



ANKARA

HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**TOPLUMSAL HAFIZA KODLARININ SİYASAL ALGILARI
VE DAVRANIŞLARI BELİRLEMEDEKİ ETKİSİNİN
NÖROSİYASET EKSENİNDE EEG İLE ANALİZİ**

Bora ÖÇ

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ülkü Ayşe OĞUZHAN BÖREKÇİ

**DOKTORA TEZİ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI**

EKİM 2024



**TOPLUMSAL HAFIZA KODLARININ SİYASAL ALGILARI VE
DAVRANIŞLARI BELİRLEMEDEKİ ETKİSİNİN NÖROSİYASET
EKSENİNDE EEG İLE ANALİZİ**

Bora ÖÇ

**DOKTORA TEZİ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

EKİM 2024

ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Bora ÖÇ

4/10/2024

TEZ ONAY SAYFASI

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Doktora Programı öğrencisi Bora ÖÇ tarafından hazırlanan “Toplumsal Hafıza Kodlarının Siyasal Algıları ve Davranışları Belirlemedeki Etkisinin Nörosiyaset Ekseninde EEG ile Analizi” Başlıklı tez çalışması 04/10 /2024 tarih ve 11.00 saatinde yapılan tez savunma sınavında aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile DOKTORA TEZİ olarak KABUL edilmiştir.

	Kabul	Ret
Başkan:	☒	☐
Prof. Dr. Gülcan IŞIK		
AHBV Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü		
Danışman:	☒	☐
Prof. Dr. Ülkü Ayşe OĞUZHAN BÖREKÇİ		
AHBV Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü		
Üye:	☒	☐
Prof. Dr. İ. Hakan DÖNMEZ		
AHBV Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü		
Üye:	☒	☐
Doç. Dr. Doğuş YÜKSEL		
OSTİM Teknik Üniversitesi MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü		
Üye:	☒	☐
Doç. Dr. Samet KAVOĞLU		
Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü		

TOPLUMSAL HAFIZA KODLARININ SİYASAL ALGILARI VE DAVRANIŞLARI
BELİRLEMEDEKİ ETKİSİNİN NÖROSİYASET EKSENİNDE EEG İLE ANALİZİ
(Doktora Tezi)

Bora ÖÇ

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Ekim 2024

ÖZET

Bu çalışma, toplumsal hafızanın siyasal ideolojiler ve siyasal iletişim üzerindeki etkilerini derinlemesine incelemeyi amaçlayarak, bireylerin siyasal süreçlerde nasıl harekete geçirilebileceğini ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu araştırmada, üçgenleme/çeşitlendirme (triangulation) yöntemi aracılığıyla farklı veri toplama ve analiz yöntemleri bir araya getirilerek katılımcıların demografik özellikleri, siyasal yönelimleri ve nörogörüntüleme (EEG) ile elde edilen tepkileri bütüncül bir yaklaşımla incelenmiştir. 2023 yılı içerisinde Türkiye’de gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı ve milletvekilliği seçimlerine katılan siyasal partilerin seçmenleri etkilemek amacıyla hazırladıkları seçim reklam filmleri, nörogörüntüleme tekniklerinden elektroensefalografi’den (EEG) yararlanılarak katılımcıların siyasal eksenleri ile siyasal iletişim materyallerine verdikleri tepkiler üzerinden analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda, seçmenlerin siyasal eksenleri ile siyasal reklamlara verdikleri nörometrik tepkiler arasında anlamlı farklılıklar bulunmuş, bu da seçmen davranışlarının siyasi kimlikler ve toplumsal hafıza kodları tarafından şekillendirildiğini açıkça göstermiştir. Ayrıca, toplumsal hafıza kodlarının siyasal iletişim stratejilerinde kullanımıyla seçmen algı ve davranışlarının etkili bir şekilde yönlendirilebileceği, siyasal algı ve davranışların biçimlendirilmesinde kritik bir rol oynayacağı, ideolojik uyumun ve nörometrik analizlerin siyasal kampanyalarda etkili olabileceği sonucuna varılmıştır. Çalışma, gelecekteki araştırmaların, farklı toplumsal hafıza kodlarının ve siyasal iletişim materyallerinin seçmenler üzerindeki etkilerini daha ayrıntılı bir şekilde incelemesinin, siyasal iletişim stratejilerinin derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlayacağını önermektedir.

BilimKodu : 116501
Anahtar Kelimeler : Nörosiyaset, toplumsal hafıza, siyasal algı, siyasal davranış
Sayfa Adedi : 310
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Ülkü Ayşe OĞUZHAN BÖREKÇİ

ANALYSIS OF THE EFFECT OF SOCIAL MEMORY CODES IN DETERMINING
POLITICAL PERCEPTIONS AND BEHAVIOURS WITH EEG IN THE AXIS OF
NEUROPOLITICS

(Ph. D. Thesis)

Bora ÖÇ

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

October 2024

ABSTRACT

This study aims to examine the effects of social memory on political ideologies and political communication in depth and aims to reveal how individuals can be mobilised in political processes. In this study, different data collection and analysis methods were brought together through triangulation method, and the demographic characteristics, political orientations and neuroimaging (EEG) responses of the participants were analysed with a holistic approach. In 2023, the election commercials prepared by the political parties participating in the presidential and parliamentary elections held in Turkey in order to influence the voters were analysed by using electroencephalography (EEG), one of the neuroimaging techniques, through the political axes of the participants and their reactions to political communication materials. As a result of the findings, significant differences were found between voters' political axes and their neurometric responses to political advertisements, which clearly showed that voter behaviour is shaped by political identities and social memory codes. In addition, it was concluded that the use of social memory codes in political communication strategies can effectively guide voter perceptions and behaviours, play a critical role in shaping political perceptions and behaviours, and that ideological alignment and neurometric analyses can be effective in political campaigns. The study suggests that future researches that examine the effects of different social memory codes and political communication materials on voters in more detail will contribute to a deeper understanding of political communication strategies.

Science Code : 116501
Key Words : Neuropolitics, social memory, political perception, political behaviour
Page Number : 310
Supervisor : Prof. Dr. Ülkü Ayşe OĞUZHAN BÖREKÇİ

TEŞEKKÜR

Gerçekleştirdiğim bu çalışma, Türkiye’de henüz yeni gelişmekte olan bir araştırma alanının keşfedilmeye çalışıldığı bir öğrenme sürecinin çıktısıdır. Siyasal iletişim alanını nörosiyaset perspektifinden incelediğim bu çalışmada farklı disiplinleri bir arada ele almaya ve değerlendirmeye çalıştım. Bu çalışmanın, siyasal iletişim alanındaki teorik tartışmalara katkı sağlamasını ve hem akademisyenler hem araştırmacılar hem de pratikte aktif olan siyasal iletişimciler için yol gösterici olmasını umuyorum.

Akademik yolculuğumun en kritik aşamalarından biri olan doktora sürecini, dünyada ve Türkiye’de yeni yeni ele alınan nörosiyaset gibi bir alanla tamamlamak, bilimsel birikim açısından çok değerli oldu; ancak beraberinde pek çok zorluğu da getirdi. Bu süreçte hem akademik hem de duygusal anlamda en iyisini yapabilmem için desteğini esirgemeyen, akademik gelişimime büyük katkı sağlayan ve sabırla yol gösteren, kendisinden çok şey öğrendiğim, bana her zaman ilham veren tez danışmanım değerli hocam Prof. Dr. Ülkü Ayşe OĞUZHAN BÖREKÇİ’ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca bana araştırmalarımnda farklı bir bakış açısı kazandıran, yeni bir alanda çalışma zorluklarını aşmamda büyük katkı sağlayan, beni her zaman dikkatle dinleyen, her adımımı cesaretle atmamı sağlayan ve her daim yanımda olan hocam Doç. Dr. Fatma Bilge ŞENYÜZ’e şükranlarımı sunuyorum.

Bilime yönelik keşif aşkı hiç bitmeyen, beni bu alanla tanıştırap her zorlu günde kapısını çaldığım, doktora yeterlik sürecim dahil bu tezin ortaya çıkmasında katkılarını bir dost, bir abi ve bir kardeş edasıyla sunan Doç. Dr. M. Cem ÇATALBAŞ’a müteşekkirim.

Tez izleme komitesinde yer alarak tezin her aşamasında fikirleriyle katkı sunan, sıcak kanlılığı, güler yüzü ve tecrübeleri ile akademik hayatımda iz bırakan Prof. Dr. Gülcan IŞIK’a; çalışmamın şekillenmesine katkı sağlayan diğer değerli jüri üyelerim Prof. Dr. İ. Hakan DÖNMEZ’e, Doç. Dr. Samet KAVOĞLU’na ve hem manevi hem de motivasyonel katkılarından dolayı Doç. Dr. Doğuş YÜKSEL’e şükranlarımı sunuyorum.

Mesai mefhumu gözetmeksizin, her an ulaşabildiğimiz, yapıcı ve sakin tavrı ile süreç içerisinde karanlığı aydınlatan bir ışık görevi gören Lisansüstü Eğitim Enstitüsü öğrenci işleri personeli Görkem Yanık’a teşekkürlerimi iletmek isterim.

Dünya üzerindeki bilimsel gelişmeleri yakından takip eden, görev aldığımız üniversite bünyesinde bizleri daima daha iyiyi ve daha güzeli başarmamız için motive eden, bu araştırmanın gerçekleştiği Nöropazarlama Laboratuvarının kurulumunda ve akademik ürünler çıkarmasında katkılarını sunan Sayın Rektörüm Prof. Dr. Murat YÜLEK’e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Araştırmanın tüm sürecinde benimle aynı heyecanı paylaşarak her noktada yardımları bulunan bölüm arkadaşım Öğr. Gör. Ali OSAN’a; tüm süreci beraber tecrübe ettiğim Nöropazarlama Laboratuvarındaki görev alan asistanım Yüksel YILDIZ’a teşekkür ederim.

Hayatımın her sürecinde madden ve manen yanımda olup bugünlere ulaşmam için emek veren aileme şükranlarımı; aramızdan erken ayrılan ve hayatımda her zaman en büyük ilham kaynağı olan canım babama minnet ve özlem dolu duygularımı sunuyorum. O, bana her daim güç veren, hayallerimin peşinden gitmem için cesaretlendiren bir rehber oldu. O yokluğunda dahi varlığı ve öğretileriyle yaşam yolculuğuma ışık tutmaya devam ediyor. Seni daima sevgiyle ve özlemle anıyorum.

Ve son olarak; kendisine ayıramadığım vakitleri bu çalışmaya ayırdığım, hayatın her koşulunda yan yana olmaktan, her zorluğun üstesinden beraber gelmekten ve sonundaki her mutluluğu beraber çoğaltmaktan sonsuz mutlu olduğum ve olacağım, bugünkü günlerime ulaşmamı sağlayan ve her başarımın arkasında yer alacağından emin olduğum kıymetli eşim Fatma Betül SADE ÖÇ’e manevi destekleri için çok teşekkür ederim.

Canım Babam, Annem ve Abime...

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar.....	xiv
ŞEKİLLER.....	xviii
RESİMLER.....	xxi
KISALTMALAR	xxii
1. GİRİŞ	1
2. TOPLUMSAL HAFIZANIN OLUŞTURDUĞU SEMBOLİK ANLAMLARIN SİYASAL KİMLİK VE DÜŞÜNCELERLE İLİŞKİSİ	5
2.1. Hafıza ve Toplumsal Hafıza Kavramları.....	5
2.1.1. Hafıza.....	6
2.1.2. Toplumsal Hafıza	9
2.1.3. Toplumsal Hafızaya Yönelik Kuramsal Yaklaşımlar.....	13
2.1.4. Toplumsal Hafıza ve Aktarıcıları	14
2.1.4.1. Tarihsel hafıza.....	15
2.1.4.2. Kültürel hafıza.....	18
2.1.4.3. İletişimsel hafıza	23
2.1.4.4. Siyasal hafıza	26
2.2. Toplumsal Hafızanın Oluşumunda Kimlik ve Siyasal Düşünceler	29
2.2.1. Kimlik Kavramı	30
2.2.2. Kimlik Türleri	40
2.2.3. Siyasal Olarak Kimlik ve Siyasal Kimliği Şekillendiren Etmenler.	45

	Sayfa
2.2.3.1. Aile.....	51
2.2.3.2. Sosyal çevre	52
2.2.3.3. İletişim Ortamları ve Araçları	54
2.3. Siyasal Kimlik Oluşumunda Siyasal Düşünceler	57
2.4. Türkiye’de Siyasal Düşünceler ve Kodlar	66
2.4.1. Kemalizm.....	66
2.4.2. Liberalizm.....	68
2.4.3. Muhafazakârlık	70
2.4.4. İslamcılık	72
2.4.5. Marksizm ve Sosyalizm.....	75
2.4.6. Milliyetçilik	76
2.4.7. Feminizm	78
2.4.8. Diğer Düşünceler (Çevrecilik, Korporatizm, Etnisite ve Mültikültürelilik)	81
3. SEÇMEN ALGI VE DAVRANIŞLARINA YÖNELİK KURAMSAL YAKLAŞIMLAR.....	85
3.1. Seçmen kimdir?	85
3.2. Seçmen Algı ve Davranışlarının Genel Yapısı	87
3.3. Seçmen Algı ve Davranışlarını Açıklayan Modeller	90
3.3.1. Sosyolojik Model.....	92
3.3.2. Psikolojik Model.....	95
3.3.3. Rasyonel Model	97
3.3.4. Seçmen Algı ve Davranışlarına Yönelik Diğer Yaklaşımlar.....	100
3.4. Seçmen Algı ve Davranışlarını Etkileyen Faktörler	102
3.4.1. Kısa Dönemli (Araçsal) Faktörler	103
3.4.2. Uzun Dönemli (Yapısal) Faktörler	109

4. BİLİŞSEL AKTİVİTELER İLE SİYASAL ALGILARIN TESPİTİ: NÖROSİYASET	121
4.1. Nörosiyaset Kavramı	121
4.2. Nörosiyaset Araştırmalarında Kullanılan Teknikler	126
4.2.1. Nörometrik Ölçüm Teknikleri	132
4.2.2. Biyometrik Ölçüm Teknikleri	139
5. TOPLUMSAL HAFIZA KODLARININ SİYASAL ALGILARI BELİRMEDEKİ ETKİSİNİN ANALİZİ	145
5.1. Araştırmanın Konusu	145
5.2. Araştırmanın Amacı	146
5.3. Varsayımlar	146
5.4. Araştırmanın Örneklem, Kapsam ve Sınırlılıkları	147
5.5. Araştırmanın Yöntemi	148
5.6. Deneysel Tasarım	152
5.7. Laboratuvar Ortamı, Kullanılan Ekipmanlar ve Yazılım	153
5.8. Araştırmanın Güvenilirliği ve Geçerliliği	159
5.9. Verilerin Tasnifi ve Analizi	161
5.10. Araştırmanın Bulguları ve Yorum	161
5.10.1. Örneklem Grubunun Demografik Özellikleri	161
5.10.2. Politik Eksen Testine Yönelik Bulgular	162
5.10.3. Deney Öncesi Anket, Deney ve Deney sonrası Anket Verilerine Yönelik Bulgular	169
5.10.3.1. Katılımcıların siyasi kimlikleri, en son genel seçimde hangi partiye oy verdiği ve yakın zamanda seçim olsa hangi partiye oy vereceğine yönelik anket bulguları	169
5.10.3.1.1. Küme 1’de yer alan katılımcıların bulguları	170
5.10.3.1.2. Küme 2’de yer alan katılımcıların bulguları	172

5.10.3.1.3. Küme 3'te yer alan katılımcıların bulguları .	174
5.10.3.1.4. Küme 4'te yer alan katılımcıların bulguları .	176
5.10.3.1.5. Küme 5'te yer alan katılımcılara yönelik bulgular	177
5.10.3.1.6. Küme 6'da yer alan katılımcılara yönelik bulgular	179
5.10.3.1.7. Küme 7'de yer alan katılımcılara yönelik bulgular	181
5.10.3.1.8. Küme 8'de yer alan katılımcılara yönelik bulgular	183
5.10.3.2. Deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular	184
5.10.3.2.1. Küme 1'de yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular	189
5.10.3.2.2. Küme 2'de yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular	192
5.10.3.2.3. Küme 3'te yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular	195
5.10.3.2.4. Küme 4'te yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular	198
5.10.3.2.5. Küme 5'te yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular	201
5.10.3.2.6. Küme 6'da yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular	204
5.10.3.2.7. Küme 7'de yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular	208

5.10.3.2.8. Küme 8’de yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular	211
5.10.3.3. Katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması	214
5.10.3.3.1. Küme 1’deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması	215
5.10.3.3.2. Küme 2’deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması	217
5.10.3.3.3. Küme 3’deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması	218
5.10.3.3.4. Küme 4’deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması	219
5.10.3.3.5. Küme 5’teki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması	220
5.10.3.3.6. Küme 6’daki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması	222
5.10.3.3.7. Küme 7’deki katılımcının siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması	223
5.10.3.3.8. Küme 8’deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması	224
5.10.3.3.9. Tüm katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması	225
5.10.4. Deney Öncesi Anket, Politik Eksen Testi, Deney Sürecinde Elde Edilen Duygu Durumları ve Deney Sonrası Anket Verilerinin Bir Arada Yorumlanması	227
5.10.5. Politik Eksen Testi Verileri ile Deneyde Elde Edilen Verilerin İlişkilendirilmesi	240

	Sayfa
6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER	247
KAYNAKLAR.....	257
EKLER.....	279
EK-1. Etik Kurul Onay Sayfası.....	279
EK-2. Deney Sürecinde Yararlanılan Seçim Reklam Filmleri Bağlantı Linkleri .	308
ÖZGEÇMİŞ	309



TABLÖLER

Tablo	Sayfa
Tablo 2.1. İletişim ve kültürel hafıza farklılıkları	25
Tablo 5.1. Örneklem grubunun demografik özellikleri	162
Tablo 5.2. Katılımcıların politik eksen testine göre konum bilgileri	163
Tablo 5.3. Politik eksen test verilerinin normal dağılım analizleri	164
Tablo 5.4. Kümeler ve kümelerde yer alan katılımcı ve eksen bilgileri	168
Tablo 5.5. Küme 1’de yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasal kimlikler...	170
Tablo 5.6. Küme 1’de yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler	171
Tablo 5.7. Küme 1’de yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler	171
Tablo 5.8. Küme 2’de yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasal kimlikler...	172
Tablo 5.9. Küme 2’de yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler	173
Tablo 5.10. Küme 2’de yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler	173
Tablo 5.11. Küme 3’te yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasal kimlikler..	174
Tablo 5.12. Küme 3’te yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler	175
Tablo 5.13. Küme 3’te yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler	175
Tablo 5.14. Küme 4’te yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasal kimlikler .	176
Tablo 5.15. Küme 4’te yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler	176
Tablo 5.16. Küme 4’te yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler	177
Tablo 5.17. Küme 5’te yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasal kimlikler .	178

Tablo	Sayfa
Tablo 5.18. Küme 5’te yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler	178
Tablo 5.19. Küme 5’te yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler	179
Tablo 5.20. Küme 6’da yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasal kimlikler	180
Tablo 5.21. Küme 6’da yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler	180
Tablo 5.22. Küme 6’da yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler	181
Tablo 5.23. Küme 7’de yer alan katılımcının benimsediği siyasal kimlikler.....	181
Tablo 5.24. Küme 7’de yer alan katılımcının en son genel seçimde oy verdiği siyasi parti	182
Tablo 5.25. Küme 7’de yer alan katılımcının yakın bir zamanda seçim olsa oy vereceği siyasi parti.....	182
Tablo 5.26. Küme 8’de yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasal kimlikler	183
Tablo 5.27. Küme 8’de yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler	183
Tablo 5.28. Küme 8’de yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler	184
Tablo 5.29. Küme 1 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri	189
Tablo 5.30. Küme 2 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri	192
Tablo 5.31. Küme 3 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri	195
Tablo 5.32. Küme 4 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri	198
Tablo 5.33. Küme 5 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri	201

Tablo	Sayfa
Tablo 5.34. Küme 6 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri	205
Tablo 5.35. Küme 7 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri	208
Tablo 5.36. Küme 8 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri	211
Tablo 5.37. Siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurlar.....	215
Tablo 5.38. Küme 1’deki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri	227
Tablo 5.39. Küme 2’deki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri	229
Tablo 5.40. Küme 3’teki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri	230
Tablo 5.41. Küme 4’deki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri	232
Tablo 5.42. Küme 5’teki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri	234
Tablo 5.43. Küme 6’daki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri	236
Tablo 5.44. Küme 7’deki katılımcının deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri	237
Tablo 5.45. Küme 8’deki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri	239
Tablo 5.46. Kanonik korelasyon katsayıları.....	241

Tablo	Sayfa
Tablo 5.47. Seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumu metrikleri için kanonik ağırlıklar	243
Tablo 5.48. Politik eksen testi sonuçları için kanonik ağırlıklar	244
Tablo 5.49. Politik eksen testi sonuçlarının açıklanan varyans / güç analizi	244



ŞEKİLLER

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. Kültürel hafıza modeli	22
Şekil 2.2. Siyasal kimlik etki modeli	49
Şekil 4.1. İnsan beyninin dorsal (üstten) görünümünü gösteren bir beyin anatomisi şeması.....	127
Şekil 4.2. İnsan beyninin ana bölümleri	129
Şekil 4.3. Kortikolimbik sistem	131
Şekil 4.4. Nörosiyaset araştırmalarında kullanılan teknikler	132
Şekil 5.1. Üçgenleme metodu ile oluşturulan araştırma yöntemi	149
Şekil 5.2. Örnek politik eksen test sonucu.....	151
Şekil 5.3. Deneysel araştırma tasarımı	152
Şekil 5.4. Katılımcıların politik eksen testine göre konum bilgileri.....	164
Şekil 5.5. Elbow (dirsek) yöntemi ile oluşan optimal k değeri	166
Şekil 5.6. Küme analizi, kümeler ve merkezler	167
Şekil 5.7. Küme 1'deki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	190
Şekil 5.8. Küme 1'deki katılımcıların CHP “Haydi Türkiye” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	191
Şekil 5.9. Küme 2'deki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	193
Şekil 5.10. Küme 2'deki katılımcıların CHP “Haydi Türkiye” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	194
Şekil 5.11. Küme 3'teki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	196
Şekil 5.12. Küme 3'teki katılımcıların CHP “Haydi Türkiye” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	197
Şekil 5.13. Küme 4'teki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	199

Şekil	Sayfa
Şekil 5.14. Küme 4'teki katılımcıların CHP "Haydi Türkiye" filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	200
Şekil 5.15. Küme 5'teki katılımcıların AK Parti "Umutlar Seninle" filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	202
Şekil 5.16. Küme 5'teki katılımcıların CHP "Haydi Türkiye" filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	203
Şekil 5.17. Küme 6'daki katılımcıların AK Parti "Umutlar Seninle" filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	206
Şekil 5.18. Küme 6'daki katılımcıların CHP "Haydi Türkiye" filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	207
Şekil 5.19. Küme 7'deki katılımcının AK Parti "Umutlar Seninle" filmine yönelik aklında kalan kavram ve unsurlar	209
Şekil 5.20. Küme 7'deki katılımcının CHP "Haydi Türkiye" filmine yönelik aklında kalan kavram ve unsurlar	210
Şekil 5.21. Küme 8'deki katılımcıların AK Parti "Umutlar Seninle" filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	212
Şekil 5.22. Küme 8'deki katılımcıların CHP "Haydi Türkiye" filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar.....	213
Şekil 5.23. Küme 1'deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması.....	216
Şekil 5.24. Küme 2'deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması.....	217
Şekil 5.25. Küme 3'teki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması.....	218
Şekil 5.26. Küme 4'teki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması.....	219
Şekil 5.27. Küme 5'teki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması.....	221
Şekil 5.28. Küme 6'daki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması.....	222
Şekil 5.29. Küme 7'deki katılımcının siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması.....	223

Şekil	Sayfa
Şekil 5.30. Küme 8'deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması.....	224
Şekil 5.31. Tüm katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması.....	226
Şekil 5.32. Duygu Durum Metrikleri ile Politik Eksen Testi sonuçları arasındaki kanonik bileşen ilişkileri.....	242



RESİMLER

Resim	Sayfa
Resim 5.1. Deney ortamının genel görünümü	154
Resim 5.2. Emotiv EPOC X EEG cihazı	154
Resim 5.3. Emotiv EPOC X EEG cihazının yerleşim pozisyonu, sinyal güç ve renkleri	156
Resim 5.4. 14 kanala ait beyin dalgalanmaları ve sinyal güçleri	156
Resim 5.5. EmotivPRO yazılımı ile ölçülebilen duygu durumları	157
Resim 5.6. EEG deneyi kalibrasyon süreci	160

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ADC	Analog-dijital dönüşüm
AK Parti	Adalet ve Kalkınma Partisi
AKP	Adalet ve Kalkınma Partisi
ANAP	Anavatan Partisi
ANOVA	Varyans Analizi
AT	Attention - Dikkat
BOLD	Kan Oksijen Seviyesine Bağlı
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi
COVID	Koronavirüs Hastalığı 2019
DBA	Devletin Baskı Aygıtları
DİA	Devletin İdeolojik Aygıtları
EDA	Elektrodermal Aktivite
EEG	Elektroensefalografi
EEG	Elektroensefalografi
EKG	Elektrokardiyografi
EN	Engagement – Katılım
EX	Exciment – Heyecan
FACS	Yüz İfade Tanımlama Sistemi
GSR	Galvanik Cilt Tepkisi
HDMI	Yüksek Çözünürlüklü Çoklu Ortam Arayüzü
IN	Interest – İlgi
İYİ	İYİ Parti
LED	Işık Yayan Diyot
LGBTIQ	Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Trans, İnterseks, Kuvir
MEG	Manyetoensefalografi

Kısaltmalar	Açıklamalar
MHP	Milliyetçi Hareket Partisi
MR	Manyetik Rezonans
OSTİM	Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi
PET	Pozitron Emisyon Tomografisi
PGR	Psikogalvanik Refleks
PPG	Fotopletismografi
RE	Relaxation - Rahatlama
SCR	Deri İletkenlik Tepkisi
SPS	Samples Per Second
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
SQUID	Süper İletken Kuantum Girişim Cihazı
SSCB	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
SST	Sabit Durum Topografyası
ST	Stress - Stres
TDK	Türk Dil Kurumu
TİP	Türkiye İşçi Partisi
TKP	Türkiye Komünist Partisi
TSC	Tonik Deri İletkenliği
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TV	Televizyon
YRP	Yeniden Refah Partisi
YSK	Yüksek Seçim Kurulu

1. GİRİŞ

İnsanları diğer canlılardan ayıran en önemli özelliklerin başında aklını kullanarak düşünme, düşünerek bilgi üretme ve sosyolojik bir çevrede bu bilgilerinden istifade ederek yaşamını idame ettirmesi gelmektedir. Düşünme edimini gerçekleştirirken insanın başvurduğu hafıza olgusu da sürekli değişim ve dönüşüm içerisinde olan, anımsama ile bir şeyleri ortaya çıkarırken unutma ile kaybeden, özel ve simgesel göstergelerden beslenen, içerisinde bulunan grup, zaman ve mekândan etkilenen, nesnelere ve insan pratiklerine yön veren gerçeklikleri ifade etmektedir. Erken çocukluk döneminden itibaren bireyler çevreleriyle, çevrelerindeki insanlarla etkileşim ve iletişim içerisinde. İnsanlar geçmiş, bir anı ya da anlam yüklediği herhangi bir şeyi hatırlamaya çalışırken ait oldukları etkileşim çerçevesine göre bu eylemi gerçekleştirirler. Buna neden olan etmenler insanların yaşadığı mekân, zaman ve bulundukları insan gruplarının iç içe geçmiş olmasıdır.

Bir toplum içerisinde ya da gruptaki bireylerin çeşitli etkileşim ve iletişim pratikleri sonucu deneyimledikleri senaryolarla ve ahlaki içeriklerle doğal veya yapay bir şekilde geçmiş anımsamalarına doğrudan etkisi olan toplumsal hafıza, siyasal kültür içerisinde de kendisine yer bulabilmektedir. Çeşitli söylem, deneyim, olgu ve olaylarla şekillenen siyasal kültür, bu yaşanmışlığın bellekte bıraktığı izler sayesinde siyasal davranışı etkileyen önemli unsurlardandır. Siyasal iletişim sürecinde alıcı olan bireyleri kendi hedefleri doğrultusunda yönlendirmeyi ve özellikle oy verme kararını etkilemeyi hedefleyen siyasal aktörler tarafından iletişimin ikna edici unsurları içerisinde toplumsal hafızanın harekete geçirici hatırlatıcıları ve destekleyicileri daha önemli hale gelmektedir.

İnsanlık tarihi boyunca toplum içerisinde varlık gösteren bireylerin küçük bir kesiminin uğraşı olan siyaset, iletişim imkanları arttıkça bireylerin daha çok uğraşı ve ilgisini çeken bir alan haline almıştır. Yaklaşık 200 yıl öncesinde matbaa ve basılı yayın organlarının sayfalarında yer bulan siyaset, 21. yüzyıl yeni medya araçlarıyla hemen hemen tüm dünyada herkesin karşısına çıkan bir alan haline gelmiştir. Doğuştan genetik, psikolojik, sosyal, kültürel ve politik olarak birçok faktöre bağlı olarak hafızası şekillenen bireyler, ilgileri doğrultusunda dünyadaki tüm olayların farkındadır

ve çoğu kontrol edemediği binlerce bilginin etkisinde kendi gerçekliğini yaratmaktadır.

Siyasal iletişim ve bireysel davranışlar üzerine yapılan güncel araştırmalar, toplumsal hafızanın bireylerin siyasal kimliklerini ve karar alma süreçlerini nasıl etkilediğine dair önemli ipuçları sunmaktadır. Bu bağlamda, toplumsal hafıza kavramı, bireylerin geçmiş deneyimleri ve sosyal etkileşimleri doğrultusunda şekillenen, onların siyasal algı ve davranışlarını belirleyen önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal hafıza, bireylerin yalnızca geçmiş olayları hatırlamalarını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda bu olayların gelecekteki siyasal tutum ve davranışları üzerindeki etkisini de belirler.

Günümüz enformasyon çağında seçmen konumunda bulunan bireylerin siyasi tercihlerini anlamak da siyasi paydaşlar için büyük önem taşımaktadır. Son dönemde siyasi aktörler, farklı seçim bölgelerinde daha etkili olabilmek ve seçim şanslarını artırmak amacıyla multidisipliner araştırma tekniklerine yönelmiştir. Geleneksel anket yöntemleri ve teknikleri, seçmenler tarafından manipüle edilebilir ve siyasi aktörlerin iletişim faaliyetlerinin etkisini doğru şekilde ölçmek için yetersiz kalmaktadır. Bu durum, yeni teknolojilerin, kavramların ve yaklaşımların ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Geleneksel veri toplama yöntemlerinin alternatifi olarak multidisipliner yapıda ortaya çıkan "Nörosiyaset" terimi, siyasal iletişim çalışmalarını etkin bir şekilde yönetmek ve uygulamak amacıyla geliştirilen bir alanı ifade etmektedir. Karmaşık bir yapıya ve kendine özgü yöntemlere sahip olan insan beynini siyasal konular temelinde incelemeyi amaçlar. Beşeri bilimlerdeki disiplinlerin tarihsel iç içeliği nedeniyle, siyasal algılama ve tutumların siyasal davranışa dönüşümündeki siyasal beyni anlamayı amaçlayan nörosiyasetin, felsefe, tarih, sosyoloji, psikoloji, iletişim, nörobilim, fizik ve biyoloji gibi tüm bilimsel disiplinlerden yararlandığı söylenebilir (Çokluk, 2020: 1).

Bu çalışmanın temel amacı, toplumsal hafıza kodlarının bireylerin siyasal algılarını nasıl biçimlendirdiğini ve bu algıların siyasal davranışlara nasıl dönüştüğünü nörosiyaset çerçevesinde analiz etmektir. Özellikle EEG (Elektroensefalografi) verileri üzerinden yapılan incelemeler, bireylerin siyasal kampanya filmlerine verdikleri nörolojik tepkilerin siyasal eksenlerine nasıl yansıdığını ortaya koymayı

amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışma, siyasal iletişim stratejilerinin seçmen davranışlarını yönlendirmede ne denli etkili olabileceğini gözler önüne sermektedir.

Çalışmanın konusuyla ilgili literatür incelendiğinde, toplumsal hafıza ve siyaset kavramlarını merkeze alan çalışmalar genellikle söylemsel, mekânsal ve bedensel pratikler üzerinde gerçekleşen düzenlemeler ve hatırlatmaların doküman ve vaka incelenmesi ile araştırılması şeklindedir. Bunun yanı sıra insanların siyasi katılım süreçlerini inceleyen nöropolitik ampirik çalışmaların da nadir olduğu görülmektedir. Bu araştırmalardan ilki Alyssa C. Morey tarafından gerçekleştirilen, olumlu ve olumsuz siyasi TV reklamlarının; reklam sponsoru partizanlığı ve izleyici taraflılığı, reklam tipi ve izleyici ideolojisi, reklam tipi ve izleyici taraflılığı arasındaki ilişkiyi anlamlandırmak adına EEG cihazı kullanılarak araştırılması şeklinde gerçekleştirilmiştir (Morey, 2017: 404-423). Diğer bir çalışma ise, 2019 yılında Ertuğrul Buğra Orhan tarafından doktora tezi olarak yapılmış ve "Ak Parti üyelerinin parti bağlılıklarının nöropolitik analizi" başlığını taşımaktadır. EEG ve Eye Tracker nöro görüntüleme yöntemleri ana veri toplama yöntemleri olurken, nitel gözlem ve yapılandırılmış görüşme rehberleri yardımcı yöntemler olmuştur. Orhan, Duverger'nin militan olarak adlandırdığı, siyasi parti ile partinin tabanında yer alan en yakın kitleyi temsil eden üyeleri arasındaki kavramlardan yola çıkarak geliştirdiği deney yöntemini, örnekleme alınan katılımcıların parti bağlılıklarını incelemek için kullanmıştır. Nil Çokluk tarafından gerçekleştirilen, "Nöropolitik: Siyasal Karar Vermede Siyasal İletişimin Bilinçdışı Üzerindeki Etkileri" (2020) başlıklı çalışma da ise siyasal davranışın nörobiyolojik temellerini, siyasal davranışın psikolojik ve sosyolojik yapısını, siyasal davranışı ve siyasal iknayı inceleyen bu çalışmada, parti seçmenlerinin oy verme edimleri yerine, siyasi liderlerin ve kullandıkları söylemlerin seçmen olan bireylerin bilinçdışında yarattığı motivasyonel ve duygusal tepkileri EEG, PPG ve GSR tekniklerinden yararlanılarak analiz edilmiştir.

Bu çalışmanın literatürdeki diğer çalışmalardan farklılaştığı nokta, bireylerin siyasal algılarını sadece siyasi eksenleriyle değil, aynı zamanda toplumsal hafızaları üzerinden de değerlendirmeyi amaçlamasıdır. Türkçe literatürde nörosiyaset temelli çalışmaların sınırlı olması, bu araştırmanın önemini arttırmaktadır. Çalışmada, geleneksel araştırma yöntemlerinin (anket, gözlem, nitel görüşme gibi) yanı sıra nörogörüntüleme tekniklerinin de kullanılması, sosyal bilimlerdeki tutarlılık

sorunlarını en aza indirmekte ve katılımcıların bilinçli veya bilinçsiz olarak yanıltıcı ifadelerde bulunma olasılığını ortadan kaldırmaktadır.

Seçmenlerin siyasal eğilimleri, 2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı ve milletvekilliği seçimlerinde oy kullanma hakkı elde edebilen 18-24 yaş aralığındaki bireyler üzerinde yapılan bir araştırma kapsamında, nörogörüntüleme teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda, seçmenlere yönelik hazırlanan seçim kampanya filmleri ile bireylerin nörolojik tepkileri incelenmiş ve siyasal hafızalarının siyasi tercihleri üzerindeki etkileri değerlendirilmeye çalışılmıştır. Araştırma, siyasal iletişim stratejilerinin toplumsal hafıza kodları üzerindeki etkilerini derinlemesine inceleyerek, bu stratejilere karşı seçmenlerin verdiği nörolojik tepkilerin siyasal karar alma süreçlerinde oynadığı rolü ortaya koymayı hedeflemektedir. Sonuç olarak, bu çalışmanın bulguları, siyasal iletişim stratejileri ve nörosiyaset alanındaki literatürün genişlemesine yönelik bir katkı sağlamaya ve gelecekteki araştırmalara temel teşkil edebilecek bir bakış açısı sunmaya yönelik bir adım olarak değerlendirilebilir.

2. TOPLUMSAL HAFIZANIN OLUŞTURDUĞU SEMBOLİK ANLAMLARIN SİYASAL KİMLİK VE DÜŞÜNCELERLE İLİŞKİSİ

İnsanın diğer varlıklardan ayrılan temel yönü, düşünme yetisini kullanarak bilgi üretmesi ve bu bilgiyi sosyolojik çevresinde yaşamını sürdürmek için kullanabilmesidir. Düşünme süreci, insanın hafızasına dayanmaktadır; hafıza ise sürekli bir değişim ve dönüşüm içerisindedir. Anımsama ve unutma arasında gidip gelen bu süreç, bireylerin bulundukları grup, zaman ve mekânın etkisiyle şekillenmekte ve nesnelere, insan pratiklerine anlam yüklemektedir. Erken çocukluktan itibaren birey, çevresiyle ve diğer insanlarla etkileşim içinde gelişir; geçmişİ veya anlam yüklediği olayları hatırlarken bu etkileşim çerçevesinden etkilenir. Toplumsal hafıza, bireylerin deneyimleri, ahlaki yargıları ve karşılaştıkları olaylarla şekillenir ve dolayısıyla da siyasal kültür içerisinde de önemli bir yer tutmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde hafıza ve toplumsal hafıza kavramları, siyasal kimlik ve düşünce bağlamında kapsamlı bir şekilde ele alınmaktadır. Öncelikle, hafıza ve toplumsal hafıza kavramları tanımlanmış ve bu kavramlara ilişkin kuramsal yaklaşımlar değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, toplumsal hafızanın tarihsel, kültürel, iletişimsel ve siyasal boyutları incelenerek hafızanın aktarım süreçleri detaylandırılmıştır. Ardından, kimlik kavramı ve kimlik türleri üzerinde durulmuş; siyasal kimliğin oluşumunda aile, sosyal çevre ve iletişim araçlarının vb. etkilerine değinilmiştir. Siyasal kimlik oluşumunda Türkiye’de ön planda bulunan siyasal düşüncelerin ve ideolojilerin toplumsal hafıza ve siyasal kimlik üzerindeki etkileri irdelenmiştir.

2.1. Hafıza ve Toplumsal Hafıza Kavramları

Bu bölümde, hafıza ve toplumsal hafıza kavramları detaylı bir şekilde tanımlanmış ve bu kavramlara yönelik kuramsal yaklaşımlar kapsamlı bir biçimde ele alınmıştır. Toplumsal hafızanın farklı boyutları olan tarihsel, kültürel, iletişimsel ve siyasal hafıza ayrıntılı olarak incelenerek bu hafıza türlerinin toplum içerisinde nasıl

aktarıldığı ve sürdürüldüğü dair süreçler teorik bir çerçeve içerisinde açıklanmaya çalışılmıştır.

2.1.1. Hafıza

Latince ‘*memoria*’, İngilizce ‘*memory*’ olarak var olan ‘*hafıza*’ kelimesi, Türk Dil Kurumu’nca ‘*bellek*’ kelimesi ile aynı anlamı taşıdığı ifade edilerek; “*Yaşananları, öğrenilen konuları, bunların geçmişle ilişkisini bilinçli olarak zihinde saklama gücü, dağarcık, akıl, hafıza, zihin.*” (TDK, 2011: 304) biçiminde, öğrenme edimi ve tecrübenin de kapsandığı bir bütünlükte tanımlanırken; Sosyal Bilimler Sözlüğü’nde “*1. Bellek. Zihnin geçmiş deneyimleri, bilgi, olay ve görüntüleri yeniden çağırma, hatırlama işlevi. 2. Bilgi ve deneyimlerin depolanıp korunduğu yer.*” olarak hatırlamanın ve zihinsel bir süreç olarak yeniden çağırma işlevlerinin gerçekleştirilmesi durumu olarak tanımlanmaktadır (Demir ve Acar, 2005: 108). Erol Mutlu tarafından hazırlanan İletişim Sözlüğü’nde ise “*bilişin, geçmiş deneyimleri depolama ve yeniden çağırma kapasitesini dile getiren bir özelliği. Geçmiş deneyimlere ilişkin enformasyon önce varsayımsal bellek bankasına kodlanır, bu bankadan çağrılır, sonra da açılır*” (2012: 45) olarak açıklanmaktadır.

Sözlüklerdeki tanımlamalardan yola çıkarak hafıza (bellek) kavramının daha iyi çözümlenmesi için sözlük biriminin anlam birimlerini sınıflandıran Özelçi (2010:6), hafızanın nasıl ve kimler tarafından şekillendirildiğinin anlaşılmasının anlam birimlere sorulacak soruların yanıtları ile gerçekleştirilebileceğini ifade etmektedir. Bu sınıflandırmayı da geçmiş, tarih, hatırlama, yeniden çağırma / yeniden meydana getirme / yeniden yaratma şeklinde ve hafızanın işlevleri üzerine bir bütünlük içerisinde belirtmektedir.

Felsefe, din, sosyoloji, psikoloji, tarih, edebiyat, tıp ve teknoloji gibi birbirinden farklı disiplinlerin bağımsız ya da multidisipliner olarak üzerinde çeşitli çalışmalar, tartışmalar gerçekleştirdiği, olayları veya olguları anlamlandırmak için farklı bakış açılarıyla yeniden tanımlanan hafıza ya da bellek kavramı; bireye kendine ait hikayesi aracılığıyla diğerlerinden ayrılmayı veya ortak hikayeler, ortak nitelik ve duygular merkezinde diğerleriyle bir arada olmayı sağlayan; eksikliğinde

ise imgeleme, hüküm, dil ve bilinçten bahsetmenin mümkün olmadığı bir yaşayış biçimini ifade etmektedir (Richet, 1994:74).

Farklı disiplinler hafızaya farklı boyutlarıyla ilgi duymaktadır. Örneğin; nörobilim uzmanları hafızayı nörolojik bir bağlamda ele alırken, psikoloji uzmanları belirli koşullar altında bireyleri hatırlamanın bilişsel süreçleriyle ilgilenir, psikanalistler daha derin bir çalışma yaparak bir kişinin yaşam öyküsüne bakarken, sosyoloji uzmanları hatıraları gruplar ile ilişkilendirerek değerlendirirler (Sancar, 2016: 39).

Duyu organlarından gelen uyarılar beyin tarafından otomatik olarak işlenip, bazı durumlarda birbirleriyle bağlantılı hale gelip, çağrışım ve bilgi olarak depolanıp, hafızayı oluşturmaktadırlar. Hafıza olgusu, sürekli değişim ve dönüşüm içerisinde olan, anımsama ile bir şeyleri ortaya çıkarırken unutma ile kaybeden, özel ve simgesel göstergelerden beslenen, içerisinde bulunan grup, zaman ve mekândan etkilenen, nesnelere ve insan pratiklerine yön veren gerçeklikleri ifade etmektedir.

Hatırlama eyleminin zemin bulduğu hafıza kavramı; herhangi bir olayı, olguyu, durumu ya da kişiyi algılama, onları hafızada depolama ve ilerleyen zamanlarda onları geri çağırarak anımsama/hatırlama biçiminde gerçekleşen bir süreçtir. Duyu organları ile başlayan süreç, zihinsel olarak hafızada işlenmekte ve sonraki bir zaman diliminde geri çağrılabilir. Bireyler çevreleriyle, çevrelerindeki insanlarla etkileşim ve iletişim içerisinde. Bu etkileşim ve iletişim sürecinde çevresel koşullar, içinde olunan kültür, bireyin yaşı, fiziksel ve bedensel durumu, inançları, kanaatleri, algısı ve imgelemesi gibi birçok husus devreye girerek özgün olay ve durumla alakalı hale gelmektedir (Osmanoğlu, 2017: 133). İnsanlar geçmiş, bir anı ya da anlam yüklediği herhangi bir şeyi hatırlamaya çalışırken ait oldukları etkileşim çerçevesine göre bu eylemi gerçekleştirirler. Buna neden olan etmenler, insanların yaşadığı mekân, zaman ve bulundukları insan gruplarının iç içe geçmiş olmasıdır.

Bireylerin düşünme eylemlerinin hatırlama ile ilişkili olduğunu belirten filozoflar, bu noktada hafızanın önemini '*hafızasız düşünce yoktur*' biçiminde ifade etmektedirler. Burada kastedilen, düşünmenin şu anda gerçekleşen bir eylem değil de bir geçmiş, bir kök, bir hatırlama ve geçmişten gelen ona ait bir mirasla gerçekleştiriliyor oluşudur. Hafıza kavramı, hatırlama ve düşünme ile kendisine bir eylem alanı bulur. Yaşamın herhangi bir yerinde zihne yerleşen, muğlak halde olan

sonsuz sayıdaki veriden herhangi birinin, bireyin içsel ya da dışsal bir dokunuşuyla canlanıp harekete geçtiği süreçte gerçekleşen hatırlama, geçmişle bir köprü kurma ve geçmişte yaşamakla alakalıdır (Temizkan, 2022:103).

Bugüne ilişkin deneyimlerin hafıza aracılığıyla geçmişteki bilgilere dayandığını belirten Connerton (2019: 9), şu anda yaşananların geçmişteki olaylar ve nesnelerin nedensellik bağlantıları ile, yani o anda yaşanılmayan olaylar ve algılanmayan nesneler bağlamında yaşanıldığını, anlamlandırıldığını belirtmektedir. Burada, hafızanın biyolojik görevi devreye girer ve bu görev geçmişteki davranışlardan ziyade şimdiki ve gelecekteki davranışların düzenlenmesine katkı sağladığı oranda anlam kazanır (Boyer, 2021: 6).

Hafızanın biyolojik işlevlerine yönelik çalışmalar gerçekleştiren araştırmacılar, hafızanın depolama işlevi ve geri getirme işlevi olmak üzere iki temel görevi üzerine odaklanmaktadır. Çünkü, herhangi bir olay, olgu ya da duruma ilişkin bilgi depolanma sürecinde sonrası için kullanılmak üzere hafızada saklanılmaktadır. Bu bilgileri yeniden gündeme getirme durumu ise farkına varma veya hatırlama biçiminde gerçekleşmektedir (Flavell, 1992: 60).

Henri Bergson ruh ve beden arasındaki ilişkiyi ele aldığı “Madde ve Bellek” (2007) isimli eserinde hafızayı, birey özelinde süreç felsefesi ile inceleyerek iki farklı hafıza türünden bahsetmektedir. Bunlardan ilki, gündelik yaşantılarda gerçekleşen, ritmik tekrarlara dayanan her olay, olgu ve davranış herhangi bir amaç olmaksızın ve doğal bir süreçmiş gibi biriktiren *alışkanlık hafızası (habit memory)*’dır. Eğer ki tekrarlama süreci devam etmezse, bu hafıza zayıflayıp yok olmaktadır. Diğer hafıza türü ise, geçmişini imge ve hatırat düzeyinde geleceğe dönük olarak amaçlı ve zekice kaydeden, şimdiki zamanın içerisinde ve sürekli eyleme dönüştürülebilen *saf hafıza (pure memory)*’dır (Whitehead, 2009: 104; Özaloğlu, 2017: 14).

Sosyal bilimlerde hafıza kavramının çok sık incelenmesinin, psikoloji biliminin bu kavramın bireysel ve bilişsel kapsamlarına olan ilgisinden kaynaklandığı söylenebilir. Psikoloji biliminde şimdiye kadar pek çok hafıza türü ve modelinden bahsedilmiştir. Ancak, hafızayı daha iyi anlamak; tekrarlama, unutma, hatırlama, biliş (kognisyon) ve yeniden oluşturma gibi kavramların hafızayı nasıl oluşturduğunu tanımlamakla mümkündür. Bu kavramların birbirleri arasındaki ilişki, hafızanın nasıl

değerlendirilebileceği ve kavram olarak ne anlama geldiğini göstermek için en azından psikoloji alanında son derece önemlidir (Karaaslan, 2014: 22).

İnsan hafızası oldukça öznel deneyimlere dayanan bireysel bir sistem gibi görünür. Ancak, her öznel deneyimin belirli toplumsal koşullar ve deneyimlenebilecek ortamlar tarafından şekillendirildiği de bir gerçektir (Karaaslan, 2014: 22). Hafızayı, biyoloji ve psikoloji odak noktasından alıp, sosyal koşullara bağlı bir şekilde oluştuğunu dile getirerek sosyolojik bir ilgi alanına taşıyan ilk düşünür Maurice Halbwachs olmuştur. Hafıza kavramını felsefi temellere dayandırarak analizler yapan düşünürlerden Henri Bergson'un öğrencisi olan Halbwachs, hocasının bu kavram üzerine olan; sübjektif bir temelde gerçekleşen, bireyin tecrübelerinin ya da bazı anılarının farkındalık kazandığı, süreç içerisinde yani sürekli akış halinde olan zamanın depolandığı bir alan olduğu düşüncelerinden etkilenmiştir. Durkheim ile tanışarak Fransa'da onunla çalışmaya başlayan Halbwachs, Bergson'un sübjektivizmini aşarak Durkheim'ın sosyoloji bakış açısına odaklanıp bireysellikten uzak, toplumsal ve sosyal şartlar bütünlüğünde var olan bir yapı olarak hafızayı incelemeye başlamıştır. (Assman, 2022: 43-44; Coser, 1992: 3).

2.1.2. Toplumsal Hafıza

Maurice Halbwachs 1920'li yıllarda hafıza kavramının toplumsal bir olgu olduğu savını üreterek toplumsal hafıza kavramını sosyoloji alanında ayrıntılı olarak ele alan ve bu kavramı merkezi bir konuma getirerek teori geliştiren ilk kişi olmuştur. Toplumsal hafıza çalışmaları için temel oluşturan *Hafızanın Toplumsal Çerçevesi* (*Les Cadres Sociaux de la Mémoire*), *Kutsal Toprakta İncil'in Efsanevi Topografyası*. *Ortak Anılar Üzerine Bir İnceleme* (*La Topographie légendaire des Évangiles en Terre sainte. Étude de mémoire collective*) ve *Kolektif Hafıza* (*The Collective Memory*) kitapları Halbwachs tarafından kaleme alınmıştır. Fransa'da tanıştığı ve toplumsal yaşam görüşüne teslim olduğu Emile Durkheim'ın izinden giden Maurice Halbwachs, yapıtlarında bireylerin, özellikle akrabalık, dinsel ve sınıfsal gruplara üyelikleri ile anılarını hafızalarında depoladıklarını ve sonrasında anımsadıklarını ileri sürmüş ve bireyi içinde yaşadığı toplumla iç içe geçmiş bir parça olarak görerek, geçmiş

zamanların anda yaşanılan zamanlara etkisini gelenek ve dayanışma gibi kavramlar üzerinden incelemiştir (Coser, 1992: 3; Assmann, 2022: 43).

Bireysel olarak değer verilen hafızanın biyolojik bağlamının aksine, toplumsal hafıza bir gruba ait olmayı içermektedir. Yani, bir kişinin herhangi bir durum ya da olay karşısında edindiği düşünceleri ve deneyimleri sadece kendi hafızasına dayanmaz. Anıların toplumsal olarak oluştuğu ve hatta insanlar tarafından tanınan olayların başka anılarla ilişkilendirilerek hatırlandığı görülmektedir (Halbwachs, 2018: 9-10). Bireyler geçmiş anları kendi hafızalarında depoladıkları gibi değil, etkileşim gerçekleştirdikleri grupların ortak hafızası vasıtasıyla hatırlarlar. Hafıza, bireylerin sahip olduğu düşünceler kümesi içerisindeki ilişkilerde gerçekleşmektedir. Bu düşünce kümeleri; diğer bireyler, mekânlar, tarihler, kullanılan dil biçimleri ve sözcükler gibi toplumun diğer üyeleriyle kurduğu maddi ve manevi ilişki ile oluşmaktadır ve toplumsal hafızada vurgulanan grup olgusu, sadece yakın ilişki ve iletişimlerin kurulduğu sayıca az kişinin bulunduğu grupları değil, aynı zamanda büyük etnik grupları, ulusları ve ülkeleri de içermektedir (Assmann, 2022: 43-44; Sancar, 2007: 40-41).

Emile Durkheim'ın sosyoloji bilimi içerisine toplumsal bir olgu olarak getirdiği, fakat sistemleştirmedeği hafıza kavramı, Halbwachs tarafından toplumları bir arada tutmak için çalışan bir olgu ve nesnel gözlemlere izin veren bir yapı olarak ele alınarak sistemleştirilmeye çalışılmıştır. Çünkü, Aristoteles'in ele aldığı gibi, birey yaşamı boyunca yalnız değildir ve uygulamaya geçirdiği davranışlarını tek başına anlamlı bir hale getiremez, bu davranışlar içerisinde yaşadığı grubun, ulusun ve topluluğun aktardığı anılar, kavramlar ve değerlere göre anlam kazanmaktadır (Ricoeur, 2012: 140; Özelçi, 2010: 10). Halbwachs, toplumsal hafızayı doğuştan gelen bir hafıza türü değil, sosyalleşme ile oluşan bir hafıza olarak ele alır. Herhangi bir toplulukta pek çok farklı grup ve kurumlar olduğu gibi, yine aynı çoklukta toplumsal hafıza da vardır. Toplum içerisinde yer alan sınıflar, aileler, ilişkiler, kurumlar, kuruluşlar, ordular ve sendikaların hepsinin, birlikte çok zaman geçiren üyeleri tarafından yaratılan kendine özgü anıları, hatıratları yani hafızaları vardır (Coser, 1992: 22).

Hafızanın toplumsal şartlara bağlı olduğunu savunan Halbwachs'a göre, hafızanın süreklilik içerisinde varlığını korumak adına toplumla iletişim içerisinde

olması gerekir. Eğer bu süreklilik duraksar ya da önceki bir gerçeklik yerini yeni bir gerçekliğe bırakırsa unutma meydana gelir. Bireyler her zaman hafızaya sahiptir ve bu hafıza toplumsallık içerisinde biçimlenir. Hafızanın hiçbir biçimi geçmişi olduğu biçimiyle saklayamaz; aksine grubun kendi bağlamına özgü herhangi bir dönemde yeniden inşa edebileceği bir biçim alır. Birey yalnızca etkileşim içerisinde olduğu, ortak anı ve hatıratlar geliştirebildiği durumları hatırlar (Halbwachs, 2018: 37).

Halbwachs'ın hafıza savına atıfta bulunan Paul Ricoeur (2012: 139-141), hafızanın bireysel anıları hatırlamak için toplumsal hafızadan yararlandığını ifade eder. Öyle ki, ortak paylaşımların gerçekleştiği mekânlar, okul ve birlikte yer değiştirilen geziler bireylerin kendilerini belirli gruplar ya da çevrelerin içerisine dahil edecekleri fırsatları barındırması sebebiyle hafıza için çok değerlidir. Çünkü, anılar tekrardan hatırlanmak için çağrıldığı zaman kişisel bakış açıları değiştirilmekte, başkalarının dahilinde bir gruptan diğerine, bir çerçeveden başka bir çerçeveye taşınarak gerçekleşen anılara yer verilmektedir.

İletişim bilimci olan Michael Schudson da (2007: 179-196) bireylerin etkileşim içerisinde elde ettikleri deneyimleri hatırladıklarını ve bu sebeple de hafızanın tamamen toplumsal olduğunu ifade etmektedir. Bireysel bir olgu gibi gözükse hafıza, toplumsallığın getirdiği kurallar ve kayıtlar biçiminde kurumlar içerisinde kendisine alan bulmuştur. Çünkü bireysel bir hafıza elde ettiği bir deneyimi her ne kadar farklı biçimlerde saklasa da içerisinde bulunan gruptaki hafızaya başvurup toplumsal özelliklerini koruyarak hatırlamaktadır.

Teun A. van Dijk ise (2015: 22-23), sosyokültürel bilgi olarak ortaya çıkan ideolojileri toplumsal hafızayla aynı noktada konumlandırmakta ve bireysel deneyimlerin depolandığı hafıza türünü *olaysal hafıza* olarak tanımlamaktadır. Bu hafıza türünde, her bireyin kişisel deneyim ve tecrübeleri kendisine özgü tutum ve inançlarını geliştirmektedir. Ancak, bireyler kendilerinin geliştirdikleri tutum ve inançlarla yetinmeyip toplumdaki diğer bireylerle etkileşime geçerek çoğunluğun benimsemiş olduğu inançları da paylaşabilirler. Toplumsal olarak paylaşılan bilgi, inanç ve tutumlar toplumsal hafızayı oluşturmaktadır ve buradaki sistemin en önemli noktası sosyokültürel bilginin toplumsal hafıza için gerekli olan simge ve kodları üretmesidir.

“*Hafızanın Mekanları*” eserinde Pierre Nora (2006: 19), Halbwachs’ın hafıza üzerine değerlendirmelerine değinerek toplumda yaşayan ne kadar grup varsa o kadar da hafıza olduğunu ifade etmektedir. Nora’ya göre hafıza; doğası gereği değişik, sonsuz, kolektif, çoğul ve bireyselleşebilen bir yapıda, sürekli gelişim gösteren, anımsama ve unutmayı gerçekleştirebilen, uzun süreli belirsizliklere ve ani canlanmalara uygun, “*Her zaman yaşayan gruplar tarafından üretilen yaşamın kendisidir.*” olarak tanımlanmaktadır.

Toplumsal hafızanın, toplulukların ya da halk kitlelerinin fikir alışverişinde bulundukları ortamlarda geçmişleriyle alakalı sahip oldukları inanç, anı ve fikirlerin tamamını inşa ettiği gibi, bugün ve geleceğe yönelik anlamlandırma inşalarını da devam ettireceğini belirterek kavramın zamanla olan ilişkisine değinen James Wertsch (2004: 56), bu sürecin iletişimsel ve bilişsel olarak gerçekleşirken ana odak noktasının geçmiş değil de yaşanan zamanın önemli konuları olduğunu ifade etmektedir. Aynı bütünlükte toplumsal hafızayı bugün üzerinden açıklayan Blight (2015: 303) ise, toplumsal hafıza kavramının sadece geçmişle alakalı bir terim olarak değil, bütün toplumlarda her gün süreklilik göstererek devam eden bir süreç olduğunu belirtmektedir. Aynı kavram Nuri Bilgin (1995: 62) tarafından ise, herhangi bir grubun geçmişini yansıtarak grup üyeleri tarafından sahiplenilmiş deneyimler ve yine o grubun geçmişte ne yaptığına karşılık gelen ifadeler olarak değerlendirilmektedir.

Toplumsal hafızaya farklı bir açıdan yaklaşan sosyal antropolog Paul Connerton (2019: 27-29) toplumsal hafızanın, tarihin elde edilen belgeler ve bulgular aracılığıyla yeniden oluşturulması (rekonstrüksiyon) gibi spesifik bir uygulamadan farklı olduğunu, geçmiş dönemlerde meydana getirilen insani eylemlere yönelik bilginin o eylemlerin bıraktığı izlerden, yani o olgulara yönelik yaşanmışlıklara doğrudan ulaşma imkânı kalmadığı işaretlerin (imler) duyu organları aracılığıyla algılanması ile gerçekleştirilebileceğini belirtmektedir. Tarihin yeniden kurulma pratiği toplumsal hafızalardan önemli imler bulacağı gibi, toplumsal grupların hafızalarının biçimlendirilmesine de önemli katkılar sağlayabilmektedir.

Sosyal bilimler alanının farklı uzmanlık dallarında gün geçtikçe önem kazanan toplumsal hafıza kavramına birçok farklı bakış açısı ve yorum getirilmiştir. Kavramın birey ve toplum merkezinde gerçekleşen ilişkiler bütünlüğü ile inceleniyor oluşu

birbirinden farklı uzmanlık alanlarının kendi çerçevelerince konuya önem atfetmekte ve detaylandırılmasını beraberinde getirmektedir. Öyle ki;

“Toplumsal hafıza, geçmişte ne olduğuyla ilgili olması bakımından tarihin; bireylerin yaşadıkları farklı kaydetmeleri açısından psikolojinin, her toplumda ve kültürde hatırlama ve unutma pratiklerinin farklılaşması sebebiyle sosyoloji ve antropolojinin; tüm bu disiplinlerden beslenen, hatırlama ve unutmaya dair bireysel ve toplumsal yaşanmışlıkların kaydedilmesi açısından da edebiyatın bir alanıdır.” (Karaaslan 2014: 43).

Maurice Halbwachs tarafından ilk kez sosyolojinin merkezine oturtulan toplumsal hafıza kavramı; Jan Assmann, Micheal Schudson, Paul Connerton, Pierre Nora gibi isimler tarafından farklı bakış açılarının ve araştırmaların konusu olmuştur. Toplumsal hafıza kavramına getirilen yorumların birbirinden farklı olmasına ilişkin Wertsch (2015: 150), kavramın henüz tam olarak anlaşılmadığını ve bu sebeple de konuyu tartışan düşünürler kadar tanımın var olduğunu söylemektedir. Tüm bu yorumların ve farklı bakış açılarının ortak bir noktada buluştuğunu ifade etmek mümkündür. Bu da yapısı itibarıyla çok boyutlu olan hafızanın, bireye ya da topluma ait olanı sosyalleşme sürecinde etkileşim ve paylaşımlarla inşa ederek anımsama ve unutma gibi eylemlerin sürekliliğini sağlamak veya sonlandırmak için yapabileceklerinin sonsuzluğu üzerine odaklanmasıdır.

2.1.3. Toplumsal Hafızaya Yönelik Kuramsal Yaklaşımlar

Toplumsal hafıza üzerine gerçekleştirilen çoğu çalışmanın yol haritalarını; hafızanın geçmişe ait yaşanmışlık ve deneyimleri hatırlama, hatırlatma biçimlerinin şimdiki zamanın dinamikleri üzerinden veya geçmişteki oluş ve depolandığı biçimiyle gerçekleştirildiği görüşleri oluşturmaktadır. 20. yüzyıl içerisinde gerçekleştirilen araştırmaların çoğu Barry Schwartz’a göre (1991: 221-222), ya olay veya olguları inceleyen gözlemci tarafından yeniden inşasının gerçekleştirildiği “şimdici / inşacı yaklaşım (presentist / constructionist theory)” (tarihte sabit hiçbir şey yoktur, her şey toplumsal bir inşanın ürünüdür) ya da olay veya olguların kendi doğalarına göre yorumlandığı “muhafazakâr yaklaşım (conservative theory)” (Tarihsel anlayışımızda hiçbir şey tesadüfi değildir.) olmak üzere iki yaklaşım etrafında toplanmaktadır (Tezcan, 2008: 18).

Toplumsal hafızaya şimdici / İnşacı yaklaşım

Bu yaklaşım türü, geçmişini anlamlandırmayı bugünün koşullarına göre gerçekleştirmenin objektif olamadığı ve bu sebeple de geçmişe yönelik bilgilerimizin güvenilirmez olduğu savına dayanmaktadır (Tezcan, 2008: 19). Hatırlama, Halbwachs'a göre hafızanın geçmişin birebir biçimde kavranması değil, aksine toplumsal olarak yeniden inşa edilmesidir. Burada, hatırlama edimi geçmişte gerçekten var olan olaylardan ziyade, sonrasında öyküleştirilmiş olayları kaynak alır. Çünkü hafıza geçmişte yaşananları olduğu gibi koruyamamakta, yaşanan her dönemde toplumsal koşullar ve siyasal güç dengeleri ile yeniden inşa edilmektedir (Özelci, 2008: 14).

Toplumsal hafızaya muhafazakâr yaklaşım

Bu yaklaşım türünde ise, şimdici / inşacı yaklaşımın aksine, geçmişte edinilenlerin ve yaşananların bugünü biçimlendirdiği, bugünün kurulmasında tarihin aracılığı ile geçmişe yönelik inançların ve mirasların başat rol oynadığı, şu anda olanların da geçmişin sunduğu çerçeve ile anlaşılacağı ve yorumlanacağı savunulmaktadır (Tezcan, 2008: 20). Bu yaklaşımın temsilcilerinden olan Edward Shils'a göre (1981: 38), hiçbir nesil kendi inançlarını yaratamazken, kendilerini oluşturan şeylerin çoğunu geçmişten alırlar.

Genel olarak yorumlayacak olursak, şimdici / inşacı yaklaşım, geçmişin süreksiz olduğu ve içinde yaşanan anların değişen kaygıları tarafından bir inşa sürecinin varlığından söz ederken; muhafazakâr yaklaşım, algılarımızdaki geçmişin sürekliliğine, toplumsal değişimler karşısında korunma biçimi ve direncine odaklanmaktadır (Schwartz, 1991: 222).

2.1.4. Toplumsal Hafıza ve Aktarıcıları

Toplumsal hafıza, toplumlar ya da gruplar tarafından herhangi bir durum, olgu ya da olaya karşı geliştirilen ortak duygu, düşünce, davranış ve tutumları diğer

insanlarla etkileşim ve paylaşım yoluyla bilişsel bir süreçte saklamayı, gerektiğinde hatırlamayı, unutmayı ve değişikliğe uğratarak yeniden inşa etmeye olanak sağlayan bir yapıyı ifade etmektedir. Bireysel hafızanın varlığının sosyalleşme süreci içerisinde diğer insanlarla geliştireceği paylaşımlar ile ortak düşüncelere, hissiyatlara ve davranışlara dönüşmesi özellikle sosyal bilimler alanındaki farklı disiplinler ve uzmanlar tarafından toplumsal hafızanın detaylandırılmasını ve incelenmesini gerektirmiştir. Bu noktada toplumsal hafıza kavramının neyi anlattığı, işlevinin ne olduğu ve ne şekilde kullanıldığını açıklayabilmek adına *tarihsel hafıza*, *kültürel hafıza*, *iletişimsel hafıza* ve *siyasal hafıza* türlerinin açıklanması gerekmektedir.

2.1.4.1. Tarihsel hafıza

Geçmişte meydana gelen olaylar (res gestae) ve bu olayların öykülenmesi, anlatılar (historia rerum gestarum) Hegel (2001: 76) tarafından tarihin nesnel ve öznel yanının oluşturulmasına yönelik birbiriyle bağdaşık boyutlar olarak ifade edilmektedir. Çünkü tarihsel bir anlatı, olayın fiiliyatının oluşması ile eş zamanlı olarak içsel bir yaşamsal ilke tarafından hafızalarda yer edinmeye başlamaktadır. Tarih ve hafıza arasındaki ilişki net gözüktüğü varsayılan ama muğlak olan bir yapıdadır.

Halbwachs (1980: 78), kolektif hafızanın toplumda yaşayan grup ve geleneklerle ilgili olduğunu ve bu hafıza biçiminin birçok türünün olabileceğini belirterek, tarihin bu grupların dışında grup üstü bir konumda tek olduğunu ve tarihçinin de objektif olması gerektiğini vurgulamıştır. Tarih uzmanlarının çalışma alanının şimdiki zaman olmadığını, geçmiş zaman olduğunu ifade eden Halbwachs (1980: 106 -107), geçmiş zamanlarda meydana gelen olayların bazılarının seçilerek bir araya getirilmesi sonucu tüm dönemlerin bir özet şeklinde anlatılmasını da tarih olarak belirtmektedir. Çünkü Halbwachs (2018: 61), evrensel nitelikte bir hafızanın bulunmadığını ve yazılı olarak bulunan tarihin yanında yaşanmış ve görünmeyen nitelikte kayıtlara girmeyen çok fazla olayın varlığından söz eder. Toplumda yaşayan her grubun kendilerine ait hafızalarının olduğunu savunan Halbwachs (2018: 81-82), hafızanın ve tarihin birbirinden ayrı iki araştırma alanı olduğunun altını çizerek, tarihin hafızadan ayrılan özelliğinin tarihin tek ve biricik olması olduğunu belirtir. Burada Halbwachs'ın hafıza ve tarih arasındaki ayrımı çizmeye çalıştığı anlaşılmaktadır.

Assmann, Halbwachs'ın hafıza ve tarih arasındaki ayrımı yaparken; toplumsal hafıza içerisinde bir grubun geçmişinin değişime kapalı, benzerlik ve süreklilik içerisinde olayları merkeze aldığını, tarihin ise tam aksi yönde düzensiz ve farklı olana odaklandığı görüşünü benimsediğini belirtir. Ayrıca toplumsal hafızanın, her gruba kendi tarihinin özgünlüğü ve farklılığını, yine grubun kendi gözünden tüm kademeleri için hatırlanabilecek bir düzeyde yansıtmayı amaçladığını, bu noktada derin bir değişimi kabul etmediğini, tarihin değişimsiz dönemleri göz ardı ederek süreç ya da olay olarak değişimi tasvir eden büyük olayları-unsurları tarihi bir olgu olarak savunduğunu ifade eder. O sebeptendir ki, Halbwachs'a göre birçok toplumsal hafıza olmasına rağmen, herhangi bir gruba ya da kimlikle özel bir bağlantısı olmayan, geçmişi soyut bir kimlikle inşa eden bir tane tarih vardır (2018: 51).

Halbwachs'ın bu ayrımından farklı bir noktada Pierre Nora da (2006: 19) tarih ve hafıza arasındaki zıtlıkların var olduğunu ifade ederek bir ayrım gerçekleştirir. Nora'ya göre hafıza; hatırlama ve unutma karşıtlıklarını gerçekleştiren, sürekli olarak biçim değiştirebilen ve gelişen, türlü kullanımlara ve el oyunlarına duyarlı, uzun süre sessiz kalıp aniden hatırlamalara elverişli, içinde yaşanan gruplar tarafından oluşturulabilen yaşamın kendisi olarak açıklanmaktadır. Tarih ise, sorunlu ve eksik olarak artık olmayanların, yaşanmayanların yeniden oluşturulmasıdır. Hafıza, güncel olarak şimdiki zamanda yaşananlar, tarih geçmişin zihinde canlandırılmasıdır. Hafıza duygularla oluşan, ayrıntılara güçlendirilebilen, muğlak, karışık, özel ve simgesel anılardan aktarmayı, sansürlemeyi ve yansıtmayı gerçekleştirecek şekilde beslenirken; tarih ise analiz edilmeyi, söylemi ve eleştiriye gerektiren zihinsel ve ayrıştırıcı bir süreçtir. Hafıza için hatıra kutsallaşacak bir konumdayken, tarih içinse kapı dışı edilerek sıradanlaştırılır. Hafıza doğası gereği sınırsız, çoğul ve bireyselleşebilecek yapıda yaşanan grupları kaynağına alırken; tarih ise kimsenin olmayan herkesin malıdır. Hafızada mutlaklık için somut şeyler, hareketler, imgeler ve nesneler kullanılırken; tarih için göreceli olarak zamansal süreklilikler, gelişmeler ve nesnelerin ilişkisi önemlidir.

Toplumsal hafıza ve tarih arasındaki farklılıklara eğilimler ve niyetler üzerinden odaklanan James V. Wertsch (2021: 162) ise, toplumsal hafızanın; öznel bir yapıda, adanmışlık noktasında bir bakış açısına sahip, ait olduğu grubun temel yapısını yansıtan, geçmişi bugünle ilişkilendiren, belirsizliklere yönelik tahammülsüz

olduğunu; tarihin ise; şahsi görüşlerden uzak, herhangi bir sosyal yapının yansıtmasını içermeyen, geçmiş gerçekleştirdiği dönem koşulları ile değerlendirerek bugünden ayrı tutan, ölçülü bir şekilde belirsizliği kabul eden nitelikte olduğunu belirtir.

Tarihsel hafıza, önceki dönemlerde yaşayanların bıraktıkları simge, iz ve imgelerin sistemli bir biçimde çözümlenmesine dayanarak bilim insanı edasıyla yeniden inşasına dayanırken, toplumsal hafıza ise tam tersine bu simge, iz ve imgelerin nesilden nesile aktarılmasına dayanır (İnce, 2010: 14). Her ne kadar birbirlerinden farklı olarak değerlendirilseler de hafıza ve tarih geçmişin yeniden inşasını gerçekleştirme kaygısından doğmaktadır. Tarih, hafızanın merak ettiği sorulara cevap veren bir meslek, sanat ya da bilimin geçmişi yazarak anlatı haline getirdiği bir olgudur. Bu sebeptir ki, tarih hafızadan doğar ve sonrasında toplumsal hafızanın amacı haline dönüşür (Traverso, 2020: 19-20).

Bireylerin geçmiş zamanlara ait hafızalarında taşıdıkları, kendi gerçekleştirdikleri edimlerden elde ettikleri ile sınırlı değildir. Özellikle yaşanan dönemin öncesinde var olan nesillerin hayatlarına, o zamanlarda gerçekleşen olaylara yönelik hafızada yer edinen bilgiler, bir inşa sürecinden geçerek bireyin bulunduğu zaman ve lokasyondan bağımsız olarak sonsuz bir evrene yayılan nitelikte olabilmektedir. Çünkü birey, sadece yaşadığı çağa kayıtlı kalmanın ötesinde, çok daha önceki dönemlere dair hafızasında yer bulanlarla ahlaki ve politik bir duruşa ve düşünüşe sahip olmaktadır. Özellikle tarih anlatıcılığı ve yazıcılığının eylem bulduğu bu alan bireysel fikir ve kanaatlerin toplumsal olarak oluşturulduğu bir süreçte gelişmektedir.

Ricoeur (2012: 437), hafıza ve tarihin bir araya getirilmesinde öğreti, ezber, anma törenleri ve ritüellerin rolünün büyük olduğunu savunur. Ona göre “tarihsel” kelimesi, hafıza kelimesini niteleyecek bir sığata dönüşmediği sürece tarihin niteliğinin farklı olması durumu vardır. Her şeyden önce tarih, önemli ve belirli zamanların, önemli olay, olgu ve kişilerin, kutlanması gereken bayramların ezberlenmesi ile öğrenilmektedir. Burada çerçevesi ulus ile belirlenen ve öğretilen bir anlatı devreye girmektedir. Tarihe yönelik öğretim, rivayetlerin ve öğretene nitelikteki okumanın hakimiyetindedir. Öğretilen olayların takvimi aracılığı ile de dışsalılık duygusu güçlendirilmektedir. Böylelikle geçmişe ait bilgi, doğrudan olayları yaşayan ve deneyimlerin değil; sonrasında bu bilgiyi yaşatmak amacıyla dönüştürenlerin ve bu

dönüşen bilgi ile karşı karşıya kalanların hafızalarında yer alır. Burada ortaya konulan çaba, geçmişin şimdide yeniden inşasını kolaylaştırdığı bilgisiyle inşa edilmiş bilinçli bir çabadır (İnce, 2010: 14).

Bireyler tarihsel bir geçmişe ait olayları doğrudan hatırlamazlar; okuma, dinleme, anma edimlerinin gerçekleştirildiği, diğer insanlarla bir araya gelinen platformlar aracılığıyla geçmiş hatırlanır. Bu platformlar, grubun ortak çalışmasının ve başarılarının gerçekleştiği anlardır. Toplumsal aktörlere yazılı kaynaklar, filmler, anma törenleri, fotoğraf gibi belgeler ya da eğitim sistemi gibi dolayimli edimler aracılığıyla ulaşan hafızanın bu türü tarihsel hafızaya yönelik bilgiyi içerir (Cosey, 1992: 369; Levy, 2002: 91). Sosyal bilimciler tarafından “*hafızanın toplumsal çerçeveleri*” olarak adlandırılan; günlerden, aylardan, yıllardan ve ezberlenmiş olay ve olgulardan meydana gelen bu tarihsel belge ve bilgiler, düşünüş biçimleri ve ritüel deneyimleriyle canlanarak tarihin kişisel ve toplumsal hafızaya katılım başarısı olarak gözükür. Öyle ki, bireysel ve toplumsal hafıza kendisine ait olan geçmişi, kendinden önce yaşayanlardan devraldığı okuma ve geçmiş izleri kavrama edimiyle ağır ağır canlı hafızaya dönüştürerek zenginleştirir. Çünkü çok eski zamanlara dayanan anlatıların karanlık yönü; bireysel, toplumsal ve tarihsel hafızanın bir araya geldiği bütüncül bir hafıza ile aydınlığa dönüşmektedir (Ricoeur, 2012: 439-440).

Tarihsel hafızanın, bugünün düşünüşü ve duruşunda devreye girmesi, geçmişe yönelik anıların kırılıp yeniden inşası sonucu, çağa uygun temsillere dönüşmesiyle olur. Öte yandan tarihsel üretim, kültürel mirasa katılır, onu değiştirir ve dönüştürür. Tarihsel hafızada bir iz meydana gelirse, toplumsal hafızada da yerini bulur (Bilgin, 2008:35). Burada tarihsel hafızanın oluşturulması ile kültürel hafızanın oluşturulması ilişkili hale gelebilmektedir. Bu ilişki, bütünlükçü bir yapıda hem bireysel hafızanın hem de toplumsal hafızanın oluşma-oluşturulma sürecinde önemli görevler üstlenebilmektedir.

2.1.4.2. Kültürel hafıza

Kültürel hafıza, bir grup veya toplum içinde aktarılan paylaşılan anıları, gelenekleri ve değerleri ifade etmektedir. Hem bir grubun ortak anılarını ifade eden

toplumsal-kolektif hafızayı hem de bir kültürün nesilden nesile aktarılan maddi ve manevi unsurlarını kapsayan kültürel mirası kapsamaktadır. Kültürel hafıza, hikayeler, mitler, gelenekler, eserler ve önemli noktalar gibi şeyleri içerebilir ve bir toplumsal grubun kimliğini ve aidiyet duygusunu şekillendirmede önemli bir rol oynar.

