1.Dindarlık Kavramı..... | 45 |
| 3.2.Dindarlığı Etkileyen Faktörler..... | 47 |
| 3.3.Dindarlığın Ölçümü..... | 49 |
| 3.4.Dindarlık Tipleri..... | 50 |
| 3.4.1.İç Güdümlü Dindarlık..... | 52 |
| 3.4.2.Dış Güdümlü Dindarlık..... | 53 |
| 3.5.Dindarlık Ölçekleri..... | 53 |
| 3.5.1.Türkiye’de Kullanılan Dindarlık Ölçme Araçları..... | 54 |
| 3.5.1.1.Kültüre Özgü Geliştirilmiş Ölçekler..... | 57 |
| 3.5.1.2.Kültüre Uyarlama ve Çeviri Ölçekler..... | 59 |

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

LİDERLERİN ÜSLUBUNA YÖNELİK ALGILARIN OY VERME DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE DİNDARLIĞIN DÜZENLEYİCİ ROLÜ: ADANA VE NEVŞEHİR İLLERİNDE BİR ARAŞTIRMA

| | |
|--|----|
| 4.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi..... | 61 |
| 4.2.Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlıkları..... | 61 |
| 4.3.Araştırmanın Metodolojisi..... | 62 |
| 4.3.1.Evren ve Örneklem..... | 62 |
| 4.3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçüm Araçları, Geçerlilik ve Güvenilirlik Sonuçları..... | 63 |
| 4.3.3.Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri..... | 66 |
| 4.4.Pilot Uygulama..... | 68 |
| 4.5.Verilerin Analizi..... | 68 |
| 4.6.Araştırmanın Bulguları..... | 69 |
| 4.6.1. Araştırmaya Katıların Demografik Özellikleri..... | 69 |
| 4.6.2.Normal Dağılım Testi..... | 70 |
| 4.6.3.Açıklayıcı Faktör Analizi..... | 74 |
| 4.6.4. Korelasyon Analizi..... | 78 |

| | |
|--|------------|
| 4.6.5.Liderlerin Üslubunun Oy Verme Davranışları Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü..... | 79 |
| SONUÇ..... | 83 |
| KAYNAKÇA | 87 |
| EKLER..... | 100 |
| ÖZGEÇMİŞ..... | 104 |



KISALTMALAR VE SİMGELER

Vd: Ve Diğerleri

EQ: Emotional Quotient



ŞEKİLLER LİSTESİ

| | |
|---|----|
| Şekil 1: Siyasal İletişim..... | 15 |
| Şekil 2: İki Aktörlü (Hükümet ve Seçmenler) Siyasal Sistem-Ekonomik Sistem..... | 41 |
| Şekil 3: Araştırmanın Modeli..... | 67 |



TABLULAR LİSTESİ

| | |
|---|----|
| Tablo 4. 1: Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular | 69 |
| Tablo 4. 2: Üslup Ölçeği Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değeri | 70 |
| Tablo 4. 3: Oy Verme Davranışı Ölçeği Ortalama, Standart Sapma Çarpıklık ve Basıklık Değeri..... | 72 |
| Tablo 4. 4: Dindarlık Ölçeği Ortalama, Standart Sapma Çarpıklık ve Basıklık Değeri | 73 |
| Tablo 4. 5: Üslup Açıklayıcı Faktör Analizi..... | 75 |
| Tablo 4. 6: Oy Verme Davranışı Açıklayıcı Faktör Analizi | 77 |
| Tablo 4.7: Araştırmanın Değişkenlerine İlişkin Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Sonuçları | 78 |
| Tablo 4. 8: Çatışmacı Üslubun Psikolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü | 79 |
| Tablo 4. 9: Uzlaşmacı Üslubun Psikolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü | 80 |
| Tablo 4. 10: Uzlaşmacı Üslubun Sosyolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü | 80 |
| Tablo 4. 11: Çatışmacı Üslubun Sosyolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü | 81 |
| Tablo 4. 12: Çatışmacı Üslubun Rasyonel Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü | 81 |
| Tablo 4. 13: Uzlaşmacı Üslubun Rasyonel Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü | 82 |

GİRİŞ

İnsanın yeryüzüne gelişi ile birlikte ortak amaç ve yaşama ihtiyacı insanoğlunu toplu halde yaşamaya sevk etmiştir. Böylelikle toplu halde yaşamının göstereceği pek çok sorun ile de karşı karşıya kalınmaktadır. Sonuç itibariyle toplumsal düzenin temini, ortak amaçların gerçekleştirilmesi için iş bölümü yapılması, kurumsallaşmanın sağlanması gibi durumlar da siyaset olgusunun var olmasına yol açmaktadır (Topbaş, 2010: 82).

Arapça bir kavram olan üslup, sözlükte ‘*yol, uzun yol, yüz, mezhep, sanat, büyükleme, anlatımda takip edilen usul ve yöntem*’ gibi anlamlar ile ifade edilmektedir. Üslup; dili, hitap edenin kişiliğine bağlı olarak kendine has bir şekilde kullanarak duygu ve düşüncelerini ifade etme tarzıdır (Fettahoğlu, 1993: 178). Literatürde de farklı üslup çeşitlerinden bahsedilmektedir. Bu çalışmada üslup hitabi üslup türü bağlamında ele alınmıştır. Hitabi üslupta hitap edilen hedef kitle genellikle kalabalık insan toplulukları olmakla birlikte üslubun bu çeşidi anlam ve sözlerin kuvvetlendirilmesine dayanmaktadır (Alan’dan aktaran Çevikoğlu, 1999: 10). Hatipleri birbirlerinden ayıran üsluplarıdır çünkü her insanın özelliklerini yansıttıkları kendilerine özgü birer üslubu vardır tıpkı ses tonunun şahsiliği gibi. Aynı konuyu dile getiren hatiplerin konuyu ifade etme tarzları dünyaya bakış açılarına, düşünce yapılarına ve kelime dağarcıklarına göre değişmektedir (Fettahoğlu, 1993: 179). Hatibin ifade etme tarzındaki orijinallik üslubu ortaya çıkarmaktadır.

Sonuç olarak; toplumsal bir bütün içinde düzenin sağlanması ile toplumun ortak amaçlarının gerçekleştirilebilmesi için iş bölümü yapma ve kurumsallaşmayı sağlamaya çalışma gibi birçok sorun ile yüz yüze gelinecektir. Böyle bir durumda siyaset kavramını yaratmıştır (Topbaş, 2010: 82). Toplumsal yapı içerisinde; siyaset kavramının var olabilmesi için temelde iletişim sürecine ihtiyaç duyulmaktadır. İnsan ilişkilerinde yani sosyal bir ortamda insanlar arasında meydana gelen iletişim, dinamik ve fonksiyonel olan bir süreç içermektedir. Akdağ’a göre (2009: 294) mesajı gönderen kaynak tarafından ortaya konan bazı amaçların barınmasını sağlayan iletişim kavramı, siyasetin can alıcı noktasını ortaya çıkarmaktadır. Başarır’a göre (2015: 3) siyasal iletişim açısından, seçmenlere iletilmek istenen mesajların aktarılmasında en önemli kaynak görevini şahsen siyasi liderler üstlenmektedir.

Çünkü seçmenler, liderlerin sözlerine çok dikkat etmektedirler. Yapılan bazı araştırmalarda seçmenlerin oy verme davranışında, liderin çok önemli olduğu hatta birinci etken olarak ortaya çıktığı ifade edilmektedir (Doğan ve Göker, 2013: 29).

Siyasi liderin iktidara gelmek ve elde ettiği iktidarı korumak için kullandığı stratejiler, diğer siyasi liderlerden farklı olan stratejik özellikleri, toplumsal değişimlere göre liderlik üslubunun biçimlenmesine neden olmaktadır Siyasi üslup kavramı; liderlerin hitabet tarzı, görünüşü, imajı, hal ve tavırları, davranış biçimleri, siyasi tutumları gibi çok sayıda birbirinden farklı anlamlara gelebilmektedir. Bu nedenle de bilimsel araştırmalarda bu kavramı kullanmak tercih edilmemektedir ve yapılan çalışmalarda da doğrudan ele alınmamaktadır. Üslup kavramı yerine, literatürde yer bulan ve yaygın olarak kullanılmış olan liderlik tarzları üzerine çalışmalar yapılmaktadır.

Dindarlık kavramı birçok bilim insanı tarafından sosyoloji, psikoloji, antropoloji, tarih gibi disiplinlerde ele alınıp incelenmiştir ve her disiplin de kendi alanları ile alakalı olacak şekilde dindarlık kavramını tanımlamaya çalışmıştır. Bundan dolayı dindarlık kavramının bütün disiplinler için ortak bir tanımını yapmak zor olmaktadır. Dindarlık kavramı din kelimesinden türemiştir ve hatta gündelik dilde de din ile dindarlık kavramları aynı anlamlarda görülüp kullanılsa da dindarlık, dine inananların uyması gereken kuralların bireyin hayatında yaşam tarzına dönüşmesidir. Dindar olarak tanımlanan biri, mensup olduğu din tarafından emir ve yasaklarına uyup yapılan yönlendirmeler ile dinin gereklerini yerine getirendir. Birey de dahil olduğu dini kültürden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenmektedir. Genellikle bireyin etkileşim içinde olduğu sosyal çevre bu durumda önemli bir rol üstlenmektedir.

Çalışmada araştırmanın sorunsalı, “Liderlerin üsluplarına yönelik algıların oy verme davranışı üzerindeki etkisi nasıl ve ne yöndedir? Bu etkide dindarlık düzenleyici bir etkiye sahip midir?” şeklinde belirlenmiştir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı; liderlerin üsluplarının oy verme davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymak ve bu etkide dindarlığın düzenleyici rol oynayıp oynamadığını belirlemektir. Bu amacı gerçekleştirmek için ülke genelinde öğrenim görmekte olan ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencileri ile iletişime geçmek noktasında yeterli zaman ve bütçe olmadığından evren olarak sınırlamaya gidilerek Adana ve Nevşehir illerinde bulunan üniversitelerde inceleme yapılmasının uygun olacağı düşünülmüştür. Bu

kapsamda araştırmanın rneklemi, Adana ve Nevşehir illerinde bulunan üniversitelerde öğrenim gören ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrenciler olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmanın konusuna bağlı olarak geliştirilen araştırma modeli, sorusu ve hipotezlerine cevap bulmak için yapılan tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, üslup kavramına ilişkin açıklamalar ile birlikte siyasal iletişim, politik konuşma ve liderlerin üslup çeşitlerine yer verilmiştir. İkinci bölümde, oy verme davranışı ve dindarlık kavramlarının tanımlamaları ve açıklamaları ile oy verme davranışı modelleri ve dindarlık ölçeklerine yer verilmiştir. nc bölümde, dindarlık kavramına ilişkin açıklamalar ile birlikte dindarlığı etkileyen faktörler, dindarlık lme, dindarlık tipleri ve dindarlık ölçeklerine yer verilmiştir. Dördüncü bölümde, Adana ve Nevşehir illerinde bulunan üniversitelerde öğrenim görmekte olan n lisans, lisans ve lisansüstü öğrencilerin siyasi liderlerin üsluplarına yönelik algıların oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolünün olup olmadığı belirlemek amacıyla yapılan alan çalışmasının bulguları yer almaktadır. Son olarak çalışmanın bulguları literatür sonuçları ile karşılaştırılmış ve tartışılmıştır. Ayrıca gelecekte benzer konularda yapılabilecek çalışmalara yönelik birtakım öneriler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

SİYASAL İLETİŞİMDE ÜSLUP VE LİDERLERİN ÜSLUBU

Bu bölümde üslup kavramına ilişkin açıklamalar ile birlikte; siyasal iletişim, politik konuşma ve liderlerin üslup çeşitlerine değinilmiştir.

1.1.Üslup Kavramı

Üslup kavramı, ilk çağlardan beri süregelen, eş zamanlı ve art zamanlı boyutlarıyla tartışılan, teoriden çok pratikte kullanılan *ifade etme sanatı* olarak ortaya çıkmaktadır. İçinde bulunduğumuz dünya içerisinde yaşayan varlıklardan biri olan insan, diğer canlılardan birbirleriyle anlaşacak şekilde iletişim kurmalarıyla ayrılır. İnsanoğlu yeryüzünde varlığını sürdürmeye başladığından beri konuşma ihtiyacı olan, konuşan ve ilerleyen zamanda da konuştuklarını yazıya geçirme ihtiyacı duyan ve kendini ifade etme yönünden kullandığı dile kendine has özellikler katmıştır. Başlangıç zamanı tam olarak tahmin edilemeyen bu sürecin Batı’da *retorik*, Doğu’da *belâgat* ile adlandırılıp kısa bir süre sonra da *filoloji* olarak devam edilmesi, ardından da *üslup* adlı bir disiplin olarak ortaya çıktığı görülmektedir (Çalışkan, 2014: 29-30).

Anlatılan bir durumun, ifade edilen bir sözün; kim aracılığıyla, kime yönelik, neden ve hangi makamdan söylendiği kadar nasıl bir üslupla söylendiği de önemli görülmektedir. Anlatılanın içeriği kadar onun ifade edilme usulü de önemlidir, böylelikle de ulaştırılmak istenen mesajın temeli oluşturulmuş olmaktadır (Çevikoğlu, 1999: 7).

Üslup farklı birçok alanda ve birbirinden farklı şekildeki tanımlarıyla ortaya çıkmaktadır. Karabulut’a göre üslup kavramı, Arapça kökenli olup tarz, usûl, biçem, deyiş, yöntem, yol olarak da ifade edilmektedir ve bu kavram Batı’da farklı ifadelerle belirtilmektedir (Karabulut, 2012: 2). Üslup kavramı Batı Edebiyatında bulunan anlamlarına bakıldığında “*kalem*” anlamına gelen Latincesi *stylus*, Fransızcası *style*,

İngilizcesi *style* ve Almancası ise *stil* olarak belirtilmekte olup (Çoban, 2004: 13; Divlekci, 2007: 118) insanın kendini yazı yolu ile dile getirme biçimi olarak tanımlanmaktadır (Durmuş, 2012: 383). Türkçeye de Recaizade Mahmut Ekrem tarafından üslup olarak (Yetiş, 2006: 320) kazandırılmış olup *tarz*, *tavır*, *eda*, *anlatım*, *dil* ve *ifade* gibi karşılıklara gelerek kullanılmaktadır (Başarı, 2015).

Zihinde hayat bulan düşüncenin düzenlenmesinden sonra fikir olarak ortaya atılması şekline *eda*; zihinde planlanan konunun da bir plan dahilinde dilin kurallarına da uyarak yazıyla veya söz ile aktarılmasına *anlatım*; dilin, kişinin kendi kişiliğine bağlı olarak duygusunu, düşüncesini farklı ve özel bir şekilde ifade etmesi tarzına da *üslup* denilmektedir (Başarı, 2015).

Üslup ile ilgili en eski bilgiler Yunan hitabet yapıtlarında görülmektedir. Kalabalık grupları ikna etme araçlarından sayılan üslup kavramı, hitabet ilmi içerisinde incelenmiştir. Aristo'nun Retorika'sının üçüncü bölümü, Quintilianus'un Institutio Oratoria'sının sekizinci bölümü etkili hitabetin bir yolu olarak görülen üslup kavramına ayrılmıştır. Batılı filologlar üslup kavramına dair bilgileri ve kültürü Aristo ve Quintilianus'tan devralarak aşağı (basit), orta (vasıt) ve yüksek (sâmî) şeklinde üç üslup düzeyi olarak belirlemiş ve bunların en belirgin örneklerini ise Latin şairi olan Publius Maro Vergilius'un şiirlerinde bulmuşlardır (Durmuş, 2012: 383).

Retorik kavramının sözlükteki karşılığı belagat, söz bilimi ve hitabet sanatı kavramları ile belirtilmekte fakat retorik disipliniyi sırf ikna edici söylem veya etkileme olarak çözümlenmek mümkün değildir. Batı'ya (2010: 72) göre retorik, geçmiş zamanlarda Romalı hatiplerin söylemlerinde şekillenen ve sırf politik gerçeklik üzerine odak haline gelmekten öte kitleyi etkilemeyi hedefleyen sözlerin temelini meydana getiren bir dil cambazlığıdır.

Mutlu ise (1994) retorik kavramını şöyle açıklamaktadır: “*Modern anlamda retorik, ciddi, titiz, bilimsel söylemin karşısında duran ve doğruyu aktarmayan ya da abartılmış mesajları niteler. Buna karşılık postmodernistler güzel konuşma sanatı, fikirlerin sanatkârane sunumu şeklindeki daha klasik tanımı benimsemektedirler. Retorik bu bağlamda, simgelerle oynamayı ve hegemonik bir görüşü dayatma ya da kendi üstünlüğü konusunda ayak direktme amacı ya da tasarımı olmayan açık bir metin içinde anlamın kurulmasını anlatmaktadır*”.

Yüksel'e göre (2005: 58-59) üslup kavramı konuşmayı meydana getiren etmenlerden olan ses, telaffuz, konuşma dinamiği ve sözcük birikimiyle beraber dikkate alınmaktadır. Sözlükte izlenen yol, benimsenen tarz anlamlarına gelen üslup; dil ve edebiyatta da kişinin kendi duygusunu ve düşüncesini ifade etme şekli olarak belirtilmektedir.

Çoban (2004) üslup kavramını “belli bir görüş ve birikime sahip sanatçının yaşamı boyunca kazandığı tecrübelerle seçmiş olduğu konuyu, biçim ve içeriğin belirlediği araç ve yöntemleri kullanarak kendine özgü bir şekilde yarattığı kelimelerle aktarmasından dolayı ortaya çıkan bir edebî değer unsurudur” şeklinde ifade etmiştir.

İbn Haldun'a göre ise üslup kavramı bellekte ve hayalde tezahür eden yolları kelimelerle ve tamlamalarla özgün bir yapı meydana getirme biçimidir (Mîşâl Âsî-Emîl Bedî' Ya'kub, 98-99).

Arap edebiyatında da üslup için farklı tanımlamalar yapıldığını belirten Önal (2008: 32) Ali Carim ve Mustafa Emin'in konuşmanın amacı ve dinleyenler üzerindeki etkisini dikkate alarak tanımlamalar yaptıklarını belirterek yapılan bu tanımlara çalışmada yer vermektedir. Anlatılmak istenen şeyi en kısa ve etkileyici yoldan oluşturulan sözcükler ile söz söyleme tarzına üslup denmektedir. Diğer bir ifadeyle üslup, yerinde ve zamanında olacak şekilde yapılan farklı konuşma şekilleridir. Ayrıca bu tanımlamaların dışında üslup, herhangi bir konuşmacının dili kişisel olarak kullanmasıyla ifade etme biçimidir.

Yabancı literatürde bulunan üslup kavramının tanımları şu şekildedir:

- “Üslup, aklın fizyonomisidir” (Schopenhauer'dan aktaran Çalışkan, 2014: 36).
- “Üslup insanın ta kendisidir” (Buffon'dan aktaran Çalışkan, 2014: 36).
- Üslup, “uygun bir biçimde ve açıklıkla anlamı taşıma sanatı”dır (Coleridge'dan aktaran Çalışkan, 2014: 36).
- Üslup, “bireyin içten gelen farklılıklarının ve benzersiz özelliklerinin kademeli olarak dışa vurumu”dur (Bebek, 2004: 2).
- Üslup, “mananın en ayrıntılı bir şekilde işlenmesidir” (Wimsatt'dan aktaran Çalışkan, 2014: 36).

- “Üslup, konuşan öznenin yahut yazarın mizacı ve niyeti ile belirlenmiş ifade vasıtalarının seçimiyle biçimlenmiş bir ifade tarzıdır” (Guiraud’dan aktaran Çalışkan, 2014: 36).
- Üslup, “tercihe açık olan dilbilimsel özelliklerin seçimi ve düzenlenmesi” dir (DeVito, 1967: 249).
- Üslup, zihinde ve hayalde beliren suretleri kelime ve terkip kalıplarına dökme tarzı, dokuma biçimi, onlardan özgün bir yapı oluşturma yöntemidir” (Mîşâl Âsî–Emîl Bedî‘ Ya‘kub, 1987).

Yerli literatürde bulunan üslup kavramının tanımları ise şu şekildedir:

- “Üslûb dediğimiz şey her şahsın efkâr ü mülâhazâtını ta’bîrdeki tarz-ı mahsûsudur” (Ekrem, 2011: 366).
- “Mevki’-i beyân ve ifâdeye va’z eyleyeceğimiz tasavvurât ve efkâr zihinde istihsâr olunduktan sonra bir tarz-ı mahsûs ile tebliğ edilmek iktizâ eder ki bu tarz-ı mahsûsa istilâh-ı edebiyâtda üslûb nâmı verilir” (Fehmi, 1885: 13).
- “Üslûb yâhûd beyân fikrin lisânı, ihtisâsât ve mütâla’âtımızı irâe eden kuvve-i ifhâmdır ki efkâr arasında vâsita-i münâkaledir. Üslûb ihtisâsât ve mütâla’ât-ı beşeriyyenin bir ma’kesi olduğu cihetle tabâyi’ ve ahlâk-ı beeriye ile berâber tebeddül eder. Binâenaleyh üslûp muharririn tab’ ve fikrine, zemîn-i hissiyâtının cins ve nev’ine, mevzû’-ı bahs olan ehâsın hulkıyyet ve tabî’atına göre tehâlûf eder... Âsâr-ı edebiyede üslûb hüsn-i ifâdeden ‘ibâretidir” (Yetiş, 1997: 350).
- “Üslûb-ı ifâde veyâhûd yalnız ifâde veyâ beyân, efkâr ü hissiyyâtın ekâl-i mahsûsasından ibâretidir” (Tahir, 2013: 304).
- “Bir muharririn, bir hatibin efkâr ü hissiyyatını tebliğ için malik olduğu tarz-ı mahsûs ifadedir” (Fehmi, 2004: 311).
- “Fikir veya duyguyu anlatmak için kullanılan özel anlatı tarzına üslûp denir” (Özön, 1954: 282).
- “Üslûp, sözlerin zamanın icabı göz önüne alınarak şahsi bir düzen içinde işlenen konunun cinsine göre tanzimidir.”; “Üslûp, sürekli ve sabırlı bir çalıma sonucu kazanılan bir yetenekle zaman, konu, tür ve kişiyi bir eser içinde; okuyanlara ve dinleyenlere etki edecek tarzda birleştirme işidir” (Aktaş, 1973: 88).

- “Bir yazarın duygu, düşünce ve hayallerini anlatırken dili kendine göre kullanım tarzına üslûp denilir” (Kaplan, 1977: 429).
- “Üslûp, düşünce, duygu, hayal ve eylemlerin kişisel anlatı biçimidir” (Kudret, 1980: 511).
- “Üslûp, hedef birime vermek istediği mesajı en etkili şekilde aktarabilmek için, kaynak birimin dilin ifade imkânlarını özgün ölçütlerle seçip kullanmak suretiyle anlatıma kattığı kişisel nitelikteki özelliklerin bütünüdür” (Divlekci, 2008: 251).
- “Üslûp; sanatkârın, ferdî bir duyu tarzı ve kompozisyona sahip muhtevayı, kelimedenden cümleye kadar uzanan dil unsurları aracılığıyla ve belli bir yapı bütünlüğü içinde, ferdî ve orijinal bir biçimde ifade etmesidir” (Çetişli, 2008: 88).
- “Üslûp, yazarların fikirlerinin, duygularının, düşüncelerinin kişisel anlatı biçimidir” (Odacı, 2009: 277).
- “Biçem (deyiş, üslûp, style), bir metindeki dil kullanımının, bir yazar ya da döneme özgü dil özelliklerinin tümüdür” (Güven, İmer, Kocaman ve Özsoy, 2001: 50).
- “Biçem yazarın etkin bir iletişim kurmak için başvurduğu bir araçtır” (Erden, 2002: 17).
- “Üslûp, duygu ve düşünceleri ifade etme şekline, kelimelerin seçiminden onların terkibine, cümle ve paragraflar haline gelişine, söz ve yazı sanatlarıyla günlük dilin dışına çıkmasına denilir” (Kahraman, 2012: 387).

Üslup kavramı, hitap edenin düşüncelerini aktarmak için dilin kaynaklarından yararlandığı metotların bütünüdür. Üslup, kişinin bazı sonuçları gerçekleştirebilmek ve düşüncesini aktarmak için yararlandığı dilin seçmelerinden ortaya çıkar ve hem zenginlik hem de güçlük unsuru olarak nitelendirilir (Çalışkan, 2014: 42).

Üslup kişiden kişiye değişiklik gösteren özel bir ifade tarzıdır, örneğin edebiyatta Yaşar Kemal’in üslubu, siyasette ise Recep Tayyip Erdoğan’ın üslubu gibi. Üslup aynı zamanda bir grubun özgün anlatım şeklidir, örneğin edebiyatta Beş Hececiler üslubu, siyasette birleştirici üslup gibi. Bu tarz örnekler artırılabilir fakat bu tanımlamaların hiçbirinin tek başına üsluptan bahsettiği söylenemez (Önal, 2008: 32).

Bakıldığı üzere üslup kavramı için pek çok farklı tanım yapılmakta ve her tanım ile beraber kavramın farklı bir yönüne vurgu yapılarak o yönünün fark edilip kavranmasına olanak sunulmaktadır. Yani üslup sadece edebi yönüyle sınırlı kalmayıp dilin iletişim görevi olarak kullanıldığı tüm bireysel ve toplumsal alanlarla bağlantılıdır (Divlekci, 2008: 17).

Bu tarz bir bakış açısıyla üslup kavramının daha iyi kavranması için niteliklerine bakılarak kavramın zihinde anlamlandırılıp içselleştirilmesi gerekmektedir.

1.2.Üslubun Nitelikleri

Bir sözün kim aracılığıyla, kime yönelik, hangi amaç ile ne için söylendiği kadar, hangi şekilde yani hangi üslupla söylendiği de söz söyleme sanatı (retorik) açısından oldukça önemlidir. Yani söylenen sözün içeriği kadar söyleniş tarzı da önemli olmaktadır. Bu durum iletilmek istenen mesajın alıcıya (muhataba, ilgiliye, seçmene) olması gerektiği gibi ulaştırabilmenin temelini oluşturur. Alıcı (muhatap, ilgili, seçmen) üzerinde gereken etkiyi oluşturabilmek için söz konusu olan konuya göre bir üslup belirleyebilmek üsluba değer katacak olan bir durumdur (Başarı, 2015). “Edebiyatta Üslup Üzerine Sözün Tadını Dilde Duymak” adlı eserinde üslubun niteliklerini aşağıdaki gibi sıralayan Çoban (2004: 17-19)’a göre:

- Üslup, kişiseldir ve kişiliğe bağlı olarak oluşur.
- Üslup, dile bağlıdır ancak ifadenin biçimine ve içeriğine de bağlıdır.
- Üslup, dilde görülen çokanlamlılık ile ilişkilidir.
- Üslup, bilinçli ve aynı zamanda çok dikkatli ve özenli bir çalışma gerektirir.
- Üslup, dilin kullanımına göre değişkenlik gösterir.
- Üslup, söylenen şey ile söyleyiş şekli arasında bir ayrımın olmaması gerekir.

Bu maddelerin siyasal iletişimde siyasi liderlerin konuşmalarına uyarlanabilir nitelikte olduğundan söz edilebilir.

Durmuş’a göre (2012) üslupta dikkat edilmesi gereken ve uyulması önemli olan dört tür ifade tarzı vardır. Bunlar;

- İlmi Üslup: Bilimsel eserlerin anlatımında kullanılan bu üslubun ayırıcı niteliği ilmî ifade titizliği ve açıklıktır. İlmî üslup ifade titizliğine ve açıklık özelliklerine engel olan çok anlamlı, belirsiz, açık seçik olmayan kelimeler, mecazlar, kinayeler ve süslerden temizlenmelidir. Edebî betimleme amacı

taşımayan ve konuların açıklanmasına yardım eden örnekleme türünden benzetmeler bu üslûba uygun düşmektedir.

- Edebî Üslup: Edebî eserlerin anlatımında ve yazımında kullanılan üslubun ayırıcı niteliği estetikdir. Estetik, edebî eserlerde yer alan parlak hayal, ince tasvir, nesne ve olaylar arasındaki uzak benzerlik ilgilerini keşfetmek ile somutu soyut, soyutu somut biçimde ortaya koymak gibi faktörlerden kaynaklanmaktadır. Abartılı anlatım, hüsn-i ta'lîl, teşbih, mecaz, istiare, cinas, seci, tezat, tevriye gibi sanatlarla örülmüş süslü ve kapalı, çoğu zamanda sembolik bir anlatım şekli edebî üslubun öne çıkan nitelikleridir. Edebî üslupta karşı tarafı etkilemek amacı ile duyguyu güçlü bir tonla ifade etmek de arzu edilen bir konudur.
- İlmi Edebî Üslup: İlmi üslup ve edebî üslubun özelliklerini bir arada barındırır. Böylece bilimsel konular edebî bir anlatım tarzı ile yazı olarak ifade edilmiş olur. Deneysel bilimlerle beşerî coğrafya, tarih, psikoloji ve sosyoloji gibi bilimlerde uygulanan bir anlatım yöntemidir. Bu üslupta açıklık, yalınlık, basit cümleler ile edebî anlatım örgüsü önemli özelliklerdir.
- Hatâbî Üslup: Hutbe, hitabe ve konuşmalarda geçerli olan anlatım biçimi olarak ifade edilmektedir. Yapılacak konuşmanın muhatapların düzeyine, durum ve şartlarına göre basit-tumturaklı, yumuşak-sert vb. şekilde yapılması, ses tonunun ayarlanması, jest ve mimikler ile anlatımın desteklenmesi, pekiştirme, eş anlamlı kelimeler ve tekrarlar ile ifadenin güçlendirilmesi, ana düşünceye sık sık vurgulamalar yapılması, uzun cümlelerin kullanılmaması, bütünlüğün sağlanabilmesi için de geçiş ifadelerinin kullanılması ve sonunda konuşmanın parlak cümlelerle bitirilmesi hatâbî üslubun başarı sağlama şartları arasındadır.

Bu türler arasında bu çalışmanın ilgilendiği tür ise hatâbî üsluptur. Durmuş'a göre (2012) söylev ve konuşmalarda kullanılmakta olan hatâbî üslubun başarılı olma şartları ise şunlardır:

- Yapılan konuşmanın hitap edilen kişi ve grupların seviyesine, beklentilerine, koşullarına göre ses tonunun ayarlanarak yapılması,
- Jest ve mimiklerle hitap edenin yaptığı konuşmayı desteklemesi,
- Pekiştirme ve tekrar ifadeleriyle anlatımın güçlendirilip, konuşmanın da ana fikrine vurgular yapılması,

- Uzun cümlelerden uzak durarak ve asıl konudan kopmayarak bütünlüğü destekleyici manası geniş olan ifadelerin de kullanılması ile konuşmanın sonlandırılması

Görüldüğü üzere liderin üslubu, üslup türlerinden hatâbî üslup olarak değerlendirilmektedir. Siyasi liderler kitlelere hitap ederek başarı sağlamak istiyorlarsa hatâbî üslubun başarılı olma şartlarına uymaları gerekmektedir.

1.3.Üslubun Özellikleri

Siyasal iletişimde aralarında ayrım olmayan bir dil tercih eden siyasi liderler, erişmek istedikleri sonucu değişik şekillerde anlatırlar. Her siyasi lider kendine has bir yol izler ve bu yolu kendisini ifade etme sürecinde seçtikleri kelimelerle, o kelimeleri seçerken gösterdikleri titizlikle, ifadelerindeki açıklıkla, ifadeler arasında kurdukları mantıksal bağ ile seçmeni peşinden sürükleyecek, dikkatlerini çekecek konu ya da konuları çatışmacı veya uzlaşmacı ifadelerle açıklamak mümkündür (Başarır, 2015: 82-83).

Üslup bir bakıma şahsi bir tasarruftur. Üslup kavramı tavır, davranış, eda, söyleyiş tarzı, kişinin ve grubun bir şeyi ifade şekli, bir edebi eserin söyleniş özelliği, kelimeleri kullanma şekli gibi ifadelerle de aktarılmış ve kişiden kişiye değişen yorumlara tabi tutularak bir nevi tanımsız kelimelerden de sayabilmektedir (Önal, 2008: 32).

Üslup, kişinin bütün özelliklerinin dile yansımalarıyla ortaya çıkmaktadır. Her bir üslup dilin kullanılma şekline göre farklılık göstermektedir.

Atalarımız ise üslup kavramını tanımlarken, “Üslup, sahibinin kişiliğini yansıtır” yani “üslub-ı beyan, aynıyla insan” sözünü kullanmışlardır. Benzer bakış açısı, başka milletlerin literatüründe de görülmektedir örneğin Fransızca’daki ifade edilmiş şekliyle “Le stil, c’est l’homme” gibi (Aytaç, 1999). Üslup ile insan kavramlarını özdeşlerken, her insanın hâl ve tavırlarında kendine özgü, orijinal bir yönün varlığından bahsedilmiştir. Her insanın yüz hatları veya parmak izi gibi üslubun da özel bir yönün belirlenmesiyle ortaya çıktığı kabul edilmiştir (Önal, 2008: 33). İnsan, doğuştan hatta yaratılışından gel ve diğer insanlarda da olan tavır ve ifadeler ile kendini gösterirken, kendine özgü öyle herkeste olmayan bazı tavır ve ifadeler de sergiler ve böylelikle orijinal bir üslup edinmiş olur.

Karaaliolu'na göre iyi bir üslup sahibi olmanın yolları Şu Şekilde belirtilmiŐtir (Çalışkan, 2014: 45):

- Fikir; verilen örnek ve anlatım yönünden içten olmalı, yapmacıklıŐa kesinlikle yer verilmemelidir.
- Kapalılıktan, anlamsızlıktan kaçınılmalıdır.
- Ahenkli, akıcı bir anlatım kullanılmalıdır.
- Gereksiz ifadelerden kaçınılmalı, duruluŐu saŐlamalıdır.
- slubu canlı tutmak için duyuya hitap eden bir dil kullanılmalıdır.
- DŐnlenler ve bilinenler; eksiksiz ve fazlalık olmadan anlatılmalıdır.
- Anlatım açık, düzgün ve özenti olmayan bir Şekilde olmalıdır.

FettahoŐlu'na göre (1993) iyi bir üslupta olması gereken özellikleri *inandırıcı olma, etkileyici olma, akıcı olma, doŐal olma, tutarlı olma, sade olma, açıklık, duruluk, içtenlik* Şeklinde sıralamak mümkündür. Bu zellikler üslup için oldukça önemli ve anlatımın temelidir. EŐer bu özelliklerden yoksun bir üslup tarzı varsa hitap edilenler üzerinde istenen etki saŐlanamayacaktır.

- **İnandırıcı Olma**

Dinleyenleri, aktarılanların ve anlatılanların gerekliŐine inandırabilmeye inandırıcı olma denir. Dinleyenleri etkileyebilmek kullanılan üslubun inandırıcı olmasına baŐlıdır çünkü inandırıcı olmayan üslup dinleyenler üzerinde olumsuz etki bırakır. Bu yüzden de üslupta en önemli özellik inandırıcılıktır.

Hitap edenin anlattıklarına öncelikle kendisinin inanması üslupta inandırıcı olabilme ile ilgili doŐrudan ilişkilidir. İnandırıcı olma, beceri isteyen bir ustalık işidir ve gönülden, açık yürekli olup anlatılanları benimsemek ile mümkün olmaktadır.

- **Etkileyici Olma**

Aktarılanların ve anlatılanların dinleyenlerin üzerinde olumlu anlamda bir tesir bırakmasına, beŐenilmesine, kabul edilmesine etkileyici olma denir. Temelinde dinleyeni inandırmak vardır. İnanı imrendirecek bir Şekilde anlatma tarzı etkileyici olmanın ana Őesidir.

Yalnızca düşünceleri, görüşleri ve duyguları açıklamak yetmez, iyi bir üslubu yakalamak için dinleyenleri anlatılanlara inandırmak ve etkilemek gerekmektedir. Bundan dolayı etkileyici olma bütün üslup özelliklerini içerisinde barındıran bir kavramdır. Anlatımda akıcılıŐın, yalınlıŐın, itenliŐın, sıcaklıŐın; ifade etme tarzının da gzelliŐi, aıklıŐı dinleyenleri etkisi altına almalıdır.

- Akıcı Olma

İfade de kullanılan sözlerin herhangi bir engele takılmadan yazıya aktarılması ve sesin pürüzsüz bir şekilde akıp gitmesi şekline akıcı olma denir. Akıcı olmak için akışı bozan seslerin, aynı anlama karşılık gelen ve telaffuzu zor olan kelimelerin, cümlelerin çıkarılması gerekmektedir. Kullanılan kelimelerin ve kurulan cümlelerin birbiri ile ayrılmayacak bir biçimde birleşmesi akıcı olmayı sağlar.

Anlatılanların akıcı olması yazı düzeni ile de alakalıdır çünkü belli bir düzen içerisinde aktarılmazsa akış bozulur ve anlatım akıcılığını yitirir. Aynı zamanda uzun, anlaşılması güç ve ne dediği net olarak belli olmayan cümleler de akıcılığı bozar. Bu yüzden anlaşılabilen, net sözler ve cümleler akıcı olma özelliğini barındırmaktadır.

- Doğal Olma

Yapay olmama durumu, kendiliğindenlik, olağan olma durumu gibi samimi ve sıcak bir şekilde söyleyişe dayalı anlatım biçimine doğal olma denir.

- Tutarlı Olma

Fikirlerin, düşüncelerin birbiriyle uyuşup çelişmemesidir. İfade edilen görüşlerin başının ve sonunun tutarlı olması gerekmektedir.

- Sade Olma

İfade edilmek istenen görüş ve düşünceleri herkes tarafından anlaşılabilir tarzda ve yalın bir şekilde anlatma yoludur. Görüşler ve düşünceler karmaşık olsa dahi anlatım sade olursa iletilmek istenen mesaj, hitap edilene ulaşacaktır.

- Açıklık

İfade edilen bir fikrin hemen kavranıp birden fazla düşünceye yol açmadan herkesin aynı şeyi anlamasıdır. İfade edilmek istenen konu, hatip tarafından açık bir şekilde belirlenir ve anlatım kurallarına göre aktarılır. Eğer hatibin anlatmak istediğini hitap edilenler kolay bir şekilde anlayabiliyorsa açıklıktan söz edilebilir.

- Duruluk

Duygu, düşünce ve görüşleri eksiksiz bir şekilde, en kestirme yoldan ve gereksiz sözcük kullanmadan ifade etme tarzıdır. Kurulan cümlelerde kullanılan kelimeler ise mutlaka Türkçe olmalıdır ve kısa cümleler kurmaya özen gösterilmelidir. Böylelikle anlatımda duruluk sağlanabilir.

- İçtenlik

Hatibin duygu ve düşüncelerini samimi olarak, içinden geldiği gibi ifade etmesidir. Ancak hatip, duygu ve düşüncelerini içinden geldiği gibi ifade ederken de ölçüyü kaçırmamalıdır.

1.4.Siyasal İletişim Kavramı

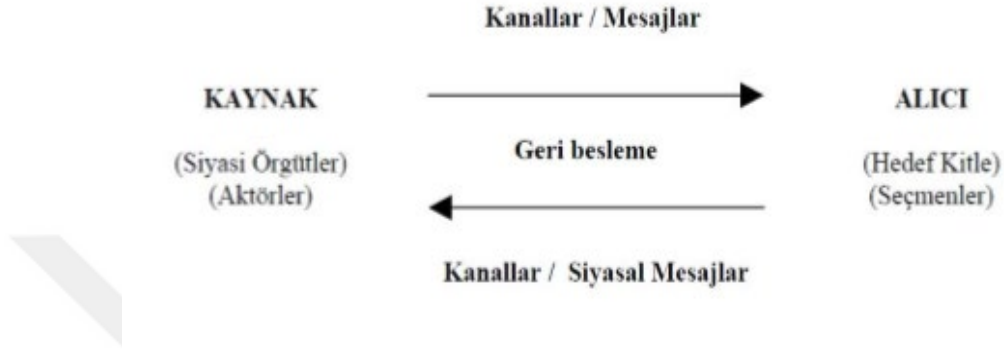
Günümüzde siyasal iletişim, pek çok farklı alanlarda kullanılan popüler bir kavram haline gelmiştir. Aynı zamanda siyasal iletişim, tanımlanması oldukça zor olan bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır ve literatürde birçok tanımı mevcuttur. Farklı alanlarda kullanılan bu kavram kullanıldığı alana göre de farklı yorumlar katılarak tanımlanmıştır. Siyasal iletişimin literatürdeki birkaç tanımı ise şu şekildedir:

Mutlu'ya göre (1989), siyasal iletişim kavramı, siyasal süreçler ile iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri inceleyen araştırmalardan meydana gelen disiplinlerarası bir akademik alan olarak tanımlanmaktadır. İnal'a göre (İnal'dan aktaran Şişman, 2018: 6) ise, siyasal iletişim, siyasi liderlerin kurdukları cümlelerin, siyasi konular üzerinde yaptıkları tartışmaların medya ile aktarılmasıdır. Kentel'de siyasal iletişimi "Siyasal arenada birbirini anlama ve anlatma çabasıdır" diye tanımlamıştır (Kentel'den aktaran Dündar 2011: 11).

Türkiye'de siyasal iletişime yönelik çalışmaların ilki 1960'lı yıllarda başlamıştır. 1960'lı ve 70'li yıllarda basılan kitap ve yayınlanan makaleler incelendiğinde bu çalışmaların çoğunlukla propaganda ağırlıklı çalışmalar olduğu görülmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri radyo ve televizyonun ülkenin geneline Avrupa'dan daha geç olarak yaygınlaşmış olmasıdır. Siyasal iletişim üzerine yapılan çalışmaların gelişimi, kitle iletişim araçlarının gelişimine ve yaygın kullanımına paraleldir ve bundan dolayı Türkiye'deki siyasal iletişim konulu incelemelerin ve araştırmaların artması, 1980 sonrasında özel radyo ve özel televizyonların yaygınlaşmasındaki gelişmeler ile bağlantılıdır (Dündar 2011: 12).

Siyasal iletişimin gelişmesinde kitle iletişim araçlarının rolü oldukça önemlidir ve siyasal iletişimin karışık yapısından dolayı iletişim araçlarının etkin kullanılması zorunlu hale gelmektedir. Uztuğ'a göre (2007: 27) seçim dönemlerinde yapılan siyasal kampanyaların sistematik analiz yöntemleri ile karşımıza çıkması siyasal iletişimin gelişmesinin bir şartı olarak belirtilmektedir.

İletişim kavramındaki beş öge; verici, alıcı, kanal, mesaj/ileti ve geri bildirim/geri besleme, siyasal iletişim kavramında ve sürecinde de aynen veya küçük farklılıklarla var olmaktadır (Akın, 2012: 49). İletişim için belirtilen bu beş ögenin etkili bir şekilde çalışmasıyla iletişim gerçekleşiyor ise siyasal iletişim için de bu ögelerin etkili kullanılması gerekmektedir.



Şekil 1: Siyasal İletişim

Kaynak: (Aziz, 2011: 5).

Siyasal iletişim, siyasi bir mesaj içeren tüm iletişim şekilleridir. Siyasal iletişim kavramı toplumla ilgili olan olaylar dizisi olduğu için toplumsal olaylardan etkilenmiştir. Örneğin; Eski Yunan Döneminde yüz yüze iletişim etkili bir siyasal iletişim yöntemi iken, günümüzde ise kitle iletişim araçları etkili hale gelmiştir (Şişman, 2018: 6).

Siyasal iletişim, toplum ile ilgili olduğu için farklı birçok bakış açısı ile ifade edilebilmektedir. Bunlardan birkaçı şu şekilde tanımlanmıştır: “*Siyasal iletişim, belirli bir kitleyi baskı aracı olmadan manipüle etmek ve bireylerin tutumlarını etkileyerek oy verme davranışlarını yönlendirmek için yürütülen süreci kapsayan bir faaliyettir*” (Barut ve Altundağ, 2005: 80).

Halkla ilişkiler firmalarının, propaganda uzmanlarının seçim kampanyaları düzenlemeleri ve seçim araştırmaları yapmaları da siyasal iletişim olarak tanımlanmaktadır (Erdoğan, 2011: 61). “*Siyasal iletişim, belli ideolojik araçlarını, toplumda belli ülkelere, kitlelere, gruplara kabul ettirmek aynı zamanda eylemlere*

dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere siyasal aktörler tarafından çeşitli iletişim tür ve tekniklerin kullanılmasıyla yapılan iletişimdir'' (Aziz, 2003: 3).

1.5.Siyasal İletişimde Üslup ve Üslubun İşlevleri

Siyasi liderlerin farklı zaman ve mekanlarda üstlenmiş oldukları görev ve sorumluluklardan dolayı kitlelere yönelik yapmış oldukları konuşmalar liderin üslubu olarak farklı açılardan incelenmektedir.

Toplumda var olan iletişimin siyasi boyutu siyasal iletişim olarak adlandırılmakla beraber siyasi adayların seçim kampanyaları, verdiği mesajları, giyim tarzları, güncel olaylara bakış açıları geniş bir görüş açısıyla değerlendirilir ve bu sayede siyasal iletişim süreç ile iç içe geçmiş olur. Fakat siyasal iletişim yalnızca bu süreçlerde değil hayatın her anındadır (Şişman, 2018: 8).

Siyasi sistemlerin içinde en önemli aktörler siyasi liderlerdir ve siyasal iletişim sürecinde lider kişilerin imajları mensubu oldukları parti ile özdeşleşmektedir. Çoğu zaman ise mensubu oldukları partinin önüne geçerek simgeleşmektedirler. Bu yüzden ki lider kişilerin imajları önemli görülmektedir. Göksu'ya göre (2013) siyasal iletişimde imaj, lider kişilerin üzerinde önemle durduğu ve kitleyi etkisi altına almak için adeta öne sürdüğü bir koz olarak ifade edilmiştir.

Lider kişinin imajı siyasi aktörler tarafından vazgeçilemeyecek bir öge haline gelmiştir. Seçmenleri oy verme davranışı yolunda ikna eden öge olarak görülmüştür. İkna edilen seçmen ikna olduğu siyasi lideri, liderin imajını ve siyasi fikrini benimseyerek yaymaya çalışır.

Lider kişi, Doruk (2006: 127-141) tarafından şu şekilde tanımlanmıştır:

“...Liderler, yetiştirme ve iş birliğine dayalı çalışmalarını organize etme kapasitesi olan, sorumluluk alma ve başladığı işi bitirme iradesine sahip, hedefleri gerçekleştirmede yürekten istekli, gerektiğinde risk alabilen ve problem çözme konusunda orijinal görüşlere sahip, kendisine ve takipçilerine güveni olan davranışlarının ve kararlarının sonuçlarını kabul etmeye hazır, iletişim yeteneği güçlü, diğerlerinin davranışlarını ve ruhlarını etkileme gücü olan ve gerçekleştirilmesi gereken hedefteki ideal doğrultusunda sosyal sistemleri yapılandırma kapasitesi bulunan sosyal mimarlardır.”

Liderlik davranışı, belirlenen amaçlar doğrultusunda lider diye tanımlanan kişinin diğer bireyleri yönlendirip onları olumlu ya da olumsuz bir şekilde etkisi altına alıp

etkileyebilme yeteneğidir. Liderlik, insan ilişkilerini gösterdiği için dinamik bir süreç ve canlı bir olgudur, arka planın da ise farklı birçok niteliğin aynı anda bir kişide bulunmasıyla kendini göstermektedir (Ekodialog, 2005).

Luecke'ye göre (2007) hitap edilen kitle ile etkili iletişim kurmak için sözlü mesajlar ve sözsüz mesajların birbirleriyle tutarlı olması gerekmektedir. Hatibin beden dili ile yaptığı konuşmanın içeriği uyumlu olmalıdır eğer uyumlu olmazsa hitap eden lidere direnmeler artacaktır.

Oktay (2002), siyasal iletişim sürecinde imajın önemine şöyle değinmiştir:

“...Siyasi liderlerin birbirine benzediği ortamlarda, siyasal aktörler arasındaki politik farklar azalarak hepsi birbirine benzemeye başlayınca da onları birbirlerinden ayıran en önemli özellik kendi imajları olmuştur.”

Lider kişiler kendilerine has imajlarının yanı sıra mensubu oldukları siyasal partilerin siyasal imajlarının şekillenmesine etki etmektedirler. Siyasi liderler yalnızca söyledikleri ya da yaptıkları ile değil, hangi üslupla nasıl söyledikleri ve nasıl yaptıkları kişisel imajları açısından etkili hale gelmiştir (McNair'dan aktaran Göksu, 2013: 81).

Siyasi liderlerin üslup çözümlenmeleri yapılırken dikkat edilmesi gereken noktalardan biri Emotional Quotient (EQ)'dur. EQ, duygusal zekâ anlamına gelmektedir ve EQ becerileri liderlik özelliklerini pekiştirir iken, kültürel ve entelektüel donanımın ortaya konmasına yardımcı bulunmaktadır. Aile yapısı ve çevresel faktörler EQ'nun gelişmesinde oldukça etkili olup, siyasi liderin hitap ettiği ve hedefinde olan seçmenleri ile aralarındaki iletişime yardımcı olmaktadır. Siyasi liderin ortaya çıkardığı üslubu olumlu ise bu üslup tarzını devam ettirebilmesi önemlidir. EQ, şu özellikleri kapsamaktadır:

- Stresle başa çıkmak,
- Soğukkanlı olmak,
- Saygılı olmak,
- Nezaketli bir birey olmak,
- Olgun olmak,
- Çevre ile ilişki kurmak,
- Yapıcı olmak ve
- Kararlı olmak (Göksu, 2013: 78).

Powell ve Cowart (2003: 55), siyasi liderin üslubunun temelinde olması gereken dürüstlük, yetkinlik ve etkileyciliğin siyasi liderin imajına da katkı sağladığını belirtmektedir. Bu doğrultuda üslup, liderin seçmenler karşısında bir imge meydana getirmesinde rol oynayan bir araç olarak görülmektedir.

Siyasi liderler, seçmenler karşısında bir şeyleri ifade etmeye başladıklarında onlara aracı olan dil farklı olanaklar gösterecektir ve bunların arasından bir seçim yapacaklardır. Siyasi liderlerin üslup seçimlerindeki başarıları seçmenlerin karşısında kendilerini net bir şekilde ifade etmelerini sağlayacaktır (Başarır, 2015: 88). Siyasi iletişim sürecinde bir sözün kim aracılığıyla, kim için, ne için söylendiği kadar hangi üslup ile söylendiği de önemlidir. Yani liderlerin söyledikleri sözlerin içeriği kadar söyleniş tarzları da oldukça önemlidir. Liderler üslupları ile seçmenlerin gözünde kendileri açısından bir farkındalık oluşturmakta bunun sonucunda kolaycılığın oluşmasında liderlerin üslupları uyarıcı görevi yüklenmektedir (Başarır, 2015: 89).

Bu süreci özetleyecek olursak siyasi liderlerin sözleri ile ortaya çıkan üslupları; kişiliklerinin algılanmasına, verdikleri mesajların seçmenlerin dikkatini çekip onların onayını almalarına ve farklılık yaratmalarına yardımcı bulunmak gibi görevleri gerçekleştirmektedir.

1.6.Siyasi Liderlerin Üsluplarının Belirginleştiği Alan Olan Dil ve Politik Konuşma

Siyasi, ekonomik ve sosyal fikirleri ortaya koymak için hazırlanan her siyasi eylem, dil aracılığıyla harekete geçirildiğinden dolayı dil burada önemli bir roledir (Bayram, 2010: 24). Dil; duyguları, düşünceleri, görüşleri iletebilmek için kullanılan başlıca araçlardandır. Dilin kullanımının üretim ve kavrama şeklinde iki yönü bulunmaktadır. Dil üretme aşamasında bir düşünce ile başlayıp, düşüncüyü bir cümleye çevirmek ile devam edip nihai sonuçta ise sesli ifade etmek ile son bulur. Dili kavrarken önce sesleri işitiriz, seslere anlamlar ekleyip bunlardan bir görüş çıkartırız. Bu doğrultuda Atkinson ve diğerleri (2002: 318) dili, sözcükler ve cümleler aracılığı ile duygu, düşünce ve görüşlerin konuşma ile bağlantılı olduğu çok düzeyli bir sistem olarak belirtmektedirler.

Siyasi liderler dil aracılığı ile politik konuşmalar yaparak siyasal iletişim sürecinde seçmenlere aktarmak istediklerini kamuoyunda paylaşmaktadırlar. Smith'e göre

(1990) politik konuşma; toplumsal bütünleşmeye, yasa oluşturmaya, çatışmaları çözmeye ve politikalar hazırlamaya yardımcı olan bir araç olarak tanımlanmaktadır. Siyasi liderlerin yeteneklerinin algılanmasında ve değerlendirilmesi noktasında gündemdeki siyasi konuşmaların ve siyasi tartışmaların seçmenleri etkileme olasılığı bulunmaktadır (Catellani vd., 2013: 77).

Politik konuşma ikna özelliğini içinde barındıran ve biraz daha boyut kazandığında “söylem” kavramı şeklinde ortaya çıkmaktadır (Polat, 2008: 127). Söylem kavramı herhangi bir dil bilimci için “cümlelerin ötesindeki” anlamına gelirken bazı dil bilimciler için ise söylem, dilin kullanımına işaret edebilmektedir. Eleştirel kuramcılar tarafından söylem, gücün söylemi, iktidarın söylemi konu edilerek sosyal bilimler açısından farklı bağ kurulmuştur. Söylem kavramı politika alanında, diğer alanlara nazaran daha geç kullanılan bir tekniktir. Türkiye’deki literatürde ise söylem kavramına dair yapılan çalışmaların en kapsamlı olanı Edibe Sözen’in “Söylem” adlı eseridir ve söylem kavramını “*Hayat söylemlerdedir ve hayat söylemler ile gerçekleşir. Artık Newton’un mutlak zamanı ve uzayı içinde değil; belirsiz, kaotik bir söylemler evreninde yaşıyoruz*” şeklinde tanımlamıştır (Sözen, 2014: 9).

Söylem kavramı Bayram’a göre (2010); sosyoloji, psikoloji ve diğer disiplinlerin aracılığı ile dilbilimden gelen geniş bir alanı kapsamaktadır. Dursun’a göre (2001) ise söylem, dil ve ideolojinin aralarındaki ilişkiyi anlamakta geniş bir alan sunmaktadır. Günay (2013) tarafından ise dilin toplumsal kullanımı ile söyleme dönüştüğü belirtilmektedir ve sonuç olarak söylem kavramı Günay’a göre uzamsal, zamansal ve kişiyle bağlantılı değişkenler açısından oluşturulmuş dilsel ve dil dışı olan yapıları anlatan bir kavram olarak tanımlanmıştır (Günay, 2013: 26). Söylemin bulunmasından sonra, artık evrensel gerçekliğin olmadığı, gerçekliklerin olduğu ve her söylemin birer gerçeklik yapısı olarak ortaya çıktığı görülmektedir (Sözen, 2014: 9). Liderler kendilerine has söylemleri ile kendi gerçekliklerini yapılandırarak seçmenlere sunmaktadırlar. Bundan dolayı siyasi liderlerin kişisel özelliklerinden ortaya çıkan kendi tarzları sayesinde söylemlerine de doğal olarak yansımış olacaktır. Dil, insanlar arasındaki iletişimde yoğun bir şekilde kullanılmakta ve insanların sahip olduğu zenginliğin, kültürel yapının belirgin özelliklerini taşımaktadır. Dilin, insanlar tarafından paylaşılması ile beraber, bir araç özelliği taşıdığı da söylenmektedir.

Dilin en çok Jacobson tarafından sınıflandırılan altı işlevi bulunmaktadır (Aktaş, 2007: 28; Karagöz, 2007: 181; Uçan, 2006: 221). Sınıflandırılan işlevler ise şunlardır:

- **Göndergesel İşlev:** Göndergeyi benimseyerek dilsel iletişimde yürütülen konu hakkında bilgi verip, olayı geliştirilen davranışların dil aracılığı ile ifade edilmesini amaç edinen bir işlevdir. Dil, iletilmek isteneni olduğu gibi aktarmak amacı ile düzenlenmiş ve kullanılan kelimeler temel anlamında ise göndergesel işlevden bahsedilebilir (Karagöz, 2007: 183). Siyasal iletişim sürecinde siyasi liderler, siyasi arenada meydana gelen olayları, olayları geliştiren davranışları birer göndergeye dönüşmesine yol açmasıyla kendilerini ifade etme olanağı bulmuş olurlar. Olaylar ve olayları geliştiren davranışlar karşısında siyasi liderler, söyledikleri ile durdukları yeri anlatırlar. Liderlerin gündem oluşturmak amacı ile tartışılacak birer konu bulmaları ve o konu hakkında sergiledikleri duruş ile seçmenlere görüşleri hakkında göndermelerde bulunmaları göndergesel işleve örnek gösterilebilir (Başarır, 2015: 91).
- **Duygusal İşlev:** Konuşmacıya yönelik olan bu işleve göre, sözün üzerinde konuşmacının damgası bulunmaktadır ve konuşmacının izini, sözde bulmamız mümkündür (Karagöz, 2007: 183). Guiraud'e göre (1999), sözcüklerin anlamları yoktur ama kullanımları vardır ve yapılan konuşmanın niteliğinin sözcükler ile kurduğu ilişkilere bağlı olduğunu belirtmektedir. Siyasi liderler politik konuşmalarda aktarmak istedikleri konu ile ilgili duygularını yansıtmak için dilin duygusal işlevini kullanmaktadırlar. Dilin bu işlevi ile siyasi liderler duygularını karşı tarafa hissettirerek seçmenleri etkileyebilmektedir. Seçim dönemlerinde siyasi liderlerin mitinglerde görüşlerine kaynak oluşturan şairlerin şiirlerini okumaları, ideolojileri doğrultusunda kullandıkları kavramlar ya da konuşmanın yapıldığı yörede kullanılan yerel söylemlerden örnekler verilebilir (Başarır, 2015: 92).
- **Çağrı İşlevi:** Gönderici bir metin oluşturup alıcının belli bir fikre, düşünceye, görüşe yönelmesini istemektedir ve alıcı da bir davranış değişikliğinin meydana gelmesini amaç edinmektedir (Yılmaz, 2013: 1317). Bu işlevin gönderici açısından en önemli amacı tanıtım gerçekleştirmek (Uçan, 2006: 222) olup göndericinin çağrı işlevine başvurarak dinleyenleri harekete

geçirerek eylemin içine aktif olarak dahil etmek istemesidir. Politik konuşma esnasında siyasi liderlerin rakip siyasi liderleri çeşitli tartışma ortamlarına davet etmeleri, seçmenleri oy vermeye davet etmeleri ve siyasi liderlerin birbirleri için kullandıkları kavram ya da tanımlamalar çağrı işlevi olarak değerlendirilebilir (Başarır, 2015: 92).

- İlişki İşlevi: İlişki kavramı en az iki tarafı kapsayan, bir amaç doğrultusunda kurulan, geçici ya da sürekli olan, çeşitli tarzda duygu, düşünce, tutum barındıran bağlantı şeklinde tanımlanabilmektedir (Erdoğan, 2006: 16). Konuşmalarda kullanılan bazı ifadelerin temel amacı, iletişim kurup var olan bu iletişimi devam ettirmektir. Konuşan ile muhatap arasındaki iletişimi güçlendirmeyi sağlayan ifadeler ilişki işlevi bağlamında değerlendirilmektedir. Bu işlev, konuşan ile muhatap arasındaki iletişimin hangi araç, hangi kelime ya da hangi üslup ile sağlanması gerektiğini belirlemektedir (Karagöz, 2007: 196). Politik konuşmalarda siyasi liderler ya yeni seçmenlerle bağlantı kurmak ya da hâlihazırdaki seçmenleri ile kurdukları ilişkilerin devam etmesi için dilin ilişki oluşturan işlevinden yararlanabilirler. Siyasi liderlerin konuşmalarına selam vererek başlamaları, konuşma bitiminde teşekkür etmeleri dilin ilişki kurma işlevi ile bağlantılıdır (Başarır, 2015: 93).
- Üst Dil İşlevi: Karagöz'e göre (2007); üst dil, konuşmacının kullandığı dilin bir ögesini açıkladığı durumlarda ortaya çıkan bir işlev şeklinde tanımlanmaktadır. Bir kavram veya bir terimi açıklamak amacı ile dilin, bir üst dil olarak kullanılması konu olmuştur. Örneğin jargon ve argoya bağlı kullanılan kavram ve ifadelerin, siyasi liderler tarafından yapılan konuşmalar esnasında açıklanmaları bu bağlamda değerlendirilebilir (Başarır, 2015: 93).
- Sanatsal İşlev: İletişim sürecinde dilin yaratıcı tarafını ve sanatsal kullanımını ortaya çıkaran işlev, sanatsal işlevdir. Bu işlevde gönderge doğrudan doğruya mesajın kendisi olmaktadır ve mesaj artık bir iletişim aracı değil de bir nesne haline gelmektedir (Aktaş, 2007: 31). Bu işlev, söylenen sözün nasıl ifade edildiği ile alakalıdır ve mesajı anlamak için önem arz etmektedir. Sanatsal işlev ile sadece şiirde ya da öyküde karşı karşıya kalınmaz; bir reklam metninde ya da politik konuşmada sanatsal işlev görülebilir. Bu doğrultuda politik konuşmalarda; siyasi liderler ile özdeşleşmiş anlatım biçimlerinin,

kelimelerin, şiirlerin, dilin sanatsal işlevi ile bir ilişkisi olduğu görülmektedir. Örneğin sloganlar kitleler tarafından hep bir ağızdan tekrar edilmesi dolayısıyla siyasal iletişimde sık sık kullanılan bir teknik olmakla birlikte dilin sanatsal işlevi ile ilgilidir (Başarır, 2015: 92-3-94).

Politik konuşma Köker'e göre (2007: 10), politik iletişimin merkezi olarak toplumun taleplerini ortaya koymasından dolayı en fonksiyonel boyutu oluşturmaktadır. Politik konuşma, kelimeler ve sembollerden birer anlam çıkarmaktadır. Politik iletişim de bireyleri farklı şekillerde düşünmeleri ve eyleme geçmeleri için yönlendirme olarak ifade edilebilir (Pelenk Özel ve Yolçu, 2014: 337). Siyasi liderler dile renkli ifadeler katarak ve uygun sözlerin birleşimini kullanarak vatandaşları eyleme geçirirler (Perloff, 2010, 30). Longinos da (2003: 114), politik konuşmalara heyecan veren benzetme ve metaforların kullanımını, abartmadan mübalağa ve kıyas yapmayı, doğru kelime seçimini, düzgün cümle yapısını ve bir kompozisyon oluşturabilmeyi etkili bir üslubun özellikleri olarak belirterek desteğini göstermektedir.

Politik konuşmanın konuları Aristoteles'e göre (2004: 46) beşe ayrılmaktadır. Bunlardan ilki "*yollar ve araçlar*" üzerine, ikincisi "*savaş ve barış*", üçüncüsü "*ulusal savunma*", dördüncüsü "*dışalım ve dışatım*" ve en sonuncusu "*yasama*" dır. Bundan dolayı politik konuşmanın sonuncusu, devlet başkanı olarak Cumhurbaşkanları'nın yasama organında yapmış oldukları konuşmaların konusunu doğruca "*politik konuşma*"nın sınırına dâhil etmektedir.

Siyasal iletişim, kavramsal olarak yapılan ayrıştırmalarda doğrudan olmasa bile dolaylı yoldan iletilmek istenen mesajın gerçekliği, gerçeklere dayandığı ve erişilmek istenen bir amacın varlığı üzerinde yorumlarda bulunmaktadır (Polat ve K. Doruk, 2006: 118). Politik söylemler, siyasal iletişim bağlamında tanımlama ve değerlendirme şeklinde olmak üzere iki amaca yoğunlaşmaktadır (Catellani, 2013: 77).

Politik konuşmada dilin bazı teknikler ile desteklendiği belirtilip vurgulanmaktadır. Bu tekniklerden bazıları ise "*kısa cümleler kurma, kolay algılanıp hatırlanmaya göre düzenlenmiş cümle yapıları, mesajın tekrar edilmesi, en ciddi konularda bile eğlenceli bir söylemin yakalanmış olması...*" şeklinde belirtilmektedir (Özerkan ve İnceoğlu, 1997: 70).

Politik konuşmaların içeriği ile ilgili olarak bazı değerlendirmelerde bulunmakla birlikte yapılan konuşmanın biçimsel yapısı ile ilgili göze çarpan saptamalar

yapılmaktadır. Oktay'a göre (2002), bir politik konuşmanın tümcesinin ortalama 14-15 sözcükten oluşup 6 saniyede okunması gerektiği ifade edilmiştir. Tümcenin kısa olması gerektiğine dikkat çeken Oktay, konuşma metninde konu sınırlandırılmasının yapılmasını ve konuşmanın giriş cümlelerinin içten, mizahi ve ilgi çekici olması yönünde ifadelerine devam etmektedir (Oktay, 2002: 194). Politik konuşmaların sayısal veriler ile süslenecek gösterişli bir hale getirilmesi, politik konuşmanın dil düzeyinin uygunluğu ve bunun gibi birçok unsurun aktarılması olanaklar dâhilindedir. Eğer bir politik konuşmacı başarılı ya da başarısız olarak değerlendirilecek ise bu değerlendirmenin tüm unsurları ile birlikte çözümlenmesi ve yalnız kendine özgü bir niteliğinin olması gerekmektedir (Polat ve Doruk, 2006: 119).

1.7.Siyasi Liderlerin Politik Konuşmalarındaki Üslup Çeşitleri

Edebi alan ile siyasi alanda aranan üslup özellikleri birbirinden farklı olmakla birlikte Powell ve Coward (2003) tarafından seçim dönemlerinde siyasi adayların yapabilecekleri konuşma türleri propaganda, etkinlik, konu ve hazırlanmış konuşmayı yapmaktan vazgeçme olarak tanzim edilmektedir. Yüksel (2005) ise siyasi adayların yapacağı konuşma çeşitlerini; nesnelere hakkında konuşma, süreçler hakkında konuşma, olaylar hakkında konuşma ve kavramlar hakkında konuşma olarak sınıflandırıp sıralamaktadır. Siyasi liderlerin siyasal iletişim sürecinde yapacağı konuşmalar görüldüğü üzere farklı boyutlardan ele alınabilmektedir. Bu doğrultuda farklı konuşma tarzlarından kolaylıkla bahsedilebilmekte ve burada siyasi liderlerin üsluplarının belirginleştiği politik konuşmalara bakmak gerekmektedir.

Siyasi üslubun bir anlamı ve kullandığı bir iletişim yöntemi vardır. Üslubun diğer bir önemli unsuru ise dil öğelerinin nasıl kullanıldığıdır. Siyasetçilerin her birinde üslubun varlığından söz etmek mümkündür ama hepsinin bir iletişim yöntemine sahip olduğu söylenememektedir. Bir iletişim yöntemine sahip olan siyasetçiler için kullandıkları iletişim yönteminin kendisinin siyasi üslubu olduğu yönünde bir sav öne sürülmektedir (Bilgin, 2009: 2).

Literatürde farklı üslup sınıflandırmaları yapılmaktadır. Örneğin yaşanan çağ ve ülkeye, değinilen konuya, konuşulan dile, hitap edilen alıcıya, yaratılan eserin amacına göre sınıflandırma yapılırken orta çağ üslubu, felsefik üslup, popüler üslup, alaylı üslup, mizahi üslup, akıcı üslup, canlı üslup, estetik üslup, sıradan üslup,

çocuksu üslup, hırpalayıcı üslup, gelişigüzel üslup, ilgi çekici üslup, süslü üslup, nükteli üslup, zengin üslup, sade üslup, pürüzlü üslup, pürüzsüz üslup ve sürükleyici üslup gibi üsluplar da üslubun türleri arasında belirtilebilmektedir (Kazan, 2005: 52). Yetiş (2006: 451) ise üslubu; basit üslup, süslü üslup ve yüce üslup şeklinde sınıflandırmaktadır.

Bu şekilde edebi üslupta yapılan sınıflandırmalar siyasi liderlerin üslupları içinde yapılabilir ve sonuç olarak siyasi liderlerin yaptıkları konuşmalara ve siyasete olan yaklaşımlarına göre çatışmacı üslup, uzlaşmacı üslup; yönetme biçimlerine göre otoriter üslup, demokratik üslup; siyasi tutumlarına göre muhafazakâr üslup, milliyetçi üslup gibi sınıflandırmalar yapılabilmektedir. Siyaset, çoğu kez liderlerin yapmış olduğu bir faaliyet olarak görülmekte ve liderlik türleri de bir anlamda siyasi üslubun çeşitleri olarak belirtilmektedir (Bilgin, 2009: 5).

Siyasal iletişimde siyasi liderin üslubu değerlendirilmek istenildiğinde ise kullandığı dilin çatışmacı mı yoksa uzlaşmacı mı olduğuna bakmak gerekmektedir. Bu çalışmada üslup çeşitleri; çatışmacı ve uzlaşmacı üslup şeklinde ele alınmıştır.

1.7.1.Politik Konuşmalardaki Çatışmacı Üslup

Politika, toplum tarafından çatışma, mücadele, laf dalaşı hatta karşıt görüşlülerin siyasi kavgası olarak tanımlanmaktadır. İnsanlar sosyal ve ekonomik bakımdan birbirlerinden farklı olmalarından dolayı fikirleri de çıkarları da bu doğrultuda farklı olmaktadır. Bu durumda çatışmayı meydana getirmektedir.