Kültürel hafıza sayesinde bireylerden oluşan insan toplulukları geçmişleriyle bir bağ oluşturur ve bu bağ canlılığını kaybetmez. Kültürel hafıza, toplumların geçmişle ilişkilerini ve bu ilişkileri “*hatırlama / geçmiş bağlantısı*”, “*kimlik / politik imgeleme*” ve “*kültürel süreklilik / gelenek oluşturma*” arasındaki bağlantılar üzerinden inceler. Bu üç unsurdan oluşan yapıya “bağlayıcı yapı” denmektedir. Bağlayıcı yapı, toplumların önemli deneyimlerini ve anılarını oluşturan bir “sembolik anlam dünyası” oluşturur. Ayrıca, zaman içinde güncelleme ve uyum sağlama yeteneğine de sahiptir. Böylece bugünü geçmişle ilişkilendirir. Bağlayıcı bir yapı, paylaşılan deneyimler, kurallar ve değerlere dayalı paylaşılan bilgi ve benlik kavramıdır. Bu yapının temel prensibi “*tekrar*”dır. Tekrar, bilginin belirli bir zamanda ve birbirine bağlı adımlarla iletilmesini mümkün kılar. Böylece kültürel bellek, bir toplumun geçmişini hatırlamasını ve gelecek nesillere aktarabilmesini sağlar (Assmann, 2022: 23-24). Bu bağlamda kültürel bellek, toplumlar için önemli bir kültürel birikim oluşturmakta ve geçmiş, bugün ve gelecek arasında bir bağ oluşturmaktadır.

Aleida Assmann’a (2021: 26) göre kültürler, bireyleri farklı bir kimlik duygusu ve geleceğe yönelik gerekli tedariklerle donatırken, bireylerin hayatlarının sonrasında da devamlılığı süren yapılar yaratmaktadır. Kültürel bellek ise, geçmişi bugün ve gelecek için koruyan bir değerler, eserler, kurumlar ve uygulamalar sistemi olarak; bilgi aktarır ve farklı kimliklerin ortaya çıkmasını ve gelişmesini destekler, çünkü insanlar kendilerini bir veya çeşitli kültürel gruplara ve geleneklere bağlılıklarıyla tanımlar ve tanıtır.

Bireylerin ortak bir geçmişe, ortak olaylara ve bu olayların ortak bir şekilde yorumlanmasına sahip oluşu grup kimliğinin tutarlılığı ile alakalıdır. Geçmişe ait ortak bir kurgu, grupta bulunan üyelerin hemfikir olmalarını ve dolayısıyla da grup olarak bir arada kalmalarını sağlamaktadır. Buradaki geçmiş kurgusunun farklı iletişim araçları ve metotları vasıtasıyla aktarılıp yaygınlaştırılması kültürel hafızayı meydana getirmektedir. Bu hafıza, sürekli olarak canlı bir şekilde inşa edilmekte ve grup üyeleri

arasında bireyden bireye iletişimsel hafıza aracılığıyla aktarılmaktadır. Aynı zamanda, tarihsel ve kültürel hafıza aracılığıyla da grup üyelerinin yaşamlarının ötesinde bir tarihselliğe ulaşabilmektedir (İnce, 2010: 15).

Kültürel hafızanın; dışsallaştıran, nesneleştiren ve sözcüklerin seslerinden ya da jestlerin görüntülerinden farklı olarak, sabit olan ve durumu aşan sembolik biçimlerde depolanan bir kurum olduğunu söyleyen Jan Assmann (2008: 111), böylelikle bu hafıza ile saklanan şeylerin bir durumdan diğerine ve nesilden nesile aktarılabilirdiğini ifade etmektedir. Hafıza taşıyıcıları olarak harici nesneler, kişisel hafıza düzeyinde zaten bir rol oynamaktadır. İnsan zihnine sahip varlıklar olarak sahip olduğumuz hafıza, yalnızca diğer insan hafızalarıyla değil, aynı zamanda “şeyler”le, dışsal simgelerle de sürekli iletişim ve etkileşim halindedir.

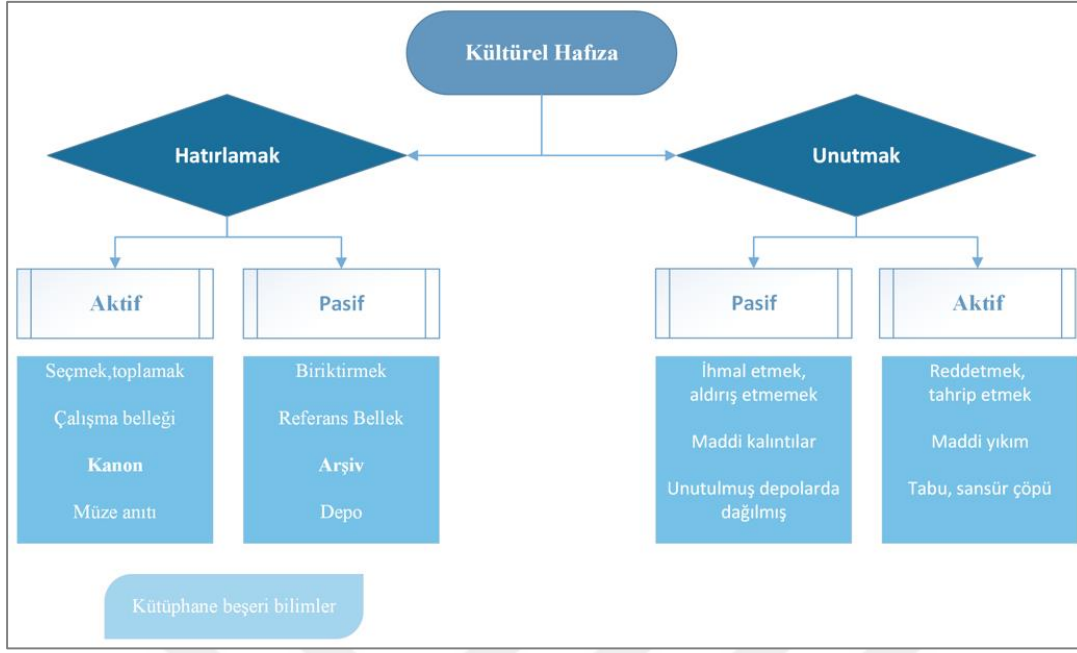
Geçmişe yönelik belirli olay, olgu, imge ya da simgelere yönelen kültürel hafıza, geçmiş olduğu gibi aktarmak yerine hatıranın ön plan çıktığı sembolik figürlere odaklanır. Bu hafıza türü için gerçek tarih değil, hatırlanmakta olan tarih önemlidir. Kültürel hafıza aracılığıyla gerçek tarih öncelikle hatırlanan tarihe sonrasında da efsaneye dönüşüyor gibi düşünülebilir. Geçmiş biçimlendirerek ve törenleştirerek aktaran kültürel hafıza kendiliğinden yayılamaz, aksine özel talimatlara bağlı olan ve yetkinlikleri ile ön plana çıkmış özel taşıyıcılar bu görevi üstlenmektedir. Hafıza aktarıcısı ya da uzmanı olarak adlandırılan bu taşıyıcılar; bardlar (*kelt kültürünü anlatan ozanlar*), griot (*afrika kabilelerinin hafıza aktarıcıları*), din adamları, öğretmenler, yazarlar, düşünürler gibi bilgiyi taşıma yetkisi tanınanlardan oluşmaktadır (Assmann, 2022: 60-63).

Kültürel hafıza ayrıca, toplumsal hafıza için neyin hatırlanıp neyin hatırlanmayacağı konularında, içerisinde bulunan toplumun geçmiş politikalarından ayrışmadan belirleyici bir rol üstlenmektedir. Kültürel hafızanın oluşumunda, tarihi kanıt niteliğinde; anıt, heykel, tarihi ders kitapları, binalar, cadde ve meydan adları, pullar, edebiyat ve sanat eserleri, siyasi hitabet, anma törenleri, anılardan oluşan kitaplar, bayraklar ve sancaklar da aracı olmaktadır (Sancar, 2010: 46).

Kültürel hafıza kavramı, geçmişe ait paylaşılan anıların ne ölçüde dolayımıldığı (*mediation*), metinselleştirildiği (*textualization*) ve iletişim edimlerinin (*acts of communication*) ürünü olduğunu vurgular. Bu kavram ile, topluluklardaki bireylerin kendiliğinden oluşan anılarından talihsiz sapmalar değil,

daha çok, anıların uzun vadede kolektif anılar üretmek için nesiller boyunca işlev görmesi için bir önkoşul olarak kabul edilir (Rigney, 2005: 14). Anıların metinleştirilmesi ve iletişim araçları vasıtasıyla sunulması, anıların korunmasını ve gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlar. Bu sayede kültürel hafıza, toplumların geçmişlerine dair paylaşılan anılarını canlı tutar ve kolektif kimliklerini oluşturur.

Geçmişe ait olan bir şeyin geçmişi ile bugünü arasındaki gerilimin kültürel hafızanın dinamiklerini anlamak için önemli bir anahtar olduğunu ifaden eden Aleida Assmann, aktif ve pasif süreçler üzerinden hatırlama ve unutma arasında ayrım yaparak bir kültürel hafıza modeli ortaya koymuştur (2008: 99). Hafızayı oldukça seçici bir uygulama alanı olarak niteleyen Assmann, Şekil 1’de gösterilen kültürel hafıza modeliyle aktif hafızanın geçmişi seçerek topladığını ve bugün olarak koruduğunu, pasif hafızanın ise geçmişi biriktirip geçmiş olarak koruduğunu belirtir. Aktif olarak çalışan ve geçmişi koruyan hafıza; seçim, değer ve süre pratikleriyle somut hale gelen bir “*kanon*” olarak tanımlanır. Geçmiş geçmişi olarak referans olarak koruyup kaydeden pasif hafıza; depo veya sabit bilgi ve güç depoları anlamına gelen bir “*arşiv*” olarak tanımlanır. “*Kanon*” bir müzede sergilenen küratörlü sergilerle, “*arşiv*” ise halktan gizlenmiş depolardaki öğelerle karşılaştırılabilir. İlki, kutsal bir statüye sahip olan, tekrarlanması ve yeniden okunması amaçlanan metinleri içerirken; ikincisi, yeni yorumlardan izole edilmiş kültürel kalıntılardan oluşur. Kültürel unutma pratiği de aktif ve pasif olmak üzere iki biçimden oluşur. Maddi yıkım gibi aktif kasıtlı unutma ile ihmal etme ve umursamama gibi pasif kasıtsız unutma arasında bir ayrım yapılır.



Şekil 2.1. Kültürel hafıza modeli

Kaynak: (Assmann, 2008: 99)

Toplumsal alanda hafızanın oluşturulmasında görev üstlenen kültürel hafıza, hatırla(t)ma ve unut(tur)ma işlevi ile bugünün sosyo-politik ve kültürel sorunlarını incelerken veya problematize ederken geçmişe yönelik ihtiyaç duyulan şeyin ya bir aktör ya da tanık olarak ele alınmasını gerektirir. Çünkü, toplumsal hafızanın inşasında geçmişe ait bilginin bugün üzerinde olumlu veya olumsuz etkileri söz konusudur. Bugünün ihtiyaçları doğrultusunda araçsallaştırılan geçmiş, istenilen doğrultuda unutturulup, hatırlatılabilir. Bu noktada devreye giren arşiv, sonraki nesillerin elde etmesi gerekli görülen bilgileri depolarken, efsanevi bir kutsallık taşıyarak belirli değerlerin sembolü olan kanonlar da yıllarca yaşayan kültürel hafıza taşıyıcıları ve oluşturucuları olmaktadır (İnce, 2010: 16).

Genel olarak toplumların, geçmişlerine ait bilgiler ile bugünün tutum, düşünüş ve davranışlarını inşa ederken başvurdukları kültürel hafıza, bireysel ya da toplumsal düzeyde gerçekleştirilen iletişim edimi sayesinde anlam kazanmaktadır. Bireyin ya da grubun toplumsallaşma sürecinde, geçmişi anlamlandırmasında veya güncel olana geçmişi dahil etmesinde devreye giren bu edim hem yaşanan dönem kuşağı için hem de sonraki kuşaklara aktarımın gerçekleştirilmesi için önemli hale gelmektedir.

2.1.4.3. İletişimsel hafıza

İletişimsel hafıza, bir grup içinde paylaşılan anıları oluşturmak ve sürdürmek için iletişime ve sosyal etkileşime dayanan bir kolektif bellek türü olarak; insanların hafızalarında sakladıkları şeyleri iletişim kanalları ve kültürel gelenekler aracılığıyla nasıl yaydıkları ve aktardıkları ile ilgilenir. Bu tür sosyal hatırlama hem özgünlüğü hem de kolektif kimlikleri şekillendirmede hayati bir rol oynarken, geçmiş olayları gelecek nesillere aktararak korur. Daha basit bir ifadeyle, hafızaları iletişim yoluyla paylaşarak, deneyimlerin diğer bireylerle paylaşılması, daha geniş kültürel efsanelere entegre ederek deneyimlerin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Bu yaklaşım, benzer durumlar geçirmiş kişilerin bağ kurmalarına ve karmaşık duygusal alanlarda, daha geniş sosyo-kültürel bağlamlar içinde duyguları yorumlamak için bir çerçeve sağlamaya yardımcı olmaktadır.

Halbwachs (1992: 32), “*hafızaların sadece bireysel zihinlerde arşivlenmediğini, sosyal etkileşimler yoluyla aktif olarak inşa edildiğini ve yeniden düzenlendiğini*” belirtmektedir. İletişimsel hafıza hem kişisel perspektifleri hem de geçmiş olayların toplumsal anlayışını şekillendiren bir yapıda süregelmektedir.

Halbwachs’ın kolektif hafıza çerçevesini eleştirel bir gözle değerlendiren Assmann, hafızanın kolektif olarak inşa edilmesine rağmen, küçük bir insan grubunun bile toplumdan bağımsız olarak kendi hafızasını inşa edebileceğini tartışmaktadır. Kültür ve kolektif arasındaki bağa atıfta bulunan Assmann, kolektif hafızayı kültürel hafıza olarak yeniden tanımlar. Ayrıca, Halbwachs’ın kolektif bellek kavramı ile kendi kültürel bellek anlayışı arasındaki farkı ortaya koymak için iletişimsel hafıza terimini ortaya atar (2011: 110).

İletişimsel hafıza Assmann (1995: 126-127, 2008:111) tarafından; günlük iletişime dayalı, yüksek enformellik, tematik istikrarsızlık ve düzensizlik ile karakterize edilen bir tür kolektif bellek olarak tanımlanmaktadır. Bu hafıza türü, herhangi bir kurum ya da organizasyon biçiminde öğrenme, aktarma ve yorumlama olmadan, aktarıcılar ya da uzmanlar tarafından geliştirilmeyen, özel günlerde hatırlamak amacıyla kutlanmayan, hiçbir maddi sembol biçiminde resmi nitelik kazanmayan ve sabitlenmeyen; sınırlı bir zaman derinliğinde günlük etkileşim ve iletişim etkinliğinde yaşar.

İnsan hafızası karmaşık ve çeşitlidir. İletişimsel hafıza, bireysel hafızadan farklı bir anı saklama ve uygulama şeklidir. Bu hafıza türü, insan grupları arasındaki paylaşılan deneyimler ve etkileşimler üzerine kuruludur (Welzer, 2008: 285). İnsanlar bir araya geldiğinde, zaman içinde hatırlanabilen ve anlatılabilen bir birleşik deneyim oluştururlar. Bu tür anı, hikâye anlatımı ve hatırlamayla sosyal bağlantıların oluşturulmasına ve korunmasına izin verir. Seçici hatırlama veya önyargı gibi eğilimlerden dolayı bu tür paylaşılan iletişim bilgi kaybına veya çarpıtmaya yol açabilse de kültürel kimliği tanımlamada ve nesiller arasında bilgi aktarmada önemli kalmaktadır. Temel olarak, toplum içinde insanlar arasındaki bağlantıyı kuran bu hafıza türü, yaşam boyunca karşılaşılan şeylerden anlam çıkarabilmeye yardımcı olarak yaşanan tarihi şekillendirir. Her insanın hayat olaylarına benzersiz bir bakış açısı vardır, ancak kolektif olarak paylaşılan deneyimler, onları anlamamızda önemli bir rol oynar.

“Kültürel Bellek” isimli kitabında Jan Assmann bireylerin, grupların ya da toplumların hatırlama noktalarının ya çok eski tarih dönemlerine ya da yakın geçmişe dayandığını belirterek özellikle geçmişe doğru giderken hatırlanan bilginin azaldığını, arada hatırlanmayan ya da görmezden gelinen kısımların arkeologlar ve tarihçiler tarafından “kayan boşluk (the floating gap)” ya da “karanlık çağ (dark age)” olarak nitelendirildiğini belirtir. Assmann’a göre toplumların geçmişlerine yönelik hatıraları, çok eski zamanlara uzanan hatırlamaları kültürel hafızanın konusunu oluştururken; yakın geçmişte, yaşanan dönemde sosyalleşme ile oluşan hafıza ise iletişimsel hafızanın konusunu oluşturmaktadır (Assmann, 2022: 56-58).

İletişimsel hafızayı daha anlamlı hale getirmek için Assmann kültürel hafıza ile arasındaki farklılıkları ortaya koymaya çalışmıştır. Bu farklılıklar aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

B biçimler, boyutlar	İletişimsel Hafıza	Kültürel Hafıza
İçerik (Content)	Otobiyografik bellek çerçevesinde tarih, yakın geçmiş	Mitik tarih, mitik (<i>in illo tempore</i> (o zaman ya da yazılı tarih öncesi)) ya da tarihsel geçmişteki olaylar
B biçimler (Forms)	Resmi olmayan gelenekler ve günlük iletişim türleri	Yüksek derecede formasyon, törensel iletişim; Ritüeller, şöenler
Araç (Media)	Yaşayan, somutlaştırılmış bellek, yerel dilde iletişim	Metinlerde, ikonlarda, danslarda, ritüellerde ve çeşitli performanslarda aracılık edilen; “klasik” veya başka türlü resmileştirilmiş dil(ler)
Zaman Yapısı (Time Structure)	80-100 yıl, 3-4 etkileşimli nesilden oluşan bir hareket ufku	Mutlak geçmiş, efsanevi ilkel zaman, “3.000 yıl”
Katılım Yapısı (Participation Structure)	Yaygın	Hiyerarşik olarak yapılandırılmış özel bellek taşıyıcıları

Tablo 2.1. İletişim ve kültürel hafıza farklılıkları

Assmann’ın iletişimsel hafıza ve kültürel hafıza arasındaki farklılıkları belirtmek amacıyla oluşturduğu kategorizasyon, içerik, biçim, araç (medya) temelli ayrımları içeren hem zamanlama hem de sosyal katılımı ilgili unsurları da bu çerçevede ele alan 5 farklı gruptandır. Otobiyografik hafıza çerçevesinde iletişimsel hafıza yer alır ve bunun içindeki tarih yakın geçmişle ilgilidir. İletişimsel hafızanın oluşumu gündelik iletişimdeki resmi olmayan gelenekler ve türlerle ilgilidir ve iletişimsel belleği aktarmanın etkili bir yolu, yerel dilde ifade edilen somutlaştırılmış anıların kullanılmasıdır. Assmann’a göre iletişimsel hafıza 80 – 100 yıl arasında 3 ya da 4 kuşağı kapsayan, yaygın katılımcıya sahip bir hareket alanına sahiptir. Kültürel bellek ise tarihsel bir geçmişe sahip (yazılı tarih öncesi de dahil olmak üzere), ritüeller ve şöenlerle törensel bir iletişim formatında, bütün ayrıntıları uzmanlar tarafından biçimlendirilen bir yapıdadır. Topluma çeşitli metin, ikon, dans vb. çeşitli performansların araçsal olarak sunulduğu, efsanevi anlatıları da içerecek biçimde yazılı tarih öncesine dayanan, hiyerarşik bir biçimde yapılandırılan özel hafıza taşıyıcıları (bard, griot vb.) tarafından aktarılmaktadır (Assmann, 2011: 22; Assmann, 2022: 60 -63).

İletişimsel hafıza, bireylerin yaşadığı dönemde kuşağında bulunan insanlarla paylaştığı, yakın geçmişe yönelik anıları kapsamaktadır. Tarihsel olarak içerisinde bulunan grupla bağlantılı olan bu hafıza, taşıyıcıları ile sınırlı bir biçimde zaman içerisinde oluşur ve yine zaman içerisinde yok olur (Assmann, 2022: 58). İletişim ve etkileşim bu teoride kritik bir rol oynar, aralarında devam eden bir iletişim olduğu

sürece katılımcı tarafların ilişkileri devam eder. İletişim eylemi paylaşılan bir deneyim yaratır ve Assmann tarafından yapılan tespit, iletişimsel hafızanın üç derecesi olduğunu belirtir. Yukarıda bahsedilen bireyler, özünde toplumda kök salmış olan iletişimsel hafızanın parametrelerine sahiptir. Sosyal yapılar ve çeşitli kimliklerimiz hafızalarımızın oluşmasına yardımcı olur. Sosyalleşme sürecinde gelişen ve aktarılan iletişimsel hafıza, aileyi oluşturan yapı kadar küçük, aynı dili konuşan insanlar kadar büyük gruplar tarafından sürdürülen, toplulukların kimliklerini şekillendiren enformasyon, anı ve bilgileri kapsamaktadır (Hirst & Manier, 2008: 185-186; Candia, 2023: 1).

İletişimsel hafıza insan topluluklarının temel bileşenidir ve kolektif kimlikleri şekillendirmede önemli bir role sahiptir. Çünkü, iletişimsel hafıza sadece insanlar arasında anlamlı bağlantılar kurmak için önemli bir faktör değil, aynı zamanda kültürel mirası zaman içinde korumak için de önemli bir araçtır. İnsanları bir arada tutan, nesiller arası bilgi aktarımını sağlayan bu hafıza türü, bireylerin çevrelerindeki diğer bireylerle iletişim kurup deneyimlerini, ortak duygularını ve hikayelerini paylaşmalarına, anlatmalarına ve böylelikle de derin bir topluluk ve aidiyet hissi oluşturmaya katkı sağlamaktadır.

2.1.4.4. Siyasal hafıza

Siyasal hafıza kavramı geçmişte meydana gelmiş olay ve olguları hatırlama ve unutmaya dayalı kayıt altına alma ve bir köşeye atma ile ilgilenmektedir. Burada siyasetin rolü; toplumsal hafızanın biçimlendirilmesi, hatırlanacak ya da unutturulacak anıların objektif biçimlerinden dönüştürülerek kullanılmasıdır (Kaya, 2016: 12). Çünkü siyasal hafıza, geçmişin bugün ve gelecekle ilişkili olarak okunabilmesi için olayları, pratikleri ve eylemleri gözden geçirmeyi ve yorumlamayı içermektedir (Mihai, 2019: 52).

Nasıl ki, bireylerin kimliklerini kendi hafızaları oluşturuyorsa, devlet kimliklerini de siyasal hafızalar oluşturmaktadır (Olick & Robbins, 1998: 123-126). Siyasal hafızanın buradaki görevi, geçmişte yaşanan başarısızlıkların ve zaferlerin, sembollerin ve mitlerin seçilip önemli hale getirilmesi, dikkatli ve özenli bir biçimde

düzenlenerek tarihi işaret levhalarının kullanımı ile geleceğe dönük biyografik bir anlatının oluşturulması ve devam ettirilmesine yardımcı olmaktadır (Kinnvall, 2004: 763; Berenskoetter 2014: 272). Geçmişî anlamlandırma ve önemli hale getirmeye ilişkin kültürel, edebi, tarihi ve diğer tartışmalar kendi başlarına siyasi olmasalar bile, resmi ve gayri resmi kamusal alanları birbirine bağlayan kanallardan geçtikten sonra siyasal hafızanın aracı haline gelebilmektedirler (Verovšek, 2016: 536). Bu noktada siyasal hafızanın sadece devlet eliyle oluşturulan fikirlerden ziyade, “fikirlerin aktarıldığı etkileşimli süreçlerle” de ilgili olduğu anlaşılmaktadır (Schmidt, 2008:305). Berenskoetter’e göre (2014: 270) siyasal hafıza böylelikle, nereden geldiğimizi ve neler yaşadığımızı anlamlı kılmaya yönelik zamansal yönlendirme araçları olarak hizmet etmektedir. Dolayısıyla siyasal hafıza geçmişten yola çıkarak geçmişte kalmayan, bugün ve geleceğe dair desteklediği, yaşattıkları ve hissettirdikleri ile de devletin kimliğini, “kişiliğini” yaratıp sürdürmektedir (Steele, 2008: 20).

Siyasal hafıza, bir toplumun ya da topluluğun siyasi tarihi ve toplumsal deneyimleriyle ilgili kolektif hafızasını kapsamaktadır. Paylaşılan mitlerin ve anıların harekete geçirilmesi yoluyla inşa edilen toplumsal hafıza çerçeveleri ve anımsatıcı topluluklar tarafından şekillendirilir (Carvalho ve Gemenne, 2009:1). Siyasal hafıza ulusal kimliğin oluşumunda önemli bir rol oynar ve eylem biçimlerini yönlendiren ve meşrulaştıran temel bir söylem ya da ana anlatı sağlar. Toplumun tarihsel evrimini bir bütün olarak anlamlandıran sosyal bir yapıdır ve toplumun her üyesinin kişisel deneyimleriyle bağlantılı olmak zorunda değildir (Berenskoeeter, 2014: 279). Çünkü siyasal hafıza, bireysel hafıza gibi bireylerle ve onların etkileşimleri ile yaşayan deneyimden ziyade, dışsal sembollerin ve maddi temsillerin daha dayanıklı taşıyıcıları üzerine; sadece müze, anıt ve kütüphanelere değil, aynı zamanda çeşitli eğitim biçimlerine, kolektif katılım için tekrarlanan fırsatlara ve kuşaklar ötesi aktarımın gerçekleştirilmesi amacıyla tasarlanan bir yapıdadır (Assmann, 2009: 215).

Siyasal hafıza müzakere edilir ve tartışılır; formüle edilmesi ve yayılması devletin yapısal-kurumsal konfigürasyonundaki konuma bağlıdır (Wight, 2004: 278). Siyasal hafızanın istikrarlı hale getirilip nesilden nesile aktarılması amacıyla kolektif hafızanın organize edilmesi ve detaylandırılması için yapılması gerekenler Assmann tarafından (2009: 216-217) aşağıdaki gibi sıralanmıştır;

- *Olayların duygusal olarak yüklü ve harekete geçirici bir anlatı içinde kurgulanması;*
- *Elle tutulur kalıntılar sunan alanlar ve anıtlar;*
- *Hafıza yardımcıları olarak görsel ve sözel işaretler;*
- *Hafızayı periyodik olarak yeniden harekete geçiren ve kolektif katılımı artıran anma törenleri.*

Toplumsal hafızayı, van Dijk'ın (2013: 208-215) ifade ettiği gibi; bilgi, konumlar, ideolojiler, normlar ve bilişsel modellere dayanan bir toplumsal mühendislik süreci olarak inceleyecek olursak, organize edilerek sembolleştirilen siyasal hafızanın gündelik siyasi davranış üzerindeki etkisi, herkes tarafından bilinen geçmişe bakış ve gelecek için gerçekleşmesi muhtemel siyasi olayların öngörülmesine ilişkin sembolik şemaların dinamik bir etkileşimi aracılığıyla iletişimsel yapılarının etkinliğine bağlıdır. Herhangi bir toplumun mit hikayesi, siyasi egemenlik, fedakârlık ve kahramanlığın bedensel-duygusal anlamının sembolik tezahürleriyle birlikte meşrulaştırıldığında veya gayri meşrulaştırıldığında, günlük hayatta kullanılan birçok siyasi söylemi anlamsal olarak etkileme gücüne sahiptir (Gutorov, Koryushkin & Zavershinskiy, 2019: 91). Böylelikle, ortaya çıkan sembolik anlamlar ve işaretlerin desteğiyle siyasal hafızanın toplumsal düzeyde inşa edilmesi gerçekleştirilir.

Hafızanın kolektif düzeyde oluşturulmasının, harici sembolik anlamlar ve işaretlere dayanması, hatırlanması istenilen şeyin yeniden somutlaştırılmasına ve nesiller arasında aktarılmasına olanak tanımaktadır. Bu süreçte, tıpkı kültürel hafızanın oluşturulmasında etkili olan; kütüphaneler, müzeler, arşivler, eğitim ve sanat kurumları gibi kurumların yanı sıra törenler, anma tarihleri, uygulamalar ve benzetmelerden yararlanılır. Somut ve etkileşime dayanan toplumsal hafıza türleri kısa ömürlü iken, siyasal ve kültürel hafıza nesiller boyunca aktarılacak uzun vadeli bir kullanım için tasarlanmıştır (Assmann, 2008:56).

Nesiller boyunca geçmişle kurulmak istenen bağ, hatırlama kültürü biçiminde ya da hesaplaşma politikası gibi hatırlama eylemi üzerinden gerçekleşeceği gibi, unutma kültürü ya da bastırma politikası olarak unutma eylemi üzerinden de gerçekleşebilir (Schlink, 1998). Hatta öyle ki, bazı durumlarda unutma, hatırlamanın toplumsal düzeyde gerçekleştirdiği demokratik düzeni, istikrarı ve barışı sağlayabilir (Höpken, 1999: 616). Unutma kültüründen ya da bastırma politikalarından destek alınarak oluşturulmak istenen hafıza biçimlerinde, “*geçmişe kalın bir çizgi çekme*” ve “*sıfır noktası belirleme*” yöntemleri kullanılmaktadır. Böylelikle kolektif hafıza, “*ne*

olduğumuz değil ne olacağımız” sorusu üzerine bir kimlik inşa etme amacına yönelik oluşturulur. Özellikle savaşların ve baskıcı yönetimlerin sonrasında geçmişe dönük yüklerden arınmak amacıyla yönetim erkinin yukarıdan dayattığı unutmama politikası, insanlık tarihi kadar eskilere dayanmaktadır (Sancar, 2016: 27-28).

Siyasal aktörler uluslararası ya da yerel konularda kendi bakış açılarını, düşünüş şekillerini ve kararlarını kamuoyuna aktarmak istediklerinde, hatırlama ya da unutmaya dayalı politikalar ile siyasi, dini, etnik, ekonomik vb. alanlarda benzerlik hissi uyandırmak ya da kabul görmek adına hafızaya yönelik oluşturulan geçmişe ait olaylar veya efsanelere sıklıkla başvurmaktadırlar. Burada geçmişin koşulları ve anlatısı üzerinden bugüne bağ kurarak hem yereldeki rakiplerine hem de uluslararası düzeydeki muhataplarına karşı şu anda gerçekleştirilen eylemlerin meşrulaştırılması ve geleceğe dair politik avantajlar elde etmek amaçlanmaktadır (Akyıldız ve Bora, 2013: 210).

Ayrıca, siyasi hafızanın bir devletin istikrar duygusunun devamlılığı için önemli olmasının yanı sıra, uluslararası düzlemde o devletin ya da ulusun, tanınan ve paylaşılabilen bir hikâyenin (örneğin küresel bir savaşın) kötü adamları değil de kahramanları olarak sunulması “arzu edilir” bir hafızayı güvence altına alarak statü arayışı, prestijli uluslararası kulüplere (AB gibi) üyelik ve her türlü uluslararası itibar avantajını güvence altına almak için de gereklidir (Subotic, 2018: 298-299).

2.2. Toplumsal Hafızanın Oluşumunda Kimlik ve Siyasal Düşünceler

Çalışmanın bu bölümünde, kimlik kavramı ve farklı kimlik türleri ayrıntılı olarak ele alınmış; siyasi kimliğin oluşum sürecinde aile, sosyal çevre ve iletişim araçlarının oynadığı belirleyici roller kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Ayrıca, siyasi düşüncelerin siyasi kimlik oluşumuna olan etkileri değerlendirilmiş; Türkiye’de ön plana çıkan siyasi düşünceler ve bu düşüncelerin toplumsal hafızaya yönelik kodları detaylandırılarak açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.1. Kimlik Kavramı

Kimlik kavramı sosyal bilimler alanındaki; sosyoloji, sosyal psikoloji, edebiyat, felsefe, siyaset bilimi, dilbilim, iletişim bilimleri ve antropoloji gibi çeşitli disiplinler arasında önemli bir kavram olarak öne çıkarak her bilim dalı içerisinde kendine özgü bir etki yaratan öneme sahiptir (Yanık, 2013: 226; Dalbay, 2018: 162). Teorik yaklaşımlardan yola çıkarak, kimlik kavramını kişisel ya da sosyal düzeyde bilişsel bir olgu veya kültürel bir süreç olarak ele almak mümkündür. Ancak kimlik, ne olduğu ve nasıl inşa edildiği konusunda genel bir mutabakat olmayan bir kavram olarak genellikle muğlak, karışık ve soyut bir terimi ifade etmektedir (Esteban ve Moll, 2014: 32).

Kavramın tanımlanmasına ilişkin disiplinler farklılıklar ve zorluklar göz önünde bulundurulduğunda, çok genel olarak kimlik; yalnızca kolektif aidiyetlerden öte, bireyin arzularını, hayallerini, kendi varlık tasavvurunu, yaşama ilişki kurma ve tanınma biçimini yansıtan niteliklerin bütünü (Bostancı, 1998: 3) ya da kişiler arası ilişkiler içerisinde oluşan, etkileşimlere bağlı olarak gelişen *öz imaj / öz bilinç* (Bilgin, 2001: 162) olarak tanımlanabilir. Bu tanımlardan yola çıkılınca, kimliğin temel anlamının kolektif bir yapıdan yoksun, bireyin hayata katılma yöntemlerini, içsel olarak taşıdığı hayalleri ve nihayetinde toplumsal konumunu içerdiğini söylemek mümkündür. Bununla birlikte, bireysel kavramsal boyut, sosyal alan bağlamında farklı bir kimliğe bürünebilir (Yanık, 2013: 227). Bu noktada, sosyal yaşamın özüne içkin otoriter bir boyutla karakterize edilen hâkim bir paradigma öncelik kazanır. Bu boyut, ancak sosyal aktörler tarafından içselleştirilerek ve anlamları bu içselleştirme etrafında örgütlenerek kimlik statüsü kazanır (Castells, 2006: 13).

Kökenleri insanlık tarihi kadar eskilere dayanan kimlik kavramı, birey ve bireylerden oluşan topluluklar mevzubahis olunca anlam kazanmaktadır. Bu bağlamda, ilk insandan itibaren kimlik, her bireyin veya toplumsal grubun varlığı açısından tartışmasız bir olgu olarak kabul görmektedir. Sosyal bilimler için kimlik kavramının kabul görülmesi ise farklı kültürlerin ve kimliklerin farkına varıldığı coğrafi keşiflerin gerçekleştiği dönemde ve bunların sistematik bir şekilde açıklanma çabalarıyla mümkün olmuştur. Başlangıçta farklılıkların tanımlanmasına odaklanan bu

alıřmalar, evrenselci dūřūncenin hūkūm sūrdūęū bir dūnemde, farklılıkların azaltılmasına yūnelik çabalar ūzerine odaklanmıřtır (Bayri, 2008: 4).

Kimlik sadece içsel ūzūmūzle ilgili deęil, aynı zamanda bizi dięerlerinden ayıran ve ayırmaya devam eden iřaretler ve gūstergelerle de ilgilidir (Clarke, 2008: 513). Őyle ki, toplumlar bile kendilerinin dięer toplumlardan ayrılan yūnlerini bazı farklılařtırıcı ve tanımlayıcı iřaretler ile gūstermektedirler. Farklılıkları ve ortak yūnlerin tanınması yoluyla gerçekleřen bu çaba, bireylerin ve toplulukların kategori dūzeyinde bir yer saęlama bilincini yansıtmaktadır. Bireylerde ve topluluklarda kimlik hissinin oluřturulması, kendilerinin ve dięerlerinin sahip olduęu iddialı konumları tanımlama ve sınırlama temelini saęlanması ile bařlamaktadır. Kimlik būyle bir sūre içerisinde, bireyin sosyal ve psikolojik açıdan bulundukları konumu ve gerçekleřtirdikleri eylemleri tanımlamasıdır (Karakař, 2015:97).

Kimlik kavramına dair, psikolojik ve sosyolojik olmak ūzere iki ana yaklařım bulunmaktadır. Psikolojik yaklařım, kimlięi bireyin içsel deneyimleri, benlik algısı ve kiřisel geliřimi baęlamında ele alır. Bu yaklařıma gūre kimlik, bireyin kendi benlięiyle ilgili duygusal tutumları, tutarlılık ve sūrekliyet duygusu olarak tanımlanır. Bireyin “ben kimim?” sorusuna verdięi ūznel cevaplar ūzerinde durulur ve kimlik duygusunun kiřisel ūzellikler, inançlar, deęer yargıları ve benlik algısıyla iliřkilendirilir. Sosyolojik yaklařım ise, kimlięi bireyin toplumsal iliřkiler içindeki konumuna, toplumsal rollerine ve toplumsal gruplarla iliřkilerine odaklanarak ele alır. Bu yaklařıma gūre kimlik, bireyin toplumsal baęlamlarda edindięi roller, cinsiyet, etnik kūken, sosyal sınıf gibi toplumsal ūzellikleri ve bu ūzelliklerin bireyin kimlik algısını nasıl etkiledięi ūzerinde durulur. Kimlięin toplumsal yapılar, kūltūrel ūz-tanımlar ve grup iliřkileriyle iliřkilendirilmesi sosyolojik yaklařımın temelidir (Bayri, 2008: 4-6).

Kimlik, psikoloji alanında daha çok benimsenmesine karşın, Antik Yunan Felsefesinde yer alan iyi insan, iyi yurttaş ve erdem gibi temalara bakılınca felsefe alanında ahlaki ve ontolojik olarak sahiplenilmesi çok daha eskilere dayanmaktadır. Sosyoloji alanının kimlik kavramına olan ilgisi ise çok daha yenidir. Kavramın psikoloji alanında ele alınışı, daha çok bireyin ūzne olabilme yeteneği ūzerine vurgu yaparken, sosyoloji alanında ise toplumsal ve bireysel seviyedeki kurulan ilişkilere odaklanılmaktadır (Őzdemir, 2001: 108).

Sosyal bilimler alanında kimlik kavramının önemli hale gelmesi, yakın tarihler sayılabilecek, özellikle 1980’li ve 1990’lı yıllarda artan entelektüel ilgi ile açıklanabilmektedir. Çünkü bu dönemlerde, Batı’da meydana gelen toplumsal, kültürel, siyasi ve ekonomik değişimler kavrama duyulan ilgiyi artırmıştır. Bilhassa 1980’li yıllarda hem Kıta Avrupası ülkelerinde hem de Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve Avustralya gibi ülkelerin ulus-devlet sınırları içerisinde bulunan grupların, toplulukların ya da azınlıkların farklılık taleplerinin giderek artması ve bu tür taleplerin toplumsal ve siyasal alandaki etkisi, kimlik kavramına dair farklı nitelermelerin ortaya çıkmasına yol açmıştır (Yanık, 2013: 226).

Kimlik kavramını sadece bireysel bir olgu olarak değerlendirmek, bireyin içinde bulunduğu sosyal çevreyi veya sosyal gerçekliği görmezden gelmek anlamına gelir. Kimlik, bireylerin bireysel ve ruhsal geçmişleri ile toplumsal yapı arasındaki ortak etkileşimlerle oluşur (Hakan, 1995: 149). Bireylerin içerisinde bulundukları/yaşadıkları sosyal yapılar ve psikodinamik durumlar onların kimliklerinin şekillenmesinde önemli roller üstlenmektedir (Clarke, 2008: 510; Hakan, 1995: 147). Çünkü bireyin gelişim süreci kuşkusuz bir kimlik oluşturma sürecini de içermektedir. Bu süreç, bireyin içsel gelişiminin doğup büyüdüğü veya bulunduğu sosyal ve kültürel çevrenin etkisi altında şekillenmesi ve refleksif eylemler aracılığıyla bireyin kendi benliğinin farkına vardığı her aşamaya kadar etkin bir rol oynar. Sağlam denilebilecek bir kimlik duygusunun oluşturulması ve geliştirilmesi için, bireyin toplumsal yapılarla, özellikle grup, kültür veya ulus gibi etkenlerle kurduğu karşılıklı ilişki temel alınmalıdır. Bu, bireyin kendisini topluma ait hissetmesini ve “aidiyet duygusu”nu oluşturmaya gerektirdiği anlamına gelir (Göka, 2006: 294). Böylelikle, sosyo-kültürel yapı içerisinde şekillenerek nitelik kazanan kimlik (Ergun, 2000: 80); sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal hayat için önemli hale gelmektedir.

Kimlik, sosyal ve siyasal bağlamda karmaşık ve değişken faktörlere bağlı olarak sürekli olarak yeniden konumlanır (Karakaş, 2015: 98) ve modern sosyolojide geniş bir boyutta ve esnek biçimde, bireyin kendi benlik duygusuna, öznel duygu ve düşüncelerine örneğin “*toplumsal cinsiyet kimliği*” veya “*sınıf kimliği*” terimlerindeki gibi atıfta bulunarak kullanılır. Bu çerçevede kimlikler, bireyin içinde bulunduğu toplum ve toplumsallaşma süreci ile edindiği sosyal rollerin etkisiyle belirlenen beklentilere dayanarak, dahası daha etkin bir şekilde toplumsallaşma süreci ve

üstlendiğimiz çeşitli rollerde karşılaştığımız unsurların etkisiyle oluşur (Marshall, 2005: 407-408). Bireyin veya sosyal bir grubun çeşitli aidiyetlerini açıklayan, tanınmasına olanak sağlayan ve dış gözlemle fark edilebilen özellikler (Kösoğlu, 1998: 91) barındıran kimlik, sıklıkla kendinden farklı olan insanlara yönelik algıları etkileyen ve çoğu zaman yabancı düşmanlığına (zenofobi) varan tepkilere yol açan muğlak ve tuhaf risk varlıkları olarak modern toplumda sosyal alanda dolaşmaktadır (Alpman, 2018: 4).

Başlangıçta birincil gruplarda geliştirilen kimlik duygusu, ikincil gruplarda genişleyerek ek boyutlar kazanır (Yücekök, 1997: 73). Bir kişinin sosyal bir ortamda gelişen kimlik duygusu, diğerleriyle ve çevresiyle anlamlı bir şekilde ilişki kurmasını sağlar (Güleç, 2004: 73). Bu durum, kimliğin sosyal bağlamlar içinde nasıl oluştuğunu ve önem kazandığını göstererek dinamik karakterini vurgular. İnsanların kimlikleriyle ilişki kurma biçimleri geçmişten geleceğe aynı nitelikte bir süreklilik göstermez. Sosyal ve tarihsel bir olgu olan kimlik, kişisel deneyimlerle eş zamanlı olarak değişebilir (Bostancı, 1998: 52). Burada, sosyal ve siyasal bağlamda sadece kimlik kavramına odaklanan sosyal psikolojik perspektifin yerini, daha derinlemesine bir sosyolojik anlayış almıştır. Bu değişikliğin temel motivasyonu, kimliğin toplumsal boyutuna vurgu yaparak anlam kazanmasından kaynaklanır. Kimliğin toplumsal kökenlere dayanmasının yanı sıra, bireylerin bir arada gerçekleştirdikleri yaşam pratiği de kimliğin toplumsal boyutunu önemli kılar. Tarihsel ve toplumsal bağlam olmadan birey, insan ve topluluk düşünmek mümkün değildir (Yanık, 2013: 226).

Sosyolojik açıdan ele alındığında, bütün kimliklerin; tarih, coğrafya, biyoloji, kolektif hafıza, kişisel fanteziler, iktidar aygıtları ve dinsel vahiyler gibi toplumsal düzeyde üretken ve üremeye dönük kurumlar ve çeşitli kaynaklardan malzeme kullanarak inşa edildiği anlaşılmaktadır. Bu kurum ve kaynaklar, bireylerin, toplumsal grupların ve toplumların kendi toplumsal yapıları, uzam/zaman çerçeveleri ve kültürel projelerine uygun olan malzemeleri sunarak işlenmesine ve yeniden anlamlandırılmasına olanak tanır (Castells, 2006:14).

Kimlik inşasına yönelik çözüme ulaştıracak soru; “*ben kimim, benim dışımdakiler kimler?*” sorusu ve bu soruya gelen, bireyi ve topluluğu kategorileyen, aralarındaki farkları öne çıkaran ve sınırlamayı belirten cevaplardır. Analitik bir süreçten geçerek ortaya çıkan kimlik tanımlaması ile birey, içerisinde yer aldığı ve

üyeyi olduğu toplumun ilişkiler ağında toplumsal bir özne olarak toplumsal, kültürel ve ekonomik ilişki biçimlerinde geçmişe yönelik konjonktür oluşturarak kimliğine uygun bakış açısı ve duruşunu da şekillendirmektedir (Karakaş, 2013: 3-4). Bireyi ya da grubu tanımlayan kimlik olgusuna yönelik önemli sayılabilecek iki ölçüt vardır (Vatandaş, 2010:18). İlk kriter kimliğin zaman içindeki durumunu göstererek onu tarihsel bir bağlam içinde konumlandıran sürekliliktir. İkinci kriter ise kimliğin nesnesinin ‘öteki’ ile karşılaştırıldığında sahip olduğu konumu ve benzersizliği vurgulayan farklılıktır. Bir kimlik, toplumsal olarak kabul görmüş bir dizi farklılıkla ilişkilendirilerek şekillendirilir. Bu farklılıklar, kimliğin varlığı için esaslı bir öneme sahiptir. Eğer bu farklılıklar bir arada var olmasaydı, kimlik, kendi benzersizliği ve sağlamlığı içinde mevcut olma yetisini kaybederdi. (Connolly 2020: 103-104). Kimlik kavramı, çok yönlü ve birçok sayıda tanımlamaya açık olan bir olgu olarak bireyin ne olduğu, kendi varlığını nasıl algıladığı ve dışarıdan nasıl algılandığı ile ilgili bir durumu ifade eder. Kimlik, bireyi diğerlerinden ayıran ve onun benzersiz niteliklerini oluşturan değerlerin bütünüdür (Bayraktar, 2013: 229).

Hem bireysel hem de kolektif düzeyde ben/biz ile öteki üzerinden farklılıkların karşılaştırılması ve bu karşıtlıklar ile bilincine ulaşılan kimlik duygusu (Akpolat, 2003: 100), ilkin kendini ötekilerden farklılaştırarak tanımlama, kendine ait olan ile olmayana belirleme yeteneği ile alakalıdır (Kaypakoğlu, 2000: 1). Sosyal bir bağlam içerisinde oluşan bireyin kim olduğu sorusunun yanıtı, bireyin toplum içindeki diğer bireylerle kurduğu sosyal ilişkilerde ve temelde kültürel etkileşimlerle gelişen ve şekillenen yapıdadır (Karaduman, 2010: 2886). Bireyin kendisine yönelttiği soruların altında, özsaygısını kazanmak için toplumda bulunan herhangi bir gruba ya da topluluğa ait olma hissine ulaşma duygusu yatmaktadır. Çünkü bir bireyin kendisini herhangi bir topluluğa ait hissetmesi hem dışlanma düşüncesinden kurtulması hem topluluğun kolektifliği içerisinde kendini güvende hissetmesi hem de risklerin ortadan kalkmasıyla kendilik bilincine ulaşmasını ifade eder (Bilgin, 2014: 17). Dünyaya geldiği kültür ile özdeşleşmesi gereken bireyin, kendisinden farklı olduğunu düşündüğü grupların duygu, yaratıcılık gibi davranışlarını benimsemesi değil, kendisi gibi davranan topluluklarla bir araya gelmesi beklenir. Çünkü bireyin bir kimlik sahibi olabilmesi, kendi hür iradeleriyle belirleyebildikleri bir seçimden ziyade, içerisinde bulundukları sosyal durumlara göre biçimlenen davranış, duygu ve nihayetinde de

topluluğun kendini diğerlerinden farklı kılma çabasının sonucudur (Girgin, 2018: 206).

Sosyal bir varlık olan insanın toplumsallaşma süreci, başkalarıyla etkileşim içinde zamanla edinilen doğal bir süreçtir. Bireysel veya toplumsal kimliklerin oluşum sürecinde birey, içselleştirilmiş toplumsal baskıları sınama, gerçek güç düzeyini ve sınırlarını değerlendirme, böylece bu baskılara meydan okuma ve ortaya çıkabilecek sonuçları kabul etme becerisini kazanma sürecine girer. Bu süreçte, sembolik iletişim yoluyla başkaları üzerinden kendini tanır ve toplumsal kimlik oluşumu bu etkileşimler sonucu şekillenir (Bauman ve May, 2019: 42). Bu etkileşim, bireyin veya topluluğun öznel niteliklerine, değer sistemine, konumuna ve kökenine dair bilinçli bir anlayışın, aidiyet grupları, referans grupları ve çeşitli etkenlerin etkisiyle gerçekleşmektedir. Hatta öyle ki, kimlik oluşumunda bazen tarihsel, kamusal-özel alan, verili-kazanılmış kimlikler gibi farklı eksenlerde de çatışmalar yaşanmaktadır. Örneğin, bireyin kimliğinin gelişimi ve sosyalleşme sürecinde, doğuştan gelen kimlik öğeleri ile bilinçli bir şekilde kazanılan kimlik unsurları arasında çatışmalar ortaya çıkabilir (Şimşek, 2002: 29-39).

Bireysel düzeyde çatışmalar çıkabileceği gibi toplumsal düzeyde de kimliklerin çatışma sürecine girmesi olasıdır. Çünkü, kendi varlığını oluştururken farklılığı ön plana koyan kimlik, bir taraftan farklılığı öteki yaparken, diğer taraftan ise temelde benzerlikleri paylaştığı bir grup içinde bir aidiyet ve mensubiyeti kabul ederek, bu benzerlikler aracılığıyla hem benimseyici hem de dışlayıcı karakterde homojen bir bütünlüğü olan birlik duygusunu oluşturmaktadır (Karakaş, 2013: 3). Bu özellik dolayısıyla, ben-biz ve öteki-onlar ayrımı, kendi anlamlarını belirleyerek çizdikleri sınırlarla ortaya çıkmaktadır. Bu sınırların mevcudiyeti olmaksızın, birbirini karşılıklı konumlandırmadan kimliğin anlamlandırılması zor hale gelir. Bu karşıtlıklar birbirini tamamlayıp koşullandırarak zıtlık içinde anlam elde eder. Ötekinin gerçek bir varlık olarak kabul edilmesini mümkün kılan şey bu zıtlıktır. Kimliğin oluşumunu sağlayan, ben ve öteki arasındaki bu çatışmadır (Bauman ve May, 2019: 54-55). Bu çatışma Stuart Hall'e göre (1998: 41), kimliğin olumlu yönünün yalnızca olumsuz bir perspektif ile anlaşılabilir elde edilebileceğini ve kimlik oluşturma sürecinin öteki ile ilişkilendirilmesine bağlı olduğunu vurgulamaktadır.

Toplumsal düzeyde çıkan her çatışma kimliklere yönelik belirli bir dekonstrüksiyonu (yapıbozum) zorunlu kılsaydı, uzlaşmacı bir tavırla ve farklılıklardan ayrı tutarak herhangi bir toplum biçimiyle uyuşsaydı, hiçbir toplumsal kimlik oluşamazdı (Laclau, 1995: 11). Benzerlikler ve farklılıklar temelinde biçimlenen kimlik, sürekli olarak inşa edilen ve bu doğrultuda bireyin gelişen ve değişen niteliklerini yansıtan bir kavramdır. Bahsi geçen nitelikler, tek defaya mahsus oluşturulup kullanılan ve sürdürülen karakteristikler değildir. Bu durum, kimlik oluşturma'nın bireyin yaşamının tamamına yayılan bir süreklilik taşımasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda, bir bireyin kimliği, belirli bir zaman dilimi içindeki süreklilik üzerinde temsil edilen bir noktayı ifade etmektedir (Göktolga, 2012: 83-84). Kimliğin sürekli bir inşa sürecini gerektiren bir diğer sebep, bir kimliğin toplumsal olarak kabul görmüş bir dizi farklılıkla olan ilişkisinin yönlendirdiği süreçtir. Kimliğin farklılıklar temelinde şekillenmesi, referans noktalarının dışsal kaynaklardan seçilmesi ve bu durumun kimliğin sabitlenmesini zorlaştırması anlamına gelmektedir. Çünkü kimlik, farklılığı tanımlama yetisine bağımlılığı nedeniyle, bu farklılıkların onlara uyarlanan tanımlara karşı direnme, çatışma, aşağılama veya tersine çevirme eğilimleri bakımından zayıf, değişken ve güvenilmez bir deneyimi içermektedir (Connolly, 2020:104).

Kimlikler oluşurken ya da incelenirken, bazen kimlik kavramıyla ilişkilendirilen, zaman zaman ise kimlik kavramı yerine kullanılan çeşitli kavramlar bulunmaktadır. Kimliğin tanımına yönelik içerikleri olan bu öğeler, kimlikle ilişkilendirilen ve sıklıkla kimlikle karıştırılan, ayrıca kimlik kavramının yerine kullanılan kişilik ve benlik kavramlarıdır (Göktolga, 2012: 85). Genellikle kimliğin yansıması olmakla birlikte, kimlik kavramından farklı anlam yapılarına sahip olan kişilik ve benlik kavramları kimlik oluşum süreci ile yakından ilişkilidir (Sandıkcı, 2023: 83). Bu sebeple, kimlik kavramının oluşum sürecine etki eden ancak kişilik ve benlik gibi farklı niteliklere sahip terimlerin bütünlük içinde ele alınması, konunun kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Kişilik

Özellikle psikoloji disiplini içerisinde yoğun bir şekilde incelenen ve çözümlenen bir kavram olarak öne çıkan kişilik kavramı, bireyin kendisine mahsus ve diğer bireylerden ayrılan davranışlarının tamamını ifade etmektedir (Guilford, 1959: 5; Göktolga, 2012:85). Kelime anlamıyla kişilik, Antik Yunan ve Roma dönemlerinde tiyatro aktörlerinin kullandıkları maskeleri (*persona*) ifade ederken, günümüzde ise bireyin toplum içinde oynadığı rolü ve bu rolü üstlenen bireyi tanımlamak için kullanılmaktadır (Yüksel, 2006: 56). “*Personality*” kelimesinin İngilizce, “*personnalite*” kelimesinin ise Fransızca karşılıkları olan kişilik terimi, köken olarak Latince “*persona*” kelimesinden türemiştir. İlk kullanımından sonraki zaman içerisinde, bireyin gerçekte yansıttığı tavır ve davranışlarının bütününi açıklamak amacıyla kullanılan kişilik kavramı, günümüzde içsel kaynaklardan türeyen ve geniş bir şekilde bireyin davranışlarına hükmeden, biyolojik doğası ve deneysel olarak öğrenilen unsurları içeren, bireyin algılama, düşünme, öğrenme, üstesinden gelme ve davranış kalıplarını tasvir eden bir kavramdır (Aslan, 2008: 8).

Tanımı konusunda fikir birliğine varılamayan kişiliğin birbirinden farklı çok fazla tanımı bulunmaktadır. Örneğin bir tanımda kişilik, bir bireyin fiziksel ve sosyal çevresi ile etkileşim biçimini tanımlayan düşünce, duygu, ayırt edici ve karakteristik örüntüleri içeren bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Smith vd., 2014: 454). Başka bir tanımda ise, bireyin fizyolojik özellikleri (boy, vücut ağırlığı, dış görünüm vb.), zihinsel nitelikleri (zekâ, enerji, arzu, ahlak gibi potansiyel yetenekler, rol ve görevleri yerine getirme kapasitesi) ve ruhsal özellikleri hakkında sahip olduğu bilgilerin bütünü olarak ifade edilmektedir (Eren, 2017: 83-84). En genel anlamda ise, bireyin tüm ilgi alanları, kanaatleri, tutumları, değerleri, yetenekleri, konuşma tarzı, dış görünüşü ve çevresel uyumu gibi özelliklerini içeren bir kavram olarak ele alınmaktadır (Akto, 2011: 191).

Kişilik oluşumunu etkileyen faktörler, içsel ve dışsal özellikler olmak üzere iki ana başlık altında ele alınabilir. İçsel özellikler, bireyin potansiyel yetenekleri olan zekâ, enerji, duygu, algı, ahlak gibi faktörler ile psikolojik kişiliği etkileyen içsel etkenleri içerir. Dışsal özellikler ise, bireyin sosyal ve fiziksel çevresinden elde ettiği kazanımlar ve deneyimleri ifade eder. Bu dışsal etkenler arasında ailenin, okulun,

arkadaş çevresinin, toplumsal normların ve örgüt kültürlerinin etkisi bulunmaktadır (İnceoğlu, 2010: 121-132)

Benlik

Her birey, kendine özgü benzersiz niteliklere sahip olmakla birlikte, aynı zamanda içinde bulunduğu toplumsal yapı tarafından etkilenen bir varlık olarak kabul edilebilir. İnsan, doğduğu andan itibaren fiziksel ve psikolojik özelliklerini anlamaya yönelik bir süreç içerisine girmektedir. Bu süreç, bireyin kendi varlığını keşfetme çabalarını içerir ve bu süre zarfında gelişen özellikler, duygular, düşünceler ve istekler farkındalık kazanır. Bu süreç bireyin toplumsal bağlamın etkisi altında kendi varlığını şekillendirme ve anlama çabasıdır (Jersild, 1979; 177-180).

İlk olarak William James tarafından benlik kavramı üzerine gerçekleştirilen çalışmalar psikoloji ve felsefe literatüründe önemli yer tutmaktadır. Ona göre benlik; bireyin bedeni, kişilik özellikleri, ilişkileri, deneyimleri, sosyal statüsü ve daha birçok faktörü içeren bir bütündür (James, 1918: 291). William James benlik kavramını içsel ve dışsal yönlerini ifade ederek iki boyutlu bir yapıda ele almıştır. Onun yaklaşımına göre, “*bilen benlik*” içsel deneyimleri ve farkındalığı temsil ederken, “*bilinen benlik*” dışsal kimlik unsurlarını ve toplumsal rolleri ifade eder. James, “*I*” terimini bilen benlik için, “*me*” terimini ise bilinen benlik için kullanarak, bireyin hem düşünceleriyle hem de kendi varlığıyla ilgili bir farkındalığa sahip olduğunu öne sürer. Bilen benlik, bireyin içsel dünyasını ve kimliğini aktaran öznel bir yapıyı temsil ederken, bilinen benlik ise bireyin dışsal kimlik unsurlarıyla ve toplumsal yapılarla ilişkilendirilen nesnel bir yapıyı ifade eder. Ancak, James’e göre bu boyutlar birbirinden ayrılamaz; tamamlayıcı bir bütünlük oluştururlar. Bilen benliğin niteliklerinin toplamı, bilinen benliği oluşturur. Benliğin içsel boyutu (*I*), bireyin kendi varlığı ve niteliklerini anlamasına olanak tanırken, dışsal boyutu (*me*), bireyin sosyal, maddi, manevi ve psikolojik unsurlarla düzenlenen ve toplumsal kimlik unsurlarını belirleyen yapıyı ifade eder. Bu perspektif, benlik kavramının karmaşıklığını ve çok yönlülüğünü vurgulamakta ve bireyin içsel ve dışsal yönlerini anlamak için önemli bir çerçeve sunmaktadır (Babacanlı, 2002: 5-13; Plesa-Skwerer vd., 2004: 120).

George Herbert Mead, sembolik etkileşimci bakış açısından benliği, bireylerin doğumuyla var olmayan ancak diğer bireylerle gerçekleştirilen sosyal deneyimler ve etkileşimlerle ortaya çıkan ve gelişen bir süreç olarak tanımlar. Mead'e göre, benlik, bireyin kendilik ve iç yapısını yansıtan bir objedir ve doğum anında mevcut değildir. Ancak, ilerleyen yıllarda bireyin sosyalleşmesiyle birlikte, kurulan etkileşimler benliğin oluşmasına başlar. Bu perspektif, benliğin sosyal etkileşimler ve deneyimlerle şekillendiğini ve bireyin içsel kimliğinin sosyal ilişkilerden kaynaklandığını vurgular. (1934: 135). Toplumsal deneyimler sürecinde bireyin sosyal bir temelde davrandığı ya da karşılık verdiği herhangi bir şey onun için, kendisine karşı tutumlarını alarak kendisinin bir nesne ya da birey olarak bilincine vardığı ve böylece bir benlik ya da kişilik geliştirdiği genelleştirilmiş ötekinin bir unsurunu ifade eder. Bu nedenle, Mead'e göre, bireye benlik bütünlüğünü sağlayan, topluluğun tutumunun - yani genelleştirilmiş diğerinin - içselleştirilmesidir (1934: 154-156).

Bireyin kendisine yönelik algısını yansıtan benlik, toplumsal etkileşimle şekillenerek davranışını etkilemektedir (Kinch, 1963:481). Var olan kimliklerin belirli bir sosyal etkileşim anında ortaya çıktığı ve bu kimliklerin her seferinde yeniden yapılandırıldığı göz önüne alınırsa (Markus ve Kunda, 1986: 859), bireylerin sosyal ilişkilerinde gelişen ve insan dilinin sosyal karakterine dayalı refleksif bir olgu olan benlik, bireyin fiziksel, sosyal ve manevi ya da ahlaki bir varlık olarak kendisiyle ilgili sahip olduğu kavramdır (Gecas, 1982: 3).

Kavram olarak benlik, yapısalcı, etkileşimci, işlevselci, hümanist ve psikanalitik perspektifler gibi farklı yaklaşımlar üzerinden incelenmiş ve her yaklaşımın kendine özgü yorum biçimiyle açıklanmaya çalışılmıştır. Bu nedenle, tek bir konsept olarak değil, aksine genel hatlarıyla birbirleriyle ilişkili bir dizi alt konseptin toplamı olarak ele alınabilecek karmaşık bir kavramdır (Baumeister, 1998:681). İçinde bulunulan zaman dilimi, yaşanan kültür etkileşimi ve içgüdüler gibi çeşitli etmenlerden kaynaklanan, bireyin iç dünyası, çevresi ve toplumsal düzeyde kurduğu ilişkiler bütünlüğünde algılanan özelliklerinin bir sentezi olarak ortaya çıkan (Beer, 2012:330) benlik kavramı, bireyin kendi varlığına dair taşıdığı anlamların bütünü ifade etmektedir. Bu kavram, bireyin kendi üzerine yönelik gözlemlerine, kimliğiyle ilgili çıkarımlarına, başkalarının davranışlarına karşı algısına, bireyin istek

ve arzularına, aynı zamanda kendi varlığına dair değerlendirmelerine dayanmaktadır (Stets ve Burke, 2003: 28).

Bireyin kendisinde bulunan kişilik özelliklerine ilişkin bu değerlendirmelerinin tamamı veya kendine yönelik bireysel algısı ya da öznel duygusu olarak nitelendirilen benlik (Meyvacıoğlu, 1983: 1; Epstein, 1973: 2), bireyin kişisel çıkarımlarının, tecrübelerinin, ileriye dönük planlarının ve sosyal rollerinin zihninde tahayyül edilmesi ve zihninde kavramsal bir benin oluşması ile alakalıdır (Aydın, 1996: 41). Çünkü, psiko-sosyal gelişim sürecinde bireyin kalıtsal ve çevresel faktörlerle kurduğu ilişkilerin ortak ürünü olan benlik; tavrını, tutumunu, görüşünü, algılayış biçimini, uyumunu ve tepkisini etkileyerek kişiliğini biçimlendirmektedir (Aslan, 1992: 7)

Bireylerin öncelikle kişiliklerinin ardından benliklerinin inşasıyla kimlik oluşumları gerçekleşir. Bu süreç, zamanla meydana gelir, gelişir ve bazen değişime uğrar. Kimlik oluşum süreci, kişilik ve benlik kavramlarıyla doğrudan ilişkilidir, ancak bu ilişki içinde kimliğin anlamı, kişilik ve benlikten farklıdır. Kimlik, kişilik ve benlikle iç içe bir oluşum süreci yaşar, ancak kapsayıcı bir anlamda daha geniştir. Kimlik, kişilik ve benlik, oluşum sürecinde birlikte hareket etseler de farklı anlam derinlikleri ve kapsam nedeniyle farklı kavramsal yaklaşımlarla zenginleşir. Kimlik oluşum sürecinin anlam zenginliği ve kapsayıcılığı nedeniyle, farklı türlerde ele alınarak incelenmektedir (Sandıkçı, 2023: 85).

2.2.2. Kimlik Türleri

Kimlik olgusuna yönelik farklı disiplinler temelinde birbirinden ayrı tanımlamalarının oluşu, kavramı açıklarken farklı sınıflandırmalar ve kavramlaştırmalardan yararlanmayı gerektirmektedir. Örneğin kimliği “bireysel ve kolektif kimlikler” olarak tanımlayan ve iki boyutta inceleyen Smith’e göre, bireysel kimlikler çok boyutludur (aile, cinsiyet, sınıf, bölge, din, ırk ve ülke) ve sıklıkla durumsaldır, zaman içinde ve farklı durumlar arasında önemleri değişir. Sıklıkla durumsal olan doğalarının aksine Smith, kolektif kimliklerin (etnik ve ulusal aidiyetler) kapsayıcılığını vurgulamaktadır (Smith, 1999:20-29). Kimlikler üzerine ayırım yapan bir diğer düşünür Bhikhu Parekh, birbiriyle ilişkili 3 türden

bahsetmektedir. Bunlar kişisel, sosyal, bireysel ya da insanın genel kimliğidir. Kişisel kimlik, insanların kendilerini tanımladıkları, insan olarak ait oldukları ve kendilerini koydukları yer, yaşam tarzı ve tercihleri ile ilişkili olarak ele alınırken, sosyal kimlik, bir kişinin kendisini diğer insan gruplarından ayırdığı veya ortak noktalar geliştirdiği bir grubun üyesi olarak tanımlaması olarak nitelendirilir. Bireysel ya da insanın genel kimliği ise farklı kişisel bilinçleri ve psikolojik yapıları olan, bir ve aynı oldukları düşünülen insanlara aidiyet veren kimlik olarak ifade edilmektedir (Parekh, 2008:9). Stryker ve Burke kimliği, kültürel/etnik kimlik, toplumsal/sınıfsal kimlik ve bireysel kimlik olmak üzere üç kategoride ele almıştır, onlara göre; kültürel kimlik, bir bireyin kimliğini temel olarak bir kültürle ilişkilendirerek tanımlayan ve etnisite gibi diğer faktörlerle ayırım yapmadan kültürel öğeleri vurgulayan bir kavramdır. Toplumsal kimlik ise, bireyin kendini bir topluluk veya sosyal kategori içinde tanımlamasını ifade eder; sosyal kimlik teorisi veya sosyal hareketler üzerine yapılan çalışmalarda sıkça karşımıza çıkar. Son olarak, bireysel kimlik ise bireyin kendisini bir benliğin parçaları olarak görmesiyle ilişkilendirilir (Stryker & Burke, 2000: 284). Bozkurt Güvenç tarafından gerçekleştirilen benzer ayırmada da kimlik türleri; bireysel kimlik, kurumların insanların kalabalıktan sıyrılmasına yardımcı olmak için ceplerine koydukları kartlar olarak, kişisel kimlik, insanların parçası oldukları grupları ve kurumları, kulüpleri, okulları ve duygusal veya profesyonel ilişkileri temsil eden psiko-sosyal veya kişisel kimlikler olarak tanımlanırken, ulusal-kültürel kimlikler ise bir kişinin ait olduğu ulus ya da kültüre atfedilen kimlikler olarak belirtilmektedir (Güvenç, 1995: 4).

Farklı bir ayrıma giden Fearon (1999: 16-17) ise kimlikleri rol kimliği ve tip kimliği olarak iki kategoriye ayırmaktadır. Belirli durumlarda belirli davranışlar veya eylemler sergilemesi gereken kişiler rollerle etiketlenmektedir. Bu roller ve etiketler, anne, baba, başkan, profesör, iş adamı, öğrenci, taksi şoförü, gişe memuru gibidir. Diğer kategoride ise görünüş, davranış özellikleri, inançlar, tutumlar, değerler, yetenekler (dil gibi), bilgi, düşünce, deneyim veya tarihsel ortaklıklar gibi belirli özellikleri paylaşan veya paylaştığı varsayılan kişiler tip kimlikler olarak adlandırılır. İnsanlar rol temelli kimliklerin yanı sıra ait oldukları sosyal gruba bağlı olarak sosyal kimliklere de sahiptir. Ayrıca, ulusal, etnik, dini ve cinsel kimlik gibi sosyal, kişisel ve kolektif kimlik kategorilerinin farklılaşmasını kolaylaştıran belirli standartlar da

mevcuttur. Bir olgu olarak kimlik, doğası gereği hem dinamik hem de statiktir (Bakan, 2019: 86).

Kimlik kavramı çeşitli boyutlar üzerinden ele alınıp farklı perspektiflerden açıklanabilmektedir. Burada bireylerin rol temelli kimliklerinin yanı sıra ait oldukları sosyal gruplara dayalı sosyal kimliklerin de önemi çok büyüktür (Bakan, 2019: 86). Çünkü toplumsal yapılar içerisinde oluşup gelişen kimlik; yaş ve cinsiyet gibi belirli gruplara, ulusal veya etnik gruplara, aile ya da mesleki kurumlara, ideolojik katılımlarla gerçekleşen siyasal parti ve sivil toplum kuruluşlarına aidiyet duyulmasını ve roller üstlenilmesini sağlamaktadır (Ergun, 2000: 80). Kimliğin bu çok boyutluluğu ve anlam katmanı, onun bireysel, kolektif, etnik, kültürel ve siyasi boyutlar üzerinden el alınıp açıklanmasını gerekli kılmaktadır.

Kişinin bugün olduğu kişi olmasını ve bu kimliğin sosyal çevresi tarafından kabul görmesini sağlayan her bir çağrışım onun bireysel kimliğini oluşturur. Elbette, yaşam boyunca edinilen çeşitli deneyimler ya da farkındalıklar sonucunda, birey var olan yönlerine yenilerini eklemekte ya da bazılarını çıkarmakta özgürdür; ancak, bireysel kimlikleri onları yaşam boyunca tutarlı kılan şeydir ve benzersiz kişiliklerinin bir devamıdır (Gleason, 1983: 911). Benzersiz özellikleri kapsayarak bireyi diğerlerinden ayıran, aynı zamanda toplumsal faktörlerden de büyük ölçüde etkilenen bireysel kimliğin hem birlik veya tutarlılık duygusu hem de zaman boyutu bileşenleridir. Zaman içinde, tutarlılık ve süreklilik ile bireysel kimliğin bileşenleri birbirini güçlendirmeye hizmet eder (Bilgin, 2014: 214). Bir bireyi tanımlayan özellikler, inançlar, değerler, istekler ve eylemler bütünü olan bireysel kimlik, bireyin içinde yaşadığı sosyal çevreye ve deneyimlere bağlı olarak şekillenmektedir. Bu kimlik, bireyin benliğini oluşturan ve onu diğerlerinden ayıran özgün ve benzersiz yönlerini ifade ederken, bireyin kendini tanımlama, anlama ve başkalarıyla ilişki kurma sürecinde önemli bir rol oynar. Ayrıca bireyin geçmişi, mevcut durumu ve gelecek hedefleriyle de ilgilidir. Bu bağlamda bireysel kimlik, bireyin özgünlüğünü ve biricikliğini vurgulamaktadır.

İnsanlar sosyal varlıklar oldukları için sosyal yaşam, organizmanın iç dinamikleri kadar kimliğin ortaya çıkışı ve inşası için de çok önemlidir. Kimlik kavramı her birey için kişiseldir. Öte yandan, toplumsal dinamikler de bireyin davranış yapısını etkilemektedir. Connolly (2020: 235) bu durumu, “*Kişisel kimliğe ait tecrübe*

edilmiş her anlayış belli kolektif kimlik standartları yansıtır; kolektif kimliğe ait tecrübe edilmiş her anlayış da kişisel kimlikler için nelerin hoş görülebileceğini belirleyen bir alan sabitler.” şeklinde ifade etmektedir. Bu nedenle “insan kimliği” sıklıkla çevremizde var olan bölünmeleri sosyal kimlikler olarak tanımlar (Sandıkçı, 2023: 86). Sosyal kimliğin topluluk düzeyindeki tezahürü de kolektif kimliktir. Tarihsel olarak köklü bazı grupların diğer gruplardan farklılıklarını vurgulama ve ilan etme dürtüsünü taşıyan kolektif kimlik, bir insan topluluğunun birbiriyle özdeşleşmek ve konumları, faaliyetleri ve kişiler arası ilişkileri ortaklaşa olarak sindirilebilen, kontrol edilebilen ve doğrulanabilen bir grup oluşturmak için geliştirdiği bir eğilimi ifade etmektedir (Bilgin, 1994: 53). Kimliğin toplumsal unsurunun vurgulanması, kimliğin yalnızca içinde bulunduğu topluluk tarafından şekillendirildiği anlamına da gelmemektedir. Çünkü, bireysel ve toplumsal düzeyde oluşturulabilen kimlik, sosyal sistemlerin kırılabilirliği ve dinamizminden etkilenmektedir (Özdil, 2017:384). Kimliğin bu türü içerisinde kolektif semboller, grup kimliğinin oluşturulmasında ve sürdürülmesinde gruptaki bireylerin kendilerini bir topluluğun parçası olarak hissetmeleri için aidiyet duygusunu, kimlik inşasını, toplumsal bağı ve kendilerini diğer gruplardan ayırt etmelerine ve benzersiz bir kimlik oluşturmalarına yardımcı olan kimlik farkındalığını oluşturarak önemli bir rol üstlenmektedir (Aşkın, 2007: 214-215).

Bir diğer kimlik türü ise kimliğin etnik kapsamıdır. Bir kişi ya da grup, içinde bulunduğu toplumun genel kültürel unsurlarından farklı, kendine özgü bir alt sistemin yapısal özelliklerini taşıyorsa, bu kimlik türü etnik kimlik olarak adlandırılmaktadır (Usta, 2009: 90). Üyelerinin bilincine yerleşmiş ortak bir geçmişi ve tarihi olan bir topluluk hem kendi bakış açısından hem de başkalarının bakış açısından etnik grup olarak adlandırılır. Dil, etnik köken ve din gibi ortak veya nesnel olgular ya da toprak, örgütler veya paylaşılan kültürel sınırlar gibi nesnel veriler bu bilincin temelini oluşturur (Tacar, 1996: 27). Etnik gruplar, geniş toplumla tam bir bütünleşme yerine, kendilerini ana toplumdan farklı kılan belirli kültürel özellikler ile benzersiz dinsel inançlara, dile, milliyete, kültürel miras ve örf adetlere sahip oldukları için kültürel geleneklere ve kimlik duygularına sahip olan sosyal birimlerdir (Gökçe, 1996: 223; Taşdelen, 2000: 19). Bu unsurlar etnik kimliğin kültürel bir yapıda oluşmasını sağlarken ve bireyin kendini tanımlarken bağ kurduğu etnik kökenle ilişkisini göstermektedir.

Kimlik kuramları, geleneksel tanımların biz ve onlar ikiliğine dayandığını ortaya koymaktadır. Bu ayrım, bireyin ait olduğu kültürün ve kimliğin farkında olmasını sağlayarak ilişkilerini yönetmesi sağlar. Bireyin doğumu ve sonrasındaki toplum yaşamı ile elde ettikleriyle oluşan kimlik türlerinden biri olan kültürel kimlik; tarih, din ve dil temelinde oluşan gelenekler, ahlaki değerler, edebiyat, müzik, konuşma dili, mimari, yemekler, ulusal semboller, topluma nüfuz eden takvim günlerinin önemi ve duyguların paylaşımı gibi çok çeşitli faktörlerin bir araya gelmesi, ortak sevinç ve acıların paylaşılmasıyla da gelişen çok yönlü bir olguyu ifade etmektedir (Yıldız ve Ak, 2002: 29). Stuart Hall (1990: 223) kültürel kimliğe yönelik düşünceleri, kimlik oluşumunun dinamik ve çok yönlü doğasının altını çizerek, sabit kimliklere ilişkin özcü kavramların ötesine geçip çeşitli kültürel bağlamlar içinde süregelen özdeşleşme ve konumlanma süreçlerini vurgulayarak ele almaktadır. Ona göre kültürel kimlik üzerinde en az iki farklı bakış açısı vardır. İlk bakış açısı kültürel kimliği, çeşitli yüzeysel veya dayatılmış kimliklerin altında yatan kolektif bir “tek gerçek benliği” temsil eden paylaşılan bir kültür olarak tanımlar. Bu görüş ile, kültürel kimliklerin bir gruba istikrar ve süreklilik sağlayan ortak tarihsel deneyimleri ve paylaşılan kültürel kodları yansıttığını öne sürer. İkinci bakış açısı, kültürel kimliğin sabit ve eksiksiz bir varlık olduğu düşüncesine karşı çıkar. Hall, kültürel kimliklerin aşkın ya da ebedi olmadığını, tarih, kültür ve güç dinamikleri tarafından şekillendirilen sürekli bir akış halinde olduğunu savunur. Bu görüş ile de kimliklerin sürekli dönüşümünü ve hafıza, anlatı ve mitlerin kimliklerin inşasındaki rolünü vurgular. Kimliklerin keşfedilmeyi bekleyen durağan bir geçmişe dayanmadığını, tarihsel ve kültürel söylemler içinde konumlandırılarak aktif bir şekilde oluşturulduğunu vurgular (Hall, 1990: 225-226).

Bireyin doğup büyüdüğü ailesi, inandığı dini, yaşadığı kültürü ve içerisinde bulunduğu sosyal çevre ve toplulukların etkileşimi ile oluşan kimliği, o bireyin sosyal konumu ve üyesi olduğu birçok grupta oynadığı roller ve bu rollerin dışındaki davranışları, yetenekleri ve donanımları ile şekillenmektedir (Doğan ve Batar, 2019: 932). İnsanın kurduğu ilişkiler ve bağlantıların sonucu olarak zaman içinde oluşan kimlikler hiyerarşik olarak düzenlenir. En önemli kimlikler, her şeyi kapsayan, popüler, güçlü ve baskın olanlardır. Altlarındaki çeşitli kimlikleri hiyerarşik bir şekilde düzenlerler ve cinsiyet, ırk, yaş, renk ve milliyet gibi genel bileşenler aracılığıyla

aktarırlar. Bir kişinin taşıdığı her bir kimlik, birlikte onun kim olduğunu oluşturan bir bileşeni ifade etmektedir (Fidan, 2011: 76).

Kimliğin farklı noktalarının ön plana çıkartılıp bu kavramlar üzerinden ele alınışı birbirinden farklı kimlik türlerinin varlığını oluşturmaktadır. Bu bölüm içerisinde açıklanmaya çalışılan kimlik türleri hem birbirlerini etkilemekte hem de yeni kimlik türlerinin oluşumuna katkı sağlamaktadır. Diğer sosyal bilim alanlarında olduğu gibi modern siyaset biliminde de “Kimlik” kavramı ilgi duyulan bir kavramdır. Siyasi terimlerle bir bireyin kimliğinden bahsedildiğinde, genellikle kimlik siyaseti ile bağlantılı belirli bir oluşuma aidiyetten bahsedilmektir (Bilgrami, 2006: 5). Araştırmanın konusu itibarıyla kimlik kavramının siyasal olarak oluşumu ve siyasal kimliği şekillendiren etmenlerin bir bütünlük oluşturmaları amacıyla ele alınması gerekmektedir.

2.2.3. Siyasal Olarak Kimlik ve Siyasal Kimliği Şekillendiren Etmenler

Bireyin toplumda işlev görebilmesi için, başkalarıyla çok çeşitli şekillerde özdeşleşebilmesi gerekmektedir (Sen, 2006: 40). Bu noktada bireyin tanımlanmasına ve toplumsal düzeyde kabul görmesine kolaylık sağlayan kimlik, onun kim olduğuna, neye inandığına ve neyi istediğine anlam yükleyen tarafgir bir yapıda belirteç olarak ortaya çıkmaktadır (Weeks, 1998: 86). Çünkü kimlik olgusu, bireyi güvende hissettirerek harekete geçmesini sağlayan, onun hem öznel hem de nesnel düşüncelerini bir araya getiren, bazı durumlarda bütünleşmeyi sağlarken bazen de ayrışmaya sebep olan bir yapıda toplumsal yaşamı etkilemektedir (Bilgin, 1994: 53). Bireyin geçmişine yönelik kurduğu bağlarını, bugüne ait sorumluluk ve rollerini, geleceğe yönelik hedeflerini yaratıcı bir şekilde bütünleştiren kimlik olgusu (Newman ve Newman, 1978: 164-165), tarihi, sosyal ve siyasal koşullardan etkilenecek farklı tür ve yoğunluklarda varlığını hissettirmektedir.

Özellikle aydınlanma dönemi sonrasındaki siyasi ve ekonomik ilerlemelerle birlikte doğan burjuvazi sınıfı, daha fazla hak ve özgürlük arayışıyla kendisini hâkim güce ve onun kurumlarına karşı yönlendirmiş ve kimlik terimine daha önce sahip olmadığı siyasi bir anlam kazandırmıştır (Yaşar, 2020: 75). Bu yeni sınıfın yükselişi,

kimlik meselesinin farklı şekillerde büyümesine ek olarak, daha önce hiç görülmemiş bir siyasi bileşenin ortaya çıkmasına da katkı sağlamıştır. Kısmen sınıfsal değişimlerin bir sonucu olarak ortaya çıkan siyasal kimliklerin, halk kültürünün içerisinde güçlenmesi, devletin yapısı ve kimliği üzerindeki etkisi, yönetim çevreleri ve devlet açısından tam bir dönüşümü tetiklemiş ve toplumsal değişimin aşağıdan yukarıya doğru gerçekleşmesine zemin hazırlamıştır. Ayrıca, o dönemki popüler kültür, çeşitli ifade biçimlerini ve tekniklerini yüksek kültürden özümseyerek siyasi kimliğin toplum genelinde yayılmasını kolaylaştırmıştır. İnsanların birbirinden ayırmaya ve ortak bir dünya görüşü etrafında birleştirmeye yarayan siyasi kimlik, ulus devletler büyüdükçe giderek daha önemli hale gelmiş ve etki alanı da artmıştır (Karpat, 2006: 67-68). Çünkü, Batı’da ideolojik, ekonomik ve sosyal mücadeleler temelinde gerçekleşen sosyoekonomik bölünme ve değer çatışmaları ulus-devlet sürecinde siyasi kimliklerin şekillenmesinde önemli etkenler olarak değerlendirilmektedir (Lipset ve Rokkan, 1967: 10-11).

Günümüzde ise siyasal kimlik, sınıf kavramının yerine geçmiş ve ondan daha esnek, çok yönlü ve siyasal açıdan daha etkili bir kavram olarak hizmet etmektedir (Gürses, 2000: 221). Çünkü, Soğuk Savaş dönemi ile birlikte siyasi dünya yeni sorunlara ve politik gündemlere odaklanmak zorunda kalmıştır. İkinci Dünya Savaşı ile 1990’lı yıllar arasında, Batı Avrupa İmparatorluklarının çöküşü ve Afrika ile Asya’da yeni ulus devletlerin ortaya çıkışı, Sovyetler Birliği’nin ve diğer birçok Komünist rejimin yıkılması dünyanın dört bir yanında yeni ulusların oluşmasına ve farklı siyasi yapıların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Soğuk Savaş sonrası dönem, uluslararası ekonomik birliklerin artışına, Avrupa Birliği gibi bölgesel siyasi yapıların gelişimine, uluslararası şirketlerin yanı sıra çevre, işçi ve insan hakları gruplarının yükselişine tanık olmuştur. Tüm bunlar, yeni siyasi topluluklar ve bazıları için yeni siyasi kimliklerin oluşmasına neden olmuştur (Smith, 2004: 302). Burada siyasal kimliğin toplumsal değişim ve dönüşümlerden etkilenip halk kültüründen beslenerek geliştiğini söylemek mümkün hale gelmektedir (Çelikiz, 2016: 44).

Konuya geniş bir açıdan bakıldığında, geleneksel dünya görüşünü yönlendiren eski sistemlerin dekonstrüksiyona uğraması sonucunda, aralarında siyasi kimliklerin de bulunduğu yeni kimliklerin yeniden yapılandırılması ve inşa edilmesi sürecine yol açan küresel gelişmelerin yaşandığı görülmektedir. Dünya’nın herhangi bir noktasında

meydana gelen ve küresel düzeyde etkiye sahip olan ekonomik, siyasi ve kültürel değişimler çok sayıda toplumsal bölünme ve toplumsal farkındalıkla sonuçlanan yeni siyasi pratikler ortaya çıkarmıştır. Bu ayrımların siyasi ve sosyal alanlara dahil olması, buna karşılık ortaya çıkardığı gelişmeler yeni düşünce sistemlerinin çerçevelerinin oluşturulmasını mümkün kılmıştır (Sandıkçı, 2023: 89).

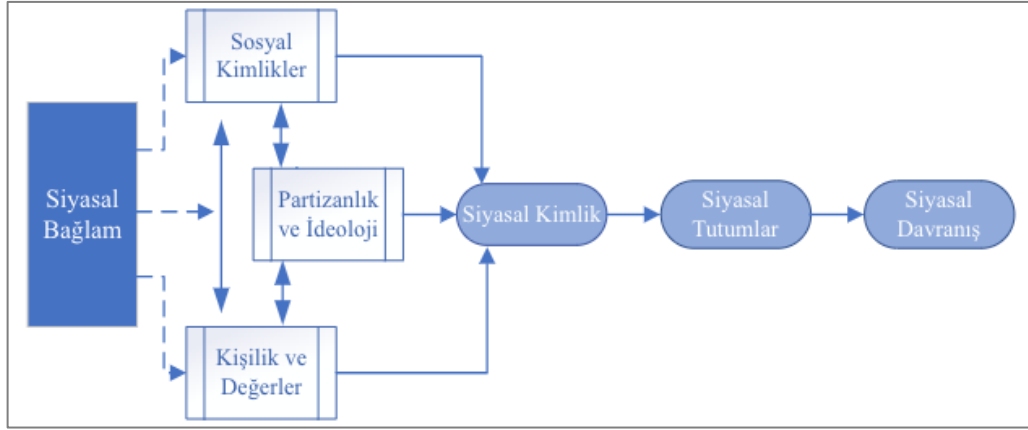
Siyasal kimlik, bireyin belirli bir siyasi grup, ideoloji veya topluluğa aidiyet ve özdeşleşme duygusunu temsil eder. Bu kimlik, bir kişinin siyasi görüşlerini ve eylemlerini belirleyen değerleri, inançları, tutumları ve davranışları içerir. Sosyalizasyon, kültürel etkileşim, eğitim ve kişisel deneyimler gibi çeşitli faktörler, siyasi kimliği şekillendirebilir. Bireylerin kendi siyasi sistemleriyle olan ilişkilerini nasıl algıladıkları, siyasi faaliyetlere nasıl katıldıkları ve siyasi konularda nasıl görüşler oluşturdukları, siyasi kimliğin anlaşılması açısından kritik bir rol oynar. Siyasal kimliğin anlaşılması, siyasi davranışın, katılımın ve demokratik toplumların işleyişinin analiz edilmesi için gereklidir (Rebenstorf, 2004: 14).

Çağdaş toplumda insanlar kimliklerini pek çok şekilde tanımlamaktadır. Siyasal kimlik de kişinin siyasi görüşlerini içeren bu kimliklerden biridir. Siyasi ve bağlamsal değişkenlere bağlı olduğu için, özünü sosyal ve siyasi idealler ile inançların oluşturduğu siyasi kimlik, değişken bir yapıya sahiptir. Bazı insanların siyasi kimliği öncelikle belirli bir siyasi oluşuma verdikleri destekle şekillenirken, diğerleri için kişisel özellikleri veya içinde yaşadıkları sosyal, siyasi veya ekonomik ortam daha büyük bir etkiye sahiptir (Güldü, 2011: 28). Bireylerin veya grupların siyasi bir bağlamda benimsedikleri ve yansıttıkları benlik duygusu olarak anlaşılabilen siyasi kimlik kavramı, bireylerin kendilerini siyasi bir toplulukla ilişkili olarak nasıl algıladıklarını, sınıf, ırk, cinsiyet ve diğer kimlik belirteçleri gibi bireysel farklılıkların ötesine geçen ortaklıkları nasıl tanıdıklarını ifade eder. İdeolojiler, değerler, inançlar ve siyasi bir topluluk içindeki deneyimler dahil olmak üzere çeşitli faktörler tarafından şekillendirilen siyasi kimlik sabit değildir, daha ziyade söylemsel ve maddi olarak üretilir, zaman içinde ve farklı bağlamlarda gelişir (Jose, 2010: 124-125).

Siyasi sınırların çizilmesi ve ötekiliğin içselleştirilmesi, kimlikleri şekillendiren teorik ve somut uygulamalardır. Üstelik her zaman siyasallaşmış bir toplum gerektirir. Toplum ve kimlik arasındaki bu ilişki, toplumların gelecekte ne yapacaklarına karar verme yeteneğini göstermektedir ve toplumsal yapının önemli

dinamiklerinden biridir (Karakaş, 2013: 4). Siyasi kimlikler ve siyasi topluluklar siyasi bir bağlamda birbirine bağlıdır. Bireylerin siyasi bir topluluk içindeki benlik duygusu, başkalarıyla olan etkileşimlerinden ve o topluluk içindeki paylaşılan değerlerden, uygulamalardan ve güç dinamiklerinden etkilenir. Siyasi kimlik, bireylerin birbirlerini tanıdığı ve bireysel parçaları aşan daha büyük bir varlık oluşturmak için birbirleriyle bağlantı kurduğu kolektif bir süreçtir. Siyasi bir topluluğun varlığı, bireylerin ortak değer ve inançlar temelinde bir araya geldiği, aidiyet, çıkar ve amaçlara yönelik hareket etmeyi kolaylaştıran, siyaset tarafından şekillenerek yöneten ile yönetilen arasındaki ilişkiyi dengeye oturtan bir faktördür (Jose, 2010: 125-126). Bireyin devletle ilişkilerinde kendisine alan açma ve içinde bulunduğu grup veya topluluğun faaliyetlerinden yararlanarak bir nevi idari ortak olma çabasının bir sonucu olarak görülebilecek siyasal kimlik (Yaşar, 2020: 75), aynı zamanda siyasi aktörlerin de bireyleri bir siyasi grubun üyeleri olarak tanımlamasını sağlayan bir dizi özelliğin ortak bir etiketi olarak görülebilir (Doğan ve Batar, 2019: 933).

Hem “siyasal kimlik” hem de “siyasi topluluk” varoluşsal anlamlarını herhangi bir toplumdaki fikirlerin, pratiklerin ve iktidar teknolojilerinin etkileşiminde kazanır. Başka bir deyişle siyasi kimlik, varoluşsal bütüne, siyasi topluluğa ve onun içindeki yerimize dair bilgimiz siyaset tarafından şekillendirilir (Mouffe, 1992: 30) Bireylerin içerisinde bulunduğu sosyal ve siyasal bağlam, siyasal kimliği önemli ölçüde şekillendirmektedir. Sosyal bağlam, kültürel normlar ve grup üyelikleri gibi toplumsal etkileri kapsar ve bireylerin kendilerini politik olarak nasıl gördüklerini etkilerken, siyasal bağlam ise, siyasi kimlik oluşumunda belirli konuların ve kimliklerin önemini etkileyen mevcut siyasi iklim ve olaylar gibi faktörleri içerir. Bu bağlamlar, sosyal kimlikler, partizanlık, ideoloji, kişilik ve değerler gibi çeşitli faktörlerin bireyin siyasi kimliği üzerindeki etkisini belirlemek için etkileşime girer. Jackson (2005: 42-44) tarafından siyasal kimliği ve bu kimlik çerçevesinde ortaya çıkan siyasi tutum ve davranışları etkilediği düşünülen unsurları ele alan bir model ortaya konulmuştur.



Şekil 2.2. Siyasal kimlik etki modeli (Jackson, 2005: 43)

Siyasal Kimlik Etki Modeline göre, güncel sosyal ve siyasi gündemde konular ve kimlikler vurgulandığında, siyasi bağlam sosyal kimlikleri, siyasi partizanlığı ve ideolojiyi, kişilik özelliklerini ve değerleri etkilemektedir. Sosyal kimlikler, siyasi partizanlık ve ideoloji, kişilik özellikleri ve değerler, siyasi kimlikler, siyasi tutumlar ve siyasi davranışların tümü bağlamdan etkilenir. Şekildeki kesikli çizgiler bu üç aracı faktör ile siyasi bağlam arasındaki hazırlayıcı ilişkiyi gösterirken, sürekli çizgiler her bir faktörün siyasi kimlik üzerindeki doğrudan etkisini göstermektedir. Ayrıca, sosyal kimlikler, siyasi partizanlık, ideoloji ve kişilik özellikleri ve değerleri etkileşim halindedir (Jackson, 2005: 42-43).

Siyasal kimlik, çeşitli etmenlerden etkilenen esnek bir yapıya sahiptir. Coğrafi konum, kentsel ve kırsal faktörler, ideolojik eğilimler, parti üyeliği, politika tercihleri ve sahip olunan diğer kimlikler gibi faktörler, bireylerin siyasi algılarını ve önceliklerini belirlemede etkileşime girerek siyasal kimliği şekillendirebilmektedir. Siyasi örgütlere katılım, topluluk hissi ve ortak değerlerin gelişimine katkı sağlayan siyasal kimlik; siyasi katılımı artırır, kaynak erişimini sağlar, kimlik duygusunu güçlendirir, bağlantı (network) oluşturma fırsatları sunar, kolektif eylemi mümkün kılar ve politika savunuculuğunu teşvik eder. Bireyler, siyasi sürece aktif katılım sağlayarak toplumsal değişime katkıda bulunabilir ve önemsedikleri konuları savunabilirler. Siyasal kimlikler, yaşam deneyimleri, sosyal ve siyasi bağlam, kuşak farklılıkları, kimlik belirginliği, siyasi sosyalleşme, bilişsel gelişim ve kimlik kesişimleri gibi faktörlere bağlı olarak değişebilir. Bu unsurlar, bireylerin inançları,

bağılıkları ve değerlerinin evriminde siyasi kimliklerin dinamik yapısına katkıda bulunur (Smith, 2004: 302-304).

Siyaset temelinde kimliklerin oluşumu, bir taraftan kimlik oluşum sürecinin diğer taraftan da siyasetin etkilediği ve bireylerin modernite ile elde ettiği deneyimlerden biridir. Modern dönemin çıktıları arasında yer alan siyasal kimlik, siyasetin üç temel unsuru olan ideolojiler, ulus-devletler ve temsili demokrasiler ile daha anlamlı hale gelmektedir (Göktoğa, 2012: 112). Kimlik gelişimi aşamalarıyla birlikte kapsayıcı siyasi çerçeveyi içeren çok yönlü bir sürece işaret eden siyasal kimlik, tarihsel arka plan ve o dönemdeki siyasi atmosfer tarafından şekillendirilirken, toplumdaki bireylerin sosyolojik düzeyde farklılıklarını yansıtmaktadır. Bu aşamada, doğal ya da yapay teşekküllerin siyasi kimlikler üzerinde etkili olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca seçmen olan bireylerin idealleri ve kişisel özellikleri de siyasi kimliklerine yansımaktadır. Dolayısıyla, seçmen tutum ve davranışları, siyasi oluşumların temsil ettiği kavramsal çerçeve içinde var olan siyasi kimlikler tarafından güçlü bir şekilde etkilenebilmekte, yönlendirilebilmekte ve belirlenebilmektedir (Sandıkçı, 2023: 91).

Toplumların siyasi, kültürel ve ekonomik gelenekleri doğrultusunda çeşitli süreçlerle hayata geçirilen siyasi kimlikler, yaşadığımız dönem siyasi oluşumlarının anlaşılmasında ve hatta yönlendirilmesinde (Göksu, 2013: 69) önemli bir rol oynayarak siyasal iletişim süreçleri ve uygulamalarının anlam bulduğu en önemli alanlardan biridir. Temsili demokrasi sistemlerinin en önemli unsurlarından biri olan seçmenlerin ideoloji evrenlerini anlamak, oy verme eylemlerindeki yansımalarını bulmak (Avcı ve Hülür, 2016: 1648), siyasal tutum ve davranışlarını yorumlayabilmek siyasal kimlikler aracılığıyla mümkün hale gelmektedir.

Birey dünyaya gözünü açtığı andan itibaren sosyal ve kültürel ortamın içerisinde, etrafı anlama ve anlamlandırma sürecine de başlangıç yapmaktadır. İlk dönemlerinden itibaren yabancı olduğu dünyanın eksikliklerini insan olmanın getirdiği sosyal ve kültürel araçları kazanarak telafi edilecektir. Bu şekilde, bireyin ailesinden başlayarak büyüyen sosyal ve fiziksel çevresinden içinde yaşadığı toplumun özelliklerini aldığı süreç toplumsallaşma olarak adlandırılmaktadır. Siyasal toplumsallaşma ise bir alt tür olarak toplumsallaşma sürecinin siyasal alanını ifade etmektedir (Metin, 2016: 227).

Amin Maalouf'un da (2000: 25) belirttiği gibi bireye bir anda verilmeyen kimlikler, onun yaşamı boyunca oluşmaya ve değişmeye devam eder. Tıpkı diğer kimlik türleri gibi siyasal kimlik de çeşitli faktörler tarafından şekillendirilen çok yönlü bir yapıdadır. Siyasal toplumsallaşma, bireyin siyasal kimliğini şekillendiren bir dizi etmeni ve değişkeni ortaya çıkarır. Bu etmenler ve değişkenler; aile, sosyal çevre, iletişim araçları ve ortamları, ideoloji alt başlıkları altında açıklanmaya çalışılacaktır.

2.2.3.1. Aile

Toplumdaki en küçük yapıyı ifade eden aile; sosyalleşme, destek, modelleme, iletişim ve kültürel etki yoluyla kimlik oluşumunda çok önemli bir rol oynamaktadır. Bireylerin toplumsal normları öğrenmesine yardımcı olan aile üyeleri, duygusal destek sağlayarak rol model olabilmektedir. Bireyin iletişim kalıplarını şekillendiren aile kurumu, doğrudan ya da dolaylı biçimde kimliğe katkıda bulunmaktadır (McDevitt ve Chaffee, 2002: 9-35).

Aile, üyesi olan bireylerin inançlarını, değerlerini etkilediği gibi siyasi tercihlerini de etkileyerek siyasal kimliklerini oluşturmaktadır. Araştırmalar, aile ilişkileri ve dinamiklerinin kimlik oluşum sürecine önemli ölçüde katkıda bulunduğunu göstermiştir (Schultheiss & Blustein, 1994: 163- 164). Siyasi unsurlar da dahil olmak üzere genel sosyalleşmenin başlangıcı olan ailede bireyler ailenin diğer fertlerinden birçok şey öğrenebilmektedir. Gözlemle başlayan bilgi öğrenme sürecinde birey ailesinin siyasi inançlarını kendi siyasi inançları olarak benimseme eğilimi gösterebilmektedir (Aydemir, 2001: 3). Çünkü sosyalleşmenin ilk evresi sayılacak aile sosyalleşmesi, siyasi tutum ve davranışların aktarılmasında kilit bir mekanizma olarak görülmektedir (Blackman vd. 2021: 1-3).

Geçmişte yaşanan siyasi olayları genç nesillere aktaran aile hafızası ve anlatıları da siyasi kimlik oluşumuna katkıda bulunabilmektedir. Bu, aile birimi içinde kolektif bir kimlik duygusunun gelişmesine yardımcı olarak uyum ve sürekliliği sağlar. Travmatik olayların nesiller arası hafızası, ikinci ya da daha sonraki neslin kimliğini şekillendirerek kendini tanımlama ve gelecek için geçmişle anlamlı bir şekilde yüzleşme anlatısı yaratır. Bu ailesel hafıza süreci, sosyal ve kültürel hafıza yapılarının

yeniden canlandırılmasına hizmet ederek, bireysel ve ailesel aracılık ve ifade biçimleriyle yeniden yatırım yapılmasını sağlayabilmektedir (Dragojević, 2013: 1067).

Bireyler, ebeveynlerinin siyasi tercihlerini, sosyal öğrenme ve aile içi miras yoluyla benimseme eğilimindedirler. Ebeveynler, çocuklarının siyasi eğilimlerini erken yaşlarda şekillendirme konusunda önemli bir rol oynamakta ve bu eğilimler genellikle yetişkinlik dönemine kadar devam etmektedir. Siyasal olarak aktif ailelerden gelen çocuklar, ebeveynlerinin tutumlarını sorgulama eğiliminde olabilir ve daha geniş siyasi güçlere karşı hassasiyet gösterebilirler. Zaman içinde ve ebeveynler arasında tutarlı bir siyasi duruş ve inançlar, çocuklara siyasi eğilimlerinin aktarılmasına katkıda bulunur. Genel olarak, çocuklar, ebeveynlerinin siyasi parti tercihlerini, diğer siyasi özelliklere göre daha fazla benimseme eğilimindedirler, bu da partizanlık ve rekabetçi parti sistemine olan bağlılığın devam etmesine yardımcı olabilmektedir (Jenningns vd., 2009: 795:796). Burada ailenin etkisi, aile kimliklerinin siyasi kimliklerin inşası için çerçeveleme kaynakları olarak kullanıldığı siyasi söylemlere kadar uzanmaktadır (Sclafani, 2015: 392).

Bireyler dış dünyayla etkileşimde oldukça, aile içinde başlayan sosyal etkileşim süreçleri de devam etmektedir. Farklı gruplarla iletişim kurulduğunda, ev içinde başlayan sosyal etkileşim çeşitlenerek artmaktadır. Bu ifadeyle, aile içinde öğrenilen sosyal ve kültürel değerlerin, sonraki gruplarla ilişkilere de sirayet ettiği, etkili olduğu ve kurulan ilişkilerden etkilenebildiği anlaşılabilmektedir. Bireyin kimlik oluşturma süreci, ailesinden etkilendiği gibi bulunduğu sosyal çevrenin değerlerinden de etkilenebilmektedir. Siyasal kimlik oluşumu da bu sürece dahil edildiğinde ortaya çıkar. Ancak siyasal kimlik gelişimi ve devamı, kalıcı bir kimlik oluşumunu işaret etmez. Çünkü kimlik oluşumu, dinamik ve değişken bir süreçtir.

2.2.3.2. Sosyal çevre

Bireyin yaşamı boyunca süren gelişimi biyolojik olarak olgunlaşma ve sosyalleşme süreçleri ile devam etmektedir (Kağıtçıbaşı, 2000: 47). Sosyalleşme ile yaşantısını devam ettirebilen bireyin gelişim süreci, sadece biyolojik veya psikolojik

değil hem biyolojik hem de sosyo-psikolojik süreçlerin varlığından etkilenen bir devinimdir (Akın, 2009: 9). Bir taraftan sosyal çevresiyle etkileşim halinde bulunurken, diğer taraftan biyolojik olarak gelişen bireyin insanlaşma süreci (*becoming man*) karşılıklı ilişkiler içerisinde gerçekleşir. Bu ifade, ilgili çevrenin hem doğal hem de insani unsurlar içerdiği durumda daha fazla anlam kazanır. Dolayısıyla, insanın gelişimi sadece belirli bir doğal çevreyle sınırlı değildir; aynı zamanda, bireyin kendisiyle arasında etkileşimde bulunduğu anlamlı diğer bireyler ve kültürel/sosyal düzenle de ilişkilidir (Berger ve Luckmann, 2008: 73-74).

Sosyal çevre, bireylerin siyasal kimliklerinin oluşumunda önemli bir rol oynayan çeşitli sosyalleşme unsurlarını içerir. Bu unsurlar arasında ebeveynler, akranlar, kullanılan medya araçları, gönüllü kuruluşlar ve okullar bulunmaktadır. Ebeveynler, sosyal öğrenme mekanizmaları aracılığıyla bireylerin politik tutumlarını etkilerlerken, akranlar arasındaki tartışmalar bireyleri çeşitli siyasi bakış açılarıyla tanıştıırır. Medya, bireylerin siyasi konulara yönelik algılarını şekillendirirken, okullardaki etkinlikler siyasi katılımı teşvik etmektedir. Gönüllü dernekler, sivil değerlerin pekiştirilmesine katkıda bulunurken aynı zamanda siyasi katılımı teşvik ederler. Bu sosyalleşme unsurları, bireylerin siyasi kimliklerinin gelişiminde ve politik süreçlere katılımında önemli bir etkiye sahiptir (Quintelier, 2011: 199-203).

Çeşitli sosyal faktörler, özellikle aile, okul, iş ve diğer sosyal ilişkiler bireylerin siyasi tutum ve davranışların şekillenmesinde önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sosyal etkileşimler, bireylerin otoriteye bakış açılarını, karar verme becerilerini ve siyasi katılım duygusunu geliştirmelerinde etkili rol oynar. Erken yaşlardaki sosyal deneyimler, bireyin siyasi eğilimlerini uzun dönemli olarak etkiler; bu etki çocukluktan ergenlik ve yetişkinlik dönemlerine kadar sürer ve sonraki yaşantılar da doğrudan siyasi tutumlara yansır. Siyaset dışı karar alma süreçlerine katılan bireyler genellikle siyasi süreçlere daha aktif katılım gösterme eğilimindedirler. Siyasi tutumların oluşumunda siyaset dışı katılımın etkisi, sosyal bağlamdan kaynaklanan farklılıklar gösterebilir. Aile, okul ve iş gibi çeşitli katılım biçimlerine sahip olan bireyler, kendi siyasi etkilerini artırabilecek yetenekte olduklarını düşünme eğilimindedirler (Almond ve Verba, 1963: 266-306).

Eğitim ve okul dönemleri, gençlerin siyasi kimliklerinin oluşumunda önemli bir rol oynayarak siyasi sürece katılım duygusunu ve siyasi faaliyetlerde bulunma

rahatlığını teşvik eder. Sınıf içi siyasi tartışmalar, öğrencilerin siyasi katılım ve oy verme davranışlarına ilişkin görüşlerini şekillendirebilir. Ayrıca, ders dışı etkinliklere katılım, hizmet öğrenimi programları ve yurttaşlık eğitimi girişimleri, gençleri çeşitli bakış açılarına maruz bırakarak ve yurttaşlık sorumluluğunu teşvik ederek siyasi katılım ve kimlik gelişimini olumlu yönde etkiler. Bu süreçler, gençlerin demokratik değerlere bağlılıklarını artırarak, aktif ve bilinçli vatandaşlar olarak topluma katkıda bulunmalarını sağlar (Campbell, 2008: 438-441).

Sosyal etkileşimler ve normlar aracılığıyla bireylerin toplumsal gruplar içinde entegrasyon süreci olan sosyalleşmenin politik alana yansımaları, siyasal toplumsallaşma olarak da tanımlanmaktadır (Ergil ve Alkan, 1980: 7). Siyasal toplumsallaşma, bireylerin siyasi bilgi, tutum ve davranışlarını şekillendirerek toplumun politik süreçlere katılımını etkileyen bir alt türdür (Metin, 2016: 227). Milburn (1998: 80), siyasal toplumsallaşmanın sürekli bir evrim süreci olduğunu savunmaktadır. Bu süreç, bireylerin yaşları ilerledikçe siyasi olgunluklarını artırıp, siyasi bilinçlerini derinleştirdikleri ve siyasi süreçlere katılım becerilerini geliştirdikleri bir süreçtir. Bireyler, çeşitli yaşantılar ve deneyimler aracılığıyla siyasi karar alma mekanizmalarını anlama ve bu süreçlere etkin bir şekilde katılma becerisi kazanırlar. Ayrıca, siyasal toplumsallaşma süreci, bireylerin toplum içindeki siyasi rollerini anlamalarını ve bu rolleri etkili bir şekilde yerine getirmelerini sağlayacak siyasi kimliklerini oluşturmalarına da katkıda bulunur. Bu süreç, gençlerin ve yetişkinlerin siyasi bilgi birikimlerini artırarak, toplumsal ve politik sorunları anlama ve çözüme yeteneklerini güçlendirir.

2.2.3.3. İletişim Ortamları ve Araçları

İletişim ortamları ve araçları toplumsal yaşamın vazgeçilmez bir parçası olarak, bireylerin günlük hayatlarında önemli bir yer tutmaktadır. Bu araçlar, topluma çeşitli hizmetler sunarak bilgi ihtiyacını karşılar. Bu hizmetler arasında bireylerin kendi toplumları ve diğer toplumlarla ilgili bilgilerin paylaşılması, yerel, ulusal ve küresel haberlerin iletilmesi, siyasal süreçlerle ilgili gelişmelerin takibi gibi konular bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları, toplumun farklı kesimlerine ulaşarak bilgi akışını sağlamakta ve toplumsal bilincin oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır. Bu

süreç, toplumsal etkileşimi artırarak bireylerin çevrelerinde ve dünyada olup bitenler hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlar. Böylece bireyler, daha bilinçli ve aktif bir şekilde toplumsal yaşama katılabilirler. Medyanın bu rolü, demokratik toplumların işleyişinde ve vatandaşların bilinçli kararlar alabilmesinde kritik bir öneme sahiptir (Dilber, 2012: 92; Taşdemir, 2002: 83).

Siyasal toplumsallaşmanın önemli bileşenlerinden biri, siyasal değerlerin ve kültürel normların yayılmasında kilit rol oynayan kitle iletişim araçlarıdır. Bu bağlamda, bireyin siyasi kimliği büyük ölçüde ana akım medyaya maruz kalmasının bir sonucu olarak şekillenir. Belli bir yaştan sonra kişi, ihtiyaç duyduğu bilgiyi edinmek veya siyasal olarak sosyalleşme gereksinimini karşılamak için medyayı kullanır. Bu perspektiften değerlendirildiğinde, belirli bir yaş aralığından sonra yazılı ve görsel medya, bireyin siyasi sosyalleşmesini etkilemede aile ve arkadaş gruplarından daha etkili hale gelir (Yılmaz, 2013: 326).

Kitle iletişim araçları, topluma yönelik olarak yönetim ve siyaset hakkında bilgi sağlama, kriz anlarında kitleleri hızla bilgilendirme ve toplumsal uyumu teşvik etme amacıyla siyasal toplumsallaşmaya önemli katkılar sunar. Bazı kaynaklara göre medya, yasama, yürütme ve yargı organlarının ardından hükümetin dördüncü organı olarak kabul edilmektedir. Medya, insanların siyasi yaşamları ve siyasi kültürleri üzerinde sürekli artan bir etkiye sahiptir (Girgin, 2003: 50). Bireyler, medyadan edindikleri bilgi ve yorumlarla çeşitli konularda farklı perspektifler geliştirerek siyasal meseleleri anlamlandırır. Medya, bireylere farklı parti, görüş ve ideolojileri anlama ve tartışma fırsatı sunarak siyasal sistemi kavramalarına yardımcı olur. Bu sayede bireyler, siyasal konularda daha bilinçli ve bilgi sahibi olarak hareket etme olanağına sahip olurlar (Dursunoğlu, 2018: 19). Kitle iletişim araçları siyasal toplumsallaşma sürecinde merkezi bir aktör haline gelmiş olup bireylerin siyasi bilgiye erişimini sağlamakla kalmaz, aynı zamanda onların siyasal tutum ve davranışlarını da derinden etkileyerek modern toplumlarda siyasal bilincin ve katılımın şekillendirilmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır.

Medya kullanımı ve kişilerarası iletişim, bireylerin medya kaynaklarıyla etkileşime geçerek ve siyasi konuları akranları ve aile üyeleriyle tartışarak siyasi bilgi, değer ve davranışlar edindiği siyasi sosyalleşme süreci ile yakından ilişkilidir. Bu etkileşimler, bireylerin siyasi bilinç ve katılım düzeylerini artırarak, demokratik

süreçlerin güçlenmesine katkı sağlar. Medyanın bu bağlamdaki rolü, sadece bilgi sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda bireylerin siyasi tutum ve davranışlarını yönlendiren bir rehber işlevi görmektedir (McLeod, 2000: 48-50).

İletişim ortam ve araçlarının dünya çapında büyük bir güç haline geldiği günümüzde, medya toplumsal yaşam üzerinde derin etkiler yaratmaktadır. Televizyon ve diğer medya araçlarının olmadığı bir ev düşünmek neredeyse imkânsız hale gelmişken, cep telefonları, internet ve sosyal medya günlük yaşamın vazgeçilmez unsurları olmuştur. Sosyal medya, gençlerin kimlik oluşum süreçlerinde önemli bir rol oynarken, bu platformlardaki içerik oluşturma ve medya tekniklerinin etkin kullanımı sayesinde de siyasi kuruluşlar ve politikacılar daha geniş kitlelere ulaşabilmekte ve daha büyük bir etki yaratabilmektedir. Sosyal internet ağları yeni toplumsal hareketlerin örgütlenmesinde kullanılmakta ve gençler, protesto organizasyonlarında öncü rol üstlenmektedir (Dolgun, 2016: 1).

Genel olarak; gazete, radyo, televizyon ve çevrimiçi platformlarından oluşan iletişim ortamı ve araçları siyasi olaylar, politikalar ve konular hakkında bilgi sağlayarak bireylerin siyasi konulardaki anlayışını ve inançlarını etkileyebilir. Burada medya araçları, belirli konuları vurgulayarak halk gündemini böylelikle de bireylerin siyasi önceliklerini ve endişelerini şekillendirebilir. Özellikle gençler arasında siyasi sosyalizasyon sürecinde önemli olan medya araçları, erken yaşlardan itibaren siyasi tutumlar, değerler ve davranışların oluşumuna katkıda bulunur. Siyasi kampanyalar ve politika yapıcılar, medya platformlarını kullanarak halkı ikna edebilir ve algılarını şekillendirebilir. Ayrıca bu platformlar, kültürel ve sosyal normları yansıtarak ve pekiştirerek bireylerin siyasi kimliklerini etkilemektedir. Farklı siyasi bakış açıları ve hareketlerin medyada tasvir edilmesi, bireylerin kendi siyasi inançlarını ve bağlılıklarını nasıl algıladıklarını belirlemektedir. Böylece, medya, bilgi sağlayarak, gündem belirleyerek, konuları çerçeveleyerek, bireyleri sosyalleştirerek, izleyicileri ikna ederek ve kültürel normları yansıtarak siyasi kimliğin oluşumuna ve evrimine çok yönlü bir katkı sağlamaktadır.

2.3. Siyasal Kimlik Oluşumunda Siyasal Düşünceler

Rönesans ve reform hareketleri sonrası yaşanan, insanların bireysel düzeyde kimliklerini kazanma ve dünyayı anlama çabaları olarak adlandırılabilir aydınlanma dönemi ve felsefesi; önceki dönemlerde toplumsal bir temelde insanların ilişki içerisinde olduğu doğa, toplum, tanrı ve siyasal iktidar kavramları ile kurulan anlamlandırma modelleri üzerine toplumu ve doğayı yeniden tanımlamayı sağlarken, aynı doğrultuda insanın aklıyla her şeyi anlamlandırabileceği ve çıkarımlar yaparak geleceğine yönelik kararlar alabileceği inancı ile de ortaçağ dönemi güçleri sayılabilecek geleneksel ve dini inançları dönüşüme uğratmıştır. Kavramın ortaya çıkması; dönemin egemen sınıfları olan teokrazi ve monarşinin hakimiyetlerine karşın bir darbe olarak ele alınabilir. Çünkü çok eski dönemlerden beri bireye ve topluma yönelik bilgi egemen sınıfların elinden alınarak, modern dönemin elit sınıfı olarak adlandırılan bilim insanları ve teorisyenlere devredilmiştir (Eagleton, 1996; 102). Bilginin el değiştirip dönüşümü ile dini temellere dayanan siyasi yönetim biçimleri değişmeye başlamıştır. Sosyal bilimlerin alanının bu dönemde metafizik ve din alanlarından farklı bir bilim alanı olarak gelişmesi, yine aynı dönemde değişmeye başlayan toplumsal, ekonomik ve siyasal yapıların ve ilişkilerin sonucudur (Örs, 2014:8-9).

Önceleri ideler ve fikirler bilimi, idelerin kökenleri ile aralarındaki ilişkilere ampirik bir araştırma olarak tanımlanan “ideoloji” kavramı, etimolojik olarak incelendiğinde, “idea” ve “-loji” kelimelerinin birleşiminden türemiştir. Bu birleşim, genel olarak fikir bilimi anlamına gelmektedir (Atılğan ve Aytekin, 2012: 253). Kavramın ilk kullanımı 1796 yılında Fransız filozof ve siyaset bilimci olan Antoine Destutt de Tracy tarafından, ideologların düşünceleri ve bu düşüncelerin kaynağını araştırmayı amaçlayan bir felsefe sistemi, “düşünceler bilimi” olarak yorumlanmıştır (Hançerlioğlu, 1982: 176; Cevizci, 1999: 448; Topakkaya, 2007:165; Örs, 2009: 1). Her ne kadar Antonie Destutt de Tracy tarafından kavramın ilk kullanımı gerçekleştirilse bile, aydınlanma dönemi filozoflarından Étienne Bonnot de Condillac ve Claude Adrien Helvétius’un eserlerinde de referans çerçeveleri çizilmiştir (Duman, 2006: 164). O dönemde bu terim, duyular ve düşüncelerin detaylı bir şekilde incelenmesi ile toplum hayatını ve siyasal düzeni, insanların ihtiyaçları ve isteklerine

uygun bir biçimde yeniden düzenlenmeyi sağlayarak ahlak ve siyasi bilimleri sağlam bir zemine oturtup önyargılardan uzak ve hatasız bir noktaya taşıyacağı yönünde değerlendirilmiştir (Thompson, 2013: 42-43).

Antoine Destutt de Tracy ideolojiyi insan aklının bilimi olarak tanımlamaktadır. Ona göre ideoloji hem toplumun geleceğini şekillendirmeyi hedefleyen hem de bireylerin düşüncesini, düşünce kanunlarını ve düşüncenin kökenlerini inceleyen bir bilim alanıdır. Bütün bilimlerin üstünde olan ideoloji, zamanla anlamındaki olumluluğu kaybederek köklü değişikliğe uğramış, günümüz kullanımlarında çoğunlukla objektif olmamayı, bilimsellikten uzaklığı ve taraf olmayı ifade eder duruma gelmiştir. İnsanlar kendi görüşlerinden farklı görüşe sahip olan kişi ya da grupları “ideolojik” olarak itham etmektedir (Örs, 2014: 9).

Aydınlanma Çağı’nın ortaya çıkardığı akla uygunluk ve insan düşüncesi, ideolojiler aracılığıyla önemli bir noktaya gelirken, aynı zamanda da insanların bu düşünce sistemlerine olan inançlarını göstermektedir. Rasyonel bir biçimde inanç ve düşünceyi bir araya getiren ideolojiler bireylere hem düşünme hem de inanma olanağı tanıyarak modern insanın doğal bir özelliği içerisinde kendisine yer bulmuştur. Özellikle geleneksel olarak adlandırılabilir önceki dönemlerin kutsallığına atfedilen anlamlar, aydınlanmanın getirdiği modernite ile birlikte yerini ideolojiye bırakmıştır (Ateş, 2004: 83-84).

İdeoloji kavramı, günümüzde tarihi ve siyasi konularla ilgili tartışmalarda yaygın olarak ele alınmaktadır, ancak anlamı ve uygulaması konusunda sıklıkla kafa karışıklığı yaşanmaktadır. Farklı yazarlar, siyasi hareketlere atıfta bulunurken “ideoloji” terimine farklı ve çelişkili anlamlar yüklemektedir (Lichtheim, 1965: 164). Örneğin Vincent (2006:2), ideolojinin üç farklı anlam içerdiğini belirtmektedir. Bunlardan ilki, Tracy’nin de kullandığı düşünceler biliminin ampirik yönünü ortaya koyarken, ikincisi radikalizmin entelektüel yetersizliğini belirten ve tehlikeli sayılabilecek küçük düşüren bir anlamı, üçüncüsü ise toplumu yönetme ya da idare etmeye yönelik savunulan politik doktrini ifade etmektedir. Eagleton (1996: 18) de ideolojinin anlam çeşitliliğini göstermek adına birbirinden farklı kullanımlar olduğu 16 adet tanımdan bahsetmiş ve bu tanımlamaları üç farklı açıdan değerlendirmiştir. İlk olarak bu tanımların birbirleriyle uyumlu olmadığını, “örneğin, eğer ideoloji toplumsal çıkarlar tarafından güdülenen herhangi bir inanç kümesi haline geliyorsa,

aynı zamanda, bir toplumdaki ifade biçimini ifade etmediğini” ifade eder. İkinci olarak bu tanımlamalardan bazılarının aşağılayıcı nitelik taşıırken, bazılarında bu niteliğin muğlak ya da hiç olmadığını belirtir. Son olarak ise, bu tanımlamaların bazılarının epistemolojik sorunlar taşıırken, diğer tanımların bu konuda sessiz kalabildiğini ifade eder (Eagleton, 1996: 18-19).

İdeolojiye yönelik çok farklı anlamlandırmalar ya da kullanımların içerisinde öne çıkan sınıflandırmalardan birisi de Edward Shils’in tarafından yapılmıştır. Shils bu sınıflandırmayı kavramların yapısal yoğunluk derecelerine göre gerçekleştirmiştir. Ona göre en yoğun kullanımdan başlayan bu sınıflandırma; *“ideoloji, görüş açısı, inanç Sistemi, sistem, fikir Hareketi, program”* (Shils, 1968: 66) biçimindedir ve onun sınıflandırmasında yer alan kavramlar kendi sistematikliklerinde *“anlatım kesinliği, merkezi bir ahlaki ve bilişsel eksen etrafında sistematik olarak kümelenme derecesi, geçmişin veya çağın düşünce türleriyle yakınlığı, yeni unsurlara veya çeşitliliğe kapalılık derecesi, davranışı etkilemeye çalışma derecesi, beraberinde getirdiği etki, katılanlardan istenen fikir birliği, fikrin meşruluğunun ne ölçüde otoriteye bağlandığı, inancı gerçekleştirmeyi üstüne almış bir kurumla ilişkisi”* gibi noktalarda birbirlerinden farklılaşırlar. Shils’in ifade edişiyile “ideoloji” kavramı; kesin, kapalı, yeniliğe dirençli, büyük bir duygusallıkla yayılan ve taraftarlarının tam bağlılığını gerektiren, ancak yukarıda bahsi geçen noktaları taşıması ölçüsünde bütüncül fikrîsel yapıtlardır (Eagleton, 1996: 21; Mardin, 2013: 16).

Geçtiğimiz son üç yüz yıl boyunca kültürel, ekonomik, siyasal ve toplumsal alanlarda gerçekleştirilen değişimler ve dönüşümler, yukarıda bahsi geçen farklı tanımlamaların ve anlamların ortaya çıkmasında farklı kuramsal bakış açılarının oluşmasına neden olmuştur (Erdem, 2006: 48-70). İdeolojinin anlamındaki bu değişimler, ilk kullanımı ve sonrasındaki dönemlerde kavramın kullanımlarını gerçekleştiren önemli düşünür ve tarihi isimlerin onu kavrayış, bakış açıları, yönlendirmeleri ve ele alış biçimlerindeki farklılıklar aracılığıyla ortaya çıkmıştır.

Örneğin, ideoloji kavramının felsefik tartışmalarda yaygın olarak kullanılması ve Fransa dışında kullanılmaya başlanması ideolojistler tarafından gerçekleştirilmiştir. Kavramın Fransa dışında Amerika’da tartışılır hale gelmesi Antoine Destutt de Tracy ile yazışma gerçekleştiren Thomas Jefferson aracılığıyla olmuştur. Napolyon Bonapart ideoloji kavramının gelişim süreci içerisinde farklı bir yere sahiptir. Kavramın ilk ele

alınış dönemlerinde ideolojist olarak adlandırılan grubun içerisinde “*Institut De France*” kuruluşuna Aydınlanma Felsefesinin prensiplerine uygun yeni bir eğitim sistemi oluşturma görevi verirken, sonrasında bu düşünüş biçiminden uzaklaşıp Fransız İhtilali ile yasak hale gelen dini grupların eğitim verme yasaklarını kaldırarak ideolojist akımının karşıt noktasında yer alarak düşman konumuna gelmiştir. İdeolojistler Napolyon’a göre, iyi bir toplum modeli olduğunu kabul ettikleri düşüncelerini topluma telkin etmeye çalışan ve gerçeklikten uzak hayalperestler olarak spekülasyonlarla uğraşan kişilerdir. İdeoloji kavramını mevcut siyasi otoriteye karşı felsefi bir yaklaşım olarak gören Napolyon, yalnızca politik gücün önem arz ettiğini düşünmektedir. Hatta öyle ki, ideolojistler tarafından olumlu ve övücü anlamda ele alınan ideoloji kavramı, onun için alay ve kınama konusu haline gelmiştir (Türk, 2003: 107-108; Topakkaya, 2007: 166).

19. yüzyıldan itibaren ideolojilerin toplum tarafından kabul edilmesi ve yaygın hale gelmesi; tarıma dayalı ekonomi ve onun kırsal sosyal sisteminin yerini sanayiye dayalı ekonomi, üretim araçları ve kentsel sosyal sisteme geçişin alması ve beraberindeki ideolojilerin etkisi ile toplumsal değişimlerin meydana geldiği koşullarla alakalıdır (Örs, 2009: 7). Bu koşullar, Şerif Mardin (2013: 129) tarafından üç başlık altında ele alınmıştır ve ideolojik değişimler bu koşulların yalnızca biri üzerinden değil, üçünün de etkisi üzerinden açıklanabilir. Bu koşullardan ilki, ideolojilerin hedef kitlerinde yer alan, yeterli eğitim almayan, yazılı ve basılı materyalleri okumayan insan gruplarını etkileyebilecek yeni yayım araçlarının, öğretim tekniklerinin geliştirilmesi ve aynı toplum içinde yaşayan aydın denilebilecek insanların da farklı düşüncelerin fikir adamları olarak prestij kazanıp önemli pozisyonları elde etmeleridir. İkinci koşul, 19. Yüzyılda sanayileşmenin üretim araçlarındaki ve ilişkilerindeki değişimlerin etkisinin beraberinde insanları köksüzleştirmesi, bu durumunda yeni ideolojilerin oluşmasında güçlü bir etkiye sahip olmasıdır. Üçüncüsü ise, sanayileşmenin meydana getirdiği toplumsal koşullarda fikir üreticisi haline gelen aydınların özerklik kazanmaya başlamalarıdır.

İdeoloji kavramının tarihselliği içerisinde Karl Marx önemli bir yere sahiptir ve ayrıca kavramın popüler hale gelmesini sağlayan filozoflar arasında yer almaktadır. İdeoloji kavramı, Marx’ın kavramsallaştırması ile farklı boyutlar kazanarak yeni anlamlar kazanmıştır (Atılğan, 2001: 11). Marx, ideoloji kavramını ele almaya 1844

tarıhli “El Yazmaları” adlı eseriyle başlamıştır. Marx’ın ideolojiyi nasıl ele aldığına dair en kesin verilere ulaşılabilircek eser ise kuşkusuz “*Alman İdeolojisi*”dir. Marx, Friedrich Engels ile birlikte 1845-1846 yıllarında yazdığı bu çalışmada ideoloji kavramını ilk defa detaylı bir şekilde incelemiştir. Burada, önceki eserlerinde kullandığı “ters-yüz etme” (upside-down) kavramını, ideoloji terimiyle örtüşen bir biçimde kullanmıştır (Demir, 2015:10). Marx tarafından kavram; toplumsal yapı içerisindeki iş bölümü, kolektif gruplardan oluşan sınıflar ve bu sınıflardan bazılarının iktidarlarını meşru kılıp devam ettirmesiyle (Vincent, 2006: 6) ve birbirinden farklı olarak iki anlamda ele alınmıştır. Bunlardan ilki, toplumsal gerçeğin bireyin bilincinde yansıması olarak nitelendirilebilecek ideoloji, bir üst yapı unsuru olup din, felsefe, siyaset gibi alanları içerir. Bu bağlamda kavram, liberalizm, faşizm gibi belirli düşünsel sistemlerin oluşumunu açıklamak üzere kullanılabilir. Karl Marx’ın perspektifine göre, ideolojinin ikinci önemli anlamı toplumsal gerçeğin çarpıtılmasıyla ilişkilidir. İdeolojiler, toplumsal sınıflar arasındaki ilişkilerle yakından bağlantılıdır; her sosyal sınıf, varlığını meşrulaştırmak amacıyla kendi varoluşunu sürdürebilmek için özgün bir düşünsel sistem geliştirir. Toplum içinde egemen konumda bulunan sosyal sınıfın ideolojisi genellikle muhafazakâr bir özellik arz etmektedir ve halihazırdaki üretim biçimini, normları, değerleri ve siyasal organizasyon biçimini destekleyen, muhafaza eden ve neredeyse objektif gerçeklik gibi sunan bir çerçeveye sahiptir (Örs, 2014: 15-17).

Marx’ın ideoloji kavramına yönelik belirgin etkilerinden biri, düşünce ve bilincin oluşma sürecini birey merkezli psikolojik perspektiflerden uzaklaşarak onu toplumsal düzlemde değerlendirmesi olmuştur (Bulut, 2011:189; Sancar, 2008: 11-13). Onun bu kavramsallaştırma biçimi, ideolojiyi önceki dönem kullanımlarından uzaklaştırarak olumsuz bir anlam taşıyan konuma getirmiştir. İdeoloji Marx’ın ele alış biçimiyle, farklı sınıfların çıkarlarını ifade eden düşünceleri içermekten ziyade, özellikle hâkim sınıfın çıkarlarını yansıtan fikirleri içeren bir anlamdadır (Thompson, 2013: 62). Bazı sınıfların egemenliği ele geçirip diğer sınıflar üzerinde tahakküm kurması temelinde ideolojiyi değerlendiren Marx; üretim araçlarının egemenliğini elinde bulunduran sınıfın, zihinsel üretim araçlarının da denetimini elinde bulundurduğunu, böylelikle bu iki alan arasındaki etkileşim aracılığıyla zihinsel üretim araçlarına erişimi olmayan bireylerin düşünce biçimlerinin de bu hâkim sınıfa bağımlı hale geldiğini ifade etmektedir (Sancar, 2008: 15).

İdeoloji kavramını öncüllerinden farklı bir biçimde ele alan ve önemli çalışmalar gerçekleştiren düşünürlerden biri de Antonio Gramsci'dir. İdeolojiyi, sistem içindeki ana yapıları birbirine bağlayan ve aynı zamanda farklı dönemler arasında sürekliliği sağlayan bir harç dokusu olarak (Kazancı, 2006:69) ele alan Gramsci'nin ideoloji hakkındaki görüşü, ideolojinin basitçe bir dizi inanç veya fikir değil, mevcut iktidar yapılarını sürdürmeye ve yeniden üretmeye hizmet eden karmaşık bir değerler, normlar ve sosyal uygulamalar sistemi olduğu anlayışı etrafında toplanır. Gramsci ideoloji kavramının genellikle birbirinden farklı iki anlamda kullanıldığını ifade eder. Ona göre ideoloji, bir taraftan toplumdaki her insanın yaşadığı dönemdeki kültürü ve sınıfsal konumunu oluştururken, diğer taraftan ise gerçekliğe karşı ortaya çıkan bir tepki olarak yaygın hale gelen bir alışkanlıktır (Lukacs, 1978:149). İdeoloji, üst yapıdaki bir unsur olarak ekonomik gelişmelerden etkilenirken, aynı zamanda da kendi içerisindeki çabalar ve tartışmaların sonucunda ekonomiyi etkileyebilecek güce sahip bir kavramdır. Gramsci, siyasetin toplumsal ilişkileri şekillendirebileceğine inanır ve ideolojinin, bu mücadelenin yönünü ve biçimini belirleyebileceğini düşünür. Ayrıca, ideolojinin üst yapısal süreçler aracılığıyla ekonomideki bazı gelişmeleri sınırlayabileceğini belirtir (Kazkondu ve Aydılek, 2015:13). *“Hapishane Defterleri”* eserinde ideolojiyi, *“sanatta, hukukta, ekonomik faaliyette, birey ve toplum yaşamının bütün aşamalarında en etkin olarak bulunan bir dünya görüşü”* olarak ifade eden Gramsci'ye göre bu kavram, sıradan bir üst yapı ögesi olmaktan çok daha ileri bir konumda ve toplumdaki bireylerin yaşamlarının her anında, söylem ve uygulamalarında var olan bir kavramdır (Öz, 2017: 605)

İdeolojinin statik değil, zorlamadan ziyade rıza yoluyla işleyen dinamik bir güç olduğunu savunan Gramsci'ye göre, kapitalizmde toplumların üzerinde egemenlik sadece baskı ile değil, ideolojilerin ustaca kullanılması ile hegemonya aracılığıyla da sağlanabilmektedir. Burada görev üstlenen ideolojik materyaller yönetici sınıfın egemenliğini sürdürmesine olanak sağlamaktadır. Bu materyallere örnekler; bilimsel, edebiyat ve filoloji içeren süreli ya da süresiz yayınlar olabileceği gibi; okullar, kütüphaneler, mimari eserler, sokak isimleri ve farklı biçimlerde oluşan toplumsal gruplar dahi olabilmektedir (Gramsci, 2012:66). Tüm bu bütünlük içerisinde iktidar, yalnızca hukuki ve fiziki baskı araçlarıyla değil, aynı zamanda konuşulan dilin, toplumda kabul gören ahlakın, kültürün ve sağduyunun tesis ettiği bir tahakkümle de ifade edilir. Hükümet, kitleleri düşünsel tahakküme maruz bırakarak, sadece açık

baskıyla değil, aynı zamanda toplumsal normlar ve değerler aracılığıyla da etkileyerek onları susturabilir (Vincent, 2006: 10).

Gramsci için hegemonyanın bir parçası olan ideoloji, Louis Althusser için her yeri ve her şeyi saran maddi pratiklerin ayrılmaz parçasıdır. Althusser'e göre ideoloji, toplumsal varoluş biçimlerinde kendine yer bulmuş, tüm sisteme dağılarak toplumsal pratikler ile iç içe bir haldedir. Gramsci'den etkilenen Althusser, ideolojiyi değerlendirirken daha ileri bir adım atmış ve kavram, "sivil toplumun devletleştirilmesinin" bir aracı olarak değerlendirilmiştir (Örs, 2014: 24). Onun tarafından ideoloji, bireylerin düşüncelerini ve eylemlerini şekillendiren, gerçeklik algılarını etkileyen bir fikirler ve inançlar sistemi olarak ele alınır ve birbirleriyle bağlantılı olarak 3 önemli ana tez; "*a. İdeoloji gerçekliğin bir temsili olmayıp tam tersine bireylerin gerçek varoluş koşullarıyla ilişkilerinin hayali (imgesel) bir temsilidir. b. İdeolojinin tarihi yoktur. c. İdeoloji bireyleri öznel olarak niteleyip, onları özne olarak çağırır, adlandırır.*" üzerinden kavramlaştırılır (Kazancı, 2006: 72). İdeoloji kavramı Althusser'e göre, bireylerin üretim temelinde ortaya çıkan sosyal ilişkileri ve bu bağlamda gelişen gerçek ilişkilerini hayali bir biçimde çarpıtarak temsil eden bir olgudur (Therborn, 1989:17).

Althusser, ideolojiyi zihinsel tasarımların ürünü olarak kabul ederken, bu tasarımların belirli aygıtlarda gerçekleştiğini vurgular. Devlet, onun bakış açısında, "*Devlet Aygıtı*" ve "*Devlet İktidarı*" olmak üzere iki temel unsura ayrılmaktadır. Althusser, Marksist gelenek içerisinde baskı aracı olarak tanımlanan Devlet Aygıtını da "*Devletin Baskı Aygıtı*" ve "*Devletin İdeolojik Aygıtları*" olarak ayırır. Bu ayırım, bu aygıtların işleyişlerinde öncelikle baskı ya da ideolojiyi nasıl kullandıklarına dayanır. Devletin Baskı Aygıtları, yasama, yürütme ve yargıya bağlı (*hükümet, ordu, yönetim, polis, mahkeme, hapisane gibi*) kurumları kapsarken; Devletin İdeolojik Aygıtları ise daha dağınık bir görüntüde bireylerin toplumsal düzeyde gerçekleştirdikleri ilişkileri kapsayan (*dini, öğretimsel, hukuki, siyasal, sendikal, kültürel, aile, haberleşme gibi*) unsurları barındırmaktadır. Bu aygıtların görünürde dağınık olmalarına rağmen, Althusser, onların aslında toplumdaki egemen ideolojinin çatısı altında birleştiklerini ifade eder (Güngör, 2001: 222).

Devletin ideolojik aygıtının (DİA) baskı aygıtından (DBA) farklılıkları iki temel noktada ortaya çıkmaktadır. İlk olarak, devletin birden fazla baskı aygıtına

sahiptir ancak, çok sayıda ideolojik aygıtı bulunmaktadır. Devletin aygıtsal varlığı, tek bir örnekten ibaret değildir; aksine devlet hem baskı hem de ideoloji işlevine sahip bir dizi aygıtı sahiptir. İkinci olarak ise, baskı aygıtı tamamen kamusal alanda faaliyet gösterirken, ideolojik aygıtlar özel alanda da bulunabilir. Ancak, bu özel veya kamusal alandaki bulunma durumu önemli bir ayrım taşımaz, çünkü her iki aygıt da baskı ve ideolojiyi kullanarak benzer şekilde faaliyet gösterir. Temel farklılık, bu aygıtlardan hangisinin öncelikli olarak kullanıldığına dayanmaktadır (Althusser, 2014: 34). İdeolojik uygulamalar, devletin ideolojik aygıtları olarak tanımlanan kurumlar bütünü oluşturarak aileyi, medyayı, dinsel organizasyonları ve eğitim sistemini içermektedir. Bu kurumlar, düşünceler açısından devletin propagandasını yapma işlevini üstlenirler. Devletin baskın aygıtlarına ek olarak, egemen sınıfa fiili güç sağlayacak ve onu ekonomik açıdan güçlendirecek bir dizi ideolojik aygıt bulunmaktadır (Sucu, 2012: 33). Sınıf mücadelesinin kazanılması sonucunda etkin hale getirilen ideolojik aygıtlar, aynı zamanda sınıf mücadelesinin devam ettiği bir ortam olagelmektedir. Egemenliği ele geçiren sınıfın ideolojisi, sadece iktidarın elde edilmesi nedeniyle egemen ideoloji olamaz; bunun yerine ideolojinin gerçekleştirildiği ve uygulandığı ideolojik aygıtların yerleştirilmesi gerekmektedir. Bu durum, keskin ve sürekli sınıf mücadelesinin sonucunda elde edilir. Bu mücadele, önce eski egemen sınıfa, ardından da sömürülen sınıfa karşı yürütülen bir süreçtir ve egemenliğin devamını mümkün kılar (Althusser, 2014: 75).

Marksist yazında ideolojiye farklı anlamlar verilmesinin yanı sıra farklı kullanımları da mevcuttur. Raymond Williams (1977: 55) Marksist bakış açısında ideoloji kavramının üç temel kullanımından bahseder. Bunlar;

1. *Belirli bir sosyal grup veya sınıfın özgü inanç sistemini tanımlayan,*
2. *Gerçekleri ya da bilimsel bilgiyi reddedebilecek yanlış bilinç ya da fikirler temelinde oluşan bir inanç sistemini içeren,*
3. *Fikir ve anlam üretiminin genel sürecini temsil eden kullanımlardır.*

İdeoloji kavramının çeşitli perspektiflerden incelenmesi, farklı bağlamlarda anlam kazanması ve kavramsal çerçevesinin geniş bir yelpazede değerlendirilmesi anlamında ve kullanımda farklılıkların oluşmasına sebebiyet vermiştir. Öyle ki Stuart Hall ideoloji için, toplumsal düzeyde anlamların tayin edilmesi konusunda birbirleriyle rekabet eden anlamların mücadele sonucu maddi bir güç kazanarak gerçek

etkiler ortaya koyduğunu ifade etmektedir (Sancar, 2008: 133-134). Toplum düzeyinde yaşamın ve araştırmaların ele alınış biçimlerinden biri olan ideoloji; toplumsal düzenin dönüşümünü, restorasyonunu veya reformunu amaçlayan bir siyasi programın yanı sıra, toplumsal düzenin değişimini ya da korunmasını hedefleyen her türlü siyasi çerçevede var olabilir. Bu durum, ideolojinin niteliğinin, devrimci bir yönelime, restoratif bir tutuma veya reformist bir anlayışa özgü olmaksızın, geniş bir siyasi yelpazede bulunabilmesini içermektedir. Çünkü ideoloji, toplumun içerisinde varlıklarını sürdüren grupların düzene karşı mücadeleleri için gerekli olacağı gibi, toplumun hakimiyetini elinde bulunduran gruplar için de statükolarını korumaya destek sağlayacak nitelikte olabilmektedir (Tekin, 2022: 23). Çelişkili bir biçimde ideoloji terimi, hem gerçekliği örtbas eden bir düşünce sistemi olarak işlev görebilir hem de bireyleri yeni toplumsal yapılar içinde eyleme geçirecek motivasyonlar sağlayan düşünsel öğeleri içerebilir. Bu bağlamda, ideoloji kavramı, toplumları ve bireyleri ileriye taşıyacak değişikliği gerçekleştirmeye yönelik bir ifade biçimi olarak işlev görebilen, aynı zamanda muhafazakâr bir tutum benimseyerek insanın kendi gerçekliğini kavramasını engellemeyi amaçlayan bir yanlış bilinç üretim düzeni olma potansiyeli taşır (Oskay, 1980: 199).

Her ideoloji kolektif bir dinamik olarak, bireyleri ne oldukları, neyin değerli olduğu ve mümkün olanın sınırlarını anlamaya yetenekli hale getirir. Bu süreç, bireylere katılım fırsatı sunarken aynı zamanda farkındalıklarını biçimlendirme olanağı tanır. Bu bağlamda ideoloji, belirli eylem tarzlarını sınırlayıcı ve aynı zamanda olanağa kavuşturucu bir role sahiptir. Başka bir ifadeyle, ideoloji, belirli bir toplumsal düzene itaat etmeyi teşvik ederken aynı zamanda bu düzenin öznesi olmayı mümkün kılan bir işlevi yerine getirir (Mumby, 2004: 137). İdeolojiler, insanların ve toplumların kullanımına sunulan rehber niteliğindeki kavramsal çerçeveler olarak, toplumsal ve siyasal gerçekliğin temel ilişkiler ve kurumlar üzerine nasıl inşa edildiğini, bu yapıların doğruluğunu ya da yanlışlığını, izlenmesi gereken en uygun yolun ne olduğunu içerir. Bu nedenle ideoloji; inançlar, normlar ve değerler bütünlüğü içerisinde işlev görür. Aynı zamanda ideoloji, ideal olan sosyo-politik düzen modellerini de içerir (Örs, 2014: 10). Toplumsal yapıdaki değişimlerin insanlarda uyandırdığı endişe ve geleceğe dair belirsizlik duyguları ideolojilerin diğer düşünce sisteminden ayrılan yönüyle yani, bu değişimlerin anlamlı bir şekilde açıklanmasıyla giderilir (Türk, 2003: 109-110). Çünkü, Eagleton'un da ifade ettiği gibi (1996: 192),

“İdeolojiler, toplumsal çelişkilerin atıl yan-ürünleri değil, onları sınırlama, düzenleme ve hayali olarak çözmede verimli stratejilerdir.”. Mevcut sistemle ilgili bir dünya görüşü sunan ideolojiler, istenilen geleceğe dair bir model geliştirerek daha iyi bir toplum vizyonu ortaya koyarlar. Aynı zamanda, siyasi gelişmenin nasıl gerçekleştirileceğini ve hangi yöntemlerin benimsenmesi gerektiğini açıklarlar (Heywood, 2014: 28). En nihayetinde, ilk olarak Antoine Destutt de Tracy tarafından “düşünce bilimi” olarak tanımlanan ideoloji, yaşadığımız dönemde bireylerin ve sosyal grupların sosyo-politik tercihleri konusunda toplumsal gerçekliğin karmaşıklığını anlamaya çalıştıkları, yönlerini belirlemelerine rehberlik eden bir harita olarak anlaşılmaktadır (Örs, 2014: 13).

2.4. Türkiye’de Siyasal Düşünceler ve Kodlar

Siyasal düşüncelerin her birinin çok detaylı bir literatüre ve literatür kapsamında tartışmalara da sahip olması sebebiyle bu çalışmada ele alınan siyasal düşünceler sadece temsil ettikleri ve savundukları temel toplumsal hafıza kodları bağlamında araştırmanın amacına hizmet edecek şekilde açıklanmaya çalışılmıştır.

2.4.1. Kemalizm

Kemalizm, Türkiye Cumhuriyeti’nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk’ün fikirlerini temsil eden ve modern Türkiye’nin inşasında merkezi bir rol oynayan bir düşünce sistemidir. Bu ideoloji, Cumhuriyet’in kuruluşundan itibaren Türkiye’nin siyasal, toplumsal ve kültürel yapısının belirlenmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Kemalizm, Batılılaşma, modernleşme, laiklik ve ulusal egemenlik ilkelerine dayanarak, Osmanlı İmparatorluğu’nun çok milletli yapısından homojen bir ulus-devlet yaratmayı amaçlamıştır (Kili, 1980: 25). Kemalizm, Mondros Mütarekesi sonrasında işgallere karşı Türk Kurtuluş Savaşı sırasında başlayan bir devrimsel hareket olarak ortaya çıkmış ve kaynağını buradan almıştır. Ayrıca Osmanlı düşünce birikimi de Kemalizm’i beslemiş ve zemin oluşturmuştur. (Zürcher, 2009: 44-55). Kemal’in askerleri yahut Kemalistler söylemi batılı müttefikler tarafından Mustafa

Kemal'in başını çektiği Anadolu hareketini tanımlamak için kullanılmış ve cumhuriyet döneminde temel devrimlerin tamamlanması sonrasında yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin ideolojik zeminin hazırlamak için 1927 yılında yazılıp CHP Kurultayı'nda okunan Nutuk isimli eser sonrasında partiye yakın yazarlar tarafından pratiğe dökülen bir düşünce sistemi olmuştur. Kemalizm bir ideolojiden çok düşünsel bir fikir hareketi ve batılı revizyonist devletlere karşı bir başkaldırıdır. 20li yılların sonlarında Avrupa'da artan faşizm dalgası İtalya'nın ardından Almanya'da Nazilere iktidar kapılarını aralayacaktı. Akdeniz kuşağında artan İtalyan yayılmacılığına karşı Türkiye'nin sert ve kesin bir tavırla yönetici elitin eliyle oluşturulan Kemalist düşünce sistemi Atatürk'ün sağlığında temellenmiş ancak İnönü Dönemi'nde yaşanan 2. Dünya Savaşı sonrasında Türkiye'nin batı bloğunda yer almak istemesi ve artan SSCB saldırganlığı dolayısıyla yöneticiler hızla Kemalizm'den uzaklaşma yoluna gidecekti. ABD'nin merkezde olduğu batı bloğunun yeni kuralları ve öğretileri Türkiye'nin bağımsız hareket etme refleksi olan Kemalizm'e ket vuracaktı. 1950 seçimleri sonrasında iktidarı devreden CHP bu tarihten sonra Kemalist kodlarının dışında siyasi araçlar üretme yoluna gidecek ve 1965 seçimleri sonrasında "Ortanın Solu" sloganı ile parti, merkezi olan konumunu bir tarafa itip hızla sola kayma eğilimi gösterecekti. 1980 darbesi sonrasında Kemalizm yerine Atatürkçü Düşünce Sistemi tabiri kullanılmaya başlanacak ve kurucu ideoloji ile yüzleşme yoluna gidilecekti. İlker Aytürk bu konuda yeni bir görüşü ileri sürecektir. Post Kemalizm bu şekilde ortaya çıkacaktır (Aytürk, 2015: 36-40)

Kemalizm, laiklik, cumhuriyetçilik, milliyetçilik, halkçılık, devletçilik ve inkılapçılık olmak üzere altı temel ilkeye dayanır. Bu ilkeler, Türkiye'nin modernleşme sürecini şekillendirmiş ve toplumsal hafızada kalıcı izler bırakmıştır. Laiklik, dinin devlet işlerinden ayrılmasını savunarak, Türkiye'de seküler bir toplum yapısının inşa edilmesini sağlamıştır (Parla, 1991: 67). Cumhuriyetçilik, monarşiye karşı halkın egemenliğini savunan bir ilke olarak, Türkiye'deki siyasal yapının temelini oluşturmuştur. Milliyetçilik ise, Türklük kavramı etrafında bir ulusal kimlik inşa etmeyi amaçlamış ve bu bağlamda Osmanlı'nın çok milletli yapısından farklı olarak, tek milletli bir devlet yapısını desteklemiştir (Zürcher, 2004: 156).

Kemalizm'in toplumsal hafıza üzerindeki etkisi, özellikle Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet'in ilanı gibi tarihsel olaylar üzerinden şekillenmiştir. Bu olaylar, Türk

milletin bağımsızlık mücadelesi ve ulusal egemenliğinin sembolleri olarak toplumsal hafızada güçlü bir yer edinmiştir (Adak, 2009: 485). Kemalist ideolojinin yaratmış olduğu hafıza kodları, ulusal bayramlar, anıtlar ve resmî törenler aracılığıyla sürekli olarak yeniden üretilmektedir. Özellikle, 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı, 23 Nisan Ulusal Egemenlik, Çocuk Bayramı, 30 Ağustos Zafer Bayramı gibi milli bayramlar, Kemalist hafıza kodlarının toplumsal bellekte canlı tutulmasını sağlamaktadır. (Bora, 2003: 78). Kemalizm'in toplumsal hafızada yarattığı kodlar, Atatürk'ün kişisel liderliği ve devrimci karakteri etrafında yoğunlaşır. Atatürk, Türk toplumunun modernleşme sürecinde bir önder olarak yüceltilmiş ve bu durum, ulusal kimliğin inşasında kritik bir rol oynamıştır. Bu bağlamda, Atatürk'ün "Başöğretmen" olarak tanımlanması ve "Nutuk" gibi eserleri, Kemalist hafızanın önemli unsurları haline gelmiştir (Parla, 1992: 140). Ayrıca, Kemalist devrimlerin toplumsal hafızada yarattığı kodlar, kadın hakları, eğitim reformları ve laiklik gibi alanlarda modernleşme simgeleri olarak algılanmaktadır (Zürcher, 2004: 162).

Kemalizm, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş sürecinde merkezi bir ideoloji olarak, toplumsal hafıza üzerinde derin izler bırakmıştır. Bu ideoloji, laiklik, milliyetçilik ve modernleşme gibi unsurlar etrafında şekillenmiş ve Türkiye'nin ulusal kimliğinin inşasında temel oluşturmuştur. Kemalist hafıza kodları, milli bayramlar, eğitim müfredatı ve Atatürk'e atfedilen simgesel roller aracılığıyla toplumsal bellekte sürekli olarak yeniden üretilmekte ve Türkiye'deki ulusal kimliğin inşasında önemli bir rol oynamaya devam etmektedir (Kili, 1980: 34; Parla, 1991: 78).

2.4.2. Liberalizm

Liberalizm, bireysel özgürlükler, serbest piyasa ekonomisi, hukukun üstünlüğü ve devletin bireysel haklara müdahalesinin sınırlandırılması gibi temel ilkeleri savunan bir ideolojidir. Türkiye'de liberalizm, Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde, özellikle Tanzimat Fermanı (1839) ve Islahat Fermanı (1856) gibi reform hareketleriyle kendini göstermeye başlamış ve Cumhuriyet döneminde de etkisini sürdürmüştür (Zürcher, 2004: 123). Bu ideoloji, modern Türkiye'nin siyasi, ekonomik ve toplumsal yapısının şekillenmesinde önemli bir rol oynamış, özellikle birey hakları ve özgürlükler konusunda kalıcı toplumsal hafıza kodları yaratmıştır. Liberalizmin

Türkiye’deki etkisi, Osmanlı İmparatorluğu’nun Batılılaşma ve modernleşme çabalarıyla başlamış, bu çabalar Tanzimat ve Islahat Fermanları ile somutlaşmıştır. Bu fermanlar, Osmanlı Devleti’nde hukuk düzeninin modernleştirilmesi ve bireysel haklarının korunması amacıyla atılan önemli adımlardı (Findley, 2010: 231). Liberalizmin temel ilkeleri olan bireysel özgürlük, mülkiyet hakkı ve serbest piyasa ekonomisi, Tanzimat Dönemi’nde Osmanlı toplumu için yeni bir hukuki ve toplumsal yapı oluşturma çabasıyla paralellik göstermiştir (Mardin, 1962: 110). Cumhuriyetin kuruluşuyla birlikte, liberalizm Türkiye’de farklı bir boyut kazanmıştır. Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde kurulan yeni Cumhuriyet, liberalizm ile daha fazla bireysel özgürlük ve ekonomik kalkınmayı amaçlayan bir sistem oluşturmayı hedeflemiştir. Bu dönemde, serbest piyasa ekonomisi ve özel mülkiyet hakkı vurgulanmış, aynı zamanda bireysel haklar ve özgürlükler korunmaya çalışılmıştır (Ahmad, 1977: 89). Ancak, bu süreçte liberalizm ile devletçilik arasında bir denge arayışı olmuş ve bu da Türkiye’de liberalizmin toplumsal hafıza kodlarını karmaşıktır. Öte yandan cumhuriyetin ilk döneminde yaşanan isyanlar ve çok partili hayata geçiş denemelerinin başarısızlıkla sonuçlanması liberal fikirlerin uygulanamamasına sebebiyet vermiştir. 1929 Ekonomik buhranı sonrasında dünyayı sarsan gelişmeler Türkiye’yi de derinden etkilemiş ve bu dönemde Atatürk’ün yakınında bulunan isimlerden biri olan Fethi Okyar bizzat paşanın yönlendirmesi ile Serbest Cumhuriyet Fırkası’nı kuracaktı. Atatürk bu partinin liberal ekonomi politikaları gütmesini hedefliyor ve ismini de bundan mütevellit Serbest olarak koyacaktı. Ancak ülkenin henüz çok partili bir hayata hazır olmaması dolayısıyla üç ay sonra parti lağvedilecekti.