İnsanın ihtiyaçları ve arzuları her zaman sınırsızdır ama insanı tatmin edecek kaynaklar ve araçlar her zaman sınırlıdır bundan dolayı politikaya, sınırlı olan kaynak ve araçları elde etmek için verilen mücadele olarak bakılabilir (Türköne, 2003: 9). İnsanoğlu dünyaya geldiğinden beri kendini bir kavganın tam ortasında bulmuştur (Ateş, 1994: 14). Böylelikle politikayı çatışmacı toplumun doğal bir sonucu olarak “çatışmacı üslup” şeklinde görmek mümkündür. Lukes’in de (1998: 630) ifade ettiği gibi toplumsal ve siyasi ilişkilerin rekabetçi ve çatışmacı oldukları belirtilmektedir.

Çatışmanın olmadığı bir yerde siyasetten (politikadan) söz edilemez (Demir vd., 2008: 105). Politika bir bakıma; kavga, şiddet barındıran bir faaliyet şeklinde betimlenebilmektedir (Türköne, 2014: 28). Politika da var olan tüm bu çatışmacı üslubu politik liderlerin kullandıkları dilde gözlemlemek mümkün olabilmektedir.

Burns'un (2012: 66) ifadesine göre ise çatışma, “*liderliğin ifade etme, şekillendirme ve engelleme işlevlerindedir*” şeklinde tanımlanmaktadır. Çatışma, hem zorlayıcı hem de harekete geçirip motive etme özelliğine sahiptir. Politik liderlerde bu durumdan faydalanmak için çatışmanın filizlenmesine ön ayak olurlar. Çünkü her bireyde, her grupta ve toplumun her biriminde gerilim, düşmanlık gizli de olsa vardır. Politik liderlerde bu durumu kullanarak bireylerin çatışan hedef, beklenti ve taleplerini tetikleyici ve motive edici bir güç olarak ellerinde bulundurlar.

Caputo, Hazel ve McMohon'a göre taraflar arasında ortaya çıkan çatışmalar iyi yönetildiğinde fayda sağlamaktadır. Çatışmanın yararlarını dört madde halinde belirtmektedirler (Yılmaz, 2007: 168).

- Çatışma, bireyler ve gruplar arası ilişkiler arasında empati yaratabilir.
- Çatışma, bireyler ve gruplar arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koyabilir.
- Çatışma, taraflar arasında gelecekte ortaya çıkabilecek çatışmalar ile başa çıkabilme yollarını siyasi lidere öğretir.
- Çatışma, iletişimin desteklenerek güçlenmesi gereken alanları ortaya çıkarır.

Politik liderlerin temel kaygılarından biri güven vermektir. Belirlenen bu amaç için Catellani (2013: 75) “*etkileycilik derecesinin çeşitliliği ile retorik stratejinin geniş bir alanının kullanıldığını*” belirtmektedir. Catellani aynı zamanda kullanılan bu geniş alanlardan birini de karşı olgular sunmaktan geçtiğini ifade etmekle birlikte karşı olgularda, politik liderler tarafından ya tercihen ya da kendilerini düşmanlarına karşı savunmak ve onlara saldırmak için kullanılmakta diye belirtmektedir (Catellani, 2013: 80). Bu tarzdaki ifadelerde çatışmacı üslup şeklinde değerlendirilebilmekte olup politik söylemlerde kullanılan ifadeler açık veya imalı bir şekilde yaygın olarak kullanılmaktadır. Politik liderlerin söylemlerindeki ifadeler genelde kendileri ve partileri için olumlu bir söylemken rakip siyasi liderler ve partileri için olumsuz söylemler barındırır (Catellani, 2013: 83).

Siyasi iletişim açısından da politik liderlerin karşılıklı düşünce uyumsuzluklarının ve bağdaşmazlıklarının dile yansımalarıyla hayat bulan çatışmacı üslubun liderlerin bireyler tarafından algılanış biçimini etkilemektedir. Siyasi iletişimin en önemli aktörlerinden biri olan siyasi liderlerin, politik konuşmalarında kullanacakları dilin ortaya çıkmasını çatışmacı üslup sağlamaktadır (Aydınalp, 2010: 190). Siyasetin

doğal bir sonucu olan çatışmacı üslubun diğer bir yönü ise politik liderlerin ifadelerine yansması ve bu yansmadaki ton farklılıklarının seçmenler tarafından değerlendirilmesi için veri sunmasıdır. Özellikle politik liderlerin rakip politik liderlere karşı kullanmış oldukları sert üslupları Damlapınar ve Balcı (2014: 51) tarafından “*çatışma söyleminden yararlanma*” olarak görülüp, kitle iletişim araçlarında kendilerine yer bulabilmeleri için izleyebilecekleri bir yol şeklinde belirtilmektedir.

Liderlerin politik konuşmalarındaki ötekileştirici ifadeler, nefret içeren söylemler, kutuplaştırıcı dil, rakip liderler için kullandıkları olumsuz ifadeler ve onları hafife alan anlatımlar, belirli kesimlerin damarına basacak şekilde kullanılan kelimeler, öfke içeren söylemler, politik liderlerin birbirlerine laf yetiştirmeleri ve birbirlerine meydan okumaları tümüyle çatışmacı üslubun birer yansımasıdır. Seçmenlerde çatışmadan beslenen politik konuşmaların analizini yaparak liderlerin ve kamuoyundaki destekçilerinin hangi tavırla hangi tarafta durduklarını tespit edebilmekte ve söylemlerin kamuoyuna yansıyan tartışmaların şiddetinden yola çıkarak çatışan tarafların gücünü ölçme fırsatı bulabilmektedirler.

Politik liderlerin kullandığı ifadelerin bazıları, bazı seçmenler tarafından çatışmacı olarak değerlendirilebilirken diğer seçmenler tarafından ise çatışmacı olarak kabul edilmeyebilmektedir. Çatışmacı üslupta kullanılan ifadelerin boyutları; nefret ifadeleri, ötekileştirme ifadeleri ve ön yargı içeren ifadeler şeklinde gruplandırılabilir.

1.7.1.1.Nefret İçeren İfadeler

Türk Dil Kurumunun Güncel Türkçe Sözlüğünde nefret kelimesi; “bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygu, tikslenme, tiksinti” şeklinde açıklanmaktadır (TDK, 2020). Nefret içeren ifadeler, bir kimsenin karşısındaki birey veya grubu; cinsiyeti, dili, dini, ırkı ya da cinsel eğilimleri hakkında eleştiren ya da kınayan anlatımlarda bulunmasını kapsamaktadır. Nefret ifadesinin sınıflandırılmasında; doğrudan veya dolaylı, imalı veya açık, bir defalık veya tekrarlanan, güce dayanan veya dayanmayan şeklinde gruplandırılmakla birlikte, sözel şiddetten psikolojik şiddete, korkutmaktan dışlamaya kadar çok yönlü olarak da gerçekleşebilmektedir. Ozulu’ya göre (2014: 17) alay etmek, isim takmak, yıkıcı eleştiriler yapmak ve suçlamalarda bulunmak sözel şiddet boyutunda

değerlendirilirken; baskı uygulamak, gözdağı vermek psikolojik şiddet olarak değerlendirilmektedir. Politik liderler ise genelde yaptıkları konuşmalarda geçmiş olaylara olan ilgilerini eğer olaylar olumsuz ise sorumluluklarını küçük görerek, olaylar olumlu ise de kendi başarıları üzerinde durup o başarıları çok sık vurgulayarak kendilerini gösterirler (Catellani, 2013: 75). Liderlerden başkalarını beğenmemek, onları alay edici ifadelerle nitelemekten kaçınmaması gerektiği istenmektedir (Tan, 2002: 38).

Türkiye’de de politik liderlerin seçmenlere yönelik olan konuşmalarında, rakip politik liderlerin adlarını anmadan onları kendilerince belirledikleri takma adlar ve sıfatlarla niteleyerek, onlar hakkında suçlamalarda bulunarak ve bunların sonucunda kamuoyunda önemli bir yer elde ederek gündemde kalabilmektedirler.

Toplum tarafından hassasiyet arz eden konular hakkında ise politik liderler seçimleri kazanmak için özellikle miting yaptıkları alanlarda ve katıldıkları televizyon programlarında hassasiyet gerektiren konuları kendi çıkarlarına kullanmak isteyeceklerdir ve bu doğrultuda kışkırtıcı, nefret içeren, aşağılayan ve küçük düşüren söylemlere yer verebilmektedirler.

1.7.1.2.Ötekileştirme İçeren İfadeler

Pakiş’e göre (2013: 118) ötekileştirme kavramı “*ötekini tarif etme, ötekini kodlama faaliyeti*” olarak ifade edilmektedir. Nahya’ya göre (2011: 29) ise bu kavram, “*öteki bir ya da daha fazla kişi, kültür ya da toplum tarafından, geçmiş veya güncel ilişkiler referans alınarak, dikey ya da yatay olarak farklılaştırılmış ve ayrıştırılmış olan kişi, grup, sınıf ya da halktır*” şeklinde belirtilmektedir. Ötekinin karşılığının kim olduğunu anlayabilmek ve siyaset yönünden ne anlama geldiğini fark etmek; ötekinin toplumsal, kültürel ve psikolojik açıdan değerlendirilmesi ile ortaya çıkacaktır (Durna, 2014: 151).

Toplumsal ilişkilerde sürekli olarak bir çatışma hâkim olmakla birlikte az da olsa gerilimi de hissetmek mümkün olabilmektedir. Tarihten beri gelen düşmanlıklar, mevcut kaynakların kullanımı, talep farklılıkları gibi nedenler ile bu gerilimler müzakere şeklinde ortaya çıkmaktadır (Arar ve Bilgin, 2009: 137).

Karaduman’a göre (2010: 2888) biz’i ve öteki’leri tanımlamada kullanılan aidiyet duygusu kimliğin temel bileşenlerinden biri olarak görülmekte olup, kimlik inşasında

önemli bir yeri olmakla beraber biz olana olumlu ötekilere ise olumsuz nitelendirmeler yapılmaktadır

Durna'ya göre (2014: 151) öteki ya azınlık ya güçsüz ya da sıra dışı olarak değerlendirilmekle birlikte eğer toplumsal alanda bir bahçe olarak düşünülürse temizlenmesi, iyileştirilmesi ya da sökülmesi gereken bir ayrık otu olarak değerlendirilir. Bundan dolayı temizlenmesi hatta yok edilmesi gerekmektedir. Politik liderlerde toplum içerisinde yaşanan bu kaos ortamından beslenerek ve “biz” ve “öteki” olarak gruplayarak seçmenleri belirli bir alanın, düşüncenin içine çekecek iletiler verebilmektedirler. Ayrıca yine ötekileştirilen kesime gözdağı verme anlamı taşıyabilecek ifadelere başvurabilmektedirler. Biz ve ötekiler ayrımı yapılarak seçmenler bir kutuplaşmanın içine çekilerek, o kutuplaşmanın getirmiş olduğu dayanışma ve beraber hareket etmenin seçmenlerin oylarına yansımaları planlanabilmektedir.

1.7.1.3.Ön Yargı İçeren İfadeler

Ön yargılar, sosyal ilişkinin yani etkileşimin bir sonucudur. Günlük hayatta ön yargı kavramı; sıradan, iyi veya kötü bir ifade içermeyen, kanıtlanmış bir bilgi veya bir deneyime dayanmayan her türlü “ön fikir” anlamına gelecek şekilde kullanılmaktadır. Ön yargıda diğer insanlar hakkında peşinen karar verici ve değerlendirci bir tutum söz konusudur. Ama eğer ön yargılar davranışa dönüşürse, bunun adı dışlama olmaktadır (Bilgin, 1994: 172). Bundan ötürü de ön yargı kavramına, bireyleri dışlama davranışını göstermeye iten bir tutum olarak bakılabilir. Dolayısıyla da ön yargı olumsuz bir tutum olarak ortaya çıkabilir (Cüceloğlu, 1996: 543). Ön yargılar katı bir mizaca ve bireyler arasında mesafeye sebep olduklarından dolayı olumlu olarak değiştirilmeleri oldukça güçtür (İslamoğlu, 2002: 93).

Politik liderden seçmenleri ön yargılı davranışa yönlendirmemek için, söylediklerinin nasıl algılanabileceğini iyi düşünmesi gerektiği istenmektedir (İslamoğlu, 2002: 93) çünkü ön yargılar, politik liderler tarafından seçmenleri ikna etmek amacıyla kullanılmaktadır. Özellikle kendilerine destek veren kesimlerin avantajlı buldukları davranışlarını benimseyip bu davranışların toplumda yaygınlaşması gerektiğini önemle belirtmektedirler.

1.7.2.Politik Konuşmalarda Uzlaşmacı Üslup

Siyaset; toplumda uzlaşmaya, toplumsal bütünlüğe ve kişisel çıkarlara karşı ortak iyiliğe hizmet etmekte olan bir araç olarak görülmektedir (Kapani, 1998: 25). Ateş (1994: 17) ise kısaca siyaseti; uzlaştırma, yatıştırma bazen çatışan çıkarlardan birini egemen kılma olarak tanımlamaktadır.

Sosyal sistem içinde toplumsal bütünleşme kavramına dikkat çeken Dönmezer'e göre (1999: 169) sosyal sistemin devamlılığı ve bütünleşme arasında bir bağ bulunmaktadır. Bütünleşmenin sağlanması toplumda uzlaşmanın var olmasına bağlıdır. Söz konusu uzlaşmayı toplumdaki üst yapı kurumlarının görevi olarak gören Yücekök (1987: 11), bu görevi çatışmanın kontrol altında tutulup ortadan kaldırılması olarak belirtmektedir. Siyasi liderlerde bu üst yapı kurumları ile beraber hareket ederek ya da onlardan habersiz olarak uzlaşmanın gerçekleşmesi noktasında birtakım görevler alabilmektedirler.

Seçmenler siyasi iktidarlara isteklerini kabul ettirmek için siyaseti aracı olarak kullanırlar. Siyasi iktidarlar gelen talepleri hayata geçirmek için programlar sunarlar. Sunulan programlarda farklı fikir ve yönelimlerden dolayı çıkar çatışmaları meydana gelebilir ve bu çatışma uzlaşma süreci ile olumlu olarak sonuçlanabilir. Toplumdaki farklı fikir ve yönelimlerin kesinlikle uzlaştırılması gerekmektedir, bu uzlaşma içinde görev üstlenen kurum siyasettir.

Uzlaşmanın söz konusu olabilmesi için bir çatışmanın ortaya çıkması gereklidir ve çatışmaların giderilmesi, çatışma taraftarlarınca uzlaşma için uygulanması düşünülen kararın seçilen kelimeler ile dile yansması olarak kendini gösterebilir. Uzlaşmacı üslupta karşıdaki kişiyi umursama ve ona değer verme söz konusu olduğu için uzlaşmacı üslubun incelik barındıran yönü vardır. Bu yönüyle çatışan tarafların yapılan politik tartışmalarda fikirlerini saygı çerçevesinde dile getirmeleri sağlanabilir. Lilleker de (2013: 106) bununla bağlantılı olarak siyasi liderin seçmenler ile duygu ve düşüncelerini paylaşırken onlara olgun bir insan olduğunu göstermelidir diyerek ifade etmiştir. Olgun insan olarak nitelendirilmenin ön şartı olarak siyasi liderin konuşmalarında uzlaşmayı öne çıkarması koyulabilir.

Uzlaşmacı üslupta kullanılan ifadelerin boyutları; hoşgörü içeren ifadeler ve ortak iyi içeren ifadeler şeklinde gruplandırılabilir.

1.7.2.1.Hoşgörü İçeren İfadeler

Aslan'a göre hoşgörü sözcüğü '*Farsça bir sıfat olan iyi, tatlı, duygu okşayan, zevk veren, ilgi uyandıran, beğenilen ve latif manasındaki huş (hoş) sözcüğü ile görmek fiilinin bir araya getirilmesidir*' şeklinde tanımlanmaktadır (Aslan, 1996: 2). Kolaç'a göre (2010: 195) Osmanlıca'da "müsamaha, tesamüh", İngilizce'de "tolerance", Almanca'da "toleranz", Fransızca'da "tolérance", Latince'de "tolerantia, tolerare" olarak karşılık bulan hoşgörü kavramı '*başkalarının düşünce ve kanılarını hoş görme, onların da geçerliliklerine karşı tepki göstermeme; başkalarının düşünce ve kanılarını özgürce dile getirmesini ve düşüncelerine göre yaşamasını hoş görme tutumu*' olarak ifade edilmektedir.

Aslan (2002: 22) hoşgörünün diğer insanlar ile kurulan iletişim sonucu psikososyal bir yönünün olduğunu belirtmektedir. Temelde sevgi, güven, kabul gibi anlamları barındıran, demokrasi, uyum gibi olumlu durumların oluşmasını sağlayan hoşgörü; toplumsal ilişkilerin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için önemli bir kavram olarak görülmektedir (Kolaç, 2010: 195). Bireyler farklı değer yargılarına farklı kültürlerle ve farklı inanışlara sahip oldukları için bu da siyasi görüşlerinin farklı olmasına ortam hazırlamaktadır. Hoşgörü, bu farklılıkların toplumda bir arada bulunabilmesi, meydana gelecek çatışmaların en aza indirilmesi için vardır (Kuyurtar, 2000: 9).

Siyasal iletişimde politik liderlerden toplumsal ilişkilerin sağlıklı şekilde devam etmesi için farklılıkları anlayışla karşılayıp ona göre davranmaları beklenmektedir ve bu olgunluğun bir göstergesi olarak kabul görmektedir. Siyasi lider toplumda var olan farklılıklardan faydalanarak bunu birer zenginlik olarak değerlendirmelidir. Oysa lider bunu yapmazsa ve toplumu ötekileştirirse toplumun değil de sadece bir topluluğun lideri olmuş olur ve bu güven problemini doğurur fakat siyasi liderden toplumun tamamının güvenini kazanması, iletişim ve sorun çözme becerilerinin iyi olması, adaletli olup eşitliğe önem vermesi ve toplumda birleştirici güç olması istenmektedir (Kantos, 2011: 136).

Politik liderlerin halden anlama, kabul, sevgi, saygı ve güven duygularını içeren sağlıklı bir iletişim süreci seçmenlerin ikna edilebilirliklerini olumlu düzeyde etkileyebilir. Fakat bunun sonucunda seçmenlerin önem vermemesi, umursamaması gibi durumların ortaya çıkabilmesi söz konusu olabilir.

1.7.2.2.Ortak İyi İçeren İfadeler

Mikail ve Ateş'e göre (2011: 59) siyaset, toplumun bütünlüğünü ve genel yararı sağlama, kişisel çıkarların yerine toplum çıkarlarını koruma ile de ilgilidir. Cansen'in (2013) belirttiği gibi elde etmek istedikleri çıkarın peşinde koşmak için siyasete girenler hariç siyasette ön planda olanların aklında toplumu ıslah etme fikri vardır. Fikirler, değerler ve inançlar da bu kişilerce toplumda bir düzene koyulmak istenmektedir.

Modern dünyada ise bireysel özerklik hakkının ötesinde “*ortak iyi*” nin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bundan ötürü siyasal toplulukların temelinde “*adalet*” ve “*ortak iyi*” ilkeleri bulunmaktadır. Arnhart'a göre (2004: 15) bu ilkeler tartışma konusu yapılmazlar, çok nadir olarak sorgulanırlar ve günlük siyasi tartışmaların altyapısını meydana getirirler.

Politik liderlerde toplum tarafından kabul görmüş olan “*ortak iyi*” argümanlarını konuşmalarının zeminine yerleştirmektedirler böylece kabul görmeleri de kolaylaşabilmektedir. Aristoteles de “*ortak iyi*” nin ikna için kullanılması için tek şartının konuşma tekniklerinin gelişmesi gerektiği olarak kabul etmektedir. İfadelerinde “*ortak iyi*” den uzaklaşmamış bir politik lider sosyal yapı içerisinde uzlaşmacı üslubu benimseyerek seçmenler tarafından oldukça yüksek bir oranda kabul görecektir. Aristotelesçi anlayışın temelinde sadece toplumda barışı sağlayıp devam ettirmek değil, bireyleri daha iyi insanlar haline getirmeye çalışarak “*ortak iyi*” yi beslemek yatmaktadır. Siyasal iletişim sürecinde politik liderlerin akıl ve duyguyu harmanlamış bir şekilde bir araya getirerek uzlaşmacı bir üsluba yönelmeleri sağlanabilecektir.

1.8.Üslubun Sonuçları

Üslup kavramı sosyal bilimlerde yer alan çoğu kavram gibi çok farklı anlamlara gelecek şekilde kullanılmaktadır. Bunun sonucunda siyasal iletişim alanında liderlerin söylemlerindeki üsluplarına karşılık gelecek şekilde farklı birçok nitelendirmeler yapılabilmektedir. Akademik üsluptan, edebi üsluba, uzlaşmacı üsluptan, çatışmacı üsluba hatta muhafazakâr üsluba kadar farklı bakış açılarından bakılarak ifade edilen üslup nitelendirmelerinin siyasal iletişimde kullanıldığı belirtilmektedir (Başarır, 2015: 158). Akkır'a göre (2018) herhangi bir siyasi liderin

gücü, karizması, üslubu hem bir ülkenin geleceğini hem de liderlik yapmış olduğu partinin başarısını belirlemektedir.

Siyasi liderlerin seçmenlere yönelik yapmış oldukları konuşmalarda, verdikleri bir demeçte, meclis çalışmaları esnasındaki konuşmalarında kendilerine has takındıkları hal ve hareketler, ses tonu, konuşma türü gibi lider hakkında belirleyici roller üstlenen argümanlar bir arada değerlendirilerek liderlerin üslupları hakkında genel bir çıkarımda bulunulabilmektedir. Buna göre bu çalışmada seçmenlerin liderlerin konuşmalarında çatışmacı bir üsluptan yana bir tavır sergilemedikleri görülmüştür. Ankete katılanlar, liderlerin konuşmalarında saygı, hoşgörü, uzlaşma ve nezaket gibi benzeri özellikler yansıtan ifadeler yer verilmesinin daha önemli olduğunu göstermişlerdir.

Siyasi lider toplumu ilgilendiren sağlık, eğitim, ekonomi, güvenlik, kültür gibi sistemlerle alakalı olarak konuşmalarında bu noktalara değinmek zorundadır çünkü siyaset toplumun alt sistemleri ile ilgilenmektedir ve siyasi lider bu ilgiden beslenmelidir. Konuşma sırasında üzerinde durulan noktalar konuşmanın içeriğini ve gidişatını belirleyerek siyasi liderin üslubuna da etki edip üslubunu şekillendirmektedir o yüzden liderin üslubu incelenirken hangi konuda konuşma yaptığı da göz önünde bulundurularak yorum yapılmalıdır.

Siyasi liderler ile ilgili dikkatleri çeken bir başka durumda konuşma yaparken sergiledikleri hareketlerdir ve bu hareketler lider değerlendirmeleri için kullanılabilir. Ses tonu, duruşu, fiziksel görünüşü, kıyafetleri de siyasi liderin kişisel özellikleri hakkında mesaj verebilmektedir. Özellikle sözsüz iletişim boyutunda liderlerin beden dili ön planda tutularak konuşmalarında yaptıkları vurgulamalar, tonlamalar ve sergiledikleri vücut hareketleri ile üslupları hakkında değerlendirmeler yapılabilir.

Üslubu şekillendiren diğer bir noktada, siyasi liderlerin konuşma yaptıkları esnadaki psikolojik durumlarıdır. Çünkü üslup; zamana, mekâna, konuya hatta kişiliğe bağlı olarak devamlı olacak şekilde bir değişim gösterebilmektedir. Sonuç olarak konuşma öncesi ve konuşma esnasında mekânda yaşanan iyi veya kötü durumlardan etkilenmeler yaşanabilir ve bu da liderin söylemlerine yansır. Özellikle planlama yapılmadan anlık yapılan konuşmalarda bu durum daha net olarak görülebilmektedir.

Siyasi liderlerin siyasette var olabilmeleri, seçmenlerin verecekleri sürekli destek ile mümkün olmaktadır. Bu sürekliliğin sağlanabilmesi seçmenlerin rızalarının alınmasına bağlıdır. Seçmenlerin rızalarının alınabilmesi de siyasi liderlerin konuşma becerilerine yani konuşmalarındaki üslup özelliklerine dayanmaktadır. Böylelikle üslup, rıza oluşturmada ikna edici bir fonksiyon üstlenmektedir. Cialdini (2006: 212) bu durumu; tanıdığımız ve sempati duyduğumuz birinin isteklerini onaylamayı daha uygun gördüğümüzü, aynı zamanda kendimize düşünsel yönden, kişilik olarak ya da yaşam tarzından dolayı benzettiğimiz kişilerden de daha çok hoşlandığımızı belirterek vurgu yapmaktadır. Siyasi liderler yapacakları konuşmalarda, atasözleri ve deyişler kullanarak yerel ağızlar ile ortaya çıkan üslupları sayesinde seçmenlere “Ben size benziyorum” mesajı vererek, onlarla aynı kültürden beslendiğini açıkça gösterebilecektir.

Özetle ifade etmek gerekirse, liderlerin söylemleri sonucunda ortaya çıkan üsluplarının; seçmenler tarafından kişilik özelliklerinin algılanabilmesine, dikkatleri üzerine çekerek diğer liderlerden farklı görünmesine yardımcı olmaktadır. Bu işlevlerin siyasi liderin seçmenler tarafından tercih edilmesinde etkisi oldukça fazladır.

İKİNCİ BÖLÜM

OY VERME DAVRANIŞI

Bu bölümde oy verme davranışı ve dindarlık kavramlarının tanımlamaları ve bu kavramlarla ilgili açıklamalara yer verilmiştir.

2.1.Oy Verme Davranışı

Demokratik yollar ile yönetilen toplumlarda siyasi iktidarı belirlemek için siyasal hayata katılma davranışı en önemli faktördür. Siyasal hayata katılma davranışının da en önemli şekli seçimler aracılığıyla gerçekleşen oy vermedir (Ceylan ve İspir, 2020: 1490). Belirli aralıklar ile gerçekleştirilen seçimler, demokratik toplumlarda merkezi ve yerel siyasi yöneticileri belirleyen ve önemli görülen faktörlerden biri olarak görülmektedir (Temizel, 2012: 1). Günümüz modern demokratik toplumlarında seçme davranışı olan oy verme, “demokratik sürecin özü ve temelidir” şeklinde ortak bir nokta olarak demokrasi kuramcıları tarafından vurgulanmaktadır (Sarıbay, 1998: 75).

Siyasal eylemlerden biri ve en önemli şekli olan oy verme davranışı, seçmenin toplumsal yaşam içinde sürdürdüğü ilişkilerinde ön planda olan siyasal davranışlarından biridir. Oy verme siyasal bilimciler tarafından en fazla araştırılan konu olmuştur, başlıca nedeni ise ulusal boyutta ya da benzer büyüklükte seçmen davranışına muadil olarak kabul edilebilecek başka bir siyasi davranışın olmamasıdır (Ceylan ve İspir, 2020: 1492).

Seçim dönemlerinde kullanılan her oy, her seçmen için eşit değerdedir. Gülmen’e göre (1979: 15) oy kullanma ile oy kullanmama davranışları da siyasi yöneticileri belirleme noktasında etki bakımından eşit derecededir. Dolayısıyla demokratik toplumlarda oy verme, tüm seçmenlerin yasal yollardan en kolay kazandıkları hakları ve siyasi yöneticileri belirlemede eşit ağırlıkta etki gücü olan, vatandaşların çoğunluğunun katıldığı en önemli seçmen davranışıdır.

Oy verme, seçim dönemlerinde bir tercihte bulunmaktan öte birey için siyasal davranış bakımından farklı anlamlar içermektedir. İfade edilen bu farklı anlamlar da siyasal sistemin temel yapıtaşlarını oluşturmaktadır. Oy verme davranışının merkezinde seçmen yer almaktadır ve siyasal sistemin işleyişinde temel belirleyici olarak bulunmaktadır. Böylelikle siyasi karar alıcıların seçmenler tarafından belirlendiği görülmektedir. Bundan dolayı siyasi karar alıcılar bir sonraki seçim için alacakları kararlarda ve sergiledikleri davranışlarında temel belirleyici olan seçmenleri etkilemek isteyecekler ve onları etkilemek için seçmenlerin isteklerine göre siyasal programlarına yön vereceklerdir. Bu da seçmenlerin dolaylı yolla da olsa siyasal karar alma süreçlerine etkide bulunmalarına yol açacaktır (Turan ve Temizel, 2015: 87).

Kalaycıoğlu'na göre (1984: 251) seçmenler vermiş oldukları oylar ile siyasal sistem ve siyasal rejimin meşruluğunu bir anlamda kabul etmiş sayılırlar. Seçmen, oy verme davranışı ile de hem partiye hem de siyasi lidere bağlılığını göstermektedir. Desteklenen parti ya da siyasi liderin zaman içerisinde elde ettiği başarıları başarısızlıklara dönüşecek olsa bile gösterilen bağlılık devam edebilir (Turan ve Temizel, 2015: 87). Cialdini'ye (2001) göre seçmen, tercihini bir topluluk önünde açıklamışsa tutarlılık eğilimi artmakta ve bu yüzden seçmen tercihini çok daha zor değiştirmektedir. Çünkü birey söylenen bir karar üzerinde tutarlı olmayı tercih etmektedir.

Özler'e göre (2014: 137) oy verme, basit bir siyasal katılım işlemi olarak görülmektedir fakat oy vermenin karar verme süreci karmaşık ve anlaşılması oldukça güç olan bir eylemdir. Seçmenler oy verme davranışını gerçekleştirene kadar farklı birçok siyasi karar ve etkenlerin etkisinde kalarak sürekli karar değiştirebilirler, bu yüzden oy vermenin karar verme süreci oldukça karmaşıktır.

Seçmen için tercihini hangi siyasi partiden ya da hangi siyasi liderden yana yapacağı, neye göre ve nasıl karar vereceği önemli bir sorun olmakla birlikte siyasi partilerde bu sorunun öneminin farkında olduklarından dolayı hazırlayacakları program içerikleriyle seçmen tercihlerini büyük oranda etkilemeye çalışmaktadırlar (Kalaycıoğlu, 1984: 263).

Oy verme davranışıyla ilgili olarak Niemi ve Weisberg (1993) tarafından altı çizilen iki temel yaklaşım bulunmaktadır. Belirtilen bu yaklaşımlardan birincisi sosyal psikolojik yaklaşım, ikincisi ise akılcı seçim yaklaşımıdır. Campbell, Converse,

Miller ve Stokes'un öncülük ettiği sosyal psikolojik yaklaşım oy verme davranışının temelinde tutumlara değinmektedir. Akılcı seçim yaklaşımı ise seçmenlerin kendi yararlarını ön planda tutarak oy verme tercihinde bulunulan bir yaklaşım olarak ifade edilmektedir (Arslantürk, 2012: 23-24).

2.2.Oy Verme Davranışı Modelleri

Literatürde yer alan çalışmalarda seçmenin oy verme davranışını etkileyen birçok mikro unsur ve makro unsurdan bahsedilmektedir. Bahsedilen bu unsurlar oldukça karmaşık ve güçtür ama yapılan çalışmalarda tüm seçmenleri kapsayan bazı davranış modelleri tespit edilmiştir (Ceylan ve İspir, 2020: 1493). Oy verme davranışı olarak adlandırılan bu davranış modelleri dört ana kuram şeklinde incelenebilmektedir (Aydoğan Ünal, 2016).

Bu kuramlardan birincisi, sosyolojik modeldir. Sosyolojik modele göre, sosyolojik yapılar ve sosyal grup üyesi olmanın oy verme davranışında belirleyici etkisinin olduğu bilinmektedir.

İkinci kuram, parti kimliği modelidir. Parti kimliği modeline göre de bireylerin tutumları ve gündem olan konulara hakkında yapılan tercihler oy verme davranışının belirleyicileridir.

Üçüncü kuram, ekonomik oy verme modelidir. Ekonomik oy verme modeline göre seçim dönemlerinde oldukça fazla hissedilen siyasi ve ekonomik unsurlar oy verme davranışının belirleyicileridir çünkü seçmenler kendileri için en çok faydayı hangi partinin sağlayacağına yönelik bir değerlendirme yaparlar ve yapılan fayda-maliyet hesabına göre bir partiyi tercih ederler.

Dördüncü kuram ise, stratejik oy verme modelidir. Stratejik oy verme modeli, ekonomik oy verme modeliyle paralel tanımlamalara sahiptir denilebilir, çünkü bu modelde de oy verme davranışı fayda-maliyet hesaplarına göre gerçekleştirilir. Ekonomik oy verme modeline göre farklılığı, seçmenlerin arzuladıkları sonucu elde etmek için seçim kurallarını detaylı olarak öğrenip bunun sonucunda alternatiflere yönelme durumlarını oy verme hesaplamalarına katmasıdır (Aydoğan Ünal, 2016: 97).

2.2.1.Sosyolojik (Columbia) Model

Bu modele göre üyesi olunan sosyal grup oy verme davranışının belirleyicisidir. Seçmenler çıkarlarını en iyi şekilde temsil eden siyasi partiyi tercih edip oy verirler.

Toplumsal bölünmeler yani cinsiyet, etnisite, dini inançlar, ikamet edinilen bölge gibi bölünmeler oy verme davranışı açısından önemli ve belirleyicidir (Heywood, 2007: 311). Şener' göre (2018: 112) seçmenlerin aile yapısı, yaşları, büyüdükleri çevre, maruz kaldıkları kitle iletişim araçları gibi birçok faktör sosyolojik unsurlar olarak ifade edilmektedir.

Bireysel olan şeylerin oy verme davranışı üzerinde etkisinin olmadığını savunan bu yaklaşım da oy verme tercihinde bulunurken grupların bireyler üzerindeki etkisinden bahsedilmektedir; böylelikle oy verme davranışının temelini seçmenler değil de gruplar ve partilerin oluşturduğu belirtilmektedir (Şener, 2018: 111). Lipset ve Rokkan'ın (1967) çalışmaları doğrultusunda üyesi olunan sosyal gruplar yalnızca oy verme davranışında değil aynı zamanda toplumsal bölünmelerden dolayı bölgeden çıkacak parti sayısını da belirlediğini açığa çıkarmaktadır. Aydoğan Ünal'a göre ise (2016) kişisel tutum ve davranışlar, değerler gibi unsurlar yerine sosyolojik modelde sosyoekonomik statü, dini inançlar ve yaşanılan coğrafya oy verme kararında etkili olmaktadır. Oy verme kararı grup tarafından verilir ve grubun vermiş olduğu karara uymamak gruptan çıkarılmaya neden olur, birey de grup ile ters düşmemek için grup ile beraber hareket eder (Kalender, 2005: 52). Turan'ın ifadelerine göre (2018: 111) bireysel tercihlerin dışında grup çıkarları ve bu çıkarların tercihler üzerinde olan etkisini açıklamak için çalışmalar yapan sosyolojik yaklaşım, tam olarak bu açılarından dolayı ekonomik model ve psikolojik modelden farklı olarak ifade edilmektedir.