Liberalizmin Türkiye’de yarattığı toplumsal hafıza kodları, bireysel haklar, hukukun üstünlüğü ve ekonomik özgürlükler etrafında şekillenmiştir. Tanzimat ve Islahat Fermanları, birey haklarının korunması ve hukuki reformlar açısından toplumsal hafızada önemli yer tutmaktadır. Bu kodlar, Osmanlı’dan Cumhuriyet’e geçiş sürecinde, bireyin hak ve özgürlüklerinin devlet tarafından tanınması ve korunması çabalarının bir sembolü olarak algılanmıştır (Zürcher, 2004: 126). Cumhuriyet döneminde ise liberalizmin toplumsal hafızada yer bulduğu bir diğer önemli kod, 1950’lerde Demokrat Parti’nin iktidara gelmesiyle birlikte, Türkiye’de ekonomik liberalleşme ve çok partili demokratik sisteme geçişin sembolü olmuştur (Keyder, 1987: 156). Bu dönem, liberal politikaların ekonomik kalkınmayı

hızlandığı ve bireysel özgürlüklerin genişletildiği bir dönem olarak hatırlanır. Bu dönemde serbest piyasa ekonomisinin benimsenmesi ve devletin ekonomideki rolünün azaltılması, toplumsal hafızada liberalizmin yerleşmesini sağlamıştır (Karpas, 1975: 212). Ancak, Türkiye’de liberalizmin toplumsal hafıza kodları, yalnızca pozitif unsurlardan ibaret değildir. Liberal politikaların uygulanması sırasında yaşanan ekonomik krizler, toplumsal eşitsizliklerin artması ve bölgesel farklılıkların derinleşmesi, liberalizme yönelik eleştirilerin ve bu eleştirilerin toplumsal hafızada yer bulmasına neden olmuştur (Boratav, 2011: 78). Bu eleştiriler, liberalizmin Türkiye’deki toplumsal hafıza kodlarını karmaşık hale getirmiş ve liberalizmin bir ideoloji olarak toplumda derinlemesine yer bulmasını engellemiştir. Türkiye’de liberalizm, Osmanlı’dan Cumhuriyet’e geçiş sürecinde önemli bir ideoloji olarak şekillenmiş ve toplumsal hafızada bireysel haklar, hukukun üstünlüğü ve ekonomik özgürlükler etrafında kalıcı kodlar oluşturmuştur. Ancak, bu ideolojinin uygulanması sırasında karşılaşılan zorluklar ve eleştiriler, liberalizmin toplumsal hafıza üzerindeki etkisini karmaşık bir hale getirmiştir. Liberalizmin Türkiye’deki toplumsal hafıza kodları, bir yandan bireysel haklar ve özgürlüklerin savunulmasını sembolize ederken, diğer yandan ekonomik ve sosyal alanda yaşanan zorlukların bir yansıması olarak toplumsal bellekte yer almaktadır (Ahmad, 1977:93; Keyder, 1987: 162).

2.4.3. Muhafazakârlık

Muhafazakârlık, toplumsal düzenin korunması, geleneksel değerlerin sürdürülmesi ve ani değişimlere karşı temkinli olunması gerektiğini savunan bir ideolojidir. Türkiye’de muhafazakârlık, Osmanlı İmparatorluğu’nun son dönemlerinde gelişen modernleşme çabalarına tepki olarak ortaya çıkmış, Cumhuriyet dönemi boyunca da farklı biçimlerde varlığını sürdürmüştür. Bu ideoloji, özellikle dini ve kültürel değerlere bağlılık, aile yapısının korunması ve geleneksel yaşam biçimlerinin devamı gibi unsurlarla toplumsal hafıza kodları yaratmıştır (Mardin, 1973:166). Muhafazakârlık, toplumsal düzenin korunmasını, geçmişten gelen geleneklerin sürdürülmesini ve değişimin kademeli olmasını savunan bir ideolojidir. Türkiye’de muhafazakârlık, İslam’ın ve Osmanlı mirasının korunmasını, bu değerlerin modern dünyada da varlığını sürdürmesini amaçlar. Bu bağlamda, muhafazakârlık, Batı’dan

gelen modernleşme ve sekülerleşme dalgasına karşı dini ve kültürel kimliğin savunulmasını merkeze alır (Göle, 1997:72). Türkiye’de muhafazakârlığın temel ilkeleri, toplumun geleneksel yapısını koruma, dini değerleri yaşatma ve toplumsal değişimi yavaşlatma üzerine kuruludur (Karpat, 2001:89).

Cumhuriyet’in ilanıyla birlikte, Kemalist devrimler çerçevesinde gerçekleştirilen laikleşme politikaları, Türkiye’de muhafazakârlığın biçimlenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Bu süreçte, laiklik ve modernleşme hamlelerine karşı muhafazakâr tepkiler gelişmiş ve bu tepkiler, toplumsal hafızada derin izler bırakmıştır. Muhafazakârlığın Cumhuriyet döneminde şekillenmesinde, dini kimliğin korunması ve İslami değerlerin yeniden canlandırılması talepleri etkili olmuştur (Davison, 2003:146). Demokrat Parti’nin 1950’de iktidara gelmesiyle birlikte, muhafazakârlık, Türkiye’nin siyasal yaşamında daha belirgin bir hale gelmiştir. Demokrat Parti’nin politikaları, bir yandan ekonomik liberalizmi savunurken, diğer yandan muhafazakâr değerlerin korunmasını desteklemiştir. Bu dönemde muhafazakârlık, özellikle kırsal kesimde ve geleneksel toplumsal yapının hâkim olduğu bölgelerde güç kazanmıştır (Özbudun, 2011:56). Bu süreç, muhafazakâr hafıza kodlarının toplumun geniş kesimlerinde yerleşmesine ve bu kodların politik ve sosyal yaşamda etkili olmasına yol açmıştır.

Muhafazakârlığın Türkiye’de yarattığı toplumsal hafıza kodları, geleneksel değerler, dini kimlik ve aile yapısının korunması etrafında şekillenmiştir. Osmanlı İmparatorluğu’nun mirası ve İslam dini, muhafazakâr hafıza kodlarının en önemli unsurları arasında yer alır. Özellikle Osmanlı dönemine duyulan özlem, Türkiye’deki muhafazakâr söylemlerde sıkça rastlanan bir temadır (Mardin, 2006:114). Bu hafıza kodları, Cumhuriyet döneminde yaşanan laikleşme sürecine bir tepki olarak gelişmiş ve toplumun çeşitli kesimlerinde kendini göstermiştir. Muhafazakâr hafıza kodları, milli bayramlar, dini ritüeller ve toplumsal törenler aracılığıyla toplumsal bellekte sürekli olarak yeniden üretilir. Ramazan ayı ve Kurban Bayramı gibi dini bayramlar, muhafazakâr değerlerin toplumsal yaşamda yeniden üretildiği önemli dönemlerdir. Bu bayramlar, sadece dini ibadetlerin yapıldığı zamanlar olarak değil, aynı zamanda toplumsal dayanışmanın ve geleneklerin canlı tutulduğu dönemler olarak toplumsal hafızada güçlü bir yer tutar (Göle, 1997:79). Sonuç olarak Türkiye’de muhafazakârlık, Osmanlı’dan Cumhuriyet’e geçiş sürecinde modernleşme ve laikleşme hareketlerine

karşı bir tepki olarak gelişmiş, geleneksel değerlerin ve dini kimliğin korunmasını savunan bir ideoloji olarak toplumsal hafıza üzerinde derin izler bırakmıştır. Muhafazakâr hafıza kodları, özellikle dini değerler ve geleneksel yaşam biçimleri etrafında şekillenmiş ve toplumun geniş kesimlerinde köklü bir yer edinmiştir. Bu kodlar, milli bayramlar, dini ritüeller ve toplumsal törenler aracılığıyla sürekli olarak yeniden üretilmekte ve Türkiye'deki toplumsal hafızanın önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Mardin, 1973:170; Göle, 1997:84).

2.4.4. İslamcılık

Türkiye'de İslamcılık düşüncesi, II. Abdülhamid Dönemi'nde siyasal bir söylem olarak geliştirilmiş ve imparatorluğun asli unsurları olan Müslümanları önceleme siyasetinin bir ürünüdür. Tanzimat Dönemi paşaları ve devlet adamlarının aşırı batıcı ve kültürel peşin hükümlerinin aksine Yeni Osmanlı Hareketi Kanun-i Kadim'e dönülürse çözülmenin son bulacağını ve devletin yeniden şahlanacağını düşünüyorlardı. Yeni Osmanlı Hareketi'nin önde gelen temsilcilerine göre İslam'ın ilk dönemi tipik bir cumhuriyet dönemi değildi. Cevabı dışarıda aramak anlamsız ve beyhude bir hareketti. Ayrıca İslami hareket Batı'ya karşı bir reaksiyon modernleşme çabalarının bir parçası olarak gelişmiştir (Mardin, 2006: 85). İslamcılık, Tanzimat ve Islahat hareketleriyle başlayan Batılılaşma sürecine bir tepki olarak doğmuş, özellikle II. Meşrutiyet döneminde daha belirgin bir ideoloji haline gelmiştir (Karpas, 2001: 130). II. Abdülhamid Dönemi'nde Kahire'de bulunduğu dönemde Yusuf Akçura tarafından kaleme alınan *Üç Tarz-ı Siyaset* isimli çalışmada Akçura; Osmanlıcılık ve İslamcılığın iflas edeceğini ve geriye Türkçülük akımının kalacağını ön görmüştür (Akçura, 1976: 34.) Akçura'dan 14 yıl sonra Ziya Gökalp, *Türkleşmek İslamlaşmak Muasırlaşmak* derken hala İslami unsurlar ile Türkleri bir arada olması gereken bütünün bir parçaları olarak düşünüyordu. (Gökalp, 2010: 62-63.) Osmanlı'dan Cumhuriyet'e geçiş sürecinde İslamcı düşünce, salt bir dini hareket olmanın ötesine geçerek, modernleşme ve ulus-devlet inşası süreçlerinde varlık göstermiştir (Göle, 1997: 45). Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte Türkiye'de laik politikalarının güçlenmesi, İslamcı düşüncenin geri planda kalmasına yol açmış; özellikle Tek Parti dönemi boyunca İslamcılık, resmî ideoloji karşısında marjinalleşmiştir. Ancak, 1950'lerden itibaren Demokrat Parti'nin iktidara gelmesiyle İslamcı fikirler yeniden kamusal alanda görünürlük kazanmış ve bu süreç, İslamcılığın Türkiye'deki toplumsal hafıza

kodlarının yeniden şekillenmesine zemin hazırlamıştır (Ahmad, 1993: 250). Türkiye’deki İslamcılığın toplumsal hafıza kodları, Osmanlı’nın İslamcı modernleşme projeleri ve Cumhuriyet dönemindeki sekülerleşme süreçleriyle şekillenmiştir. İslamcılık, Osmanlı döneminde hilafetin korunması ve İslami değerlerin Batı karşısında savunulması fikrine dayanırken, Cumhuriyet dönemi İslamcılığı daha çok kimlik arayışı ve toplumsal meşruiyet kazanma gayretleri çerçevesinde evrilmiştir (Keyder, 1987: 110). Toplumsal hafıza, İslamcı düşüncenin muhafazakâr bir çizgide yeniden yorumlanmasıyla birlikte daha geniş bir kültürel kod haline gelmiştir. Örneğin, Osmanlı’nın İslami mirası, Cumhuriyet dönemi boyunca halkın belli kesimleri tarafından bir direniş aracı olarak algılanmış ve İslamcılık, seküler devlete karşı bir karşıt hafıza oluşturmuştur (Göle, 1997: 67). Bu hafıza, özellikle 1980’li yıllarda Turgut Özal’ın ANAP hükümetleri döneminde İslami söylemin yeniden güçlenmesiyle birlikte daha belirgin hale gelmiştir (Heper, 1992: 38). İslamcılığın toplumsal hafızadaki yeri, aynı zamanda 1990’lar ve sonrasındaki Refah Partisi ve AK Parti iktidarlarıyla birlikte yeni bir kimlik ve güç kazanmıştır. Özellikle 28 Şubat süreci ve sonrasında İslamcılık, Türkiye’de toplumsal hafızada bir mağduriyet ve direniş unsuru olarak hatırlanır hale gelmiştir (Çakır, 2000: 115). Bu durum, İslamcılığın modern Türkiye’nin toplumsal hafızasında kimlik ve aidiyet kavramları üzerinden derin bir yer edindiğini göstermektedir. Türkiye’de İslamcılığın toplumsal hafıza kodları, ülkenin kimliğini şekillendiren tarihsel, kültürel ve siyasi anlatılarla derinden iç içe geçmiştir. Bu kodlar, özellikle 2002 yılında iktidara gelen Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) bağlamında, İslami değerler, ulusal kimlik ve sosyo-politik manzara arasındaki karmaşık etkileşimi yansıtmaktadır. Türkiye’de İslamcılığın toplumsal hafıza kodlarının önemli bir yönü, İslami kimliğin modern bir bağlamda yeniden yorumlanmasıdır. AK Parti, katı seküler bir ulusal kimlikten modernite çerçevesinde İslami değerleri kucaklayan bir kimliğe geçişi kolaylaştırmıştır. Bu melez kimlik, Batı idealleriyle bağları korurken Türkiye’nin Orta Doğu mirasının daha fazla ifade edilmesine olanak tanımaktadır. AK Parti’nin politikaları, İslami ilkeleri sosyo-politik dokuya entegre eden hem demokratik hem de İslami bir yönetim biçimini vurgulayan bir anlatıyı teşvik etmiştir. Bu yaklaşım, özellikle sosyal ve kültürel alanların düzenlenmesinde muhafazakâr İslami değerlerle sık sık kesişen neoliberal bir ekonomik gündemle karakterize edilmiştir (Acar ve Altunok, 2013). Dahası, AK Parti iktidarı dini öğretileri vurgulayan eğitim reformları yoluyla çocukların ve gençlerin

sosyalleşmesini önemli ölçüde etkilemiştir. Diyanet İşleri Başkanlığı, hükümetin daha geniş sosyal hedefleriyle uyumlu bir İslamlaştırma gündemini teşvik etmek için devlet kaynaklarını kullanarak bu süreçte çok önemli bir rol oynamıştır. Bu girişim, genç nesle İslami değerleri aşlamak ve böylece gelecekteki toplumsal normları ve beklentileri şekillendirmek için bilinçli bir çabayı yansıtmaktadır.

İslamcılıkta kadınların rollerini çevreleyen söylem, toplumsal hafıza kodlarının da altını çizmektedir. Türkiye'deki İslami basın, kadınların kimliklerini İslami değerlerle ilişkili olarak yeniden tanımlamaya aktif bir şekilde çalışmış ve onları genellikle laikliğe ve Batı kültürel etkilerine karşı direnişin merkezi figürleri olarak konumlandırmıştır. Bu anlatı, kadınların rollerinin genellikle aile ve geleneksel değerler bağlamında çerçevelendiği hem siyasi hem de sosyal alanların temelini oluşturan ataerkil yapılar tarafından daha da güçlendirilmektedir. Bu tür temsiller, AK Parti'nin ideolojik duruşuyla uyumlu belirli bir İslam yorumunu değerli kılan kolektif bir hafızaya katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, Osmanlı İmparatorluğu'nun tarihsel mirası da Türkiye'de çağdaş İslami kimliğin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Osmanlı geçmişine duyulan nostalji, AK Parti tarafından ulusal gurur ve kültürel süreklilik duygusunu beslemek için benimsenmiştir ve bu duygu genellikle yeni-Osmanlılık merceğinden ifade edilmektedir. Bu kültürel canlanma sadece İslami değerlerin pekiştirilmesine hizmet etmekle kalmıyor, aynı zamanda Türkiye'yi daha geniş Müslüman dünyasında kilit bir oyuncu olarak konumlandırıyor ve böylece jeopolitik önemini artırıyor. Türkiye'de İslamcılık, tarihsel bir süreklilik gösteren ve toplumsal hafızanın önemli bir parçası haline gelen bir ideolojik akım olarak karşımıza çıkmaktadır. Osmanlı'dan Cumhuriyet'e geçiş sürecinde başlayan bu akım, Cumhuriyet'in ilk yıllarında marjinalleşse de 1950'lerden itibaren yeniden güç kazanmış ve 1980'ler sonrası dönemde toplumsal hafıza üzerinde önemli bir etki bırakmıştır. İslamcılığın Türkiye'deki toplumsal hafıza kodları, hem geçmişin İslami mirasına dayanan bir kimlik arayışını hem de modernleşme süreçlerine karşı gelişen bir reaksiyonu yansıtmaktadır.

Özetle, Türkiye'de İslamcılığın toplumsal hafıza kodları, İslami değerlerin çağdaş bir çerçeveye uyacak şekilde yeniden yorumlandığı, modernite ve geleneğin karmaşık bir etkileşimi ile karakterize edilmektedir. AK Parti'nin politikaları bu

dönüşümü kolaylaştırmış, laiklik ve küreselleşmenin getirdiği zorlukları aşarken İslami ilkeleri ulusal kimliğe entegre eden bir anlatıyı teşvik etmiştir.

2.4.5. Marksizm ve Sosyalizm

Marksizm ve Sosyalizm, 19. yüzyılda Karl Marx ve Friedrich Engels tarafından geliştirilen, toplumsal sınıf mücadelesi ve ekonomik eşitsizliklerin giderilmesi üzerine kurulu ideolojilerdir. Bu ideolojiler, özellikle sanayileşmenin hız kazandığı ve işçi sınıfının büyüdüğü toplumlarda, ekonomik adalet ve toplumsal eşitlik talepleriyle yükselmiştir. Türkiye’de Marksizm ve Sosyalizm, 20. yüzyılın başlarından itibaren özellikle işçi hareketleri ve sol siyasi hareketler aracılığıyla etkili olmuş ve bu bağlamda toplumsal hafızada kalıcı izler bırakmıştır (Ahmad, 1977:54). Marksizm, tarihsel materyalizm ilkesine dayanır ve toplumsal değişimin ekonomik yapılar tarafından belirlendiğini savunur. Marx’a göre, toplumlar sınıf çatışmaları sonucu gelişir ve bu çatışmaların nihai sonucu, proletaryanın burjuvaziye karşı zaferi ve sınıfsız bir toplumun kurulmasıdır. Sosyalizm ise, üretim araçlarının toplumsal mülkiyetini ve ekonomik eşitliğin sağlanmasını hedefler. Bu bağlamda sosyalizm, kapitalist üretim ilişkilerinin ortadan kaldırılması ve emekçilerin özgürleştirilmesi gerektiğini savunur. Türkiye’de Marksizm ve Sosyalizm, Osmanlı İmparatorluğu’nun son dönemlerinde entelektüel çevrelerde tartışılmaya başlanmış, ancak asıl etkisini Cumhuriyet döneminde göstermiştir. 1920’lerde, Türkiye Komünist Partisi’nin (TKP) kurulmasıyla Marksist düşünce örgütlü bir yapı kazanmıştır. Ancak, tek parti dönemi boyunca TKP’nin faaliyetleri sert bir şekilde bastırılmış ve Marksist ideolojinin yayılması engellenmiştir (Boratav, 1980:102). 1950’lerden itibaren, Türkiye’de çok partili hayata geçiş ve Demokrat Parti’nin iktidarıyla birlikte, Marksizm ve Sosyalizm, işçi hareketleri ve sol düşünce çevrelerinde yeniden canlanmıştır. 1960’lar ve 1970’ler, Türkiye’de Marksist ve sosyalist düşüncenin en güçlü olduğu dönemlerdir. Bu dönemde, Türkiye İşçi Partisi (TİP) gibi sol partiler, işçi hakları, toprak reformu ve sosyal adalet talepleri etrafında geniş kitlelere hitap etmiş ve toplumsal hafızada kalıcı izler bırakmıştır (Ahmad, 1993:112). Marksizm ve Sosyalizm, Türkiye’de toplumsal hafızada işçi sınıfı mücadelesi, emek hareketleri ve toplumsal adalet talepleriyle yer bulmuştur. Özellikle 1970’lerde, işçi sendikalarının güçlenmesi ve toplumsal

hareketlerin yaygınlaşması, Marksist ve sosyalist ideolojilerin toplumsal bellekte derin izler bırakmasına neden olmuştur (Boratav, 1980:118). 1 Mayıs İşçi Bayramı'nın Türkiye'deki kutlamaları, bu hafıza kodlarının en belirgin örneklerinden biridir. Bu bayram, işçi sınıfının hak arayışlarını ve emek mücadelesini simgeleyen önemli bir tarih olarak toplumsal hafızada yer almıştır (Koçak, 2013:53). Türkiye'deki 1980 askeri darbesi, sol hareketlere ve Marksist-sosyalist düşünceye ağır darbeler vurmuş, birçok sol örgüt kapatılmış ve liderleri tutuklanmıştır. Bu süreç, Marksist ve sosyalist hafıza kodlarının toplumsal bellekte zayıflamasına yol açmıştır. Ancak, bu ideolojiler, özellikle entelektüel çevrelerde ve bazı sol partilerde varlığını sürdürmüş, 1980 sonrası dönemde yeniden toparlanma çabalarıyla toplumsal hafızada yer edinmeye devam etmiştir (Bora, 2002:64).

Türkiye'de Marksizm ve Sosyalizm, 20. yüzyıl boyunca işçi sınıfı mücadelesi ve sosyal adalet talepleri etrafında şekillenmiş, bu ideolojilerin toplumsal hafıza üzerindeki etkileri, işçi hareketleri, toplumsal direnişler ve 1 Mayıs İşçi Bayramı gibi simgelerle toplumsal bellekte kalıcı izler bırakmıştır. 1980 askeri darbesi sonrası dönemde, Marksizm ve Sosyalizm'in toplumsal hafızadaki etkisi zayıflamış olsa da, bu ideolojiler hala belirli çevrelerde ve tarihsel hafızada önemli bir yer tutmaktadır (Ahmad, 1977:119; Koçak, 2013:58).

2.4.6. Milliyetçilik

Milliyetçi ideoloji, Türkiye'de modern devletin inşasında ve toplumsal kimliğin şekillenmesinde kritik bir rol oynamıştır. Bu ideoloji, Türk milletinin tarihsel kökenlerine, kültürel değerlerine ve kolektif hafızasına sıkı sıkıya bağlıdır. Milliyetçiliğin Türkiye'deki kökenleri, Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde ortaya çıkan Batılılaşma hareketleri ve bu süreçte yaşanan kimlik bunalımlarıyla şekillenmiştir. Cumhuriyetin kuruluşuyla birlikte, milliyetçilik, ulusal birliğin ve modernleşmenin temel taşı olarak kabul edilmiştir (Bora, 2003:45; Zürcher, 2004:156). Türkiye'de milliyetçi ideoloji, birkaç temel unsura dayanır. Öncelikle, Türklük kavramı, bu ideolojinin merkezinde yer alır. Türklük, etnik bir kimlikten ziyade, ortak bir dil, kültür ve tarih anlayışı üzerine inşa edilmiştir. Bu bağlamda, milliyetçi ideoloji, Osmanlı İmparatorluğu'nun çok etnikli yapısına karşı homojen bir

ulus-devlet inşasını savunmuştur (Köker, 1995:89). Ziya Gökalp gibi düşünürlerin bu süreçteki etkisi büyüktür. Gökalp, "Türk Milleti" kavramını, ortak bir dil, din, ve tarih bilinci üzerine inşa etmiş ve bu unsurların modern Türk ulusunun temelini oluşturduğunu savunmuştur (Gökalp, 2018:67). Bir diğer önemli unsur ise, vatan kavramıdır. Türkiye’de milliyetçilik, toprağa sıkı sıkıya bağlıdır ve vatan, milli kimliğin ve bağımsızlığın simgesi olarak görülür (Parla, 2009:104). Bu bağlamda, Türkiye’nin fiziki sınırları, aynı zamanda milliyetçi ideolojinin sembolik sınırlarını da temsil eder. Bu sınırlar, milliyetçi anlatıda, şehit kanıyla sulanmış kutsal topraklar olarak idealize edilir (Özkırımlı, 2010:128). Toplumsal hafıza, milliyetçi ideolojinin bir diğer önemli bileşenidir. Türkiye’de milliyetçilik, kolektif hafızaya dayanarak, geçmişle güçlü bir bağ kurar ve bu bağ, milli kimliğin yeniden üretiminde kullanılır. Özellikle, Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyetin kuruluşu, milliyetçi hafızanın merkezinde yer alır. Bu olaylar, milli kimliğin ve bağımsızlık mücadelesinin sembelleri olarak, milliyetçi ideolojinin sürekli olarak hatırlattığı ve yeniden ürettiği kodlar arasında yer alır (Adak, 2009:485). Bu toplumsal hafıza, eğitim sistemi, resmi törenler, anıtlar ve edebiyat gibi çeşitli yollarla canlı tutulur. Örneğin, 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı veya 19 Mayıs Atatürk’ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı gibi milli bayramlar, toplumsal hafızanın ve milliyetçi ideolojinin sürekli yeniden üretildiği alanlardır (Brockett, 2011:132). Bu bayramlar, sadece tarihi anma törenleri olarak değil, aynı zamanda milli birlik ve beraberliğin vurgulandığı, milliyetçi ideolojinin ritüelistik olarak yeniden üretildiği zamanlar olarak işlev görür (Parla, 2009:110).

Türkiye’de milliyetçi ideoloji, hem modern ulus-devletin inşasında hem de toplumsal kimliğin şekillenmesinde hayati bir rol oynamıştır. Bu ideoloji, Türklük, vatan ve toplumsal hafıza gibi unsurlar etrafında şekillenmiş ve bu unsurlar, milli kimliğin ve ideolojik yapının temel taşlarını oluşturmuştur. Milliyetçilik, Türkiye’deki toplumsal hafızayı yönlendiren, şekillendiren ve yeniden üreten bir ideoloji olarak, ulusal kimliğin inşasında ve sürdürülmesinde merkezi bir konumda kalmaya devam etmektedir (Erdoğan, 2001:58; Yavuz, 2003:147).

2.4.7. Feminizm

Feminizm, toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama, kadına yönelik her türlü ayrımcılığı ortadan kaldırma ve kadınların sosyal, ekonomik ve siyasi alandaki haklarını güvence altına alma amacını güder. Feminizm, patriyarkal yapıların çözülmesi gerektiğini savunur ve kadınların hem özel hem de kamusal alanda eşit hak ve özgürlüklere sahip olmasını talep eder (Butler, 1990:24). Bu ideoloji, toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden tanımlanmasını ve kadının toplumdaki yerinin yeniden şekillendirilmesini amaçlar (Watkins, 2000:10).

Feminizm, toplumsal cinsiyet eşitliğini savunan, kadın haklarını ve cinsiyet temelli ayrımcılıkla mücadeleyi merkezine alan bir ideolojidir. 19. Yüzyılda Avrupa başta olmak üzere batı dünyasında hızla gelişme gösteren feminizm özellikle Aydınlanma Dönemi sonrasında kadınların da eğitim hayatında yer almasıyla birlikte eşitlik temelinde yeni bir söylem olarak ortaya çıkmıştır. I. ve II. Dünya Savaşlarının ardından erkeklerin cephelerde verdiği mücadelenin cephe gerisinde üretimde ve ülke kalkınmasında kadınların hızla istihdam edilmeleri savaş sonrası dönemde kadın hakları mevzusunu gündeme getirecekti. Türkiye’de ise feminist miras Tanzimat ve Meşrutiyet dönemlerinin birikimi olarak evvela gayri müslim Osmanlı azınlıkları arasında tartışma konusu haline gelecekti. Bu konuda ilk büyük adımlar süreli yayınlar vasıtasıyla yapılacaktı (Kanner 2020: 43-46). Bu ilk hareketler sonrasında Müslüman kadınlar arasında da benzer hareketler filizlenecektir. Yönetim erkinin merkezi olan İstanbul’da Paşa konaklarında özel eğitim alan kız çocukları arasında bu fikir akımına meyli olan kişiler yetişecekti. Örneğin Ahmet Cevdet Paşa’nın kızı Fatma Aliye Hanım (50 Türk lirasının arka yüzünde yer alan kadın) bu konuda öncüler arasında yer almaktadır. II. Meşrutiyet Dönemi kadın hakları konusunda önemli bir dönem olacaktır. 31 Mart Vakası olarak tarihe geçen Derviş Vahdeti ve yoldaşlarının başlattığı gerici isyan hareketinin dayanak noktalarından ön önemlileri; kadınların eğitim-öğretim alabilecekleri modern okullara karşı çıkılması ve kadınların çağdaş giyimine duyulan İslami bir tepkiydi. Bu dönemde Darülfünunda kadınlara has bölümlerin açılması ve kadınlar arasında artan diyalog Nezihe Muhiddin gibi Cumhuriyet dönemine de damgasını vuracak kadın hak savunucularının yetişmesine katkı sağlayacaktı. Hatta Kadınlar Halk Fırkası denemesi de bu konuda önemli bir

adım olacaktı. Bu sayede Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde başlayan kadın hareketleri, Cumhuriyet dönemiyle birlikte daha kurumsal bir kimlik kazanmış ve kadınların kamusal alanda daha görünür olmasını sağlamıştır (Tekeli, 1998:195). Türkiye'de feminizmin toplumsal hafıza kodları, ülkedeki kadın hareketlerini şekillendiren tarihsel, siyasi ve kültürel bağlamlarla derinden iç içe geçmiştir (Ayata & Tütüncü, 2008).

Yukarıda değindiğimiz üzere Türkiye'de feminizm, Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde, özellikle Tanzimat reformları sonrasında kadınların eğitim, çalışma ve sosyal haklar için verdikleri mücadelelerle ortaya çıkmıştır. İlk Türk feministleri, kadınların eğitimi, çalışma hakkı ve kamusal alanda yer alma talepleriyle öne çıkmışlardır (Zihnioğlu, 2003:54). Cumhuriyet'in kuruluşuyla birlikte Atatürk devrimleri çerçevesinde kadınlara seçme ve seçilme hakkının verilmesi, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması yönünde atılmış önemli adımlardan biri olarak kabul edilir (Arat, 1994:105). 1960'lar ve 1970'lerde dünya genelinde yükselen ikinci dalga feminizm, Türkiye'yi de etkisi altına almış ve kadın hareketleri yeniden canlanmıştır. Bu dönemde, kadınların sosyal, ekonomik ve siyasi hakları için verdikleri mücadeleler, Türkiye'deki feminist hareketin temellerini oluşturmuştur (Tekeli, 1986:20). 1970'ler, Türkiye'de sol feminizm için önemli bir dönem olmuş, İlerici Kadınlar Derneği (İKD) gibi hem yerel hem de uluslararası feminist aktivizm yapan örgütlerin kurulmasıyla karakterize edilmiştir (Çınar, 2023). Bu dönemin sol feminist söylemi, kadınlar arasındaki dayanışmayı vurgulamış ve Türk toplumuna nüfuz eden ataerkil yapıları eleştirmiştir. 1980'ler sonrası ise feminist hareket daha da güçlenmiş ve kadın hakları konusundaki talepler daha geniş bir yankı bulmuştur. Bu dönemde kadın sığınma evleri, kadın dernekleri ve çeşitli feminist yayınlar aracılığıyla feminizm, Türkiye'deki toplumsal yaşamda daha görünür hale gelmiştir (Sirman, 1989:50). Ayrıca, 2013'teki Gezi Parkı protestoları feminist aktivizmin yeniden canlanmasına yol açmış ve İslami feminizm içinde kadınlar, etnik azınlıklar ve LGBTIQ topluluğu gibi ötekileştirilmiş grupların karşılaştığı benzersiz zorlukları ele almaya çalışan kesişimsel söylemlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Dorroll, 2016).

Günümüz Türkiye'sinde feminizmin manzarası, seküler ve İslami feminist hareketler arasındaki ikilemle belirginleşmektedir. Seküler feministler, genellikle

ataerkil normlara meydan okuyan girişimci faaliyetlerde bulunurken, İslami feministler, inançları ve feminizmleri arasında gezinerek İslami bir çerçevede kadın haklarını savunmaktadır (Özkazanç-Pan, 2015). Bu ikilik, Türkiye’deki daha geniş sosyo-politik dinamikleri, özellikle de bir yandan anti-feminist söylemler kullanırken bir yandan da kadın seçmenlere hitap etmek için feminist dili benimseyen Adalet ve Kalkınma Partisi’nin (AK Parti) yükselişini yansıtmaktadır (Hülagü, 2021). AK Parti’nin politikaları, neoliberal ve neo-muhafazakâr feminizmlerin karmaşık bir etkileşimine yol açmış; devlet, genellikle gerçek toplumsal cinsiyet eşitliği pahasına siyasi gündemiyle uyumlu belirli kadınlık anlatılarını teşvik etmiştir (Yarar, 2020). Dahası, dijital çağ Türkiye’deki feminist aktivizmi dönüştürmüş, sosyal medya toplumsal cinsiyete dayalı şiddet ve kadın cinayetlerine karşı seferberlik ve savunuculuk için önemli bir platform haline gelmiştir (Dinçer, 2023). Ancak, dijital alanlar üzerinde artan devlet kontrolü, bu hareketler için önemli zorluklar yaratmakta ve değişimi etkileme yeteneklerini sınırlamaktadır (Dinçer, 2023). Türkiye’de 19. yüzyılın sonlarından itibaren ortaya çıkan feminist çeviri pratikleri de feminist bilincin şekillenmesinde kritik bir rol oynamakta, feminist fikirlerin ve edebiyatın yayılmasını kolaylaştırmaktadır (Demirel & Tarakçıoğlu, 2019).

Feminizm, Türkiye’de toplumsal hafızada kadın hakları mücadelesi, toplumsal cinsiyet eşitliği ve patriyarkal yapılarla mücadele temaları etrafında şekillenmiştir. Osmanlı döneminden itibaren kadınların eğitim, çalışma ve sosyal haklar için verdikleri mücadeleler, Cumhuriyet dönemi boyunca süregelen feminist hareketin temel hafıza kodlarını oluşturmuştur (Zihnioğlu, 2003:78). 1980 sonrası dönemde Türkiye’de feminizmin hafıza kodları daha da belirginleşmiştir. Kadın sığınma evlerinin kurulması, kadına yönelik şiddetle mücadele ve kadın hakları üzerine yapılan kampanyalar bu hafıza kodlarının toplumsal bellekte yer bulmasına neden olmuştur (Tekeli, 1995:38). Ayrıca, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü gibi sembolik tarihler, feminizmin toplumsal hafızada yer eden önemli unsurlarından biridir. Bu tür tarihler, kadınların mücadelesini ve toplumsal cinsiyet eşitliği taleplerini simgeleyen önemli hafıza kodları olarak toplumsal bellekte kalıcı hale gelmiştir (Arat, 1994:118).

Özetle, Türkiye’de feminizmin toplumsal hafıza kodları, tarihsel etkilerin, farklı feminist ideolojilerin ve ataerkil yapılara karşı süregelen mücadelelerin zengin bir dokusuyla karakterize edilmektedir. Feminizm, Osmanlı’dan Cumhuriyet’e geçiş

sürecinde başlayan ve 20. yüzyıl boyunca gelişen bir ideoloji olarak toplumsal hafıza üzerinde kalıcı izler bırakmıştır. Seküler ve İslami feminizm arasındaki etkileşim, devlet politikalarının etkisi ve dijital aktivizmin yükselişi, bugün Türkiye’de feminizmin karmaşık manzarasına katkıda bulunmaktadır (Tekeli, 1995:41; Zihnioğlu, 2003:89).

2.4.8. Diğer Düşünceler (Çevrecilik, Korporatizm, Etnisite ve Mültikültürelilik)

Türkiye’de farklı ideolojiler, toplumsal hafızanın şekillenmesinde ve kolektif kimliğin inşasında önemli roller oynamıştır. Bu bağlamda, çevrecilik, korporatizm, etnisite ve mültikültürelilik gibi ideolojiler, toplumsal dinamikler içinde yer bulmuş ve belirli toplumsal hafıza kodları yaratmıştır. Bu kodlar, Türkiye’nin siyasi ve toplumsal yapısının evrimine katkıda bulunmuş, farklı dönemlerde farklı anlamlar kazanarak toplumsal bellekte kalıcı izler bırakmıştır. Çevrecilik, doğanın korunması, sürdürülebilirlik ve ekolojik dengeyi savunan bir ideolojidir. Türkiye’de çevrecilik, özellikle 1980’lerden itibaren küresel çevre hareketlerinin etkisiyle gelişmiş ve çeşitli toplumsal hareketler aracılığıyla toplumda yer edinmiştir (Atasoy, 2004:73). Bu dönemde, çevre sorunlarının artması ve çevresel yıkımların geniş bir kesim tarafından fark edilmesi, çevrecilik ideolojisinin toplumsal hafızada önemli bir yer edinmesine yol açmıştır. Çevreciliğin Türkiye’deki toplumsal hafıza kodları, özellikle su kaynaklarının kirlenmesi, ormanların tahribi ve kentleşme sürecinde yaşanan doğa tahribatı gibi konular etrafında şekillenmiştir. 1990’lı yıllarda Bergama’daki altın madeni protestoları, çevreci hareketin Türkiye’deki en önemli dönüm noktalarından biri olarak toplumsal hafızada yer etmiştir (Özen & Özen, 2009:125). Bu protestolar, çevresel adalet ve yerel halkın haklarının korunması talepleriyle çevrecilik ideolojisinin toplumsal bellekte derin izler bırakmasına yol açmıştır.

Korporatizm, devletin, işçi ve işveren temsilcilerini bir araya getirerek sosyal ve ekonomik politikaları belirlemesi gerektiğini savunan bir ideolojidir (Schmitter, 1974:94). Türkiye’de korporatizm, özellikle 1930’lu ve 1940’lı yıllarda, devletin ekonomik ve sosyal politikaları düzenlemesi açısından önemli bir yaklaşım olarak görülmüştür. Bu dönemde, devletçi ekonomik modelin benimsendiği süreçte, işçi

sendikaları ve işveren örgütleri aracılığıyla devletin müdahaleci rolü ön plana çıkmıştır (Keyder, 1987:101).

Korporatizmin Türkiye’de yarattığı toplumsal hafıza kodları, devletin işçi-işveren ilişkilerini düzenlemesi ve toplumsal uyumu sağlama çabaları etrafında şekillenmiştir. Devletin, işçi ve işveren kesimleri arasındaki çatışmaları yönetmek ve ekonomik kalkınmayı sağlamak amacıyla uyguladığı politikalar, korporatizmin Türkiye’deki hafıza kodları arasında yer alır (Boratav, 2003:52). Bu hafıza kodları, özellikle Cumhuriyet’in erken dönemlerinde devletin ekonomik ve sosyal politikalar üzerindeki güçlü kontrolüyle ilişkilidir.

Etnisite, bir toplumun farklı etnik grupları ve bu grupların kimliklerini tanımlayan bir kavramdır. Türkiye’de etnisite, özellikle Cumhuriyet’in kuruluş sürecinden itibaren önemli bir toplumsal dinamik olarak varlığını sürdürmüştür. Türk kimliğinin inşası sürecinde, farklı etnik grupların kimlikleri, zaman zaman baskılanmış ve bu durum, toplumsal hafıza üzerinde derin izler bırakmıştır (Barkey ve Fuller, 1998:143).

Türkiye’de etnisiteye dayalı hafıza kodları, özellikle Kürt meselesi çerçevesinde şekillenmiştir. Kürt kimliği ve bu kimliğin tanınması yönündeki talepler, Cumhuriyet’in ilk yıllarından itibaren Türkiye’de toplumsal ve siyasal çatışmalara yol açmış ve bu durum toplumsal hafızada derin izler bırakmıştır (Yavuz, 2001:34). Bu hafıza kodları, Türkiye’deki etnik kimliklerin tanınması, kültürel hakların savunulması ve toplumsal barışın sağlanması mücadelesi etrafında şekillenmiştir.

Mültikültürelilik, farklı kültürlerin bir arada yaşaması ve bu kültürlerin tanınması gerektiğini savunan bir ideolojidir (Kymlicka, 1995:67). Türkiye’de multikültürelilik, uzun bir süre boyunca resmî ideoloji tarafından görmezden gelinmiş, ancak 2000’li yıllardan itibaren küresel trendlerle uyumlu olarak daha fazla gündeme gelmiştir. Bu dönemde, özellikle Avrupa Birliği uyum sürecinde, Türkiye’deki farklı etnik ve kültürel grupların hakları üzerine tartışmalar artmıştır (Kaya, 2013:91).

Mültikültüreliliğin Türkiye’de yarattığı toplumsal hafıza kodları, farklı etnik ve kültürel grupların bir arada yaşama deneyimleri, bu grupların hakları ve kimliklerinin tanınması talepleri etrafında şekillenmiştir. Özellikle Kürtler, Aleviler, Ermeniler ve diğer azınlık gruplarının hakları konusunda yürütülen tartışmalar, multikültürel kimliğin toplumsal bellekte yer bulmasına yol açmıştır. Multikültürelilik, Türkiye’nin

çok kültürlü yapısının tanınması ve bu yapı içinde barışçıl bir şekilde bir arada yaşama arayışlarını temsil eden önemli bir hafıza kodu oluşturmuştur (Yıldız, 2009:76).

Türkiye’de çevrecilik, korporatizm, etnisite ve mültikültürelilik gibi ideolojiler, toplumsal hafızada belirgin izler bırakmış, bu ideolojilerin yarattığı toplumsal hafıza kodları, Türkiye’nin siyasi ve toplumsal yapısının evriminde önemli roller oynamıştır. Çevrecilik, doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilirlik etrafında şekillenen hafıza kodlarıyla; korporatizm, devletin sosyal ve ekonomik düzenlemeleriyle; etnisite, etnik kimliklerin tanınması ve çatışmalarla; mültikültürelilik ise, çok kültürlü bir toplum yapısının tanınması talepleriyle toplumsal bellekte yer etmiştir (Barkey ve Fuller, 1998:147; Kymlicka, 1995:72).





3. SEÇMEN ALGI VE DAVRANIŞLARINA YÖNELİK KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Seçmen kavramı ile seçmen algı ve davranışları bu bölümde ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. İlk olarak, seçmen kavramının tanımlanması ve seçmen algı ile davranışlarının genel yapısının teorik bir çerçeve oluşturmak amacıyla açıklanması hedeflenmiştir. Ardından, seçmen algı ve davranışlarını açıklamaya yönelik sosyolojik, psikolojik ve rasyonel modeller gibi temel yaklaşımlar derinlemesine irdelenmiştir; bu modellerin dışında kalan diğer teorik yaklaşımlar da değerlendirilmiştir. Son olarak, seçmen algı ve davranışlarını etkileyen faktörler kısa vadeli (araçsal) ve uzun vadeli (yapısal) olmak üzere iki ana kategoride ele alınmıştır.

3.1. Seçmen kimdir?

Demokrasi fikri, Antik Yunan'daki şehir devletlerinin ortaya çıkışıyla temellendirilmiştir. Tarihçi Herodot tarafından M.Ö. 5'inci yüzyılda ilk kullanımıyla beraber özellikle Atina'da gelişen demokrasi kavramı, doğrudan demokrasiye oldukça yakın bir sistem olarak bilinir. Bu sistemde teorik olarak her bireyin oy kullanma ve parlamentoda söz hakkı bulunmaktaydı. Ancak, bu haklar sadece özgür erkek vatandaşlara tanınmıştı; kadınlar, köleler ve o şehir devletinin yerli olmayanları (metoikos olarak bilinen yerleşik yabancılar) bu haklardan mahrum bırakılmıştı (Hüner, 2013: 185-192). Orta Çağ'da, İngiltere'de *Magna Carta Libertatum* (Büyük Özgürlük Fermanı) adı verilen belge, din adamları, lordlar ve halk adına kralın yetkilerini sınırlayarak demokrasinin gelişimine uygun koşulların oluşması adına kritik bir rol oynamıştır (Oğuzhan, 2019: 15). Avrupa'da Rönesans ve Reform hareketleri sonrası Aydınlanma düşünürlerinin gündemine gelen demokrasi kavramı 18. ve 19. yüzyıllarda, Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi ve Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi gibi belgeler üzerinden anlam kazanmış ve demokrasi yönetim biçiminin hızlı bir şekilde yayılmasına katkı sağlamıştır. Günümüzde ise temsili demokrasi, doğrudan demokrasiye kıyasla daha yaygın olarak benimsenen bir yönetim biçimidir (Güneş, 2002: 3).

Demokrasi yönetim sistemlerinde halk yönetime seçimler üzerinden seçmen olarak dahil olmakta ve bu durumda; oy verme eylemi, demokratik ilkelerin korunması, temsilin sağlanması, hesap verebilirliğin teşvik edilmesi, politika kararlarının etkilenmesi ve bir toplumda sivil katılımın teşvik edilmesi açısından büyük önem arz etmektedir. Çünkü, bireyler seçimlere katılarak temsilcilerin seçilmesine katkıda bulunur, farklı sesleri ifade eder, seçilmiş yetkilileri sorumlu tutar, kamu politikalarını şekillendirir ve demokratik sürece dahil olurlar.

Demokrasinin tarihsel süreç içerisindeki evrimi, seçmen kavramını da etkileyen değişiklikleri beraberinde getirmiştir. İlk dönem demokrasilerinde, belirli sosyal sınıflar ve bireyler için özel oy kullanma ve siyasi katılım hakları bulunmaktaydı. Bu ayrıcalıklı statüye sahip olabilmek için mülkiyet, eğitim, cinsiyet ve etnik köken gibi belirli kriterler gerekliydi (Kılınç, 2021:8). Sonraki dönemlerdeki toplumsal bilincin gelişimi, ekonomik, siyasi ve sosyal yapıdaki değişimler, siyasal katılım ve oy verme hakkının daha geniş bir kesime yayılmasına olanak tanımıştır. Bu süreçte önemli bedeller ödenmiş ve sonuç olarak kısıtlı oy kullanma sistemleri genel oy hakkı sistemlerine dönüştürülmüştür (Sezen, 2000: 28; Güneş, 2002: 7).

Genel oy hakkı ilkesi, her vatandaşın eşit şekilde oy kullanma hakkına sahip olduğu bir sistem olarak tanımlanır. Bu hak, demokrasinin başlangıç dönemlerinde olduğu gibi, ırk, mülkiyet, eğitim veya cinsiyet gibi belirli sınırlamalara değil, kısıtlanmadan yararlanma ve belli bir yaşa ulaşma gibi belirli koşullara bağlıdır. Yaşadığımız dönemde birçok ülke, kendi sosyoekonomik yapılarını göz önünde bulundurarak seçilme hakkı için farklı kriterler belirlemektedir. Klasik temsili demokrasilerde düzenli olarak yapılan seçimler, siyasi iktidarın halkın oylarıyla değişmesini sağlamak ve seçim sürecinin eşitlik ve rekabet koşullarında gerçekleşmesini temin etmek amacıyla düzenlenmelidir. Bu kriterlerin hedefi, sadece oy kullanma hakkını değil, aynı zamanda seçimlerin düzenli ve sağlıklı bir şekilde yapılmasını sağlamaktır (Güneş, 2002: 8; Taşdelen, 2015: 67-68).

Demokratik sistemlerdeki seçim süreçlerinin en önemli aktörleri, oy kullanma hakkına sahip olan, oy kullanma eylemini gerçekleştiren ve kendi çıkarlarını en iyi şekilde temsil edecek siyasi temsilcileri seçen vatandaşlardır (Özbudun, 2014: 28). Ayrıca, siyasi partilerin ve adayların iktidarda bulunmaları durumunda meşruiyetlerini

korumak ve iktidarı sürdürmek için, iktidarda olmasalar dahi iktidara gelmeleri için gereken en önemli destek vatandaşlardan aldıkları destekler ve katılımlardır. Bu bağlamda, seçmenlerin siyasal katılımı demokratik sistemin vazgeçilmez unsurlarından biri olarak kabul edilmektedir (Şener ve Çağlar, 2020: 514).

Seçmen olma yeterliliğine haiz vatandaşların ülkelerinin yönetimine katılmalarına olanak tanıyan demokrasinin temel bir uygulaması olan oy verme eylemi ile bireyler seçimlerde oy kullanarak temsilci seçiminde ve karar alma sürecinde söz sahibi olurlar. Oy verme, hükümette farklı seslerin ve bakış açılarının temsil edilmesini sağlar, seçilmiş yetkilileri eylemlerinden sorumlu tutar, politika kararlarını etkiler ve bireyleri siyasi konular hakkında bilgilenmeye ve toplumlarının geleceğini şekillendirmeye aktif olarak katılmaya motive ederek sivil katılımı teşvik eder.

3.2. Seçmen Algı ve Davranışlarının Genel Yapısı

Davranış, insan yaşamındaki gözlemlenebilir, kaydedilebilir ve ölçülebilir faaliyetleri kapsayan karmaşık bir süreçtir ve bilişsel, duyuşsal ve psiko-motor boyutları içerir. Bu boyutlar, davranışın oluşumunda kritik bir rol oynar ve davranışların karmaşık yapısını anlamaya yardımcı olur. Bir davranışın ortaya çıkabilmesi için öncelikle öğrenilmesi gerekir; ancak öğrenme, davranışın meydana gelmesini garantilememektedir. Çünkü, öğrenilen davranışın ortaya çıkabilmesi için bilişsel süzgecin ötesine geçmesi, organizma tarafından benimsenmesi ve organizmanın yapısına entegre edilmesi de gerekmektedir. Öğrenilmiş bir davranışın ortaya çıkması, bireyin ona karşı olumsuz bir zihniyete sahip olması durumunda engellenebilir. Bilişsel boyut, bir davranışın öğrenilmesi, zihinsel filtreleme yoluyla benimsenmesi ve inançlara dönüşmesi ile ilgilenirken; duyuşsal boyut, bireyin öğrenilmiş bir davranışa yönelik duygusal durumunu kapsar ve bu da davranışın etkililiğini ve kalıcılığını etkileyebilir. Psiko-motor boyut ise, ilgili organlardaki kas ve sinirlerin uygun derecede gelişmiş olması gerekliliğini tanımlar (Sağlam, 2001: 210).

Bir bireyin davranışları çeşitli faktörlere bağlı olarak değişebilirken, aynı birey benzer koşullarda farklı davranışlar sergileyebilir. Bu durumda, aile yapısı, ekonomik

durum, eğitim seviyesi, sosyal çevre ve ruh halinin etkisi oldukça önemlidir. Birey, karşılaştığı herhangi bir olay, durum, kişi veya grup ile etkileşime geçme veya geçmeme seçeneğine sahip olduğundan, her davranış genellikle bir tepki olarak algılanır. Bireyler, bu tür kararlar almak zorunda kalırlar ve bu kararların sonuçları genellikle bireyin yaşamında veya çevresi üzerinde belirgin bir etkiye sahiptir (Taydaş, 2016: 46-47).

Ancak, siyasi davranışlar, diğer davranış biçimlerinden farklıdır, çünkü bireyin bir ulusun yönetimi veya gücün dağıtımını üzerinde belirleyici bir rol oynamasıyla ilgilidir. Siyasi davranışlar ya da diğer adıyla seçmen davranışları, bir toplumun ve bireyin sosyal olaylara verdiği tepkiler olarak tanımlanabilir ve bu bağlamda, toplumun sosyolojik yapısı büyük ölçüde bu davranışları etkileyebilir. Özellikle, bir toplumun geleneksel tarım toplumu olmasıyla modern sanayileşmiş bir toplum olması arasında belirgin farklılıklar görülebilir. Bu durum, siyasi davranışların çeşitli toplumsal yapılar arasında önemli ölçüde değişkenlik gösterdiğini ortaya koymaktadır (Öztekin, 2018:245).

Bireylerin siyasi bilgiye, adaylara, partilere ve politik konulara nasıl baktıklarını ve bu unsurları nasıl yorumladıklarını içeren seçmen algıları, bireylerin kişisel inançları, değerleri, deneyimleri ve maruz kaldıkları bilgilere bağlı olarak şekillenir. Seçmenlerin siyasi bilgileri ve algıları, bireylerin politik süreçler ve aktörler hakkında nasıl düşündüklerini ve bu düşüncelerin seçim davranışları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu belirler.

Seçmen davranışları, seçim süreci boyunca bireylerin gerçekleştirdiği eylemleri ifade eder. Bu davranışlar arasında oy kullanma, siyasi tartışmalara katılma, kampanya etkinliklerine iştirak etme ve belirli adayları veya partileri destekleme gibi faaliyetler bulunur. Bu davranışlar, bireylerin siyasi bilgileri, algıları ve değerleri temelinde şekillenir ve seçim sürecinin demokratik işleyişi açısından kritik öneme sahiptir. Dolayısıyla, seçmen davranışlarını anlamak, siyasi süreçlerin ve demokratik kurumların etkinliği için önemli bir konudur.

Siyaset bilimcilerin, siyasi otoriteyi belirleme ve etkilemedeki rolü nedeniyle kapsamlı şekillerde araştırdıkları seçmen davranışının (Gülmen, 1979: 15) farklı tanımları mevcuttur ve bunlar çeşitli açılardan değerlendirilmektedir. Ancak genel olarak seçmen davranışı, bireylerin hem yerel hem de ulusal düzeyde iktidar

süreçlerini etkilemek için yaptıkları bir dizi faaliyet olarak özetlenebilir (Kapani, 2000: 130). Bu faaliyetler aracılığıyla bireyler yalnızca siyasal sisteme yönelik konumlarını, görüşlerini ve davranışlarını ifade etmekle kalmaz, aynı zamanda iktidar süreçlerini de ortaya koyarlar. Böylelikle de kendilerini belirleyen güç sistemleri tarafından alınan kararları ve politikaları doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyebilirler (Özhan, 2018: 8).

Bireylerin siyasal algı ve davranışlarını edindikleri ve gerçekleştirdikleri süreç, siyasal toplumsallaşmayı ifade eder. Siyasi kültür olarak da açıklanabilecek bu süreç, bilginin bir nesilden diğerine aktarılmasını içerir ve bireylerin siyaset anlayışını ve siyasi sistemdeki rollerini şekillendirir (Pye, 1965: 10). Seçmen algı ve davranışının yanı sıra tercihlerini de etkileyebilen siyasal toplumsallaşma çeşitli ajanlar veya araçlar aracılığıyla gerçekleşir (Beren, 2013: 195). Örneğin; aile, çocukları erken yaşlardan itibaren temel siyasi kavramlar ve değerlerle tanıştırmak bu süreci desteklerken, eğitim kurumları, öğrencilere vatandaşlık görevleri, hükümet yapıları ve siyasi süreçler hakkında bilgi vererek siyasi farkındalık ve katılımı teşvik eder. Akranlar ve sosyal gruplar, bireyleri farklı siyasi bakış açılarına ve ideolojilere maruz bırakarak siyasal toplumsallaşmayı etkilerken; medya, haber kaynakları ve sosyal medya aracılığıyla siyasi konuları çerçeveleyerek bireylerin görüşlerini etkiler ve kamusal söylemi şekillendirir. Dini kurumlar ve inançlar, ahlaki değerler ve etik ilkeler aracılığıyla siyasi sosyalleşmeye yön verirken; yerel topluluklar ve sosyal örgütler, siyasi angajman ve aktivizm için fırsatlar sunarak vatandaşlık görevi ve aidiyet duygusunu güçlendirir. Devlet kurumları ve kamu görevlileri ise siyasi süreçlerle etkileşimde bulunarak yönetim, demokrasi ve vatandaşlık sorumluluklarına ilişkin algıları şekillendirir.

Seçmen algı ve davranış çalışmaları, seçmenlerin siyasi gelişmeleri nasıl algıladıklarını ve bunlara nasıl tepki verdiklerini açıklığa kavuşturmayı amaçlamaktadır. Bireylerin belirli bir parti ya da adaya yönelik tercihlerini etkileyen unsurları anlamaya çalışırken, halihazırda kullanılmakta olan hem teorik hem de ampirik metodolojileri dikkate almak önemlidir (Kalender, 2005: 38).

3.3. Seçmen Algı ve Davranışlarını Açıklayan Modeller

Bir kişinin herhangi bir siyasal konu hakkındaki düşünceleri, eğilimleri ve seçimleri o kişinin siyasal tercihi olarak adlandırılmaktadır (Gündoğmuş, 2014: 42). Öte yandan, siyasal davranış ise bir kişinin hayatını şekillendirme veya siyasal, sosyal ve ekonomik olayları anlama konusundaki tüm inançlarını, tutumlarını ve algılarını kapsar (Çaha, 2008: 2).

Seçmenlerin fiziksel, kişisel ve hatta değer yargıları, siyasal katılımlarını etkileyen temel unsurlardan bazıları olarak kabul edilmektedir. Öyle ki, bazı seçmenler oy verme zahmetine bile girmezken, bazıları siyasal örgütlere önemli miktarda zaman ve kaynak ayırabilmektedir (Akgül, 2013: 39). Seçmen algı ve davranışlarının en somut ve kesin örneği, bireylerin siyasal iktidarı belirlemek için siyasal görüşlerini uygulamaya koyma eylemi olan oy verme davranışdır. Bireylerin seçmen algı ve davranışlarını; propaganda, kitle iletişim araçları, kanaat önderleri, seçmenlerin demografik özellikleri, siyasal kültür, siyasal bilgi-deneyim ve siyasal kültür, siyasal karar güveni, siyasetten memnuniyet ve oy verme davranış istikrarı gibi etmenler etkileyebilmektedir (O’Cass ve Pecotich, 2005: 407). Tüm bunların sonucunda da insanlar siyasal konulardaki inanç ve fikirlerine dayanarak siyasal davranışlarda bulunurlar. Oy vermek ve siyasete aktif olarak katılmak, insanların inanç ve fikirlerini dile getirebilmelerinin siyasal davranış çatısı altındaki en önemli yolları arasında yer almaktadır (Baltacı ve Eke, 2012: 115).

Siyasal partiler ve adaylar, seçmen algı ve davranışlarını etkilemek ve uzun süreli bir bağlılık oluşturmak amacıyla çeşitli stratejiler geliştirmekte ve uygulamaktadır (Potters vd., 1997: 3). Ancak, seçmen algı ve davranışlarının anlaşılması ve açıklanması yalnızca bu stratejilerle sınırlı değildir; aksine, oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir. Seçmen davranışları, ekonomik faktörler (Bishop vd., 1991: 48), medyanın rolü, siyasal ve sosyal gerçekliklerin algılanması, bilişsel ve duygusal süreçlerin etkisi gibi çok çeşitli faktörlerden etkilenmektedir (Falkowski ve Cwalina, 2012: 20-21). Bu faktörler arasındaki karmaşık ilişkiler, seçmen davranışlarının oluşumunda belirleyici bir rol oynamaktadır.

Seçmen davranışlarının belirlenmesinde etkili olan bir diğer önemli unsur da partiye veya adaya duyulan bağımlılık ve inançtır (Nagler, 2015: 2). Seçmenlerin bir

parti veya adaya yönelmeleri, uzun ve karmaşık bir süreç gerektirmektedir (Doğan, 2017: 107). Bu süreç, seçmenin bireysel değerleri, siyasal tutumları, toplumsal kimliği ve ekonomik durumu gibi birçok faktörün etkileşimini içermektedir. Ayrıca, seçmenlerin bir parti veya adayı tercih etme süreci, siyasal kampanyaların ve çıkar gruplarının stratejik iletişiminden, bilginin manipülasyonundan ve seçim sürecindeki diğer etkenlerden de etkilenmektedir.

Seçmen algı ve davranışları ile onları etkileyen değişkenler hem halk hem de seçime giren siyasal partiler ve adaylar için önemli bir konudur. Seçimlerde başarılı olabilmek için siyasal partiler ve adaylar seçim stratejilerini oluştururken seçmen algı ve davranışlarını göz önünde bulundurmalıdır. Çünkü, siyasal partiler ve politikacılar tarafından seçmen algı ve davranışlarını dikkate alarak oluşturulan stratejiler daha başarılı sonuçlar doğurur. Seçmenlerin sosyal, kültürel, ekonomik ve psikolojik özellikleri ile grup dinamikleri, siyasal iletişim stratejilerinin belirlenmesinde hem önemli bir rol oynar hem de kolaylık sağlar (Şener, 2018: 91-94). Bu süreçte oluşturulan analizler ve stratejiler, siyasal kampanyalarının tasarımında ve uygulanmasında kullanılır. Kampanyalar, belirli seçmen gruplarının önceliklerini ve endişelerini hedef alarak tasarlanır ve reklam, medya iletişimi ve toplu iletişim gibi araçlarla bu gruplara ulaşmayı amaçlar. Sonuç olarak, seçmenlerin çeşitli özellikleri ve grup dinamikleri, siyasal pazarlama stratejilerinin temelini oluşturur ve siyasal aktörlerin seçmenlerle etkileşimini şekillendirir.

Seçmenlerin tercihlerini etkileyen unsurlara ilişkin kuramsal yaklaşımlar, seçmen algı ve davranışı, dolayısıyla da seçimini yönlendiren ve etkileyen dinamiklere ilişkin araştırmalar için büyük önem taşımaktadır. Seçmen algı ve davranışına ilişkin kuramsal yaklaşımların ortaya koyduğu argümanlar üzerinden seçmenin nasıl karar verdiğini ve bunu etkileyen faktörleri tespit etmek mümkün hale getirebilmektedir (Kalender, 2005: 36). Yukarıda bahsi geçen faktörler, seçmen algı ve davranışları üzerindeki sosyolojik, psikolojik, ekonomik ve ideolojik etkiler olarak irdelenir (Heywood, 2018: 328).

“*Oy vermeyi etkileyen faktörler nelerdir?*” sorusu, siyaset sosyolojisinin temel konularından biridir. Vatandaşların seçimlerdeki tercihlerinin bilgiye dayalı olup olmadığı, siyasal ilgileri ile partizanlık veya ekonomik faktörler arasındaki ilişki ve seçmenlerin “faydacı düşünme” yetenekleri konuları, uzun süredir araştırılan tartışma

konuları arasındadır. Bu konular, seçmen algı ve davranışlarının anlaşılması ve demokratik süreçlerin değerlendirilmesi açısından önemli bir araştırma alanı oluşturur (Gökçe vd., 2002: 6-7). Seçmen davranışına ilişkin kuramsal yaklaşımlar incelendiğinde, ilk çalışmaların büyük çoğunluğunun 1940'lı yılların başında Amerika Birleşik Devletleri'nde yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalar günümüzde kullanılan üç temel metodolojinin gelişmesine yol açmıştır. Bu üç yaklaşım tarihsel süreç ve gelişim itibarıyla, sosyolojik yaklaşım, psikolojik yaklaşım ve genellikle ekonomik yöntem olarak adlandırılan rasyonel karar yaklaşımıdır. Bu çalışmaların ortak bir noktası vardır; araştırmacıların yaşadıkları dönemin oy verme kalıplarına odaklanırlar ve oluşturdukları fikirler gelecekteki seçmen davranışı çalışmaları için bir temel sağlar (Harrop ve Miller, 1987: 130; Kalender, 1998: 42).

3.3.1. Sosyolojik Model

Seçmen tercihlerini anlamada sosyolojik yaklaşımın tarihi, siyaset biliminde oy verme davranışına ilişkin, özellikle Columbia okulu tarafından örneklendirilen ilk çalışmalara kadar uzanır (Garn ve Copeland, 2014: 5). Sosyolojik yaklaşım, bireysel faktörleri öne çıkaran ekonomik ve psikolojik yaklaşımların aksine, grup dinamiklerini vurgulamaktadır. Bireyin kişisel görüşleri ve değerleri, oy verme davranışında belirleyici bir rol oynamazken, din, sosyoekonomik statü, yerleşim yeri ve aidiyet duyulan topluluklar gibi grup bağlamları sosyolojik yaklaşımın üzerinde durduğu kavramlardır. Bu perspektif, seçmen davranışlarını bireysel özelliklerden ziyade toplumsal ve grup dinamikleri bağlamında anlamayı amaçlamaktadır (Harrop ve Miller, 1987: 157).

Sosyolojik yaklaşımın temel taşları, 1940 ABD başkanlık seçimleri döneminde Ohio ve Erie County'deki seçmenleri inceleyen Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet tarafından atılmıştır. Bireysel tercihlerin ve beklentilerin seçmen davranışını belirlediği ve medyanın bu süreçte önemli bir etken olduğu varsayımını benimseyerek yola çıkan araştırmacılar, yaptıkları araştırma neticesinde bu önermeleri çürüten sonuçlara ulaşmışlardır. Araştırma, seçmen davranışının kişisel özelliklerden ziyade toplumsal güçlerden etkilendiğini ve medyanın bu süreçte sınırlı bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Araştırmacılar, sosyoekonomik sınıf, yaş ve din gibi faktörlerin

seçmen davranışı üzerinde etkili olduğu sonucuna varmışlardır (Budge ve Farlie, 1977: 11).

Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet'in gerçekleştirdikleri araştırma seçmen algı ve davranışlarına etkileri hakkında önemli içgörüler sunmaktadır. Bu araştırma sonucunda çıkarılabilecek genellemeler arasında, sosyal homojenlik ilkesi vurgulanmakta; bireylerin sosyal gruplar içinde benzer siyasi görüşlere sahip olma eğilimleri, paylaşılan değerlerin oy verme kararlarını etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, grup dinamiklerinin önemi de belirtilmekte; resmi kuruluşlara üyelik, üyeler arasındaki siyasi uyumu güçlendirerek oy verme davranışını şekillendirmektedir. Aile etkisinin de önemli olduğu vurgulanmakta; aile içindeki dinamikler genellikle benzer oy kullanma eğilimi göstermekte ve aile üyeleri arasında siyasi uyum sağlanmaktadır. Sosyal uygunluk kavramı da önemlidir; oy verme niyetindeki değişiklikler genellikle sosyal grupların hâkim oylarını yansıtır ve siyasi tercihlerde sosyal uygunluk eğilimini gösterir. Son olarak, birbirine bağlılık ilkesi vurgulanır; sosyal etkileşimler ve resmi birliktelikler, oy verme kararlarını toplu olarak etkiler ve siyasi davranış ile sosyal etkileşimler arasındaki bağı vurgular. Bu bulgular, sosyal yapıların oy verme davranışını belirlemedeki önemini ve siyasi tercihlerin sosyal etkileşimlerle sıkı sıkıya bağlı olduğunu göstermektedir (Lazarsfeld, vd., 1968: 137-148).

Lazarsfeld, Berelson ve McPhee'nin (1948) New York Elmira'da gerçekleştirdiği araştırma, 1948 Başkanlık Seçimleri sırasında önemli bulgular ortaya koymuştur. Araştırma, yerleşik oy verme davranışının, medyaya seçici maruz kalma ile önceki alışkanlıkların ve bağlılıkların pekiştirildiğini göstermiştir. Bireyler, çelişkili bilgilerle karşılaştıklarında oy tercihlerini değiştirmek yerine, adayların politikalarına ilişkin algılarını grup tercihleriyle uyumlu hale getirme eğiliminde olmuşlardır. Araştırma, bilgi ve iknanın birincil gruplar içindeki kanaat önderleri aracılığıyla dolaşıma girerek sosyal gruplar arasında oy verme uyumunu sürdürdüğünü göstermiştir. Son olarak, çalışma, sosyal bağların ve grup dinamiklerinin oy verme davranışını şekillendirmede önemli olduğunu vurgulamış ve birincil grupların bireylerin siyasi kararları üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Bu bulgular, seçmen davranışının sosyal etkileşimler ve grup bağlamında nasıl şekillendiğini anlamak için önemli bir katkı sağlamaktadır (Budge ve Farlie, 1977: 12).

Sosyolojik yaklaşıma göre, seçmen algı ve davranışı, konuşma ve moda gibi aile ve toplum içinde öğrenilen ve geliştirilen bir durumdur. Toplum içindeki sosyal bölünmeler bu algı ve davranışları belirleyen birincil unsur olarak kabul edilir. Çünkü hem siyaset hem de seçmen algı ve davranışları, nesilden nesile aktarılan kökleşmiş davranışlar ve bakış açılarından etkilenir (Heywood, 2018: 329). Sosyal bölünme, toplum içerisinde etnik, dinsel ve mesleksi farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, seçmenlerin karar verme süreçleri seçim kampanyalarından ziyade toplumsal bölünmeler üzerinden etkilenebilmektedir (Çinko, 2006: 109). Bireyin oy vermesi, kişisel bir tercih olarak değil, grup faaliyetlerine göre belirlenir. Toplumsal normlardan sapma durumunda bireyin anormal olarak algılanacağı ve sonunda toplum tarafından dışlanacağı düşünülür. Bu nedenle, birey, kolektif faaliyete karşı çıkmaktan ve sonuçlarına katlanmaktan kaçınmak için toplumsal kararlara uyum gösterir (Kalender, 2005: 52). Bu perspektif, bireyin siyasi tercihlerinin sadece kişisel faktörlerden değil, aynı zamanda toplumun normlarından ve beklentilerinden de etkilendiğini vurgular.

En genel niyetinde sosyolojik yaklaşım, insanların toplumsal yapı içerisinde siyasallaşacağı ve oy verirken grup kuralları neticesinde gruptan kopanların grup içerisinde farklı yöntemlerle cezalandırılacağı fikirlerine dayanır; diğer bir deyişle birlikte sosyal faaliyetlerde bulunan insanların ortak değerlere maruz kalacakları için aynı lidere, partiye veya adaya oy verme ihtimallerinin daha yüksek olduğu anlayışını temsil eder (Başarır, 2016: 220).

Sosyolojik yaklaşıma bazı varsayımları, modellerinin karmaşıklığı ve çeşitliliğini yeterince ele alamadığı yönünde eleştiriler bulunmaktadır. Bu eleştirilerden biri, neden kolektif hareketin oy verme üzerindeki etkisinin diğer unsurlardan daha belirleyici olduğu, bu etkinin tüm ülkelerde aynı kabul edildiği sorusu ve coğrafi faktörlere göre değişiklik gösterebileceği düşüncesinin akılda tutulması gerekliliği üzerinedir (Evans, 1999: 254-259). İkinci eleştiri ise, benzer sosyal sınıflara ait bireylerin benzer tercihlerde bulunacağı varsayımına yöneliktir. Çünkü, aynı sosyal sınıfa mensup bireylerin farklı partilere veya ideolojilere destek vermesi durumunda sosyolojik yaklaşımın açıklamada yetersiz kalması olasıdır. Örneğin, işçi sınıfına mensup bireylerin bir kısmının sol partileri desteklerken, diğer

bir kısmının sağ partilere yönelmesi bu modelin içindeki ayrışmayı yeterince açıklayamadığını göstermektedir (Antunes, 2010: 145-170).

3.3.2. Psikolojik Model

Seçmen algı ve davranışlarını inceleyen bir diğerk yaklaşım olan psikolojik model, diğerk adıyla Michigan Ekolü, 1950’lerde seçmen davranışlarını incelemeye yönelik öncü bir yaklaşım olarak ortaya çıkmıştır. Michigan Üniversitesi’ndeki akademisyenler Campbell, Converse, Miller ve Stokes tarafından, 1948, 1952 ve 1956 yıllarındaki ABD Başkanlık Seçimleri sırasında gerçekleştirilen araştırmalar sonucunda elde edilen veriler yaklaşımın temelini oluşturarak parti tercihinin belirlenmesinde uzun vadeli faktörlerin önemini vurgulamaktadır. Bireyin sosyal konumunun aile, arkadaşlar ve diğerk sosyal gruplarla olan etkileşimlerini etkilediğini ve parti kimliğinin gelişmesine yol açtığını öne sürmektedir. Parti kimliği, bir spor takımının taraftarı olmaya benzer şekilde, belirli bir siyasi partiye bağlılık ve destek duygusunu içerir. Bu model, parti özdeşleşmesinin oy verme davranışını şekillendirmede önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır; çünkü bireyler, belirli seçimlerde zaman zaman farklı oy kullansalar bile, kendilerini özdeşleştirdikleri partiye oy verme eğilimindedirler (Denver, 1994: 29-30; Yıldırım, 2014: 17, Kılıç, 2013: 188, Balcı, 2016: 77).

“*The American Voter*” (1960) da Campbell, Converse, Miller ve Stokes tarafından sunulan araştırmanın hipotezi, bireysel seçmenler tarafından yapılan partizan tercihlerinin psikolojik güçlerin, özellikle de ulusal politikanın algılanan nesnelere yönelik tutumların gücüne ve yönüne bağlı olduğudur. Araştırma, bu tutumların yoğunluğu ve yönüne ilişkin ölçümlerin çoğu seçmenin davranışını açıklayabileceğini ve teorik hipotezi doğrulayabileceğini öne sürmektedir. Ayrıca, bu ölçümler belirli bir seçim sonucuna yol açan güçler kümesini tanımlayarak, bireysel oy verme davranışının psikolojik, tutumsal ve sosyolojik faktörlerin bir kombinasyonu tarafından şekillendirildiğini ortaya koyabilmektedir. Bu faktörler arasında adaylara duyulan kişisel ilgi, belirli politikalara duyulan kızgınlık, parti sadakati, karşıt parti politikalarına duyulan şüphe ve daha geniş siyasi ve sosyal sistemlerin oy verme kararları üzerindeki etkisi yer almaktadır. Araştırma, bu çeşitli güçlerin nasıl

etkileşime girdiğini ve seçmenin siyasi tepkilerinin net partizan yönünü nasıl etkilediğini ve nihayetinde oy kararlarına ne şekilde yansıdığını keşfetmeyi amaçlamıştır (1960: 9-16).

Bu yaklaşımın temel çıkış noktası, sosyolojik yaklaşım ve onun çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmaların sınırlamalarına yanıt olarak belirlenmiştir. Belirli tarihsel ve coğrafi bağlamların ötesine geçerek seçmen davranışları hakkında genellemeler yapmayı amaçlayan çalışma için ulusal bir anket ve kampanyalar arası bir panel yerine farklı zamanlarda gerçekleştirilen seçimler arası bir panel kullanılmıştır. ABD seçmen davranışının en belirgin özelliğini, kısa vadeli değişim yerine uzun vadeli istikrarı vurgulayan araştırma, seçmeni kararsız bir değişken olarak değil, sadık bir partizan olarak tanımlamış ve açıklamıştır. Kalıcı parti bağlılıklarının ulusal demokratik istikrara ve sağlığa katkısına odaklanan bu çalışma, oy tercihlerinin istikrarını anlamının temel unsurunu “*parti kimliği*” veya bazen “*partizan öz imajı*” olarak ifade edilen kavram olarak belirtmiştir. Bu kavram, bireysel seçmenin öz kimliğinin bir parçası olan belirli bir partiye yönelik kalıcı duygusal bir bağlılığı ifade etmektedir (Norris, 1998: XV).

Evans’a göre (23-24), bireyin erken çocukluk dönemlerinden itibaren etkileşimde bulunduğu aile ve sosyal çevresi ile paylaştığı deneyimler ile kazanılan parti ile özdeşleşme, seçmen algı ve davranışlarını belirleyen temel kriter olarak karşımıza çıkmaktadır. Psikolojik yaklaşıma göre, seçmenler genellikle yüksek derecede grup aidiyetine sahip sosyal varlıklardır, bu nedenle genellikle grubun siyasi olaylara bakış açısını paylaşırlar veya ona yakındırlar. Siyasi partiler de konumları itibarıyla bu sosyal gruplaşmalara önderlik etmektedir. Her ne kadar insanlar resmi olarak parti üyesi olmasalar, parti kongrelerine veya etkinliklerine katılmasalar veya doğrudan iletişim kurmasalar bile, siyasi partilere olan bağlılıkları ve aidiyetleri, siyasi partilerin toplumun içindeki gruplar arasında daha önemli bir rol oynamasını sağlamaktadır (Campbell, vd., 1954: 89).

Bu yaklaşımın ortaya çıkardığı ve siyaset sosyolojisi açısından büyük önem taşıyan parti kimliği kavramı, bireylerin siyasi hayata ilişkin algılarını, yorumlarını ve tepkilerini belirli siyasi partilere yönelik duygularından etkilenecek şekilde şekillendiği üzerine kurulmuştur. Bu durum, bireylerin siyasetin karmaşık dünyasına ilişkin sorularını veya sorunlarını, kendilerine yakın gördükleri partiye ait yorumlarla

belleklerinde anlamlı bir biçimde ilişkilendirme eğiliminde olduklarını, böylelikle siyasi süreçlerin ve olayların algılanmasında ve yorumlanmasında parti kimliği kavramının önemli bir rol oynadığını ifade etmektedir (Gökçe, vd., 2002: 8; Doğan, 2017: 80). Hatta öyle ki, bireylerin hayatları sürecinde geliştirdikleri partizanlıkları, herhangi bir ideoloji, norm veya değerden etkilenmeden değişime karşı dirençlidir. Bu seçmen grupları partileriyle o kadar güçlü bir şekilde özdeşleşirler ki başka bir partiyi seçenek olarak görmezler. Partileriyle özdeşleşen bu seçmen grupları, küreselleşme sürecinin getirdiği değişim ve ilerleme ihtiyacı, çağın gereği yeni yaklaşımlar ve yeni sorunlar da dahil olmak üzere hiçbir şey tarafından parti değiştirmeye ikna edilemezler (Özkan, 2004: 114-115).

1970’li yıllar itibariyle psikolojik yaklaşıma şüphe ile yaklaşan araştırmacı sayısında artış meydana gelmiştir. Örneğin, giderek artan sayıda Amerikalı hiçbir partinin kendilerini temsil etmediğini ve hiçbir partiye bağlılıkları bulunmadıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca, Avrupa’da ise Yeşiller gibi yeni partiler, uzun süredir siyasete hâkim olan geleneksel sağ ve sol partilere seçimlerde rakip olarak ortaya çıkmaya başlamıştır (Dalton vd., 1984; Dalder ve Mair, 1983; Franklin, vd., 2009). Bu gibi değişkenler ve nedenlerden ötürü, araştırmacılar oy verme davranışı üzerinde ek değişkenlerin etkisi olabileceğini düşünmeye, adayların kişilikleri, post-modernist ilkeler ve ekonomik değişimler gibi unsurları incelemeye daha fazla odaklanmaya başlamışlardır (Akgün, 2000: 78).

3.3.3. Rasyonel Model

Seçmen algı ve davranışları üzerine farklı bir bakış açısı sunan rasyonel yaklaşım, her seçmenin kendi çıkarları konusunda uzman olduğu varsayımıyla hareket ederek seçmenin kendi çıkarlarını en iyi temsil eden aday veya partiyi seçtiğini ve oyunu en uygun aday veya grubu seçmek için kullandığını ifade eder (Kalender, 2005: 50). 1957 yılında Anthony Downs’un kaleme aldığı “*An Economic Theory Of Democracy*” isimli çalışmasında ele alınan rasyonel yaklaşım, seçmenlerin tercihlerini maksimize etmeye yönelik bir tutum sergileyen rasyonel aktörler olduklarını öne sürmektedir. Bu model, seçmenlerin tam bilgiye sahip olduklarını, tercihlerini ve

adayların platformlarını değerlendirerek karar verdiklerini ve görüşlerini en iyi şekilde temsil eden seçeneği tercih ettiklerini varsaymaktadır (Feddersen, 2004: 99).