Bu modelin kökeni, Kolombiya Okulu'nun oluşumunu sağlayacak Lazarsfeld ve diğerlerinin 1944 yılında yayımlanan "The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign" (Halkın Seçimi: Başkanlık Seçiminde Seçmenler Nasıl Karar Verir) adlı çalışmaya kadar uzanmaktadır. Lazarsfeld ve diğerleri ikinci aşama olan panel çalışmalarına da 1954 yılında basımı yapılan "Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign" (Oy Verme: Başkanlık Seçimlerinde Karar Oluşturma Üzerine Bir Çalışma) adlı ikinci kitaplarında yer vermişlerdir. Bu panel çalışmasının sonucunda seçmenlerin karar verme ve oy verme davranışında medya ve propagandanın önemli bir etkisinin olmadığı, bireylerin din ve sosyal sınıf açısından kendilerine benzeyen bireyler ile iletişime geçmeye yöneldikleri görülmüştür. Ayrıca aile üyeleri ve çevresindeki arkadaşları ile kurmuş oldukları gruplarda fikir ayrılığına düşebilecekleri bireyleri aralarına almaktan kaçınmışlardır (Aydoğan Ünal, 2016: 24).

Türkiye seçmen davranışı literatürü incelendiğinde sosyal bölünmeleri tarihsel olarak sunan Mardin'in (1973) "Center-periphery relations: A key to Turkish politics" (Türk Siyasetini Açıklayabilecek Bir Anahtar: Merkez-Çevre İlişkileri) adlı eserinin birçok çalışmayı oldukça etkilediği ifade edilmektedir (Aydoğan Ünal, 2016: 26). Mardin (1973), toplumda Osmanlı'dan günümüze devam eden kültürel alanda bazı köklü farklılıklar bulunduğunu ifade etmektedir. Osmanlı hanedanı, hanedanın çevresi merkezi oluştururken milliyetçi, devletçi ve laik kesimi teslim etmektedirler. Farklı din ve kökene ait bireylerde geleneksel, merkeze göre daha dindar ve muhafazakâr olup çevreyi oluşturmaktadırlar. Bu farklılaşmada farklı partileri tercih etmeye yol açmıştır. Merkez ve çevre olarak ifade edilen ayrım ise Türkiye siyasetinde sağ-sol ayrımı ile uyusmaktadır. Dini eğitim, muhafazakârlık, aile içi değerleri savunan bireyler sağ görüşü temsil eden partileri; dindarlık seviyesi daha düşük olan laik, devletçi ve milliyetçiliği savunan bireylerinde sol görüşü temsil eden partileri desteklediği görülmektedir. Varılan bu sonuç literatürde olan pek çok çalışma ile de onaylanmaktadır (Aydoğan Ünal, 2016: 99-100).

Bu modelde grup kimliği, bireylerin nasıl ve neye göre oy vereceğini belirler ve çıkarları etkiler. Evans'a göre (1999: 254-258) bu yaklaşım, tutumlar ve oy verme noktasında daha fazla etkiye sahipken ülkeden ülkeye neden farklı olduğunu açıklamada yeterli olmamaktadır.

2.2.2.Parti Kimliği Modeli

Sosyolojik modelden farklı olarak parti kimliği modelinde tutumlar ve oy verme davranışı çift yönlüdür. Tutumlar oy verilecek siyasi partiyi belirliyorsa oy verilecek olan siyasi partide seçmenin bazı konular hakkındaki tutumlarını belirlemektedir (Andersen ve Heath, 2000: 1-22). Seçmenin statüsünde olan önemli derecedeki bir değişim örneğin eğitim seviyesindeki artış, iş hayatındaki yükselme gibi durumlarda siyasi tercihlerinde bir değişime yol açabilir. Bundan dolayı parti kimliği modeli oy verme kararını doğrudan belirleyebilen bir öge olmamaktadır. Bireyin yaşamında olabilecek değişikliklere benzer olarak yaşadığı coğrafyada yaşanabilecek siyasi ve sosyal değişimler de partizanca hareketlerin değişmesine neden olabilir.

Aydoğan Ünal'a göre (2016: 101) parti kimliği modelinde, seçmenler oy verme konusundaki görüşlerini ifade etmenin bir aracı olarak kabul etmektedir. Bu modelde üzerinde durulan temel kavram partiye karşı duyulan aidiyet hissidir. Partiye karşı

duyulan aidiyet hissi, bir siyasi parti ile kurulan değişmez ve uzun süreli olarak kurulan yakınlık olarak tanımlanabilir. Seçmenler, aile içindeki değer yargılarının etkisiyle aile üyelerinin yakınlık kurduğu siyasi parti ile özdeşlik kurup adeta bir din gibi o siyasi partiye bağlanarak partizanca tavırlar ortaya koyarlar. Tam da bu açıdan parti kimliği modeli ile sosyolojik model birbirlerine benzemektedirler. Bireyler parti kimliği modelinde dini, etnik ya da bölgede var olan gruplar ile kendisiyle ilgili algılarının bütününe birleştirir.

Michigan okulunu kuracak olan Campbell ve diğerlerinin (1960: 146-167) “The American Voter” (Amerikan Seçmeni) adlı çalışması bu modelin ortaya çıktığı ilk eser olarak kabul edilmektedir. Bu modelin kurucu araştırmacılarına göre partizanca düşünce, seçmenin hakkında bilgi sahibi olmadığı konularda bağ kurduğu partinin konumunu benimsemesine ve o konumuna göre kendisini konumlandırmasını sağlamaktadır. Seçmenin partisi ile olan bağı ne kadar yoğun olursa algısında yaşanacak yanılsamalar son derece güçlü şekilde gerçekleşecektir (Aydoğan Ünal, 2016: 32).

Bu modelin yaklaşıma göre, bir parti ile partizanlık bağı kurmuş bir seçmenin başka bir parti ile yeniden bağ kurabilmesi nadir olarak görülen bir durum şeklinde ifade edilmektedir. Özellikle karar verme sürecinde etkili olan unsurlar arasında aile özel bir yerdedir çünkü bireyin siyasi tercihlerini erken yaşlardan olmak üzere uzun dönemli olarak etkilemektedir. Uysal ve Toprak da (2010: 60) yapmış oldukları çalışmada sağ görüşte yer alan siyasi parti liderlerinin sağ görüşe sahip ailelerin çocuklarıyken, sol görüşte yer alan siyasi parti liderlerinin de sol görüşe sahip ailelerin çocukları olduklarını ifade etmişlerdir.

2.2.3.Ekonomik (Rasyonel) Oy Verme Modeli

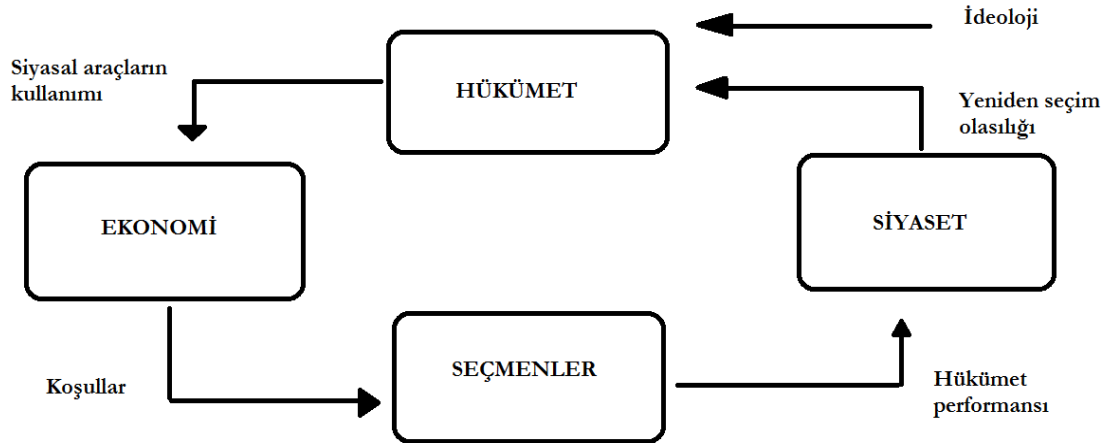
Sosyolojik model ve parti kimliği modeli, seçmenlerin seçimlerde farklı siyasi partilere oy verme tercihlerini açıklama noktasında yetersiz kalabilmekte ve ekonomik oy verme modeli de bu noktada devreye girerek oy verme davranışı konusunda farklı tercihleri anlamlandırmak, açıklamak için önemli görülmektedir.

“Rasyonel Oy Verme Modeli” adı ile literatürde yer alan “Ekonomik Oy Verme Modeli”, ilk olarak 1957 yılında Anthony Downs tarafından ortaya koyulmuştur. Oy vereceği siyasi partiyi seçmeye karar verme aşamasında olan seçmen, en az emeği harcayarak en çok faydayı sağlamayı ölçüt olarak belirlemekte ve bu ölçüte göre

ekonomik koşulların etki derecesi oldukça büyük olmaktadır. Yani bu yaklaşımın temelini fayda maksimizasyonu oluşturmaktadır. Ekonomik koşullar ile oy verme davranışı döngüsel olarak birbirlerini izler ve etkilerler. Alanyazında yer alan birçok araştırmada gösteriyor ki ülkelerin ekonomik koşulları ile iktidar olan siyasi partilerin aldıkları oy oranları arasında yüksek korelasyonlara ulaşılmıştır (Arslantürk, 2012: 25).

Seçmen oy verme karar sürecinde, belirlediği aday ya da partiden yana oy kullanırken kişisel veya ait olduğu gruba ne düzeyde fayda sağlayacağını düşünerek karar vermektedir. Aynı zamanda sahip olunan ekonomik güç oy verme davranışını etkilemektedir (Şener, 2018: 108). Siyasi katılım sağlamanın sosyoekonomik statü ile doğru orantılı olduğunu savunan araştırmacılar bulunmakta ve yapılan araştırmaların sonucunda daha iyi bir eğitim seviyesinde ya da daha yüksek bir gelire sahip olan bireylerin, diğer bireylere göre siyasal sürece daha katılımcı oldukları görülebilmektedir (Akgül, 2013: 29). Böylelikle ekonomik durum ya da sosyoekonomik statünün seçmenlerin oy verme davranışlarını etkilediği ifade edilebilir.

Ekonomik oy verme yaklaşımı esas olarak iki model şeklinde ayrılmaktadır. Bu modellerden ilki geçmişe-geleceğe oy verme modeli (Benoit'ten aktaran Ceylan ve İspir, 2020: 1495), diğeri ise toplumsal-bireysel ekonomiye oy verme modelidir (Nannestad ve Paldam'dan aktaran Ceylan ve İspir, 2020: 1495). Geçmişe-geleceğe oy verme modeli, seçmenlerin geçmişte siyasi partilerin hayata geçirmiş oldukları faaliyetleri temel almaları ve siyasi partilerin gelecekte hayata geçirecekleri faaliyetleri seçmenlere vaat ederek oy almaları şeklinde iki alt modele ayrılmaktadır. Toplumsal-bireysel ekonomiye oy verme modeli ise, seçmenlerin milli ekonominin iyileşmesi için siyasi partiye oy vermesi ve şahsi ekonomilerinin iyileşmesi için siyasi partiye oy vermesi şeklinde iki alt modele ayrılmaktadır. Bu durumda ekonomik oy verme modelinin toplamda dört alt modeliyle karşılaşılmaktadır (Ercins, 2007: 26-27).



Şekil 2: İki Aktörlü (Hükümet ve Seçmenler) Siyasal Sistem-Ekonomik Sistem

Kaynak: (Schneider, F. 1985).

Seçmenlerin ekonomik öncelikleri kültürler arasında farklılıklar göstermektedir. Başka bir ifadeyle, seçmen davranışı üzerinde toplumsal ekonomik düzeyin mi yoksa bireysel ekonomik düzeyin mi daha etkili olduğu sorusunun cevabı ülkeden ülkeye farklılaşmaktadır (Arslantürk, 2012: 26).

Kaufmann ve Petrocik'in (1999) yapmış oldukları bir çalışmada oy verme davranışını doğrudan etkileyen unsurların geçmişteki ekonomik değerlendirmeler ve toplumun zenginlik tercihleri olduğu belirtilmektedir. Sezgin'in (2007) Türk seçmeni üzerinde ekonomik koşulların etkisini araştırdığı bir çalışmada benzer sonuçlarla karşılaşmış ve ekonomik oy verme modeliyle çelişmediği görülmüştür. Özetle, ekonomik koşullardaki değişimler Türk seçmenin siyasi tercihlerini etkilemekte ve olumsuz değişimlere olumlu değişimlerden çok daha hızlı tepki vermektedirler.

2.2.4.Stratejik Oy Verme Modeli

Stratejik oy verme modeli, ekonomik oy verme modelinden doğmuştur ve bazı yönlerinden dolayı diğer oy verme modellerinden ayrılmaktadır. Kullanılan oylar bu modele göre, bireylerin kişisel tercihlerini bildirmelerinden çok bireylerin çıkarları doğrultusunda hareket etmelerine yarayacak olan bir araç olarak görülmektedir. Mesela genel seçimlerde seçmenlerin bazıları, kişisel çıkarlarını göz önüne alarak kurulması gereken uygun koalisyon için oy kullanabilir yani seçimi kazanacak olan partinin kendi tercih ettiği parti olmasına rağmen seçim sonunda koalisyon kurulmasını istediği oy oranı düşük olan diğer bir partiye oy vererek o partinin etkili

olmasını sağlayabilir ve bu yöntemi uygulayarak çıkarlarına ulaşmalarını sağlayacak olan hükümeti seçebilirler (Aydoğan Ünal, 2016: 46).

Seçmenlerin oy vermede stratejik davranmalarından ilk kez 1869 yılında Droop bahsetmiştir. Droop (1869) bu stratejik davranışı, *“Duyarlı seçmenler en çok oyu alanın kazandığı seçim sistemlerinde daha az tercih edilen fakat daha fazla kazanma şansına sahip kişiye oy verebilirler”* şeklinde ifade etmektedir. Literatürde en çok tercih edilen siyasi partiden farklı başka bir siyasi partiye oy verme durumları taktiksel, sofistike ya da stratejik oy verme olarak adlandırılmaktadır. Son yıllarda yapılan çalışmalarda stratejik oy verme adlandırması önemli ölçüde kabul görmektedir (Aydoğan Ünal, 2016: 57). Stratejik oy verme, Droop’tan sonra da birçok kez literatürde ampirik olarak test edilmiş fakat teorik olarak açıklamasının yapılması ilk kez Duverger tarafından yapıldığı için “Duverger Kanunu” olarak ifade edilmiştir (Leighley, 2012: 90). Siyasi parti sistemlerini ve seçim kuramlarını stratejik oy verme davranışı ile ilişkilendiren Duverger, iki etkiden bahsetmektedir. İlk etki, seçim sonucuna göre sandalye dağılımını belirleyen kanunların nasıl şekillendiğine değinen mekanik etkidir. İkinci etki ise, mekanik etkinin doğurduğu psikolojik etkidir (Aydoğan Ünal, 2016: 59)

Gschwend’e göre (2004b: 10-16) rasyonel bir seçmen, diğer seçmenlerin tercihleri ile ilgili bilgilere sahip olduğunda, istediği sonuca ulaşmak için en çok tercih edeceği siyasi parti veya siyasi adaydan başka seçeneklere yönelip ve o seçeneğe oy vererek elde edebileceğini görüyorsa stratejik davranmış olur. Stratejik oy verme ile ilgili yapılan çalışmalar, seçmenlerin hangi durumlarda ve neden en çok tercih ettikleri siyasi partiye veya siyasi adaya oy vermek yerine başka seçenek arayışlarına girdiklerini hatta oy verdiklerini araştırmaktadır. Yapılan bu çalışmaların amacı ise seçmenlerin hangi partiye veya siyasi adaya oy vereceklerini hesaplarken bu oy verme davranışında etkili olan unsurları belirleyebilmektir. Stratejik oy verme davranışında etkili olan unsurlar da genel olarak bireysel unsurlar (eğitim, çevre ile girilen ilişkiler) ve yapısal unsurlar (demokrasi geçmişi, seçilen sandalye sayısı, seçim barajı ve seçim sistemi) olarak iki şekilde incelenebilmektedir.

Seçim sonunda arzu edilen tablonun oluşması için en çok tercih edilen siyasi partiden farklı bir siyasi partiye oy verilebilen durumları açıklayan stratejik oy verme davranışı yalnızca seçmenlerin yapabileceği bir davranış değildir, siyasi partiler bu davranışı sergileyip stratejiler geliştirebilirler. A, B ve C adlı siyasi partilerin

katıldığı bir seçim düşünelim. A adlı siyasi partinin kazanmasının beklenildiği bir seçimde B adlı siyasi parti seçimden çekilme kararı alırsa ve B adlı siyasi partinin de bazı sebeplerden ötürü A adlı siyasi partiye seçimi kazandırmamak için C adlı siyasi partiye yönelerek o partiye oy verebilirler ve C adlı siyasi partinin de bu strateji ile seçimi kazanmasını sağlayabilirler. Böyle bir davranış da stratejik oy verme gibi stratejik adaylık davranışı şeklinde tanımlanabilmektedir (Dutta, Jackson ve Le Breton, 2001).

2.3.Liderin Üslubu ve Oy Verme Davranışı İlişkisi

Seçmenlerin oy verme davranışlarını etkileyen unsurların çok fazla olması ve aynı zamanda bu sürecin yoğun olmasından dolayı oy verme davranışı karmaşık bir yapıya sahip olmaktadır. Seçmenin oy verme kararına varmasında liderlerin üslubunun oldukça etkili olduğu görüldüğünden bu bölümde liderin üslubu ve oy verme davranışının aralarındaki ilişkiye değinilecektir.

Üslup sadece edebi eserlerde kullanılmamaktadır, üslubun kullanım alanı dilin iletişim işlevini yürüttüğü bireysel ve toplumsal olan bütün alanları kapsamaktadır (Divlekci, 2007: 117). Bahsedilen bu kapsam içerisinde siyasi liderlerin hitabetleri ile kullanmış oldukları üslup da yer almaktadır. Önal'a göre (2008: 40) her bireyin zamanı, bilgisi, kimliği ve kişiliğine bağlı olarak düşüncüleri, bu düşünceleri anlatımı kendine has bir şekilde ifade edilmektedir. Üslup, siyasal iletişim sürecinde liderlerin hitap şekillerine uyarlandığı zaman, liderlerin kişilik özelliklerini yansıtan ifadelerin konuşmalarında yer bulacağından bahsedilebilir (Başarır, 2016: 223). Başarır'a göre (2016: 223) bireylerin kişilik özelliklerinden olabilecek saldırgan olma, heyecanlı olma, iyimser olma, sakin olma gibi bütün özellikle üslup çeşidi olarak belirtilebilmektedir.

Üslup bir yandan dile, diğer yandan biçim ve içeriğe bağlı olan bir kavramdır. Liderlerin ifadelerinde yer bulan kelimelerin taşıdıkları anlamlar, çağrışımlar, söyleniş ve sıralanışları içerik ile olan ilişkisine işaret etmektedir (Önal, 2008: 33). Watzlawick ve arkadaşlarının "*her iletişimin bir içerik bir de ilişki boyutu olmak üzere iki boyutu vardır; öyle ki bunlardan ikincisi daima birincisini etkilemekte ve böylelikle meta- iletişim ortaya çıkmaktadır*" varsayımı bu bağlamda kullanılmaktadır (Gökçe, 1993: 28).

Oy verme, demokrasilerde halkın siyasete müdahil olmak için yararlanılan temel bir ifade tarzı olarak görülmektedir (Damlapınar ve Balcı, 2005: 59). Demokrasiyi teoriden pratiğe çeviren oy verme davranışının baş aktörü olan seçmenler, bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde tercihlerini ifade etmektedirler (Hülür ve Kalender, 2003: 165). Siyasal iletişim ise ürettiği ve siyasal sisteme dâhil ettiği iletişimsel eylemler ile seçmenlerin kararlarını şekillendirerek kararlarına yön veren bir yapıyı meydana getirmektedir (Başarır, 2015: 32).

Siyasal iletişimde seçmenlerin nasıl ve neye göre oy verdikleri ile ilgilenilmiştir. Bugüne kadar yapılan araştırmalarda seçmen davranışını etkileyen faktörlerin; siyasal parti, aday, gündem, propaganda, kitle iletişim araçları, kamuoyu araştırmaları, din, aile, çıkar grupları, ekonomi politikaları ve lider üslubu gibi argümanların olduğu belirtilmektedir (Doğan ve Göker, 2013: 9).

Liderlerin hitaplarındaki üslup ise seçmen tarafından algılanmaya çalışılırken, konuşmada bahsettiği konular ile ilgili olarak liderin seçmenler ile geçmişten gelen ilişkisi devreye girebilecektir, böylece liderin hitabeti de anamlanacaktır. Seçmenlerce, liderlerin üslupları değerlendirilirken bu tarzda bir ilişkiden kaynaklanan anlamlandırmalar bireyler üzerinde oy verme davranışı noktasında yönlendirici olabilecektir.

Seçmenin oy verme davranışında liderin üslubunun etkisi olduğu kadar dindarlığın da etkisi olduğu düşünülmektedir bu yüzden bu çalışmada dindarlık bir başka değişken olarak ele alınmaktadır. Böylelikle bu çalışmada evren olarak aldığımız Adana ve Nevşehir illerinde bulunan üniversitelerde öğrenim görmekte olan ön lisans, lisans ve lisansüstü üniversite öğrencileri bireysel özgürlüklere vurgu yapan modern dönemde etkisiyle oy verme davranışında bulunurlarken dindarlık kavramını bir kriter olarak değerlendirmemektedir. Son zamanlarda da iktidar, ana muhalefet ve diğer siyasi partilerinde ilgi odağında olan genç seçmenlerin dindarlığa bakış açıları üzerinde durulmaktadır. Türkiye’de yapılacak olan seçimlerde genç seçmenlerin etkisinin oransal olarak önemli olduğu yapılan siyasi konuşmalarda, mitinglerde, verilen demeçlerde sürekli olarak ön planda tutulmaktadır. Genç seçmenler de bu durumun farkında oldukları için siyasi partilere mesajlarını doğrudan ya da dolaylı olarak vermektedirler.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DİNDARLIK

Bu bölümde dindarlık kavramına ilişkin açıklamalar ile birlikte; dindarlığı etkileyen faktörler, dindarlığın ölçümü ve dindarlık tiplerine değinilmiştir.

3.1.Dindarlık Kavramı

Roof (1979: 48), dindarlığın doğaüstü ve yüksek değerlere ilişkin bireyin inançlarının, davranışlarının hem kurumsallaşmış hem de kurumsallaşmamış şekillerini barındırdığını ve dindarlık kavramının İngilizce’de karşılıkları olarak, “*religions commitment*”, “*religions involvement*”, “*religiosity*” ve “*religiousness*” gibi terimlerin aynı anlamda kullanıldığını belirtmektedir.

Dindarlık kavramı din kelimesinden türemiştir ve hatta gündelik dilde din ile dindarlık kavramları aynı anlamlarda görülüp kullanılsa da dindarlık, dine inananların uyması gereken kuralların bireyin hayatında yaşam tarzına dönüşmesidir. Genel olarak bir bireyin dindar olarak vurgulanması; onun dini içselleştirmesine, dini emir ve yasaklara uymasına, dini denetleyici olarak kabul etmesine bağlıdır (Subaşı, 2004: 43). Dindarlık dinin gereklerini yerine getirmede öznellikler taşıyan (Subaşı, 2004: 61) ve kişisel davranışların ön planda olduğu çok boyutlu ve ölçülebilir bir olgudur (Gürses, 2010: 24).

Dindar olarak tanımlanan biri, mensup olduğu din tarafından emir ve yasaklarına uyup yapılan yönlendirmeler ile dinin gereklerini yerine getirendir. Dindar, kabul ettiği dinin emir ve yasaklarını tutum ve davranışlarına yansıtan kimse olarak da tanımlanmaktadır (Ayverdi, 2005: 726; Kurt, 2009: 5).

Bireyin bir dine bağlı olması ve o dinin ibadetleriyle, inançlarıyla ilgilenmek için ayırdığı vakit şeklinde ifade edilebilen dindarlık kavramı bireyin dine bağlanma derecesini de belirtebilmektedir (Ayverdi, 2005: 726; Kurt, 2009: 6; Gündüz, 1998: 38).

Onay (2004: 17) da dindarlığı, yaradan ile insan arasında olan inanç bağı ile bireyin yaşamına yansıtması şeklinde tanımlamaktadır. Johnstone ise (1992, 58-59) dini bir

grup üyesi olan dindar bireyin dini grubun yaptığı uygulamaların hayatına yansıma derecesinin yoğunluğuna dindarlık olarak bakmaktadır.

Dindarlık kavramının inanç, ibadet, kültür, örf, adet, gelenek ve değer gibi birçok boyutu vardır o yüzden de bireyin dindar olarak kabul edilip edilmemesi noktasında yalnızca inanç ve ibadetlere devam etmesi yeterli bir kıstas olarak kabul görmemektedir, diğer boyutlarda bu noktada son derece önemli görülmektedir (Yapıcı, 2002: 76).

Dindarlık kavramı birçok bilim insanı tarafından sosyoloji, psikoloji, antropoloji, tarih gibi disiplinlerde ele alınıp incelenmiş. Her alanda kendi düşünceleri doğrultusunda dindarlık kavramını tanımlamaya çalışmıştır. Bu yüzden dindarlık kavramının ortak bir tanımını yapmak bu durumda zorlaşmaktadır. Çünkü disiplinler kendi metod ve yöntemlerini kullanarak farklı bakış açıları ile kavrama yaklaşmaktadırlar böylelikle araştırmacılar tarafından da farklı tanımlamalar ortaya çıkmaktadır. Diener'e (1997: 2) göre de dinin içerisinde barındırdığı farklılıklardan dolayı dindarlık kavramını tanımlamak kolay olmayacaktır.

Dindarlık, topluma etki etmesinden dolayı önemli bir kavram ve araştırılması gereken bir konudur. Çünkü insan inandığı şeyler doğrultusunda yaşamını sürdürmeyi ister ve bu doğrultuda öğrendiği bilgileri davranışlarına yansıtmayı tercih eder (Yılmaz, 2014: 42). Dinin kendi içinde barındırdığı farklılıklardan ötürü de tek tip bir dindarlıktan bahsetmek mümkün görünmemektedir. Bireyden bireye, kültürden kültüre bile farklı anlamlar kazanan dindarlık anlayışında bir Yahudi'nin, bir Hristiyan'ın ya da bir Müslümanın dindarlık anlayışı aynı olamaz (Uysal, 2006: 74). Hatta aynı dine inanan ve bunun üstüne aynı dini bir grup içinde yer alan bireylerin de birbirlerinden farklı olmalarından dolayı bireysel dini yönelimler bile söz konusu olabilmekte ve bu durumda dindarlık kavramını tanımlamak daha zor hale gelebilmektedir (Hökelekli, 2010: 81).

Allport (2004: 46) yeryüzünde var olan insanlardan dindar olma eğilimindekiler kadar dini tecrübelerin çeşitliliğinden bahseder. Spilka-Hood ve diğerleri (Altunsu Sönmez, 2016: 562) de dindar olmanın yüzlerce olası yollarının olduğunu ifade etmektedirler. Bireyin dindar mı yoksa dindar değil mi olduğunu anlamak Fromm'a (1997: 239) göre oldukça zordur çünkü o bazı bireylerin dindar olduklarını sözlü olarak ifade etmelerine rağmen aslında içlerinde dindarlığı yaşamadıklarını ve dindar olmadığını sözlü olarak ifade eden bireylerin aslında fazlasıyla dindar

olabileceklerine değinmektedir. Buradan yola çıkılarak dindarlığı tanımlamak kadar dindarlığın ölçülmesinin de oldukça zor olduğu görülmektedir.

Marshall'a (1999: 156) göre en genel tanımıyla dindarlık kavramı din kurallarını takip edip dinin öğretilerine inanmak şeklinde ifade edilmiştir. Kayıklık'a (2006: 491) göre ise dindarlık, dini ilkeler ve dogmaların bireyin hayatında yer bulması hali olarak tanımlanmıştır. Dindarlık kavramını belirli bir kişi veya grup tarafından belirli bir zaman aralığında yaşanan din olarak ifade eden Günay (2006: 22), kavramın karşılığı olarak da "yaşanan din" kelime grubuyla ilişkilendirmiştir.

3.2.Dindarlığı Etkileyen Faktörler

Dindarlık genel olarak bireysel olarak çerçevelenen bir kavramdır. Bu doğrultuda dindarlık, "dinin insan hayatına nüfuz etme derecesi" şeklinde de ifade edilebilmektedir (Tekin, 2004: 53). Birey, dâhil olduğu dini kültürden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenmektedir. Genellikle bireyin etkileşimde olduğu sosyal çevre böyle bir etkilenmede önemli bir rol üstlenmektedir (Çoştu, 2009: 85). İnsanlar hayatları boyunca çeşitli toplumsallaşma faktörleri ile etkileşime girerler ve bu sosyal faktörler de dini tercihleri belirleyen inanç ve tutumların oluşmasını sağlamaktadır (Sherkat, 2003: 151).

Literatürde yapılan araştırmalar sonucunda, dini inanç ve davranışların oluşumunda ve bağımsız değişken olarak dindarlığın şekillenmesinde genellikle aşağıda sıralanan bağımsız demografik değişkenlerin birer faktör olarak etkili olduğu belirtilmektedir (Kurt, 2009: 3):

Aile: Çocukların sosyo-kültürel kişiliğini etkileyen birincil sosyal çevre grubu ailedir böylelikle ilk sosyal ilişkilerini aile içerisinde gerçekleştirirler. Sevgi, saygı, fedakârlık, yardımlaşma gibi değerler ile din de ailede kazanılmaktadır özellikle anne ve babaların rolü ön plandadır. Bu nedenle Sherkat (1991: 4) tarafından aile, dini değer ve tercihlerin bireylere aktarıldığı en önemli kurum olarak görülmektedir. Anne ve baba aynı dine mensup olduklarında dindarlıklarını çocuklarına kolaylıkla aktarabilmektedirler. Sonuç olarak, aile içinde kazanılan bu temel dini inanç, tutum ve davranışların, bireyin dini yöneliminin şekillenmesinde etkisi olacaktır.

- Cinselliğe Bakış Açısı: Toplumsal bir yapıda cinselliğin ilkelerini ve sınırlarını o toplumun kabul ettiği din, örf, gelenekler ve hukuk sistemi belirlemektedir.
- Cinsiyet: Batı'da cinsiyet faktörünü baz alarak gerçekleştirilen dindarlık analizlerine göre, kadınlar erkeklere göre dini uygulamalara daha sık katılmakta, erkeklerden çok daha fazla inançlarına bağlı hareket etmektedirler (Miller ve Hoffmann, 1995: 63). Köktaş (1993), Karaca (2000), Onay (2004) ve Mehmedoğlu (2004) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre inanç ile ibadetleri yerine getirme durumlarının erkeklerde kadınlara oranla yüksek olduğu görülmektedir. Kımtar (2008) tarafından yapılan araştırmada ise kız öğrencilerinde erkeklere göre inanç ile ibadetleri yerine getirme oranlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.
- Medeni Durum: Türkiye'de yapılan çeşitli araştırmalarda genel olarak evli olanların dini uygulamaları yerine getirme yönünden bekar olanlara göre daha dindar oldukları görülmektedir (Kurt, 2009: 12).
- Yaş: Köktaş'ın yapmış olduğu araştırma sonucuna göre (1993), Allah inancının 30. yaştan itibaren ilerleyen yaş ile birlikte artışı; ancak 61 yaş ve üstü grubunda küçük de olsa azalma eğiliminde olduğu ifade edilmektedir. Uysal'ın 20-41 yaş ve üstü gruplar arasında olan katılımcılardan elde ettiği araştırma sonucuna göre (1995) yaşın ilerlemesi ile insanların dine karşı daha olumlu tutum ve davranışlar geliştirdiğini belirtmiştir.
- Eğitim Düzeyi: Kurt'a göre (2009: 21) eğitim ile dindarlık arasında olan ilişki oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir ve genellemelerden kaçınmak gerekmektedir. Alınan eğitimin niteliği ve içeriği önemli bir işleve sahiptir bu noktada da yüksek düzeyde gerçekleştirilen din eğitimi, dinin gereklerine göre yaşayışın üzerinde olumlu etkiler bırakırken, seküler alanlarda elde edilen yükseköğrenim bunu belirli ölçüde olumsuz olarak etkilemektedir (Yapıcı, 2007).
- Coğrafi Bölge: Antik filozoflara kadar uzanan bu dindarlık ve coğrafi bölge arasındaki araştırma geleneği klasik sosyoloji literatüründe coğrafyacı ekol olarak adlandırılmaktadır. İbn Haldun'a göre (1991: 336), iklim koşulları ve yenilen gıdalar ile insanların karakterleri arasında ilişki olduğunu ifade

etmekte aynı zamanda toplumların üretim ve tüketim biçimleri sadece sosyal yapılarını değil aynı zamanda dini düşüncelerini de doğrudan etkilemektedir.

- Kırsal ve Kentsel Hayat: İnsanların kırsalda veya kentlerde yaşamaları sosyal yaşantılarında olduğu gibi dini yaşantılarını da etkilemektedir. Kırsalda yaşayanlar ile kentlerde yaşayanların dini yaşantıları nicelik ve nitelik bakımından farklılık gösterebilmektedir (Kurt, 2009: 16).
- Sosyo-ekonomik Statü: Sosyo-ekonomik durum, dini yaşayışı önemli derecede etkileyen faktörlerden biri olarak ifade edilmektedir. Batı'daki araştırmalardan elde edilen bulgulara göre, dindarlık ve sosyo-ekonomik düzey ilişkisi kullanılan ölçüğe göre farklılık gösterebilmekte fakat bu iki kavram arasında belirgin bir ilişkinin olduğu belirtilmektedir (Hallahmi ve Argyle'den aktaran Kurt, 2009: 19).

Çalışmanın bu kısmında, dindarlığı etkileyen faktörler olarak aile, cinselliğe bakış, cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, coğrafi bölge, kırsal ve kentsel hayat ve sosyo-ekonomik statü incelenmiştir. Söz konusu bu faktörler etrafında gelişen dini hayat ile bireyleri doğuştan beri çevreleyen odak noktalar üzerinde de durulmuştur.

3.3.Dindarlığın Ölçümü

Özel yöntem ve tekniklerin kullanılmasıyla bir kişinin dindarlık düzeyini belirleme ve elde edilen sonucu rakamsal değerler ile ifade etme “dindarlık ölçme” adıyla tanımlanabilmektedir. Dindarlık ölçümünde ölçek kullanımı, yaygın olarak kullanılan ve aynı zamanda pratik olan bir yöntemdir (Onay, 2001: 440).

Din psikologları, dindarlık kavramının anlaşılması ve düzeyinin belirlenmesi için hassas ve geçerli olan ölçme araçları ile ölçme teknikleri geliştirmişlerdir. (Yıldız, 2001: 24). Yapıcı'ya göre (2004: 104) dindarlık tanımlamaları ve algıları ile dindarlık ölçekleri arasında önemli düzeyde bir ilişki bulunmaktadır.

Dindarlık, Hökelekli'ye göre (2010b: 43) “*dinin, hayata geçirilerek bilfiil yaşanma biçimi*” dir. Yani dinin yaşanma şekli kişisel olmakta ve böylelikle dini anlamada, algılamada ortaya çıkacak olan farklılıklara bağlı olarak kişiden kişiye değişen bir yaşantı söz konusu olmaktadır. Öznellik ön plana çıktığı için dindarlığın tanımlanması güçleşmekte, göreceli olmakta ve bunların sonucunda kompleks bir kavram haline dönüşmektedir. Bundan dolayı din psikologları tarafından operasyonel

tanımların gerekli oluşu ve önemi vurgulanarak değinilmiştir (Ok, 2011: 530; Yıldız, 2001: 24).

“Dindar olmak ne demektir?”, “Dindarlığı nasıl belirleyebiliriz?” gibi sorulara operasyonel tanımlar çerçevesinde cevap aranmaktadır. Kullanılan ölçme araçlarına göre bir kişinin dindarlık düzeyine ilişkin çok sayıda operasyonel tanımlar yapılabilmektedir (Spilka ve diğerleri, 2003: 11). Operasyonel olarak eğer birey tüm imkânlarla rağmen dini bir grup ya da dini bir topluluğun üyesiye, yapılan dini hizmetlere katılım sağlıyorsa, kutsal kabul edilen metin ve kitapları okuyorsa, dini amaçları yerine getirmek için harcama yapıyorsa, dini bayramlar ve dini günlere saygı gösteriyorsa, yaratıcıya sığınarak dualar ediyorsa onu dindar bir birey olarak tanımlamak mümkündür. Fakat yapılan bu tanımlamalar araştırmacıların uyguladığı anket ve ölçekler ile sınırlı kalmaktadır (Albayrak ve Kurt, 2019: 140-141).

Bireyin din ile ilgili etki tepkilerinin ve bunların derecesinin bireyin dini yönelimi hakkında birer gösterge olarak kabul edilebilir. Bu doğrultuda ifade edilen düşünce, tutum ve davranışlarının anlaşılacağı ve ölçülebileceği de ifade edilebilir (Coştu, 2009: 124). Bir dini tutumun anlaşılır ve ölçülebilir olması için bireyin yalnızca ibadethaneye gitmesi ya da cemaat ile yapılan ibadetlere katılım düzeyinin belirlenmesi yeterli görülmemektedir, Bunların beraberinde ibadetin birey için anlamı, kendini ne kadar o ibadetin içinde bulduğu, ibadetin birey için benlik, kişilik, fiziksel ve zihinsel sağlık ve mutluluğuna, tutum ve davranışlarına ne düzeyde etkisinin olduğu gibi farklı birtakım kişisel bilgi ve deneyimlerinin de açıklanması gerekli görülmektedir. Böylelikle dindarlık ölçümünde objektif bir açıyla bahsedilen tüm bu özelliklerin dikkate alınması ile daha verimli ve daha gerçekçi olan sonuçlara ulaşılmış olunacaktır (Mehmedoğlu, 2006: 469).

Dindarlığın ölçümü ile ilgili yapılan çalışmalarda zamanla farklı yaklaşımların doğmasına neden olmuştur. Dindarlığın boyutlu oluşu tartışılmış ve tek boyutlu olduğunu savunanların beraberinde çok boyutlu olduğunu savunanlarda olmuştur. Bu iddialar sonucunda da çeşitli ölçekler geliştirilmiştir.

3.4.Dindarlık Tipleri

Sosyal bilimler alanından araştırmacılar dindarlığın farklı tiplerden oluştuğundan bahsetmektedirler. Günay (1999: 259-264) dindarlığı, şiddetin miktarı ve biçimine göre olmak üzere iki gruba ayırdığını ifade etmektedir. Şiddetin miktarına yani

azlığına ve çokluğuna göre ateşli dindarlar, alaca dindarlar, mevsimine göre dindarlar, beynamaz dindarlar ve ilgisiz dindarlar olarak gruplandırmakta; şiddeti biçimine göre ise geleneksel halk dindarlığı, seçkinlerin dindarlığı, laik dindarlık ve transizyonel dindarlık olarak gruplandırmaktadır. James de dindarlığı iyimserlik (sağlıklı düşünme durumu) ve kötümserlik (psikolojik bozukluluk hali) olarak gruplandığını belirtmektedir. Bireylerin bazıları iyimser olup yaşanan her olayı en iyi tarafından görür, bazıları ise kötümser olup başkalarının acı ve üzüntülerinden beslenerek hayatlarını devam ettirmeye yönelimlidir.

Hökelekli'ye göre (2010: 82-83) ise Fromm, dindarlığı otoriter ve hümaniter olarak iki gruba ayırmaktadır. Otoriter dindarlıkta Tanrıya itaat görülmekte ve bu sayede de birey kendini daha güvende ve güçlü hissetmektedir. Hümanist dindarlıkta ise bireyin aklını ve merhametini kullanarak kendini gerçekleştirme ön planda tutulmaktadır.

Dindarlık, bireyin günlük yaşamında dinin kendisi için ne derecede önemli olduğunu ve dine inanıp inanmadığını inaniyorsa da o dini yaşayıp yaşamadığını gösteren bir kavramdır. Taş'a (2006: 177) göre de dindarlık kavramını bireyin nasıl bir dindar ve ne yönde bir dindar olduğunu ele alarak değerlendirmek son derece önemlidir. Allport'a göre ise içsel ve dışsal dindarlık olarak tanımlama yapılmaktadır. İçsel dindarlıkta bireyin içe dönük yöneliminden yani dini amaç olarak görmesi ve dini kuralları benimseyerek yaşamasından, dışsal dindarlıkta ise bireyin dışa dönük yöneliminden yani dini bir araç olarak görüp dinden fayda sağlayan bireylerden bahsedilmektedir (Altunsu Sönmez, 2016: 563). Okumuş (2005: 17) da bu duruma benzer şekilde bir dindarlık tanımı yapmaktadır ve gösterişçi dindarlık olarak kavramsallaştırmaktadır. Gösterişçi dindarlık ise gerçekçi olmayan yani yapay olan ve çıkar ilişkilerine dayanan dindarlık olarak ifade edilmektedir (Okumuş 2006: 17). Crapss ise üç farklı dindarlık tipinin olduğunu ifade etmiştir. Bunlar; otoriteye bağlı dindarlık, kişiye özgü varoluşsal dindarlık ve içsel dindarlıktır. Otoriteye bağlı dindarlıkta birey dini kurumlara ve koyulan kurallara son derece bağlıdır ve bu durumdan da memnundur. Tanrı'yı bir kurtarıcı olarak görür ve mutlak otorite olarak kabul eder. Kişiye özgü varoluşsal dindarlıkta da birey kendi varlığına göre dini gönüllü olarak kabul eder ve huzurla o dini yaşar. İçsel dindarlıkta ise birey yaşadığı yoğun dini duygulardan dolayı kendini dış dünyaya kapatır ve dini bir yaşama yönelir (Crapss'tan aktaran Ayten, 2004: 45).

Bireylerin gelişim dönemlerine göre üç farklı dindarlık şeklini yansıtacıklarını belirten Gazali; bunları taklidi dindarlık, tahkiki dindarlık ve zevk alınan dindarlık olarak ifade etmektedir. Taklidi dindarlıkta birey kanıt arayışına girmeden inanç ve değerleri başkalarını taklit etme yoluyla hayata geçirir. Tahkiki dindarlıkta dini inanç ve değerleri mantığına oturtmak isteyen birey, sorgulayarak kanıtlara ulaşmaya çalışır. Zevk alınan dindarlıkta ise birey, yaşamış olduğu deneyimlerinden dolayı dini inanç ve değerler onun hoşuna gider (Gazali'den aktaran Ayten, 2004: 46).

Dindarlık, bireysellik ile çerçevelenmiş olup dinin bireyin hayatını etkileme derecesi olarak da ifade edilebilir (Tekin, 2004: 53). Dinin emrettiklerine bağlı kalmadan ve dini yaşamına uygulamayı sadece Tanrı inancı olan bundan dolayı da kendisini dindar olarak kabul eden bireyler de bulunmaktadır (Horozcu, 2010). Yaratılış gereği birey, kendisinde var olan din duygusunu toplumda yaşanan değişimlerden de etkilenerek kendi içinde yeni bir dinsel arayışa yönelebilmektedir (Kayıklık, 2002).

Allport ve Ross'a göre (1967) de dindarlık tipleri, iç güdümlü dindarlık ve dış güdümlü dindarlık olarak iki grupta incelenmektedir.

3.4.1.İç Güdümlü Dindarlık

Dini, iç güdümlü olarak benimseyen bireyler, en hâkim güdülerine din olgusuyla erişirler. Diğer ihtiyaçlar ise zorunlu olsa bile çok önemli olarak kabul edilmemektedir ve bu ihtiyaçlar dini inançlar ile uyumu hale getirilmektedir. Bireysel olarak bir inancı kabulleniş, o inancı içselleştirmek ve o inanca kendini adanmak içindir (Allport ve Ross'dan aktaran Nalbant, 2010: 30). Birey, dininin bütün inançlarını alçak gönüllü ve merhametli olma bireysel olarak mutlaka içselleştirmektedir. Dinin içgüdümlü ve baskın olduğu bir yerde bireyin başkalarını küçümsemesine veya onları reddetmesine imkân yoktur. Aslında İslam'da otoriter bir karakter söz konusu değildir en azından teorik olarak söz konusu değildir. Nalbant'a göre (2010: 30) dindar kesimler gücün ve otoritenin karşısında boyun eğen bireyler haline dönüşmüşlerse bunun nedeninin tarihsel ve kültürel yapılarda aranması gerektiğini belirtmektedir. Devlete, sultana, yöneticiye, temel hak ve özgürlükleri kısıtlayan kanunlara, hatta inançlara saygı göstermeyen ana ve babaya boyun eğip itaat etmenin şart koşulduğu bir kültürde bireylerin otoriteriyen olmaları normal olarak karşılanmalıdır (Nalbant, 2010: 30).

3.4.2.Dış Güdümlü Dindarlık

Dine dış güdümlü olarak yönelen bireylerin dine ve değerlere yaklaşım Őekilleri genel olarak yardımcı ve yararcıdır. Böyle bir yönelime sahip bireyler, dini farklı ve çeşitli yönlerden faydalı bularak inancı ya öylesine kabul ederler ya da önemli olan ihtiyaçlarına uygun olacak Şekilde uyarlarlar (Nalbant, 2010: 29).

Dış güdümlü dine yönelimi olan birey dini görüşlerini; güvenlik, statü ya da kendisine toplumsal destek sağlamak için kullanabilmektedir. Nalbant'a göre din (2010: 29), bireyin bireysel doğruları arasında bir değer olarak kabul edilmemektedir. Tamamen fayda sağlamak amaçlı diğer ihtiyaçlara hizmet eden bir kurum olarak ifade edilmektedir. Bu tipteki bireylerin dini, argüman olarak kullandıkları belirtilmektedir ve kullandıkları zamanlarda din işlerine yaramalı, ruhsal çözümlenmeye katkısı olmalı ve özellikle dinin popüler olduğu ortamlarda yapılanlar bireye toplumsal bir statü kazandırmalıdır (Nalbant, 2010: 29). Nalbant (2010: 29), bu bireylerin imanın psikolojik objesi olarak tanımladığı Allah'ı, işlerine yaradıkları ölçüde kullandıklarını ifade etmektedir.

3.5.Dindarlık lekleri

lme aracı; örneklem grubuna, araştırmacının eğilimine, araştırmanın konusuna, ortamın sosyokültürel Şartlarına, araştırma zamanına vb. durumlara göre değişebilmektedir (Mehmedoğlu, 2006: 468).

Dindarlık lme çalışmaları 1960'lı yıllarda hız kazanmış olup 1980 ve 1990 yılları arasında zirveye ulaşmıştır (Mehmedoğlu, 2006: 469). Dindarlık lme çalışmalarının uygulamalı olarak Amerika'da başladığı bilinmekte ve bu çalışmalar ise Hristiyan dindarlığını ölçen çalışmalardır. Dindarlığın llmesi ile ilgili bahsedilen bu uygulamalı çalışmalara ise Bras 20. yüzyılda başlamış ve iman, ibadet, cemaat gibi konular üzerinde durmuştur. Birçok araştırmacı tarafından uygulamalı çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Bireylerin yerleşim yerleri, ekonomik statüleri, farklı kesimler ile iletişimleri, dini tutum ve davranışları incelenmeye başlanarak dindarlık bilimsel boyuta taşınmıştır, bunun sonucunda çok sayıda ölçek geliştirilmiştir (Günay, 2011: 185-186).

Dindarlığı lme ile ilgili Himmelfarb, pek çok ayırt etme yöntemleri geliştirmiştir ve tek boyuttan çok boyutlu karmaşık boyuta doğru giderek şu Şekilde bir örneklendirme yapmıştır: Wach (1944)  faktör, Lenski (1961) dört faktör, Glock ve

Stark (1965) beş boyut, King (1967) dokuz boyut, daha sonra da Hunt ile beraber on bir boyut ve 1972’de de on boyut şeklindedir (Altunsu Sönmez, 2016: 564).

İlk olarak dindarlığı çok boyutlu ele alan sosyologlar Fichter ve Lenski olarak belirtilmektedir. Fichter (1954) dindarlığın dört boyutundan bahsetmektedir ve dindarlığı uyku halinde, marjinal, şekilsel ve öz olarak dört boyut olarak ifade etmiştir. Lenski de (1963: 18-25) dindarlığın dört boyutundan bahsetmiştir. Bu boyutlar ise; doktrinal ortadoksi, teslimiyet, derneksel katılım ve toplumsal katılımdır. Lenski’nin ifade etmiş olduğu bu dörtlü ayırım çok boyutlu çalışmalara öncülük etmesinden ve sonraki çalışmalarını etkilemesinden dolayı literatürde oldukça önemli görülmektedir (Altunsu Sönmez, 2016: 565).

Allport ise dindarlığın içsel ve dışsal olarak iki boyutundan bahsederek dindarlığı olgunlaşmış ve olgunlaşmamış olmak üzere ayırmıştır. Ross ile beraber 1967’de yapmış oldukları çalışmada dindarlığın dört boyutunu ifade ederek içsel, dışsal, ayımsız dindar ve dindar olmayanlar olarak belirtmişlerdir ayrıca on biri içsel dokuzu da dışsal yönelim boyutunu ölçen yirmi madde ve beşli likert tipi (kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, nötrüm, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) bir ölçek geliştirmişlerdir (Altunsu Sönmez, 2016: 565).

Literatürde en fazla kullanılan diğer bir boyut olan Dinî Bağlılığın Boyutları ölçeği ise Glock ve Stark’a aittir ve 1966 yılında geliştirilmiştir. Ölçek; inanç, ritüel, deneyim, bilgi ve sonuçlar olarak beş boyuttan oluşmaktadır. Faulner ve De Jong’da Glock ve Stark’ın beş boyutunun ölçeklenebilirliğini geliştirmek amacıyla yirmi üç maddeden oluşan beş boyutlu bir ölçek geliştirmişlerdir. Bu ölçek ideolojik, ritüelistik, deneysel, entellektüel ve sonuçsal boyutlardan oluşmaktadır (Altunsu Sönmez, 2016: 566).

Dindarlığı çok boyutlu olarak ele alan bir diğer ölçek ise King tarafından geliştirilmiş olup dokuz boyutlu bir ölçektir. Bu ölçek 1969’da King ve Hunt tarafından geliştirilerek altmış bir maddeden oluşmakta ve on bir boyutludur. 1975 yılında ise on üç boyutlu hale gelmiştir (Altunsu Sönmez, 2016: 567).

3.5.1. Türkiye’de Kullanılan Dindarlık Ölçme Araçları

Türkiye’de dindarlık ölçümü için yapılan çalışmalar iki grupta ele alınabilmektedir. Özellikle Hristiyan geleneğine göre geliştirilen bir ölçeğin Türkiye’ye uyarlanması

şeklinde öne çıkan çalışmalar birinci grupta yer alırken, Türkiye’ye özgü olan İslami dindarlık ile ilgili özgün dindarlık ölçekleri ise ikinci grupta yer almaktadır.

Glock’un dindarlığın farklı boyutlarını vurguladığı beş boyuttan oluşan dindarlık ölçeği birinci gruptaki dindarlık modelleri arasında yer almaktadır. Glock’un bahsettiği beş boyut ise; ideolojik/inanç, entelektüel/bilgi, ritüel/ibadet, deneyim/duygu ve diğer dört boyutun etkileri şeklinde ifade edilmektedir (Ok, 2011: 533). Birinci grupta yer alan diğer bir uyarılma çalışması ise Allport ve Ross’a ait olan iç-güdümlü ve dış-güdümlü dindarlık ölçeğidir (Allport ve Ross, 1967). Kayıklık (2000) tarafından da bu iç-güdümlü ve dış-güdümlü dindarlık ölçeği literatürümüze Dinsel Eğilim Ölçeği adlandırılmasıyla dâhil edilmiştir.

İkinci grupta yer alan İslami dindarlık ile ilgili özgün dindarlık ölçeği çalışmalarından ilki Mutlu’nun (1989) geliştirmiş olduğu İslami Dindarlık Ölçeği, İslam’ın temel ilke ve kuramlarını içeren maddelerden oluşmaktadır. Bu grupta yer alabilecek bir diğer ölçek ise Uysal (1995) tarafından Glock’un ölçeğinden faydalanarak gerçekleştirilmiş olan beş boyutlu İslami Dindarlık Ölçeğidir. Uysal’ın çalışmasına benzeyen bir diğer çalışmada Glock ve Stark (1965) ve Glock (1962) çalışmalarından faydalanarak Yıldız ve arkadaşlarının (2006) geliştirmiş olduğu 31 maddeden ve dört boyuttan oluşan Dini Hayat Ölçeğidir. Diğer bir çalışma ise Glock tarafından geliştirilen model göz önünde tutularak Onay’ın geliştirmiş olduğu 16 madde ve üç boyuttan oluşan Dini Yönelim Ölçeğidir. Yine Glock tarafından geliştirilen model baz alınarak 12 madde ve iki boyuttan oluşan Dindarlık Ölçeği’ni de Taş (2003) sunmaktadır.

Uluslararası literatürde de olduğu gibi dindarlık ölçme çalışmalarında ortak bir ölçek üzerinde durulamamış ve birçok araştırmacı konu ile ilgili kendi ölçeğini geliştirip sunmuştur ve çok sayıda dindarlık ölçekleri ortaya çıkmıştır. Bu ölçekler içinde iyi geliştirilen ölçekler olduğu gibi geliştirilmeye ihtiyacı olan ölçekler de yer almaktadır. Mutlu (1989: 194), dindarlık ölçeklerinin geliştirilmesi hakkındaki görüşünü ise “bir sosyoloğun mümkün olduğu kadar kişisel değerleri dışında kalmaya çalışarak, objektif ölçütler içerisinde, meselenin özüne veya o meseledeki gerçeğe yönelik bilgi üretimine katkıda bulunabilmeli” şeklinde ifade etmiştir.

Türkiye’de dindarlık ölçme ile ilgili çalışmalar ilk defa 1962’de Taplamacıoğlu ile başlamıştır. 1977’de ise Fırat dindarlık ölçme çalışmalarına katkıda bulunarak çalışmalar yapmıştır (Altunsu Sönmez, 2016: 569). Onay’a göre (2004: 55) yapılan

bu çalışmalar yöntem ve teknik açısından yeterli değildi ve dönemin gerisinde kalmaktaydı. Bundan dolayı dindarlık ölçme ile ilgili en önemli olan ilk çalışma 1989'da Mutlu'nun gerçekleştirmiş olduğu "Bir Dindarlık Ölçeği"dir, bu çalışma dörtlü likert olarak on dört soruluk bir ölçektir ve sorular sekiz olumlu, altı olumsuz ifadeden oluşmaktadır (Altunsu Sönmez, 2016: 569).

Köktaş (1993: 66-70) tarafından ise başka bir dindarlık ölçme çalışması yapılmıştır, bu çalışmanın amacının Müslüman dindarlığını ölçmek olduğu belirtmiştir. Köktaş (1993) dindarlığı beş boyutlu olarak ifade ederek bu boyutları da inanç, ibadet, dini tecrübe, dini bilgi ve dinin toplumsal boyutları olarak belirterek soruları da evet-hayır, likert tipi ve çoktan seçmeli olarak hazırlamıştır.

Uysal (1995: 263-268) tarafından da geliştirilen bir dindarlık ölçeği vardır ve o da Müslüman dindarlığı için İslami Dindarlık Ölçeği geliştirmek istediğini ifade ederek dindarlığı beş boyutlu olarak ele almakta ve ölçeği yirmi altı maddelik dörtlü likert formatında sunmaktadır.

Arslan'a (2003: 97-107) ait olan bir diğer dindarlık ölçeği de popüler dini tutumları ölçmek için on iki maddelik ve dörtlü likert formatı şeklinde geliştirilmiştir. Taş (2006: 195-201) tarafından da dindarlık tutumlarını ölçme amacı ile "Dindarlık Kriterleri Ölçeği" geliştirilmiştir ve beşli likert formatında, üç bölüm ve kırk sekiz maddeden oluşmaktadır.

Karavaşin, köy ve kasabalardaki dini bağlılığı ve dindarlığı ölçmek üzere "Kırsal Dindarlık Ölçeği" adlı beşli likert formatında dört boyut ve bu dört boyutunda dört alt ölçekten oluştuğu, altmış üç soruluk ölçme aracı hazırlamıştır (2007: 110-116).

Dine normatif ve popüler bir anlam yükleyerek yaklaşan "Dinî Yönelim Ölçeği" beşli likert formatında, iki boyutlu olarak, otuz yedi madde şeklinde Coştu (2009) tarafından geliştirilip sunulmuştur.

Diğer bir ölçek ise Seyhan (2015) tarafından geliştirilip uygulanan Dinî Şuur Ölçeğidir. Bu ölçek beşli likert formatında, üç boyutlu ve toplamda 21 maddeden oluşmaktadır.

Dünyada yapılan dindarlık ölçekleri çalışmalarına benzer olarak ülkemizde de dindarlığı farklı boyutlarda ölçen çalışmalar bulunmaktadır. Bu bölümde bahsedilen dindarlık ölçekleri ülkemizde geliştirilen ve uygulanan ölçeklerin sadece bir kısmıdır hatta dindarlığın farklı boyutlarını ölçme ile ilgili savlar öne süren yeni ölçekler de hala geliştirilmeye devam edilmektedir.

3.5.1.1.Kültüre Özgü Geliştirilmiş Ölçekler

İslami Dindarlık Ölçeği (Uysal, 1995): Ölçek, Uysal (1995) tarafından geliştirilmiştir. 4'lü likert tipte hazırlanan ölçeğin Cronbach's Alpha değeri 0.968'dir (Uysal, 1995). Bu ölçek; 26 madde, 5 boyuttan oluşmaktadır. Bunlar:

- Dinin hayata etkisi (8 madde)
- İnanç boyutu (8 madde)
- Bilgi boyutu (3 madde)
- İbadet boyutu (4 madde)
- Dindarlıkta ibadetlerin bireysel ve sosyal fonksiyonu (3 madde) şeklindedir.

Ölçek, Türkiye'de çok sayıda araştırmada kullanılmıştır. Sonraki yıllarda Ayten (2009) tarafından ölçeğin 10maddeli, 2 alt boyutlu olarak kısa formu hazırlanmıştır. Dini Tutum Ölçeği (Kaya, 1998): Kaya (1998) tarafından geliştirilen ölçeğin bazı maddeleri Mutlu'dan (1989), bazı maddeleri ise Özbaydar'dan (1970) alınmıştır. Ölçeğin diğer maddeleri ise Kaya tarafından geliştirilmiştir. Ölçek, 5'li likert tipte hazırlanmıştır. 31 madde, tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin Cronbach's Alpha güvenirlik katsayısı 0.96 olarak bulunmuştur (Kaya, 1998: 112).

Dindarlık Ölçeği (Kula, 2001): Kula (1993) tarafından ergenler üzerine yaptığı doktora tezinde geliştirilmiş ve kullanılmıştır. Kula (2001: 28-30), "Kimlik ve Din" başlığı ile yayınladığı çalışmasında ölçme aracına ilişkin genel bilgilere yer vermiştir. Ölçme aracı, Glock ve Stark'ın çok boyutlu dindarlık ölçme yaklaşımı temel alınarak 5'li likert tipte hazırlanmıştır. 30 madde, 6 boyuttan oluşmaktadır. Bunlar:

- İnanç (4 madde)
- İdeoloji (4 madde)
- Duygu (4 madde)
- İbadet (6 madde)
- Bilgi (6 madde)
- Etki (6 madde) şeklindedir.

Kula (2001)'nin araştırmasında ölçme aracına ait güvenirlik ve geçerlik bilgileri yoktur. Kula (2005), bedensel engellilerle yapmış olduğu bir başka çalışmada ölçeği 20 madde ve 5 boyut olarak yeniden düzenlemiştir. Bu çalışmada Cronbach's Alpha güvenirlik katsayısı 0.82 olarak hesaplanmıştır (Kula, 2005: 41-52).

Dini Yönelim Ölçeği (Onay, 2002): Onay (2002) tarafından geliştirilen ölçek, ilk olarak araştırmacının yüksek lisans tezi için hazırlanıp kullanılmıştır (Onay, 1997). Daha sonra revize edilerek üç boyutlu ve 18 maddeli bir ölçek elde edilmiştir. Yapılan çalışmada ölçeğin Alpha güvenirlik katsayısı Ankara Üniversitesi öğrencilerinde 0.95, Erciyes Üniversitesi öğrencilerinde ise 0.94 olarak bulunmuştur (Onay, 2002).

Dinsel Yaşayış Ölçeği (Kayıklık, 2003): Ölçek, Kayıklık (2003) tarafından geliştirilmiştir. Likert tipte hazırlanmıştır. 29 madde, 3 boyuttan oluşmaktadır. Bunlar:

- İnanç (11 madde)
- Ahlak (5 madde)
- İbadet (13 madde) şeklindedir.

Ölçek, daha sonra revize edilerek üç faktörlü, 36 maddeli yeni bir ölçek elde edilmiştir. Yeni ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0.93 olarak bulunmuştur (Kayıklık ve Kalgı, 2017).

Dindarlık Ölçeği (Taş, 2003): Taş (2003) tarafından geliştirilen ölçek, dörtlü likert tiptedir. 12 madde, 2 boyuttan oluşmaktadır. Bunlar:

- İnanç (6 madde)
- İbadet ve Sosyal Hayat (6 madde) şeklindedir.

Ölçeğin Cronbach's Alpha güvenirlik katsayısı 0.93'tür (Taş, 2003).

Dini Hayat Ölçeği (2006): Dokuz Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Din Psikolojisi Bilim Dalı öğretim elemanları tarafından geliştirilmiştir. DHÖ, dini hayatın Glock tarafından öne sürülen dört boyutunu ölçmek için geliştirilmiş olup 31 maddeden oluşmaktadır. Bunlar:

- İnanç (4 madde)
- Duygu (7 madde)
- Davranış (10 madde)
- Bilgi (10 madde)

Ölçeğin psikometrik çalışmaları sonuçlandırılıp yayınlanmadığı için güvenirlik ve geçerlik çalışmaları Yıldız tarafından yapılmış ve yarıya bölme tekniğiyle elde edilen (splithalf) korelasyonu .86 olarak bulunmuştur (Yıldız, 2006: 120-124).

Yeniden Yapılandırılmış Müslüman Dini Yönelim Ölçeği (Ercan, 2009): Ölçeğin ilk formu, Harlak ve arkadaşları tarafından, Muslim Religious Orientation Scale

(MROS) adıyla üç boyutlu olarak geliştirilmiştir (Harlak, Eskin ve Demirkıran, 2008). Ercan (2009), ölçeği revize ederek bir boyut daha eklemiştir. Ölçek, 7'li likert tipte hazırlanmıştır. Ölçeğin iç güvenilirlik katsayıları içsel yönelim için (.93), dışsal dini yönelim için (.83), sorgulayıcı yönelim için (.73) katı kuralcı yönelim için (.81) olarak bulunmuştur (Ercan, 2009).

Ok-Dini Tutum Ölçeği (Ok, 2011): Ölçek, Ok (2011) tarafından geliştirilmiştir. 5'li likert tiptedir. 8 madde, 4 boyuttan oluşmaktadır. Bunlar:

- Bilişsel (2 madde)
- Duygusal (2 madde)
- Davranışsal (2 madde)
- İlişkisel (2 madde)

Ölçeğin bütünü ve alt boyutları için iç tutarlılıklarını gösteren alfa katsayıları; bütünü için .90; duygu alt boyutu için .87, ilişki alt boyutu için .85, biliş alt boyutu için .75, davranış alt boyutu için .86 olarak bulunmuştur (Ok, 2011).

Karma “Dindarlık Ölçeği”: Uysal (1995) ve Kula (2001) tarafından geliştirilen dindarlık ölçeklerinin maddelerinden yararlanılarak hazırlanan karma bir dindarlık ölçeğidir.

3.5.1.2.Kültüre Uyarlama ve Çeviri Ölçekler

Allport-Ross Dini Yönelim Ölçeği (1967): Allport ve Ross (1967) tarafından geliştirilen bu ölçek, Batu’da ve ülkemizde çok sayıda araştırmada kullanılmıştır. Kayıklık (2000), bu ölçeği Türkçe’ye “Dinsel Eğilim Ölçeği” adıyla çevirerek Türk kültürüne uyarlama çalışmasını yapmıştır. Bu çalışmada tek faktörlü ve 10 maddeli bir ölçek elde edilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı .78 olarak bulunmuştur. Ölçek 4'lü likert tipte hazırlanmıştır (Kayıklık, 2000). Allport ve Ross (1967) ölçeğinin, Ok (2011) tarafından da kültürümüze uyarlama çalışması yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda 4'lü likert tipte 15 maddelik (iç-güdümlü dindarlık, 6 mad. (Cronbach Alpha skoru .90); dış-güdümlü dindarlık, 9 mad.) bir ölçek ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada, dış-güdümlü dindarlık ölçeğinin 3 farklı yapıyı ölçtüğü belirlenmiştir. Bunlar; sekülerleşmiş dindarlık (alpha=.60), dünyevi amaçlı dindarlık (alpha=.70), sosyal amaçlı dindarlık (alpha=.63) (Ok, 2011: 539-540). Ülkemizde ölçeğe ilişkin yukarıda yer alan uyarlama çalışmalarının dışında çalışmalar yapılmıştır (Cirhinlioğlu, 2006; Gürses, 2010).

İçsel Dini Motivasyon Ölçeği (Karaca, 2001): Allport'un öğrencisi olan Hoge (1972) tarafından geliştirilmiştir. Karaca (2001) tarafından Türkçe'ye "İçsel Dini Motivasyon Ölçeği" adıyla uyarlanmıştır. Ölçeğin orijinalinde olduğu gibi 10 maddeli, içsel dini motivasyon adlı tek boyutlu bir ölçek elde edilmiştir. Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı ise .84 olarak bulunmuştur. Ölçek 5'li likert tipte hazırlanmıştır (Karaca, 2001a).

Münchener- Motivasyonel Dindarlık Ölçeği (Uysal, Turan, Işık ve Çalışma, 2014): Zwingmann ve arkadaşları (2004) tarafından Almanya'da geliştirilmiştir. 28 madde, dört boyuttan oluşmaktadır. Bunlar:

- Güven ve güç kaynağı olarak Tanrı ile ilişki (14 madde)
- Adalet odaklı denetim (4 madde)
- İşbirlikçi denetim (2 madde)
- Prososyol ve dini-entelektüel sorumluluk (8 madde)

Ölçeğin revize edilmiş üçüncü versiyonuna ilişkin psikometrik analizlerin yer aldığı orijinal makale, Apaydın (2010) tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir (Zwingmann vd., 2010). Daha sonra Uysal ve arkadaşları (2014), ölçeğin Türkiye'de güvenilirlik ve geçerliliğini test etmişlerdir. Bu çalışmada, iki boyutlu (a. güç ve güven kaynağı olarak Tanrı ile ilişki boyutu, Cronbach Alpha .967; b. prososyal ve dini-entelektüel sorumluluk boyutu, Cronbach Alpha .967) ve 20 maddeli bir ölçek ortaya çıkmıştır (Uysal, Turan, Işık ve Çalışma, 2014: 15-27).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

LİDERLERİN ÜSLUBUNA YÖNELİK ALGILARIN OY VERME DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE DİNDARLIĞIN DÜZENLEYİCİ ROLÜ: ADANA VE NEVŞEHİR İLLERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve önemi, model ve hipotezleri, evren ve örnekleme açıklandıktan sonra veri toplama yöntemine, veri analizi ve bulgulara, sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

4.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın temel amacı; siyasal iletişimde üslup, liderin üslubu ve oy verme davranışı arasındaki ilişki ve dindarlığın oy verme davranışı üzerindeki rolünün araştırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda Adana ve Nevşehir illerinde bulunan üniversitelerde öğrenim gören ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencileri ile anket çalışması yapılmıştır. Türkiye’de siyasi liderlerin politik konuşmalarındaki üslup üzerine yapılan çalışmaların son derece sınırlı bulunması ve üslubun oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyicilik rolünün daha önce ortaya konulmamış olmasından dolayı bu araştırma önem taşımaktadır.

Bu çalışma; siyasi liderlerin seçmenlere yönelik olarak gerçekleştirdikleri konuşmaların siyasal iletişim süreci açısından önemli olduğunu açıklaması, liderlerin üsluplarının da oy verme davranışı üzerindeki etkisini ortaya koyması ve bu etkide de dindarlığın düzenleyici rolünün ilk defa ele alınması açısından önem taşımaktadır.

4.2.Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlıkları

Bu çalışmada, liderlerin üslubuna yönelik algıların oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolü Adana ve Nevşehir’deki illerde bulunan üniversitelerde öğrenim görmekte olan ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencileri örnekleminde incelenmektedir. Bu nedenle ulaşılan sonuç ve bulguların üniversite

öğrencilerinin tamamına genellemekten uzak olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Araştırmanın verilerinin COVID-19 şartlarında toplanmaya çalışılmasından dolayı istenen örneklem büyüklüğüne ulaşmakta araştırmacıyı zorladığından, çalışma iki ilde bulunun üniversitelerin öğrencileri ile sınırlanmak zorunda kalmıştır.

Araştırma kapsamında verilerin sadece anket tekniğinden yararlanarak toplanmış olması araştırmanın sınırlılığı olarak değerlendirilebilir. Bunlara ek olarak araştırmanın belirli iki ilde gerçekleştirilmiş olması ve konu edilen değişkenlerin kişisel algılara dayalı olması sınırlılıklar arasındadır. Bu nedenle araştırma bulgularının ve yapılan yorumların değerlendirilmesinde ifade edilen sınırlılıkların göz önünde bulundurulması beklenmektedir.