Ekonomik yaklaşım olarak da adlandırılan Anthony Downs'un seçmen tercihlerine yönelik rasyonel modeli, hükümet icraatlarından elde edilen fayda gelirine odaklanmaktadır. Rasyonel seçmenler, iktidardaki her partiden bekledikleri fayda gelirini kampanya vaatlerine göre değil, geçmiş performansa göre değerlendirir. Bu yaklaşım, seçmenleri kendileri için en faydalı hükümeti seçmeye odaklanmış rasyonel karar vericiler olarak öne çıkarmaktadır. Seçmenler, destekleyecekleri partiyi seçerken kişisel çıkarlarını yansıtacak şekilde fayda gelirlerine öncelik verirler (Downs, 1957: 138). Bu yaklaşıma göre seçmenler, faydalarını en üst düzeye çıkarmak için kendi değerlerine en yakın partiyi seçerler. Oy verme davranışı söz konusu olduğunda, maddi çıkar değerlendirdikleri en önemli şeydir (Akgün, 2000: 78).

Rasyonel yaklaşımda bireyler, toplumun baskısı ya da telkinleri ile değil, fayda maksimizasyonu sonucunda kendi çıkarlarına ve isteklerine en iyi şekilde hizmet edeceklerini düşündükleri (Olson, 1971: 60-65) parti ya da adaya yönelik tercihte bulunurlar. Seçmenin bu durumdaki algı ve davranışını oluşturan şey, hükümet ya da yöneticilerinin ekonomik yetkinlikleri ve performansın üzerine bir değerlendirme yapmaktır (Lau ve Redlawsk, 2006:182). Bu modelin, "*geçmişe dönük oy verme*" (retrospective voting) olarak bilinen versiyonunda ise bireyler iktidar partisinin politikalarını ve genel performansını inceleyerek bu süre zarfındaki kişisel mali durumlarındaki değişimi hesaba katarlar (Akgün, 2007: 79). Bu hesap sonrası seçmenler, ekonominin iyi seyrettiği dönemlerde iktidarı ödüllendirme eğiliminde olurken olumsuz durumlarda olduğu dönemlerde ise cezalandırmaktadırlar. Burada iktidardaki parti ya da yöneticilerin yürüttükleri ekonomik politikalardan ziyade ulaştıkları net sonuçlar daha önemli hale gelmektedir (Gökçe vd., 2002: 9).

Rasyonel model veya ekonomik yaklaşım olarak da bilinen çerçeve, seçmen davranışlarının temelinde bireylerin kendi çıkarlarını veya siyasi hedeflerini maksimize etme eğilimlerini vurgular. Bu model, seçim sürecini araçsal bir eylem olarak gören, siyasi hedeflere odaklanmış, aktif bilgi edinme ve bu bilgiyi yorumlama süreçlerini içeren ve sonuç olarak fayda gelirini maksimize etmeyi amaçlayan bir yaklaşım benimser. Bu yaklaşım, uzun vadeli parti sadakatini ve duygusal bağları öne çıkaran psikolojik modelin aksine, bireylerin kişisel çıkarlarına ve hedeflerine

odaklanarak karar vermeye öncelik verir (Harrop ve Miller, 1987:145-146). Dolayısıyla, rasyonel seçim modeli, seçmenlerin tercihlerini daha çok bireysel çıkarlar ve hedefler doğrultusunda şekillendiren bir çerçeve sunar.

Genel olarak psikolojik yaklaşımın seçmenler ile hükümetler, siyasi organizasyonlar, adaylar ve yöneticiler arasında kurulduğu varsayılan psikolojik bağın her seçimde neden farklılık gösterdiğine yönelik açıklamalarının yetersiz kalması üzerine (Turan ve Temizel, 2015: 56-58) önem kazanan bu model; bireylerin istikrarlı ve geçişken tercihlere sahip olduğunu varsayar, bu da bireylerin tercihlerini tutarlı bir şekilde sıralayabilecekleri ve bu tercihlere dayalı seçimler yapabilecekleri anlamına gelir. Bu teori, seçimi teleolojik veya amaçlı bir davranış olarak görür; yani bireyler, tercihlerine ve değerlerine dayanarak belirli sonuçlara ulaşmayı hedeflerler. Rasyonel yaklaşım genellikle bireysel eylemleri ve seçimleri anlayarak sosyal olguları açıklamaya odaklanan metodolojik bireycilik ile uyumludur. Bu çerçevede, bireylerin seçimleri sonuçların beklenen değerine ve bunlarla ilişkili olasılıklara göre değerlendirdiği beklenen fayda kavramını içerir. Ayrıca rasyonel model, bireylerin tercihlerine ve mevcut bilgilere dayanarak faydalarını maksimize ederek veya hedeflerine ulaşarak rasyonel bir şekilde hareket ettiklerini varsayar. Bu varsayımlar rasyonel seçim teorisinin temelini oluşturmakta ve ekonomi, siyaset bilimi ve psikoloji gibi alanlarda bireysel karar alma süreçlerinin analizine rehberlik etmektedir (Oppenheimer, 2008: 1150-1151).

Seçmenlerin algı ve davranışlarında ekonomik temelli güdülenmenin etkisi herkes tarafından kabul görmekle birlikte, rasyonel yaklaşım özelinde amaç ve fayda odağının sadece ekonomik maksimizasyonu ile sınırlandırılması ve ekonomi dışındaki diğer unsurların geride bırakılması bu modelin eleştirilerinden biridir. Diğer eleştiri noktası ise seçmenlerin kendi çıkarları, partilerin ya da adayların vaatleri ve bu vaatleri yerine getirip getirmediğine yönelik tam bilgiye sahip oldukları üzerinedir (Green ve Shapiro, 1994: 47; Yıldırım:2014: 17). Bu eleştirilerden farklı olarak, Damlapınar ve Balcı (2014: 10) ise rasyonel karar alma ya da sonuca ulaşmanın “*belirli bir amaca varmak için katlanılacak bedelle, bu amacın sağlayacağı yararın karşılaştırılması*” süreci ile gerçekleşeceğini belirterek seçmenlerin, kendileri için rasyonel görülebilecek bir davranış sergilemeler bile bazı durumlarda kontrolleri dışındaki

koşullar nedeniyle sonuca ulaşamayacaklarını, böylelikle de istenen sonuçları vermeyen eylemlerinin rasyonel olarak değerlendirilemeyeceğini ifade etmişlerdir.

3.3.4. Seçmen Algı ve Davranışlarına Yönelik Diğer Yaklaşımlar

Seçmen algı ve davranışları geleneksel olarak rasyonel, psikolojik ve sosyolojik yaklaşımlarla ele alınmaktadır. Ancak, bu bakış açıları ve yöntemlerin ötesinde, seçmen davranışının karmaşıklığına ışık tutan ek yaklaşımlar da bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar, “*konuya oy verme*”, “*ideolojik oy verme*” (Güllüpunar, vd., 2013: 9) ve “*hâkim ideoloji modeli*” (Heywood, 2018: 329) olarak ifade edilmektedir.

Konuya oy verme

1960’lı yıllar itibariyle başlayan çalışmalara dayanan “*konuya oy verme*” yaklaşımının ana hipotezi, bireylerin gündemdeki bazı öncelikli konulara göre siyasetçileri ve siyasi partileri değerlendiriyor olmasıdır (Kalender, 2005: 58). Bu yaklaşım, belirli konulara ilgi duyan ve adayların bu konulardaki tutumlarını dikkate alan seçmenlerin algı ve davranışlarını bu değerlendirme ile şekillendirdiği üzerinedir. Bu seçmenler, parti ve adaylar tarafından vurgulanan seçim konularının önemini değerlendirirken, kendi tutumları ile adayların ve partilerin bu konulardaki tutumlarını karşılaştırarak oy verme kararı almaktadırlar (Akın, 2012: 43). Bu süreçte, seçmenlerin belirli politika alanlarına olan ilgisi, adayların ve partilerin politika önerilerine verdikleri önemi etkilemekte ve tercihlerini belirleyen önemli bir faktör haline gelmektedir.

Bu yaklaşımda konunun seçmenlerin algı ve davranışları üzerinde etkisinin olabilmesi için, bireylerin ilgisi ve konu hakkında olumlu ya da olumsuz bir tutumunun bulunması, iktidarın ve diğer partilerin konuya yaklaşımı ve bu konular özelindeki performanslarını algılaması etkilidir (Damlapınar ve Balcı, 2014: 112; Durdu, 2010: 42). Seçmenlerin belirli konulara öncelik verdiği, kendi görüşleriyle uyumlu parti ve

adayları seçtiği seçim tercihlerinde politika konularının önemini vurgulayan konuya oy verme yaklaşımı, adayların politika pozisyonlarına dayalı rasyonel değerlendirmesinin altını çizmekte ve seçim kararlarında politika değerlendirmelerinin önemini vurgulamaktadır (Rabinowitz, ve Macdonald, 1989: 94-95).

İdeolojik oy verme

Elinor Scarbrough'ın "Political Ideology and Voting" (1984) isimli çalışmasında önerilen ideolojik oy verme modeli, bireylerin inanç setleri ile oy verme davranışları arasındaki ilişkiyi basit, doğrusal ve ekleyici bir çerçevede açıklanmaya çalışılır. Bu model, ana inançlar ve eylem ilkeleri üzerinde yoğunlaşarak, bireylerin belirli bir ideolojiye uyum sağladıklarında, o ideolojiyi benimseyen siyasi partiye oy verme eğiliminde olduklarını öne sürer. Seçmenlerin ideolojik pozisyonlarını belirlemek için; ideoloji yanlıları, yakın ideoloji yanlıları, kısmi ideoloji yanlıları, ideolojik olarak kafası karışık olanlar ve ideolojik olarak tutarsız olanlar olmak üzere beş farklı inanç seti türünü tanımlar. Model, belirli bir siyasi partinin ideolojisi ile uyumlu olanların doğal olarak bu partiye destek verme eğiliminde olduğunu, ancak kısmi-ideologların oy tercihlerinin daha esnek olabileceğini öngörür. Son olarak, modelin ampirik testlerle değerlendirilmesi, seçmenlerin gerçekten inanç setlerine dayalı olarak ideolojik olarak oy verip vermediklerini belirlemeyi amaçlar (Scarbrough, 1984: 59-64).

Hâkim ideoloji modeli

Hâkim İdeoloji Modeli, oy verme davranışını radikal teorilerden biri olarak ele alır ve bireylerin tercihlerinin ideolojik manipülasyon ve kontrol süreçleri tarafından ne derecede şekillendirildiğini vurgular. Bu modele göre, oy verme eylemi, bireyin toplumsal hiyerarşideki konumunu yansıtan bir unsur olarak kabul edilir. Hâkim İdeoloji Modeli, bireylerin belirli ideolojik ilkeler tarafından yönlendirildiğini ve tercihlerinin bu ideolojik yapılar tarafından şekillendirildiğini iddia eder. Toplumsal koşullandırma sürecinin bireylerin tercihlerini nasıl etkilediğini vurgulayan bu model,

ideolojik manipölasyonun önemli bir rol oynadığını savunur ve bireylerin kişisel hesaplama ve özerkliklerini göz ardı eder. Model, seçim sürecinin mevcut ideolojik yapıları pekiştirmeye hizmet ettiğini öne sürerken, bireylerin tercihlerinin genellikle toplumsal ideolojik yapılar tarafından şekillendirildiğini ileri sürer. Ancak, modelin bireylerin kişisel hesaplama ve özerkliklerini dışlayarak toplumsal koşullandırmanın etkisini abartma eğilimi, modelin zayıf yönlerinden biri olarak gösterilir (Heywood, 2018: 331).

Seçmen algı ve davranışlarını yorumlama süreci oldukça karmaşıktır ve çeşitli analitik yaklaşımlar gerektirir. Seçmen davranışının beklenmedik ve karmaşık yapısı göz önüne alındığında, tek bir yöntemin tüm seçmen davranışlarını tam olarak açıkladığını iddia etmek yanıltıcı olabilir. Seçmenlerin davranışlarını etkileyen pek çok farklı faktör bulunmaktadır ve bu faktörler seçmenlerin farklı bağlamlarda nasıl davrandıklarını belirler. Bu faktörler çeşitli kategoriler altında incelenmekte ve her biri kendi içinde benzersiz özelliklere sahip olabilmektedir (Sandıkçı, 2023: 62). Seçmen davranışlarını anlamak için politik, ekonomik, sosyal ve kültürel faktörler gibi bir dizi değişkenin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu faktörler, seçmenlerin parti sadakati, ideolojik eğilimleri, adayların kişisel özellikleri, seçim kampanyaları ve medya etkisi gibi çeşitli etmenlerle etkileşime girebilir. Dolayısıyla, seçmen algı ve davranışlarına yönelik farklı yaklaşımları anlamak, geleneksel sosyo-politik çerçevelerin yanı sıra duyguları, inançları, sosyal ilişki ağları ve tarihsel bağlamları da dikkate alan disiplinler arası bir bakış açısı gerektirmektedir.

3.4. Seçmen Algı ve Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Seçmen algı ve davranışlarına yönelik en temel soru, bireyin siyasi sürece katılıp katılmayacağı ve eğer katılıyorsa, oy tercihini hangi faktörlerin belirleyeceğidir. Siyasi sürece duyulan güven seviyesi, bireyin siyasi katılım eğilimini belirleyen önemli bir etmendir. Bir siyasi sistem ne kadar güvenilir ve işlevsel görülürse, bireyin siyasi katılımı o kadar olasıdır. Ancak, güven eksikliği hissedilen bir siyasi ortamda, bireylerin katılımı sınırlı olabilir (Turan ve Temizel, 2015:109-111).

Seçmen algı ve davranışlarının belirlenmesinde etkili olan faktörler tek bir unsur ile sınırlı değildir; bu tercihlerin kökenleri de tek bir kaynağa indirgenemez. Ancak, bazı durumlarda belirli unsurların öne çıktığı ve seçmen tercihlerini belirlemede belirgin bir etkiye sahip olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda seçmen algı ve davranışları, birden fazla değişkenin bir araya geldiği ve sonucun zaman zaman beklenmedik belirsizlikleri içerdiği karmaşık bir süreçten kaynaklanır. Bu süreç, çeşitli faktörlerin etkileşimiyle şekillenen ve sonuç olarak seçmen davranışında çeşitlilik ve dinamizm gösteren bir süreci yansıtmaktadır (Göker ve Doğan; 2019: 686).

Seçmen algı ve davranışlarının gelişiminde, belirli zaman dilimlerinde farklı faktörlerin etkisi ön plana çıkabilirken, bazı durumlarda ise birden fazla faktörün etkisi gözlemlenebilmektedir (Doğan, 2017: 88). Bu durum, seçmen algı ve davranışlarının karmaşıklığı ve dinamizmi ile farklı zaman aralıklarında etkili olan değişkenlerin çeşitliliğini vurgular. Bu noktada seçmen algı ve davranışlarına etki eden faktörler kısa dönemli (araçsal) ve uzun dönemli (yapısal) faktörler olmak üzere iki başlık altında ele alınmaktadır (Sandıkçı, 2023: 63; Akyılmaz, 2019: 162).

3.4.1. Kısa Dönemli (Araçsal) Faktörler

Kısa vadeli etkenler, belirli bir seçimde seçmenlerin kararlarını geçici olarak etkileyen unsurları içerir. Bu unsurlar genellikle seçim kampanyaları ve reklamlar, liderler ve adayların performansları, medyanın rolü, ekonomik koşullar, gündem olayları ve kamuoyu araştırmaları gibi faktörlerden meydana gelir.

Seçim kampanyaları ve reklamlar

Seçim kampanyaları ve reklamlar, seçmenlerin tercihlerini belirli bir parti veya aday lehine yönlendirme kapasitesine sahiptir. Bu kampanyalar, çeşitli taktikler ve stratejik girişimlerle seçmenlerin partiye veya adaya olan bağlılıklarını güçlendirmek amacıyla yürütülen sistematik süreçler olarak da işlev görmektedir. Kampanyaların etkisi, seçmenlerin algılarını şekillendirme ve siyasi tutumlarını pekiştirme noktasında

belirleyici bir rol oynamaktadır (Damlapınar ve Balcı, 2014: 82). Özellikle seçim dönemlerinde siyasi partiler ve adaylar, medyayı bir iletişim ve propaganda aracı olarak kullanarak seçmenlerin oy verme davranışlarını etkilemeyi amaçlamaktadırlar (Berelson, 1979: 535). Bu dönemlerde kullanılan propaganda araçları arasında; kamuoyu şirketlerince gerçekleştirilen araştırmalar, parti politikalarına yönelik hazırlanan seçim kampanyaları, yazılı ve görsel medya araçları ile parti toplantıları gibi unsurlar bulunmaktadır (Baltacı ve Eke, 2012: 115-116). Bu araçlar, seçmenlerin bilgilendirilmesi ve ikna edilmesi amacıyla sistematik ve stratejik olarak kullanılmaktadır.

Seçim kampanyaları ve reklamlar, adayların seçmenlere kendilerini ve politikalarını tanıtmak için kullandıkları süreçlerdir. Kampanyalar, seçmenlerin algılarını önemli ölçüde etkileyebilen araçlar olan televizyon reklamları, mitingler ve sosyal medya kullanımı gibi yöntemlerle yürütülür. Iyengar ve Simon, seçmen algısının nasıl değiştirilebileceğini seçim kampanyaları üzerinden öne sürmektedir (2000: 157). Ansolabehere ve Iyengar (1994: 36) tarafından yapılan araştırmalar da doğru mesajlar kullanarak hedef kitleye ulaşmanın adayların oy oranlarını artırabileceğini ortaya koymuştur.

Lider ve adayların performansları

Liderlere duyulan güven, seçmen tercihlerinin şekillenmesi ve siyasi davranışların etkilenmesi açısından kritik bir öneme sahiptir. Seçmenler, güvendikleri liderlerin politikalarını ve kararlarını desteklemeye daha yatkındır. Şeffaf iletişim, dürüstlük ve verilen sözlerin yerine getirilmesi, güven inşa etmenin temel unsurlarıdır. Güvenilir liderler, halkın desteğini ve sadakatini kazanarak toplumsal istikrara katkıda bulunur ve genel güven seviyesini artırır. Ayrıca, liderlere duyulan güven, seçmenlerin liderlerin yeterliliği ve yönetim etkinliği algılarını etkiler; seçmenler, halkın çıkarları doğrultusunda hareket edeceğine inandıkları liderleri destekler. Güven, seçmen katılımını da teşvik eder; bireyler, güvendikleri liderlere sahip olduklarında siyasi sürece katılmak için daha fazla motive olurlar (Easton, 1965: 365).

Siyasi partiler kadar liderler ve adaylar da siyasi yaşamın önemli bir bileşeni olup, temsili demokrasinin bir unsuru olarak değerlendirilmektedir. Seçmenler, adaylarla kurdukları ilişkiler sonucunda duygusal bağlar oluşturmakta ve bu bağlar, seçim tercihlerini etkilemektedir. Seçmenlerin siyasi görüşleri, adayın sosyoekonomik sınıfı, cinsiyeti, etnik geçmişi, imajı, kişiliği, eğitimi, konuşma tarzı, performansı, ideolojisi, belirli olay veya durumlara karşı tutumu ve bu konulardaki beyanları gibi çeşitli faktörler tarafından yönlendirilirken, adayın seçimi kazanma olasılığı da bu süreçte önemli bir etkidir. (Turan ve Temizel, 2015:147-150; Kalender, 2005:76).

Bir siyasi partinin kimliği, doktrini ve kamusal yüzünün yanı sıra, adayların da seçmenler için önemli bir bilgi kaynağı olduğu göz ardı edilmemelidir. Adayların, seçmenlerin belirli bir partiyi destekleme veya karşı çıkma kararlarını etkilediği unutulmamalıdır (Özgiraz ve Maral, 2011: 291). Zira seçmenler, hoşlanmadıkları bir adayın partisine oy vermekten kaçınabilirler veya adayla olumlu kişisel bağları varsa adayın partisine sempati duyabilirler. Bu nedenle, adaylar partilerin seçmen nezdindeki algısını ve dolayısıyla seçim sonuçlarını doğrudan etkileyen unsurlardır (Akın, 2012: 69).

Seçmenlerin kararlarını büyük ölçüde etkilediği düşünülen lider ve adayların performansları, özellikle seçim sürecinde önemli bir rol oynar. Seçmenlerin algılarını ve tercihlerini şekillendiren faktörler arasında adayların konuşma yetenekleri, tartışmalardaki performansları, halka hitap kabiliyetleri ve liderlik becerileri bulunmaktadır (Funk, 1999: 123). Seçim tartışmaları, adayların politikalarını savundukları ve seçmenlerle iletişim kurdukları önemli platformlardır. Seçmenler, adayların tutarlılık, bilgi seviyesi ve güvenilirlikleri konusunda yakından izleyerek değerlendirme yaparlar (Holbrook, 1999: 31). Bunun yanı sıra, kriz durumlarında adayların yönetim becerileri ve kamuoyuna olan güvenleri de performanslarına dahil edilerek değerlendirilir (Patterson, 2005: 98).

Medyanın rolü

Toplumda baskın olarak görülen çoğunluğun, seçmenlerin hangi siyasi partiyi destekleyeceklerine dair kararları üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğu yaygın

olarak kabul edilmektedir. Seçmenlerin destekleyecekleri partiyi belirleme ve bu partinin politikalarının etkisini değerlendirme süreçlerinde, medyaya önemli bir bilgi kaynağı olarak sıkça başvurulduğu gözlemlenmektedir (Akıncı ve Akın, 2013: 347). Siyasi karar alma ve tercih süreçlerinde seçmenler medya aracılığıyla davranış benimseyebilmektedirler. Dolayısıyla medyayı etkin bir şekilde kullanan kişilerin, bu araçlara erişimi olmayan kişilere kıyasla siyasi karar alma süreçlerine daha fazla dahil oldukları ve siyasi sistemle daha fazla bütünleştikleri söylenebilir (Kalaycıoğlu, 1983: 34-35).

Medyanın bu süreçte oynadığı rol, seçmenlerin bilgi edinme, algı oluşturma ve karar verme mekanizmalarında merkezi bir öneme sahiptir. Haber programları ve gazeteler, seçmenlere adaylar hakkında bilgi sunmanın yanı sıra tartışma programları da politikalar hakkında bilgi verir. McCombs ve Shaw'un (1972: 177) belirttiği gibi, medya seçmenlere hangi konuların önemli olduğunu ve hangi adayların bu konularda öne çıktığını göstermek için gündemi belirleme işlevini üstlenir. Medya, belirli bir adayın veya olayın algılanma şeklini etkileyebilen çerçeveleme etkisini kullanabilir (Entman, 1993: 52). Dolayısıyla, medyanın seçmen davranışları üzerindeki etkisi, demokratik katılım ve temsil süreçlerinin anlaşılması bakımından kritik bir araştırma alanı oluşturmaktadır.

Ekonomik koşullar

Siyaset bilimciler, genel olarak sosyoekonomik değişkenlerin siyasi davranış ve bu davranışa bağlı eğilimlerin ortaya çıkışını önemli ölçüde etkilediği konusunda mutabık kalmaktadır. Seçmenlerin rasyonel aktörler olduğu düşüncesi, onların kararlarının finansal zorluklar ve ekonomik krizler karşısında kırılgan olabileceği olasılığını gündeme getirmektedir. Ekonomik değişkenlerin oy verme davranışını şekillendirme üzerine minimal etkisi olduğunu savunanlar gibi birincil öneme sahip olduğunu ileri süren iki farklı görüş mevcuttur (Özhan, 2018: 34).

Seçmen davranışları üzerinde büyük bir etkisi olan faktörlerden biri ekonomik faktörlerdir. Bu faktörler arasında ekonomik koşulların genel durumu, uygulanan ekonomik politikalar, gelir eşitsizliği seviyeleri, medyanın ekonomiyle ilgili sunduğu

bilgi ve yorumlar, bireylerin kişisel mali durumları ve küresel ekonomik dinamikler yer almaktadır. Bu etkileşimlerin her biri, seçmenlerin siyasi tercih ve kararlarını biçimlendirmede önemli bir rol oynamaktadır (Yamamura ve Sabatini, 2015: 25). Lewis-Beck ve Stegmaier (2000: 211) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, seçmenler genellikle ekonomik performansın iyi olduğu zamanlarda hükümete destek verirken, ekonomik kriz dönemlerinde muhalefet partilerine yönelebilmektedirler. Buna göre, seçmenlerin tercihleri kişisel finansal durumları ve genel ekonomik durum hakkındaki algılarının etkisi altında olabilmektedir (Fiorina, 1981: 147). Dolayısıyla, seçmen kararlarını ve siyasi sonuçları tam anlamıyla kavrayabilmek için bu ekonomik bağlantıların ve dinamiklerin incelenmesi kritik bir öneme sahiptir. Ekonomik faktörlerin bu çok yönlü etkisini anlamak, hem seçmen davranışının altında yatan motivasyonları hem de seçim sonuçlarının toplumsal ve politik yansımalarını daha iyi analiz etmeyi mümkün kılmaktadır (Schnellenbach ve Schubert, 2015: 395).

Gündem olayları ve kamuoyu araştırmaları

Seçmenlerin mevcut yönetime olan inancı gündemdeki olaylar ve krizlerle desteklenebilir ya da zayıflatılabilir. Bu, hükümetin krizleri ne kadar iyi idare ettiğine ve halkın bu performansı nasıl gördüğüne bağlıdır. Ayrıca, muhalefet partileri bu tür toplantılar aracılığıyla programlarının üstünlüğünü vurgulayabilir ve yönetimi eleştirebilir. Kamuoyu hükümetin krize hızlı ve etkin bir şekilde tepki vermesini olumlu karşılarken, geç veya yetersiz bir tepki ciddi bir memnuniyetsizliğe neden olabilir. Örneğin, COVID-19 salgınına nasıl ele aldıklarına bağlı olarak, çok sayıda ülkenin seçmenleri hükümetlerine destek ya da olumsuz geri bildirimde bulunmuştur (Altıparmak, vd., 2021: 81). Seçmenlerin hükümete olan inancı, ekonomik destek paketleri, kriz iletişimi, halk sağlığı önlemlerinin etkinliği ve pandemi yönetimi gibi unsurlardan doğrudan etkilenmiştir (Bol, vd., 2021: 497-498)

Kamuoyu araştırmaları, siyasi tercihlerin belirlenmesi, strateji oluşturma, halkın görüşlerinin anlaşılması, karar alma süreçlerine katkı sağlama, toplumsal değişimleri izleme ve pazarlama/reklam stratejileri gibi çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır (Türkmenoğlu, 2017: 401-405). Bu araştırmalar, bireylerin sahip olduğu siyasi görüşleri, liderlerin güncel olaylar hakkındaki tutumlarını, seçmenlerin

siyasi mesajlara ne derece açık olduklarını ve kullandıkları kitle iletişim araçlarını kapsamlı bir şekilde analiz ederken hangi iletişim araçlarının seçmenler üzerinde daha etkili olduğunu belirleyerek, siyasi kampanyaların stratejik planlamasında önemli bir rol oynar. Ayrıca, kamuoyu araştırmaları, toplumun genel eğilimlerini ve tepkilerini ölçerek, siyasal aktörlerin ve politika yapıcıların karar alma süreçlerine değerli bilgiler sağlar. Bu bilgiler, sadece seçmen davranışlarını anlamakla kalmaz, aynı zamanda siyasi iletişim stratejilerinin etkinliğini artırarak, demokratik katılımı ve bilinçli oy verme süreçlerini destekler (Atabek, 1996: 869; Sezgin, 2003: 59). Dolayısıyla, kamuoyu araştırmaları, çoğulcu demokrasilerde siyasi karar alma süreçlerinden pazarlama stratejilerine kadar geniş bir yelpazede önemli bir rol oynamaktadır.

Seçim öncesi gerçekleştirilen kamuoyu araştırmaları, seçmenlerin görüş, düşünce, algı ve davranışlarını tespit etmeyi amaçlayan önemli araçlardır (Özkan, 2007:185). Bu araştırmalar, yalnızca seçmen eğilimlerini belirlemekle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda adaylar, seçmenler ve parti destekçileri üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler oluşturabilir (Kalender, 2005: 100). Örneğin, Amerikan siyasi yaşamının kamuoyu araştırmalarından büyük ölçüde etkilendiğini ve bu araştırmaların belirli politik amaçlara hizmet ettiğini Schiller (1993:186) tarafından vurgulanmaktadır. Seçim stratejilerinin şekillendirilmesinde ve kamuoyunun nabzının tutulmasında kritik bir rol oynayan kamuoyu araştırmaları doğrultusunda partiler ve adaylar kampanya stratejilerini belirlerken, seçmenler de algılarını ve kararlarını bu bilgilere dayalı olarak yeniden değerlendirebilirler. Çünkü bu araştırmaların bulguları, bazı insanların siyasi eğilimlerini örtüştüğü için güçlendirebilirken, diğerlerinin ise bu bulgulara uygun olmayan görüşlerini gözden geçirmelerine neden olabilmektedir (Doğan, 2017: 105).

Ayrıca, manipülatif amaçlarla gerçekleştirilen kamuoyu araştırmalarının kitle iletişim araçları vasıtasıyla seçmenlere ulaştırılması, ciddi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Özellikle, negatif bir kampanyanın kamuoyu araştırmalarıyla desteklenmesi durumunda, seçmenlerin bu manipülatif verilerden etkilenme olasılığı artmaktadır (Güz 2005: 150-151). Bu durum, demokratik süreçlerin sağlıklı işlemlerini engelleyebilir ve seçmenlerin bilgiye dayalı, rasyonel kararlar almasını zorlaştırabilir. Manipülatif kamuoyu araştırmaları, seçmen algısını ve davranışını saptırarak seçim sonuçlarını ve genel siyasi atmosferi olumsuz yönde etkileyebilir. Bu nedenle,

kamuoyu araştırmalarının yöntemsel doğruluğu ve etik standartlara uygunluğu büyük önem taşımaktadır.

3.4.2. Uzun Dönemli (Yapısal) Faktörler

Seçmen tercihleri sosyal, ekonomik, kültürel ve coğrafi uzun vadeli yapısal glerin karmaşık etkileşimi ile şekillenmektedir. Bu etkiler uzun bir süreçte oluştuğu için seçmenlerin de siyasi algıları ve davranışları üzerinde uzun süreli sonuçlara sahiptir. Bahsi geçen ana yapısal faktörleri; yaş, cinsiyet, aile, eğitim düzeyi, dini bağlılık, sosyoekonomik statü, etnik kimlik, yaşanılan yer ve partizan bağlılık olarak ifade etmek mümkündür.

Yaş

Yaşın, siyasi davranışın en önemli belirleyicilerinden biri olduğu yaygın olarak kabul edilmektedir. Seçmen davranışı ve yaş arasındaki ilişki, farklı yaş gruplarının siyasi olay ve olguları nasıl yorumladıklarına ve etraflarındaki siyasi değişimlere nasıl tepki verdiklerine bağlı olarak oy verme tercihlerinde farklılıklara yol açabilir (Doğan, 2017: 88). Saha alışmaları, belirli yaş gruplarının siyasi davranışları etkileme derecesini ortaya koymuştur. Bireyler yaşlandıkça, yalnızca fiziksel değişimlere değil, aynı zamanda siyasi değişimlere de maruz kalmaktadırlar. Genç nesillerin, sosyalleşmeye yatkınlıkları ve saf ideolojik yönelimleri sebebiyle siyasete yoğun bir ilgi duydukları anlaşılmaktadır. Genç kuşaklar, eski kuşaklara kıyasla değişime ve yeniliğe daha açık olma eğilimindedir. Buna karşın, yaşlı kuşaklar daha muhafazakr olma eğilimindedir. Burada muhafazakrlık, sadece dini bir temel olarak değil, aynı zamanda bireyin kendi inançlarını sürdürmesi veya statükoyu desteklemesi anlamında da ele alınmaktadır (Kalaycıoğlu, 1984: 22).

Yaş, oy verme davranışını çeşitli şekillerde önemli ölçüde etkilemektedir. Farklı yaş grupları, deneyimler, tarihi olaylar ve sosyalleşme süreçlerinden etkilenerек farklı siyasi tutumlar ve ideolojilere sahip olurlar. Yaşlı bireyler, gençlere kıyasla daha yüksek oy kullanma oranlarına sahip olup, bu durum seçim sonuçları ve politika kararlarını etkiler. Siyasi sosyalleşme açısından, genç seçmenler sosyal medya gibi modern iletişim araçlarından etkilenirken, yaşlı seçmenler geleneksel medyaya daha

fazla güvenirler ve bu da adaylar ve konular hakkındaki görüşlerini şekillendirir. Ayrıca, yaş, seçmenlerin politika önceliklerini belirler; yaşlı bireyler sağlık ve emeklilik konularına odaklanırken, genç seçmenler eğitim ve iklim değişikliği gibi ileriye dönük konulara öncelik verirler (Settle, vd., 2010: 240-241).

Ayrıca yaş faktörü bağlı olarak siyasal katılım düzeyleri de değişiklik göstermektedir. Örneğin gençler (18-25 yaş), genellikle eğitim, iş arama ve kişisel hedeflere odaklanmaları ve siyasal deneyimsizlikleri nedeniyle siyasal katılım konusunda daha az aktif olmaktadır. Buna karşılık, orta yaş grubundaki bireyler (25-45 yaş), genellikle yerleşik bir yaşam sürmeleri, toplumsal roller edinmeleri ve meslek sahibi olmaları nedeniyle siyasal katılımı daha yüksek bir aktivite sergilemektedirler. Ancak, 45- 60 yaş aralığındaki arasında siyasal katılımın azalma eğilimi gözlemlenmektedir; bu azalma, beklentilerin düşmesi, değişim yaratma inancının azalması ve fiziki güçlerin sınırlanması gibi sebeplerle ilişkilendirilebilir (Altan, 2011: 318-319). Genel olarak seçmenlerin siyasal algı ve davranışlarındaki yaşa bağlı olarak değişim, bireylerin yaşam evrelerine ve bu evrelerde karşılaştıkları çeşitli dinamiklere bağlı olarak şekillenmektedir.

Cinsiyet

Siyaset bilminde cinsiyet ayrımı üzerinden yapılan çalışmalar, günümüzde giderek artan bir ilgiyle ele alınmaktadır. 1980'lerden önce, seçmenlerin cinsiyetlerinden bağımsız olarak siyasete yönelik benzer tutum, davranış ve eğilimlere sahip oldukları düşünülmekteyken, bu anlayış yerini, kadın ve erkek seçmenlerin farklı siyasi yönelimler, tercihler ve beklentilere sahip oldukları düşüncesine bırakmıştır. Araştırmalar, parti kimliği, ideolojik eğilimler ve parti üyeliğinin derecesinin cinsiyete göre farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur (Carroll ve Fox, 2006: 74-80).

Oy verme davranışının cinsiyet statüsünden nasıl etkilendiğini inceleyen Lipset, erkeklerin sosyal belirleyiciliğinin oy verme davranışındaki cinsiyet farklılıklarının başlıca nedeni olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda, kadınların erkeklerin (eş, baba, erkek kardeş) baskısına maruz kalmaları, onların daha düşük seçim katılımı göstermelerinin ve muhafazakâr görüşlere sahip olmalarının temel

nedenleri arasında yer almaktadır (1960: 206). Erkeklerin eşlerinin siyasal algı ve davranışları üzerindeki baskıcı tavırlarının yanı sıra, dünya ülkelerinin genelinde kadınların seçme ve seçilme haklarını sonradan elde etmeleri de ayrı bir neden olarak görülmektedir (Baykal, 1970: 65-66).

Erkeklerin ve kadınların toplumda üstlendikleri farklı roller, her iki grubun dünyayı algılayış biçimlerini, olayları yorumlama süreçlerini ve nihayetinde siyasetle ilgili duygu ve düşüncelerini şekillendirmiştir. Kadınların siyasi kararlar alırken erkeklere nazaran daha fazla duygusal etkiler altında kaldıkları, sıklıkla eşleri veya ailelerinin görüşlerine dayanarak oy kullandıkları ve genellikle erkeklere kıyasla daha muhafazakâr eğilimler sergiledikleri ileri sürülmektedir (Kışlalı, 1976: 125). Burada, kadınların aile içinde boyun eğdirilen ve karar alma süreçlerinden dışlanan bireyler olarak yetiştirilmesi, baskılanan özgün bireysellikleri ve onların siyasi tercihlerinin nihai olarak eşleri tarafından belirlenmesine yol açmaktadır (Canakay, 2004: 46). Genel olarak, siyasete dair çeşitlilik gösteren görüş, tutum ve davranışlar, toplumsal cinsiyet rollerine yönelik sosyalizasyon ve hangi davranış biçimlerinin kadınlar ve erkekler için uygun olduğuna ilişkin toplumsal beklentilerin bir sonucu olarak karşımıza çıkabilmektedir (Güldü ve Ersoy-Kart, 2009: 100). Bu durum, toplumun cinsiyete dayalı beklentilerinin siyasi katılım ve tercihler üzerindeki etkisini vurgularken siyasetin cinsiyetin algılanışı ve rolü üzerinden de nasıl şekillendiğini göstermektedir.

Aile

Siyasi algı ve davranış, toplumsal varoluşun temel unsurlarından biri olan aile dinamiklerinden etkilenerek şekillenebilmektedir. Bu durum, bireylerin aidiyet duygusuyla ilk ve doğal olarak aile yapılarına uyum sağlamaları ve bu yapıların belirlediği davranış kalıplarını benimsemeleri ile açıklanabilmektedir (Özhan, 2018: 31).

Aile, siyasi değerlerin, ideolojilerin ve inançların doğrudan iletişim, gözlem ve tartışmalar yoluyla üyelere aktarılmasında kilit bir role sahiptir. Özellikle ebeveynler, aile içinde siyasi katılımın algılanmasını etkileyerek çocuklara rol model olma işlevini

üstlenirler. Aile içinde sivil faaliyetlere katılma, çocuklara vatandaşlık bilinci aşılayabilirken, yine aile içindeki siyasetle ilgili etkileşimler ve tartışmalar, bireylerin farklı görüşleri ifade etme ve çeşitli bakış açılarını anlama fırsatı bulmalarını sağlar. Aile geleneği, nesiller arası etkileşimler ve sosyoekonomik faktörler, aile içinde siyasi tutum ve davranışların şekillenmesine katkıda bulunur (Settle, vd, 2010: 240 -241).

Ailelerin seçmenlerin siyasi tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu düşüncesi, özellikle Türkiye’deki siyasi analizlerde sıkça ele alınan ve dile getirilen bir varsayımdır. Bu durumun en belirgin örneği, seçmenin ailesinin veya yaşlıların desteklediği partiye bağlı kalarak oy vermesi ve siyasi tercihlerin nesiller boyu aktarılarak “dededen toruna” şeklinde bir dogmaya dönüşmesidir (Çobanoğlu, 2007: 141). Ancak, Aydın ve Özbek tarafından gerçekleştirilen “*Ailenin Seçmen Davranışları Üzerine Etkileri*” isimli çalışmada ise yaş grupları arasında aileden etkilenme düzeyleri karşılaştırılmış ve özellikle “25 yaş ve altı” genç seçmenler için aile etkisinin belirleyici olduğu gözlemlenirken, yaş ilerledikçe “46 yaş ve üzeri” kümesindeki bireylerin kendi deneyimleri, eğitim seviyeleri ve yaşadıkları olaylar doğrultusunda siyasi tercihlerini belirlemede daha bağımsız hale gelebildikleri ifade edilmiştir (2004: 162).

Eğitim düzeyi

Eğitim, bireyin yaşamı ve dış dünyayı doğru bir şekilde algılama ve anlama, mantıklı çıkarımlar yapma ve hem toplumsal hem de kişisel düzeyde kararlar alma kapasitesini önemli ölçüde şekillendirir. Eğitim süreci, bireylerin toplumun bir parçası olduklarını ve aldıkları kararların toplum üzerinde doğrudan veya dolaylı etkileri olduğunu fark etmelerini sağlar. Bu bilinç, kişilerin ideolojik eğilimlerinin belirlenmesinde ve siyasi perspektiflerinin oluşmasında kritik bir rol oynar. Dolayısıyla, eğitim, bireylerin toplumsal ve siyasi alanlardaki bilinçli katılımını artırarak, demokratik süreçlere katkıda bulunmalarını teşvik eder (Sitembölükbaşı, 2007: 535).

Eğitim seviyeleri, bireylerin siyasi bilgi ve anlayışlarını geliştirmede önemli bir rol oynar. Araştırmalar, resmi eğitimin bireyin siyasetle ilgili bilgi edinme

yeteneğini belirlemede kritik bir faktör olduğunu göstermektedir. Üniversite eğitimi almış bireyler, lise mezunları gibi daha düşük eğitim seviyesindeki bireylere kıyasla daha derin siyasi bilgiye sahip olma eğilimindedir. Bununla birlikte, eğitim sadece siyasi bilgiyi etkilemekle kalmaz, aynı zamanda siyasi katılım için bilgilendirme ve harekete geçme şansını artırarak dolaylı olarak da etkiler (Delli Carpini ve Keeter, 1996: 216-218). Yüksek eğitim seviyesine sahip bireyler, genellikle politik süreçlere daha fazla katılım gösterir ve siyasi partilerin politikalarını daha eleştirel bir gözle değerlendirebilir. Örneğin Verba, Schlozman ve Brady bu durumu, eğitim sürecinin bireylerin beceri kazanımı, gelir düzeyi, iş fırsatları, siyasi katılım ve siyasete bilişsel katılım üzerindeki belirgin etkilerinden kaynaklandığını ifade ederek eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin, siyasi konulara daha fazla ilgi gösterme ve bu konular hakkında daha derinlemesine bilgi sahibi olma eğiliminde olduğunu belirtirler (1995: 433-436). Dolayısıyla, eğitim yoluyla edinilen bilgi ve beceriler, vatandaşların demokratik süreçlere dahil olma, siyasi tartışmalara katılma ve kamu politikalarının şekillendirilmesinde etkin rol oynama potansiyellerini artırmaktadır. Eğitim, böylelikle toplumsal katılımı ve demokratik vatandaşlığı güçlendiren temel bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Dini bağlılık

Tarih boyunca, çeşitli seçim rejimlerinde seçmen tercihleri, dini inançlar ve değerler tarafından önemli ölçüde etkilenmiştir. Günümüz siyasi parti sistemlerinin mevcut yapısında dahi din, demokratik sistemlerde siyasi bağlılık üzerinde büyük bir etkiye sahip olmaya devam etmektedir (Valenzuela, vd., 2007: 2). Çünkü, dini hassasiyetler, oy verme davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve bu etki hem bireyleri hem de siyasi partileri kapsamaktadır. Ahlaki ve dini ilkelere önem veren seçmenler, parti tercihlerini bu değerler doğrultusunda şekillendirmektedir (Gökçe, vd., 2002: 31). Bireyin siyasi hayata katılma isteği ve eğilimi, din algısı, aidiyet hissi ve dini pratiklere olan bağlılık düzeyinden etkilenebilir; bu da neticesinde belirli bir siyasi duruşun benimsenmesine yol açabilir (Köktaş, 1997: 206).

Araştırmalar, bireylerin dindarlık düzeyleri ile dini değerleri ön plana çıkaran siyasi parti veya milletvekillerine verdikleri destek arasında anlamlı bir ilişki olduğunu

göstermektedir. Dindarlık düzeyi arttıkça, dini vurgu yapan siyasi figürlere destek verme eğiliminin güçlendiği gözlemlenmiştir; bu durum, dindar bireylerin siyasal tercihlerinde dini faktörleri ön planda tutma eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca, dindarlığın, dini söylemleri vurgulayan siyasi figürlere yönelik destek verme eğilimini artırdığı ve bu eğilimin eğitim düzeyi ile de ilişkili olduğu belirtilmektedir. Özellikle köy ve ilçe gibi daha küçük yerleşim birimlerinde bu tutumlar daha belirgin iken, büyükşehirlerde farklı bakış açılarına sahip olduğu gözlenmektedir. Bu bulgular, çeşitli araştırmacıların çalışmalarıyla da desteklenmekte olup, dindarlık ile siyasi tercihler arasındaki ilişkinin kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır (Eser, 2012: 128-130). Kısacası din, seçmenlerin siyasi tercihlerini şekillendiren temel faktörlerden biri olarak kalmakta ve bu etki, demokratik süreçlerde ve parti bağlılıklarında belirgin bir şekilde gözlemlenmektedir.

Sosyoekonomik statü

Sosyoekonomik statü, bireylerin gelir düzeyi, mesleki durumu ve genel yaşam standardı gibi bileşenlerden oluşmaktadır. Sosyoekonomik statü de tıpkı gelir düzeyi, eğitim seviyesi, meslek unsurları gibi bireylerin seçimlerde hangi yönde oy kullanacağını belirlemede kritik bir rol oynamaktadır. Nasıl ki daha yüksek gelir düzeyine sahip bireyler, düşük gelirli bireylere kıyasla farklı politika tercihleri geliştirebilmekte ve bu durum, oy verme kalıplarında belirgin farklılıklara yol açabilmekteyse, aynı şekilde, sosyoekonomik statü de siyasi eğilimler ve oy verme tercihleri üzerinde kayda değer bir etkiye sahiptir. Seçmen davranışını anlamak ve analiz etmek için, ekonomik değerlendirmeler ve politika tercihleri gibi değişkenlerle etkileşime giren sosyoekonomik faktörleri dikkate almak önem arz etmektedir (Brooks ve Brady, 1999: 1361. Bu bağlamda, seçmen davranışlarının analizinde sosyoekonomik statünün rolünü göz ardı etmemek, siyasi süreçlerin ve sonuçların daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

Örneğin, Seymour Martin Lipset (1960) “*Political Man: The Social Bases of Politics*” isimli kitabında, daha yüksek sosyoekonomik statüye sahip bireylerin genellikle daha liberal politikaları desteklediğini ifade etmektedir (Lipset, 1960: 86). Bunun nedeni, daha yüksek gelirli ve daha yüksek eğitim seviyesine sahip bireylerin

sosyal refah politikalarına ve eşitlikçi ekonomik düzenlemelere daha fazla ilgi göstermesidir. Lipset'in bulguları, bu bireylerin sosyal adalet ve herkes için fırsat eşitliği gibi konularla daha fazla ilgilendiklerini göstermektedir. Buna ek olarak, Ronald Inglehart (1990: 161-164) ekonomik güvenlik arttıkça seçmenlerin daha post-materyalist değerleri benimseme eğiliminde olduğunu savunmaktadır. Inglehart, ekonomik güvenliğin bireyleri kendini ifade etme, çevreyi koruma ve yaşam kalitesi gibi post-materyalist değerlere daha fazla önem vermeye teşvik ettiğini savunmaktadır.

Ayrıca sosyoekonomik statü içerisinde yer alan mesleki durum farklılıkları, bireylerin siyasete bakış açılarını ve siyasi katılım düzeylerini önemli ölçüde etkilemektedir. Mesleki durumda yüksek statüye sahip profesyoneller, genellikle daha yüksek gelir ve eğitim seviyelerine sahip olduklarından, siyasi olaylar üzerinde daha fazla etkiye ve daha makul yargılara sahip olma eğilimindedirler. Buna karşılık, düşük statülü profesyonellerin, gelir ve eğitim düzeylerinin daha düşük olması nedeniyle siyasete katılım oranları daha düşüktür. Bu durum, düşük statülü bireylerin siyasi süreçlerde daha az temsil edilmesine ve dolayısıyla siyasi karar alma mekanizmalarına daha az etkide bulunmasına yol açmaktadır. Mesleki durum ve sosyoekonomik statü seçmenlerin yıllarca aile etkisinde kalan algı ve davranışlarını bile değiştirebilmektedir (Yakışan, 2014: 105-107). Hatta bazı meslek gruplarının siyasetle çok içli dışlı olması, onların siyasi süreçlerde çok fazla aktif olmalarına yol açmaktadır (Baykal, 1970: 45-47). Bu bağlamda, sosyoekonomik statü ve mesleki durumun seçmen davranışları üzerindeki etkileri, siyasi tercihlerin ve siyasi katılımın anlaşılması için önemli bir çerçeve sunabilmektedir.

Etnik kimlik

Etnik topluluk ve dolayısıyla kimlik, bireyler arasında paylaşılan kültürel özellikleri, gelenekleri ve birlik duygusunu içermektedir. Bir etnik topluluk, ortak soy efsaneleri, paylaşılan tarihi deneyimler, dayanışma ve belirli bir vatan veya coğrafi bölgeye bağlılık gibi ortak unsurlarla tanımlanabilir. Etnik kimlik ise bireylerin kişisel aidiyet ve bağlılık duygularını şekillendiren, tutumlar ve yaşantılarla evrilen bir kavramdır. Etnik gruplar genellikle dış gözlemciler tarafından farklı kültürel gruplar olarak görülürken, içinde bulundukları bireyler arasında ortak bir kimlik duygusu

oluşturan paylaşılan niteliklerle belirginleşirler (Smith, 1991: 21-28). Toplumların sosyal yapısını ve gruplar arası ilişkileri şekillendiren etnik kimlik, bireylerin günlük yaşamda ve siyasi tercihlerde nasıl davranacaklarını belirleyebilir ve aynı zamanda siyasi ve ekonomik fırsatlara erişimi de etkileyebilir.

Etnik kimlik, bireylerin siyasi tercihlerini belirlemede önemli bir rol oynayan bir faktördür. Bu kimlik, bireyleri belirli siyasi adaylara ve partilere yönlendirirken grup dayanışmasını teşvik eder ve topluluklarının çıkarlarını temsil eden adaylara destek verilmesine katkı sağlar. Siyasi partiler ve oluşumlar, etnik kimliği stratejik bir biçimde kullanarak ortak miras, dil veya tarihi deneyimlere dayanarak belirli etnik gruplardan destek elde etmeyi amaçlarlar. Etnik kimlik ayrıca, belirli partilere sürekli destek veren etnik oy bloklarının oluşumuna neden olabilir. Güçlü bir etnik kimlik, azınlık gruplarının kendilerine özgü politikaları savunmalarına ve siyasi kararları etkilemelerine olanak tanırken, aynı zamanda siyasi kutuplaşmaya da yol açabilir. Etnik kimlik, sınıf, cinsiyet ve din gibi diğer sosyal faktörlerle etkileşerek etnik topluluklar içinde farklı oy verme kalıplarının şekillenmesine katkıda bulunur. Bireylerin etnik kimliklerine verdiği önem, diğer kimliklerine kıyasla oy verme tercihlerini etkileyebilir ve siyasi temsilde çeşitliliği sağlar (Brubaker, 2006: 148-152).

Ayrıca seçmenler siyasi tercihlerini, kendilerine yakın hissettikleri siyasi partilere ve siyasetçilere yönelterek belirleyebilirler. Bu durumda bireylerin kendileriyle aynı etnik kimliğe sahip adayların konuşmalarını daha güvenilir bulma eğilimlerinin yüksek olması da ihtimaldir. Bu bağlamda, seçmenler etnik kimliği, siyasi parti liderleri ve adaylarla ilişki kurma sürecinde tanımlayıcı bir özellik olarak kullanabilmektedirler (Dunning ve Harrison, 2010: 29-30). Genel olarak etnik kimlik, seçmenlerin siyasi tercihlerini şekillendirme ve siyasi süreçlere katılımı etkileme potansiyeline sahiptir.

Yaşanılan yer

İnsanların siyasi eğilimleri, yaşadıkları sosyal ve coğrafi ortamlarla sıkı bir şekilde ilişkilidir. Araştırmalar, toplumun büyüklüğü ile siyasi katılım arasında doğrudan bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca, kentleşme sürecinin, insanların

siyasi katılım düzeylerini artıran bir siyasi kültür ve atmosfer oluşturduğu vurgulanmaktadır. Kırsaldan kente doğru hareket edildikçe, bireylerin siyasi örgütlere katılma ve politika üzerinde etkili olma eğilimlerinde bir artış gözlemlenmektedir (Dursun, 2012: 234-244; Baykal, 1970: 66). Kozmopolit metropol yaşamı, kırsal kesimdeki düşük eğitim ve gelir düzeyinden, yaygın tutum, inanç ve ideolojilerden, ekonomik, sosyal ve kültürel koşullar açısından farklılık gösterir. Kentsel yaşamın sunduğu eğitim, iletişim ve diğer olanaklar, insanların siyasal olayları takip etmelerini ve katılmalarını sağlar (Kalaycıoğlu, 1983: 557-558).

Siyasal katılımın niceliksel boyutu, kentleşmenin ele alınması gereken tek yönü değildir. Kentleşmenin seçmen tercihleri üzerindeki etkilerini değerlendirirken, niteliksel farklılıkların da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Kentleşmenin getirdiği değişimler, seçmen davranışını niteliksel olarak da etkilemektedir. Kentleşmiş bölgelerin kendine özgü özellikleri ve kent-kır ayrımının belirginleşmesi, seçmen davranışında niteliksel farklılıkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda, seçmen tercihleri ve davranışları, yalnızca sayısal değişimler değil, aynı zamanda kentleşmenin yarattığı sosyal ve kültürel dinamikler doğrultusunda niteliksel olarak da farklılık göstermektedir (Albritton ve Bureekul, 2012). Seçmenlerin, sosyal kontrol mekanizmalarının öne çıktığı, kolektif kültürün baskın olduğu ve topluluk kimliğinin bireysel karar alma süreçlerini etkilediği kültürlerde bağımsız karar alma konusunda isteksiz oldukları ifade edilmektedir. Literatürde, seçmenlerin ikamet ettikleri yerler ile siyasi kararlar ve davranışlar arasında bir ilişki olduğunu gösteren bulgular mevcuttur; özellikle şehirlerde ve kırsal alanlardan uzakta yaşayan bireylerin, topluluklarından uzaklaştıklarında siyasi karar vermeyi daha kolay buldukları belirtilmektedir (Çaha ve Guida, 2011: 35). Buradaki temel ayrım seçmen farkındalığı ile ilgilidir. Kentsel bölgelerde yaşayan bireyler, refah, eğitim ve diğer avantajlı faktörler sayesinde genellikle bilinçli ve bağımsız bir şekilde oy kullanma eğilimindedirler. Buna karşın, kırsal bölgelerde yaşayan bireyler, topluluk içinde birbirlerine duydukları güven nedeniyle oy verme davranışlarında daha kolektif bir yaklaşım sergilemektedirler. Kırsal yaşam, bireylerin oy verme davranışlarını büyük ölçüde etkileyen bir sosyal ve siyasi kültür yaratmaktadır. Bu bağlamda, kırsal alanlarda oy verme davranışı, bireylerin ait oldukları köy topluluklarının eğilimlerinden büyük ölçüde etkilenmektedir. Hatta öyle ki bu durum, Türkiye'nin kırsal bölgelerindeki seçmenlerin, büyükşehirlerdeki seçmenlere kıyasla siyasete daha

yüksek oranda katılım göstermesinin başlıca nedeni olarak öne çıkmaktadır (Kışlalı, 2003: 225). Genel olarak, insanların siyasi eğilimleri ve katılım düzeyleri, yaşadıkları çevrelerin sosyal, ekonomik ve kültürel dinamikleriyle şekillenmekte, seçmen algı ve davranışlarında farklılıklar olarak hem niceliksel hem de niteliksel değişimlere yol açmaktadır.

Partizan bağlılık

Siyasi tutum ve davranışlar, bireylerin siyasi sürece katılım düzeyine göre farklılık gösterebilir. Örneğin, parti örgütlenmesine aktif katılım, parti üyeliği, gönüllü çalışmalar ve propaganda faaliyetleri gibi eylemler, aktif siyasi davranışları temsil ederken, seçimlerde oy kullanma gibi eylemler daha pasif bir siyasi katılım biçimini ifade eder. Hem aktif hem de pasif katılım, bireylerin siyasi tutumları ve davranışları üzerinde etkiler yaratabilir. Bireyler, benimsedikleri partilerle güçlü psikolojik bağlar kurarak, bu partilere karşı sadakat geliştirirler. Bu bağ, bireylerin kendilerini partinin bir parçası olarak görmelerine ve partiyle ilgili faaliyetlere katılmaya istekli olmalarına neden olur. Böylece, parti üyeliği ve sadakati, bireylerin siyasi katılımını artıran ve parti faaliyetlerine olan bağlılıklarını pekiştiren temel unsurlar olarak öne çıkar (Özhan, 2018: 27).

Seçmenlerin sosyo-psikolojik özelliklerinin anlaşılması, siyasi partilerin desteklerini artırmak için kritik öneme sahiptir. Özellikle siyasi partiye bağlılık gibi duygusal faktörler, seçmen davranışını ve sadakatini derinlemesine etkileyen önemli bir role sahiptir. Parti bağlılığı, iç benlik, sosyal kimlik, güven ve seçmen sadakati arasında karmaşık bir ilişki biçiminde ortaya çıkan ve bir partiyle kurulan duygusal bağın oy verme davranışını nasıl yönlendirdiğini açıklar. Bu duygusal bağ, seçmenlerde partiye karşı duyulan bağlılığın derinleşmesine ve partiye sürekli ve istikrarlı destek sağlanmasına yol açmaktadır (Topçuoğlu vd., 2023: 8). Çünkü partizan bağlılık, seçmenlerin siyasi mesajları, adayları ve politikaları nasıl algıladıklarını etkileyerek ve tutumlarını seçtikleri partinin değerleriyle uyumlu hale getirerek seçmen davranışını şekillendirmektedir. Sadık seçmenler tercihlerini değiştirmeye dirençlidir ve tercih ettikleri partiyi zaman içinde tutarlı bir şekilde destekleme eğilimindedir. Bu sadakat, seçimler sırasında seçmenlerin karar verme

süreçlerini etkileyebilir, çünkü sadık seçmenler eksiklikleri görmezden gelebilir ve partilerini desteklemeye devam edebilirler (Kaur ve Sohal, 2019: 267 – 268).

Partizan bağlılığının azalması veya bir partinin popülerliğini kaybetmesi durumunda, seçmenler diğer partilere yönelme eğiliminde olabilirler. Bu bağlamda, seçmenler kendilerini herhangi bir partiye duygusal olarak bağlı hissettiklerinde, bu bağlılığın sürekliliği ve seçimlerdeki oy tercihlerinin devamlılığı sağlanabilmektedir (Turan ve Temizel, 2015:123-126). Parti bağlılığı, seçmenlerin siyasi tercihlerini etkileyen önemli bir faktördür ve uzun vadeli parti sadakatini güçlendirebilir. Bu nedenle, siyasi partilere duygusal olarak bağlılık, seçmen davranışlarında istikrarlı bir etki yaratabilir.





4. BİLİŞSEL AKTİVİTELER İLE SİYASAL ALGILARIN TESPİTİ: NÖROSIYASET

Nörosiyaset **kavramının** ve bu alandaki araştırmalarda kullanılan tekniklerin ele alındığı bu başlık altında, ilk olarak nörosiyaset kavramı açıklanmış; ardından nörosiyaset araştırmalarında kullanılan yöntemler, nörometrik ve biyometrik ölçüm teknikleri olmak üzere iki ana başlık altında incelenmiştir.

4.1. Nörosiyaset Kavramı

“Nörobilim” kavramı, ilk kez Francis O. Schmitt tarafından beyin ve davranış çalışmalarıyla ilgili çeşitli disiplinleri ve alt disiplinleri entegre eden birleşik bir alan yaratma projesinde kullanılmıştır. Schmitt, 1962 yılında “Nörobilim Araştırma Projesi” olarak bilinen disiplinler arası bir çalışmayı yürüterek, nörofizyoloji, nöroanatomi, nörokimya, nöroloji, psikoloji, psikiyatri, immünoloji, fizik ve kimya gibi farklı alanları ortak bir çerçeve altında bir araya getirme çabasının bir parçası olarak “nörobilim” terimini ortaya atmıştır. Bu girişim, beyin ve davranışın derinlemesine incelenmesini sağlayan nörobilim disiplininin 1960’lı yıllarda şekillenmeye başlamasına öncülük etmiştir. Schmitt’in çalışmaları, beyni inceleyen birçok alandan uzmanı bir araya getirerek, bu alanların melezleştirilmesi ve entegre edilmesi yoluyla beynin ve işlevlerinin daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunmuştur (Swazey, 1992: Abi-Rached ve Rose, 2010; 20).

Siyaset bilimi, tarihsel olarak ekonomi, tarih ve sosyoloji gibi disiplinlerle bağlantılar kurarak gelişmiş ve organize olmuştur; ancak son yıllarda, disiplinler arası doğasının bir sonucu olarak biyoloji, psikoloji ve sinirbilim gibi alanlarla da etkileşim içine girmiştir. Bu etkileşim, siyaset psikolojisi, nöropolitik ve biyopolitika gibi alt alanların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu alt alanlar, insan davranışlarını ve karar verme süreçlerini siyasi davranış bağlamında anlamaya yönelik çabaların bir sonucudur. Geleneksel olarak siyaset bilimi, siyasal kurumlar, süreçler ve yapılar üzerinde yoğunlaşmışken, yeni yaklaşımlar ve stratejiler, bireysel siyasi davranışların anlaşılmasına yönelik kapasiteleri artırmakta ve bilgi işleme süreçlerindeki bireysel

farklılıkların kitlesel siyasi davranışa nasıl katkıda bulunduğunu incelemektedir (Orhan, 2019: 69). Bu yeni perspektifler, bireylerin siyasi tutum ve davranışlarını daha derinlemesine anlamaya olanak tanıyarak, siyasi olguların altında yatan psikolojik ve nörolojik mekanizmaların incelenmesine yönelik daha kapsamlı bir yaklaşım sunmaktadır.

Nörosiyaset, siyaset bilimi ile nörobilim arasında köprü kuran, nispeten yeni ve disiplinler arası bir alan olarak, beyin araştırmalarından elde edilen içgörülerini siyaset çalışmalarına entegre etmeyi amaçlamaktadır. Bu disiplin, insan doğasının özünde siyasi olduğunu ileri sürmekte ve beynimizin yapısı ile işlevlerinin, siyasi tutumlarımızı, davranışlarımızı ve etkileşimlerimizi şekillendirmede kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Nörosiyaset, insan siyasetinin kapsamlı bir şekilde anlaşılabilmesi için siyasi olguların altında yatan sinirsel mekanizmaların dikkate alınmasının önemini ortaya koymaktadır. Bu alan, siyasi bağlamlarda bilgi ve iletişim sistemlerinin insan bilişini ve karar verme süreçlerini nasıl etkilediğini araştırmaktadır (Schreiber, 2017: 114-115).

Siyasi nörobilim, siyaset bilimcileri ve psikologları bir araya getirerek, biyoloji ve özellikle sinirbilimden alınan teoriler, yöntemler ve varsayımları kullanarak ortak ilgi alanlarına giren soruları araştıran disiplinler arası bir alandır. Bu alan, beyindeki biyolojik süreçlerin siyasi tutumları, inançları ve davranışları nasıl etkilediğini incelemeyi amaçlamaktadır. Siyasi sinirbilim, farklı disiplinlerden gelen içgörülerini entegre ederek, siyasi biliş ve davranışın fizyolojik temelleri hakkında daha derin bir anlayış kazandırmayı hedeflemektedir. Bu yaklaşım, siyasi tercihlerimizi ve karar verme süreçlerimizi şekillendiren sinirsel mekanizmaların aydınlatılmasına katkıda bulunur. Sinirbilimin araç ve tekniklerinden yararlanan siyasi sinirbilim, biyoloji ve politikanın kesiştiği noktada bir bakış açısı sunarak, beyin ve politik olgular arasındaki karmaşık ilişkilere dair değerli iç görüler sağlamaktadır (Jost, vd., 2014: 4).

Siyaset bilimi, psikoloji ve nörobilimi birleştiren çağdaş ve disiplinler arası bir yaklaşım olan nörosiyasetin ortaya çıkışı, bilişsel nörobilimdeki ilerlemeler, psikolojik içgörülerin artan önemi, disiplinler arası iş birliğinin gerekliliği, siyasi davranışın karmaşıklığı ve bu entegre yaklaşımın politika üzerindeki potansiyel etkilerini bu alanın kilit noktaları arasına getirmiştir. Nörosiyaset, bilişsel süreçler, psikolojik mekanizmalar ve siyasi dinamiklerin karşılıklı etkileşimini araştırarak siyasi davranış

alışmalarını derinleştirmekte ve siyasette insan davranışına dair yeni ve değerli farkındalıklar sağlamaktadır (McDermott, 2009). Bu disiplinler arası yaklaşım, siyasi tutum ve davranışların biyolojik ve psikolojik temellerini aydınlatarak, politikaların daha etkili ve bilimsel temelli bir şekilde oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır.

Nörosiyaset, “*zihin-beden-dünya*” arasındaki karşılıklı bağımlılığı kabul eden ve disiplinler arası araştırmayı gerekli kılan “melez” interdisipliner bir anlayıştır (Cromby, 2007: 97; Olson, 2013: 32). Bu görüş Dominguez’in (2012: 21-22), kültür nörolojik bir olgudur çünkü beyinler üzerinde etkili olur ve beyin, kültüre bağımlı ve kültür edinmek üzere evrimleşmiş bir organdır ve J.R. Searle’ün (1995: 227) “*kültür biyolojinin aldığı biçimdir; kültür ve biyoloji arasında bir karşıtlık yoktur*” görüşüyle uyumlu olarak, kültür ve biyolojinin ayrılmaz bir bütün olduğunu vurgular ve disiplinler arası araştırmanın önemini ortaya koyar. Bu doğrultuda, insanların biyolojik, psikolojik ve sosyal özellikleri, nöropolitik araştırmaların ana odak noktalarından biridir (okluk, 2020: 107).

Beyin, insanoğlunun tarih boyunca edindiği deneyimlerin ve gelişiminin bir sonucu olarak giderek daha karmaşık etkileşimlere uyum sağlayacak şekilde evrimleşmiştir. Bu nedenle, beyin, karmaşık sosyal ve siyasi ilişkiler ağında etkin bir şekilde faaliyet gösterebilmek için yeni bilişsel süreçler ve davranış kalıpları geliştirmiştir. Günümüzde, nörobilim, psikoloji ve politik davranış arasındaki disiplinler arası iş birliği, bu bilimsel gerçeği anlama yeteneğimizi ve önemini artırmıştır (Orhan, 2019: 69-70). Bu iş birliği, beynin sosyal ve siyasi bağlamlarda nasıl çalıştığını daha derinlemesine inceleyerek, siyasi davranışların ve karar verme süreçlerinin altında yatan nörobiyolojik ve psikolojik mekanizmaları aydınlatmaktadır.

White (1982: 23), insanın tarihsel süreç içerisindeki siyasi evriminin geleneksel, davranışsal, biyo-davranışsal ve nöropolitik olmak üzere dört aşamadan geçerek geliştiğini ifade eder. Bu aşamalar, erken dönem siyasi yapılardan, biyolojik ve nörolojik perspektifleri siyasi davranış ve karar verme çalışmalarına entegre eden daha disiplinler arası bir yaklaşıma geçişi kapsamaktadır. Bu görüş aynı zamanda, Alman bilim adamı Ernst Heinrich Weber’in öne sürdüğü, fiziğin titiz ve kesin yasalarının zihin çalışmalarına uygulanabileceğini ve algıların bilimsel kurallara göre ölçülebileceği kavramıyla da örtüşmektedir. Weber’in yöntemi olan psikofizik, algıların ölçülebilirliği fikrini ortaya koyarak bireylerin bilişsel ve algısal süreçlerinin

bilimsel incelemesini mümkün kılıp bireylerin deneyimleyebildikleri, algılayabildikleri ve tepki verebildikleri şeylerin nicelleştirilmesi çalışması olarak, bu gelişim sürecinin anlaşılır kılınmasında önemli bir bakış açısı kazandırmaktadır (Eagleman, 2013: 14). Böylece, psikofizik ve ilgili disiplinler, insan davranışının çok yönlü doğasını anlamada ve siyasi bilimlerle ilgili disiplinler ile nörobilim arasındaki etkileşimi derinleştirmede önemli katkılar sağlamaktadır.

Siyasal iletişim araştırmaları, siyasi liderlerin söylemlerinin ve görsel kampanyalarının seçmenlerin bilinçdışı zihinleri üzerindeki motivasyonel ve duygusal etkilerini inceleyen nöropolitika disiplini tarafından şekillendirilmektedir (Çokluk, 2020: 107). Bu disiplin, siyasi iletişim stratejilerinin seçmen davranışlarını nasıl etkilediğini anlamak amacıyla, nörobilimsel ve psikolojik yaklaşımları bir araya getirerek, bilinçdışı süreçlerin rolünü analiz etmektedir. Böylece, nöropolitika, siyasal iletişimde kullanılan dil ve görsellerin seçmenler üzerinde bıraktığı izlenimlerin ve karar alma süreçlerinin daha derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlamaktadır.

Nörosiyaset kavramının literatürde ilk kullanımı, Watergate Skandalı nedeniyle mahkûm edilen Harvard Üniversitesi profesörü ve klinik psikolog Timothy Francis Leary tarafından gerçekleştirilmiştir. Leary, bu kavramı 1973-1976 yılları arasında hapisteyken kaleme aldığı ve 1977 yılında Robert Anton Wilson ve George A. Koppman ile yayımladığı “*Neuropolitics: The Sociobiology of Human Metamorphosis*” adlı eserinde ayrıntılı olarak ele almıştır. Leary bu eserinde, psikolojik ve sosyal sorunların temel kaynağının beyin olduğuna dikkat çekmiş ve bu bağlamda nörolojik araştırmaların hem bireysel hem de toplumsal düzenin yeniden inşasında büyük önem taşıdığı vurgulayarak nörolojik bilimin yalnızca bireysel psikolojik sağlığı değil, aynı zamanda toplumsal yapıların da yeniden şekillendirilmesinde kritik bir rol oynayacağını savunmuştur (Leary, vd., 1977). Bu perspektif, nörobilimin sosyal bilimlerle olan kesişimini genişleterek, toplumsal dönüşüm ve yeniden yapılandırma süreçlerinde nörolojik yaklaşımların önemine de dikkat çekmektedir.

Roger Wolcott Sperry ve çalışma arkadaşlarına Nobel ödülü kazandıran, 1979 yılında gerçekleştirdikleri “*Self Recognition and Social Awareness in The Deconnected Minor Hemisphere*” araştırma ilk nörosiyaset uygulaması olarak kabul görmektedir (Schreiber, 2017: 115). Araştırma beynin sol ve sağ yarımkürelerini birbirine bağlayan

korpus kallozumun (Corpus callosum) kesildiği bölünmüş beyinli bireylerde, siyasi figürlere yönelik tutumların incelenmesini konu almaktadır. Bu çalışmada, araştırmacılar Adolf Hitler, Richard Nixon, Winston Churchill ve Fidel Castro gibi siyasi figürlerin fotoğraflarını, hastaların her seferinde yalnızca bir gözüne sunarak denemeler gerçekleştirmişlerdir. Bu yöntem, her iki beyin yarımküresinin de bu siyasi uyarıları bağımsız olarak işleyip işleyemediğini ve raporlayıp raporlayamadığını değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Deneyler, siyasi bilgi ve uyarıların işlenmesinde sol ve sağ yarımkürelerin bağımsız işlevlerini anlamak için yenilikçi bir yaklaşım sunmaktadır. Elde edilen bulgular, farklı beyin yarımkürelerinin siyasi bilgilere ve uyarılara nasıl tepki verdiğine dair değerli veriler sağlayarak, siyasi tutumların sinirsel mekanizmalarını aydınlatmıştır (Sperry, vd., 1979). Bu araştırma, siyasi bilişin nörobilimsel temellerine dair kapsamlı bir anlayış geliştirilmesine önemli katkılar sağlamıştır.

Tanımı konusunda fikir birliğine varılamayan nörosiyaset kavramı, William E. Connolly tarafından, kültürel yaşam, beden/beyin süreçleri ve politika arasındaki karmaşık ilişkiyi inceleyen bir disiplin olarak ifade edilir. Connolly bu alanın, politikanın sadece genetik beyin işlevleriyle açıklanabileceği veya beyin aktivitesinin izlenmesinin insan deneyimlerini tam olarak yakalayabileceği fikrini reddettiğini; onun yerine, kültürel etkiler, beyin işlevleri ve politik dinamikler arasındaki dinamik etkileşime odaklandığını belirtir. Kültürel normlar, bireylerin siyasetle etkileşimini etkileyerek davranışlarını ve düşüncelerini şekillendirirken, beyin ve vücut da kültürel girdilere yanıt vererek siyasi sistemlerin algılanmasını etkiler (2002: xii-xiii). Nörosiyaset, kültür, biyoloji ve politikanın birbirine bağlı doğasını vurgulayarak, insan davranışı ve politik olguların kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunur.

Beynin siyasi davranış ve karar alma süreçlerini nasıl etkilediğini incelemek için nörobilim ve siyaset bilimini birleştiren disiplinler arası bir alan olan nörosiyaset “sosyal beyin” ile “siyasi beyin” arasındaki ilişkileri hayal gücü ve rasyonalite aracılığıyla inceler (Chung, 2018: 538). Hayal gücü, zihinsel siyasi temsillerin yaratılmasına katkı sağlarken, rasyonalite ise karar verme süreçlerini destekler. Bu alandaki araştırmacılar, beyin araştırmalarını araçsal olarak kullanarak (Slaby, vd., 2012: 53) karar verme ve oy verme davranışı gibi siyasi faaliyetlerin altında yatan nöral mekanizmaları araştırmaktadır. Bu disiplin, siyasi adayların değerlendirilmesi gibi

konuları analiz etmek ve siyasi eylemlerin seçmenlerin siyasi duygu ve tutumları üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla da kullanılmaktadır (Batı ve Erdem, 2016: 21). Nörosiyaset, siyasi davranışın nöral korelasyonlarını araştırarak, beynimizin siyasi inançlarımızı ve eylemlerimizi nasıl şekillendirdiğine dair farkındalıklar sunar. Bu disiplinler arası yaklaşım, siyasi davranışın biyolojik temelleri ve siyasi karar alma sürecine dahil olan bilişsel süreçler hakkındaki anlayışımızı geliştirmektedir. Nörosiyaset, sosyal bilişe yönelik nöral süreçlerin siyasete nasıl uyarlandığını araştırır ve beynin siyasi bilgiyi nasıl işlediğini, sosyal biliş, hayal gücü ve rasyonalite yoluyla davranışı nasıl etkilediğini inceler. Bu bağlamda, nörosiyaset, siyasi düşünce ve davranışların altında yatan nörobiyolojik mekanizmaları ortaya koyarak, siyasetin beyin temelli süreçlerle olan bağlantılarını anlamayı amaçlamaktadır.

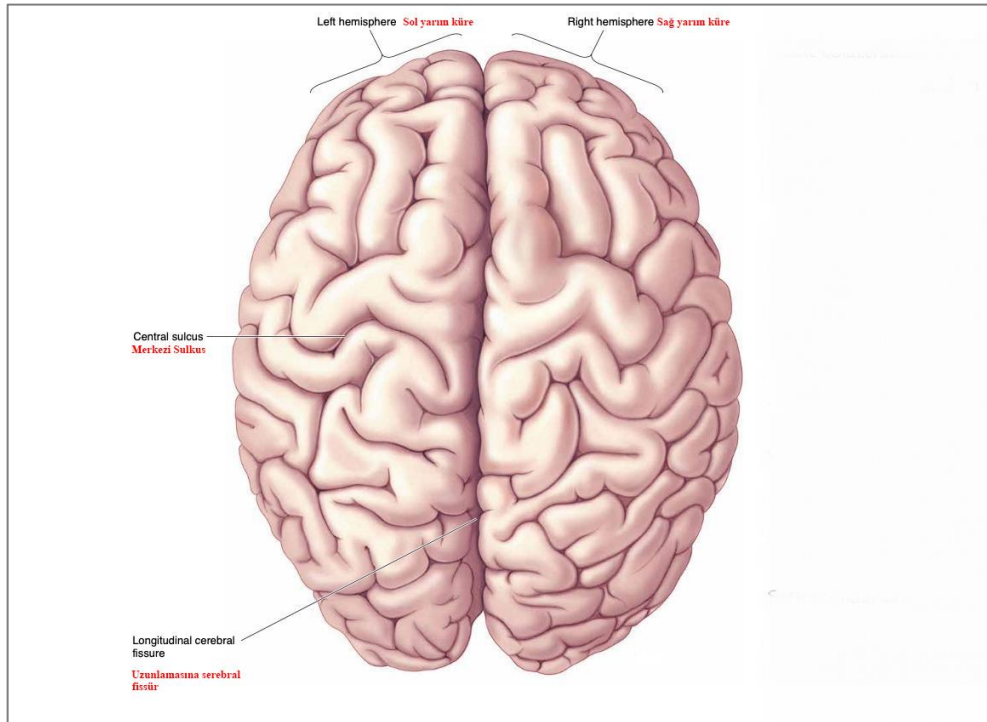
4.2. Nörosiyaset Araştırmalarında Kullanılan Teknikler

Nörosiyaset kavramının önemi, nörobilim temelli veri toplama araçlarının son yıllarda hızla artmasıyla birlikte belirgin bir şekilde yükselmiştir. Psikoloji ve felsefe gibi birçok sosyal bilim alanında yüksek veri toplama ve değerlendirme kapasitesi sağlayan bu araçlar, siyasal iletişim çalışmalarında da giderek daha fazla kullanılmaktadır (Zabun ve Orhan, 2022: 110). Bu bağlamda, nörosiyaset, bireylerin siyasal davranışlarını, karar alma süreçlerini ve siyasal iletişim stratejilerini daha derinlemesine anlamak amacıyla nörobilimsel yöntemlerin ve verilerin entegrasyonu üzerine kurulu bir alandır. Bu entegrasyon, siyasal iletişim araştırmalarında yeni perspektifler ve yöntemler sunarak, bu alandaki teorik ve pratik çalışmalara önemli katkılarda bulunmaktadır. Nörosiyasetin artan önemi, siyasal süreçlerin ve bireylerin bu süreçlere katılımının daha kapsamlı ve bilimsel temellere dayalı bir şekilde incelenmesine olanak tanımaktadır.