Ayrıca liderlerin üslubuna yönelik algıların oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolünü belirlemeye yönelik literatürde herhangi bir çalışmanın bulunmaması araştırmanın orijinalliğinin göstergesidir.

4.3.Araştırmanın Metodolojisi

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın örnekleme, kullanılan ölçeklere, hipotezlere ve veri analiz yöntemlerine değinilmiştir.

4.3.1.Evren ve Örneklem

Evren araştırmacının çalışma alanını oluşturan, örneğini seçtiği ve elde ettiği sonuçları genelleştireceği gruptur (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015: 132). Diğer bir ifadeyle evren araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği olay ya da objelerin bütünü olarak tanımlanmaktadır (Balcı, 2018: 96). Örneklem ise bütünün kendi içinden seçilmiş bir parçasıyla temsil edilmesi yani evrenden seçilen evrenin temsilcisi olan sınırlı bir parçadır (Balcı, 2018: 95; Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2016: 93- 99).

Öğrencilerin, liderlerin üslubuna yönelik algılarının oy verme davranışları üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolüne yönelik alan araştırması bulgularının yer aldığı bu çalışma, veri toplama yöntemi olarak nicel yaklaşımlardan anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu anket çalışması Adana ve Nevşehir illerinde bulunan üniversitelerde öğrenim gören ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencilerinden 241 üniversite öğrencisine COVID-19 uygulamalarından dolayı online şekilde uygulanmıştır.

4.3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçüm Araçları, Geçerlilik ve Güvenilirlik Sonuçları

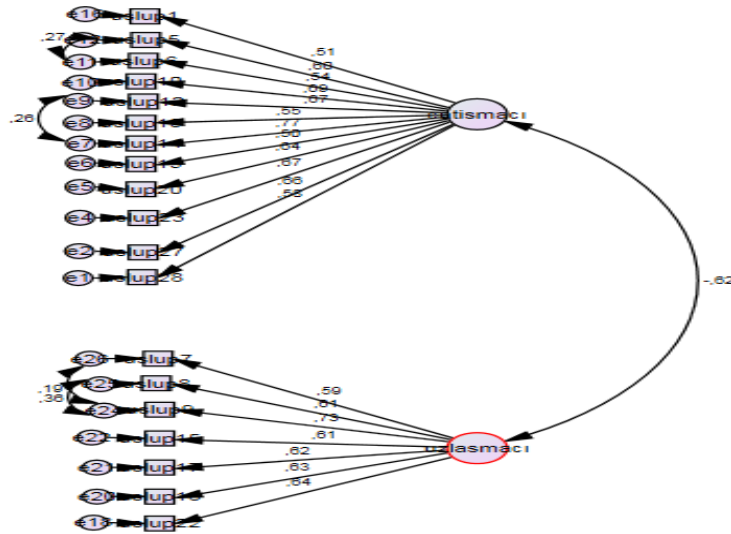
Belli bir konuda saptanmış hipotezlere ya da sorulara bağlı olarak örnekleme oluşturan kaynak kişilere sorular yöneltilmesine imkân sağladığından araştırmada veri toplama araçlarından anket tercih edilmiştir. En yaygın kullanılan veri toplama araçlarından birisi olan anket ayrıca çok sayıda kişilere uygulanması gerektiğinde ideal veri toplama aracıdır (Balcı, 2018: 150; Gürbüz ve Şahin, 2016: 179). Anketlerin yaygınlık kazanmasının önemli gerekçelerinden biri anketlerden elde edilen verilerin bilgisayar destekli istatistik programlarında analiz edilmesinin kolay olmasıdır (Coşkun vd., 2015: 80).

Güvenilirlik bir ölçeğin ölçtüğü olguyu tutarlı ve istikrarlı ölçmesi başka bir deyişle bir test veya ölçeğin aynı koşullar altında tekrar uygulandığında aynı sonuçları vermesi olarak tanımlanmaktadır (Karagöz, 2019: 15). Bu anlamda ölçeklerin güvenilirliğini ölçmede çeşitli yaklaşımlar kullanılmaktadır. Bu yöntemlerden yaygın olanları test-yeniden test, alternatif form, ikiye ayırma ve cronbach alfa gibi yöntemlerdir (Alpar, 2017: 784). Bu araştırmada ölçeklerin güvenilirliğini test etmek amacıyla “cronbach alfa” yöntemi tercih edilmiştir. Cronbach alfa değeri “0 ile 1” arasında değerler alır ve cronbach alfa değerinin 0.60-0.79 aralığında olması ölçeğin “oldukça güvenilir” olduğunu, cronbach alfa değerinin 0.80–1.00 aralığında olması ise ölçeğin “yüksek güvenilirliğe” sahip olduğunu göstermektedir (Alpar, 2017: 784; Karagöz, 2019: 716). Bu anlamda araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin ve boyutlarının her birinin belirtilen alt sınırlardan yüksek olduğu ve ölçeklerin oldukça ve yüksek güvenilir oldukları tespit edilmiştir.

Diğer taraftan bu araştırmada kapsam(içerik) geçerliliğinden yararlanılmıştır. Kapsam geçerliliği, ölçülmek istenen olguya ilgili ölçme aracında yeterli sayıda ve nitelikte maddelerin bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Bu geçerlilikte ölçülmek istenen olguya ilgili soruların ankette ne derece yer aldığı, olgunun tam ve ayrıntılı bir şekilde ölçülüp ölçülmediği belirlenmeye çalışılır. Kapsam geçerliliğinde hazırlanan ölçek veya ölçekler oluşturulduktan sonra varsa boyutlar belirlenir ve sonrasında alanında uzman akademisyenlerin görüşüne sunularak ölçek belirlenmeye çalışılır (Karagöz, 2019: 103). Alanın uzmanlarının görüşüne başvurularak araştırma konusuna yönelik oluşturulan anketlerin araştırma konusunu ölçebilecek nitelikte maddeleri kapsadığı belirlenmiştir.

Bu araştırmada kavramları ölçülebilir duruma getirebilmek amacıyla geliştirilen ölçeklerden oluşan bir anket formu (Bkz. Ek 1) düzenlenmiştir. Yapılan alan yazın taraması ile araştırma değişkenleri için belirlenen ve kullanılan ölçekler farklı bilimsel çalışmalarda kullanılan ölçeklerdir. Çalışmanın değişkenleri olan lider üslubu, oy verme ve dindarlık olmak üzere üç farklı ölçek kullanılmıştır. Ankette, seçmenlerin oy verme yaklaşımlarını tespit etme ile ilgili 20, seçmenlerin dindarlığa yönelik sekiz ve liderlerin konuşmalarındaki üslubun seçmenlerce algılanmasını ölçmeye ilişkin de 30 önerme sunulmuştur. Bu üç ölçekte yer alan önermeler beşli Likert skalasıyla ölçümlenmiş dolayısıyla en düşük katılım değeri olan “Kesinlikle Katılmıyorum” 1 şeklinde kodlanırken; “Katılmıyorum” 2, “Kararsızım” 3, “Katılıyorum” 4 ve “Kesinlikle Katılıyorum” 5 olarak kodlanmıştır.

Araştırma konusu ile ilgili alan yazın taramalarında, liderlerin üslupları üzerine önceden hazırlanmış bir ölçeğe ulaşılamaması nedeniyle anket formunda yer alan sorular Başaran (2016) tarafından uzman kişilerden yardım alınarak hazırlanmıştır.



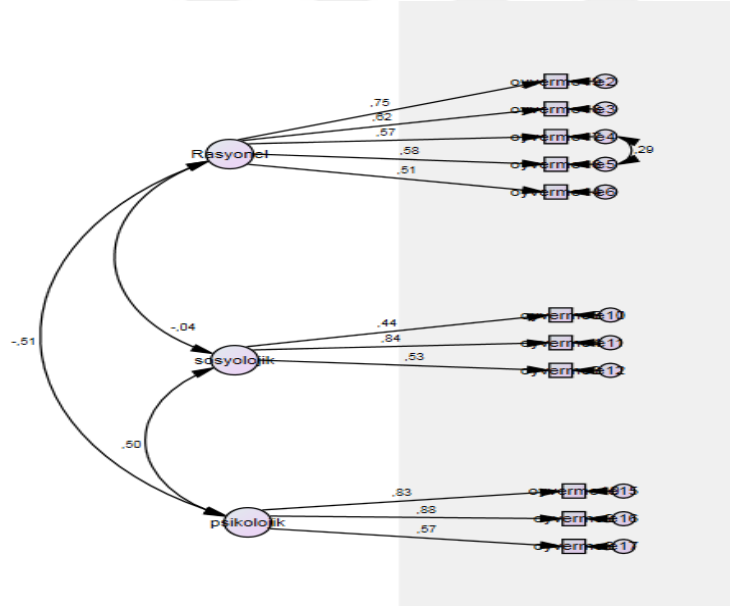
Liderlerin çatışmacı ve uzlaşmacı üsluplarına ilişkin ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı sonucu 0,89 değeri ile ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Liderlerin Çatışmacı ve Uzlaşmacı üsluplarına ilişkin doğrulamalı faktör analizi sonuçlarına göre elde edilen uyum iyiliği istatistiklerine aşağıda yer verilmiştir.

$X^2/df= 1,378$, $GFI=0,919$, $AGFI=0,895$, $NFI=0,885$, $CFI=0,965$, $RMSEA=0,040$ ve $SRMR=0,0453$

Buna göre söz konusu değerlerin kabul edilebilir uyum iyiliği değerlerini yansıttığı görülmüş ve ilgili ölçeğin geçerli olduğu sonucuna varılmıştır.

Seçmenlerin oy verme yaklaşımlarına yönelik tasarlanan ölçekte ise oy verme yaklaşımları ile ilgili alan yazınında yer alan açıklamalarla paralellik göstermektedir (Başaran, 2016: 225). Birinci faktörde bulunan maddeler, seçmenlerin çevreleri ile etkileşime ait açıklamalar içerdiğinden dolayı “sosyolojik oy verme” şeklinde tanımlanmıştır. İkinci faktörde yer alan maddeler seçmenlerin bir partiye bağlılığını aktardığından ötürü “psikolojik oy verme” başlığı altında değerlendirilmiştir. Üçüncü faktörde yer alan maddeler ise seçmenlerin oy verirken konulara, sorunlara, stratejilere, programlara bağlı kalarak tercih yapmaları ile ilgili ifadeleri içermesi nedeniyle “rasyonel oy verme” şeklinde ifade edilmiştir.



Oy verme davranışı ölçeğinin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı sonucu 0,72 bulunmuştur. Bu sonuç ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

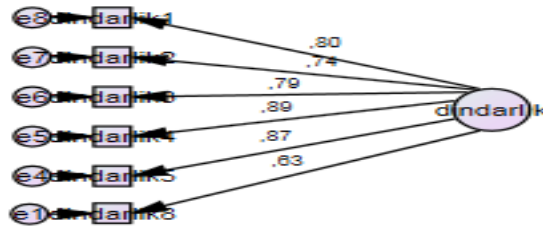
Oy verme davranışı ölçeğine ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre elde edilen uyum iyiliği istatistiklerine aşağıda yer verilmiştir.

$X^2/df= 1,942$, $GFI=0,947$, $AGFI=0,913$, $NFI=0,902$, $CFI=0,949$, $RMSEA=0,063$ ve $SRMR=0,0535$

Buna göre söz konusu değerlerin kabul edilebilir uyum iyiliği değerlerini yansıttığı görülmüş ve ilgili ölçeğin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Dindarlık ölçme çalışmaları 1960'lı yıllarda hız kazanmış olup 1980 ve 1990 yılları arasında zirveye ulaşmıştır (Mehmedoğlu, 2006: 469). Birçok araştırmacı tarafından uygulamalı çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Bireylerin yerleşim yerleri, ekonomik

statüleri, farklı kesimler ile iletişimleri, dini tutum ve davranışları incelenmeye başlanarak dindarlık bilimsel boyuta taşınmıştır, bunun sonucunda çok sayıda ölçek geliştirilmiştir (Günay, 2011: 185-186). Bahsedilen bu dindarlık ölçeklerinden biri de, Allport ve Ross (1967) tarafından geliştirilen Dini Yönelim Ölçeğidir. Ölçek, Gorsuch ve McPherson (1989) tarafından İçsel ve Dışsal Dindarlık Ölçeği şeklinde revize edilmiştir. 14 maddeden oluşan bu ölçeğin içsel dindarlık ile ilgili 8 maddesi bu çalışmada dikkate alınmıştır.



Dindarlık ölçeğinin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı sonucu 0,89 bulunmuştur. Bu sonuç ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Dindarlık ölçeğine ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre elde edilen uyum iyiliği istatistiklerine aşağıda yer verilmiştir.

$X^2/df= 2,339$, $GFI=0,973$, $AGFI=0,937$, $NFI=0,977$, $CFI=0,987$, $RMSEA=0,075$ ve $SRMR=0,0261$

Buna göre söz konusu değerlerin kabul edilebilir uyum iyiliği değerlerini yansıttığı görülmüş ve ilgili ölçeğin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

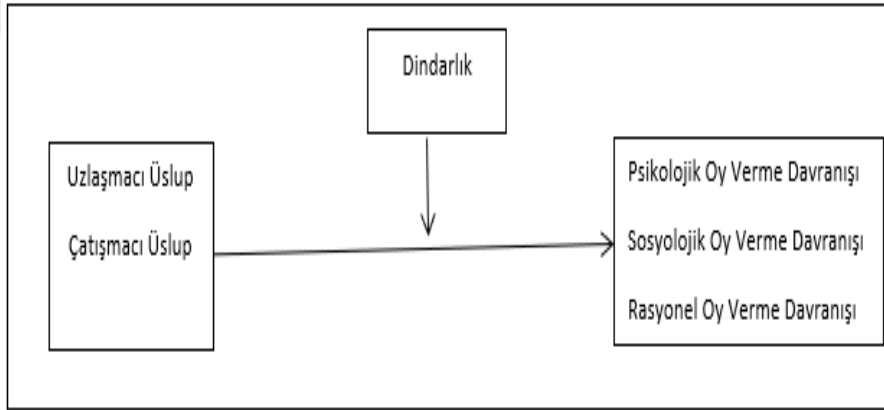
Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin “cinsiyet, yaş, eğitim durumu, üniversite” ile ilgili sorular ise anketin dördüncü ve son bölümünü oluşturmaktadır.

4.3.3.Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırma kapsamında üslup bağımsız değişken, oy verme davranışı bağımlı değişken ve dindarlık aracı değişken olarak incelenmiştir. Bağımsız değişken değeri rastgele oluşan, diğer değişken veya değişkenleri etkileyen ve onların değişimlerini açıklayan değişkenlerdir. Yordayan değişken olarak da ifade edilen bağımsız değişken araştırmalarda X ile sembolize edilir. Değeri başka değişkenlerin değişiminden etkilenen ve onların değişimlerine göre değer alan değişken ise bağımlı değişkendir. Yordanan değişken olarak da ifade edilen bağımlı değişken araştırmalarda Y ile gösterilir (Özdamar, 2017: 59; Gürbüz ve Şahin, 2016: 79-80). Aracı değişken ise bağımsız değişkenin etkisini bağımlı değişkene ileten ve bağımsız

değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini açıklamaya yardımcı olan değişkendir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 81).

Araştırma kapsamında alanyazındaki çalışmalar doğrultusunda oluşturulan modelden anlaşılacağı üzere değişkenler ve değişkenler arasındaki etkiler harflerle ifade edilmektedir. Aracılık etki modelinde (X) bağımsız değişken, (M) aracı değişken ve (Y) bağımlı değişken ile ifade edilmektedir. Söz konusu modelde X'in (bağımsız değişken) M (aracı değişken) üzerindeki etkisi a yolu ile, M'nin (aracı değişken) Y (bağımlı değişken) üzerindeki etkisi b yolu ile sembolize edilmektedir. Aracı değişken olan M ile X aynı anda modele dâhil edildiğinde X'in Y'ye olan etkisi ise c' yolu" ile gösterilmekte ve doğrudan etkiyi ifade etmektedir. Anlatımlarda geçen; a, b, c ve c' harfleri ile sembolize edilen yollar, aslında standardize edilmemiş regresyon katsayılarıdır. Modeldeki a ve b yollarının çarpımı ile elde edilen etkiye dolaylı etki, c' ile gösterilen etkiye ise doğrudan etki denilmektedir. Ayrıca c ile sembolize edilen yol ise, X'in Y üzerindeki toplam etkisini ifade etmektedir (Gürbüz, 2019: 47-49). Aşağıda şekil 3-1'de araştırmanın bağımsız, bağımlı ve aracı değişkenleri model üzerinde gösterilmektedir.



Şekil 3: Araştırmanın Modeli

Bu modele göre hipotezler kurulmuştur.

Hipotez 1: Çatışmacı üslubun psikolojik oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolü vardır.

Hipotez 2: Uzlaşmacı üslubun psikolojik oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolü vardır.

Hipotez 3: Uzlaşmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolü vardır.

Hipotez 4: Çatışmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolü vardır.

Hipotez 5: Çatışmacı üslubun rasyonel oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolü vardır.

Hipotez 6: Uzlaşmacı üslubun rasyonel oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolü vardır.

4.4.Pilot Uygulama

Pilot uygulama, ankette yer alması muhtemel hatalardan kaçınmak için taslak anketin gerçek uygulama öncesi sınanmasıdır. Oluşturulan soruların yer aldığı anketin ön denemesi olan pilot uygulamadaki amaç, anketin gerçek alanda çalışıp çalışmadığının ve ankette yer alan ifadelerin anlaşılıp anlaşılmadığının test edilmesidir. Bu amaçla önce konunun uzmanlarının değerlendirilmesi alınır ve sonra anket bir grup katılımcıya uygulanır. Ayrıca anketteki ifadelerin basit, anlaşılır ve katılımcıların kafasında herhangi bir karışıklığa yol açmayacak şekilde sade ve okunabilir olması gerekmektedir (Balcı, 2018: 166; Gürbüz ve Şahin, 2016: 192). Araştırmanın konusuna yönelik hazırlanan anket anlamsal ve biçimsel açıdan kontrol edilmiş ve pilot uygulama sonucunda ankette hatalı ifadelerin olmadığı, anketin sade ve anlaşılır bir dille hazırlanmış olduğu anlaşılmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın pilot uygulaması Adana ve Nevşehir illerinde öğrenim görmekte olan ön lisans, lisans ve lisansüstü 80 öğrenci ile yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiş olup elde edilen veriler istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir.

4.5.Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen analizlerde farklı istatistiksel yöntemlerden yararlanılmıştır. Öncelikle tanımlayıcı istatistikler yapılmış sonra ölçekteki ifadelere yönelik normallik testleri gerçekleştirilmiştir. Devamında ölçekte kullanılan değişkenlere yönelik açıklayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Sonrasında yapısal eşitlik modelini analiz etmek için doğrulayıcı faktör analizi ve son olarak aracılık testleri yapılarak analiz süreci tamamlanmıştır. Bu bağlamda analiz sürecine yönelik istatistik bulgular aşağıda paylaşılmaktadır.

4.6.Araştırmanın Bulguları

Yapılan çalışmanın bu bölümünde liderlerin üslubuna yönelik algıların oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolü üzerine yapılan bir saha araştırmasının bulgularına yer verilmektedir.

4.6.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Araştırmanın örneklemini 2021 Mart-Haziran ayları arasında Adana ve Nevşehir illerinde öğrenim görmekte olan ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencileri oluşturmaktadır. Bu anlamda araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin bulgular aşağıda Tablo 4.1’de gösterilmektedir.

Tablo 4. 1: Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

| Değişkenler | | F | % |
|---------------|--|-----|--------|
| Cinsiyet | Kadın | 145 | %60,16 |
| | Erkek | 96 | %39,84 |
| Yaş | 18-24 | 112 | %46,47 |
| | 25-30 | 88 | %36,52 |
| | 31 ve üzeri | 41 | %17,01 |
| Eğitim Durumu | Ön Lisans | 43 | %17,84 |
| | Lisans | 150 | %62,24 |
| | Lisansüstü | 48 | %19,92 |
| Üniversite | Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi | 11 | %4,56 |
| | Çukurova Üniversitesi | 109 | %45,23 |
| | Kapadokya Üniversitesi | 13 | %5,39 |
| | Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi | 108 | %44,81 |

Örneklemin betimsel istatistiklerinin bir kısmı şöyledir: cinsiyet, 145 kadın (%60,16), 96 erkek (%39,84); yaş, 112 18-24 yaş aralığında (%46,47), 88 25-30 yaş aralığında (%36,52), 41 31 ve üzeri (%17,01); eğitim durumu, 43 ön lisans (%17,84),

150 lisans (%62,24), 48 lisansüstü (%19,92); üniversite, 11 Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi (%4,56), 109 Çukurova Üniversitesi (%45,23), 13 Kapadokya Üniversitesi (%5,39), 108 Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi (%44,81).

4.6.2. Normal Dağılım Testi

Normal dağılım belirli matematiksel özellikler gösteren bir çeşit simetrik dağılımdır. Bu dağılım puanlar arasında karşılaştırmalar yapar ve çeşitli istatistiksel kararların alınmasında önemli bilgiler sağlar. Bu anlamda parametrik analiz tekniklerinin uygulanabilmesi için verinin normal dağılım göstermesi veya normale yakın bir dağılıma sahip olması gerekmektedir (Sezgin, 2015: 80). Bu doğrultuda öncelikle araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin genel düzenini bozan kayıp veriler kontrol edilmiş ve sonrasında veri setinin normal dağılım koşulunu sağlayıp sağlamadığı basıklık ve çarpıklık skorları üzerinden değerlendirilmiştir. Açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri için -3 ile +3 arasındaki çarpıklık ve basıklık değerleri normal dağılımda kabul edilebilir olarak değerlendirilmektedir (Shao, 2002). Öte yandan çarpıklığın mutlak değerinin 3'ün altında ve basıklığın mutlak değerinin 10'un altında olması normal dağılıma yakın bir dağılım olduğunu ortaya koymaktadır (Kline, 2010). Dolayısıyla ölçek maddelerine ait basıklık ve çarpıklık değerlerinin belirtilen aralıklarda olması nedeniyle verilerin normal dağılım koşulunu sağladığı anlaşılmaktadır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda üslup, oy verme ve dindarlık ölçeklerinin parametrik test analizleri için uygun olduğu anlaşılmaktadır. Üslup, oy verme ve dindarlığa ait ölçek ifadelerinin basıklık ve çarpıklık skorları sırasıyla aşağıdaki tablo 4.2'de gösterilmektedir.

Tablo 4. 2: Üslup Ölçeği Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değeri

| Üslup | Ortalama (Mean) | Standart Sapma | Çarpıklık (Skewness) | Basıklık (Kurtosis) |
|---|-----------------|----------------|----------------------|---------------------|
| Diğer liderlerden bahsederken isimlerinin önüne olumsuz çağrışım yapacak nitelemelerde bulunmalı. | 1,6141 | ,91084 | 1,876 | 3,569 |
| Tehditlerden ve tehlikelerden bahsederek korku y ayabilmeli. | 1,7718 | 1,08484 | 1,432 | 1,155 |

| | | | | |
|---|--------|---------|--------|--------|
| Öteki liderlere yönelik hakaret barındıran ifadeler kullanabilmeli. | 1,3527 | ,66777 | 2,331 | 6,509 |
| Sesini yükselterek konuşman gerçekleştirebilmeli. | 2,4357 | 1,30903 | ,456 | -1,101 |
| Kutuplaştırıcı dili kullanabilmeli. | 1,5892 | ,92721 | 1,665 | 2,225 |
| Toplum un sinir uçlarına dokunacak ifadelere yer vermeli. | 1,6100 | 1,01517 | 1,878 | 2,861 |
| Başka partilerin liderlerine, çekinmeden teşekkür edebilmeli. | 4,5851 | ,69674 | -2,283 | 6,997 |
| Kendisine yöneltilen eleştirileri hoşgörü ile karşılamalı. | 4,5021 | ,71370 | -1,914 | 5,317 |
| Destek almadığı toplum sal kesimlere, saygı duyduğunu açıklamalı. | 4,5560 | ,68767 | -1,948 | 5,018 |
| Konuşma sırasında dinleyenleri azarlayabilmeli. | 1,3029 | ,72712 | 3,202 | 11,606 |
| Konuşmasını gerçekleştirdiği esnada protesto edilirse, protesto edenleri dinlemeli. | 3,8921 | 1,09391 | -,920 | ,155 |
| Kendisine oy vermeyenlere yönelik yaftalamalarda bulunabilmeli. | 1,4896 | ,75890 | 2,025 | 5,343 |
| Toplum un belirli bir kesimine karşı duyduğu öç alma hissini, açıkça belirtmeli. | 1,5643 | ,96448 | 2,064 | 4,043 |
| Toplumsal yapı içerisinde kışkırtma çıkarabilecek sözler kullanabilmeli. | 1,3942 | ,72328 | 2,374 | 6,751 |
| Daha önce dile getirdiği sözlerinden ötürü özür dileyebilmeli. | 4,6266 | ,62713 | -2,278 | 8,248 |
| Rakip liderle laf dalaşına girmekten çekinmeli. | 3,3527 | 1,26988 | -,195 | -1,154 |
| Konuşmalarını, zerafet ve nezaket sınırları içerisinde yapmalı. | 4,7012 | ,60721 | -2,557 | 8,459 |
| Konuşmalarında, uzlaşmayı ön plana çıkartmalı. | 4,4564 | ,83614 | -1,931 | 4,272 |
| Bir kimsenin, bir şey in, bir durum un, gülünç, kusurlu, eksik vb. yönlerini küçümseyerek eğlence konusu haline dönüştürmeli. | 1,5726 | 1,06650 | 2,064 | 3,409 |
| Rakip liderleri, değersiz göstermeli ve yermeli. | 1,6058 | ,89338 | 1,675 | 2,762 |
| Rakip liderlerden bahsederken her zaman saygı belirten ifadeler kullanmalı. | 4,2656 | ,88742 | -1,233 | 1,389 |
| Çeşitli fikirlere anlayış gösterdiğini beyan etmeli. | 4,3776 | ,84813 | -1,760 | 3,669 |
| Dinleyicilerine yönelik, emir ve direktif barındıran cümleler kurmalı. | 1,7261 | ,91725 | 1,420 | 1,775 |
| Rakiplerinden gelen gereksiz eleştirilere, hemen cevap verip aynı seviyeye düşmemeli. | 3,9793 | 1,07799 | -1,186 | ,901 |

| | | | | |
|--|--------|---------|-------|--------|
| Kamuoyunda, tepki çeken görüşlerinden ödün verdiğini söyleyebilmeli. | 3,7137 | 1,03127 | -,644 | ,147 |
| Öfke hissettiği durumlarda, öfkesini yansıtacak tabirler kullanmalı. | 2,3112 | 1,20010 | ,547 | -,752 |
| Bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygusunu (nefretini) açıklamalı. | 1,7759 | ,93964 | 1,221 | 1,060 |
| Toplum içerisinde hemfikir olmadığı kesimleri, başlarına gelecek cezalar ile uymalı. | 1,9253 | 1,21904 | 1,146 | ,099 |
| Siyasi rakibi konumundaki liderlerin kusurlarını örtmelidir. | 2,8838 | 1,21234 | ,196 | -,842 |
| İnce anlamlı, düşündürücü ve şakalı sözler (nükte) ile diğer liderlerin konuşmalarını hafife almalı. | 2,6888 | 1,27746 | ,310 | -1,009 |

Tablo 4. 3: Oy Verme Davranışı Ölçeği Ortalama, Standart Sapma Çarpıklık ve Basıklık Değeri

| Oy Verme Davranışı | Ortalama (Mean) | Standart Sapma | Çarpıklık (Skewness) | Basıklık (Kurtosis) |
|---|-----------------|----------------|----------------------|---------------------|
| Oy verme aşamasında, aile bireylerimin aldığı kararlara sadık kalarak tercihte bulunurum. | 2,0913 | 1,20415 | 1,108 | ,296 |
| Adaylar arasında yakın akrabalarımın birisi varsa, onun aday gösterildiği partiyi desteklerim. | 2,2780 | 1,20481 | ,676 | -,558 |
| Üyesi olduğum sivil toplum kuruluşları ile iş birliğini geliştireceğini beyan eden aday ya da partiye oy veririm. | 2,8465 | 1,19255 | -,146 | -1,064 |
| Mensubu bulunduğum cemaatin, siyasi değerlendirmelerine bağlı kalarak oyumu kullanırım. | 2,4772 | 1,27496 | ,483 | -,909 |
| Yaşadığım coğrafi bölgedeki hâkim düşünce, oy verme davranışımı biçimlendirir. | 2,2988 | 1,27882 | ,787 | -,530 |
| Bir ideolojiyi referans alarak, siyasi olayları değerlendiririm. | 3,3029 | 1,22625 | -,596 | -,689 |
| Kazanma ihtimali az olsa da beğendiğim aday veya partiye oy veririm. | 4,1452 | 1,04864 | -1,453 | 1,792 |
| Partimi ya da liderimi her koşulda desteklerim. | 2,9212 | 1,38067 | ,114 | -1,236 |
| İcraatlarını beğenmesem de, yine kendi partime oy veririm. | 2,0954 | 1,22611 | 1,116 | ,365 |
| Partim kimi aday gösterirse onu desteklerim. | 2,3734 | 1,27865 | ,574 | -,772 |

| | | | | |
|--|--------|---------|--------|-------|
| Hatır için adayın veya partinin desteklenmesini onaylamam. | 4,2365 | 1,01143 | -1,537 | 2,032 |
| Adayın etnik kökeni, mezhebi benim için önemli değildir. | 3,8091 | 1,30259 | -,782 | -,668 |
| Seçimlerdeki vaatlerin gerçekleştirilebilir olup-olmadığı oy verme davranışımı etkiler. | 4,3485 | ,78719 | -1,582 | 3,617 |
| Seçim döneminde tartışılan konular doğrultusunda aday ve partileri değerlendiririm. | 3,8921 | 1,08243 | -1,115 | ,731 |
| Şahsi çıkarlarıma hizmet edecek aday ya da partiyi desteklerim. | 2,4689 | 1,25169 | ,483 | -,840 |
| Bölgede bulunan sorunları gündeme getiren aday ya da partiye oyumu veririm. | 3,9627 | ,97610 | -1,226 | 1,567 |
| Benim yaşantımda önem arz eden problemleri, gündemine alan aday veya partiyi desteklerim. | 3,9544 | ,91855 | -,950 | ,854 |
| Partilerin, ilgi alanıma giren mevzulara yönelik politikalarını, stratejilerini öğrenmek için çaba gösteririm. | 3,8506 | ,96312 | -1,079 | 1,257 |
| Gündemdeki sorunlar üzerine geliştirilen çözüm önerileri, oy verme aşamasında benim için belirleyicidir. | 4,1369 | ,85752 | -1,547 | 3,600 |
| Daha önce hiç duymadığım konuları gündeme getiren aday ve partiler ilgimi çeker. | 3,6846 | ,97902 | -,622 | ,140 |

Tablo 4. 4: Dindarlık Ölçeği Ortalama, Standart Sapma Çarpıklık ve Basıklık Değeri

| Dindarlık | Ortalama (Mean) | Standart Sapma | Çarpıklık (Skewness) | Basıklık (Kurtosis) |
|---|-----------------|----------------|----------------------|---------------------|
| Dinim ile ilgili konularda yazılmış kitap vb. eserleri okumaktan zevk alıyorum. | 3,4606 | 1,18651 | -,698 | -,419 |
| Yaşama dair yaklaşımımın tamamı dinime dayanıyor. | 2,6722 | 1,27001 | ,378 | -,978 |
| Sık sık Allah'ın varlığına dair güçlü bir his duyarım. | 4,0539 | 1,20468 | -1,445 | 1,207 |
| Tefekkür ve dua ile vakit geçirmek benim için önemli. | 3,5477 | 1,26442 | -,620 | -,690 |
| Hayatım boyunca dini inançlarıma göre yaşamaya çalışıyorum. | 3,3734 | 1,26226 | -,583 | -,729 |
| Dindar olsam da günlük hayatımı etkilemesine izin vermem. (r) | 2,7552 | 1,29189 | ,325 | -,974 |

| | | | | |
|--|--------|---------|-------|--------|
| Dinime inanmama rağmen hayatta daha birçok şey daha önemlidir. (r) | 3,1909 | 1,31533 | -,136 | -1,147 |
| İyi olduğum sürece neye inandığının önemi yok. (r) | 3,1245 | 1,54416 | -,196 | -1,481 |

Araştırma kapsamında üslup, oy verme davranışı ve dindarlık ölçeklerine ilişkin ifadelerle yönelik ortalama değerler ve standart sapmalar yukarıdaki tablolarda verilmiştir. Buna göre üslup da “Konuşmalarımı, zerafet ve nezaket sınırları içerisinde yapmalı” ifadesinin en yüksek ortalamaya (4,70) sahip olduğu görülmektedir. Oy verme davranışı ölçeğinde “Seçimlerdeki vaatlerin gerçekleştirilebilir olup-olmadığı oy verme davranışımı etkiler” (4,34) ifadesinin en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Dindarlık ölçeğinde ise “Sık sık Allah’ın varlığına dair güçlü bir his duyarım” (4,05) ifadesi en yüksek ortalamaya sahip olarak yapılan analiz sonucunda ortaya çıkmıştır. Yine tabloda üslup ifadelerinden “Konuşma sırasında dinleyenleri azarlayabilmeli” (1,30) ifadesinin en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Oy verme davranışı ölçeğinde “Oy verme aşamasında, aile bireylerimin aldığı kararlara sadık kalarak tercihte bulunurum.” (2,09) ve “İcraatlarını beğenmesem de, yine kendi partime oy veririm” (2,09) ifadeleri en düşük ortalamaya sahiptir. Son olarak dindarlık ölçeğinde ise “Yaşama dair yaklaşımımın tamamı dinime dayanıyor” (2,67) ifadesinin en düşük ortalamaya sahip olduğu tabloda görülmektedir.

4.6.3.Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör analizi birbiriyle orta düzeyde ya da oldukça ilişkili değişkenleri birleştirerek az sayıda ancak bağımsız değişken kümeleri elde etmeye yarayan çok değişkenli istatistiktir. Faktör analizinde açıklayıcı (keşfedici, exploratory) ve doğrulayıcı (confirmatory) olmak üzere iki tür yaklaşım vardır. Açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi, ölçme aracının ölçtüğü düşünülen yapı ya da faktörlerin sayısının bilinmemesi ve bu bağlamda belli bir hipotezi sınamanın söz konusu olmadığı durumlarda ölçme aracıyla ölçülen faktörlerin yapısı hakkında bilgi edinilen analiz türüdür. Önceden belirlenmiş ve kurgulanmış bir yapının doğrulanmasını amaçlayan işlem ise doğrulayıcı faktör analizidir (Balcı, 2018: 278-279; Büyüköztürk, 2020: 133; Bayram, 2016: 42; Karagöz, 2019: 118-123). Özetle faktör analizinin iki temel

amacı değişken sayısını azaltmak (boyut indirgemek) ve değişkenleri sınıflamaktır (Ural ve Kılıç, 2018: 263; Alpar, 2017: 245).

Faktör analizinde incelenen örneklemin faktör analizine uygunluğunu ifade eden KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değerinin 0.60'ın üzerinde (sıklıkla da 0.50'nin üzerinde) olması çoğu zaman yeterli kabul edilmektedir (Alpar, 2020: 625; Büyüköztürk, 2020: 136). Bartlett küresellik testi ise değişkenler arasında ilişki olup olmadığını ($p < 0,05$) kısmi korelasyonlar temelinde incelemektedir (Büyüköztürk, 2020: 134; Gürbüz ve Şahin, 2016: 311). Faktör yük değeri ise ifadelerin(maddelerin) faktörlerle olan ilişkisini açıklayan katsayıdır ve literatürde her bir madde için faktör yük değerinin 0.50'nin üzerinde olması yeterli görülmektedir (Büyüköztürk, 2020: 134-136; Karagöz, 2019: 676). Açıklanan varyans oranı ölçeğin faktör yapısının gücünü gösteren orandır. Sosyal bilimlerde tüm faktörlerin açıkladıkları toplam varyansın en az %50 olması yeterli kabul edilmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2018: 197; Gürbüz ve Şahin, 2016: 312). Özdeğer (Eigenvalue) faktörlerce açıklanan varyansı hesaplamada kullanılan maddelerin faktör yüklerinin karelerinin toplamını ifade eden değerdir. Özdeğeri 1 ve 1'den büyük olan faktörler dikkate alınır, diğerleri modele dâhil edilmez (Büyüköztürk, 2020: 135; Gürbüz ve Şahin, 2016: 312; Karagöz, 2019: 674). Faktör döndürmenin amacı ise ifadelerin ilgili faktörlerde olabildiği kadar yüksek, ilgisiz faktörlerde ise olabildiği kadar düşük yük değerlerinde yüklenmesine imkân sağlamaktır. Analiz sonuçları açısından daha kolay yorumlanması nedeniyle döndürme tekniklerinden genellikle varimax tercih edilmektedir (Büyüköztürk, 2020: 136; Gürbüz ve Şahin, 2016: 313). Bu kısımda ölçeklere yönelik açıklayıcı faktör analizleri paylaşılmıştır.

Tablo 4. 5: Üslup Açıklayıcı Faktör Analizi

| Faktörler | İfadeler | Faktör Yükleri |
|-----------|----------|----------------|
| | uslup14 | ,734 |
| | uslup12 | ,679 |
| | uslup10 | ,668 |
| | uslup27 | ,667 |
| | uslup23 | ,643 |
| | uslup6 | ,625 |
| | uslup5 | ,622 |

| | | |
|-----------------------------|---|------|
| Çatışmacı Üslup | uslup13 | ,614 |
| | uslup28 | ,602 |
| | uslup20 | ,599 |
| | uslup3 | ,596 |
| | uslup2 | ,546 |
| | uslup1 | ,501 |
| | uslup4 | ,494 |
| | uslup19 | ,488 |
| | uslup26 | ,460 |
| Uzlaşmacı Üslup | uslup9 | ,797 |
| | uslup8 | ,722 |
| | uslup15 | ,670 |
| | uslup7 | ,651 |
| | uslup18 | ,632 |
| | uslup22 | ,613 |
| | uslup17 | ,585 |
| | uslup11 | ,494 |
| | uslup21 | ,454 |
| uslup25 | ,415 | |
| Değerlendirme Kriterleri | KMO: 0,902 Bartlett Testi Anlamlılığı: .000 Döndürme Yöntemi: Varimax Toplam Açıklanan Varyans: 40,885 | |

Tablo 4.5’de üslup açıklayıcı faktör analizi sonuçları verilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda 30 maddenin 2 faktör altında toplandığı tespit edilmiştir. İlk olarak faktör yükü eşik değerinin altında ve binişik yüke sahip 4 madde ölçekten çıkarılmıştır (Madde 16, 24, 29, 30). Geriye kalan 26 madde üzerinden analiz gerçekleştirilmiştir. KMO ve Bartlett skorları değerlendirildiğinde faktör analizi yapmak için yeterli örnekleme sahip olduğu (KMO: .902) ve verinin faktör analizi yapılabilmesi açısından uygun olduğu görülmüştür. Gerçekleştirilen analizler sonucunda 26 maddenin 2 faktör altında toplandığı ve toplam varyansın %41’ini açıkladığı tespit edilmiştir. Faktörlere sırasıyla Çatışmacı Üslup ve Uzlaşmacı Üslup isimleri verilmiştir. Maddelerin faktör yükleri değerlendirildiğinde maddelerin yüklerinin .41 ile .79 arasında değiştiği görülmektedir.

Tablo 4. 6: Oy Verme Davranışı Açıklayıcı Faktör Analizi

| Faktörler | İfadeler | Faktör Yükleri |
|-----------------------------|-----------|---|
| Rasyonel Oy Verme | oyverme17 | ,707 |
| | oyverme19 | ,695 |
| | oyverme16 | ,689 |
| | oyverme18 | ,653 |
| | oyverme14 | ,562 |
| | oyverme13 | ,515 |
| | oyverme12 | ,471 |
| | oyverme20 | ,441 |
| Sosyolojik Oy Verme | oyverme4 | ,696 |
| | oyverme2 | ,589 |
| | oyverme5 | ,575 |
| | oyverme1 | ,572 |
| Psikolojik Oy Verme | oyverme3 | ,559 |
| | oyverme11 | ,455 |
| | oyverme8 | ,750 |
| | oyverme9 | ,716 |
| Değerlendirme Kriterleri | oyverme10 | ,704 |
| | oyverme7 | ,479 |
| | | KMO: 0,787 Bartlett Testi Anlamlılığı: .000 Döndürme Yöntemi: Varimax Toplam Açıklanan Varyans: 46,963 |

Tablo 4.6’da oy verme davranışı açıklayıcı faktör analizi sonuçları verilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda 20 maddenin 3 faktör altında toplandığı tespit edilmiştir. İlk olarak faktör yükü eşik değerin altında ve binişik yüke sahip 2 madde ölçekten çıkarılmıştır (Madde 6,15). Geriye kalan 18 madde üzerinden analiz gerçekleştirilmiştir.

KMO ve Bartlett skorları değerlendirildiğinde faktör analizi yapmak için yeterli örnekleme sahip olduğu (KMO: .787) ve verinin faktör analizi yapılabilmesi açısından uygun olduğu görülmüştür. Gerçekleştirilen analizler sonucunda 18 maddenin 2 faktör altında toplandığı ve toplam varyansın %47’sini açıkladığı tespit edilmiştir. Faktörlere sırasıyla Rasyonel Oy Verme, Sosyolojik Oy Verme ve

Psikolojik Oy Verme isimleri verilmiştir. Maddelerin faktör yükleri değerlendirildiğinde maddelerin yüklerinin .44 ile .75 arasında değiştiği görülmektedir.

4.6.4. Korelasyon Analizi

Tablo 4.7: Araştırmanın Değişkenlerine İlişkin Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Sonuçları

| | Ort. | Stn. Sap. | Çatış. Üslup | Uzlaş. Üslup | Rasy. Oy Verme | Sos. Oy Verme | Psi. Oy Verme | Dindarlık |
|-----------------------|------|-----------|--------------|--------------|----------------|---------------|---------------|-----------|
| Çatış. Üslup | 1,60 | ,602 | 1 | | | | | |
| Uzlaş. Üslup | 4,54 | ,507 | -,515** | 1 | | | | |
| Rasy. Oy Verme | 3,96 | ,684 | -,230** | ,364** | 1 | | | |
| Sosy. Oy Verme | 2,54 | ,946 | ,361** | -,208** | -,004 | 1 | | |
| Psik. Oy Verme | 2,46 | 1,09 | ,228** | -,234** | -,331** | ,384** | 1 | |
| Dindarlık | 3,37 | 1,06 | ,128* | -,095 | -,047 | ,150** | ,169** | 1 |

Tablo 4.7'ye bakıldığında üniversite öğrencilerinin çatışmacı üslubu tasvip etmedikleri ve bu yönde kendilerine yöneltilen sorulara ortalama değeri itibari ile 1,60 yani katılmıyorum seçeneğine yakın bir tercih etrafında toplandıkları görülmektedir. Buna rağmen öğrencilerin uzlaşmacı üsluba yönelik sorulara verdikleri cevapların ortalaması 4,54 ile katılıyorum değerine yakındır. Buradan hareketle öğrencilerin, liderlerde çatışmacı üslup yerine, uzlaşmacı bir dili veya üslubu onayladıkları söylenebilir. Öğrencilerin oy verme davranışı ile ilgili olarak daha çok rasyonel oy verme eğilimini öne çıkardıkları görülmektedir. Ortalama değeri itibari ile rasyonel oy verme 3,96 değeri ile sosyolojik ve psikolojik oy vermenin önünde yer almaktadır.

Araştırmanın cevap aradığı üslup ve oy verme davranışı arasındaki ilişkinin yönü ve gücüne dair bulgulara bakıldığında, liderlerin benimseyeceği çatışmacı üsluba dair algının öğrencilerin rasyonel oy verme davranışı ile olumsuz ve zayıf bir ilişki (-,230) ortaya koyduğu görülmektedir. Çatışmacı üslup arttıkça rasyonel oy verme davranışı azalmaktadır. Bir başka deyişle liderler ne kadar çatışmacı üslubu tercih ederse rasyonel oy verme davranışı o kadar azalmaktadır. Bunun aksine liderler ne

kadar uzlaşmacı üslup benimserlerse rasyonel oy verme davranışı da o kadar artmaktadır. İlgili değişkenler arası korelasyon katsayısı (.364) değeri ile iki değişken arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Ayrıca çatışmacı üslup ile sosyolojik oy verme arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişkinin (.361) olduğu yani çatışmacı üsluptaki artış ile sosyolojik oy verme davranışını da artırmaktadır. Buna karşın uzlaşmacı üslup ile sosyolojik oy verme arasında negatif yönlü ve zayıf bir ilişkinin (-.208) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Yani uzlaşmacı üslup arttıkça sosyolojik oy verme azalmaktadır. Uzlaşmacı üslup ve çatışmacı üslup bakımından benzer bir durum psikolojik oy verme için de geçerlidir. Zira çatışmacı üslup ile psikolojik oy verme arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki (.228) uzlaşmacı üslup ile psikolojik oy verme arasında (-.234) negatif yönlü zayıf bir ilişki vardır. Öyle ki liderlerin çatışmacı üsluplarına dair algı arttıkça bu durum psikolojik oy verme eğilimini de artırmakta, uzlaşmacı üslup algısı arttıkça da psikolojik oy verme davranışına dair eğilim azalmaktadır.

Öğrencilerin Dindarlık algıları ile oy verme davranışları arasındaki ilişkiye bakıldığında ise öğrencilerin dindarlık algıları ile rasyonel oy verme davranışlarına dair eğilimleri arasındaki ilişki negatif yönlü ancak istatistiksel olarak anlamsızdır. Ayrıca dindarlık eğilimi ile sosyolojik ve psikolojik oy verme arasındaki ilişki ise sırasıyla 0,150 ve 0,169 değerleri ile pozitif yönlü ve zayıftır. Bir başka ifadeyle dindarlık eğilimi arttıkça sosyolojik ve psikolojik oy verme de artmaktadır.

4.6.5.Liderlerin Üslubunun Oy Verme Davranışları Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

Tablo 4. 8: Çatışmacı Üslubun Psikolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

| Etkiler | İlişki | Kat sayısı | Standart hata | t değeri | p | LLCI | ULCI |
|-------------|----------------|------------|---------------|----------|--------------|--------|-------|
| Ana | ÇÜ→POY | .1783 | .0951 | 1.8746 | .0621 | -.0091 | .3656 |
| | DİN→POY | .1488 | .0581 | 2.5608 | .0111 | .0343 | .2632 |
| Etkileşimli | ÇÜ*DİN | .1118 | .1112 | 1.0056 | .3156 | -.1073 | .3309 |
| Model Özet | | | | | | | |
| R | R ² | F | Sd1 | Sd2 | p | | |
| .2190 | .0480 | 3.9803 | 3.0000 | 237.000 | .086 | | |

Tablo 4.8'deki regresyon analizi sonuçlarına göre çatışmacı üslubun psikolojik oy verme davranışını etkilemediği ve modelin anlamlı olmadığı görülmektedir. [$F=3,9803$, $p<0,086$]. Analiz sonuçlarına göre R^2 değeri 0,0480'dir. Çatışmacı üslup ile psikolojik oy verme ilişkisi anlamsız bulunmuş, ancak dindarlık ile psikolojik oy verme arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçla psikolojik oy verme değişkenindeki varyansın yaklaşık %5 gibi bir kısmının çatışmacı üslup değişkeninden kaynaklandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Buna göre araştırmanın H_1 hipotezi kabul edilmemektedir.

Tablo 4. 9: Uzlaşmacı Üslubun Psikolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

| Etkiler | İlişki | Kat sayısı | Standart hata | t değeri | p | LLCI | ULCI |
|-------------|---------|------------|---------------|----------|--------------|--------|--------|
| Ana | UÜ→POY | -.2273 | .1120 | -2.0307 | .0434 | -.4479 | -.0068 |
| | DİN→POY | .1468 | .0590 | 2.4905 | .0134 | .0307 | .2630 |
| Etkileşimli | UÜ*DİN | -.1319 | .1238 | -1.0652 | .2879 | -.3759 | .1120 |
| Model Özet | | | | | | | |
| R | R^2 | F | Sd1 | Sd2 | p | | |
| .2250 | .0506 | 4.2115 | 3.0000 | 237.000 | .063 | | |

Tablo 4.9'deki regresyon analizi sonuçlarına göre uzlaşmacı üslubun psikolojik oy verme davranışını etkilemediği ve modelin anlamlı olmadığı görülmektedir. [$F=4,2115$, $p<0,063$]. Analiz sonuçlarına göre R^2 değeri 0,0506'dır. Bu sonuçla psikolojik oy verme değişkenindeki varyansın yaklaşık %5 gibi bir kısmının uzlaşmacı üslup değişkeninden kaynaklandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Buna göre araştırmanın H_2 hipotezi kabul edilmemektedir.

Tablo 4. 10: Uzlaşmacı Üslubun Sosyolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

| Etkiler | İlişki | Kat sayısı | Standart hata | t değeri | p | LLCI | ULCI |
|-------------|---------|------------|---------------|----------|--------------|--------|--------|
| Ana | UÜ→SOY | -.3527 | .1016 | -3.4709 | .0006 | -.5529 | -.1525 |
| | DİN→SOY | .1415 | .0535 | 2.6433 | .0088 | .0360 | .2469 |
| Etkileşimli | UÜ*DİN | .0120 | .1124 | .1070 | .9149 | -.2094 | .2335 |
| Model Özet | | | | | | | |
| R | R^2 | F | Sd1 | Sd2 | p | | |
| .2966 | .0880 | 7.6220 | 3.0000 | 237.000 | .0001 | | |

Tablo 4.10'daki regresyon analizi sonuçlarına göre uzlaşmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışını etkilediği ve modelin anlamlı olduğu görülmektedir. [F= 7,6220, p<0,001]. Analiz sonuçlarına göre R² değeri 0,0880'dır. Bu sonuçla sosyolojik oy verme değişkenindeki varyansın yaklaşık %9 gibi bir kısmının uzlaşmacı üslup değişkeninden kaynaklandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ancak etkileşimli etki değerinin p. 0,9149 olması dindarlığın uzlaşmacı üslup ile sosyolojik oy verme ilişkisinde düzenleyici olmadığını göstermektedir. Buna göre araştırmanın H₃ hipotezi kabul edilmemektedir.

Tablo 4. 11: Çatışmacı Üslubun Sosyolojik Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

| Etkiler | İlişki | Kat sayısı | Standart hata | t değeri | p | LLCI | ULCI |
|-------------|----------------|------------|---------------|----------|--------------|--------|-------|
| Ana | ÇÜ→SOY | .4230 | .0840 | 5.0378 | .0000 | .2576 | .5885 |
| | DİN→SOY | .1407 | .0513 | 2.7429 | .0066 | .0396 | .2418 |
| Etkileşimli | ÇÜ*DİN | -.0205 | .0982 | -.2090 | .8346 | -.2140 | .1729 |
| Model Özet | | | | | | | |
| R | R ² | F | Sd1 | Sd2 | p | | |
| .3667 | .1345 | 12.2760 | 3.0000 | 237.000 | .0000 | | |

Tablo 4.11'deki regresyon analizi sonuçlarına göre çatışmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışını etkilediği ve modelin anlamlı olduğu görülmektedir. [F= 12,2760, p<0,000]. Analiz sonuçlarına göre R² değeri 0,1345'dir. Bu sonuçla sosyolojik oy verme değişkenindeki varyansın yaklaşık %13 gibi bir kısmının çatışmacı üslup değişkeninden kaynaklandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre çatışmacı üslup ile sosyolojik oy verme ve dindarlık ile sosyolojik oy verme arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu ancak çatışmacı üslup ile sosyolojik oy verme arasındaki ilişkide dindarlığın düzenleyici olmadığı (p.0,8343) sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre araştırmanın H₄ hipotezi kabul edilmemektedir.

Tablo 4. 12: Çatışmacı Üslubun Rasyonel Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

| Etkiler | İlişki | Kat sayısı | Standart hata | t değeri | p | LLCI | ULCI |
|-------------|---------|------------|---------------|----------|--------------|--------|--------|
| Ana | ÇÜ→ROY | -.3156 | .0605 | -5.2188 | .0000 | -.4344 | -.1965 |
| | DİN→ROY | -.0809 | .0369 | -2.1901 | .0295 | -.1537 | -.0081 |
| Etkileşimli | ÇÜ*DİN | .0507 | .0707 | .7169 | .4741 | -.0886 | .1900 |

| Model Özet | | | | | |
|------------|----------------|---------|--------|---------|-------|
| R | R ² | F | Sd1 | Sd2 | p |
| .3621 | .1311 | 11.9224 | 3.0000 | 237.000 | .0000 |

Tablo 4.12'deki regresyon analizi sonuçlarına göre çatışmacı üslubun rasyonel oy verme davranışını etkilediği ve modelin anlamlı olduğu görülmektedir. [F= 11,9224, p<0,000]. Analiz sonuçlarına göre R² değeri 0,1311'dir. Bu sonuçla rasyonel oy verme değişkenindeki varyansın yaklaşık %13 gibi bir kısmının çatışmacı üslup değişkeninden kaynaklandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre çatışmacı üslup ile rasyonel oy verme ve dindarlık ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu ancak çatışmacı üslup ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide dindarlığın düzenleyici olmadığı (p.0,7169) sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre araştırmanın H₅ hipotezi kabul edilmemektedir.

Tablo 4. 13: Uzlaşmacı Üslubun Rasyonel Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü

| Etkiler | İlişki | Kat sayısı | Standart hata | t değeri | p | LLCI | ULCI |
|-------------|----------------|------------|---------------|----------|--------------|--------|-------|
| Ana | UÜ→ROY | .5089 | .0676 | 7.5245 | .0000 | .3756 | .6421 |
| | DİN→ROY | -.0650 | .0356 | -1.8258 | .0691 | -.1352 | .0051 |
| Etkileşimli | UÜ*DİN | -.0160 | .0748 | -.2137 | .8309 | -.1634 | .1314 |
| Model Özet | | | | | | | |
| R | R ² | F | Sd1 | Sd2 | p | | |
| .4671 | .2182 | 22.0493 | 3.0000 | 237.000 | .0000 | | |

Tablo 4.13'deki regresyon analizi sonuçlarına göre uzlaşmacı üslubun rasyonel oy verme davranışını etkilediği ve modelin anlamlı olduğu görülmektedir. [F= 22,0493, p<0,000]. Analiz sonuçlarına göre R² değeri 0,2182'dir. Bu sonuçla rasyonel oy verme değişkenindeki varyansın yaklaşık %22 gibi bir kısmının uzlaşmacı üslup değişkeninden kaynaklandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre uzlaşmacı üslup ile rasyonel oy verme ve dindarlık ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu ancak uzlaşmacı üslup ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide dindarlığın düzenleyici olmadığı (p.0,8309) sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre araştırmanın H₆ hipotezi kabul edilmemektedir.

SONUÇ

Bu çalışmanın temel amacı siyasal iletişimde üslup, liderin üslubu ve oy verme davranışı arasındaki ilişki ve dindarlığın oy verme davranışı üzerindeki rolünün araştırılmasıydı. Bu amaç ile hareket edilerek önce literatür taraması ile başlandı ve üslup konusunun sosyal bilimlerdeki pek çok kavram gibi çok değişik anlamlar yüklenilerek kullanıldığı görüldü. Bunun sonucunda liderlerin söylemlerindeki üsluplarına ilişkin çatışmacı üslup ve uzlaşmacı üslup nitelendirmeleri yapılabilmektedir.

Üslup kavramı değerlendirilirken edebiyat alanında yazı türleri üslup incelemelerine göre dikkate alınmıyorsa siyasi liderlerin konuşmalarına yönelik de üslup belirleyici bir rol üstlenmeli ve bu doğrultuda değerlendirme yapılmalıdır. Her bir konuşmacı konuşmasına kendine özgü birtakım özellikler katarak açık ve net olmak yerine dolaylı anlatıma başvurabilir ya da nükte yapmaya gerek görmeden net ifadeler kullanmayı tercih edebilmektedir.

Üslup, liderlerin hal ve hareketlerine bakılarak da değerlendirmelerin yapılmasına imkân tanımaktadır. Trent ve Friedenbergl (2008: 73), farklı bir bakış açısı oluşturmak için fiziksel davranış, ses tonu, vücut hareketleri, dış görünüş gibi siyasi liderlerin kişisel özellikleri üzerinde durmaktadırlar. Özellikle de iletişim alanında sözsüz iletişimin boyutları içerisinde yer alan beden dili açısından, siyasi liderlerin üsluplarına ilişkin bazı nitelendirmeler yapılabilmektedir. Böylelikle konuşmaları esnasında sergiledikleri vücut duruşu ve hareketleri, yaptıkları vurgular ve tonlamalar gibi faktörler esas alınarak liderlerin üsluplarına yönelik yorum ve çıkarımlar yapılabilmektedir.

Seçmenlerin yalnızca seçim dönemlerinden seçim dönemlerine tercihte bulunarak oy verme davranışını sergilemelerinden ziyade oy verme kavramı birey için siyasal davranış bakımından farklı anlamlar içerebilmektedir. Oy verme davranışının merkez konumunda olan birey, seçmen olarak temel belirleyici olduğunun bilincindedir. Siyasi karar alıcılar da bundan dolayı alacakları kararlar ve ortaya koyacakları davranışlarında temel belirleyici olan seçmenleri etkilemek isteyeceklerdir. Seçmenleri etkileyebilmek adına seçmenlerin isteklerine göre siyasal programlarına yeni bir düzen getireceklerdir.

Toplumı etkilemesinden ve araştırılması gereken bir diğer konu olan dindarlık kavramı bu çalışmaya düzenleyiciliğiyle dahil olmuştur. Çünkü insanoğlu inandığı

şeyler doğrultusunda yaşantısını sürdürmek ister. Bundan dolayı inanişını davranışlarına ve düşüncelerine yansıtır. Böylelikle bireyden bireye, kültürden kültüre farklı yönelimler olabilmekte ve bu da toplumun bir parçası olan siyasal sürece yansımaktadır. Özellikle günümüzde Z kuşağının kendi kültürlerini hatta kendi dünyalarını yaratma çabaları ve kendilerinden önceki kuşaklarla çatışmaları, düşüncelerini ve davranışlarını ortaya koyarlarken dindarlığı ve dindarlığın etkilerini sosyal hayatlarına yansıtılmaları bunun sonucunda siyasal süreçlere de katıldıklarında oy verme davranışları üzerinde dindarlığın düzenleyici bir rolünün olmadığı bu çalışmada sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bunların neticesinde, ülkemizde siyasi liderlerin politik konuşmalarındaki üslupları ve lider üslubunun oy verme davranışı üzerindeki etkileri üzerine yapılan çalışmaların son derece sınırlı olması ayrıca dindarlığın oy verme davranışında düzenleyici bir rolünün olup olmadığına yönelik çalışmaların literatürde yeterince yer almadığı gözlenmiştir. Bu çalışma; siyasi liderlerin konuşmalarında üslubu, çatışmacı ve uzlaşmacı sınıflandırması, oy verme davranışında psikolojik, sosyolojik ve rasyonel sınıflandırması ve dindarlığında düzenleyici rolü noktasında gelecekte yapılması muhtemel olan çalışmalara kaynaklık etmesi açısından önemli olabilir.

Çalışma sonuçlarına göre üniversite öğrencilerinin gerek çatışmacı ve gerekse uzlaşmacı üsluba dair algılarının onların oy verme davranışı ve onun boyutları üzerinde anlamlı birer etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ancak bu ilişkide öğrencilerin dindarlık ile ilgili tutumlarının düzenleyici bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre çatışmacı üslubun psikolojik oy verme davranışını etkilemediği, aralarında negatif ve anlamsız bir ilişki olduğu sonucuna varılmaktadır. Uzlaşmacı üslubun da psikolojik oy verme davranışını etkilemediği, aralarında negatif ve anlamsız bir ilişki olduğu tespit edilmektedir. Uzlaşmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışını da etkilemediği, aralarında negatif ve anlamsız bir ilişki olduğu görülmektedir. Daha sonra çatışmacı üslubun sosyolojik oy verme davranışını etkilemediği, aralarında negatif ve anlamsız bir ilişki olduğu da elde edilen bir diğer bulgudur. Çatışmacı üslubun ise rasyonel oy verme davranışını etkilemediği, aralarında negatif ve anlamsız bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca uzlaşmacı üslubun rasyonel oy verme davranışını da etkilemediği, aralarında negatif ve anlamsız bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Literatürde liderlerin üsluplarına yönelik algıların oy verme davranışları üzerindeki etkisi ile ilgili araştırma bulgularına bakıldığında bu çalışma ile paralel sonuçlar ve bu çalışmanın aksine bulgular elde edilmiştir. Bu çalışmalardan bazıları;

Erdoğan (2010), siyasal iletişim boyutuyla siyasal reklam: üniversite öğrencilerinin oy verme davranışına yönelik bir araştırma adlı çalışmasında üniversite öğrencilerinin oy verme davranışı üzerindeki rolünü belirlemek ve yerel seçim kampanyaları döneminde televizyonda yapılan aday tanıtımlarının, basında, internette ve out-door mecralarda yayımlanan siyasal reklamların oy kullanan öğrencilerin oy verme davranışları üzerinde rol sahibi olup olmadığını bulgulamaya odaklanmıştır. Siyasal reklamların üniversite öğrencilerinin oy verme davranışı üzerinde rol oynamaması arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konmuştur.

Uçanak, Sudagezer ve Sefercioğlu (2010), Türkiye'deki seçmenin oy verme davranışı üzerinde söylemin etkisi adlı çalışmalarında Türkiye'deki seçmenin oy verme davranışının, medyaya yansıyan söylemler ile açıklanıp açıklanamayacağını ortaya koymayı amaçlamaktadırlar. Üniversite öğrencilerinin, siyasi partilerin mevcut söylemleri doğrultusunda, 2011 seçiminde soldan merkeze ve merkezden sağa doğru bir eğilim gösterdiği tespit edilmiştir.

Başarır (2015), siyasal iletişim sürecinde lider üslubunun seçmen davranışındaki rolü üzerine bir araştırma adlı çalışmasında siyasi liderlerin üslupları üzerinden yürütülen yorumlarda yer alan ifadelerden faydalanmak suretiyle seçmenlerin oy verme yaklaşımları ile ilişkisini incelemiş ve ikna üzerine odaklanmıştır. İkna bileşenleri ölçeğinde, en yüksek ortalamalı faktör, kaynağın güvenilirliği iken; en düşük ortalamalı faktör, biçimli ifadeler olarak tespit edilmiştir. Üslup ölçeğinin faktörlerinde ise siyasi liderlerin konuşmalarında uzlaşmacı üslup faktörünün ortalamasının çatışmacı üslup faktörü ortalamasından yaklaşık iki kat fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, özellikle çatışmacı ve uzlaşmacı üslup faktörlerinin seçmenlerin sosyo-demografik özellikleriyle anlamlı farklılaşmalar gösterdiği tespit edilmiştir.

Turan ve Temizel (2015), din ve siyaset ilişkisi bağlamında oy verme davranışı adlı çalışmalarında tercihlerinde etkili bir faktör olduğu düşünülen din algısının bireylerin siyasal değerlerine etkisi belirlenerek, Niğde bölgesinde yer alan seçmenlerin siyasal tutum ve davranışlarında bu değerlerin ne derece etkili olduğunu tespit etmeyi amaçlamaktadırlar. Bu çalışmanın bulgularında, dinsel temelli bir düzen kurulması

isteği ve dinsel inançlarını ideolojik temele dayandıranların gittikçe artan değil, aksine gittikçe azalan bir eğilim gösterdikleri ortaya çıkmıştır.

Başarır (2016), seçmenlerin oy verme davranışları ile liderlerin hitaplarında aradıkları ikna bileşenleri ve üslup çeşitleri arasındaki ilişki adlı çalışmasında liderlerin konuşmalarındaki ikna bileşenlerine ilişkin faktörler ile üsluplarına ilişkin faktörlerin yine seçmenlerin oy verme yaklaşımlarına yönelik faktörlerle olan ilişkilerini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Şanlıurfa ilinde nicel yaklaşımlardan anket tekniği kullanılarak toplanan verilerin analizi neticesinde; seçmenlerin oy verme yaklaşımları ölçeğinde üç, ikna bileşenleri ölçeğinde dört, üslup ölçeğinde iki faktör tespit edilmiştir. Bu faktörler arasındaki ilişkilere yönelik yapılan korelasyon analizi sonucunda pozitif veya negatif doğrusal ilişkiler bulunmuştur.

Bu tez çalışmasının literatüre katkısı olmakla birlikte araştırmanın bulguları değerlendirilirken bazı sınırlılıkları da dikkate alınmalıdır. İlk sınırlılık olarak, COVID-19 uygulamalarından dolayı araştırma verilerinin Adana ve Nevşehir'deki illerde bulunan üniversitelerde öğrenim gören ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencilerinden elde edilmiş olması kabul edilebilir. Bu doğrultuda, yapılan değerlendirmeler yalnızca Adana ve Nevşehir'de bulunan üniversitelerde öğrenim görmekte olan ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencileri ölçeğinde geçerlilik göstermektedir. Çalışmanın farklı bölge ya da kapsamlarda tekrarlanması elde edilen bulguların genelleme yapılabilmesi açısından önem arz etmektedir. Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise, liderlerin üslubuna yönelik algıların oy verme davranışı üzerindeki etkisinde dindarlığın düzenleyici rolünü belirlemeye yönelik literatürde herhangi bir çalışmanın bulunmaması gösterilebilir. Bu durumdan dolayı da yapılan çalışmanın bazı eksikliklerinin olabileceği düşüncesi doğmaktadır. Bulguların dikkatli ve özenli bir biçimde de incelenip değerlendirilmesi gerekmektedir. Son olarak araştırmada kullanılan yöntemin anket olması sınırlılık olarak gösterilebilir.

Bu çalışmada Adana ve Nevşehir'deki illerde bulunan üniversitelerde öğrenim görmekte olan ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencilerinin lider üslubuna yönelik algılarının oy verme davranışı üzerindeki etkisi ve bu ilişkide dindarlığın düzenleyici rol oynayıp oynamadığı incelenmiştir. Daha sonra yapılacak olan çalışmalarda farklı bölge ya da farklı örneklem grubunda incelenmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Akdağ M (2009) İnternetin siyasal iletişimdeki yeri ve önemi, siyasetin iletişimi, ed. Abdullah Özkan. (Tasam Yayınları, İstanbul).
- Akgül İF (2013) Türkiye’de seçmen davranışları: politik sosyoekonomik boyutlarıyla etkileyen faktörler, Gediz Üniversitesi, Uluslararası Politik Ekonomi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Akın N (2012) Yerel seçimlerde aday imajının seçmen tercihlerine etkisi: İzmir ili için bir uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Akkır R (2018) Türkiye’de siyaset, din ve liderlik: Recep Tayyip Erdoğan örneği, *Economics, Finance and Politics* 13(22): 31-49.
- Aktaş Ş (1973) *Üslûp meselesi, Fikir ve sanatta hareket*, 56-193.
- Aktaş Ş (2007) *Edebiyatta üslup ve problemleri* (Akçağ Yayınları, Ankara).
- Alan Y (1994) *Lisan ve İnsan*, İzmir.
- Allport GW, Ross JM (1967) Personal religious orientation and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology* 5(4): 432–443.
- Allport GW (2004) *Birey ve dini*, çev. Bilal Sambur. (Elis Yayınları, Ankara).
- Altunsu SÖ (2016) Dindarlığın ölçülebilirliği üzerine geliştirilen dindarlık ölçekleri, *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* (36): 557-578.
- Andersen R, Heath A (2000) Social cleavages, attitudes and voting patterns: A Comparison of Canada and Great Britain.
- Arar Y, Bilgin N (2009) Gazete haber başlıklarında “öteki”nin inşası. *Kültür ve İletişim Dergisi* (12): 133-157.
- Aristoteles (2004) *Retorik*, çev. Mehmet H. Doğan. (Yapı Kredi Yayınları).
- Arnhart L (2004) *Platon'dan Rawls'a siyasi düşünce tarihi*, çev: Ahmet Kemal Bayram. (Adres Yayınları, Ankara).
- Arslan M (2003) Popüler dindarlık ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 3(1): 97-116.
- Arslantürk G (2012) Değerler, siyasal ideoloji ve bilişsel karmaşıklık düzeyi değişkenlerinin oy verme davranışı ile ilişkisi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aslan Ö (1996) Hoşgörü ve tolerans kavramlarına etimolojik açıdan analitik bir yaklaşım, <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/325.pdf> (13 Eylül 2020).