Son yıllarda, siyasi tercihlerinin kökenlerini yeniden değerlendiren siyaset bilimciler, içsel nedenlerin siyasi tutum ve davranışlar üzerindeki etkisini giderek daha fazla desteklemektedir (Hatemi, vd., 2009: 1141). Bu görüş, bireylerin siyasi eğilimlerinin yalnızca dışsal faktörlerle değil, aynı zamanda psikolojik ve nörobilimsel süreçlerle şekillendiği fikrine dayanmaktadır. Siyaset bilimi literatüründe, içsel faktörlerin -örneğin, kişilik özellikleri, bilişsel işleyiş ve duygusal tepkiler- bireylerin

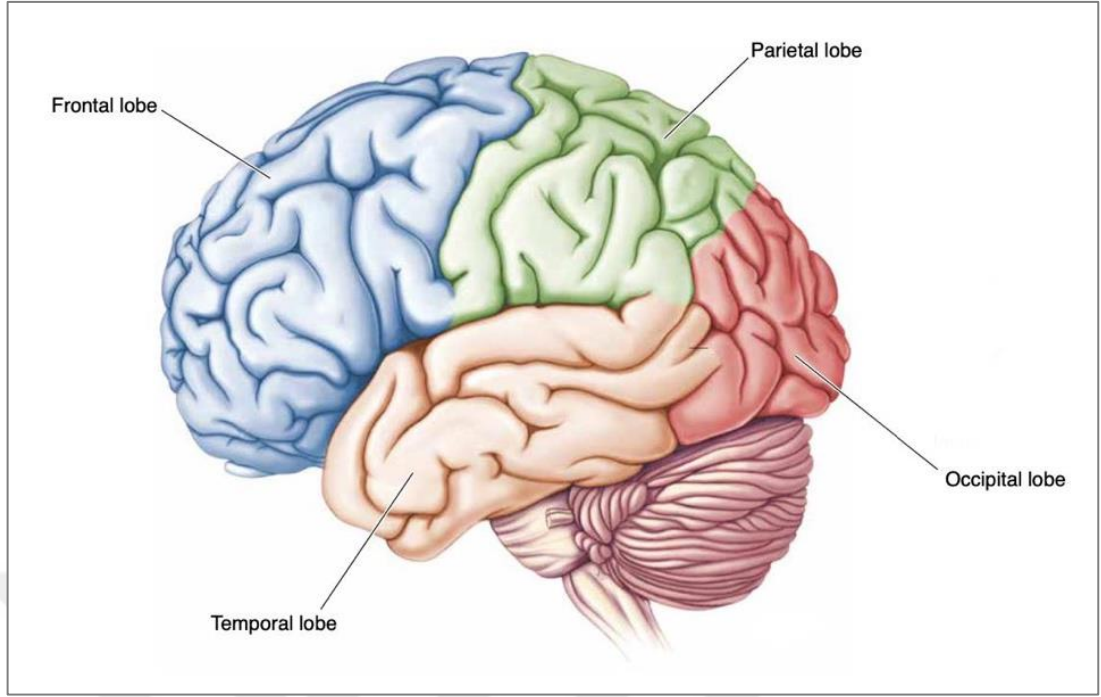
siyasi kararlarını ve davranışlarını nasıl etkilediği üzerine yapılan çalışmalar artış göstermektedir. Bu yaklaşım, siyasi tutum ve davranışların daha derinlemesine anlaşılmasına olanak tanıyarak, siyasi psikoloji ve nörosiyaset gibi disiplinler arası araştırmalara zemin hazırlamaktadır.

Nörosiyaset alanındaki araştırmalarda kullanılan tekniklere geçmeden önce, insan beyni ve bu beynin ana bölümlerinin anlaşılması gereklidir çünkü politik davranışlar, karar verme süreçleri ve duygusal tepkiler gibi karmaşık bilişsel işlevlerin altında yatan nörolojik mekanizmaların doğru bir şekilde yorumlanabilmesi, beynin yapısal ve işlevsel organizasyonunun kavranmasına bağlıdır. Beynin ana bölümleri olan *ön lob (frontal, temporal lob, parietal lob ve oksipital lob*, farklı bilişsel ve duygusal işlevleri yürütür; bu nedenle, nörosiyasal çalışmaların sonuçlarının anlamlı bir şekilde yorumlanabilmesi için bu bölgelerin rollerinin ve aralarındaki etkileşimlerin detaylı bir şekilde bilinmesi önem taşır. Bu bağlamda, beynin ana bölümlerinin ve işlevlerinin bilinmesi, nörosiyasal araştırmalarda kullanılan nörogörüntüleme teknikleri, nörofizyolojik ölçümler ve diğer yöntemlerin sonuçlarını daha derinlemesine ve doğru bir şekilde analiz edebilme imkânı sunar.



Şekil 4.1. İnsan beyninin dorsal (üstten) görünümünü gösteren bir beyin anatomisi şeması (Bear, vd., 2020: 229)

Şekil 4.1 insan beyninin üstten görünümünü sunarak, sol ve sağ yarım kürelerin (hemisferlerin) yanı sıra belirli anatomik yapıların etiketlenmiş halini göstermektedir. Beyin, sol yarım küre (left hemisphere) ve sağ yarım küre (right hemisphere) olmak üzere iki serebral hemisferden oluşur ve her yarım küre, lateralizasyon olarak adlandırılan farklı işlevlerle ilişkilidir. Sol yarım küre dil işleme, mantıksal ve analitik düşünme, sıralı işleme ve ince motor becerileri konularında baskındır; konuşma üretimi, dili anlama ve okuma gibi dil işleme işlevlerinin yanı sıra, mantıksal akıl yürütme, matematiksel hesaplamalar ve problem çözme görevlerini üstlenir. Ayrıca bilgiyi sıralı ve organize bir şekilde işleyebilme kapasitesiyle bilinir ve vücudun sağ tarafındaki ince motor hareketlerini kontrol eder. Sağ yarım küre ise mekânsal farkındalık, görsel işleme, duygusal işleme ve yaratıcılık gibi işlevlerde kritik bir rol oynar; mekânsal ilişkileri anlama, navigasyon ve görsel-mekânsal görevler, yüz tanıma, görsel kalıpları yorumlama ve uzamsal algılama işlevleri ile duygusal işleme, özellikle olumsuz duyguların işlenmesi ve yaratıcı düşünme süreçlerinde öne çıkar. *Merkezi sulkus* (central sulcus), frontal lobu parietal lobdan ayıran önemli bir yapı olarak her iki yarım kürede de bulunur ve *uzunlamasına serebral fissür* (longitudinal cerebral fissure) beynin iki yarım küresini fiziksel olarak ayıran derin bir yarıktır. Bu anatomik yapılar, beynin işlevsel ve yapısal organizasyonunu anlamada kritik öneme sahiptir ve her iki yarım kürenin koordineli çalışması, beynin karmaşık işleyişini ve bilişsel görevlerdeki verimliliğini artıran önemli bir özelliktir. Bu iş birliği, beynin esnekliğini ve adaptasyon yeteneğini gösterir, lateralizasyon derecesi ve her yarım küre tarafından gerçekleştirilen belirli işlevlerde bireysel farklılıklar gözlemlenebilir (Carter, 2019: 57).



Şekil 4.2. İnsan beyninin ana bölümleri (Bear, vd., 2020: 223)

Ön Lob (Frontal Lob)

Beynin ön kısmında yer alan frontal lob, çeşitli yüksek bilişsel işlevlerin yürütülmesinden sorumludur. Bu bölge, karar verme, problem çözme, planlama ve muhakeme gibi karmaşık zihinsel süreçlerde kritik bir rol oynar. Ayrıca, frontal lob istemli hareketlerin başlatılması ve koordinasyonu gibi motor aktivitelerde de önemli bir rol oynar. Frontal lob, bireyin kişilik özelliklerinin şekillenmesinde ve sosyal davranışlarının düzenlenmesinde de etkilidir. Bu işlevlerin yanı sıra, duygusal kontrol ve davranışsal tepkilerin düzenlenmesi de frontal lobun görevleri arasındadır.

Parietal Lob

Frontal lobun hemen arkasında yer alan parietal lob, vücuttan gelen duyuşsal bilgilerin işlenmesi ve yorumlanmasında merkezi bir rol oynar. Bu bölge, dokunma, sıcaklık ve ağrı gibi duyuşsal girdilerin entegrasyonunu sağlar. Parietal lob, çevresel duyuları algılamamıza ve bu duyuları yorumlamamıza yardımcı olarak etrafımızdaki

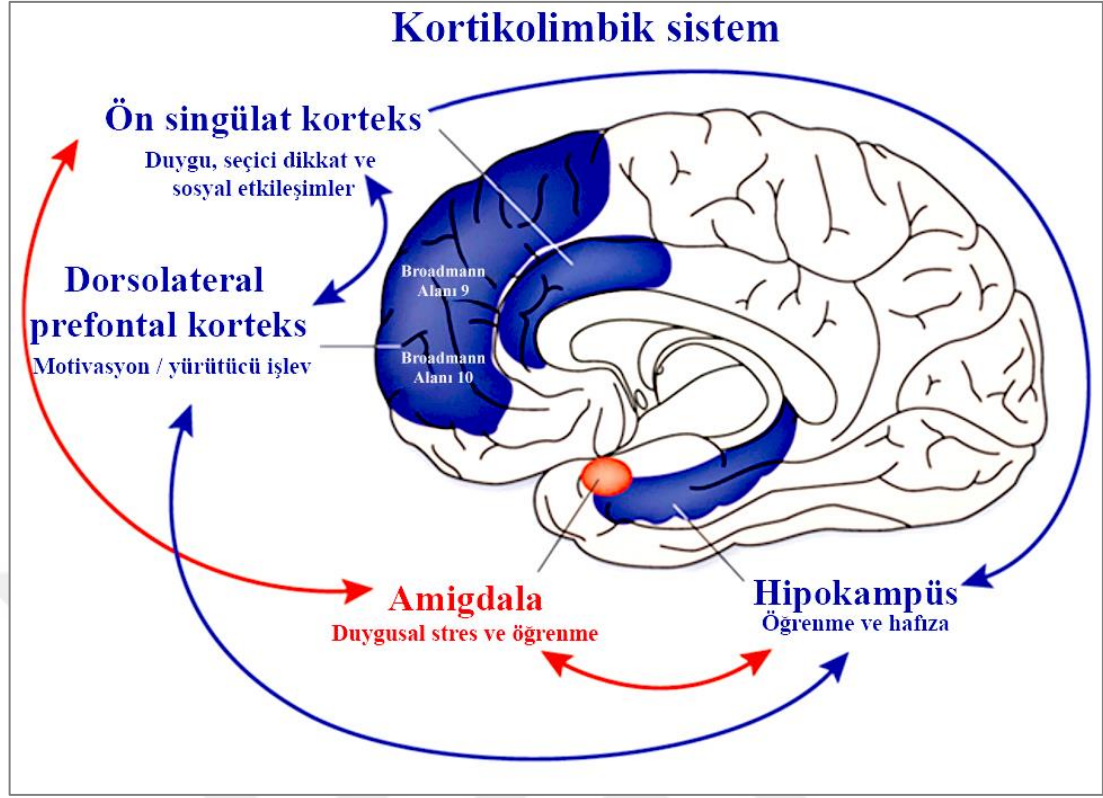
dünyada etkili bir şekilde gezinmemizi ve etkileşimde bulunmamızı sağlar. Ayrıca, mekânsal farkındalık ve algı yeteneği üzerinde de belirgin bir etkisi vardır, bu da bireyin nesnelerin konumunu ve hareketlerini doğru bir şekilde değerlendirebilmesini sağlar.

Oksipital Lob

Beynin arka kısmında bulunan oksipital lob, öncelikli olarak görsel bilginin işlenmesine odaklanmıştır. Bu lob, gözlerden gelen görsel uyarıları alan ve yorumlayan birincil görsel korteksi içerir. Oksipital lob, şekillerin, renklerin ve hareketlerin tanınması da dahil olmak üzere görsel dünyanın algılanmasını ve anlamlandırılmasını sağlar. Oksipital lobda meydana gelen hasar, görme bozuklukları ve çeşitli görsel yetersizliklerle sonuçlanabilir, bu da bireyin görsel bilgiyi doğru bir şekilde işleme yeteneğini olumsuz etkiler.

Temporal Lob

Beynin yan taraflarında yer alan temporal lob, hafıza, işitme ve dil ile ilgili birçok işlevi yönetir. Bu lob, ses bilgilerini işleyen ve işitsel uyarıları algılayarak yorumlayan işitsel korteksi barındırır. Temporal lob hem kısa süreli hem de uzun süreli hafızanın oluşumu ve geri çağırılmasında kritik bir rol oynar. Bu bölgede bulunan belirli alanlar, dilin anlaşılması ve üretilmesi için gereklidir, bu da bireyin dil becerilerinin gelişiminde ve korunmasında önemli bir etkiye sahiptir. Temporal lob ayrıca, duygusal tepkilerin işlenmesi ve sosyal bilgilerin yorumlanmasında da görev alır.

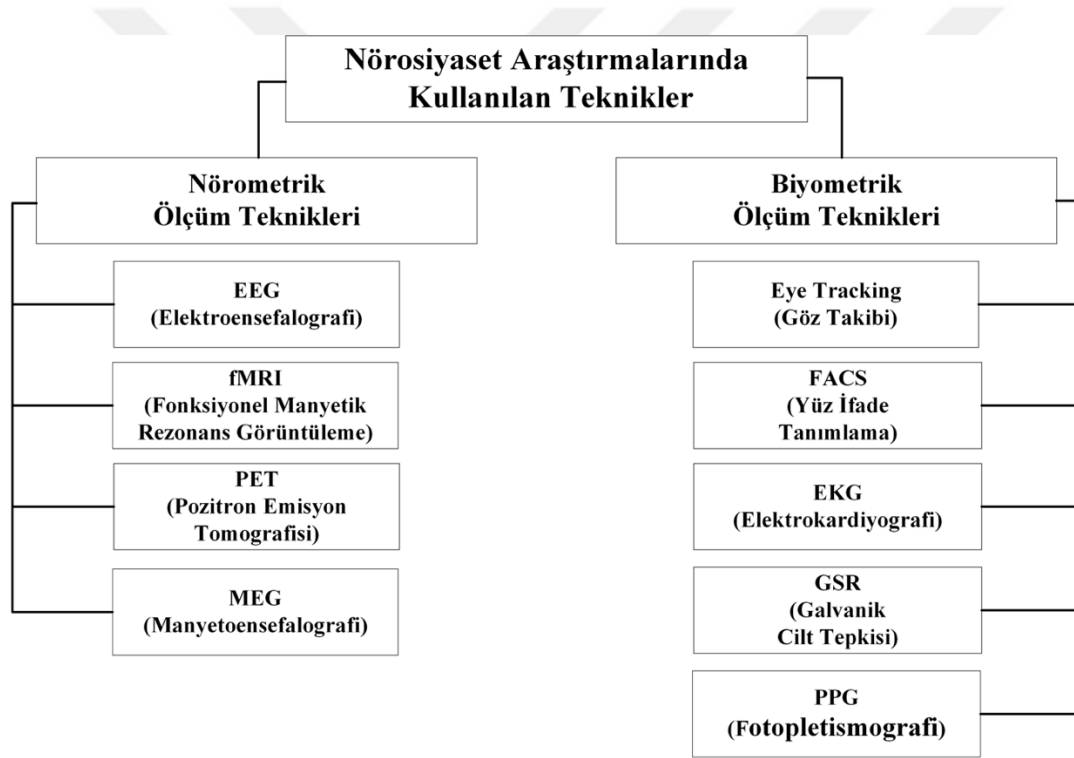


Şekil 4.3. Kortikolimbik sistem (Benes., 2010: 240)

Kortikolimbik sistem, beynin duygusal ve bilişsel işlevlerini düzenleyen karmaşık bir ağıdır ve çeşitli beyin bölgelerinden oluşur. Bu sistemin bileşenleri arasında rostral anterior singulat korteks, dorsolateral prefrontal korteks, bazolateral amigdala ve hipokampal formasyon yer alır. Anterior singulat korteks duygusal deneyimlerin bilinçli düzeyde işlenmesinde ve seçici dikkat tepkilerinde merkezi bir rol oynar. Anterior singulat korteks, duygusal ve bilişsel süreçleri entegre ederek bireyin çevresel uyaranlara yanıt vermesini sağlar. Dorsolateral prefrontal korteks, motivasyon ve yürütücü işlevlerle ilgilidir. Dorsolateral prefrontal korteks, planlama, karar verme ve davranışların düzenlenmesi gibi karmaşık bilişsel süreçlerde kilit rol oynar ve duygusal tepkilerin kontrolünde önemli bir işleve sahiptir. Bazolateral amigdala, duygusal stres ve öğrenme süreçlerinde merkezi bir rol oynar, özellikle korku ve diğer yoğun duygusal tepkilerin işlenmesinde kritik öneme sahiptir. Hipokampus ise öğrenme ve bellek işlevlerinde önemli bir yapı olarak bilinir, yeni bilgilerin kodlanması ve uzun süreli hafızanın oluşumu süreçlerinde temel rol oynar. Bu bileşenler arasında karşılıklı etkileşimler, duygusal olarak ilişkili öğrenmeye aracılık eder ve motivasyonel tepkiler dorsolateral prefrontal korteks aracılığıyla

işlenir. Kortikolimbik sistemin bu yapıları, birlikte çalışarak bireyin hem içsel duygusal durumlarını hem de dışsal bilişsel görevlerini yönetir ve düzenler, böylece beynin işlevsel ve yapısal organizasyonunu anlamada kritik öneme sahiptir (Benes, 2010: 240; Sahab ve Wicaksana, 2023: 119).

Siyasi davranışların ve kararların altında yatan bilişsel süreçleri daha derinlemesine anlamayı amaçlayan nörosiyaset araştırmalarında, bireylerin fizyolojik ve nörolojik tepkilerini incelemek amacıyla nörometrik ve biyometrik ölçüm teknikleri yaygın olarak kullanılan metodolojiler arasında yer almaktadır (Çokluk, 2020: 111). Nörosiyaset araştırmalarında kullanılan teknikler Şekil 6’da gösterilmektedir.



Şekil 4.4. Nörosiyaset araştırmalarında kullanılan teknikler

4.2.1. Nörometrik Ölçüm Teknikleri

Nörometrik ölçüm teknikleri; bilişsel ve duygusal tepkileri anlamak amacıyla, beynin işlevsel aktivitelerini ve dinamik süreçlerini ayrıntılı bir şekilde incelemek, zihinsel süreçlerin nörofizyolojik temellerini ortaya koymak ve beyindeki nöral

aktivitenin ölçülmesinde kullanılan teknikleri kapsamaktadır. Bu teknikler arasında; *EEG* (Elektroensefalografi), *fMRI* (Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme), *MEG* (Manyetoensefalografi) ve *PET* (Pozitron Emisyon Tomografisi) bulunmaktadır (Erdem, 2015: 6).

EEG (Elektroensefalografi)

Elektroensefalografi (EEG), beyin dalgalarından kaynaklanan elektriksel sinyalleri algılamak amacıyla kafa derisine yerleştirilen sensörleri kullanan, invazif olmayan bir nörogörüntüleme metodudur. Bu teknik, rahat ve güvenli oluşunun yanı sıra, beyin aktivitesini etkin bir şekilde ölçebilme kapasitesiyle sinirbilim alanında yaygın olarak tercih edilmektedir. EEG, klinik teşhis, bilimsel araştırmalar, neurofeedback uygulamaları ve beyin-bilgisayar arayüzleri gibi çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. İnvazif olmayan yapısı ve yüksek zamansal çözünürlüğü, EEG'yi beyin fonksiyonları ve aktivitelerinin incelenmesinde önemli bir araç haline getirmektedir (Pradepp, 2010: 11).

EEG (Elektroensefalografi), çeşitli uyaranlara yanıt olarak nöronlardan gelen elektrik akımlarını tespit ederek beyin aktivitesini ölçen nörolobilim alanında kullanılan köklü bir yöntemdir. Bilişsel işlevlerden sorumlu çekirdek hücreler olan nöronlar, milyarlarca nöron ve trilyonlarca sinaptik bağlantı içeren sinirsel devrelerin temelini oluşturur (Morin, 2011: 133). Beyin hücreleri yani nöronlar aktif hale geldiklerinde, bölgesel çapta elektrik akımları üretmektedir. Kafa derisi üzerine yerleştirilen kuru ya da yaş elektrotlar aracılığıyla bu elektrik akımları tespit edilerek beyin aktivitelerini gözlemlemek ve analiz etmek için EEG çok verimli bir teknoloji olarak görülmektedir (Teplan, 2002: 1-4).

EEG verileri beynin elektriksel aktivitesine, yani kafa derisi elektrotları tarafından alınan nöral osilasyon modellerine veya "beyin dalgalarına" göre değerlendirilir. Bu beyin dalgalarının girdiği çeşitli frekans aralıkları delta, teta, alfa, beta ve gama dalgaları olarak adlandırılır ve bunlar belirli zihinsel ruh halleri ve bilişsel yeteneklerle bağlantılıdır. Delta dalgaları (0,5-4 Hz) bilinçsizlik ve onarıcı süreçlerle bağlantılıdır ve genellikle derin uyku sırasında gözlemlenir. Teta dalgaları

(4-7 Hz) hafif uyku, meditasyon ve yaratıcı düşünme sırasında görülür. Beyin, hafif meditasyon veya hayal kurma durumunda olduğu gibi, rahatlamış ancak farkında olduğunda alfa dalgaları (8-13 Hz) üretir. Aktif düşünme, problem çözme ve odaklanmış zihinsel aktivite beta dalgalarıyla (13-30 Hz) bağlantılıdır. Gama dalgaları (30-100 Hz) ise hafıza hatırlama, algılama ve bilinç gibi üst düzey bilişsel işlevlerle ilgilidir (Eagelman, 2016: 94). Bu beyin dalgalarının genlik, frekans ve senkronizasyon gibi özellikleri, beyin fonksiyonu, bilişsel süreçler, duygusal durumlar ve nörolojik bozukluklar hakkında değerli bilgiler sağlamaktadır.

Elektroensefalografi (EEG), çeşitli önemli avantajlar sunmaktadır. EEG'nin yüksek zamansal çözünürlüğü, beyin aktivitesindeki hızlı değişiklikleri milisaniyeler içinde yakalayarak olağanüstü bir zamansal hassasiyet sağlar ve bu, dinamik bilişsel süreçleri incelemek için kritik öneme sahiptir. Maliyet etkinliği açısından EEG, daha uygun maliyetli olup, daha geniş bir araştırma yelpazesi için erişilebilirliğini artırır. EEG'nin non-invaziv doğası, elektrotların kafa derisine yerleştirilmesi ile katılımcılar için rahat bir deneyim sunar. Deneysel esneklik bağlamında EEG, farklı ortamlar ve görevler için uyarlanabilir, böylece doğal ortamlarda ve saha araştırmalarında kullanılabilir (Stasi, vd., 2018: 656). Bu özellikler, EEG'yi nörobilim araştırmaları ve klinik uygulamalar için çok yönlü ve kullanılabilir bir araç haline getirmektedir.

Nörobilim araştırmalarında çeşitli analiz yöntemleriyle geniş bir kullanım alanına sahip olan EEG ile; beyin dalgalarının belirgin frekans özelliklerini inceleyerek farklı zihinsel durumları ve süreçleri anlamayı sağlayan *beyin dalgası frekans analizi*, sol ve sağ frontal bölgeler arasındaki frekans bandı asimetrisini değerlendirerek yaklaşım-kaçınma tepkilerini ölçen *hemisferik asimetri analizi*, , belirli olaylara veya uyarıcılara verilen beyin sinyallerini izole ederek dikkat, yenilik, duygusal uyarılma ve diğer bilişsel süreçleri inceleme imkânı sunan olayla ilişkili potansiyeller (ERPs) analizi ve görsel uyarıcılara verilen beyin dalgası tepkilerini ölçerek bellek aktivasyonu, ilgi, duygusal uyarılma ve diğer bilişsel süreçler hakkında veriler sağlayan sabit durum topografyası (SST) analizleri gerçekleştirilebilmektedir (Genco, vd., 2013: 263-266).

Olumlu ve olumsuz duygular, beyin elektrik potansiyellerindeki değişiklikleri gerçek zamanlı olarak yansıtan EEG sinyalleri aracılığıyla tespit edilebilmektedir. EEG, zamansal çözünürlük sağlayarak zihinsel eylemleri gerçekleştikleri anda

yakalar. Farklı duygular, duygusal değerklik ve uyarılma seviyeleri tarafından modüle edilen belirli EEG bileşenleri ile farklı beyin aktivitesi modelleriyle bağlantılıdır. EEG kayıtlarındaki olayla ilgili potansiyeller, duygusal tepkilerin altında yatan sinirsel süreçlere dair bilgiler sunmaktadır (Bastiaansen, vd., 2018: 78-79).

Elektroensefalografi (EEG), nörobilim araştırmalarında dikkat, katılım/ilgisizlik, heyecan, duygusal değerklik, biliş, hafıza kodlama, tanıma ve yaklaşma/kaçınma gibi çeşitli beyin aktivitelerini ölçme yeteneğı ile öne çıkar. Reklamların, yeni kampanyaların, film fragmanlarının test edilmesi, hareketli ya da hareketsiz içeriklerde önemli noktaların belirlenmesi, web sitelerinin kullanıcı deneyimi ve tasarımının değerklendirilmesi, mağazalardaki deneyimlerin test edilmesi ve markaların sloganlarının etkililiğinin ölçülmesi gibi çeşitli uygulama alanlarında kullanılabilmektedir. EEG, fMRI'dan daha basit bir kullanıma sahip olup, beyin elektriksel aktivitesinin frekansındaki değerişiklikleri ölçebilir ve yüksek zamansal çözünürlüğü sayesinde beyin aktivitesindeki hızlı değerişiklikleri tespit edebilir. Sol ve sağı hemisferler arasında karşılaştırma yapma, EEG asimetrisi ile kişilik özellikleri arasındaki güçlü korelasyon ve bilişsel bilgi işleme için geçerli bir ölçüm sağlama gibi avantajları vardır. Bununla birlikte, elektrik iletkenliğinin kişiden kişiye farklılık göstermesi nedeniyle her kayıtlı sinyalin tam yerini belirlemek zor olabilir ve EEG yalnızca korteksin yüzeysel katmanlarından gelen aktivite verilerini kaydeder. Ölçeklenebilir olmaması, sadece duygunun pozitif veya negatif olduğunu belirleyebilmesi, deneysel ayarlardan ve hareket artefaktlarından etkilenmesi gibi sınırlamaları bulunmaktadır (Bercea, 2012: 5).

fMRI (Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme)

1990'ların başlarında geliştirilen fonksiyonel manyetik rezonans görüntüleme (fMRI), nörolojik araştırmalarda ve tıbbi teşhislerde kullanılan, beyin aktivitesini kan akışı ve oksijen seviyelerindeki değerişiklikler aracılığıyla ölçen ileri bir teknolojidir. Bu yöntem, beyin hücrelerinin oksijen ihtiyacını karşılamak için kan dolaşımından yararlandığı bilgisinden yola çıkarak kırmızı kan hücrelerindeki hemoglobinin moleküllerinin oksijen bağlama ve bırakma süreçlerini kullanır. Güçlü mıknatısların kan içindeki hidrojen atomlarıyla etkileşime girdiğı manyetik alanlarda

gerçekleştirilen fMRI, beynin belirli bir bölgesi aktif olduğunda daha fazla oksijenli kana ihtiyaç duyulması sonucu oluşan Kan Oksijen Seviyesine Bağlı (BOLD) tepkiyi tespit eder ve bu sinyalleri kaydederek bilgisayar yazılımı aracılığıyla görüntülere dönüştürür. BOLD sinyalleri, beyin MR görüntüleri üzerine haritalanarak hangi beyin bölgelerinin daha fazla oksijen tükettiği ve dolayısıyla daha fazla çalıştığı belirlenir. Bu teknik, araştırmacıların beyin aktivitesini ve bilişsel işlevleri anlamalarına olanak tanır; özellikle belirli görevler veya uyaranlar sırasında aktif olan beyin bölgelerini tespit etmede oldukça değerlidir. fMRI, nöral aktiviteyi haritalayarak beyin fonksiyonlarına ilişkin derinlemesine içgörüler sağlar ve bu sayede nöro bilim araştırmalarında ve bireylerin tepkilerini nörolojik düzeyde anlamak amacıyla gerçekleştirilen araştırmalarda yaygın olarak kullanılır (Pradepp, 2010: 13; Canan, 2015: 341-342).

Nöropazarlama alanındaki son yıllarda gerçekleştirilen araştırmalarla popüler hale gelen fonksiyonel manyetik rezonans görüntüleme (fMRI) yöntemi, beyin yapılarının ayrıntılı görüntülerini oluşturmak için manyetik alanlar ve radyo dalgaları kullanan bir araçtır. Bu yöntem ile beyin aktivitesi beynin gri tonlamalı görüntüsü üzerine eklenen renkli bölgeler ve görüntünün her iki ila beş saniyede bir yeniden yüklenmesiyle bilgisayar ekranında izlenebilir. Ayrıca, fMRI teknolojisi, belirli konumları üç boyutlu olarak gösteren koordinatların görüntülenmesini mümkün kılarak, belirlenen bölgelerin ayrıntılı incelenmesine olanak tanır (Bercea, 2012: 3).

Bu teknik, beyin fonksiyonlarını incelemek için güçlü bir araç olmasına rağmen, bazı dezavantajları da bulunmaktadır. İlk olarak, fMRI, nöral aktivitenin dolaylı göstergeleri olan kan akışı ve oksijenlenmedeki değişiklikleri ölçmektedir. Bu, nöral süreçlerin kesin yorumlanmasında belirsizliklere yol açabilmektedir. Zamansal çözünürlüğü EEG veya tek ünite kayıtlarına kıyasla sınırlıdır, bu nedenle hızlı dinamik beyin süreçlerini incelemekte yetersiz kalabilir. Mekânsal çözünürlüğü iyi olmasına rağmen, yakın konumdaki beyin bölgelerindeki veya bireysel nöral popülasyonlardaki aktiviteyi ayırt etmekte zorlanabilir. Ayrıca, fMRI, pahalı donanım ve işletim maliyetleri gerektirir. Katılımcıların uzun süre hareketsiz kalması zorunluluğu nedeniyle bazı popülasyonlar için rahatsızlık yaratabilir. Sonuçların doğru yorumlanması için nöro görüntüleme ve istatistiksel analiz konusunda uzmanlık gerekmektedir. Elde edilen verilerin analiz edilmesi ve yorumlanması oldukça

karmaşıktır ve güçlü bilgisayar sistemleri ile gelişmiş analiz teknikleri gerektirir. Etik açıdan ise gizlilik, bilgilendirilmiş onam ve katılımcılar üzerindeki potansiyel psikolojik etkilerle ilgili endişeler bulunmaktadır. (Logothetis, vd., 2001: 150; Bastiaansen, vd., 2018: 78).

MEG (Manyetoensefalografi)

Manyetoensefalografi (MEG) beyin aktivitesini ölçmek için kafa derisindeki manyetik potansiyelleri kullanan bir tekniktir. Deneklerin kafasına bir kask içine yerleştirilen süper iletken, son derece hassas manyetometreler içerir (Zurawicki, 2010: 50). MEG, kortikal aktivitenin milisaniye düzeyinde tespit edilmesine olanak tanıyan üstün zamansal çözünürlüğü sayesinde nörobilim araştırmalarında önemli bir yere sahiptir. Fonksiyonel manyetik rezonans görüntülemeye (fMRI) kıyasla daha düşük uzamsal çözünürlüğe sahip olmasına rağmen, MEG beyin aktivitesi hakkında kıymetli bilgiler sağlar. Beynin elektriksel aktivitesi tarafından üretilen manyetik alanları ölçen MEG, nöronal salınım ritimlerinin ve bilişsel görevlerle ilişkili belirli frekans aralıklarının incelenmesine imkân tanır (Lee, vd., 9-11).

EEG gibi nöronal aktiviteyi ölçen, ancak üstün sinyal kalitesi ve yüksek zamansal çözünürlük sunan non-invaziv bir teknik olan MEG, nöronların senkronize aktiviteleri tarafından üretilen ve genellikle Dünya'nın manyetik alanının milyarda biri kadar zayıf olan manyetik alanları tespit eder. Bu son derece hassas ölçümler, yalnızca *süper iletken kuantum girişim cihazı* (SQUID) ile gerçekleştirilebilir. MEG, milisaniye düzeyinde zamansal çözünürlük sunarak, beyindeki nöronal aktiviteyi kesintisiz ve ayrıntılı bir şekilde ölçmek için nörobilim alanında öne çıkar (Genco, vd., 2013: 266).

Manyetoensefalografi (MEG), nörobilim araştırmalarında algı, dikkat ve hafızayı ölçme yetenekleri ile öne çıkar. Duyusal testler, ihtiyaç analizi, reklam, ambalaj ve ürün testleri de dahil olmak üzere birçok farklı alanda uygulanmaktadır. MEG, iyi bir zamansal çözünürlüğe sahip olup invaziv olmayan bir yöntemdir. Beynin kimyasal yapısındaki veya sıvı akışındaki değişiklikleri belirleyebilir ve bilişsel ve duygusal tepkilerin geçerli ve güvenilir değerlendirmelerini sağlar. Ancak, deneylerin manyetik alandan arındırılmış bir odada yapılmasını gerektirmesi, sınırlı uzamsal

Çözünürlüğü, ölçeklenememesi ve pahalı bir yöntem olması gibi kısıtlamaları vardır. Ayrıca, mahremiyet ihlali gibi etik engeller ve nispeten karmaşık veri analizi gereksinimi bulunmaktadır (Bercea, 2012: 6).

PET (Pozitron Emisyon Tomografisi)

Pozitron Emisyon Tomografisi (PET), beyin aktivitelerinin detaylı görüntülerini elde etmek amacıyla radyoaktif izleyicilerin kullanımını içeren ileri düzey bir nörogörüntüleme tekniğidir. PET taramaları, vücuda enjekte edilen radyoaktif maddeden yayılan pozitronları algılayarak beyindeki metabolik süreçleri değerlendirir. Bu teknoloji, serebral kan akışı, oksijen tüketimi ve glikoz metabolizması gibi hayati parametreler hakkında ayrıntılı bilgi sunar ve böylece beyin fonksiyonu ve aktivite seviyeleri hakkında derinlemesine içgörüler sağlar. PET taramaları, etiketlenmiş bileşiklerin biyolojik yollarını izleyerek duygular, ruh hali ve reseptör bağlanması gibi çeşitli beyin işlevlerini incelemede önemli bir araç olarak kullanılır (Zurawicki, 2010: 46-48).

Tipik bir PET uygulamasında, radyoaktif bir maddeye bağlı olarak yayılan pozitron emisyonlarından kaynaklanan fotonları yakalamak için dedektörler kullanılarak bireyin başı taranır. Bilgisayar algoritmaları, bu fotonları analiz ederek beyin bölgelerindeki nöronal aktivite seviyelerini belirler ve böylece görev performansı sırasında beyin aktivitesinin ayrıntılı bir görüntüsünü oluşturur. Farklı görevler, çeşitli beyin bölgelerini tetikleyerek aktivite modelleri ortaya çıkarır. Araştırmacılar, görevle ilişkili beyin aktivasyonunu saptamak amacıyla arka plan aktivitesini filtrelemek için çıkarma tekniği kullanır. Bu yöntem, PET görüntüleme ile göreve özgü beyin aktivitesi modellerinin incelenmesini mümkün kılar ve böylece beyin fonksiyonlarının daha derinlemesine anlaşılmasına olanak tanır (Bear, vd., 2020: 190).

Pozitron emisyon tomografisi (PET), nörogörüntüleme çalışmalarında duyuşsal algı ve duyuşsal değerlendirme gibi çeşitli beyin fonksiyonlarını ölçmek için kullanılır. Yeni ürünleri, reklamları ve paket formatlarını test etmek için uygulandığında PET, yüksek uzaysal çözünürlük avantajına sahiptir (fMRI'ye benzer) ve bilişsel ve duyuşsal tepkilerin güvenilir ve geçerli ölçümlerini sağlar. Ayrıca beyindeki kimyasal bileşimdeki veya sıvı akışındaki değişiklikleri tespit edebilir ve metabolizmayı izleyebilir. Bununla birlikte PET'in radyoaktif malzeme iletimi ve kısa

kullanım ömrü, düşük zamansal çözünürlük, yüksek maliyet gibi teknik sorunları ve mahremiyetin ihlali gibi etik engelleri içeren sınırlamaları vardır. Ayrıca radyoaktif kontrast madde kullanımı gibi invaziv bir yöntem olması da dezavantajları arasındadır (Bercea, 2012: 4). Bu nedenlerden dolayı PET, nörobilim araştırmalarında hem avantajları hem de sınırlılıkları olan bir araç olarak değerlendirilmektedir.

4.2.2. Biyometrik Ölçüm Teknikleri

Sinirsel uyarılar, beyinden vücuda iletilerek bilinçaltı tepkilerini çeşitli biyometrik tepkilere dönüştürür. Bu tepkiler arasında; göz bebeklerinin dilatasyonu (büyümesi), nefes alıp verme, terleme, ciltteki elektriksel aktivite, kalp atış hızı ve yüz kaslarının aktivasyonu gibi fizyolojik süreçler bulunur. Bu biyometrik tepkilerin izlenmesi, özellikle duygusal yanıtları anlamayı hedefleyen nörobilim çalışmaları için kritik bir rol oynar (Erdem, 2015: 8). Biyometrik ölçüm teknikleri; *Eye Tracking* (Göz İzleme / Takibi), *FACS* (Yüz İfade Tanımlama), *EKG* (Elektrokardiyografi), *GSR* (Galvanik Cilt Tepkisi) ve *PPG* (Fotopletismogram) teknikleridir (Çokluk, 2020: 111).

Eye Tracking (Göz İzleme / Takibi)

Gözler, doğal olarak merak uyandıran, tehdit oluşturan veya dikkat çeken nesneleri izlemektedir (Genco, vd., 2013: 254) . Göz izleme, bir bireyin nereye baktığını, gözlerin başa göre hareketini ve göz bebeği boyutundaki değişiklikleri izlemek ve kaydetmek amacıyla kullanılan bir tekniktir. Bu teknoloji, araştırmacılara, bireylerin resimler, videolar veya web siteleri gibi görsel uyarıcılara baktıklarında göz hareketlerini takip ederek görsel dikkat, bilişsel süreçler ve duygusal tepkiler hakkında derinlemesine bilgi sağlar. Göz izleme, pazarlama, psikoloji, insan-bilgisayar etkileşimi ve nörobilim gibi çeşitli disiplinlerde kullanıcı davranışları, dikkat kalıpları ve tercihleri konusunda değerli veriler sunar (Zurawicki, 2010: 51).

Biyometrik ölçümler arasında en yaygın kullanılan yöntemlerden biri olan göz izleme tekniği, kızılötesi kameralar aracılığıyla sakkadik değişiklikleri ve göz bebeği

hareketlerini milisaniyeler içinde yakalamaktadır. Duygusal uyarılma süreçlerini analiz etmek için göz izleme ile göz bebeği genişleme ve daralma hareketlerinden yararlanan ısı haritaları kullanılır (Yüksel, 2023: 2266). Bu tekniği kullanan araştırmalarda, sakkadik hareketler, bakış odağı, fiksasyon ve en çok ve ilk bakılan yerler belirlenerek karşılaştırılabilir kriterleri haline getirilir (Erdemir, 2015: 8).

Bir deneğin nereye baktığını, ne kadar süreyle baktığını, izleme yolunu ve uyaranları görüntülerken göz bebeği genişlemesindeki değişiklikleri izleyerek davranış ve nörobilim araştırmalarında değerli bir araçtır. Dikkat odağını ölçmeye, davranış türlerini izlemeye ve görsel algıyı, bilişsel niyeti, ilgiyi ve belirginliği sabitlemeler ve seğirmeler yoluyla analiz etmeye yardımcı olan göz izleme / takibi, nöropazarlama araştırmalarında yaygın olarak kullanılan bir tekniktir ve görsel sabitleme, arama, göz hareketi kalıpları, uzamsal ayrımcılık, uyarılma, dikkat ve göz bebeği genişlemesi gibi çeşitli ölçümleri değerlendirir. Bu teknoloji, web sitelerinin ve kullanıcı ara yüzlerinin etkinliğinin test edilmesi, mağazalardaki tepkilerin değerlendirilmesi, ambalaj tasarımının test edilmesi (marka ve ürün adlarının görünürlüğü), reklam ve video materyallerinin değerlendirilmesi, baskı ve görüntü tasarımının test edilmesi ve analiz edilmesi, tüketici davranışı, veri filtreleme, uyarıcı materyalin algısal hiyerarşisinin belirlenmesi (hangi unsurların önce, hangilerinin en son algılandığı ve hangilerinin arada kaldığı), raf yerleştirme ve ürün yerleştirmenin test edilmesi gibi çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Göz bebeği genişlemesi ve göz kırpmalarındaki değişikliklerin görüntü işlemedeki katılım ve gerginlik seviyesi hakkında doğru bilgi sağlaması, taşınabilir araçlarla her yere götürülebilmesi, uzamsal dikkati tespit edebilmesi ve invazif olmayan bir yöntem olması göz takibinin avantajlarıdır (Bercea, 2012: 8).

FACS (Yüz İfade Tanımlama)

Yüz İfade Tanımlama Sistemi (FACS), Ekman ve Friesen tarafından 1978 yılında yüz ifadelerini analiz etmek için oluşturulan ayrıntılı ve anatomik temelli bir sistemdir. FACS, görsel olarak ayırt edilebilen tüm yüz hareketlerini yakalamak için 44 eylem birimi kullanır ve farklı ifadelere katkıda bulunan belirli kas eylemlerini temsil etmektedir. Ayrıca FACS, baş ve göz hareketleri için kategoriler içererek yüz

davranışının kapsamlı bir şekilde incelenmesini sağlamaktadır. Bu yapılandırılmış çerçeve, farklı sosyal ve duygusal durumlarda bireyler tarafından sergilenen çeşitli yüz ifadelerinin yorumlanmasına yardımcı olmaktadır (Ekman ve Rosenberg, 2005: 13).

Yüz ifadesi tanıma sistemi, yüksek çözünürlüklü bir kamera kullanarak bireylerin yüz ifadelerini yakalamakta ve yalnızca 65 milisaniye içinde 22 farklı yüz kas grubuna bağlı olarak çeşitli duyguları tespit edip tanımlayabilmektedir (Batı ve Erdem, 2016: 278). Bu teknoloji, duygu analizinde hassas ve hızlı bir ölçüm sağlamakta olup, nörobilim ve psikoloji alanlarında önemli uygulamalara sahiptir. FACS, yüz kas gruplarını analiz ederek nötr, pozitif ve negatif duygu durumlarının yanı sıra mutluluk, iğrenme, korku, şaşkınlık, üzüntü, hayal kırıklığı, kafa karışıklığı ve kızgınlık gibi dokuz farklı duyguyu tanımlayabilmektedir (Erdemir, 2015: 9). Sistem, karmaşık yüz kas hareketlerini algılayarak, duygu tanımlamasını yüksek doğrulukla gerçekleştirebilmekte ve bu sayede insan-duygu etkileşiminin daha derinlemesine anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır.

Video kamera kullanımıyla yapılan yüz ifade tanımlaması, yüz kaslarının aktivitesine bağlı olarak bilinçdışı duyguları ifade eden mikro ifadeleri tespit eder ve ölçer. FACS yönteminin avantajları arasında, yüz ifadelerinin kendiliğinden ortaya çıkması ve gerçek zamanlı veri sağlaması yer almaktadır. Bu teknik, bireylerin bilinçsiz duygusal tepkilerini anında yakalayarak, araştırmacılara duygusal durumlar hakkında derinlemesine ve doğru bilgiler sunar. Bununla birlikte, yüz kodlama yönteminin sınırlılıkları da bulunmaktadır. Özellikle, bir eylemin ne zaman gerçekleştiğini veya kodlama için gerekli minimum şartları karşıladığını belirlemede öznellik söz konusudur. Bu durum, sonuçların güvenilirliğini ve geçerliliğini etkileyebilir (Bercea, 2012: 10).

EKG (Elektrokardiyografi)

Elektrokardiyografi (EKG), kalbin elektriksel aktivitesinin grafiksel bir gösterimi olan elektrokardiyogramı oluşturan invaziv olmayan ve ağrısız bir tanı prosedürüdür. Göğüs, kol ve bacaklara yerleştiren sensörler ile EKG cihazı, kalbin ritmini, hızını ve genel işlevini değerlendirmek için bu sinyalleri kaydeder. EKG'den

elde edilen temel veriler, düzensizlikler için zaman aralıklarının analiz edilmesini ve kalp anormalliklerini tespit etmek için elektriksel aktivitenin ölçülmesini içerir (Tirandazi, vd., 2023: 7854).

Elektrokardiyogram (EKG), beynin vücut aracılığıyla verdiği otomatik tepkileri yakalayan biyometrik bir ölçüm aracıdır. Kalp ritimlerini izleyerek tıpta alanında öncelikle kalp hastalıklarının erken teşhisi için kullanılan EKG, derideki kalp kasının yaydığı elektriksel voltaj değişimleri, göğüs bölgesine yerleştirilen elektrotlar aracılığıyla kaydedilir. Bu teknik, bilinçaltının tepki verdiği kalp atışlarını, gerginlik veya gevşeme derecesini ve beynin vücuda verdiği motor tepkilere yansıyan olumlu veya olumsuz duygusal durumları ölçmek amacıyla kullanılmaktadır. Nörobilim çalışmalarında duygu ve uyarılma süreçleri kalp ritmi verileri analiz edilerek daha iyi anlaşılabilir. (Erdemir, 2015: 10).

GSR (Galvanik Cilt Tepkisi)

İnsanlar hem biyolojik bedenlerinde hem de zihinlerinde, duygusal tepkilerini çeşitli fizyolojik değişiklikler üzerinden gösterirler. Örneğin, bir birey heyecan, korku ya da acı yaşadığında kalp atışları hızlanır ve deri ya da terleme yoluyla elektriksel tepkiler ortaya çıkabilir. Elektriksel direnç, otonom sinir sisteminin refleksif bir reaksiyonudur ve özellikle avuç içi ve cildin tüysüz diğer kısımlarındaki ter bezlerinin aktivitesine göre değişir. Çeşitli uyaranlar tarafından tetiklenebilen bu tepkiler, insanların duygusal durumları hakkında önemli ayrıntıları ortaya çıkarmaktadır (Giray ve Girişken, 2013: 612).

Elektrodermal Aktivite (EDA), Psikogalvanik Refleks (PGR) veya Deri İletkenlik Tepkisi (SCR) olarak da bilinen Galvanik Cilt Tepkisi (GSR), deri iletkenliğini, sempatik sinir sisteminin kontrol ettiği ter bezi aktivitesine bağlı olarak ölçer. Bir taban çizgisi oluşturmak için tonik deri iletkenliği (TSC) ve uyaranlara daha hızlı yanıtlar için fazik dalga biçiminden oluşur. GSR, sıcaklık ve ilaç gibi dış faktörlerden etkilenir ve çeşitli vücut bölgelerinde ölçülebilir (Niedziela ve Ambroze, 2021: 566-568).

Terleme bezi aktivitesindeki artışlar, otonom sinir sisteminin duygusal uyaranlara yanıt verme yollarından biridir. Vücutta, çoğunluğu ellerde, ayaklarda, yanaklarda ve avuç içlerinde olmak üzere üç milyon ter bezi bulunur. Cildin daha kolay kavranmasını ve ısının uzaklaştırılmasını sağlamanın yanı sıra, artan terleme gözenekler yoluyla cildi nemlendirir. Cilde verilen düşük elektriksel aktivite voltajları, terleme sayesinde daha iyi iletken hale gelir ve daha kolay yayılır. Cilt iletkenliği teknolojisi, elektriksel emisyonun genliğini ölçerek duygusal bir girdinin insan vücudunu nasıl etkilediğini ortaya koymaktadır (Erdemir ve Yavuz, 2016: 111).

Beynin motor tepkileri üzerindeki uyaran gücü, beynin bilinçaltı düzeyde tepki verdiği derinin elektrik iletkenlik seviyesi tarafından belirlenir. Bilinçaltı gerginlik veya duygusal uyarılma miktarı, uyaranla orantılı olarak derinin elektrik voltaj değeri ile gösterilir (Erdemir, 2015: 10). Bu teknik, dar hata payı, düşük maliyeti ve hızlı uygulanabilirliği nedeniyle insan davranışı araştırmalarında yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca, bu yöntemin uyarılma yoğunluğunu ölçme kapasitesi de önemli bir ölçüm aracı olmasını sağlamaktadır (Gürbüz, 2020: 201).

PPG (Fotopletismografi)

Fotopletismografi (PPG), dokunun mikrovasküler yatağındaki kan hacmi değişikliklerini tespit etmek için kullanılan invaziv olmayan bir optik tekniktir. Cilde bir ışık tutmayı ve kan damarları tarafından emilen veya yansıtılan ışık miktarını ölçmeyi içerir. PPG sinyalleri genellikle kalp atış hızı, kan basıncı ve oksijen doygunluğu seviyeleri gibi çeşitli fizyolojik parametreleri izlemek için kullanılır. PPG sinyalleri parmak uçları, bilekler ve kulak memeleri dahil olmak üzere vücudun farklı bölgelerinden elde edilebilir, bu da onu sürekli fizyolojik izleme için çok yönlü ve yaygın olarak kullanılan bir yöntem haline getirmektedir (Seok, vd., 2021: 3).

Yakın kızılötesi veya yeşil LED ışığı kullanarak kan akışındaki değişiklikleri izleyen yöntem olan fotopletismografi (PPG), kardiyovasküler sağlık değerlendirmelerinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Kalp atışı sırasında kalp kasıldığında, kan akışında bir artış meydana gelir ve bu artış daha yüksek ışık emilimine yol açar. Buna karşılık, kan akışının azaldığı kalp atışları arasındaki

aralıklarda, sensöre daha fazla ışık geri yansıtılır. Bu değişen ışık Emilimi ve yansıma modeli, kalp atış hızına karşılık gelen tepe noktaları oluşturur ve böylece kalp atışlarının düzenli bir şekilde izlenmesine olanak tanır. PPG, kalp atış hızını, oksijen doygunluğunu ve diğer hemodinamik parametreleri izlemek için kullanılmaktadır ve invaziv olmayan yapısı sayesinde klinik ve taşınabilir sağlık cihazlarında arasında öne çıkmaktadır (Niedziela ve Ambroze, 2021: 566).

Kalp ritmindeki değişikliklerin ölçülmesi, nörobilim araştırmalarında önemli bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Bu değişiklikler, beynin otonom sinir sisteminin uyaranlara karşı verdiği istemsiz tepkileri yansıtır. Sempatik sinir sistemi kalp ritmini artırırken, parasempatik sinir sistemi kalp ritmini azaltarak bedensel fonksiyonları düzenler. Kalp ritmi grafiği analiz edilerek bireylerin rahatlama, stres, negatif veya pozitif duygu durumları tespit edilebilir. Keskin iniş ve çıkışlar stres ve olumsuz duyguları yansıtırken, yumuşak dalgalanmalar rahat ve olumlu bir durumu gösterir. Pazarlama çalışmalarında, tüketicilerin tepkileri kalp ritmi ölçümleri ile analiz edilir ve uyaranların stres seviyesini artırması istenmez (Gürbüz, 2020: 201). Kalp ritimlerine yönelik nörobilim analizleri, elektrokardiyografi (EKG) ve fotopletizmografi (PPG) gibi biyometrik araçlar kullanılarak gerçekleştirilir.

5. TOPLUMSAL HAFIZA KODLARININ SİYASAL ALGILARI BELİRMEDEKİ ETKİSİNİN ANALİZİ

5.1. Araştırmanın Konusu

Toplumsal hafızanın belirleyici kodları, bir topluluk veya grup içindeki bireylerin etkileşim ve iletişim pratikleri sonucunda deneyimledikleri senaryolar ve ahlaki içerikler ile doğal veya yapay bir şekilde algılarını ve davranışlarını doğrudan etkileyebilmektedir. Çeşitli söylemler, deneyimler, olgular ve olaylarla şekillenen siyasal kültür, bireylerin ve toplulukların hafızalarında bıraktığı izler aracılığıyla siyasal davranışı etkileyen önemli unsurlardan biridir. Siyasal iletişim sürecinde alıcı konumundaki bireyleri belirli hedeflere yönlendirmeyi amaçlayan ve özellikle oy verme kararını etkilemeye çalışan siyasal parti ve aktörler oluşturdukları siyasal iletişim materyalleri ile iletişim süreçlerinin ikna edici unsurları içerisinde toplumsal hafızanın harekete geçirici hatırlatıcıları ve destekleyicilerine daha fazla vurgu yaparak, unutmaya ve hatırlamaya yönelik bireyleri ve toplumsal grupları etkileyip algılarına ve davranışlarına yön verebilmektedirler.

Bu bilgiler ışığında çalışmanın konusunu; toplumsal hafıza, siyasal kimlik ve ideoloji ile seçmen davranışı ve algısı kavramlarından hareketle, örnekleme alınan katılımcıların siyasal eksenlerinin tespiti ve son yıllarda sosyal bilimlerde kullanılmaya başlayan nörogörüntüleme yöntemleri ile 2023 yılı içerisinde Türkiye’de gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı ve milletvekili seçimlerine katılan siyasal partilerin seçmenleri etkilemek amacıyla hazırladıkları, siyasal iletişim materyalleri olan reklam filmlerinin seçmenler üzerindeki etkisinin analizi ve gelecek dönemki seçimler için siyasal toplumsal hafıza için şekillendirici kodların/kavramların ortaya konulması oluşturmaktadır.

5.2. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın temel amacı; toplumsal hafıza, siyasal düşünceler, siyasal kimlik olguları ile seçmen algısı ve davranışı arasındaki ilişkiye odaklanarak, söz konusu olguların seçmenleri siyasal tavır almada nasıl harekete geçirebileceğini nörometrik yöntemlerle irdelemeye ve anlamaya çalışmaktadır. Çalışmanın temel amacı doğrultusunda aşağıdaki yer alan sorulardan ilki araştırmanın temel sorusudur. Diğer sorular ise temel soruya bağlı alt sorular olarak ele alınarak, bu soruların cevaplanmasına yönelik bir araştırma yürütülmüştür.

1. Toplumsal hafıza kodlarının siyasal algıları ve davranışları belirlemede nasıl bir etkisi vardır?
2. Seçmenleri siyasal hafıza konusunda etkiyebilecek kavram ya da unsurlar nelerdir?
3. Seçmenlerin siyasal eksenleri ile siyasal reklam filmlerine yönelik nörometrik işaretleri arasında nasıl bir ilişki vardır?
4. Seçmenlerin siyasal eksenleri ile siyasal reklam filmlerindeki uyaranlara tepkileri arasında nasıl bir ilişki vardır?

Bu sorular doğrultusunda, 2023 yılı içerisinde gerçekleşen Cumhurbaşkanlığı ve milletvekili seçimlerine yönelik siyasal partilerin seçmenleri etkilemek amacıyla hazırladıkları seçim reklam filmleri, araştırmacı tarafından geliştirilecek deneysel yöntem ile analiz edilecek ve bireylerin (katılımcıların) siyasal iletişim sürecinde toplumsal hafıza kodlarından etkilenebilirliği irdelenmiştir.

5.3. Varsayımlar

Çalışmanın temel varsayımı; toplumsal hafıza kodlarının siyasal algı ve davranışları belirlemede etkili olduğudur. Bu temel varsayım doğrultusunda sınanacak alt varsayımlar şu şekildedir:

1. Toplumsal hafıza kodlarının siyasal algıları ve davranışları belirlemedeki etkisinin araştırılması için kullanılacak ve katılımcıların siyasi eksenlerini

tespit edecek “Politik Eksen Testi” çalışmanın amacına ulaşmak için uygun bir veri aracıdır.

2. Toplumsal hafıza kodlarının siyasal algıları ve davranışları belirlemedeki etkisinin araştırılması için hazırlanan deney prosedürünün çalışma amacına ulaşmak için uygun bir veri aracıdır.
3. Toplumsal hafıza kodlarının siyasal algıları ve davranışları belirlemedeki etkisinin araştırılması için hazırlanan deney prosedüründe katılımcıların tepkilerinin ölçüleceği siyasal seçim reklam filmlerinin çalışma amacına ulaşmak için uygun bir veri aracıdır.
4. Nörometrik verileri elde etmek amacıyla kullanılacak olan EEG (elektroensefalografi) veri toplama araçları için başvuru görüşler yeterlidir.
5. Veri toplama araçlarının ölçümleme, kalibrasyon, kullanım şartları ve doğru veri elde etme gibi koşulları yeterlidir.
6. Araştırmaya katılan katılımcılar araştırma için gerekli olan tüm eylemleri içtenlikle ve dürüst olarak gerçekleştirmişlerdir.

Bu varsayımlar bütünlüğünde araştırmanın sorularına yönelik sonuçlar elde edilmiş ve yorumlanmıştır.

5.4. Araştırmanın Örneklem, Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini, 2023 yılı 14 ve 28 Mayıs tarihlerinde Türkiye’de gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde oy kullanan yurt içi seçmen kütüğüne kayıtlı ve yaş dağılımı oranlamasında en yüksek orana sahip olan 18-24 yaş aralığında olan bireyler oluşturmaktadır (YSK 2023 Seçim İstatistikleri, 2023: 8). Türkiye’de yaşayan insanların ortalama yaşam süresi TÜİK verilerine göre 78.3 yıldır (TÜİK Hayat Tabloları, 2023). Araştırmada evreni oluşturan yaş aralığındaki bireylerin her 5 yılda bir sandığa gitme durumları ve ortalama yaşam süresi dikkate alındığında; bu seçimde oy kullanan 18-24 yaş aralığındaki bireylerin yaklaşık 12 seçimde oy kullanabileceği sonucuna ulaşılabilmektedir.

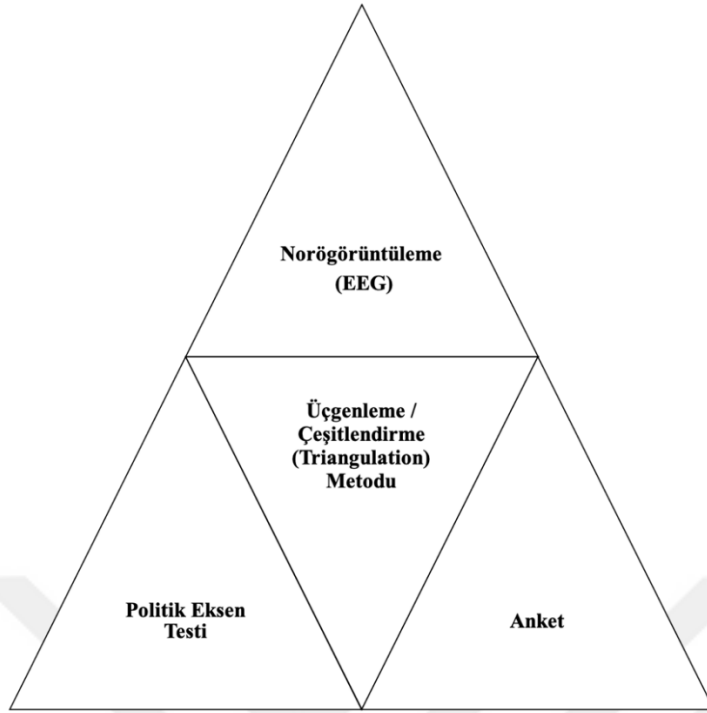
Araştırmanın örneklemi, tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden biri olan kolayda örneklem metodu ile belirlenen, OSTİM Teknik Üniversitesinde okuyan ve yaşları 18-24 arasında değişen gönüllüler oluşturmaktadır. Bu örneklem metodu

seçilmesinin nedeni, araştırmanın deneysel sürecinin OSTİM Teknik Üniversitesi NeuroBranding Merkezinde gerçekleştiriliyor olmasıdır.

Araştırma; evrenin tespiti, ulaşılamayacak büyüklükte olması nedeni ve nörobilim alanında gerçekleştirilen deney araştırmalarının 30-40 katılımcıyla ile %1 hata payıyla güvenilir sonuçlar vermesi (Sands, 2009; Batı ve Erdem, 2016: 297; Yüksel, 2023: 63) nedeniyle de 32 kişi ile sınırlandırılmıştır. Her ne kadar araştırma süreci 32 kişiyle gerçekleştirilmiş olsa da deney sürecinde 2 katılımcının verilerinde kayıpların yaşanması sebebiyle 30 katılımcının verisi üzerinden araştırmanın analizleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, gerçekleştirilecek araştırma evrensel bir kriter getirmekten ziyade, Türkiye'deki bireylerin toplumsal hafıza kodlarının siyasal algıları belirlemedeki etkisini ölçümleyeceği için Türk seçmenler ve 2023 yılları içerisindeki hem cumhurbaşkanlığı adayı gösteren hem de genel seçimlere dahil olan partilerin toplumsal hafıza kodlarını barındıran siyasal seçim reklam filmleri çalışmaya dahil edilmiş ve sınırlandırılmıştır.

5.5. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, birbirinden farklı yöntemlerle elde edilen verilerin bir bütünlük içerisinde incelenmesine olanak tanıyan karma yöntemlerden üçgenleme / çeşitlendirme (triangulation) yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Üçgenleme / çeşitlendirme, iki veya daha fazla veri kaynağından (örneğin, çeşitli grup üyeleriyle yapılan bireysel görüşmeler) veya iki veya daha fazla veri toplama yönteminden (örneğin, gözlemler ve görüşmeler) elde edilen bulguların karşılaştırılması sürecidir. Böylelikle, bir yöntemin güçsüz ya da güçlü yönleri diğer yöntemin güçsüz ya da güçlü yönleri ile dengelenebilir (Mays ve Pope, 2000: 51; Streubert ve Carpenter, 2011: 349-351). Üçgenleme / çeşitlendirme yaklaşımı, verilerin birçok yöntemle toplanmasını, ayrı ayrı analiz edilmesini ve bulguların birlikte tartışılarak değerlendirilmesini içerir. Bu araştırma tasarımında kullanılan her yaklaşım eşit ağırlıktadır; hiçbirisi diğerlerinden daha önemli değildir. Ayrıca bu yaklaşım, birçok metodolojiyi aynı çalışma içinde kullandığı ve bulguların birbirini tamamlamasını sağlayarak güçlendirdiği için tercih edilmektedir. Aşağıda bu çalışmada kullanılan üçgenleme / çeşitlendirme yöntemi Şekil 5.1'de gösterilmektedir.



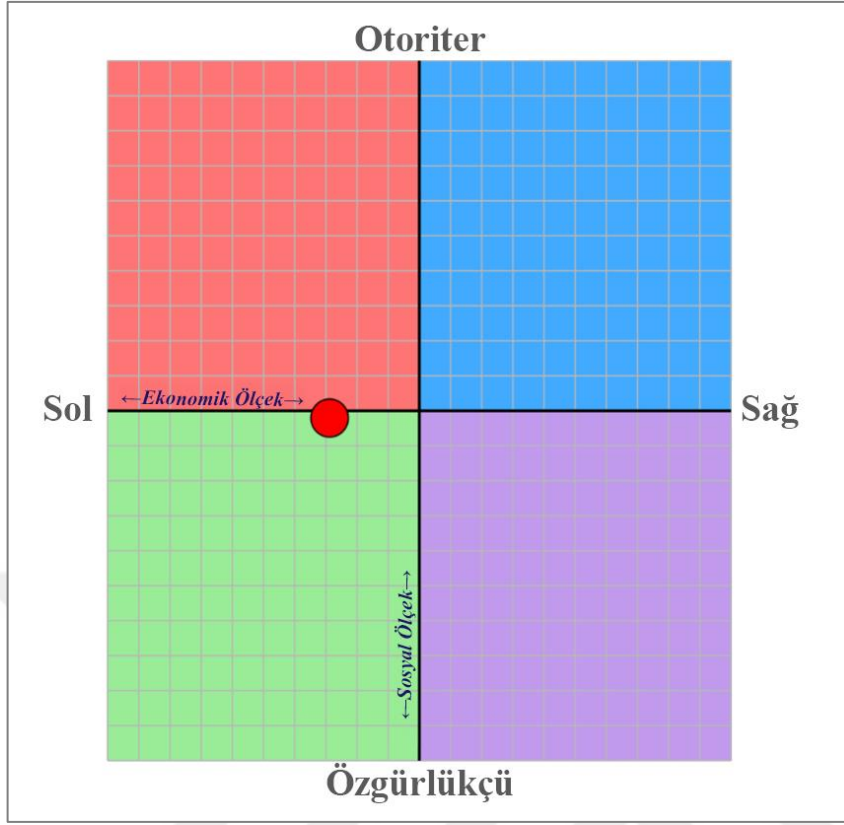
Şekil 5.1. Üçgenleme metodu ile oluşturulan araştırma yöntemi

Çeşitlendirme yönteminin kullanıldığı bu araştırmada, veri toplama süreci dört aşamada gerçekleştirilmiştir. Bu aşamalar sırasıyla; katılımcıların demografik özellikleri, ideolojileri ve 2023 seçimlerindeki yönelimlerine yönelik bilgileri tespit edilmek istenen deney öncesi anket, siyasi yönelimlerini anlamaya yönelik politik eksen testi, nörosiyasal aktivitelerinin elde edilmesi amacıyla gerçekleştirilen EEG ile nörogörüntüleme deneyi ve deneysel süreçteki maruz kalınan siyasi uyaranlara verilen tepkileri ile bu tepkilerin bilişsel süreçler üzerindeki etkileri ile önem sıralarının belirlemesini kapsamaktadır.

Araştırmanın ilk aşamasında katılımcıların demografik bilgileri (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi gibi) ve siyasi yönelimleri hakkında bilgi toplamak amacıyla bir anket kullanıldı. Anketin amacı aynı zamanda katılımcıların mevcut sağlık durumları hakkında bilgi edinmektir. Çünkü nörogörüntüleme tekniklerin kullanıldığı çalışmalarda elde edilecek verilerin standartını korumak ve sağlıklı verileri elde etmek amacıyla katılımcıları herhangi bir duyu sistemi anormalliği olmayan, kafa travması öyküsü bulunmayan, uyuşturucu bağımlılığı olmayan, merkezi sinir sistemini tehlikeye atabilecek ilaç kullanmayan ve aynı zamanda sağ elini kullanan sağlıklı bireylerden; nörolojik veya psikolojik rahatsızlık öyküsü olmayan kişilerden

seçilmektedir (Bailey, vd., 2019: 1643; Love, 2020; Çokluk, 2020: 132). Böylece katılımcıların genel profili ve 2023 yılında gerçekleştirilen seçimlerdeki siyasi yönelimleri belirlendi.

Araştırmanın ikinci aşamasında, katılımcıların siyasi eksenlerin tespit edilebilmesi amacıyla Politik Eksen Testi'nden (Political Compass Test) faydalanılmıştır. Bu test, 2001 yılında İngiliz siyasi gazeteci Wayne Brittenden tarafından geliştirilmiştir (LiCalzi O'Connell, 2003). Bireyleri sosyal eksen ve ekonomik eksen olmak üzere iki eksenli bir yapı boyunca Nolan Şeması'na dayanarak (libertaryen sol, libertaryen sağ, otoriter sol ve otoriter sağ) dört kadrana atanır. Bu kadranslar, bireysel özgürlüğü desteklemenin otoriter-libertaryen eksen boyunca arttığını ve ekonomik özgürlüğü desteklemenin sol-sağ eksen boyunca arttığını ilk olarak tanımlandığı şekilde anlaşılır. Siyasi pusula testi, herhangi bir kültüre veya ülkeye özgü olmayan sorular sormayı amaçlar ve Wilhelm Reich, Hans Eysenck ve Theodor Adorno'nun çalışmalarından esinlenildiği iddia edilmektedir (Rutinowski, vd., 2024: 4; politicalcompass.org). Bireylerin siyasi bakış açılarını anlamayı ve siyasi yargılarda bulunmayı kolaylaştıran esnek bir araç olarak siyasi tercihlerin belirlenmesine ve değerlendirilmesine yardımcı olan bu siyasi pusula, 62 adet sorudan oluşmaktadır. Değerlendirmeler, geniş bir sosyal ve siyasi kaygılar yelpazesine hitap eden bir dizi soru etrafında oluşturulur ve bir kişinin görüş ve kanaatlerinin kapsamlı bir resmini sunar. Katılımcının eksenler üzerindeki konumu uygulanan test bulguları kullanılarak sosyal ve ekonomik ölçekli bir tablo üzerinde çizilir. Gerçekleştirilen bu test ile katılımcılara, her iki eksen de -10 ile +10 arasında bir puan verilmektedir. Yatay eksen ekonomik siyasi yönelimi ölçer. Bu ölçeğin sol ucu (yüksek negatif puan), ekonomik olarak sosyalist bir ideolojiyi benimseyenleri temsil ederken, sağ ucu (yüksek pozitif puan), ekonomik olarak özgürlükçü bir ideolojiyi benimseyenleri temsil etmektedir. Dikey eksen ise sosyal siyasi yönelimi ölçmektedir. Bu eksenin üst ucu (yüksek pozitif puan), faşist bir siyasi ideolojiyi benimseyenleri temsil ederken, alt ucu (yüksek negatif puan), anarşist bir siyasi ideolojiyi benimseyenleri temsil etmektedir (Moore, vd., 2010: 37). Teste verilen cevaplar sonucunda algoritma katılımcının yanıtlarını kullanarak Şekil 5.2'deki gibi eksen üzerinde katılımcının siyasi ideolojisini temsil eden bir koordinat belirlemektedir.



Şekil 5.2. Örnek politik eksen test sonucu

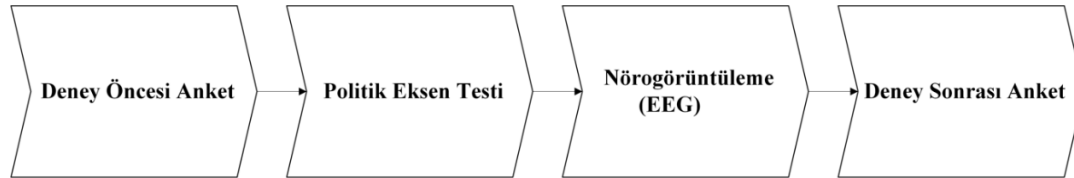
Üçüncü aşama olan deneysel süreçte, nörosiyasal araştırmalarda literatürde sıklıkla tercih edilen bir yöntem olan elektroensefalografi (EEG) tekniği kullanılmıştır. EEG, katılımcıların beyin dalgası aktivitelerini elektriksel yöntemle izleyerek, beyindeki nörosiyasal tepkileri ölçmeyi sağlamıştır. Araştırmada; toplumsal hafıza, siyasal kimlik ve ideoloji ile seçmen davranışı ve algısı kavramlarından hareketle 2023 yılı içerisinde Türkiye’de gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı ve milletvekili seçimlerine katılan siyasal partilerin siyasal iletişim materyalleri olan reklam filmlerinin seçmenler üzerindeki etkisinin analizi gerçekleştirilmiştir. Deneyde kullanılan reklam filmleri, Türkiye’de 14 ve 28 Mayıs 2023 tarihlerinde gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı ve milletvekili seçimlerinde hem Cumhurbaşkanlığı adayı gösteren hem de genel seçimlere dahil olan partilerin toplumsal hafıza kodlarını barındıran; Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) tarafından hazırlanan ve yayımlanan “Umutlar Seninle” ve Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) tarafından hazırlanan ve yayımlanan “Haydi Türkiye!” filmleridir. Bu siyasal

iletişim materyalleri rastlantısal yöntemle sıralamaya koyulmuş, aynı sıralama ve koşullarda deneklere izlettirilmiştir.

Araştırmanın son aşaması, deney sırasında katılımcıların zihinlerinde kalan uyarıcıları tespit etmek ve siyasi algı ve davranışlarını etkileme olasılığı en yüksek olan kavramları belirlemek için bir anketin kullanılmasını içermektedir. Bu ankette katılımcılardan deney sırasında maruz kaldıkları siyasi uyarılara verdikleri tepkileri ve bu tepkilerin bilişsel süreçleri üzerindeki etkilerini değerlendirmeleri istenmiştir. Anket sonuçlarına göre, siyasi uyarıcıların katılımcıların zihnindeki kalıcılığının yanı sıra bu uyarıcıların siyasi tutum ve davranışlar üzerindeki potansiyel etkileri de analiz edilebilmektedir.

5.6. DeneySEL Tasarım

Araştırmanın deneySEL araştırma tasarımı dört aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar şekil 5.3'te gosterilmektedir.



şekil 5.3. DeneySEL araştırma tasarımı

Bu aşamalar sırasıyla;

1. Katılımcıların demografik bilgilerinin, siyasi yönelimlerinin ve sağlık durumlarının belirlenmesine yönelik deney öncesi anketi yanıtlamaları istenmiştir.
2. Katılımcıların siyasi eksenlerini tespit etmek için Politik Eksen (Political Compass Test) testi uygulanmıştır.
3. DeneySEL süreçte ise nörosiyaset araştırmalarında literatürde sıklıkla tercih edilen elektroensefalografi (EEG) tekniği ile beyin dalgası aktiviteleri izlenmiş, veriler toplanmış ve ölçölmüştür.

4. Son olarak, deney esnasında deneklerin akıllarında kalan uyaranların ve bireysel olarak siyasi algılarını ve davranışlarını etkileyebilecek kavramların önem sırasına göre tespit edilmesine yönelik deney sonrası anket gerçekleştirilmiştir.

5.7. Laboratuvar Ortamı, Kullanılan Ekipmanlar ve Yazılım

Araştırmanın bu bölümünde deneysel sürecin gerçekleştirildiği laboratuvar ortamının genel düzeni, veri toplama ve işleme sürecinde kullanılan yazılım, ekipmanların teknik özelliklerinden bahsedilmektedir.

Deney, verilerin sağlıklı bir şekilde toplanmasını sağlamak için aynı ekipman kullanılarak ve aynı ortamda gerçekleştirilmiştir. Deney ortamında katılımcıların dikkatini dağıtabilecek herhangi bir nesne ya da obje bulunmamaktadır. Ortam, beyaz bir masa ve sabit bir sandalyenin yanı sıra beyaz bir duvarın önüne yerleştirilmiş bilgisayar ekranından (monitör), deneklerin görüş mesafesinin arkasına konumlandırılan, araştırmacının deney sürecini yönettiği ve veri akışının takip edebildiği masa da ise bir adet dizüstü bilgisayar ve sandalyeden oluşmaktadır. Deneklerin masasındaki bilgisayar ekranı ile araştırmacının bulunduğu masa arasında bilgisayar görüntü aktarımı HDMI kablosu ile sağlanmıştır. Oluşturulan deney ortamının görseli Resim 5.1’de gösterilmiştir. Ayrıca, deneyde ölçümü gerçekleştirilen uyaranlar görsel öğelerden oluştuğu için deney ortamının ışık seviyesi tüm testlerde sabit tutulmuştur. Bu düzenlemenin amacı, katılımcıların tamamen deneysel sürece odaklanmalarını sağlamak ve dış faktörlerin deney üzerindeki etkisini en aza indirmektir.



Resim 5.1. Deney ortamının genel görünümü

Araştırmanın deneysel sürecinde deneklerin fiziksel ve zihinsel aktivitelerin tespit edilmesi için elektroensefalografi (EEG) cihazı olarak Emotiv Epoc X 14 kanallı taşınabilir EEG cihazı kullanılmıştır. Kullanılan EEG cihazının farklı açılardan görselleri Resim 5.2’de gösterilmektedir.

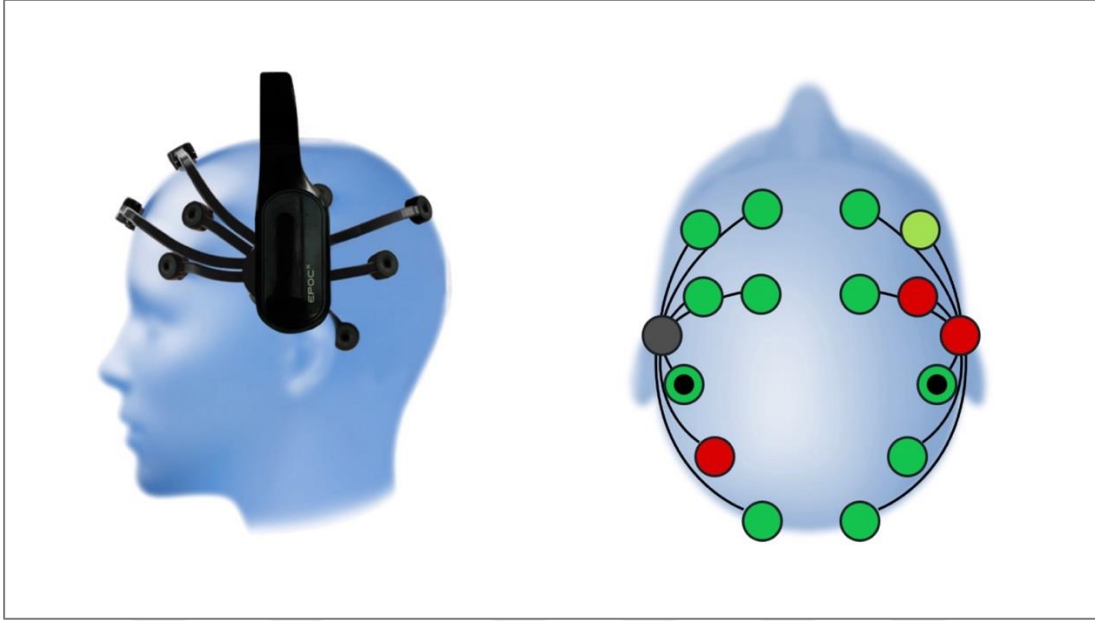


Resim 5.2. Emotiv EPOC X EEG cihazı

Resim 5.2’deki gibi bir elektoreensefalografi (EEG) cihazı ile elektrotların kafa derisine yerleştirilmesi yoluyla, beyin aktivitesinden kaynaklanan elektriksel değişiklikler ölçülebilir. Nöronal sinyallerin tümü elektrokimyasal nitelikte

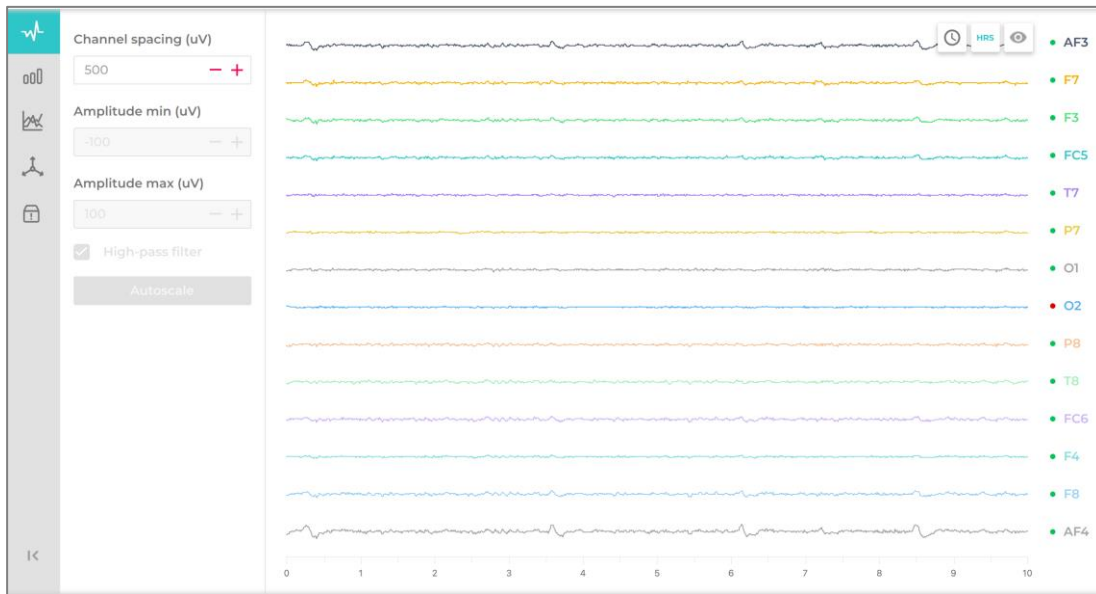
olduğundan, nöronların içindeki elektriksel uyarılara hücre dışı elektriksel değişiklikler eşlik eder. Bu değişiklikler, kafatası ve beyine iletilebilen elektrik sinyalleri olarak kafa derisi tarafından tespit edilebilir (Kable, 2011: 69). Elektrotlar, bu sinyalleri yakalayıp beyin aktivitelerinin incelenmesine olanak tanır. Araştırmada kullanılan Emotiv EPOC X EEG başlık seti, ölçeklenebilir ve bağlamsal insan beyni araştırmaları için tasarlanmış olup, profesyonel düzeyde beyin verilerine erişim sağlamaktadır. Bu cihaz, 14 kanallı (AF3, F7, F3, FC5, T7, P7, O1, O2, P8, T8, FC6, F4, F8, AF4) EEG sistemi ile tüm beyin algılaması sunar. Sensör malzemesi olarak tuzlu suya batırılmış keçe pedler kullanılır. Cihaz, Bluetooth® Low Energy (Bluetooth® 5.0) teknolojisi ile kablosuz bağlantı sağlar ve 2.4 GHz bant genişliğinde özel USB alıcısı ile çalışır. Ayrıca, cihaz ayarlarını değiştirmek ve genişletici kullanmak için USB bağlantı noktası mevcuttur. EEG sinyalleri, sıralı örnekleme ve tek ADC yöntemi ile elde edilir. Örnekleme oranı kullanıcı tarafından yapılandırılabilir ve 2048'den 128 SPS veya 256 SPS'ye düşürülebilir. Çözünürlük 14 bit modunda 0.51 μ V ve 16 bit modunda 0.1275 μ V olarak belirlenmiştir. Bant genişliği 0.16 – 43 Hz arasında olup, 50 Hz ve 60 Hz'de dijital çentik filtreleri bulunur. Dinamik aralık 8400 μ V(pp) olarak ayarlanmış ve AC bağlantı modunda çalışır. Cihaz, heyecan, katılım, rahatlama, ilgi, stres ve odaklanma gibi performans ölçümlerini; göz kırpması, kaş çatma, gülümseme, sıkma, gülme gibi yüz ifadelerini algılayabilir. (Emotiv, 2024).

Deney sürecinde her bir katılımcının verilerinin doğru ve sağlıklı bir biçimde alınabilmesi için, EPOC X EEG başlık seti ile EmotivPRO yazılımının aktif hale getirilmesi, cihaz ve yazılımın bağlantısının kurulması, 10-20 pozisyonundaki 14 kanallık elektrotlarının baş yüzeyine yerleştirilmesi gerekmektedir. Bu süreçte yerleşim noktalarından alınan sinyaller ile bağlantı kalitesi (Contact Quality) ve EEG kalitesine (EEG Quality) yönelik veriler elde edilmektedir. Deney sürecinin başlayabilmesi için her bir elektrotun sinyal almaya başlaması ve sinyal gücünün yeşil renge dönmesi gerekmektedir. Elektrotlardan herhangi bir sinyal gelmiyorsa o kanal ve bölge koyu gri renkte, zayıf bir sinyal gücü varsa düşük seviyede kırmızı, orta seviyede ise açık yeşil renkte gözükmektedir. İlgili sürece yönelik görsel Resim 5.3'te gösterilmektedir.



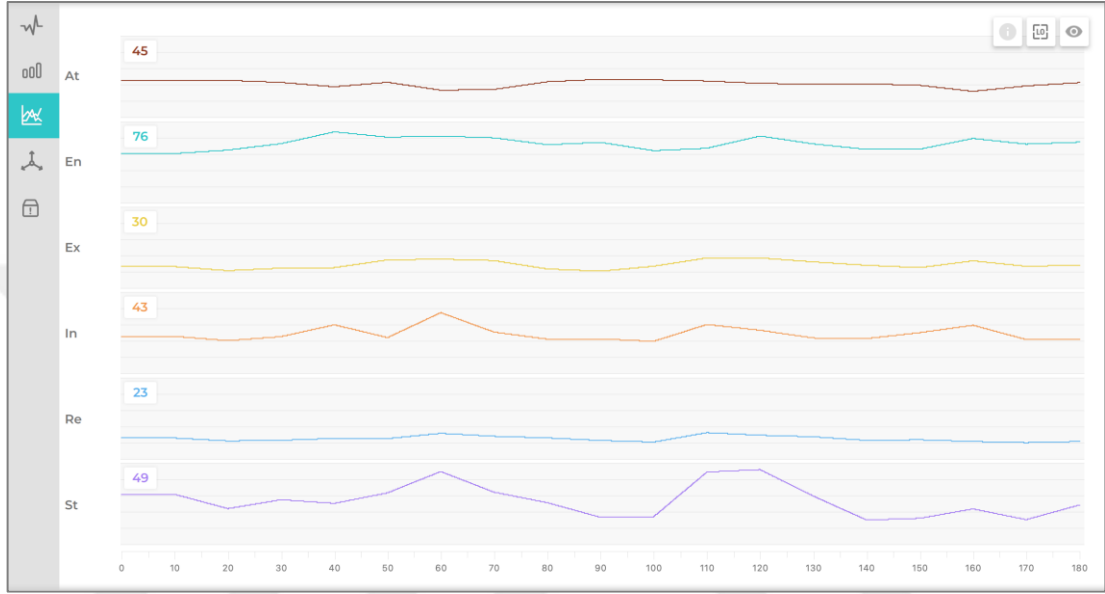
Resim 5.3. Emotiv EPOC X EEG cihazının yerleşim pozisyonu, sinyal güç ve renkleri

Ayrıca, yine aynı yazılım kullanılarak deney sürecinde Emotiv Epoc X EEG başlık setinde yer alan 14 kanala ait beyin dalgaları ve sinyal güçleri takip edilebilmektedir. Yazılımdaki ilgili sürece ait süreç Resim 5.4’de gösterilmektedir.



Resim 5.4. 14 kanala ait beyin dalgaları ve sinyal güçleri

Araştırmada duygu durumlarının tespitini elde etmek için yararlanılan EmotivPRO yazılımı, altı adet duygu durumuna yönelik ölçümleri her bir duygu için ayrı bir zaman serisi olarak sağlamaktadır. Yazılım tarafından ölçülebilen duygu durumları Resim 5.5'te gösterilmektedir.



Resim 5.5. EmotivPRO yazılımı ile ölçülebilen duygu durumları

Resim 5.5'te görülen duygu durumları, deneysel süreç boyunca ve sonrasında gerçek zamanlı olarak; dikkat (AT), katılım (En), heyecan (Ex), ilgi (In), rahatlama (Re) ve stres (ST) biçiminde elde edilebilmektedir. Bu duygu durumları (Emotiv, n.d.);

Dikkat (Attention)

Dikkatli odaklanma, herhangi bir görevi yerine getirirken bireyin konsantrasyon seviyesini ölçer. Bu ölçüm, görev esnasında dikkatini sürdürebilme yeteneğinin değerlendirilmesini sağlar.

Katılım (Engagement)

Katılım, bir bireyin uyanıklık seviyesini ve belirli bir görevle ilgili uyaranlara odaklanma yeteneğini ifade eder. Bu kavram, bir kişinin mevcut an içindeki özümseme ve konsantrasyon düzeyini ölçer ve değerlendirir. Bu süreç, bilişsel kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasını ve dikkat dağıtıcı unsurlara karşı direnç gösterilmesini içerir.

Heyecan (Excitement)

Heyecan, olumlu bir fizyolojik uyarılma durumunu ifade eder ve sempatik sinir sisteminin aktivasyonunu içerir. Bu durum, duygusal yoğunluk, bireylerin uyaranlar veya ortamlar tarafından deneyimlediği duygusal tepkilerin şiddetini ölçer. Bu ölçüm, kişinin belirli bir duruma veya uyarana karşı gösterdiği duygusal tepkinin derinliğini ve gücünü değerlendirir.

İlgi (Interest)

İlgi, uyaranlara veya faaliyetlere karşı duyulan çekim veya isteksizlik derecesini temsil eder. Düşük ilgi puanları bir göreve karşı güçlü bir isteksizlik olduğunu gösterirken, yüksek ilgi puanları görevle meşgul olmak için güçlü bir istek olduğunu gösterir. Orta düzeyde ilgi, faaliyete karşı nötr bir duruş anlamına gelir.

Rahatlama (Relaxation)

Bu duygusal durum, bireyin yoğun bir konsantrasyon döneminin ardından sakin ve odaklanmış bir zihinsel durumu ölçmektedir.

Stres (Stress)

Bu duygusal durum, bireyin zor koşullar karşısındaki rahatlık düzeyinin yanı sıra bu koşullara verdiği psikolojik ve fiziksel tepkilerin derecesinin de bir göstergesidir.

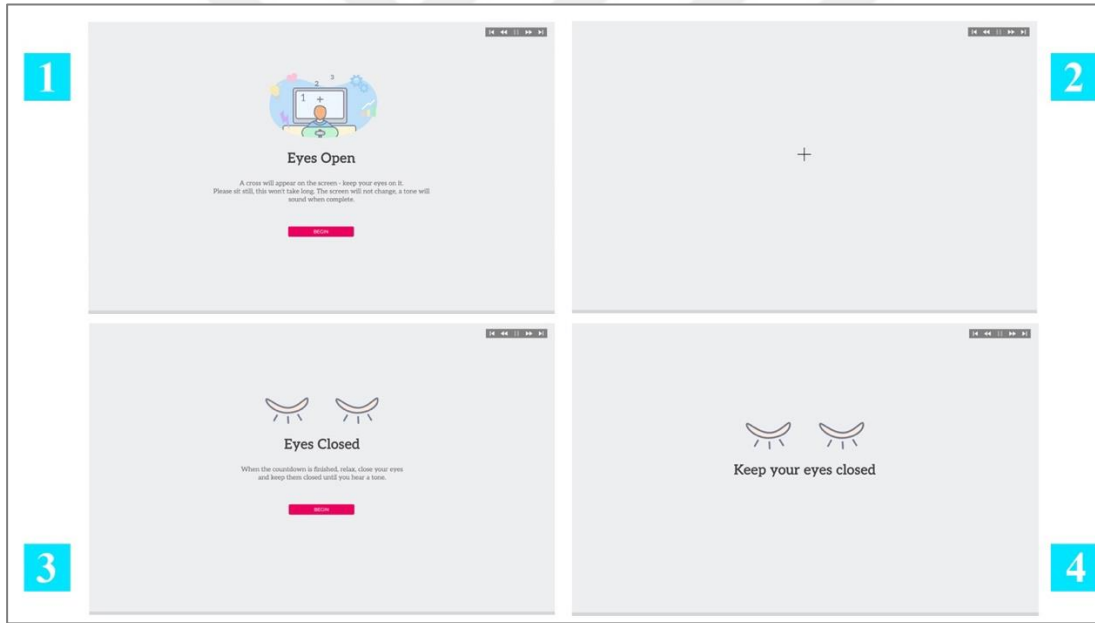
5.8. Araştırmanın Güvenilirliği ve Geçerliliği

Bu araştırma, veri toplama süreci çeşitlendirme yöntemi kullanılarak dört aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, katılımcıların demografik ve ideolojik bilgileri deney öncesi anket ile toplanmıştır. İkinci aşamada, katılımcıların siyasi yönelimleri politik eksen testi ile belirlenmiştir. Üçüncü aşamada, nörosiyasal aktivitelerin incelenmesi amacıyla EEG kullanılarak nörogörüntüleme deneyi yapılmıştır. Son aşamada ise, deney sonrası anket aracılığıyla katılımcıların maruz kaldıkları siyasi uyaranlar tespit edilmiş ve çeşitli kavram ve unsurların önem sırası değerlendirilmiştir.

Araştırmada birden fazla veri toplama tekniğinin çeşitlendirme yöntemi ile kullanılmasının temel amacı, farklı yaklaşımlar arasındaki tutarlılığı değerlendirerek elde edilen bulguların güvenilirliğini, geçerliliğini ve genellenebilirliğini artırmaktır (Bulmer, 1984: 29; Cheng, 2005: 66; Bogdan ve Biklen, 2007: 115-116; Babbie, 2013: 117-118; Boz, 2015: 6). Bu metodolojik çeşitlilik, araştırmanın sonuçlarının daha sağlam ve güvenilir olmasına katkı sağlamaktadır.

Bilimsel çalışmalarda, araştırma sürecinin başından sonuna kadar araştırmacının objektif kalması, tüm gözlem ve değerlendirmelerini herhangi bir önyargı göstermeden kendi fikirlerinden bağımsız bir biçimde oluşturup iletmesi gerekmektedir (Yüksel ve Tolon, 2023: 78). Bu çalışmada da araştırmacı, sürecin başından sonuna kadar tarafsızlığını koruyarak, gözlem ve değerlendirmelerini herhangi bir önyargı taşımadan, kişisel görüşlerinden bağımsız bir şekilde gerçekleştirmiş ve rapor etmiştir.

Elektroensefalografi (EEG) cihazları ile yürütülen deneylerde, güvenilir ve kesin başlangıç verilerinin elde edilmesi için kalibrasyon süreci kritik öneme sahiptir. Özellikle duygusal durumların analiz edildiği çalışmalarda, kalibrasyon aşamaları deney sürecine dahil edilmelidir. EmotivPRO yazılımının Emotiv'in EEG kulaklıkları ile entegre çalışarak nörobilim deneyleri oluşturulmasını sağlayan EmotivPRO Builder platformu, kalibrasyon, talimat ve uyaran aşamalarını içermektedir. Bu platformda, kalibrasyon süreci talimat ekranları, geri sayım görüntüleri ve sesleri ile gözler açık ve kapalı tutulma aşamalarını kapsamaktadır. Bu kalibrasyon aşamaları, temel EEG verilerini toplamak amacıyla uyaran aşamalarından önce, sırasında veya sonrasında uygulanabilir (EmotivPRO Builder, 2024). Kalibrasyon sürecine ait görseller Resim 5.6'da gösterilmektedir.



Resim 5.6. EEG deneyi kalibrasyon süreci

Resim 5.6'da EEG kalibrasyon sürecinin dört aşaması detaylandırılmaktadır. İlk aşamada katılımcı, ekranda beliren bir artıya odaklanarak gözlerini açık tutmaları istenmektedir. İkinci aşamada, katılımcının ekrandaki artıya odaklama süreci gerçekleştirilmektedir. Üçüncü aşamada, katılımcının ses gelene kadar gözlerini kapatarak rahatlaması talimatı yer almaktadır. Son aşamada ise katılımcı ses gelene kadar gözlerini kapalı tutmaya devam etmektedir.

5.9. Verilerin Tasnifi ve Analizi

Araştırmanın anket, politik eksen testi ve elektroensefalografi (EEG) ile yürütülen deney sürecinde toplanan duygu durumlarına yönelik verileri Microsoft Excel ve SPSS paket programına aktararak tasnif edilip analizleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, verilerin bulguları ve analizlerini görselleştirme sürecinde Python yazılım dilinden faydalanılmıştır.

5.10. Araştırmanın Bulguları ve Yorum

Araştırmanın bu bölümünde, anketler, politik eksen testi ve deney sürecinde elde edilen veriler ele alınmakta ve bu veriler üzerinden gerçekleştirilen analizler detaylandırılmaktadır. İlk olarak, örneklem grubunda yer alan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular sunulmuştur. İkinci olarak, politik eksen testinden elde edilen bulgular ve bu bulgulara dayalı olarak yapılan analizler açıklanmaktadır. Araştırmanın deneysel tasarımının, deney, anketler ve politik eksen testinden elde edilen bulgular ile ilişkilendirilmesi sebebiyle, üç yöntemle elde edilen veriler birlikte yorumlanmıştır. Son olarak, politik eksen testi ve deney sürecinde elde edilen duygu durumlarına yönelik veriler, kanonik korelasyon analizi kullanılarak incelenmiştir. Tüm analizler, SPSS 25.0 paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

5.10.1. Örneklem Grubunun Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan örneklem grubundan elde edilen demografik özelliklere yönelik veriler ve analiz sonuçları Tablo 5.1’de gösterilmektedir. Araştırmaya toplam 32 katılımcı katılmasına rağmen, değerlendirmeye alınan katılımcı sayısı 30’dur. Bunun sebebi, 2 katılımcının deney sürecinde gerçekleştirilen elektroensefalografi (EEG) ölçümlerinde verilerinin elde edilememesidir.

		f	%
Cinsiyet	Kadın	14	46,7
	Erkek	16	53,3
Yaş	18	3	10,0
	19	5	16,7
	20	6	20,0
	21	10	33,3
	22	5	16,7
	23	-	-
	24	1	3,3
Medeni Hal	Bekâr	30	100
	Evli	-	-
İkamet Edilen İl / İlçe	Ankara / Çankaya	4	13,3
	Ankara / Etimesgut	1	3,3
	Ankara / Gölbaşı	2	6,7
	Ankara / Keçiören	5	16,7
	Ankara / Mamak	1	3,3
	Ankara / Sincan	1	3,3
	Ankara / Yenimahalle	15	50
	Kastamonu / Abana	1	3,3

Tablo 5.1. Örneklem grubunun demografik özellikleri

Araştırmaya katılım sağlayan katılımcılardan % 46,7 ile 14'ü kadın, % 53,3 ile 16'sı erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların yaş bilgilerine yönelik bulgulara bakılınca, 21 yaş ile 10 katılımcı % 33, 3'ü oluştururken, % 20 ile 6 katılımcının 20 yaş, % 16,7 ile 5'er katılımcının 19 ve 22 yaş, % 10 ile 3 katılımcının 18 yaş ve % 3,3 ile de 1 katılımcının 24 yaş içerisinde olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Medeni hale ilişkin bulgular incelendiğinde, bütün katılımcıların bekâr olduğu anlaşılmaktadır. İkamet edilen il / ilçe dağılımına bakıldığında ise; katılımcıların % 50 ile 15'i Ankara / Yenimahalle, % 16,7 ile 5'i Ankara / Keçiören, % 13,3 ile 4'ü Ankara / Çankaya, % 6,7 ile 2'si Ankara / Gölbaşı ve % 3,3 ile de 1'er kişi Ankara / Etimesgut, Ankara / Mamak, Ankara / Sincan ve Kastamonu / Abana'da ikamet ettiği bilgisi elde edilmektedir.

5.10.2. Politik Eksen Testine Yönelik Bulgular

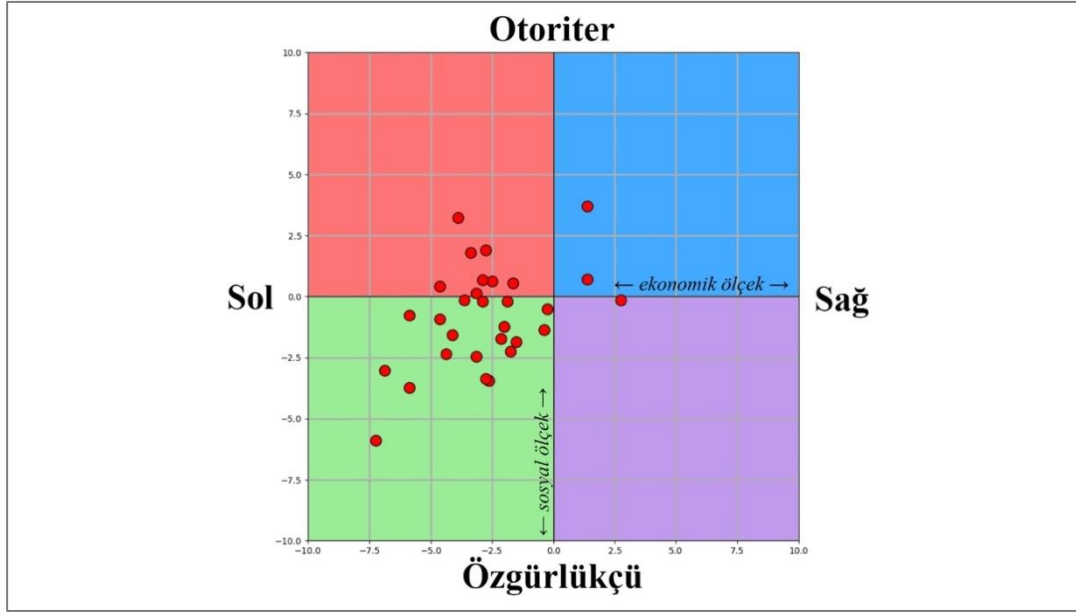
Araştırmada katılımcıların politik eksenlerinin tespit edilmesine yönelik Political Compass Test'den yararlanılmıştır. Bu test 62 sorudan oluşmakta ve testi cevaplayan bireylerin sosyal eksen ve ekonomik eksen olmak üzere iki eksenli bir yapı

üzerinde yer alan dört kadrana atanmasını, konumlandırılmasını sağlamaktadır. Bu test sonucunda katılımcılar 1’den 30’ kadar kodlanmış ve oluşan eksenler üzerindeki konumlarına yönelik rakamsal değerler Tablo 5.2’de yer almıştır.

Katılımcı	X / Yatay Eksen (Ekonomik Sol ve Sağ Ölçeği)	Y / Dikey Eksen (Özgürlükçü ve Otoriter Ölçek)
1	-0.38	-1.38
2	-5.88	-0.77
3	-2.63	-3.44
4	-2.5	0.62
5	-2.88	0.67
6	-3.13	-2.46
7	-0.25	-0.51
8	-2.75	1.9
9	-3.13	0.15
10	-2.75	-3.38
11	-1.75	-2.26
12	2.75	-0.15
13	1.38	0.72
14	-4.63	0.41
15	-2.88	-0.21
16	-3.38	1.79
17	-3.88	3.23
18	-1.63	0.56
19	-7.25	-5.9
20	-3.63	-0.15
21	-2.0	-1.23
22	-1.5	-1.85
23	1.38	3.69
24	-1.88	-0.21
25	-4.63	-0.92
26	-4.13	-1.59
27	-6.88	-3.03
28	-4.38	-2.36
29	-5.88	-3.74
30	-2.13	-1.74

Tablo 5.2. Katılımcıların politik eksen testine göre konum bilgileri

Katılımcıların politik eksen testi sonuçlarına göre oluşturulan eksen konum bilgileri Şekil 5.4’ de gösterilmektedir.



Şekil 5.4. Katılımcıların politik eksen testine göre konum bilgileri

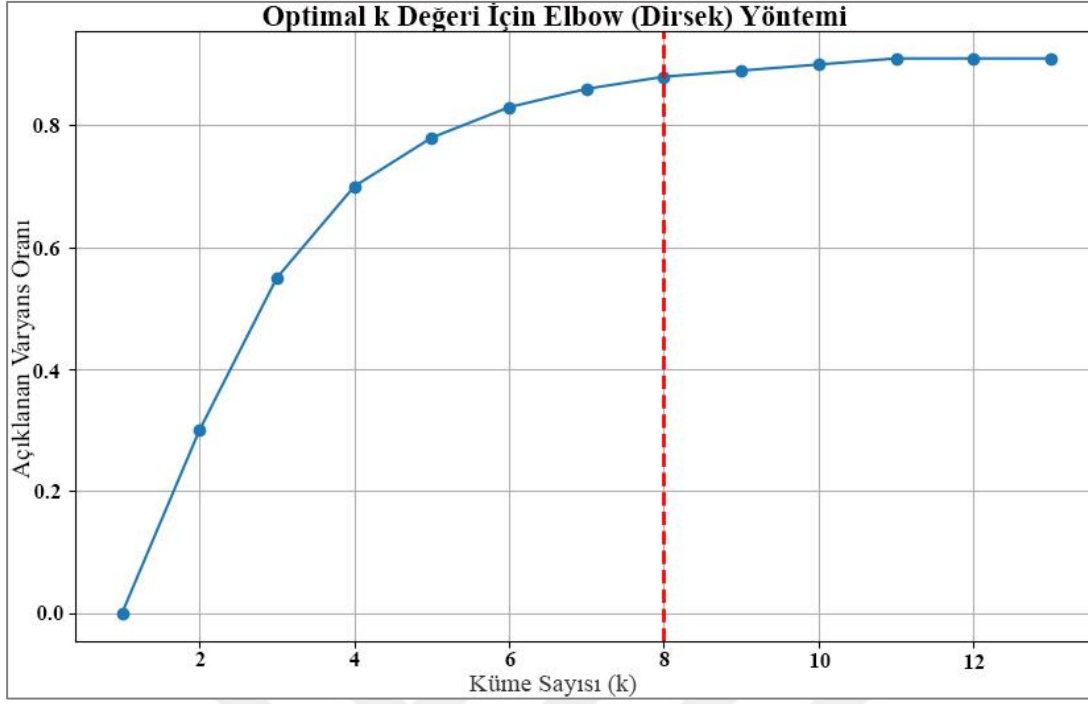
Politik eksen testi sonucu katılımcılardan elde edilen ekonomik sol ve sağ X eksenini ile özgürlükçü ve otoriter ölçek Y eksenine verilerine hem çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri hem de Shapiro-Wilk testi değerleri üzerinden normal dağılım testi uygulanmıştır. Bu testlerin gerçekleştirilmesinin amacı, elde edilen verilere çeşitli analiz tekniklerinin (örneğin T-Testi, ANOVA ya da regresyon analizi gibi Parametrik Testlerin) uygulanmasını, yine bu veriler üzerinde tahminler yapmayı ve sonuçları genelleştirmeyi kolaylaştırmaktadır. Shapiro-Wilk testinin ayrıca gerçekleştirilmesinin sebebi de örneklem sayısının 50’den az olmasıdır (Shapiro and Wilk, 1965: 603-604; Büyüköztürk, 2008). Normallik testlerine ilişkin bulgular Tablo 5.3’te gösterilmektedir.

Eksenler	N	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)	Shapiro-Wilk Testi
X Eksenini (Ekonomik Sol ve Sağ)	30	0,167	-0,162	0,818
Y Eksenini (Özgürlükçü ve Otoriter)	30	0,418	0,343	0,417

Tablo 5.3. Politik eksen test verilerinin normal dağılım analizleri

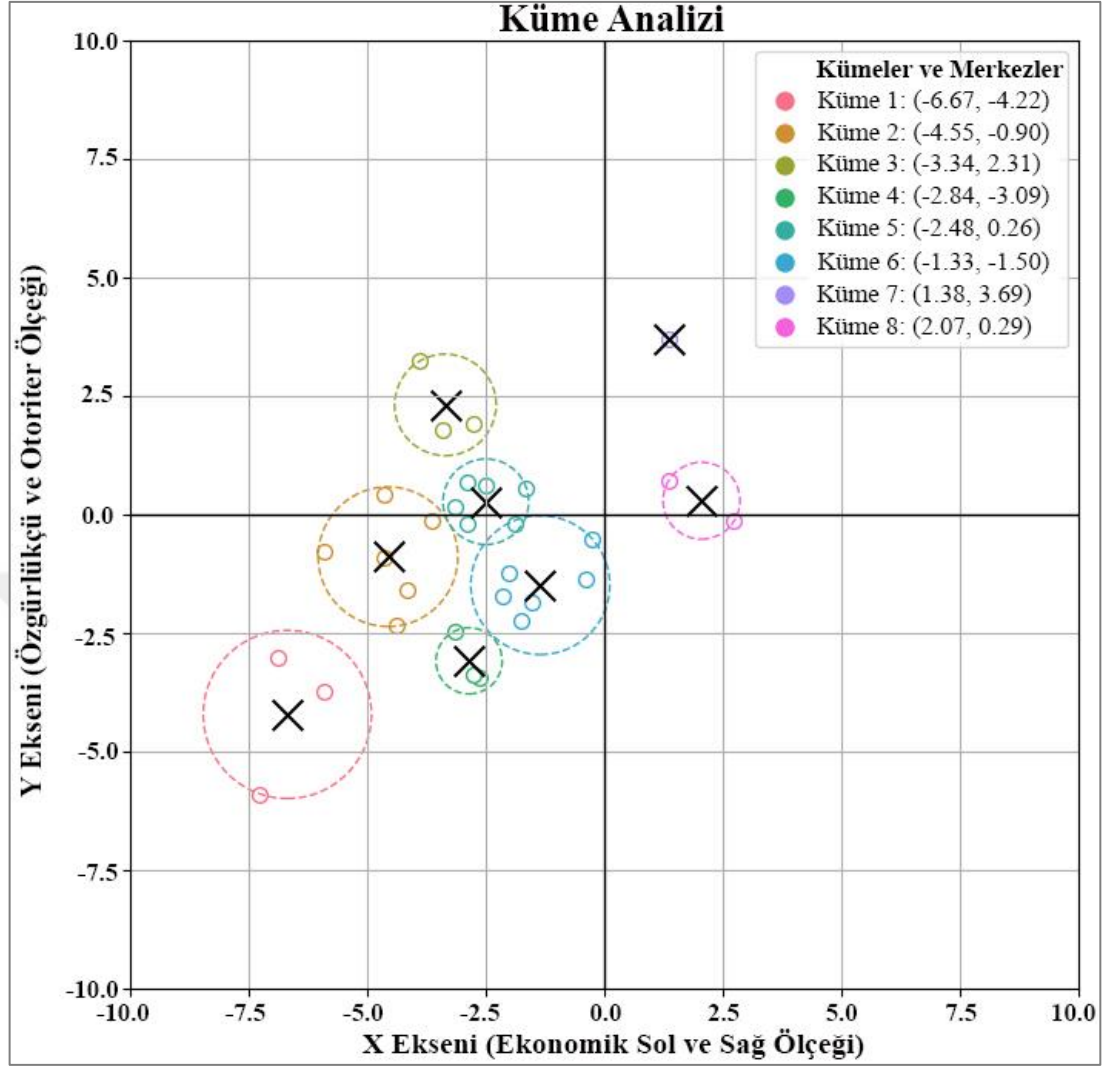
Tablo 5.3'teki veriler, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) analizi için -1/+1 aralığındaki referans değerlerinin normal dağılım gerçekleştirdiği (Hair, vd., 2013) koşul olarak belirlendiğinde; X eksenine (Ekonomik Sol ve Sağ) ait çarpıklık (skewness) değeri 0,167, basıklık (kurtosis) değeri -0,162 ile veri setinin simetrik ve normal dağılıma yakın; Y eksenine (Özgürlükçü ve Otoriter) ait çarpıklık (skewness) 0.418 ve basıklık (kurtosis) 0.343 değerleri ile de veri setinin hafif sağa çarpık ancak yine de normal dağılıma yakın olduğunu işaret etmektedir. Ayrıca, Shapiro-Wilk testi sonuçlarının X eksenini için 0.818 ve Y eksenini için 0.417 olarak gerçekleşmesi, her iki eksen için de $p > 0.05$ olması nedeniyle, verilerin normal dağılım gösterdiğini doğrulamaktadır.

Politik eksen testi sonucunda elde edilen veri setlerini benzer alt gruplara ayırmak amacıyla küme analizi gerçekleştirilmiştir. Küme analizi, bir sınıflandırma oluşturmak için uygulanabilecek çok çeşitli teknikleri kapsayan bir alan olarak tanımlanır. Kümeleme yaklaşımı, bir örneklem hakkında bilgi içeren bir veri seti ile başlayarak, örnekleri belirli bir homojenlik ölçütüne göre gruplandırmayı amaçlayan çok değişkenli bir istatistiksel süreçtir (Aldenderfer ve Blasfield, 1984: 7). Araştırmada kullanılan kümeleme analizi yöntemi hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemlerinden K-means kümeleme yöntemidir. Bu yaklaşım kullanılarak birçok öge, orta noktaya veya en yakın merkeze göre önceden var olan kategorilere veya kriterlere göre bölümlere ayrılır. Ayrıca, bu teknik kullanılarak aynı küme içindeki verilerdeki varyans azaltılır (Macqueen, 1967; Al Kindhi, vd., 2019: 373). K-means algoritmasının doğru sonuçlar oluşturabilmesi için için k değerinin doğru seçilmesi gerekmektedir (Birkalan ve Tekeli, 2022: 263) Politik eksen testinden elde edilen veriler, %91.606 varyansı açıklayan en küçük k değeri seçilerek 8 kümeye ayrılmıştır. K değerinin (küme sayısı) uygun olarak belirlenebilmesi için kümeleme analizinin tutarlılığını doğrulayan Elbow (Dirsek) yönteminden (Liu ve Deng, 2020: 987) faydalanılmıştır. Optimal k değeri için gerçekleştirilen Elbow (Dirsek) yöntemi Şekil 5.5'te gösterilmektedir.



Şekil 5.5. Elbow (dirsek) yöntemi ile oluşan optimal k değeri

%91.606 varyansı açıklayan en küçük k değeri seçilerek 8 kümeye ayrılan veri kümesi ve analiz sonucunda oluşan kümeler ve merkezleri gösteren içerik Şekil 5.6’da yer almaktadır.



Şekil 5.6. Küme analizi, kümeler ve merkezler

Politik eksen testi verilerini analiz etmek için kullanılan kümeleme analizi, benzer verileri bir araya ve veri setlerini daha anlaşılır hale getiren çok değişkenli bir istatistiksel tekniktir. Bu çalışma kapsamında uygulanan yöntem, katılımcıların kendilerinin ifade ettikleri siyasi kimlik ve ideolojilerden ziyade, politik eksen testi sonucu oluşan siyasi pozisyonlarını belirli merkezlere olan yakınlıklarına göre gruplandırmayı ve her bir küme içindeki veriler arasındaki farklılıkları en aza indirmeyi amaçlamıştır. Bu sayede, katılımcılar arasındaki benzerlikler göz önünde bulundurularak veriler daha homojen gruplar halinde toplanmış ve kümeler içerisindeki varyans minimize edilmiştir. Küme analizi sonucu oluşan kümeler ve merkezler politik eksen testi sonucunda soldan sağa olacak biçimde; Küm 1: (-6.67, -4.22), Küm 2: (-4.55, -0.90), Küm 3: (-3.34, 2.31), Küm 4: (-2.84, -3.09), Küm

5: (-2.48, 0.26), Küme 6: (-1.33, -1.50), Küme 7: (1.38, 3.69) ve Küme 8: (2.07, 0.29) şeklindedir. Analiz sonucunda oluşan kümelerde yer alan katılımcı ve eksen bilgileri Tablo 5.4'te gösterilmektedir.

Küme	Katılımcı	X Eksen (Ekonomik Sol ve Sağ Ölçeği)	Y Eksen (Özgürlükçü ve Otoriter Ölçeği)	Küme Merkezi
Küme 1	Katılımcı 19	-7.25	-5.9	(-6.67, -4.22)
	Katılımcı 27	-6.88	-3.03	
	Katılımcı 29	-5.88	-3.74	
Küme 2	Katılımcı 2	-5.88	-0.77	(-4.55, -0.90)
	Katılımcı 14	-4.63	0.41	
	Katılımcı 20	-3.63	-0.15	
	Katılımcı 25	-4.63	-0.92	
	Katılımcı 26	-4.13	-1.59	
	Katılımcı 28	-4.38	-2.36	
Küme 3	Katılımcı 8	-2.75	1.9	(-3.34, 2.31)
	Katılımcı 16	-3.38	1.79	
	Katılımcı 17	-3.88	3.23	
Küme 4	Katılımcı 3	-2.63	-3.44	(-2.84, -3.09)
	Katılımcı 6	-3.13	-2.46	
	Katılımcı 10	-2.75	-3.38	
Küme 5	Katılımcı 4	-2.5	0.62	(-2.48, 0.26)
	Katılımcı 5	-2.88	0.67	
	Katılımcı 9	-3.13	0.15	
	Katılımcı 15	-2.88	-0.21	
	Katılımcı 18	-1.63	0.56	
	Katılımcı 24	-1.88	-0.21	
Küme 6	Katılımcı 1	-0.38	-1.38	(-1.33, -1.50)
	Katılımcı 7	-0.25	-0.51	
	Katılımcı 11	-1.75	-2.26	
	Katılımcı 21	-2.0	-1.23	
	Katılımcı 22	-1.5	-1.85	
	Katılımcı 30	-2.13	-1.74	
Küme 7	Katılımcı 23	1.38	3.69	(1.38, 3.69)
Küme 8	Katılımcı 12	2.75	-0.15	(2.07, 0.29)
	Katılımcı 13	1.38	0.72	

Tablo 5.4. Kümeler ve kümelerde yer alan katılımcı ve eksen bilgileri

Gerçekleştirilen bu politik eksen testi katılımcıların kendilerini siyasi kimlik olarak tanımladıkları ideoloji ya da dünya görüşünden ziyade siyasi olarak konumlarını tespit etmeye yarayan 62 adet soruya verdikleri yanıtlar sonucu

oluşmaktadır. Politik eksen testi sonucu gerçekleştirilen kümeleme analizi de soldan sağa olacak biçimde Tablo 5.4’te gösterilmektedir. Analiz sonucu oluşan kümeler üzerinden, deney sürecinde elde edilen veriler ile anketteki sorulara verilen cevaplar bir sonraki başlıkta değerlendirilecektir.

5.10.3. Deney Öncesi Anket, Deney ve Deney sonrası Anket Verilerine Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde; anket, deney ve politik eksen testi verileri birlikte analiz edilmiştir. Deney öncesi ve sonrası anketlerden elde edilen veriler; katılımcıların benimsedikleri ideolojiler, oy verdikleri ve gelecekte tercih etmeyi düşündükleri siyasi partiler ile siyasi algı ve davranışlarını etkileyebilecek unsurların önem sıralamasını içermektedir. Deney süresince katılımcılara izletilen siyasi reklam filmlerinin genel içeriği açıklanmış ve bu süreçte elde edilen EEG verileri, ilgili reklamların izlenmesi sonucu akılda kalan kavramlar ve anket sorusu verileriyle birlikte incelenmiştir. Tüm veriler, politik eksen testi sonuçlarına göre oluşturulan kümeler temelinde değerlendirilmiştir.

5.10.3.1. Katılımcıların siyasal kimlikleri, en son genel seçimde hangi partiye oy verdiği ve yakın zamanda seçim olsa hangi partiye oy vereceğine yönelik anket bulguları

Bu başlık altında araştırmaya katılan katılımcıların deney öncesi ankette yer alan; siyasal kimlikleri, en son genel seçimde hangi partiye oy verdikleri ve yakın zamanda seçim olsa hangi partiye oy vereceklerine yönelik sorulara verdikleri yanıtlardan oluşan veriler, politik eksen testi sonuçlarına göre oluşturulan kümeler temelinde analiz edilmiştir.

5.10.3.1.1. Küme 1’de yer alan katılımcıların bulguları

Küme 1 içerisinde yer alan katılımcılar; Katılımcı 19, Katılımcı 27 ve Katılımcı 29’dur. Bu katılımcıların deney öncesi ankette yer alan ve kendilerini siyasal kimlik olarak nasıl tanımladıklarını içeren soruya verdikleri yanıtlardan oluşan veri içeriği Tablo 5.5’te yer almaktadır.

Küme	Katılımcı	Katılımcıların Benimsedikleri Siyasal Kimlikler		
Küme 1	Katılımcı 19	Laik	Marksist	Sosyalist
	Katılımcı 27	Atatürkçü	Laik	Sosyal Demokrat
	Katılımcı 29	Atatürkçü	Laik	Sosyalist

Tablo 5.5. Küme 1’de yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasal kimlikler

Tablo 5.5, Küme 1’de yer alan katılımcıların benimsemiş oldukları siyasal kimlikleri ayrıntılı bir şekilde göstermektedir. Bu katılımcılar arasında yer alan Katılımcı 19’un laik, Marksist ve sosyalist; Katılımcı 27’nin Atatürkçü, laik ve sosyal demokrat; Katılımcı 29’un ise Atatürkçü, laik ve sosyalist kimliklere sahip olduğu görülmektedir. Bu katılımcılar, laiklik, Marksizm, sosyalizm, Atatürkçülük ve sosyal demokrasi gibi çeşitli ideolojik kategorilere dağılmıştır. Özellikle laiklik, özgürlükçü ve demokratik değerlere vurgu yaparken, Marksizm ve sosyalizm sol ideolojinin temel taşlarını oluşturur. Atatürkçülük ve sosyal demokrasi ise sosyal adalet, eşitlik ve halkın refahını ön planda tutan yaklaşımlar olarak değerlendirilir. Dolayısıyla, katılımcıların ideolojik tercihleri arasında sol ve özgürlükçü değerlere sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Küme 1 içerisinde yer alan katılımcıların 2023 yılında gerçekleştirilen genel seçimde hangi partiye oy kullandıklarına yönelik veriler tablo Tablo 5.6.’da gösterilmektedir.

Küme	En son genel seçimde hangi siyasi partiye oy verdiniz?									
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Oy kullanmadım	Diğer	Toplam
Küme 1 (Katılımcı 19, 27,29)	-	1	-	1	-	-	-	1	-	3
Toplam	-	1	-	1	-	-	-	1	-	3

Tablo 5.6. Küme 1’de yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler

Tablo 5.6, Küme 1’de yer alan katılımcıların en son genel seçimde CHP ve İYİ Parti’ye birer oy verdiği ve bir katılımcının da oy kullanmadığını göstermektedir. Küme 1’de yer alan katılımcılar tarafından en son genel seçimde AK Parti, MHP, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP) ve Türkiye İşçi Partisi (TİP)’ne herhangi bir oy verilmemiştir.

Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz sorusu sonucu Küme 1’de yer alan katılımcılardan elde edilen bulgular Tablo 5.7’de yer almaktadır.

Küme	Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz?										
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Kararsız	Oy kullanmayacağım	Diğer	Toplam
Küme 1 (Katılımcı 19, 27,29)	-	1	-	-	-	-	-	1	1	-	3
Toplam	-	1	-	-	-	-	-	1	1	-	3

Tablo 5.7. Küme 1’de yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler

Küme 1’de yer alan katılımcılardan yakın bir zamanda seçim olsa, Tablo 5.7.’deki verilere göre, bir katılımcı CHP’ye oy vermeyi düşünmekte, bir katılımcı kararsız olduğunu belirtmekte ve bir katılımcı da oy kullanmamayı tercih etmektedir. AK Parti, MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP), Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve “Diğer” kategorilerine oy vereceğini belirten katılımcı bulunmamaktadır.

5.10.3.1.2. Küme 2’de yer alan katılımcıların bulguları

Küme 2; Katılımcı 2, Katılımcı 14, Katılımcı 20, Katılımcı 25, Katılımcı 26 ve Katılımcı 28’den oluşmaktadır. Küme 2’de yer alan katılımcıların kendilerini tanımladıkları siyasi kimliklere yönelik bulgular Tablo 5.8’de gösterilmektedir.

Küme	Katılımcı	Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler		
Küme 2	Katılımcı 2	Muhafazakâr	Ülkücü	İslamcı
	Katılımcı 14	Atatürkçü	Laik	Milliyetçi
	Katılımcı 20	Atatürkçü	Ülkücü	Laik
	Katılımcı 25	Laik	Sosyalist	Milliyetçi
	Katılımcı 26	Atatürkçü	Ülkücü	Milliyetçi
	Katılımcı 28	Atatürkçü	Laik	Sosyalist

Tablo 5.8. Küme 2’de yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasal kimlikler

Bu tabloda yer alan katılımcılar arasında, Katılımcı 2’nin muhafazakâr, ülkücü ve İslamcı kimlikleri; Katılımcı 14’ün Atatürkçü, laik ve milliyetçi kimlikleri; Katılımcı 20’nin Atatürkçü, ülkücü ve laik kimlikleri; Katılımcı 25’in laik, sosyalist ve milliyetçi kimlikleri; Katılımcı 26’nın Atatürkçü, ülkücü ve milliyetçi kimlikleri ve Katılımcı 28’in Atatürkçü, laik ve sosyalist kimlikleri benimsediği görülmektedir. Bu durum, katılımcıların muhafazakârlık, ülkücülük, İslamcılık, Atatürkçülük, laiklik, sosyalizm ve milliyetçilik gibi farklı siyasi ve ideolojik kimliklere sahip olduklarını göstermektedir. Tablodaki verilerden, Küme 2’de yer alan katılımcıların ideolojik tercihlerinin hem sağ hem de sol değerlere sahip olduğu ve bu bağlamda ekonomik olarak sol ve sosyal olarak da daha merkezci katılımcılardan oluştuğu anlaşılmaktadır.

Küme 2 içerisinde yer alan katılımcıların 2023 yılında gerçekleştirilen genel seçimde hangi partiye oy kullandıklarına yönelik veriler tablo Tablo 5.9.’da gösterilmektedir.

Küme	En son genel seçimde hangi siyasi partiye oy verdiniz?									
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Oy kullanmadım	Diğer	Toplam
Küme 2 (Katılımcı 4, 14, 20, 25, 26, 28)	1	3	-	-	-	-	-	2	-	6
Toplam	1	3	-	-	-	-	-	2	-	6

Tablo 5.9. Küme 2’de yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler

Tablo 5.9 ‘da yer alan verilere göre en son genel seçimde; üç katılımcı CHP’ye, bir katılımcı AK Parti’ye oy vermiştir. MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP), Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve “Diğer” kategorisi için herhangi bir oy verilmemiştir. İki katılımcı ise oy kullanmamıştır.

Küme 2’de yer alan katılımcılardan, yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz sorusu sonucu elde edilen bulgular Tablo 5.10’da yer almaktadır.

Küme	Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz?										
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Kararsız	Oy kullanmayacağım	Diğer	Toplam
Küme 2 (Katılımcı 4, 14, 20, 25, 26, 28)	1	2	-	-	-	-	-	2	1	-	6
Toplam	1	2	-	-	-	-	-	2	1	-	6

Tablo 5.10. Küme 2’de yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler

Küme 2’de yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy vereceklerini gösteren Tablo 5.10’daki verilere göre, bir katılımcı AK Parti’ye oy vereceğini belirtirken, iki katılımcı CHP’ye oy vereceğini ifade etmiştir. Diğer partiler, MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP) ve Türkiye İşçi Partisi (TİP) için herhangi bir oy tercihi bildirilmemiştir. Ayrıca, iki katılımcı

kararsız olduğunu belirtirken, bir katılımcı ise oy kullanmayı düşünmediğini ifade etmiştir.

5.10.3.1.3. Küme 3'te yer alan katılımcıların bulguları

Küme 3 içerisinde yer alan katılımcılar; Katılımcı 8, Katılımcı 16 ve Katılımcı 17'dir. Bu katılımcıların kendilerini siyasal kimlik olarak nasıl tanımladıklarını içeren soruya verdikleri yanıtlardan oluşan bulgular Tablo 5.11'de gösterilmektedir.

Küme	Katılımcı	Katılımcıların Benimsedikleri Siyasal Kimlikler		
Küme 3	Katılımcı 8	Muhafazakâr	İslamcı	Ulusalcı
	Katılımcı 16	Atatürkçü	Ülkücü	Milliyetçi
	Katılımcı 17	Atatürkçü	Muhafazakâr	Laik

Tablo 5.11. Küme 3'te yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasal kimlikler

Tablo 5.11'deki verilere göre, Küme 3'te yer alan katılımcılardan, Katılımcı 8'in muhafazakâr, İslamcı ve ulusalcı; Katılımcı 16'nın Atatürkçü, ülkücü ve milliyetçi; Katılımcı 17'nin ise Atatürkçü, muhafazakâr ve laik kimlikleri benimsediklerini görülmektedir. Bu bulgular, Küme 3'teki katılımcıların siyasal kimliklerinin hem sağ hem de seküler değerlere sahip olduğunu ve bu bağlamda çok boyutlu bir ideolojik yapıyı benimsediklerini göstermektedir.

2023 yılında gerçekleştirilen genel seçimde hangi partiye oy kullandıklarına yönelik soruya Küme 3 içerisinde yer alan katılımcıların verdikleri yanıtlardan oluşan veriler Tablo 5.12'de yer almaktadır.

Küme	En son genel seçimde hangi siyasi partiye oy verdiniz?									
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Oy kullanmadım	Diğer	Toplam
Küme 3 (Katılımcı 8, 16, 17)	1	1	-	-	-	-	-	1	-	3
Toplam	1	1	-	-	-	-	-	1	-	3

Tablo 5.12. Küme 3’te yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler

Tablo 5.12’deki verilere göre, Küme 3’te yer alan katılımcıların son genel seçimdeki oy tercihleri incelendiğinde, bir katılımcının AK Parti’ye, bir katılımcının CHP’ye oy verdiği, bir diğer katılımcının ise oy kullanmadığı tespit edilmiştir. MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP), Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve “Diğer” kategorisi altında oy kullanılmamıştır.

Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz sorusu sonucu Küme 3’te yer alan katılımcılardan elde edilen bulgular Tablo 5.13’te yer almaktadır.

Küme	Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz?										
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Kararsız	Oy kullanmayacağım	Diğer	Toplam
Küme 3 (Katılımcı 8, 16, 17)	1	1	-	-	-	-	-	-	1	-	3
Toplam	1	1	-	-	-	-	-	-	1	-	3

Tablo 5.13. Küme 3’te yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler

Küme 3’te yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olması durumunda hangi siyasi partiye oy vereceklerini gösteren Tablo 5.13’teki verilere göre, bir katılımcı AK Parti’ye, bir katılımcı CHP’ye oy vermeyi planlamakta, bir katılımcı ise oy kullanmamayı tercih etmektedir. MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP), Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve “Diğer” kategorisi için herhangi bir oy tercihi belirtilmemiştir.

5.10.3.1.4. Küme 4’te yer alan katılımcıların bulguları

Küme 4 içerisindeki katılımcılar; Katılımcı 3, Katılımcı 6 ve Katılımcı 10’dur. Bu kümede yer alan katılımcıların deney öncesi ankette yer alan ve kendilerini siyasi kimlik olarak nasıl tanımladıklarını içeren soruya verdikleri yanıtlardan oluşan veri içeriği Tablo 5.14’te yer almaktadır.

Küme	Katılımcı	Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler		
Küme 4	Katılımcı 3	Atatürkçü	Laik	Milliyetçi
	Katılımcı 6	Atatürkçü	Laik	Milliyetçi
	Katılımcı 10	Laik	Liberal Demokrat	Ulusalcı

Tablo 5.14. Küme 4’te yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler

Tablo 5.14’teki bulgulara göre Küme 4’te yer alan katılımcıların siyasi kimlik olarak; Katılımcı 3 ve Katılımcı 6’nın Atatürkçü, laik ve milliyetçi; Katılımcı 10’un ise laik, liberal demokrat ve ulusalcı kimlikleri benimsedikleri şeklindedir. Bu durum, katılımcıların ideolojik tercihleri arasında yer alan siyasi kimliklerinin hem seküler hem de sağ değerlere sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu kümedeki katılımcılar, ekonomik olarak merkezci ve sosyal olarak otoriter katılımcılardan oluşmaktadır.

Küme 4 içerisinde yer alan katılımcıların 2023 yılında gerçekleştirilen genel seçimde hangi partiye oy kullandıklarına yönelik veriler tablo Tablo 5.15’te yer almaktadır.

Küme	En son genel seçimde hangi siyasi partiye oy verdiniz?									
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Oy kullanmadım	Diğer	Toplam
Küme 4 (Katılımcı 3, 6, 10)	-	3	-	-	-	-	-	-	-	3
Toplam	-	3	-	-	-	-	-	-	-	3

Tablo 5.15. Küme 4’te yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler

Küme 4'teki katılımcıların en son genel seçimlerde hangi siyasi partiye oy verdiklerini içeren Tablo 5.15'teki verilere göre, bu kümedeki tüm katılımcılar CHP'ye oy vermiştir. AK Parti, MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP), Türkiye İşçi Partisi'ne (TİP) yönelik herhangi bir oy bulunmamaktadır ve oy kullanmamayı tercih eden veya “Diğer” kategorisinde oy veren bir katılımcı da yoktur.

Küme 4'te yer alan katılımcılardan, yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz sorusu sonucu elde edilen bulgular Tablo 5.16'da gösterilmektedir.

Küme	Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz?										
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Kararsız	Oy kullanmayacağım	Diğer	Toplam
Küme 4 (Katılımcı 3, 6, 10)	-	2	-	-	-	-	-	1	-	-	3
Toplam	-	2	-	-	-	-	-	1	-	-	3

Tablo 5.16. Küme 4'te yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler

Küme 4'te yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olması durumunda hangi siyasi partiye oy vereceklerini gösteren Tablo 5.16'ya göre, iki katılımcı CHP'ye oy vermeyi planlamakta, bir katılımcı ise kararsız olduğunu belirtmektedir. MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP), Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve “Diğer” kategorisi için herhangi bir oy tercihi belirtilmemiştir.

5.10.3.1.5. Küme 5'te yer alan katılımcılara yönelik bulgular

Küme 5 içerisinde yer alan katılımcılar; Katılımcı 4, Katılımcı 5, Katılımcı 9, Katılımcı 15, Katılımcı 18 ve Katılımcı 24'den oluşmaktadır. Küme 5'te yer alan katılımcıların kendilerini tanımladıkları siyasi kimliklere yönelik bulgular Tablo 5.17'de gösterilmektedir.

Küme	Katılımcı	Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler		
Küme 5	Katılımcı 4	Atatürkçü	Laik	Sosyalist
	Katılımcı 5	Atatürkçü	Sosyalist	Milliyetçi
	Katılımcı 9	Atatürkçü	Laik	Sosyalist
	Katılımcı 15	Laik	Liberal Demokrat	Milliyetçi
	Katılımcı 18	Atatürkçü	Laik	Sosyalist
	Katılımcı 24	Atatürkçü	Laik	Sosyalist

Tablo 5.17. Küme 5’te yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler

Tablo 5.17’deki bulgulara göre, Küme 5’te yer alan katılımcıların siyasi kimlik olarak; Katılımcı 4, Katılımcı 9, Katılımcı 18 ve Katılımcı 24’ün Atatürkçü, laik ve sosyalist; Katılımcı 5’in Atatürkçü, sosyalist ve milliyetçi; Katılımcı 15’in ise laik, liberal demokrat ve milliyetçi; kimlikleri benimsedikleri görülmektedir. Bu bulgular göz önünde bulundurulduğunda, Küme 5’teki katılımcıların hem sol hem de sağ değerlere sahip çeşitli siyasi kimlikleri benimsedikleri anlaşılmaktadır.

2023 yılında gerçekleştirilen genel seçimde hangi partiye oy kullandıklarına yönelik soruya Küme 5 içerisinde yer alan katılımcıların verdikleri yanıtlardan oluşan veriler Tablo 5.18’ de yer almaktadır.

Küme	En son genel seçimde hangi siyasi partiye oy verdiniz?									
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Oy kullanmadım	Diğer	Toplam
Küme 5 (Katılımcı 4, 5, 9, 15, 18, 24)	-	6	-	-	-	-	-	-	-	6
Toplam	-	6	-	-	-	-	-	-	-	6

Tablo 5.18. Küme 5’te yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler

Küme 5’te yer alan katılımcıların son genel seçimde hangi siyasi partiye oy verdiklerini gösteren Tablo 5.18’deki verilere göre, kümedeki altı altı katılımcı da CHP’ye oy vermiştir. AK Parti, MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP), Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve “Diğer” kategorisi için herhangi bir oy verilmemiştir ve oy kullanmayan katılımcı da bulunmamaktadır.

Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz sorusuna Küme 5’te yer alan katılımcıların verdiği yanıtlardan elde edilen bulgular Tablo 5.19’da gösterilmektedir.

Küme	Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz?										
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Kararsız	Oy kullanmayacağım	Diğer	Toplam
Küme 5 (Katılımcı 4, 5, 9, 15, 18, 24)	-	4	-	-	-	-	-	1	-	1	6
Toplam	-	4	-	-	-	-	-	1	-	1	6

Tablo 5.19. Küme 5’te yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler

Küme 5’te yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olması durumunda hangi siyasi partiye oy vereceklerini gösteren Tablo 5.19’a göre, dört katılımcı CHP’ye oy vermeyi planlamakta, bir katılımcı kararsız olduğunu belirtmekte ve bir katılımcı da “Diğer” kategorisi üzerinden “Zafer Partisi”ne oy vereceğini ifade etmektedir. Bu küme içerisindeki katılımcılar tarafından, MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP) ve Türkiye İşçi Partisi (TİP) için herhangi bir oy tercihi belirtilmemiştir.

5.10.3.1.6. Küme 6’da yer alan katılımcılara yönelik bulgular

Küme 6; Katılımcı 1, Katılımcı 7, Katılımcı 11, Katılımcı 21, Katılımcı 22 ve Katılımcı 30’dan oluşmaktadır. Küme 6 içerisinde yer alan katılımcıların kendilerini siyasal kimlik olarak nasıl tanımladıklarını içeren soruya verdikleri yanıtlardan oluşan bulgular Tablo 5.20’de gösterilmektedir.

Küme	Katılımcı	Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler		
Küme 6	Katılımcı 1	Atatürkçü	Laik	Milliyetçi
	Katılımcı 7	Laik	Sosyal Demokrat	Liberal Demokrat
	Katılımcı 11	Atatürkçü	Laik	Milliyetçi
	Katılımcı 21	Atatürkçü	Laik	Liberal Demokrat
	Katılımcı 22	Atatürkçü	Laik	Sosyalist
	Katılımcı 30	Atatürkçü	Laik	Milliyetçi

Tablo 5.20. Küme 6’da yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler

Tablo 5.20’deki bulgulara göre, Küme 6’da yer alan katılımcıların siyasi kimlikleri incelendiğinde; Katılımcı 1, Katılımcı 11 ve Katılımcı 30’un Atatürkçü, laik ve milliyetçi; Katılımcı 7’nin laik, sosyal demokrat ve liberal demokrat; Katılımcı 21’in Atatürkçü, laik ve liberal demokrat ve Katılımcı 22’nin Atatürkçü, laik ve sosyalist kimlikleri benimsedikleri görülmektedir. Bu durum, Küme 6’daki katılımcıların ideolojik tercihleri arasında yer alan siyasi kimliklerinin hem seküler hem de sağ değerlere sahip olduğunu göstermektedir.

Küme 6 içerisinde yer alan katılımcıların 2023 yılında gerçekleştirilen genel seçimde hangi partiye oy kullandıklarına yönelik veriler tablo Tablo 5.21’de gösterilmektedir.

Küme	En son genel seçimde hangi siyasi partiye oy verdiniz?									
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Oy kullanmadım	Diğer	Toplam
Küme 6 (Katılımcı 1, 7, 11, 21, 22, 30)	-	6	-	-	-	-	-	-	-	6
Toplam	-	6	-	-	-	-	-	-	-	6

Tablo 5.21. Küme 6’da yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler

Tablo 5.21’deki verilere göre, Küme 6’da yer alan katılımcıların son genel seçimlerdeki oy tercihleri incelendiğinde, tüm katılımcıların (altı kişi) CHP’ye oy verdiği görülmektedir. AK Parti, MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi

(YRP), Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve “Diğer” kategorisine herhangi bir oy verilmediği ve ayrıca, oy kullanmayan herhangi bir katılımcı da bulunmamaktadır.

Küme 6’da yer alan katılımcılardan, yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz sorusu sonucu elde edilen bulgular Tablo 5.22’de yer almaktadır.

Küme	Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz?										
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Kararsız	Oy kullanmayacağım	Diğer	Toplam
Küme 6 (Katılımcı 1, 7, 11, 21, 22, 30)	-	3	-	-	-	-	-	1	1	1	6
Toplam	-	3	-	-	-	-	-	1	1	1	6

Tablo 5.22. Küme 6’da yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler

Küme 6’da yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olması durumunda hangi siyasi partiye oy vereceklerini gösteren Tablo 5.22’ye göre, üç katılımcı CHP’ye oy vermeyi planlamakta, bir katılımcı kararsız olduğunu belirtmekte, bir katılımcı oy kullanmamayı tercih etmekte ve bir katılımcı da “Diğer” kategorisinde “Zafer Partisi”ne oy vereceğini ifade etmektedir. MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP) ve Türkiye İşçi Partisi (TİP) için Küme 6’daki katılımcılardan herhangi bir oy tercihi belirtilmemiştir.

5.10.3.1.7. Küme 7’de yer alan katılımcılara yönelik bulgular

Küme 7 yer alan katılımcı, Katılımcı 23’tür. Bu kümedeki katılımcının deney öncesi ankette yer alan ve kendisini siyasal kimlik olarak nasıl tanımladığını içeren soruya verdiği yanıtlardan oluşan veri içeriği Tablo 5.23’te yer almaktadır.

Küme	Katılımcı	Katılımcıların Benimsedikleri Siyasal Kimlikler		
Küme 7	Katılımcı 23	Muhafazakâr	Ülkücü	Milliyetçi

Tablo 5.23. Küme 7’de yer alan katılımcının benimsediği siyasal kimlikler

Tablo 5.23'te yer alan verilere göre, Küme 7'deki Katılımcı 23, muhafazakâr, ülkücü ve milliyetçi kimlikleri benimsemektedir. Bu bulgular, Küme 7'de yer alan katılımcının ideolojik tercihlerinin sağ ve otoriter eğilimler doğrultusunda şekillendiğini göstermektedir.

2023 yılında gerçekleştirilen genel seçimde hangi partiye oy kullandıklarına yönelik soruya Küme 7 içerisinde yer alan katılımcının verdiği yanıttan oluşan veriler Tablo 5.24'de gösterilmektedir.

Küme	En son genel seçimde hangi siyasi partiye oy verdiniz?									
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Oy kullanmadım	Diğer	Toplam
Küme 7 (Katılımcı 23)	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Toplam	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1

Tablo 5.24. Küme 7'de yer alan katılımcının en son genel seçimde oy verdiği siyasi parti

Küme 7'de yer alan katılımcının son genel seçimde hangi siyasi partiye oy verdiğini gösteren Tablo 5.24'e göre, katılımcı AK Parti'ye oy vermiştir.

Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy veririsiniz sorusuna Küme 7'de yer alan katılımcının verdiği yanıtlardan elde edilen bulgular Tablo 5.25'de yer almaktadır.

Küme	Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz?										
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Kararsız	Oy kullanmayacağım	Diğer	Toplam
Küme 7 (Katılımcı 23)	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Toplam	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1

Tablo 5.25. Küme 7'de yer alan katılımcının yakın bir zamanda seçim olsa oy vereceği siyasi parti

Küme 7’de yer alan katılımcının yakın bir zamanda seçim olması durumunda hangi siyasi partiye oy vereceğini gösteren Tablo 5.25’e göre, tek katılımcı MHP’ye oy vermeyi planlamaktadır.

5.10.3.1.8. Küme 8’de yer alan katılımcılara yönelik bulgular

Küme 8 içerisinde yer alan katılımcılar, Katılımcı 12 ve Katılımcı 13’tür. Bu katılımcıların kendilerini siyasi kimlik olarak nasıl tanımladıklarını içeren soruya verdikleri yanıtlardan oluşan bulgular Tablo 5.26’da yer almaktadır.

Küme	Katılımcı	Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler		
Küme 8	Katılımcı 12	Liberal Demokrat	Ülkücü	Diğer “Türkçü”
	Katılımcı 13	Atatürkçü	Ülkücü	Milliyetçi

Tablo 5.26. Küme 8’de yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler

Tablo 5.26’daki verilere göre, Küme 8’de yer alan katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler, Katılımcı 12’nin liberal demokrat, ülkücü ve Türkçü; Katılımcı 13’ün ise Atatürkçü, ülkücü ve milliyetçi kimlikler şeklindedir. Bu küme içerisindeki katılımcıların siyasi kimlikleri sağ ve otoriter değerlere dayanmaktadır.

Küme 8 içerisinde yer alan katılımcıların 2023 yılında gerçekleştirilen genel seçimde hangi partiye oy kullandıklarına yönelik veriler tablo Tablo 5.27’de gösterilmektedir.

Küme	En son genel seçimde hangi siyasi partiye oy verdiniz?									
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Oy kullanmadım	Diğer	Toplam
Küme 8 (Katılımcı 12, 13)	-	1	-	-	-	-	-	1	-	2
Toplam	-	1	-	-	-	-	-	1	-	2

Tablo 5.27. Küme 8’de yer alan katılımcıların en son genel seçimde oy verdikleri siyasi partiler

Küme 8’de yer alan katılımcıların son genel seçimde hangi siyasi partiye oy verdiklerini gösteren Tablo 5.27’deki verilere göre, bir katılımcı CHP’ye oy vermiş, diğer katılımcı ise oy kullanmamıştır. AK Parti, MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP), Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve “Diğer” kategorileri için herhangi bir oy tercihi belirtilmemiştir.

Küme 8’de yer alan katılımcılardan, yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy veririsiniz sorusu sonucu elde edilen bulgular Tablo 5.28’de yer almaktadır.

Küme	Yakın bir zamanda seçim olsa hangi siyasi partiye oy verirsiniz?										
	AK Parti	CHP	MHP	İYİ Parti	Yeşil Sol Parti	YRP	TİP	Kararsız	Oy kullanmayacağım	Diğer	Toplam
Küme 8 (Katılımcı 12, 13)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2
Toplam	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2

Tablo 5.28. Küme 8’de yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olsa oy verecekleri siyasi partiler

Küme 8’de yer alan katılımcıların yakın bir zamanda seçim olması durumunda hangi siyasi partiye oy vereceklerini gösteren Tablo 5.28’e göre, iki katılımcı da “Diğer” kategorisinde “Zafer Partisi”ne oy vereceğini belirtmiştir. Katılımcılar tarafından; AK Parti, CHP, MHP, İYİ Parti, Yeşil Sol Parti, Yeniden Refah Partisi (YRP), Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve “Kararsız” kategorileri için herhangi bir oy tercihi belirtilmemiştir. Ayrıca, oy kullanmamayı düşünen bir katılımcı da bulunmamaktadır.

5.10.3.2. Deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular

Türkiye’de 2023 yılı içerisinde gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı ve milletvekili seçimlerine yönelik olarak Adalet ve Kalkınma (AK) Partisi’nin seçim kampanyasında yer alan “Umutlar Seninle” reklam filmi ile Cumhuriyet Halk Partisi’nin (CHP) kampanyasında yer alan “Haydi Türkiye” reklam filmi üzerine yapılan deney ve deney sonrası anket verileri, politik eksen testi sonuçları doğrultusunda oluşturulan kümeler üzerinden bu bölümde incelenmiştir. Bulgulara

geçmeden önce, görme ve işitme engelli bireylerin araştırmayı anlamlandırabilmeleri amacıyla, katılımcılara izlettirilen filmlerin analizi de detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Bu yaklaşım, dezavantajlı grupların da araştırmadan faydalanabilmesini sağlayarak çalışmanın kapsayıcılığını artırmayı hedeflemektedir.

- *AK Parti 2023 Yılı Seçim Kampanyasında Lanse Edilen Video Prodüksiyon Çalışmasının Analizi: “Umutlar Seninle”*

Kıyafetin Sunumu: Video prodüksiyonunda yer alan kıyafetler, resmi, günlük, outdoor ve mesleki üniforma olarak çeşitlendirilmiştir.

El-Kol Hareketleri: Sağ el hareketleri güçlü hitap yansıtmaktadır. Sarılma, kucaklaşma, iki el ile sevgi sunma, elleri kararlılıkla göğüste birleştirme, selamlama, karşısındaki kişinin yüzüne temas, elin kalp üzerinde olması ve asker selamı gibi hareketler kullanılmıştır.

Enstrüman Tercihi: Coğrafyanın müzik geleneğini yansıtan vurmali, üflemeli, yaylı, tuşlu müzik enstrümanları ve aktüel sesler tercih edilmiştir.

Özgünlük ve Müzik Türü: Hem özgün hem de müzik türü bakımından orijinal bir yapım söz konusudur.

Kullanılan Vokal: Kadın, erkek vokalleri ve ortam sesleri kullanılmıştır.

Söz Ögesi Kullanımı: Sözlü bir ifade biçimi tercih edilmiştir.

Hedef Kitle: Kadın, erkek ve çocuklardan oluşan, ağırlıklı olarak toplumsal olayların ortak paydasında birleşen bir insan kitlesi hedef alınmıştır.

Yorum: Video, çocukluğunda kurduğu hayalle bir milletin yarınlarına hizmet etmek isteyen bir liderin öyküsünü anlatmaktadır. Uçurtma, güneşli bir gökyüzü ve çocuk teması, geleceğe duyulan umudun ifadesi olarak kullanılmıştır. Beraberinde görülen çocukluk fotoğrafları, liderin kim olduğu konusunda izleyiciye fikir vermektedir. Videonun bu bölümünde kapalı, yağışlı ve gök gürültülü geleneksel bir sokak manzarasında yerde bir gazete belirmekte ve gazetenin manşetinde “Parlamento ve hükümet feshedildi. Silahlı Kuvvetler yönetime el koydu” gözükürken reklam filmindeki çocuk figürü gazeteyi ayağıyla çiğnemektedir. Zamanın geçişi çocuk, sokakta futbol topu ile oynama ve siyah ilkökul önlüğü metaforuyla anlatılmış, şarkı sözleri ise bu çocuğun hayallerini gerçekleştirdiğini ve zor zamanlarda milletini yalnız

bırakmadığını ifade etmektedir. Bu duygu geçişi sırasında 15 Temmuz gecesi görüntüleri, “Önemli olanın iyi günde değil, kötü günde ne yapıldığıdır” temasını vurgulamaktadır.

Devamında, kararlı bir beden duruşuyla mikrofon kullanımı görüntüsü, şarkının “Yanınızdayım!” vurgusuyla örtüşmektedir. Birlik ve beraberlik teması taşıyan şarkı ve klipte lider ön plana çıkarılmış, milletin temsilinde kendisine duyulan güven net bir şekilde ifade edilmiştir. Şarkıyı söyleyerek ekrana giren siyahi kadın başını örterek cami, kutsal bir mekânı ziyarete geçiyor. Burada ata mirasına sahip çıkan hem kültürel zenginliğe hem de çok kültürlülüğe dair görüntüler ekrana yansıtılmaktadır. Doğal afetler süreciyle ilgili kullanılan görüntülerde, liderin halkının yanında olduğu ve halkın lidere duyduğu sevgi vurgulanmıştır. İlerleyen karelerde, liderin sanayi başta olmak üzere hayata geçirdiği projelerdeki başarısı ön planda tutulmuş, halkın bu tutumdan duyduğu mutluluk gülen insan yüzleriyle yansıtılmıştır.

Liderin inanç dünyasına ve temsil ettiği muhafazakâr görüşe dair Ayasofya camii, dua eden eller ve muhafazakâr giyinen insanlar gibi anekdot kareler mevcuttur. Ayrıca, toplumun her kesiminden kadınların görüntülerine sıklıkla yer verilmiştir. Liderin, Türkiye’nin ilk astronotları Alper Gezeravcı ve Tuva Cihangir Atasever ile Teknofest etkinliğinde yer aldığı görüntünün ekrana geldiği sahne teknoloji ve bilime yönelik gelişmelerin yansımaları olarak anlamlandırılabilir. Cumhuriyet’in yüzüncü yılı vurgusu, liderin bu yüzyılda halk ile birlikte olduğu duygusu İzmir mitingi gibi çeşitli miting görselleri, dua eden kadın ve birlik beraberlik görüntüleriyle pekiştirilmiştir. Bu durum, liderin seküler ya da muhafazakâr fark etmeksizin tüm kesimlerle bir arada olduğu temasını güçlendirmektedir. Ayrıca, liderin annesiyle geçirdiği vakitlere yapılan atıflar, miting ve etkinliklerdeki görüntülerle desteklenmiş; Türk bayrağı imgesi ve “Dualar, rüyalar, umutlar seninle” sözü akışa dâhil edilmiştir.

Son sahnelerde, çocukların ve yetişkinlerin lideri sevgiyle kucaklaması, toplumun her kesiminden liderle kurulan bağın ve desteğin simgesi olarak yansıtılmaktadır. Videonun genelinde kullanılan çok sesli şarkı vokalleri, ırksal ayrımları ortadan kaldırmayı hedefleyen bir mesaj taşımakta ve liderin halkla olan güçlü ilişkisini pekiştirmektedir. Video boyunca lider, vatan ve millet bütünlüğü, geçmişten geleceğe yönelik anlatılar ve çeşitli imgelerle özdeşleştirilmiştir.

- *CHP 2023 Yılı Seçim Kampanyasında Lanse Edilen Video Prodüksiyon Çalışmasının Analizi: “Haydi Türkiye”*

Kıyafetin Sunumu: Video prodüksiyonunda resmi ve günlük kıyafetler tercih edilmiştir.

El-Kol Hareketleri: İki eli karşıya doğru aktif kullanma, parmakla işaret etme ve iki eli önden havaya kaldırma hareketleri ön plana çıkmaktadır.

Enstrüman Tercihi: Karadeniz müzik geleneğini yansıtan telli, vurmali, üflemeli, tuşlu müzik enstrümanları ve aktüel sesler kullanılmıştır.

Özgünlük ve Müzik Türü: Video, bir cover çalışması olup, Karadeniz yöresi halk müziği türünde hazırlanmıştır.

Kullanılan Vokal: Kadın ve erkek vokallerin yanı sıra, kadın, erkek ve çocukların sözlü ifadeleri de kullanılmıştır.

Söz Ögesi Kullanımı: Sözlü ifadeler ön plandadır.

Hedef Kitle: Gençler ağırlıklı olmak üzere, kadın, erkek, çocuk, işçi, esnaf, ev hanımı ve sanatçı gibi geniş bir kitle hedeflenmiştir.

Yorum: Video, aydınlık bir gökyüzü ve açan çiçekler temasıyla başlamaktadır. Bu temanın üzerine işlenen “söz veren lider” görüntüsü, yürütülecek seçim sürecinin bireysel vaatler üzerine kurulacağını vurgulamaktadır. Umut temasıyla ilerleyen klip, kırsal bir görüntü, sürüsünü küçük bir çocuğa emanet ederek önemli bir iş için arazi aracına binen çoban görüntüsüyle başlayıp kentli bir anne ve çocuğun kucaklaştığı ve devamında Karadeniz bölgesinden bir manzara ile devam görüntü o yöreye ait geleneksel bir çalgı olan tulum ve o çalgıyı üfleyen bir genç görüntüsü ile her noktasında umudun gerçeğe dönüşeceği izlenimini vermektedir. Araçlara binerek yer değiştiren insanlar, değişimin ve dönüşümün bir metaforu olarak kullanılmaktadır. Balıkçı teknesi ile kıyıya yanaşıp balık kasaları ile bolluk ve bereket imgesi işlenmiştir. Yine Anadolu coğrafyasının kültürel bir imgesi olan saz, reklam filminde kullanılan şarkıyı söyleyen genç bir kız üzerinden ele alınmıştır. Şarkı sözlerinde geçen “Bıktık, usandık, Cana tak etti” ifadeleri, mevcut siyasi atmosfere karşı duruşu simgelemektedir. Kadın, erkek, genç, yaşlı ve çocukların sıklıkla kullanılması, şarkıya eğlenerek eşlik etmesi ve yine “Haydi Kazanalım” sözüyle de toplumun her kesiminin değişim arzusunu desteklediğini ifade etmektedir.