- Ateş T (1994) *Demokrasi* (Ümit Yayıncılık, Ankara).
- Atkinson RL, Atkinson RC, Smith EE, Bem DJ, Nolen HS (2002) *Psikolojiye giriş*, çev. Yavuz Alogan (Arkadaş Yayınevi, Ankara).
- Aydınalp H (2010) *Sosyal çatışma ve din. Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 19(2): 187-215.
- Aydoğan Ünal B (2016) Oy verme davranışı modelleri. *OÜSOBİAD*, 95-119.
- Aytaç G (1999) *Genel Edebiyat Bilimi* (Papirüs Yayınevi, İstanbul).
- Ayten A (2004) Kendini gerçekleştirme ve dindarlık ilişkisi, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ayten A (2009) Prososyal davranışlarda dindarlık ve empatinin rolü, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ayverdi İ (2005) *Misalli büyük türkçe sözlük* (Kubbealtı Neşriyat, İstanbul).
- Aziz A (2003) *Siyasal iletişim* (Nobel Yayınları, Ankara).
- Aziz A (2011) *Siyasal iletişim* (Nobel Yayınları, Ankara).
- Başarır M (2015) Siyasal iletişim sürecinde lider üslubunun seçmen davranışındaki rolü üzerine bir araştırma, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Başarır M (2016) Seçmenlerin oy verme davranışları ile liderlerin hitaplarında aradıkları ikna bileşenleri ve üslup çeşitleri arasındaki ilişki. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 1(2): 218-233.
- Barut B, Altundağ CS (2005) Globalleşen dünyada bir siyasal ikna unsuru olarak vaatler. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları* 4(1).
- Bayram F (2010) Ideology and political discourse: a critical discourse analysis of Erdoğan's political speech, *ARECLS* (7): 23-40.
- Bebek Kılıç, E (2004) Boğaziçi üniversitesinde psikolojiye giriş dersi alan üniversite öğrencilerinin bilişsel biçemleri ile cinsiyetleri, alanları ve genel akademik başarıları, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Benoit WL (2006) Retrospective versus prospective statements and outcome of presidential elections. *Journal of Communication* 56(2): 331-345.
- Bilgin M (2009) *Siyaset ve üslup* (TBMM Araştırma Merkezi, Ankara).
- Burns J, Mac G (2012) *Leadership* (Open Road Integrated Media, New York).

- Campbell A, Converse PE, Miller WE, Stokes DE (1960) The american voter. University of Chicago Press.
- Cansen E (2013). Umberto'nun Çorabı Erbil'in Toprağı Umre'nin Havlusu, Hürriyet. <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/22419964.asp> (01 Kasım 2020).
- Cialdini RB (2001) *İnsanları etkileme yolları*, çev. Ali Dönmez. (İmge Kitabevi Yayınları, Ankara).
- Cialdini RB (2006) *İknanın psikolojisi*, çev. Fevzi Yalım. (Mediacat Yayınları, İstanbul).
- Catellani P, Bertolotti M, Covelli V (2013) Counterfactual communication in politics: features and effects on voters, (Eds: İsabella Poggi, Francesca D'Errico, Laura Vincze, Alessandro Vinciarelli), *Multimodal Communication in Political Speech*, Springer-verlag Berlin: 75-84.
- Ceylan F, İspir N (2020) Oy verme modelleri bağlamında siyasal rızanın görünümü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 24(3): 1489-1511.
- Cirhinlioğlu FG (2006) Üniversite öğrencilerinde utanç eğilimi, dini yönelimler, benlik kurguları ve psikolojik iyilik hali arasındaki ilişkiler, Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Coleridge ST (1907) On Style 1818, *Theories of Stylistics* (ed. Lane Cooper), p. 206. Kr. Joseph A. DeVito (1967). *Style and Stylistics: An Attempt at Definition*, *Quarterly Journal of Speech*, 53(3): 248.
- Crapss RW (1986) An introduction to psychology of religion. *Mercer University Press*, Gerorgia.
- Cüceloğlu D (1996) *İnsan ve davranışı* (Remzi Kitabevi, İstanbul).
- Çalışkan A (2014) Üslup ve üslupbilim üzerine-1: ilk belirlemeler, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7(34): 29-45.
- Çetişli İ (2008) *Edebiyat sanatı ve bilimi*, Ankara, Akça Yayınları.
- Çevikoğlu H (1999) Kur'an-ı Kerim'de edebi üslup, Doktora Tezi, Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Şanlıurfa.
- Çoban A (2004) *Edebiyatta üslup üzerine* (Akçağ Yayınları, Ankara).
- Çoştı Y (2009) Dine normatif ve popüler yaklaşım: bir dinî yönelim ölçeği denemesi. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 8(15): 119-139.
- Damlapınar Z, Balcı Ş (2014) *Siyasal iletişim sürecinde seçimler, adaylar, imajlar* (Literatürk Academia, Konya).

- DeVito JA (1967) Style and stylistics: an attempt at definition, *Quarterly Journal of Speech*, 53(3).
- Diener WP (1997) Religion and morality: an introduction. Louisville: Westminster John Knox Press.
- Divlekci C (2007) Tarihsel süreç içerisinde üsluba ilişkin tanım çabaları ve bir tanım denemesi (1). *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 48(2): 117-133.
- Divlekci C (2008) Tarihsel süreç içerisinde üsluba ilişkin tanım çabaları ve bir tanım denemesi (2). *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 49(1).
- Doğan A, Göker G (2013) *Siyasal iletişim araştırmaları* (Nobel Yayınları, Ankara).
- Doruk EK (2006) Sosyal yaşamın mimarları: liderler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi* 24: 127-141.
- Dönmezer S (1999) *Toplumbilim* (Beta Yayınları, İstanbul).
- Droop HR (1869) On the political and social effects of different methods of electing representatives. *Papers Read Before the Juridical Society* 3: 469–507.
- Durmuş İ (2012) *Üslup* (Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, İstanbul).
- Durna T (2014) Azınlıklar, ötekiler ve medya. *Ankara Üniversitesi İLEF Dergisi* 1(1): 151-160.
- Dursun Ç (2001) *Tv haberlerinde ideoloji* (İmge Kitabevi, Ankara).
- Dutta B, Jackson MO, Le Breton M (2001) Strategic candidacy and voting procedures. *Econometrica* 69(4): 1013–1037.
- Dündar A (2011) Aday imajının seçmen tercihi üzerine etkisi: Yılmaz Büyükerşen örneği, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ercan N (2009) Evlilikte kadına yönelik fiziksel şiddete ilişkin tutumların yordayıcıları: çelişik duygulu cinsiyetçilik, sistemi meşrulaştırma ve dini yönelim, Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ekrem RM (2011) *Ta'lim-i edebiyat*, haz. Murat Kacıroğlu. (Asitan Yayıncılık, Sivas).
- Ercins G (2007) Türkiye’de sosyo-ekonomik faktörlere bağlı olarak değişen seçmen davranışı. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 8(2): 25-40.
- Erden A (2002) *Kısa öykü ve dilbilimsel eleştiri* (Genda Kültür Yayınevi, İstanbul).

- Erdiñç İE (2010) Siyasal iletişim boyutuyla siyasal reklam: üniversite öğrencilerinin oy verme davranışına yönelik bir araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erdoğan İ (2011) *İletišimi anlamak* (Pozitif Matbaacılık, Ankara).
- Evans G (1999) The end of class politics?: class voting in comparative context. *Oxford University Press*.
- Fehmi A (1885) *Tedrisât-ı edebiyye* (Karabet ve Kasbar Matbaası, İstanbul).
- Fehmi S (2004) *Edebiyat* (Fırat Üniversitesi Yayınları, Elazığ).
- Fettahoğlu S (1993) Hristiyanlık ve islamiyette hitabet, Doktora Tezi, 19 Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Fromm E (1997) *Sahip olmak ya da olmak*, çev. Aydın Arıtan. (Arıtan Yayınevi, İstanbul).
- Gazali M (1975) *İhya-u ulumu'd din*, çev. A. Serdaroğlu. (Bedir Yayınları, İstanbul).
- Georges Louis de B (1907) Discourse sur le style, *Theories of Stylistics* (ed. Lane Cooper), New York: Macmillan.
- Gorsuch RL, McPherson SE (1989) Intrinsic/extrinsic measurement: I/E-Revised and single-item scales. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 28(3), 348–354.
- Gschwend T (2004b) Strategic voting in mixed electoral systems. Statistisches Bundesamt.
- Guiraud P (1963) *La syntaxe du français*, 2e éd., Paris: Presses Universitaires de France.
- Gülmen Y (1979) *Türk seçmen davranışı: 1960-1970* (İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul).
- Günay Ü (1999) *Erzurum ve çevre köylerinde dinî hayat* (Erzurum Kitaplığı, İstanbul).
- Günay Ü (2006) *Dindarlığın sosyolojisi, Dindarlığın sosyo-psikolojisi*, ed. Ünver Günay- Celaledin Çelik. (Karahana Kitabevi, Adana).
- Günay Ü (2011) *Din sosyolojisi* (İnsan Yayınları, İstanbul).
- Günay VD (2013) *Söylem Çözümlemesi* (Papatya Yayınları, İstanbul).
- Gündüz ř (1998) *Din ve İnanç Sözlüğü* (Vadi Yayınları, Ankara).
- Gürses İ (2010) *Dindarlık ve Kişilik* (Emin Yayınları, İstanbul).

- Göksu O (2013) 1980 sonrasında türk siyasi hayatında yer alan cumhurbaşkanlarının imajları üzerine bir inceleme, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2(45), 75-100.
- Güven M, İmer K, Kocaman A, Özsoy AS (2001) *Dilbilim Sözlüğü* (Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul).
- Haldun I (1991) *Mukaddime*, çev. Süleyman Uludağ. (Dergah Yayınları, İstanbul).
- Hallahmi BB, Argyle M (1975) *The social psychology of religion*, Routledge & Kegan Paul.
- Harlak H, Eskin M, Demirkıran F (2008) The development and the psychometric investigation of the muslim religious orientation scale (MROS). *International Journal of Psychology* 43(3-4): 63-63.
- Heywood A (2007) *Siyaset*, çev. B. B. Özipek ve B. Kalkan. (Liberte Yayınları).
- Hoge DR (1972) A validated intrinsic religious motivation scale. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 11, 369-376.
- Horozcu Ü (2010) Tecrübî araştırmalar ışığında dindarlık ve maneviyat ile ruhsal ve bedensel sağlık arasındaki ilişki. *Milel ve Nihal İnanç, Kültür ve Mitoloji Araştırmaları Dergisi* 7(1): 209-240.
- Hökelekli H (2010) *Din Psikolojisine Giriş* (Dem Yayınları, İstanbul).
- İnal A (1999) Medya, dil ve iktidar sorunu, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Sayı: 3, 13-37.
- İslamoğlu AH (2002) *Siyaset Pazarlaması* (Beta Yayınları, İstanbul).
- Johnstone RL (1992) *Religion in society: a sociology of religion* (Prentice Hall, New Jersey).
- Kahraman A (2012) *Türk edebiyatında üslup* (Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, İstanbul).
- Kalaycıoğlu E (1984) *Çağdaş siyasal bilim: teori, olgu ve süreçler* (Beta Yayınları, İstanbul).
- Kalender A (2005) *Siyasal iletişim, seçmenler ve ikna stratejileri* (Çizgi Kitabevi, Konya).
- Kantos Ertan Z (2011) Örgüt metaforlarında liderlik: kavramsal bir çözümleme. *Eğitim Bilimleri Araştırma Dergisi* (1): 135-154.
- Kapani M (1998) *Politika Bilimine Giriş* (Bilgi Yayınları, Ankara).
- Kaplan M (1977) *Lise 3 Edebiyat* (Milli Eğitim Basımevi, İstanbul).

- Karabulut M (2012) Edebi metinlerde dil ve üslup incelemeleri ve Edip Cansever'in dil ve üslubunda psikolojik unsurlar, VII. Uluslararası Türk Dil Kurultayı, 24-28 Eylül 2012, Ankara.
- Karaca F (2000) *Ölüm psikolojisi* (Beyan Yayınları, İstanbul).
- Karaca F (2001a) Din psikolojisinde metod sorunu ve bir dindarlık ölçeğinin türk toplumuna standardizasyonu. *EKEV Akademi Dergisi* 3(1): 187-201.
- Karaduman S (2010) Modernizmden postmodernizme kimliğin yapısal dönüşümü. *Journal of Yaşar University* 5(17): 2886-2899.
- Karagöz M (2007) Dilin işlevleri açısından Kur'an'ın üslubu. *Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 5(9): 173-209.
- Karaşahin H (2007) Türkiye kırsal dindarlığı üzerine bir pilot araştırma: Gördes ve çevre köyleri örneği. *Dini Araştırmalar* 10(4): 105-117.
- Kaufmann KM, Petrocik JR (1999) The changing politics of american men: understanding the sources of the gender gp. *American Journal of Political Science*, 43(3): 864-887.
- Kaya M (1998) *Din eğitiminde iletişim ve dini tutum* (Etüt Yayınları, Samsun).
- Kayıklık H (2000) Dini yaşayış biçimleri: psikolojik temelleri açısından bir değerlendirme, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kayıklık H (2003) *Orta yaş ve yaşlılıkta dinsel eğilimler* (Baki Kitabevi, Adana).
- Kayıklık H (2006) Bireysel dindarlığın boyutları ve inanç-davranış etkileşimi. *İslami Araştırmalar Dergisi* 19(3): 491-499.
- Kayıklık H, Kalgı, ME (2017) Dinsel yaşayış ölçeği: geçerlik güvenirlik alışması. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 17(1): 1- 19.
- Kazan R (2005) Edebî üslûp açısından hadis metinleri, Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kolaç, E (2010) Hacı Bektaş Velî Mevlana ve Yunus felsefesiyle Türkçe derslerinde değerler ve hoşgörü eğitimi. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi* (55): 193-208.
- Köker E (2007) *Politikanın iletişimi, iletişimin politikası* (İmge Kitabevi, Ankara).
- Köktaş EM (1993) *Türkiye'de dini hayat* (İşaret Yayınları, İstanbul).
- Kudret C (1980) *Üslûp, örneklerle edebiyat bilgileri* (İnkılap ve Aka Basımevi, İstanbul).

- Kula N (1993) Kimlik ve din: ergenler üzerine bir araştırma, Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Kula N (2001) *Kimlik ve din: ergenler üzerine bir araştırma* (Ayışığı Kitapları, İstanbul).
- Kula N (2005) Bedensel engellilik ve dini başa çıkma (Dem Yayınları, İstanbul).
- Kurt A (2009) Dindarlığı etkileyen faktörler, Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 18(2): 1-26.
- Kuyurtar M (2000) Orta çağ islam düşüncesinde hoşgörü, Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Leighley JE (2012) *The oxford handbook of merican elections and political behavior* Oxford University Press.
- Lenski EG (1963) The religious factor: a sociological study of religion's impact on politics, Economics and Family Life. Garden City (Anchor Books, New York).
- Lilleker Daren G (2013) *Siyasal iletişim temel kavramlar*, çev. Tolga Sağlam. (Timaş Yayınları, İstanbul).
- Lipset SM, Rokkan S (1967) Cleavage structures, party systems and voter alignments. Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives (The Free Press, New York).
- Luecke R (2007) *Güç, etki ve ikna*, çev. Turan Parlak. (Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul).
- Lukes S (1998) *Marksizm ve ahlak*, çev. Osman Akınhay. (Ayrıntı Yayınları, İstanbul).
- Mardin Ş (1973) Center-periphery relations: a key to turkish politics? Daedalus, 169–190.
- Marshall G (1999) *Sosyoloji sözlüğü* (Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara).
- McNair B (1999) *An introduction to political communication* (Routledge, New York).
- Mehmedoğlu AU (2004) *Kişilik ve din* (Dem Yayınları, İstanbul).
- Mehmedoğlu AU (2006) Dindarlığın peşinde: din psikolojisinde araştırma, ölçme ve yorumlama üzerine. *İslami Araştırmalar Dergisi* 19(3): 465-478.
- Mîşâl Âsî–Emîl Bedî‘ Ya‘kub (1987). el-Mu‘cemu’l-Mufassal f ’l-Lua ve’l-Edeb, Beyrut: ?, 1: 98-99.

- Mikail EH, Ateş F (2011) Siyaset ve ahlak ilişkisi. *Turan Stratejik Araştırmalar Merkezi Dergisi* 3(11): 58-68.
- Miller AS, Hoffmann JP (1995) Risk and religion: an explanation of gender differences in religiosity, *Journal for the Scientific Study of Religion*, 34.
- Mutlu E (1994) *İletişim sözlüğü* (ARK Yayınevi, Ankara).
- Mutlu K (1989) Bir dindarlık ölçeği: sosyolojide yöntem üzerine bir tartışma. *İslami Araştırmalar* 3(4): 194-199.
- Nahya ZN (2011) İmgeler ve ötekileştirme: cadılar, erliler, avrupalılar. *Atılım Sosyal Bilimler Dergisi* (1): 27-38.
- Nalbant H (2010) Üniversite öğrencilerinde dindarlık ile başarı arasındaki ilişki üzerine bir araştırma: MAKÜ örneği, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Nannestad P, Paldam M (1994) The VP-Function: a survey of the literature on vote and popularity functions after 25 years. *Public Choice* 79(3-4): 213-245.
- Niemi RG, Weisberg HF (1993) Controversies in voting behavior. Washington, D. C.: CQ Press.
- Odacı S (2009) *Üniversiteler için dil ve anlatım* (Palet Yayınları, Konya).
- Ok Ü (2011) Dini tutum ölçeği: ölçek geliştirme ve geçerlik çalışması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi* 8(2): 529-548.
- Oktay M (2002) *Politikada halkla ilişkiler* (Derin Yayınları, İstanbul).
- Okumuş E (2005) *Gösterişçi dindarlık* (Özgü Yayınları, İstanbul).
- Okumuş E (2006) Gösterişçi dindarlık. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 6 (2): 17-35.
- Onay A (1997) Dini yönelim düzeyi ile sınav kaygısı ilişkisi ve sınav kaygısında hipnoterapi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Onay A (2001) Dindarlık ölçme çalışmaları: dindarlık ölçümünde üç farklı yaklaşım ve ölçmenin esasları. *İslami Araştırmalar Dergisi* 14 (3-4): 439-449.
- Onay A (2002) Dini yönelim ölçeği: ölçek geliştirmede yöntem, teorik altyapı, geçerlilik ve güvenilirlik. *İslamiyet* 5(4): 181-192.
- Onay A (2004) *Dindarlık, etkileşim ve değişim üniversite öğrencileri örnekleme* (Dem Yayınları, İstanbul).

- Ozulu S (2014) Nefret söyleminin engellenmesinde siyaset kurumu. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 4(7): 15-29.
- Önal M (2008) Edebi dil ve üslup. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi* (36): 23-46.
- Özbaydar B (1970) *Din ve tanrı inancının gelişmesi üzerine bir araştırma* (Baha Matbaası, Ankara).
- Özerkan Ş, İnceoğlu Y (1997) *İletişimde Etkileme Süreci* (Metinler Matbaacılık, İstanbul).
- Özler H (2014) *Siyaset psikolojisi* (Ekin Yayınları, Bursa).
- Özön MN (1954) *Üslûp Edebiyat ve Tenkid Sözlüğü*.
- Pakiş A (2013) Anadolu söylemde öteki imgesi, *Spectrum: Journal of Global Studies Special* 117-135.
- Pelenk Özel A, Yolçu N (2014) Politik iletişimde retorik bir unsur olarak başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın ulusa sesleniş konuşmaları, *I. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi*, 12-15 Mayıs 2014, Kocaeli.
- Polat V (2008) Politik konuşma ve politik söyle(m)nme (Derin Yayınları, İstanbul).
- Powell L, Cowart J (2003) *Political campaign communication* (Pearson Education Publishers, Boston).
- Recaizade ME (2011) *Ta'lim-i Edebiyât*, haz. Murat Kacıroğlu. (Asitan Yayıncılık, Sivas).
- Roof WC (1979) *Concepts and indicators of religious commitment* (Academic Press, New York).
- Sarıbay AY (1998) *Siyaset, demokrasi ve kimlik* (Asa Yayınları, Bursa).
- Schneider F (1985) *Economic conditions and electoral outcomes: The United States and Western Europe* (Agathon Press, New York).
- Schopenhauer A (2008) *Parerga le Paralipomena*, çev. Levent Özar. (Biblos Kitabevi Yayınları, İstanbul).
- Seyhan YB (2015) Dinî şuur ölçeği: geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Ekev Akademi Dergisi* 19(61): 399-413.
- Sezgin Ş (2007) Ekonomik oy verme teorisi: Türkiye örneği (1998-2003). *Amme İdaresi Dergisi* 40(2): 21-38.

- Sherkat DE (1991) Religious socialization and the family an examination of religious Influence in the family over the life course. Unpublished Ph. D. Thesis. Duke: Department of Sociology.
- Sherkat DE (2003) Religious Socialization: sources of influence and influences of Agency. Handbook of Sociology of Religion. Ed. Michele Dillon. Cambridge: Cambridge University Press.
- Subaşı N (2004) *Gündelik hayat ve dinsellik* (İz Yayıncılık, İstanbul).
- Subaşı N (2002) Türkiye Dindarlığı: Yeni Tipolojiler. *İslâmiyât Araştırma Dergisi*, 5(4): 17-40.
- Sözen E (2014) *Söylem, belirsizlik, mücadele, bilgi/güç ve refleksivite* (Paradigma Yayınları, İstanbul).
- Spilka B, Hood WR (1985) The psychology of religion: an empirical approach. New Jersey: Prentice-Hall Inc. Englewood Cliffs.
- Şener T (2018) *Siyasal pazarlama açısından aday belirleme süreci* (Literatürkademia Yayınları, Konya).
- Şişman ÖR (2018) Siyasal iletişim, siyasal liderlik ve yönetim anlayışları, Türkiye'deki seçmenler üzerinden sosyal medyada siyasal iletişim model önerileri, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tahir-Ül Mevlevî (1973) *Üslûb, Edebiyat Lügatı*, haz. Kemal Edip Kürkcüoğlu. (Enderun Kitabevi, İstanbul).
- Tâhir MM (2013) *Osmanlı edebiyatı –Belâğat-*, haz. M. Fatih Köksal ve Vedat Ali Tok. (Kurgan Edebiyat Yayınları, Ankara).
- Tan A (2002) *İlke ve uygulamalarıyla politik pazarlama* (Papatya Yayıncılık, İstanbul).
- Taş K (2003) Dindarlık ölçeği: dini tutumlar üzerine bir araştırma. *Tabula Rasa* 3(8): 239-247.
- Taş K (2006) Dindarlığın kriterleri üzerine tipolojik bir araştırma: dindarlığın sosyopsikolojisi, ed. Ü. Günay ve C. Çelik. (Karahana Kitabevi, Adana).
- Tekin M (2004) Dindarlık bağlamında amel-i salih kavramına sosyolojik bir yaklaşım, dindarlık olgusu (sempozyum tebliğ ve müzakereleri) (Kurav Yayınları, İstanbul).

- Topbaş H (2010) David Easton'un siyasal sistem kuramı bağlamında siyasal katılma: Erzurum seçmeni üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırmaları Dergisi* (30): 82-111.
- Trent JS, Friedenberg RV (2008) Political campaign communication (6th edition). Maryland, Rowman and Littlefield.
- Turan E, Temizel M (2015) Din ve siyaset ilişkisi bağlamında oy verme davranışı: Niğde bölgesinde bir araştırma. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (7): 86-99.
- Türköne M (2003) *Siyaset Nedir?* (Lotus Yayınevi, Ankara).
- Türköne M (2014) *Siyaset* (Etkileşim Yayınları, İstanbul).
- Uçan H (2006) Dilin işlevleri ve edebiyat eğitiminin amaçları çerçevesinde 1929 müfredat programı. *İlmi Araştırmalar* (22): 219-228.
- Uysal V (1995) İslamî dindarlık ölçeği üzerine bir pilot çalışma. *İslamî Araştırmalar* 8(3-4): 263-271.
- Uysal V (2006) *Türkiye'de dindarlık ve kadın* (Dem Yayınları, İstanbul).
- Uysal A, Topak O (2010) *Particiler, Türkiye'de partiler ve sosyal ağların inşası* (İletişim Yayınları, İstanbul).
- Uysal V, Turan Ş, Işık Z, Çalışma Ö (2014) Motivasyonel dindarlık ölçeği (MMRI) üzerine bir değerlendirme. *Journal of Islamic Research* 25(1): 15-27.
- Uztuğ F (2007) *Siyasal iletişim yönetimi: siyasette marka yaratmak* (MediaCat Yayınları, İstanbul).
- Yapıcı A (2002) Dini yaşayışın farklı görünüşleri ve dogmatik dindarlık. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 2(2): 75-117.
- Yapıcı A (2007) *Ruh sağlığı ve din, psiko-sosyal uyum ve dindarlık* (Karahan Kitabevi, Adana).
- Yetiş K (1997) Halid Ziya Uşaklıgil'in bilinmeyen bir eseri. *İstanbul Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi* (27).
- Yetiş K (2006) *Belagattan retoriğe* Kitabevi Yayınları, İstanbul).
- Yıldız M (2006) *Ölüm kaygısı ve dindarlık* (İzmir İlahiyat Vakfı Yayınları, İzmir).
- Yılmaz H (2013) Aracı metin ve işlev tipolojisi. *International Journal of Social Science* 6(6): 1311-1321.
- Yılmaz H (2014) *Din ve dindarlık* (Hikmetevi Yayınları, İstanbul).

Yılmaz RA (2007) Çatışma ve iletişim, iletişim bilgisi, ed. N. Aysun Yüksel. (AÖF Yayın, Eskişehir).

Yücekök AN (1987) *Siyasetin toplumsal tabanı* Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara).

Yüksel AH (2005) *İkna ve konuşma* (Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir).

Zwingmann C, Grom B, Schermelleh K, Madsen R, Schmitz E, Moosbrugger H (2010) Münchner motivasyonel dindarlık envanteri: boyutsal kontrol ve denetim, çev. H. Apaydın. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 10(2): 287-312.

Zwingmann C, Grom B, Schermelleh K, Madsen R, Schmitz E, Moosbrugger H (2004) Das münchner motivationspsychologische religiositäts-inventar: dimensionsanalytische prüfung und revision. Münster: Waxmann.

Wimsatt WK (1941) *Introduction/Style as detail of meaning*. The Prose Style of Samuel Johnson (Yale University Press, New Haven).

----- (2005). Lider Nedir? Lider Bir Kişide Bulunması Gereken Vasıflar. <https://www.ekodialog.com/Konular/liderlik-nedir-onderlik-ozellikleri.html> (10 Haziran 2020)

EKLER

EK-1: ANKET FORMU

Bu araştırma, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Politikası ve İşletmeciliği Anabilim Dalında yürütülmekte olan “**Liderlerin Üslubuna Yönelik Alguların Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisinde Dindarlığın Düzenleyici Rolü: Adana ve Nevşehir İli Örneği**” konulu yüksek lisans çalışmasında kullanılmak üzere hazırlanmıştır.

Anket sonuçları sadece bilimsel amaçlı kullanılacak olup, **ankete hiçbir kimlik bilgisi yazılmayacaktır**. Sorulara vereceğiniz samimi cevapların çalışmanın güvenilirliğine ve amacına ulaşmasına doğrudan etki edeceğini hatırlatır, kıymetli vaktinizi ayırdığınız için teşekkür ederim. Saygılarımla.

Prof. Dr. Korhan KARACAOĞLU

Tez Danışmanı

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Eda Nur SÖNMEZ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

| | Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Kararsızım | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum |
|--|-------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|
| 1- Aşağıda Siyasi Liderlerin Seçmenlere yönelik gerçekleştirdiği konuşmalardaki Üslupları ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelerin sizin için ne ölçüde geçerli olduğunu öğrenmek istiyoruz. Bunların cevaplanmasında doğru ya da yanlış cevap yoktur. Lütfen her ifade için verilen ölçeği kullanarak katılım derecenizi ifadenin sonundaki kutucuğa işaretleyerek belirtiniz. | | | | | |
| 1) Diğer liderlerden bahsederken isimlerinin önüne olumsuz çağrışım yapacak nitelemelerde bulunmalı. | | | | | |
| 2) Tehditlerden ve tehlikelerden bahsederek korku yayabilmeli. | | | | | |
| 3) Öteki liderlere yönelik hakaret barındıran ifadeler kullanabilmeli. | | | | | |
| 4) Sesini yükselterek konuşman gerçekleştirebilmeli. | | | | | |
| 5) Kutuplaştırıcı dili kullanabilmeli. | | | | | |
| 6) Toplumun sinir uçlarına dokunacak ifadelere yer vermeli. | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| 7) Başka partilerin liderlerine, çekinmeden teşekkür edebilmeli. | | | | | |
| 8) Kendisine yöneltilen eleştirileri hoşgörü ile karşılamalı. | | | | | |
| 9) Destek almadığı toplum sal kesimlere, saygı duyduğunu açıklamalı. | | | | | |
| 10) Konuşma sırasında dinleyenleri azarlayabilmeli. | | | | | |
| 11) Konuşmasını gerçekleştirdiği esnada protesto edilirse, protesto edenleri dinlemeli. | | | | | |
| 12) Kendisine oy vermeyenlere yönelik yaftalamalarda bulunabilmeli. | | | | | |
| 13) Toplum un belirli bir kesimine karşı duyduğu öç alma hissini, açıkça belirtmeli. | | | | | |
| 14) Toplumsal yapı içerisinde kışkırtma çıkarabilecek sözler kullanabilmeli. | | | | | |
| 15) Daha önce dile getirdiği sözlerinden ötürü özür dileyebilmeli. | | | | | |
| 16) Rakip liderle laf dalaşına girmekten çekinmeli. | | | | | |
| 17) Konuşmalarını, zerafet ve nezaket sınırları içerisinde yapmalı. | | | | | |
| 18) Konuşmalarında, uzlaşmayı ön plana çıkartmalı. | | | | | |
| 19) Bir kimsenin, bir şey in, bir durum un, gülünç, kusurlu, eksik vb. y önlerini küçümseyerek eğlence konusu haline dönüştürmeli. | | | | | |
| 20) Rakip liderleri, değersiz göstermeli ve yermeli. | | | | | |
| 21) Rakip liderlerden bahsederken her zaman saygı belirten ifadeler kullanmalı. | | | | | |
| 22) Çeşitli fikirlere anlayış gösterdiğini beyan etmeli. | | | | | |
| 23) Dinleyicilerine yönelik, emir ve direktif barındıran cümleler kurmalı. | | | | | |
| 24) Rakiplerinden gelen gereksiz eleştirilere, hemen cevap verip aynı seviyeye düşmemeli. | | | | | |
| 25) Kamuoyunda, tepki çeken görüşlerinden ödün verdiğini söyleyebilmeli. | | | | | |

| | | | | | |
|---|-------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|
| 26) Öfke hissettiği durumlarda, öfkesini yansıtabilecek ifadeler kullanmalı. | | | | | |
| 27) Bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygusunu (nefretini) açıklamalı. | | | | | |
| 28) Toplum içerisinde hemfikir olmadığı kesimleri, başlarına gelecek cezalar ile uyarmalı. | | | | | |
| 29) Siyasi rakibi konumundaki liderlerin kusurlarını örtmelidir. | | | | | |
| 30) İnce anlamlı, düşündürücü ve şakalı sözler (nükte) ile diğer liderlerin konuşmalarını hafife almalı. | | | | | |
| 2-Aşağıda seçmenlerin oy verme davranışlarına ilişkin ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelerin sizin için ne ölçüde geçerli olduğunu öğrenmek istiyoruz. Bunların cevaplanmasında doğru ya da yanlış cevap yoktur. Lütfen her ifade için verilen ölçeği kullanarak katılım derecenizi ifadenin sonundaki kutucuğa işaretleyerek belirtiniz. | Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Kararsızım | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum |
| 1) Oy verme aşamasında, aile bireylerimin aldığı kararlara sadık kalarak tercihte bulunurum. | | | | | |
| 2) Adaylar arasında yakın akrabalarımın birisi varsa, onun aday gösterildiği partiyi desteklerim. | | | | | |
| 3) Üyesi olduğum sivil toplum kuruluşları ile iş birliğini geliştireceğini beyan eden aday ya da partiye oy veririm. | | | | | |
| 4) Mensubu olduğum cemaatin, siyasi değerlendirmelerine bağlı kalarak oyumu kullanırım. | | | | | |
| 5) Yaşadığım coğrafi bölgedeki hâkim düşünce, oy verme davranışımı biçimlendirir. | | | | | |
| 6) Bir ideolojiyi referans alarak, siyasi olayları değerlendiririm. | | | | | |
| 7) Kazanma ihtimali az olsa da beğendiğim aday veya partiye oy veririm. | | | | | |
| 8) Partimi ya da liderimi her koşulda desteklerim. | | | | | |
| 9) İcraatlarını beğenmesem de, yine kendi partime oy veririm. | | | | | |
| 10) Partim kimi aday gösterirse onu desteklerim. | | | | | |
| 11) Hatır için adayın veya partinin desteklenmesini onaylamam. | | | | | |
| 12) Adayın etnik kökeni, mezhebi benim için önemli değildir. | | | | | |

| | | | | | |
|--|----------------------------|--------------|------------|-------------|---------------------------|
| 13) Seçimlerdeki vaatlerin gerçekleştirilebilir olup- olmadığı oy verme davranışımı etkiler. | | | | | |
| 14) Seçim döneminde tartışılan konular doğrultusunda aday ve partileri değerlendiririm. | | | | | |
| 15) Şahsi çıkarlarıma hizmet edecek aday ya da partiyi desteklerim. | | | | | |
| 16) Bölgede bulunan sorunları gündeme getiren aday ya da partiye oyumu veririm. | | | | | |
| 17) Benim yaşantımda önem arz eden problemleri, gündemine alan aday veya partiyi desteklerim. | | | | | |
| 18) Partilerin, ilgi alanıma giren mevzulara yönelik politikalarını, stratejilerini öğrenmek için çaba gösteririm. | | | | | |
| 19) Gündemdeki sorunlar üzerine geliştirilen çözüm önerileri, oy verme aşamasında benim için belirleyicidir. | | | | | |
| 20) Daha önce hiç duymadığım konuları gündeme getiren aday ve partiler ilgimi çeker. | | | | | |
| 3- Aşağıda dindarlığa ilişkin ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelerin sizin için ne ölçüde geçerli olduğunu öğrenmek istiyoruz. Bunların cevaplanmasında doğru ya da yanlış cevap yoktur. Lütfen her ifade için verilen ölçeği kullanarak katılım derecenizi ifadenin sonundaki kutucuğa işaretleyerek belirtiniz. | Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Kararsızım | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum |
| 1) Dinim ile ilgili konularda yazılmış kitap vb. eserleri okumaktan zevk alıyorum. | | | | | |
| 2) Yaşama dair yaklaşımımın tamamı dinime dayanıyor. | | | | | |
| 3) Sık sık Allah'ın varlığına dair güçlü bir his duyarım. | | | | | |
| 4) Tefekkür ve dua ile vakit geçirmek benim için önemli. | | | | | |
| 5) Hayatım boyunca dini inançlarıma göre yaşamaya çalışıyorum. | | | | | |
| 6) Dindar olsam da günlük hayatımı etkilemesine izin vermem. | | | | | |
| 7) Dinime inanmama rağmen hayatta daha birçok şey daha önemlidir. | | | | | |
| 8) İyi olduğum sürece neye inandığımın önemi yok. | | | | | |

Cinsiyetiniz Kadın Erkek

Yaşınız 18-24 25-30 30+

Eğitim Durumunuz Ön lisans Lisans Lisansüstü