Müzik arasında insan diyaloglarıyla devam eden kısımda, karşı siyasi partiyi destekleyen kesimin toplum içindeki davranışlarına hiciv yapılmakta ve gençler için olumsuzun olumluya çevrileceği algısı yaratılmaktadır. Umudun, bolluğun, birlik ve beraberliğin ifadesi olan sözler, ülkenin her kesiminden (türbanlı kadınlar, gençler, yaşlılar ve öğrenciler gibi) insan görüntüleri ve Türk bayraklı miting görüntüleri ile seçim reklam filminde pekiştirilmiştir. Seçime aday lider, kendi sloganını klip içinde de tekrarlamış ve bu ifadeyi tarafsızlık ve birlik vurgusuyla akılda kalıcı hale getirmek istemiştir. Gençlerin ağırlıkta olduğu görüntülerle, örneğin gitar çalan genç kız, birlik ve beraberlik duyguları sarılma ve taraftar grupları imgeleri üzerinden aktarılmış, genç kuşağın ilgisini çeken dans figürleri ve sosyal medya platformlarından paylaşım sahneleri ile de dinamik ve yenilikçi bir yol izleneceği mesajı verilmiştir. Hayvan sevgisi ve sanata destek gibi temalar da genç kuşağın ilgisini çeken unsurlar arasında sunulmuştur.

Toplumsal tüm kesiminden insanların gülen yüzleriyle sıkça karşılaşılan klip, oy kullanmayı yine toplumdaki insanların kırsal ve şehir görüntüleri üzerinden genç, yaşlı, engelli ve motor kullanan bireyler üzerinden anlatıya yerleştirilerek insanların seçime katılmalarını teşvik etmektedir. Parti liderinin sosyal medya platformu üzerinden “Türkiye’ın nasıl da güzel olacak” sözü ile değişimin beraberinde getireceği dönüşüm ve güzelliklere yönelik pozitif bir yönlendirme barındırmaktadır. Oy kullanan insanlar ve oy kullanmaya giden insanlar yine her kesimden insanlar olacak şekilde önemli bir görevi yerine getirme edasıyla ekrana yansıtılmaktadır. Bu durum, seçimlerin demokrasi açısından önemli bir durum ve oy vermenin de önemli bir görev olduğu bilincinin aktarılması olarak yorumlanabilmektedir. Seçim reklamında toplumun her kesiminden insanın farklı kimlikler ve imgeler üzerinden ortak hareket etmesi durumu toplumsal bir düzlemde farklı bireylerin ve grupların bir arada olabileceğine ve bunun yolunun da CHP ve aslında millet ittifakı üzerinden gerçekleşeceğine vurgu yapılmaktadır. Bugüne kadar verilen emeğin ziyan olduğu, gençliğin gittiği vurgusunu taşıyan sözler de bulunmaktadır. Bu durum, bir ittifakla yola çıkan lider ve videonun sonunda ittifak ortaklarıyla birlikte ortak bir mesaj verdiği, ilk baharın habercisi olan çiçek açmış bir kiraz ağacı önünde “Haydi hep birlikte sandığa. Sana söz. Türkiye kazanacak. Haydi” ifadesiyle harekete geçme vurgusu üzerinden değişim ve beraberinde gelecek yeniliğe yönelik içerikler üzerinden yapılmaktadır.

5.10.3.2.1. Küme 1’de yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular

Küme 1 içerisindeki katılımcılardan elde edilen, AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmine yönelik duygu durumlarını içeren bulgular Tablo 5.29’da gösterilmektedir. Duygu durumlarına yönelik veriler her bir katılımcı için ilgili duygu durumunun genel ortalaması üzerinden ifade edilmektedir.

Katılımcılar	Dikkat (Attention)		Katılım (Engagement)		Heyecan (Excitement)		İlgi (Interest)		Rahatlama (Relaxing)		Stres (Stress)	
	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP
19	41,3	47,6	63,1	73,0	18,8	23,7	48,9	50,8	25,2	28,6	35,1	48,1
27	42,0	46,4	74,4	67,3	32,1	36,9	46,9	48,7	24,3	26,8	44,5	58,4
29	50,4	66,0	64,6	59,7	10,3	6,0	51,3	49,5	27,5	28,9	39,4	40,0
Ortalama	44,6	66,7	67,4	66,7	20,4	22,2	49,0	49,7	25,6	28,1	39,7	48,8

Tablo 5.29. Küme 1 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri

Tablo 5.29’da yer alan veriler incelendiğinde, Küme 1 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti ve CHP’nin seçim reklam filmlerine yönelik duygusal tepkileri arasında belirgin farklılıklar olduğu gözlemlenmektedir. Katılımcıların dikkat düzeyi CHP’nin reklam filminde %66,7 ile daha yüksek bir orana sahipken, AK Parti’nin reklam filminde bu oran %44,6’ya düşmüştür. Katılım düzeyleri açısından AK Parti reklam filmi %67,4 ile katılımcıları daha fazla dahil ederken, CHP %66,7 ile bu oranı yakından takip etmiştir. CHP’nin reklam filmi %22,2 ile Küme 1’e dahil olan katılımcılarda daha fazla heyecan yaratmış, AK Parti’nin reklam filmi ise %20,4 oranında heyecan uyandırmıştır. İlgi seviyelerinde, CHP’nin reklam filmi %49,7 ile az bir farkla daha fazla ilgi çekmiş, AK Parti’nin reklam filminde ise bu oran %49,0 olmuştur. Rahatlama düzeyinde, CHP’nin reklam filmi %28,1 oranında rahatlama sağlamış, AK Parti’nin reklam filmi ise %25,6 oranında rahatlama yaratmıştır. Stres seviyeleri açısından, CHP’nin reklam filmi %48,8 ile daha yüksek bir strese neden

olurken, AK Parti'nin reklam filmi katılımcılarda %39,7 oranında stres yaratmıştır. Bu bulgular, CHP'nin reklam filminin Küme 1'deki katılımcılar üzerinde daha fazla dikkat, heyecan, ilgi ve rahatlama uyandırdığı, ancak daha fazla stres yarattığı; AK Parti'nin reklam filminin ise katılımı daha fazla teşvik ettiği ve daha düşük stres seviyeleri yarattığı şeklinde yorumlanabilmektedir.

Deney esnasında Küme 1'deki katılımcılar tarafından izlenen seçim reklam filmlerinin ardından yapılan ankette, katılımcılardan akıllarında kalan kavram ve unsurları belirtmeleri istenmiştir. Küme 1'deki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” seçim reklam filmine yönelik yanıtları Şekil 5.7’de kelime bulutu olarak görselleştirilmiştir.



Şekil 5.7. Küme 1'deki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

Küme 1'deki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” seçim reklam filminden akıllarında kalan kavram ve unsurlar sonucu oluşan Şekil 5.7’deki kelime bulutu, AK Parti’nin sosyal politikalarını, lider figürünü, altyapı projelerini ve dini değerlere verdiği önemi vurgulamaktadır. “Özen ve ilgi”, “mağdur insanlar” ve “yardım” gibi ifadeler, partinin sosyal yardım politikalarını öne çıkarırken, “Recep Tayyip Erdoğan’ın çocukluk fotoğrafı” ve “Türkiye Yüzyılı” gibi kavramlar liderin kişisel hikayesi ve parti vizyonunu yansıtmaktadır. “Yol”, “baraj”, “köprü” ve “havalimanı” ifadeleri, AK Parti’nin bu reklam filminde altyapı projelerine de yer

verdiği göstermektedir. Ayrıca, “yaşlılara saygı” ve “sığınmak” ifadeleri, parti politikalarında yaşlı nüfus ve korunmaya ihtiyaç duyan kesimlere yönelik gerçekleştirilen eylemlerin de film içerisinde akılda kalıcı kavram ve unsurlar arasında olduğunu göstermektedir.

CHP’nin “Haydi Türkiye” seçim reklam filmine yönelik Küme 1 içerisinde yer alan katılımcıların akıllarında kalan kavram ve unsurlar Şekil 5.8’de yer almaktadır.



Şekil 5.8. Küme 1’deki katılımcıların CHP “Haydi Türkiye” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

Şekil 5.8’deki kelime bulutu incelendiğinde, Küme 1’deki katılımcıların CHP’nin “Haydi Türkiye” seçim reklam filminden akıllarında kalan kavram ve unsurlar; CHP’nin seçime yönelik toplumsal birlik, yenilik, tazelenme gibi konulara verdiği önemi yansıtmaktadır. “Vaatler”, “umut” ve “kazanma hevesi” gibi ifadeler, partinin geleceğe yönelik pozitif beklentilerini ve seçim stratejilerini vurgularken, “tarlalar” ve “kırsal bölge” ifadeleri coğrafi yaşam ve üretim alanlarının reklam filmi içerisinde hatırlanan unsurlar olduğunu ortaya koymaktadır. “Halka yardım” ve “birlik ve beraberlik” gibi kavramlar, sosyal yardımlara ve toplumsal dayanışmaya verilen önemi göstermektedir. “Bahar” ve “kiraz çiçekleri” gibi ifadeler ise yenilik ve umut temalarını temsil etmektedir.

5.10.3.2.2. Küme 2’de yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular

AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik Küme 2 içerisinde yer alan katılımcıların duygu durumlarını içeren veriler Tablo 5.30’da yer almaktadır. Duygu durumlarına yönelik veriler her bir katılımcı için ilgili duygu durumunun genel ortalaması üzerinden ifade edilmektedir.

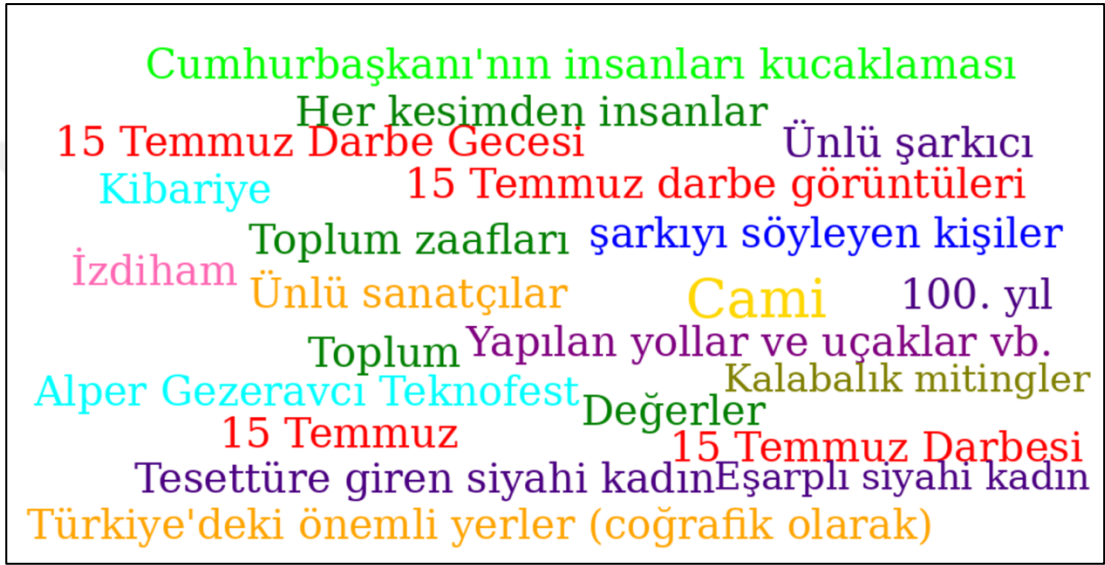
Katılımcılar	Dikkat (Attention)		Katılım (Engagement)		Heyecan (Excitement)		İlgi (Interest)		Rahatlama (Relaxing)		Stres (Stress)	
	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP
2	42,3	48,8	64,5	62,1	18,2	20,0	47,9	47,7	21,7	24,0	39,9	38,8
14	43,8	43,5	66,3	68,9	23,5	25,3	42,8	45,5	26,8	24,8	39,2	26,7
20	43,8	51,0	67,9	67,3	22,6	37,9	50,7	53,7	26,5	32,2	42,7	45,4
25	48,5	46,3	68,8	68,6	13,4	19,1	46,8	49,2	26,7	29,1	39,3	43,2
26	49,3	48,2	65,2	64,5	26,3	35,1	46,8	50,7	22,2	26,0	37,3	41,7
28	38,6	48,8	59,9	60,1	22,0	16,4	57,7	50,8	32,8	27,4	46,8	43,3
Ortalama	44,3	47,8	65,4	65,3	21,0	25,6	48,8	49,6	26,1	27,3	40,8	39,9

Tablo 5.30. Küme 2 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri

Tablo 5.30’da sunulan, Küme 2’de yer alan katılımcıların AK Parti ve CHP’nin 2023 seçim kampanyalarına yönelik reklam filmlerine verdikleri duygusal tepkiler; dikkat düzeyi açısından CHP’nin reklam filmi %47,8 ile daha yüksek bir dikkat çekme oranına sahipken, AK Parti’nin reklam filminde bu oran %44,3’tür. Katılım seviyeleri incelendiğinde AK Parti’nin ve CHP’nin reklam filmleri %65,4 ve %65,3 oranları ile katılımcıları benzer seviyelerde dahil edebilmişlerdir. CHP’nin reklam filmi (%25,6), AK Parti’nin reklam filmine (%21,0) oranla Küme 2 katılımcılarında %4,6 daha fazla heyecan uyandırmıştır. İlgi düzeyleri açısından CHP’nin reklam filmi %49,6 ile daha fazla ilgi çekerken, AK Parti’nin reklam filmi %48,8 oranında ilgi seviyesine sahiptir. CHP’nin reklam filmi (%27,3) ile AK Parti’nin reklam filmine (%26,1) katılımcıların rahatlama düzeyi oldukça benzer sonuçlar vermiştir. Stres seviyelerinde ise AK Parti’nin reklam filmi %40,8 ile stres yaratırken, CHP’nin reklam filmi %39,9 oranında stres yaratmıştır. Bu bulgular, CHP’nin reklam filmlerinin Küme 2’deki

katılımcılar üzerinde daha yüksek dikkat, heyecan, rahatlama ve ilgi uyandırdığını, AK Parti'nin reklam filmlerinin ise katılıma benzer düzeyde etki ederken, daha yüksek düzeyde stres seviyeleri yarattığını göstermektedir.

AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” seçim reklam filmine yönelik Küme 2 içerisinde yer alan katılımcıların akıllarında kalan kavram ve unsurları içeren kelime bulutu Şekil 5.9’da yer almaktadır.



Şekil 5.9. Küme 2’deki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

AK Parti’nin 2023 seçim reklam filminden Küme 2’deki katılımcıların akıllarındaki kavram ve unsurlar incelenince; “Cumhurbaşkanı’nın insanları kucaklaması”, partinin halkla yakın ilişkisini ifade ederken, “15 Temmuz Darbe Gecesi” ve “darbe görüntüleri”, darbe girişiminin hafızalardaki yerini vurgulamaktadır. “Her kesimden insanlar” ve “tesettüre giren siyahi kadın” ifadeleri, partinin kapsayıcı politikalarına yönelik film içeriğinde yer alan unsurların hatırlandığını göstermektedir. “Cami”, “değerler” ve “izdiham” kavramları, dini değerlere ve geniş katılımlı etkinliklere verilen önemin, “yapılan yollar ve uçaklar” gibi ifadeler de altyapı ve teknoloji yatırımların akılda kaldığını yansıtmaktadır. “100. Yıl”, “Alper Gezeravcı” ve “Teknofest” ise, partinin geleceğe yönelik vizyonunu ve teknolojiye verdiği önemin akılda kaldığını temsil etmektedir.

Küme 2 içerisinde yer alan katılımcıların, CHP'nin “Haydi Türkiye” seçim reklam filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar Şekil 5.10'da yer almaktadır.



Şekil 5.10. Küme 2'deki katılımcıların CHP “Haydi Türkiye” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

Şekil 5.10'da gösterilen, Küme 2'deki katılımcıların CHP 2023 seçim reklam filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar incelendiğinde; “Anadolu'daki masumiyet” ve “Anadolu İnsanı” ifadeleri, partinin Anadolu halkına yönelik duyarlılığını vurgularken, “Atatürk” ve “Kemal Kılıçdaroğlu” ifadeleri, partinin ideolojik temellerini ve liderini işaret etmektedir. “Umut”, “Bahar teması”, “Çiçek açan ağaçlar” ve “yeşillik” kavramları geleceğe yönelik olumlu beklentileri, “İttifak Parti başkanları” ve “İttifaktaki liderler” ise seçim döneminde ortak hareket edilen siyasi ittifakları yansıtmaktadır. “Gençlik” ve “Öğrenciler” kavramları partinin genç nesle verdiği önemi gösterirken, “Gelir farklılıkları” ekonomik eşitsizliklere ve “Köylü ve tarlası” ise toplumsal bütünleşmeyi temsil etmektedir. “Tesettür” kavramı ise dini ve kültürel çeşitliliğin akılda kalıcılığını öne çıkarmaktadır. “Bıktık sözü” ve “Artık kazanalım sözü” ifadeleri toplumun değişim arzusunun ve siyasi söylemlerinin akılda kaldığını yansıtmaktadır.

5.10.3.2.3. Küme 3’te yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular

Küme 3’teki katılımcıların AK Parti’nin 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP’nin 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumlarına ilişkin veriler Tablo 5.31’de sunulmaktadır. Bu veriler, her bir katılımcının duygu durumlarının genel ortalamaları üzerinden hesaplanarak ifade edilmiştir.

Katılımcılar	Dikkat (Attention)		Katılım (Engagement)		Heyecan (Excitement)		İlgi (Interest)		Rahatlama (Relaxing)		Stres (Stress)	
	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP
8	46,3	50,2	55,3	55,9	48,6	37,8	48,8	57,8	35,3	36,8	36,9	36,6
16	44,9	38,8	63,5	69,7	29,8	31,9	50,1	61,0	27,8	33,6	47,6	55,2
17	46,5	47,3	61,5	58,9	28,2	30,2	48,3	49,1	28,3	27,8	39,7	37,0
Ortalama	45,9	45,4	60,1	61,5	35,5	33,3	49,0	56,0	30,4	32,7	41,4	42,9

Tablo 5.31. Küme 3 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri

Küme 3’teki katılımcıların AK Parti ve CHP’nin 2023 seçim reklam filmlerine yönelik verdikleri duygusal tepkiler Tablo 5.31’teki verilere göre, dikkat düzeyi açısından, CHP reklam filmi (%45,4) ve AK Parti reklam filmi (%45,9) oldukça yakın seviyededir. Katılım düzeyleri açısından, AK Parti’nin reklam filmi %60,1 ile katılımcıları dahil ederken, CHP’nin reklam filmi %61,5 ile bu oranı az bir farkla geçmiştir. AK Parti’nin reklam filmi %35,5 oranında heyecan uyandırırken, CHP’nin reklam filmi %33,3 ile daha az heyecan yaratmıştır. CHP’nin reklam filmi (%56,0), AK Parti’nin reklam filminden (%49,0) %7 oranında daha fazla ilgi görmüştür. Rahatlama düzeyinde CHP’nin reklam filmi %32,7 oranında rahatlama sağlarken, AK Parti’nin reklam filmi %30,4 oranında rahatlama yaratmıştır. CHP’nin reklam filmi %42,9 ile katılımcılarda daha yüksek stres yaratırken, AK Parti’nin reklam filmi %41,4 oranında stres yaratmıştır. Bu bulgular, CHP’nin reklam filminin katılımcılar

üzerinde daha yüksek katılım, rahatlama sağladığını ve ilgi uyandırdığını, ancak daha fazla stres yarattığını; AK Parti’nin reklam filmlerinin ise CHP’nin reklam filmine benzer düzeyde dikkat yaratıp katılımı teşvik ettiğini, heyecanı yükselttiğini ve daha düşük stres seviyeleri sağladığını göstermektedir.

AK Parti’nin 2023 “Umutlar Seninle” seçim reklam filmine ilişkin olarak Küme 3’teki katılımcıların akıllarında kalan kavram ve unsurlar, Şekil 5.11’de kelime bulutu biçiminde görselleştirilmiştir.



Şekil 5.11. Küme 3’teki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

Küme 3’teki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” seçim reklam filminden akıllarında kalan kavram ve unsurlar sonucu oluşan Şekil 5.11’deki kelime bulutu, “15 Temmuz Darbe Girişimi” kavramının partinin bu olayı hafızalarda tutma ve önemini vurgulama amacını gösterirken, “millet”, “sevgi” ve “güvenmek” ifadeleri katılımcıların seçim reklam filmi içerisinde yer alan unsurlardan parti ile halk arasında kurulan bağları ifade etme şekilleri olarak ortaya çıkmıştır. “Yenilikçilik” ve “gelişim”, partinin yenilikçi ve sürekli gelişim odaklı politikalarının filminden akılda kalan kavram ve unsurlar arasında olduğunu işaret etmektedir. “Başarı” ve “netice” ise AK Parti’nin gerçekleştirdiği politikaların hedeflerine ulaşmasına yönelik akılda kalıcılığı yansıtır. “Fedakarlık” ve “gerçeklik”, partinin gerçekleştirdiği çalışmaları ve bu çalışmalara

yönelik içerik ve söylemlerin doğruluğuna olan inancı göstermektedir. “Kibariye” ve “şarkı” gibi ifadeler ise reklam filminde yer alan sanatçı ve şarkının katılımcıları etkilediği yönünde yorumlanabilmektedir.

CHP’nin “Haydi Türkiye” seçim reklam filmine ilişkin Küme 3’teki katılımcıların akıllarında kalan kavram ve unsurlar Şekil 5.12’de kelime bulutu olarak yer almaktadır.



Şekil 5.12. Küme 3’teki katılımcıların CHP “Haydi Türkiye” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

Küme 3’teki katılımcıların CHP “Umutlar Seninle” seçim reklam filminden akıllarında kalan kavram ve unsurlar sonucu oluşan Şekil 5.12’deki kelime bulutu, “Baharda çiçek açan ağaç” kavramı ile yeniden doğuşu ve tazelenmeye yönlendirmektedir. “Tarla” ifadesi, reklam filmi içerisindeki yer alan kırsal alanlarında akılda kalabildiğini, “gençlik” ve “çoğunluk” ifadeleri ise genç nesle ve geniş kitlelere hitap etmenin hatırlandığını göstermektedir. “Ekrem İmamoğlu ve Mansur Yavaş” ifadesi, seçim reklam filminde partinin önde gelen figürlerini temsil ederken, “birleşmek” ve “ellerini kaldıran siyasi liderler” ifadeleri, seçim döneminde oluşturulan ittifaka yönelik toplumsal birlik ve dayanışma temalarını vurgulamaktadır. “Anne ve kızın evden çıkışı” ifadesi, genç ve yaşlı demeden tüm aile bireylerinin

seçime katılımına yönlendirmenin, “hayal kırıklığı” ifadesi de toplumun içerisinde bulunduğu mevcut duruma yönelik eleştiri olarak yorumlanabilmektedir.

5.10.3.2.4. Küme 4’te yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular

Küme 4 içerisindeki katılımcılardan elde edilen, AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmine yönelik duygu durumlarını içeren bulgular Tablo 5.32’de yer almaktadır. Her bir katılımcının duygu durumuna ilişkin veriler, ilgili duygu durumlarının genel ortalamaları baz alınarak ifade edilmiştir.

Katılımcılar	Dikkat (Attention)		Katılım (Engagement)		Heyecan (Excitement)		İlgi (Interest)		Rahatlama (Relaxing)		Stres (Stress)	
	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP
3	50,4	50,3	61,7	61,3	18,3	11,9	41,5	38,0	15,4	14,2	38,8	39,6
6	52,8	57,0	70,9	70,8	38,7	46,9	55,3	59,6	34,4	34,3	74,1	86,4
10	54,9	53,7	37,8	59,4	12,0	14,6	43,0	46,2	24,2	26,8	33,9	35,1
Ortalama	52,7	53,7	56,8	63,8	23,0	24,5	46,6	47,9	24,7	25,1	48,9	53,7

Tablo 5.32. Küme 4 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri

Tablo 5.32’de yer alan, AK Parti ve CHP’nin 2023 seçimlerinde kullandıkları reklam filmlerine yönelik Küme 4’teki katılımcıların verdikleri duygusal tepkiler; dikkat düzeyi, CHP’nin reklam filmi için %53,7 ve AK Parti’nin reklam filmi içinse %52,7 oranındadır. Bu oranlar birbirine oldukça yakındır ve her iki partinin de Küme 4’teki katılımcıların dikkatini çekmede etkili olduğunu göstermektedir. Katılım düzeyleri açısından, AK Parti’nin reklam filmi %56,8 ile katılımcıları dahil ederken, CHP’nin reklam filmi %63,8 ile bu oranı geçmiştir. Heyecan düzeyinde CHP’nin reklam filmi %24,5 ile daha fazla heyecan yaratmış, AK Parti’nin reklam filmi ise %23,0 oranında heyecan uyandırmıştır. İlgi düzeyleri açısından, CHP’nin reklam filmi %47,9 ile daha fazla ilgi çekerken, AK Parti’nin reklam filmi %46,6 oranında ilgi

görmüştür. CHP'nin reklam filmi (%25,1) katılımcılar üzerinde, AK Parti'nin reklam filmine (%24,5) az bir oranla daha fazla rahatlama hissi yaratmıştır. CHP'nin reklam filmi %53,7 ile daha yüksek stres yaratırken, AK Parti'nin reklam filminde bu oran %48,9'dur. Bu bulgular, CHP'nin reklam filminin katılımcılar üzerinde daha yüksek dikkat, katılım, heyecan ve ilgi uyandırdığı, ancak daha fazla stres yarattığını göstermektedir. Öte yandan, AK Parti'nin reklam filmi dikkat çekme ve rahatlatma açısından benzer bir şekilde etkili olmuş ve daha düşük stres seviyeleri yaratmıştır.

Küme 4 içerisinde yer alan katılımcıların, AK Parti'nin 2023 “Umutlar Seninle” seçim reklam filmine ilişkin olarak akıllarında kalan kavram ve unsurlar, Şekil 5.13'te kelime bulutu biçiminde görselleştirilmiştir.



Şekil 5.13. Küme 4'teki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

Küme 4'teki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” seçim reklam filminden akıllarında kalan kavram ve unsurlar sonucu oluşan Şekil 5.13'teki kelime bulutunda yer alan, “Din ve Dualar” ve “Din” ifadeleri, reklam filmindeki dini değerlere olan bağlılığın ve inanca yönelik vurgunun, “Yara Sarma” ve “Deprem” ifadeleri de doğal afetler sonrası toplumsal dayanışma ve yardım politikalarına ilişkin içeriklerin akılda kaldığını göstermektedir. “Yaşlılar” ifadesi ise kümedeki

katılımcıların bu reklam filminde yer alan içeriklerde yaş olarak büyük kesimlerin hatırlanabilir olduğu biçiminde yorumlanabilmektedir.

CHP'nin “Haydi Türkiye” seçim reklam filmine ilişkin Küme 4'teki katılımcıların akıllarında kalan kavram ve unsurlar Şekil 5.14'te kelime bulutu olarak görselleştirilmiştir.



Şekil 5.14. Küme 4'teki katılımcıların CHP “Haydi Türkiye” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

Küme 4'teki katılımcıların CHP “Umutlar Seninle” seçim reklam filminden akıllarında kalan kavram ve unsurlar sonucu oluşan Şekil 5.14'teki kelime bulutu; “birliktelik” ve “dayanışma” ifadeleri ile partinin toplumsal birlik ve beraberlik vurgusunun akılda kaldığını, “adalet”, “eşitlik” ve “tarafsızlık” kavramları ise film içeriğinden adil bir toplum oluşturma hedefinin hatırlandığını göstermektedir. “Ekonomi” ve “refah” ifadeleri, partinin ekonomik politikalarının ve halkın refahını artırma amacının seçim reklam filmi içeriğinden akılda kalan kavram ve unsurlar arasında olduğunu işaret etmektedir. “Gençlik” ve “özgürlük” ifadeleri ise partinin genç nesle verdiği önemin ve bireysel özgürlüklere yönelik içeriklerin katılımcılar tarafından dikkat çekici bulunmasını yansıtmaktadır.

5.10.3.2.5. Küme 5’te yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular

Küme 5’teki katılımcıların, AK Parti ve CHP’nin 2023 seçim döneminde kullandıkları reklam filmlerine yönelik verdikleri duygusal tepkiler Tablo 5.33’te yer almaktadır. Duygu durumlarına yönelik veriler her bir katılımcı için ilgili duygu durumunun genel ortalaması üzerinden ifade edilmektedir.

Katılımcılar	Dikkat (Attention)		Katılım (Engagement)		Heyecan (Excitement)		İlgi (Interest)		Rahatlama (Relaxing)		Stres (Stress)	
	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP
4	54,9	56,3	59,6	68,8	41,3	37,8	46,0	47,9	25,3	22,6	38,3	30,3
5	42,5	37,1	65,2	70,5	48,3	22,9	51,3	54,0	32,5	28,4	50,3	44,6
9	44,1	43,1	49,1	61,2	17,2	17,3	44,8	47,1	29,1	30,2	34,4	37,8
15	46,3	42,8	60,3	61,3	19,3	16,0	45,7	50,1	27,5	26,3	41,9	47,3
18	47,1	48,6	55,8	56,6	14,9	16,8	44,4	45,8	22,2	24,6	36,8	37,5
24	53,9	65,3	62,8	83,7	21,3	27,4	53,7	76,7	29,3	35,2	40,0	49,0
Ortalama	48,1	48,9	58,8	67,0	27,0	23,0	47,6	53,6	27,6	27,9	40,3	41,1

Tablo 5.33. Küme 5 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri

Tablo 5.33’te sunulan veriler; dikkat düzeyi açısından, CHP’nin reklam filmi %48,9 ile AK Parti’nin reklam filminin %48,1 oranına kıyasla biraz daha yüksek bir dikkat çekme oranına sahiptir. Küme 5’teki katılımcılar, CHP’nin reklam filmine (%67,0), AK Parti’nin reklam filmine (%58,8) göre %8,2 oranında daha fazla katılım sağlamışlardır. Heyecan düzeyine bakıldığında yine AK Parti’nin reklam filminin (%27,0), CHP’nin reklam filminden (%23,0) daha fazla heyecan yarattığı görülmektedir. İlgi düzeyleri açısından, CHP’nin reklam filmi %53,6 ile daha fazla ilgi çekmiş, AK Parti’nin reklam filminde bu oran %47,6 seviyesinde kalmıştır. Rahatlama seviyesi her iki partinin reklam filmi için katılımcılarda benzer oranlara sahiptir. CHP %27,9 ve AK Parti %27,6 oranında rahatlama sağlamıştır. CHP’nin reklam filmi katılımcılarda %41,1 oranında stres yaratırken, AK Parti’nin reklam filmi %40,3 oranı ile daha az stres yaratmıştır. Bu bulgular, CHP’nin reklam filminin katılımcılar üzerinde daha yüksek dikkat, katılım ve ilgi uyandırdığını; AK Parti’nin reklam

filminin ise daha fazla heyecan uyandırdığı, rahatlama düzeylerinde CHP’ye benzer etkiler yaratırken, daha az strese neden olduğunu göstermektedir.

AK Parti’nin 2023 “Umutlar Seninle” seçim reklam filmine ilişkin olarak Küme 5’teki katılımcıların zihinlerinde kalan kavram ve unsurlar, Şekil 5.15’te kelime bulutu biçiminde görselleştirilmiştir.



Şekil 5.15. Küme 5’teki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

AK Parti’nin 2023 yılı seçimlerinde yayınladığı “Umutlar Seninle” reklam filmini izleyen Küme 5’deki katılımcıların; “15 Temmuz Darbe Görüntüleri” ve “15 Temmuz Şehitleri” ifadeleri, reklam filminde 15 Temmuz darbe girişimine yönelik görüntülerin ve içeriklerin akılda kaldığını yansıtırken, “Recep Tayyip Erdoğan’ın Küçüklük Fotoğrafi” ve “Türkiye Yüzyılı” kavramları ise lider figürü ve gelecek vizyonuna yönelik film içeriğinden akılda kalanları işaret etmektedir. “Cami”, “Ezan” ve “Tümban” gibi dini öğeler, partinin ilgili içeriğinden dini değerlerin hatırlandığını, “Siyahi Şarkıcı” ve “Yabancı Şarkıcı” ifadeleri ise kültürel çeşitliliğe yönelik vurguların dikkat çektiğini göstermektedir. Film içeriğinde önceki dönemlerde gerçekleşen darbenin haber verilmesine yönelik gönderme yapılarak içerikte yer alan “Gazete” görüntüsü de katılımcıların zihninde kalmıştır. “Milyonlar Vurgusu”

mitinglerde bulunan kalabalık insan kitlesinin hatırlandığını ifade ederken, “Gökyüzü” ve “Yağmur” görsel ve kültürel unsurlara yönelik oluşturulan içeriğin hatırlandığını göstermektedir. “Birlik ve Beraberlik”, “Halk” ve “Miting” ifadeleri, toplumsal dayanışma ve geniş katılımlı etkinliklerin film içeriğinden zihinde kalan kavram ve unsurlar olduğunu, “Sarılan Çocuklar” ve “Çocuklara Sarılma” ise toplumsal ilişki bağları, saf ve masum değerlere yönelik içeriklerin akılda kaldığını göstermektedir. Son olarak, “Türk Bayrağı” milli değerlerin ve “Gençlik” ifadesi ise genç nesle verilen önemin katılımcıların akıllarında kalan unsur ve kavramlar olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir.

Küme 5’teki katılımcıların, CHP’nin “Haydi Türkiye” seçim reklam filmine ilişkin akıllarında kalan kavram ve unsurlar Şekil 5.16’da kelime bulutu olarak yer almaktadır.



Şekil 5.16. Küme 5’teki katılımcıların CHP “Haydi Türkiye” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

CHP’nin 2023 yılı seçimlerinde yayınladığı “Umutlar Seninle” reklam filmini izleyen Küme 5’teki katılımcıların; “Gençliğin Kurtuluşu”, “Gençlere Sesleniş”, “Gençler” ve “Çocuk” ifadeleri, reklam filminde genç nesle yönelik mesajların ve içeriklerin akılda kaldığını yansıtırken, “Sosyal Medya” kavramı ise dijital platformlar

ve geleceğe yönelik pozitif mesajların dikkat çektiğini göstermektedir. “Bahar”, “Ağaç”, “Kiraz Ağacı”, “Çiçek”, “Yeni çiçek açan ağaçlar”, “Doğa” kavramları gibi doğa temalı öğeler, filmin çevresel ve mevsimsel yenilenme temalarının izleyiciler üzerinde bıraktığı etkiyi işaret etmektedir. “İttifak” ve “Pek çok Siyasi Lider” ifadeleri, siyasi iş birlikleri ve lider figürlerinin öne çıktığını yansıtırken, “İnanç”, “Değişim”, “Umut Söylemi” ve “Zafer” kavramları, partinin umut, kazanma ve başarı temalı mesajlarının hatırlandığını göstermektedir. “Emek”, “Çiftçi” ve “Köy Yeri” gibi ifadeler, kırsal kesimin, tarım alanlarının ve çalışan insanlara yönelik vurguların akılda kaldığını, “Telefonunu Çıkar” ve “Telefonunu çıkar diyen bir adam” söylemleri ise o dönemlerde viral olan yaşlı-genç atışmalarına atıf yaparken, “Oy Vermeye Gitme”, “Motor” ve “Bisiklet” gibi ifadeler ise seçim sürecine ve katılımcı motivasyonuna yönelik mesajların dikkat çektiğini göstermektedir. Son olarak, “Dans” ve “Sazların Çalınması” gibi kültürel unsurlar, filmdeki sanatsal ve geleneksel öğelerin izleyicilerin zihninde kalan unsurlar olduğunu göstermektedir.

5.10.3.2.6. Küme 6’da yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular

AK Parti ve CHP’nin 2023 seçim döneminde kullandıkları reklam filmlerine ilişkin, Küme 6’daki katılımcıların verdikleri duygusal tepkiler Tablo 5.34’te gösterilmektedir. Her bir katılımcının duygu durumuna ilişkin veriler, ilgili duygu durumlarının genel ortalamaları baz alınarak ifade edilmiştir.

Katılımcılar	Dikkat (Attention)		Katılım (Engagement)		Heyecan (Excitement)		İlgi (Interest)		Rahatlama (Relaxing)		Stres (Stress)	
	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP
1	45,1	49,3	61,9	53,4	34,3	28,5	49,8	49,2	35,0	38,4	30,4	23,7
7	48,8	43,5	62,1	71,3	27,3	45,4	46,3	59,1	27,8	32,6	35,4	44,6
11	41,4	40,9	63,2	70,8	44,8	46,6	51,5	52,1	29,9	28,7	45,8	41,6
21	34,1	31,1	61,5	73,9	6,6	14,3	53,3	79,6	31,9	36,1	61,3	90,5
22	43,4	44,1	61,3	67,4	13,3	12,7	50,4	51,2	37,6	27,0	47,3	50,3
30	47,5	50,0	52,2	52,8	23,9	20,8	50,5	48,1	39,8	31,3	52,7	45,7
Ortalama	43,4	43,2	60,4	64,9	25,0	28,1	50,3	56,6	33,7	32,4	45,5	49,4

Tablo 5.34. Küme 6 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri

Tablo 5.34’deki veriler dikkat düzeyi açısından değerlendirildiğinde, CHP ve AK Parti reklam filmleri %43,2 ve %43,4 oranlarında oldukça yakın bir dikkat çekme düzeyi sergilemiştir. Bu, her iki partinin reklam filminin Küme 6 içerisinde yer alan katılımcılarda dikkat çekme açısından benzer etkiler yarattığını göstermektedir. CHP’nin reklam filmine katılımcılar %64,9 ile daha yüksek bir katılım sağlarken, AK Parti’nin reklam filmine %60,4 oranında katılım sağlamışlardır. Heyecan seviyelerine bakıldığında, CHP’nin reklam filmi %28,1 ile daha fazla heyecan yaratmış, AK Parti’nin reklam filmleri ise %25,0 oranında heyecan uyandırmıştır. Katılımcılar, CHP’nin reklam filmine %56,6 ile daha fazla ilgi göstermiş, AK Parti’nin reklam filmi ise katılımcılardan %50,3 oranında ilgi görmüştür. Rahatlama düzeyinde, CHP’nin reklam filmleri %32,4 oranında rahatlama sağlarken, AK Parti’nin reklam filmleri %33,7 oranı ile bir miktar daha fazla rahatlama yaratmıştır. Stres seviyeleri açısından, CHP’nin reklam filmleri %49,4 ile daha yüksek stres yaratırken, AK Parti’nin reklam filmleri %45,5 oranında stres yaratmıştır. Bu bulgular, CHP’nin reklam filminin katılımcılar üzerinde daha yüksek katılım, heyecan ve ilgi uyandırdığını, ancak daha fazla stres yarattığını göstermektedir. AK Parti’nin reklam filmi ise rahatlama düzeyinde daha etkili olmuş ve CHP’nin reklam filmi ile benzer düzeyde dikkat çekmiştir.

Küme 6 içerisinde yer alan katılımcıların, AK Parti'nin 2023 “Umutlar Seninle” seçim reklam filmine ilişkin olarak akıllarında kalan kavram ve unsurlar, Şekil 5.17’de kelime bulutu biçiminde görselleştirilmiştir.



Şekil 5.17. Küme 6’daki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

AK Parti’nin 2023 yılı seçimlerinde yayınladığı “Umutlar Seninle” reklam filmini izleyen Küme 6’daki katılımcıların; “Yapılan Köprüler”, “Yapılan Yol”, “Havaalanı”, “Hastahane ve Köprüler” gibi ifadeleri, reklam filminde büyük altyapı projeleri ve sağlık yatırımlarına yönelik vurguların akılda kaldığını yansıtırken, “TOGG” ve “Hızlı Tren” kavramları ise yerli üretim ve ulaşım projelerine yönelik dikkat çeken içerikleri işaret etmektedir. “Din”, “Yaradan”, “Cami” ve “İbadet” gibi dini öğeler, partinin dini değerlere yönelik film içeriklerinin zihinlerde kaldığını gösterirken, “Neo Osmanlıcılık” ifadesi ise tarihi ve kültürel değerlere yönelik vurguların günümüzle bağdaştırılarak hatırlandığını yansıtmaktadır. “Alper Gezeravcı” ifadesi, o dönemdeki uzaya giden ilk Türk insanının filmde akılda kalan unsur olarak öne çıktığını ve “İzmir Mitingi” gibi ifadeler de önemli etkinliklerin film içeriğinden akılda kalan unsurlar olduğunu göstermektedir. “Göçmenler” ve “Zulüm” ifadeleri, sosyal politikalar ve insan haklarına yönelik içerik vurgularının dikkat çektiğini, “İstikrar” kavramı ise partinin toplumsal ve ekonomik istikrarı öne çıkaran

mesajlarının hatırlandığını yansıtmaktadır. “Kitap” ve “Kale” gibi ifadeler ise, eğitim ve kültürel mirasa yönelik içeriklerinin akılda kalan kavram ve unsurlar olduğunu göstermektedir. Son olarak “Dağ” ve “Ovalar” ifadeleri ise ilgili içerikteki görüntülerde yer alan Türkiye’nin coğrafik alanlarına yönelik kavram ve unsurların zihinde kalması şeklinde yorumlanabilmektedir.

CHP’nin “Haydi Türkiye” seçim reklam filmine ilişkin Küme 6’daki katılımcıların akıllarında kalan kavram ve unsurlar Şekil 5.18’de kelime bulutu olarak yer almaktadır.



Şekil 5.18. Küme 6’daki katılımcıların CHP “Haydi Türkiye” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

CHP’nin 2023 yılı seçimlerinde yayınladığı “Umutlar Seninle” reklam filmini izleyen Küme 6’daki katılımcıların; “Sosyal Medya Kanallarından Vurgu”, “Sosyal Medya” ve “İnternet” kavramları ifadeleri, reklam filminde dijital platformların, sosyal medyanın ve dijital altyapının önemine yapılan vurguların akılda kaldığını yansıtırken, “Özgürlük” ve “Eşitlik” kavramları, partinin temel değerleri olan özgürlük ve eşitlik mesajlarının dikkat çektiğini göstermektedir. “Gençlik” ve “Gençler” gibi ifadeler, partinin genç nesle verdiği önemi ve bu kesime yönelik içeriklerin izleyiciler üzerinde bıraktığı etkiyi işaret etmektedir. “Tarım alanı”, “Çiftçi” ve “Emek” gibi

ifadeler, kırsal kesimin, tarım alanlarının ve çalışan insanlara yönelik vurguların akılda kaldığını gösterirken, “Çimen”, “Çayır” ve “Köy” kavramları, doğa ve kırsal yaşam temalarının film içeriğinden akılda kalan unsurlar olduğunu yansıtmaktadır. “6’lı masa ve Büyükşehir Belediye Başkanları” ve “İttifak” ifadeleri, siyasi iş birlikleri ve lider figürlerinin öne çıktığını belirtmektedir. “Kemal Kılıçdaroğlu” ve “Meral Akşener” gibi lider isimleri, parti liderlerinin filmdeki etkileyici rollerini işaret ederken, “Sıfırdan Gelişme” ve “Değişim” kavramları, partinin yenilikçi ve gelişim odaklı mesajlarının izleyicilerin zihninde kaldığını göstermektedir. “Oy Kutusu” ve “Gelecek” gibi ifadeler, seçim sürecine ve geleceğe yönelik umut dolu mesajların dikkat çektiğini yansıtırken, “Ekonomi” ifadesi, ekonomik politika konularının film içeriğinde vurgulandığını göstermektedir. Son olarak ise “Bahar” ifadesi, ilgili içerikteki yenilenmenin ve değişimin vurgusu olarak akılda kalan kavram ve unsurlar arasında yer almaktadır.

5.10.3.2.7. Küme 7’de yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular

Küme 7’yi oluşturan katılımcının, AK Parti ve CHP’nin 2023 seçim döneminde kullandıkları reklam filmlerine ilişkin verdiği duygusal tepkiler Tablo 5.35’te yer almaktadır. Duygu durumuna ilişkin veriler katılımcının ilgili duygu durumlarının genel ortalamaları baz alınarak ifade edilmiştir.

Katılımcılar	Dikkat (Attention)		Katılım (Engagement)		Heyecan (Excitement)		İlgi (Interest)		Rahatlama (Relaxing)		Stres (Stress)	
	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP
23	43,8	51,2	68,5	53,4	63,2	55,8	60,9	41,3	40,9	36,0	66,7	51,2
Ortalama	43,8	51,2	68,5	53,4	63,2	55,8	60,9	41,3	40,9	36,0	66,7	51,2

Tablo 5.35. Küme 7 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri

Tablo 5.35’te sunulan verilere göre Küme 7’de yer alan katılımcı, CHP’nin reklam filmine %51,2 ile AK Parti’nin %43,8 oranına kıyasla daha fazla dikkat

vermiştir. Katılım seviyelerinde, AK Parti'nin reklam filmi (%68,5) ile CHP reklam filmi (%53,4) arasında %15,1 oranında fark oluşmuştur. Katılımcı 23'ün heyecan düzeyine bakıldığında, CHP'nin reklam filmi %55,8 ile daha az heyecan yaratmış, AK Parti'nin reklam filmi ise %63,2 oranında heyecan uyandırmıştır. İlgili düzeylerinde, AK Parti'nin reklam filmi %60,9 ile daha fazla ilgi çekmiş, CHP'nin reklam filmi %41,3 oranında ilgi görmüştür. AK Parti'nin reklam filmi %40,9 ile daha yüksek bir rahatlama sağlarken, CHP'nin reklam filmi %36,0 oranında rahatlama yaratmıştır. Stres seviyeleri açısından, AK Parti'nin reklam filmleri %66,7 ile daha yüksek stres yaratırken, CHP'nin reklam filmleri %51,2 oranında stres yaratmıştır. Bu bulgular, AK Parti'nin reklam filminin katılımcı üzerinde daha yüksek katılım, heyecan, ilgi ve rahatlama yarattığını ancak daha yüksek stres seviyelerine neden olduğunu göstermektedir. CHP'nin reklam filmi ise dikkat düzeylerinde daha etkili olmuş ve daha düşük stres seviyesi gözlenmiştir.

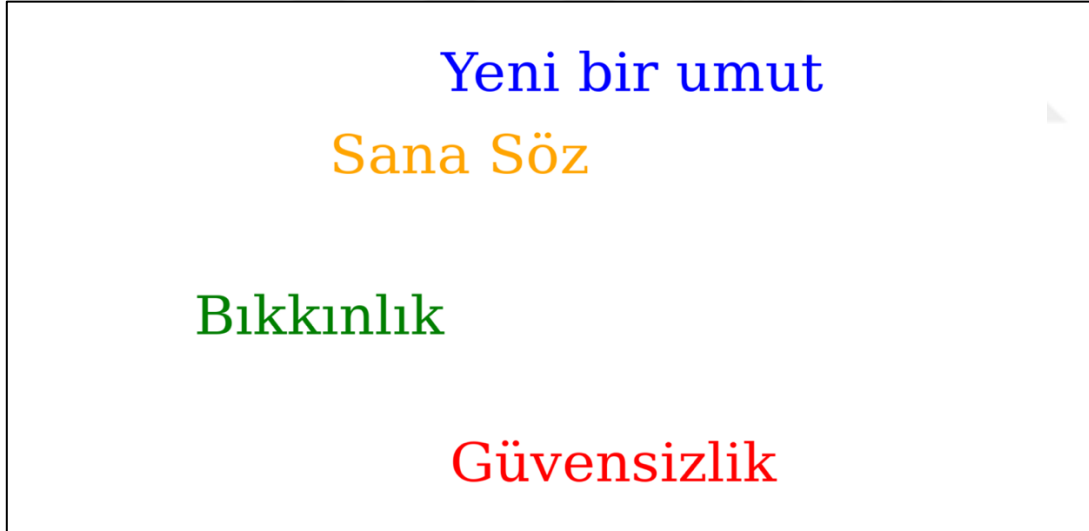
AK Parti'nin 2023 “Umutlar Seninle” seçim reklam filmine yönelik Küme 7 içerisinde yer alan katılımcının aklında kalan kavram ve unsurlar Şekil 5.19'da kelimi bulutu olarak yer almaktadır.



Şekil 5.19. Küme 7'deki katılımcının AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik aklında kalan kavram ve unsurlar

AK Parti'nin 2023 yılı seçimlerinde yayınladığı “Umutlar Seninle” reklam filmini izleyen Küme 7'deki katılımcının; “Güçlü” ve “Güçlü Lider Recep Tayyip Erdoğan” ifadeleri, reklam filminde lider figürünün ve güçlü ülke vurgusunun akılda kaldığını yansıtırken, “Türkiye Yüzyılı”, “Gelişme” ve “Bağımsız Türkiye” kavramları, partinin gelecek vizyonun, kalkınma, ilerleme hedeflerinin ve bağımsızlık temasının katılımcı tarafından dikkat çekildiğini göstermektedir. “Yerli Jet” ve “İHA-SİHA” ifadeleri, yerli üretim ve savunma sanayi projelerine yapılan vurguların katılımcı tarafından dikkat edilen kavram ve unsurlar olduğunu işaret etmektedir. Son olarak “Alper Gezeravcı” ismi ise uzaya giden ilk Türk insanı olarak belirli figürlerin film içeriğinde hatırlanan kavram ve unsurlar arasında yer aldığını göstermektedir.

Küme 7'deki katılımcının, CHP'nin “Haydi Türkiye” seçim reklam filmine ilişkin aklında kalan kavram ve unsurlar Şekil 5.20'de kelimi bulutu olarak görselleştirilmiştir.



Şekil 5.20. Küme 7'deki katılımcının CHP “Haydi Türkiye” filmine yönelik aklında kalan kavram ve unsurlar

CHP'nin 2023 yılı seçimlerinde yayınladığı “Umutlar Seninle” reklam filmin yönelik Şekil 5.20'de yer alan Küme 7'deki katılımcının aklında kalan kavram ve unsurlar incelendiğinde; “Yeni bir umut” ve “Sana Söz” ifadeleri, reklam filminde geleceğe yönelik pozitif mesajların ve vaatlerin akılda kaldığını yansıtırken, “Bıkkınlık” ve “Güvensizlik” kavramları ise mevcut duruma karşı duyulan

memnuniyetsizliğe ve değişim arzusuna ilişkin içeriklerin hatırlandığını göstermektedir.

5.10.3.2.8. Küme 8’de yer alan katılımcıların deney ve deney sonrası anket verilerine yönelik bulgular

AK Parti’nin 2023 “Umutlar Seninle” ile CHP’nin 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik Küme 8’deki katılımcılardan elde edilen ve duygu durumlarını içeren bulgular Tablo 5.36’da yer almaktadır. Her bir katılımcının duygu durumlarına ilişkin veriler, ilgili duygu durumlarının genel ortalamaları esas alınarak ifade edilmiştir.

Katılımcılar	Dikkat (Attention)		Katılım (Engagement)		Heyecan (Excitement)		İlgi (Interest)		Rahatlama (Relaxing)		Stres (Stress)	
	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP	AKP	CHP
12	58,8	49,5	56,9	61,4	15,5	18,4	28,5	56,9	23,8	26,6	28,7	33,6
13	46,7	41,0	63,3	69,3	40,6	55,2	46,8	49,8	30,7	37,4	35,5	36,9
Ortalama	52,8	45,3	60,1	65,4	28,0	36,8	37,6	53,4	27,2	32,0	32,1	35,3

Tablo 5.36. Küme 8 içerisinde yer alan katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verileri

Küme 8’de yer alan katılımcıların AK Parti ve CHP’nin 2023 seçim kampanyalarına yönelik reklam filmlerine verdikleri duygusal tepkiler incelendiğinde; dikkat düzeyi açısından, AK Parti’nin reklam filmi %52,8 oranında dikkat çekerken, CHP’nin reklam filmi %45,3 oranında dikkat çekmiştir. Katılım seviyelerinde ise CHP’nin reklam filmine katılımcılar %65,4 ile daha yüksek bir katılım sağlarken, AK Parti’nin reklam filmine %60,1 oranında katılım sağlamıştır. Heyecan düzeyinde, CHP’nin reklam filmi %36,8 ile daha fazla heyecan yaratmış, AK Parti’nin reklam filmi ise %28,0 oranında heyecan uyandırmıştır. İlgi düzeyinde, CHP’nin reklam filmi %53,4 ile daha fazla ilgi çekerken, AK Parti’nin reklam filmi %37,6 oranında ilgi görmüştür. Rahatlama seviyelerinde CHP’nin reklam filmleri %32,0 oranında rahatlama sağlarken, AK Parti’nin reklam filmleri %27,2 oranında rahatlama

yaratmıştır. Stres seviyeleri açısından ise CHP’nin reklam filmleri %35,3 oranında stres yaratırken, AK Parti’nin reklam filmleri %32,1 oranında stres yaratmıştır. Bu bulgular, CHP’nin reklam filminin Küme 8’de yer alan katılımcılar üzerinde daha yüksek katılım, heyecan, ilgi ve rahatlama sağladığını, ancak daha yüksek stres seviyelerine neden olduğunu göstermektedir. Öte yandan, AK Parti’nin reklam filmleri bu kümedeki katılımcılar üzerinde dikkat çekme konusunda daha etkili olmuştur.

Küme 8 içerisinde yer alan katılımcıların, AK Parti’nin 2023 “Umutlar Seninle” seçim reklam filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar, Şekil 5.21’de kelime bulutu biçiminde görselleştirilmiştir.



Şekil 5.21. Küme 8’deki katılımcıların AK Parti “Umutlar Seninle” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

AK Parti’nin 2023 yılı seçimlerinde yayınladığı “Umutlar Seninle” reklam filmini izleyen Küme 8’deki katılımcıların; “Barajlar” ve “Yollar” ifadeleri, reklam filminde altyapı projelerine yönelik vurguların akılda kaldığını yansıtırken, “Din” kavramı, partinin dini değerlere olan bağlılığını ve bu doğrultuda yürüttüğü politikaların ilgili reklam filmi içeriğinden hatırlanan unsurlar arasında olduğunu işaret etmektedir. “Türk Bayrakları” ifadesi, milli değerlere verilen önemin ve vatanseverliğin film içeriğinden akılda kalan yansıması olurken, “Gençlik” ve

“Çocuklar” kavramları, partinin genç nesle ve çocuklara yönelik politikalarının izleyiciler üzerinde bıraktığı etkiyi göstermektedir. “Teknoloji” ifadesi, partinin yenilikçi ve teknoloji odaklı projelerinin hatırlandığını, “Cumhurbaşkanı” ve “Miting Görüntüleri” ifadeleri ise lider figürü ve geniş katılımlı etkinliklerin film içeriğinden akılda kalan unsurlar olduğunu göstermektedir. Son olarak “Kibariye” ifadesi de ilgili reklam filmindeki şarkıyı söyleyen sanatçılar arasından akılda kalan kişinin katılımcı tarafından dikkat çekildiğini yansıtmaktadır.

CHP’nin “Haydi Türkiye” seçim reklam filmine ilişkin Küme 8’deki katılımcıların akıllarında kalan kavram ve unsurlar Şekil 5.22’de kelime bulutu olarak yer almaktadır.



Şekil 5.22. Küme 8’deki katılımcıların CHP “Haydi Türkiye” filmine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurlar

CHP’nin 2023 yılı seçimlerinde yayınladığı “Umutlar Seninle” reklam filmini izleyen Küme 8’deki katılımcıların; “Birlik ve Beraberlik” ifadesi, reklam filminde toplumsal dayanışma ve birlik mesajlarının akılda kaldığını yansıtırken, “Ekonomik Kalkınma” ve “Refah Yaşam” kavramları, partinin ekonomik büyüme ve halkın refah seviyesini artırma hedeflerinin dikkat çektiğini göstermektedir. “Gençlik” ifadesi, partinin genç nesle verdiği önemi vurgularken, “Başarma Duygusu”, “İnanç” ve

“Hareketlilik” ifadeleri, partinin dinamik ve başarı odaklı mesajlarının izleyiciler üzerindeki etkisini yansıtmaktadır. “Kemal Kılıçdaroğlu”, “Meral Akşener” ve “Ali Babacan” isimleri, partinin lider figürünü ve seçim döneminde oluşan siyasal ittifaktaki önemli siyasi aktörlerin filmde öne çıkan rolleri olduğunu belirtmektedir. “Bıkmışlık” ifadesi ise ilgili film içeriğinden akılda kalan kavram ve unsurlardan mevcut siyasi duruma karşı duyulan memnuniyetsizliği ve değişim arzusunu yansıtmaktadır.

5.10.3.3. Katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Araştırmanın bu bölümünde, deney sonrası ankette katılımcılara deney içeriğinden bağımsız olarak yöneltilen ve siyasi algı ile davranışlar üzerinde etkili olabileceği düşünülen kavram ve unsurların katılımcılar tarafından yapılan önem sıralaması bulgularına yer verilmektedir. Araştırmacı tarafından belirlenen ve katılımcılara sunulan bu 13 kavram ve unsurlar Tablo 5.37’de yer almaktadır. Katılımcılardan, bu kavramları kendilerine göre 1 en düşük ve 13 en yüksek değeri ifade edecek şekilde sıralamaları istenmiştir. Ek olarak, katılımcıların bu kavramların dışında önemli buldukları unsurları belirtmeleri amacıyla anket formunda “ayrıca belirtiniz” seçeneği de sunulmuştur.

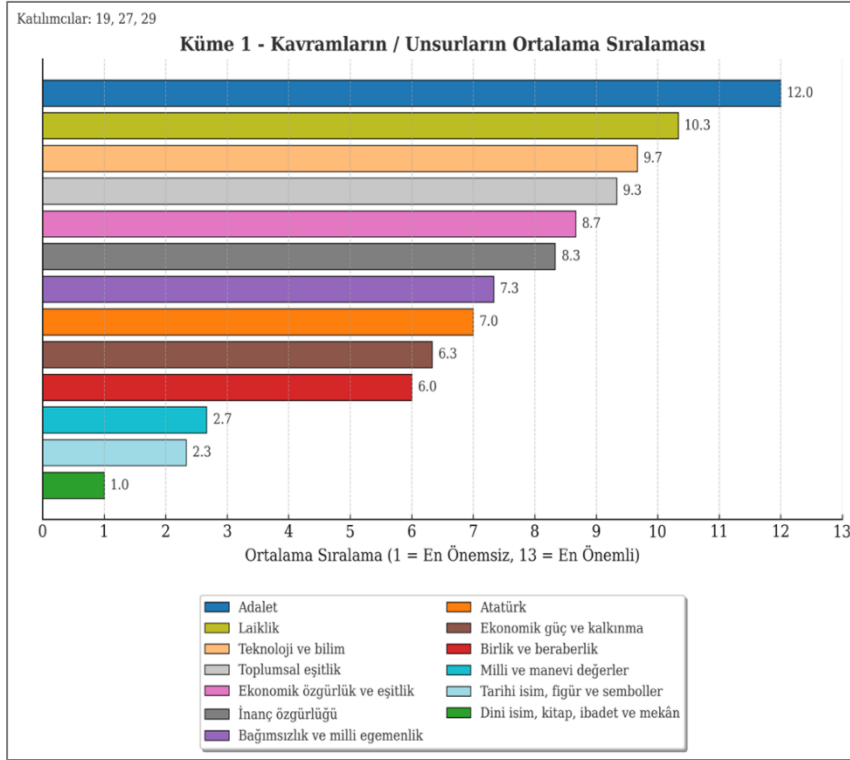
Kavram / Unsur
Adalet
Atatürk
Bağımsızlık ve Milli Egemenlik
Birlik ve Beraberlik
Dini İsim, Kitap, İbadet ve Mekânlar
Ekonomik Güç ve Kalkınma
Ekonomik Özgürlük ve Eşitlik
İnanç Özgürlüğü
Laiklik
Milli ve Manevi Değerler (Örf, Adet, Gelenek, Kültür, Aile Değerleri vb.)
Tarihi İsim, Figür ve Semboller (Hilal, Orak ve Çekiç, Kurt, Zafer İşareti, Rabia İşareti, Bozkurt İşareti, Postal, Asker vb.)
Teknoloji ve Bilim
Toplumsal Eşitlik

Tablo 5.37. Siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurlar

Tablo 5.37’de yer alan ve siyasi algı ile davranışlar üzerinde etkili olabileceği varsayılan kavram ve unsurlar, katılımcıların gerçekleştirdiği önem sıralaması verileri doğrultusunda analiz edilmiştir. Bu analiz, politik eksen testi sonuçlarına göre oluşan kümeler üzerinden yapılmış olup, ortalama sıralamalar temel alınarak değerlendirilmiştir.

5.10.3.3.1. Küme 1’deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Küme 1’deki katılımcıların, araştırmacı tarafından oluşturulan ve siyasi algı ile davranışlar üzerinde etkili olabileceği düşünülen kavram ve unsurlara yönelik oluşan önem sıralaması grafiği Şekil 5.23’te yer almaktadır.

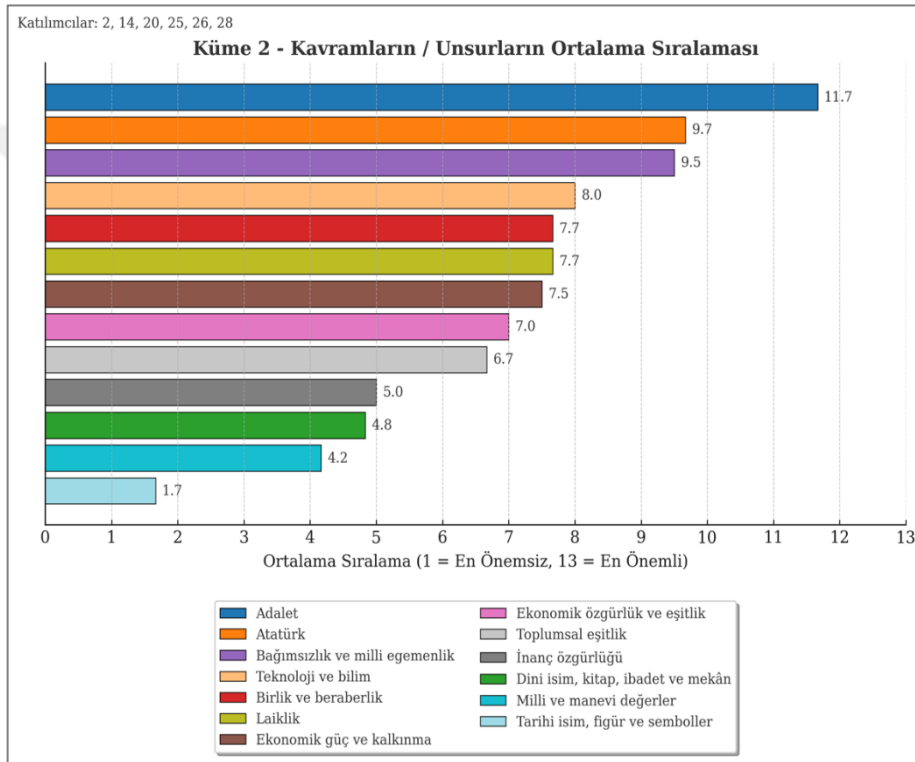


Şekil 5.23. Küme 1’deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Şekil 5.23’te yer alan grafik incelendiğinde; Küme 1’de yer alan katılımcı 19, 27 ve 29’un siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek en önemli kavram ve unsurlar arasından “Adalet” (12.0 ortalama puan) olarak öne çıkmaktadır. Bunu, “Laiklik” (10.3) ve “Teknoloji ve bilim” (9.7) izlemektedir. Diğer önemli görülen kavramlar arasında “Toplumsal eşitlik” (9.3) ve “Ekonomik özgürlük ve eşitlik” (8.7) bulunmaktadır. Buna karşın, “Dini isim, kitap, ibadet ve mekân” (1.0) ve “Tarihi isim, figür ve semboller” (2.3) gibi kavram ve unsurlar en düşük öneme sahip olarak değerlendirilmektedir. Bu bulgular, Küme 1 katılımcılarının adalet ve laikliğe vurgu yaptığı, dini ve tarihi kavram ve unsurlara ise daha az önem verdiği şeklinde yorumlanabilmektedir.

5.10.3.3.2. Küme 2’deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Küme 2’deki katılımcıların, araştırmacı tarafından oluşturulan ve siyasi algı ile davranışlar üzerinde etkili olabileceği düşünülen kavram ve unsurlara yönelik oluşan önem sıralaması grafiği Şekil 5.24’te gösterilmektedir.



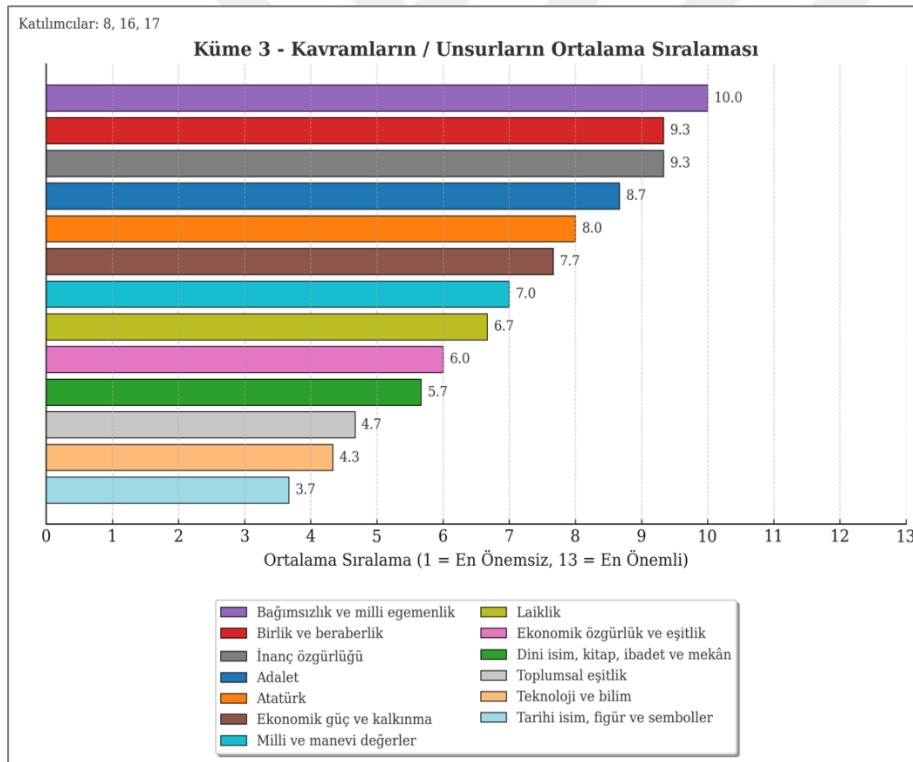
Şekil 5.24. Küme 2’deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Şekil 5.24’teki veriler incelendiğinde; Küme 2’de yer alan katılımcı 2, 14, 20, 25, 26 ve 28 “Adalet”i (11.7 ortalama puan) en önemli kavram ve unsur olarak değerlendirmiştir. Bunu sırasıyla “Atatürk” (9.7), “Bağımsızlık ve milli egemenlik” (9.5) ve “Teknoloji ve bilim” (8.0) takip etmektedir. Diğer dikkate değer kavram ve unsurlar arasında “Birlik ve beraberlik” (7.7) ve “Laiklik” (7.7) yer almaktadır. Buna karşın, “Tarihi isim, figür ve semboller” (1.7) en düşük öneme sahip kavram ve unsur olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar, Küme 2’deki katılımcıların adalet, bağımsızlık ve

milli egemenlik ile Atatürk gibi kavram ve unsurlara öncelik verdiğini, dini, milli ve manevi değerler ile tarihi kavram ve unsurları ise daha az önemli bulduklarını göstermektedir.

5.10.3.3. Küme 3’teki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

“Küme 3’teki katılımcıların, siyasi algı ve davranışlar üzerinde etkili olabileceği öngörülen kavram ve unsurlar için oluşturdukları önem sıralaması Şekil 5.25’te yer almaktadır.



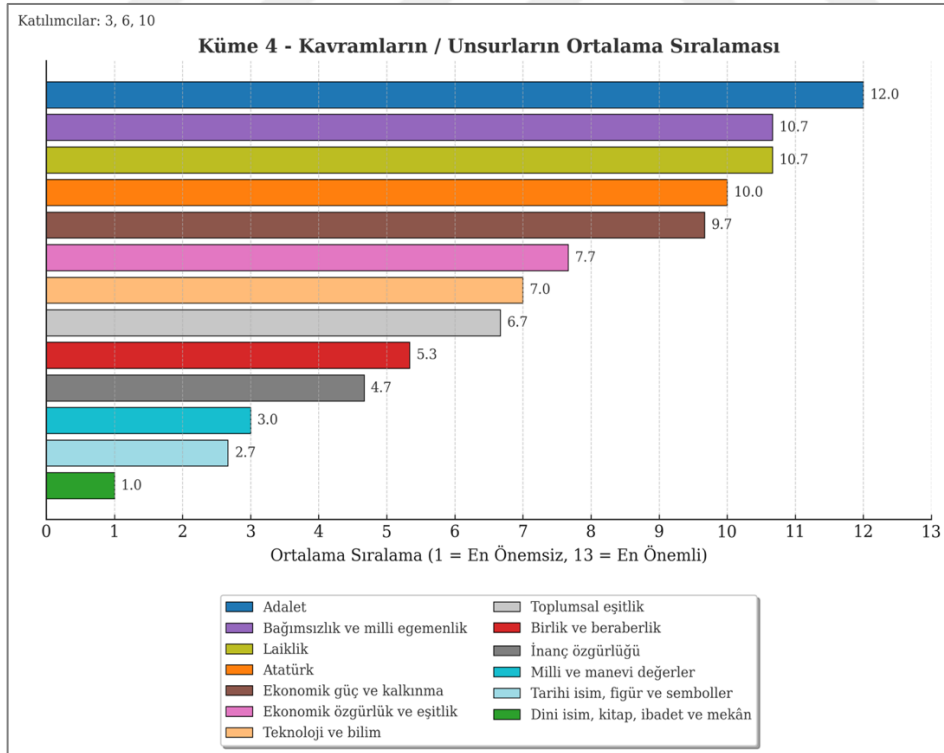
Şekil 5.25. Küme 3’teki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Şekil 5.25’teki verilere göre, Küme 3’te yer alan katılımcılar 8, 16 ve 17; “Bağımsızlık ve milli egemenlik” (10.0) ve “Birlik ve beraberlik” (9.3) kavram ve unsurlarına en yüksek önemi atfetmişlerdir. “İnanç özgürlüğü” (9.3) ve “Adalet” (8.7)

gibi kavram ve unsurlar da önemli bulunmuştur. Buna karşılık, “Tarihi isim, figür ve semboller” (3.7) ve “Teknoloji ve bilim” (4.3) en düşük öneme sahip kavram ve unsurlar olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgular, Küme 3’teki katılımcıların bağımsızlık, milli egemenlik, birlik ve beraberlik ile inanç özgürlüğü gibi kavram ve unsurları önceliklendirdiğini, tarihi, teknoloji ve bilim gibi kavram ve unsurlara ise daha az önem verdiklerini ortaya koymaktadır.

5.10.3.3.4. Küme 4’teki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Küme 4’teki katılımcıların, araştırmacı tarafından oluşturulan ve siyasi algı ile davranışlar üzerinde etkili olabileceği düşünülen kavram ve unsurlara yönelik oluşan önem sıralaması grafiği Şekil 5.26’da gösterilmektedir.

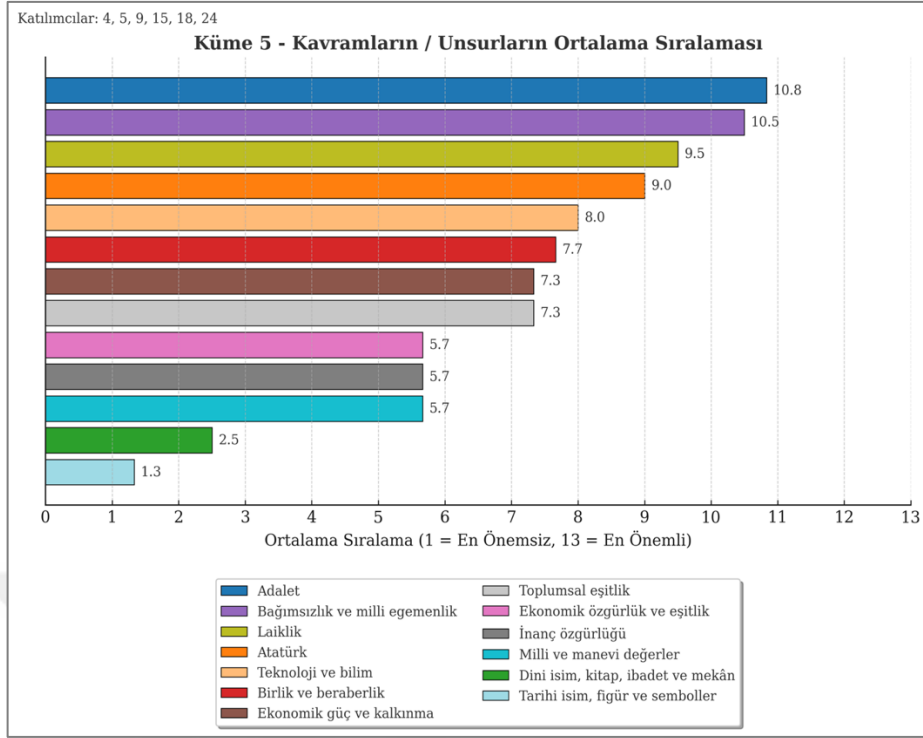


Şekil 5.26. Küme 4’teki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Şekil 5.26’da yer alan grafik incelendiğinde, Küme 4’teki katılımcılar 3, 6 ve 10 tarafından; “Adalet” (12.0) kavramına en yüksek önem verilmiştir. Bunu, “Bağımsızlık ve milli egemenlik” (10.7), “Laiklik” (10.7) ve “Atatürk” (10.0) gibi kavram ve unsurlar takip etmektedir. “Ekonomik güç ve kalkınma” (9.7) ile “ekonomik özgürlük ve eşitlik” (7.7) de önemli kavram ve unsurlar arasında yer almıştır. Buna karşılık, “Tarihi isim, figür ve semboller” (2.7) ve “Dini isim, kitap, ibadet ve mekân” (1.0) en düşük öneme sahip kavram ve unsurlar olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgular, Küme 4’teki katılımcıların önceliklerini adalet, bağımsızlık, milli egemenlik, laiklik ve Atatürk gibi kavram ve unsurlar etrafında yoğunlaştırdığını, dini ve tarihi kavram ve unsurları ise daha az önemli gördüğünü göstermektedir.

5.10.3.3.5. Küme 5’teki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Küme 5’te yer alan katılımcıların, araştırmacı tarafından oluşturulan ve siyasi algı ile davranışlar üzerinde etkili olabileceği düşünülen kavram ve unsurlara yönelik oluşan önem sıralaması grafiği Şekil 5.27’de yer almaktadır.

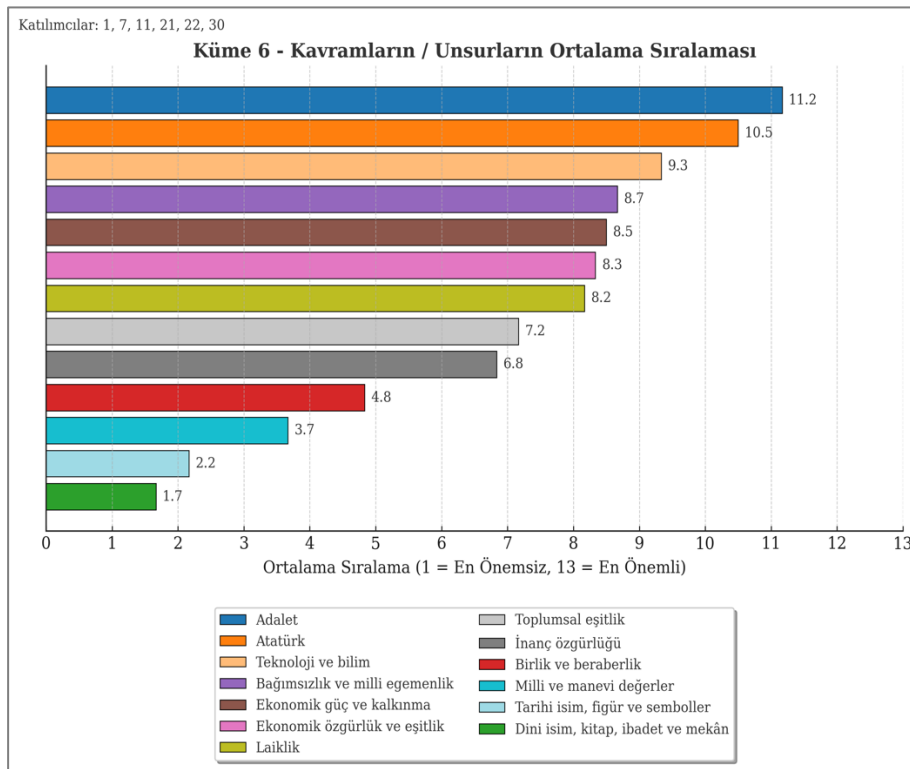


Şekil 5.27. Küme 5’teki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Şekil 5.27’de yer alan grafik incelendiğinde, “Adalet” (10.8) kavramı ve unsuru Küme 5’teki katılımcılar tarafından en önemli kavram olarak değerlendirilmiştir. Bunu, “Bağımsızlık ve milli egemenlik” (10.5), “Laiklik” (9.5) ve “Atatürk” (9.0) gibi kavram ve unsurlar takip etmektedir. Ayrıca, “Teknoloji ve bilim” (8.0) ve “Birlik ve beraberlik” (7.7) de yine küme 5’teki katılımcılar tarafından önemli bulunmaktadır. Buna karşılık, “Tarihi isim, figür ve semboller” (2.5) ve “Dini isim, kitap, ibadet ve mekân” (1.3) en düşük öneme sahip kavram ve unsurlar olarak belirlenmiştir. Bu bulgular, Küme 5’te yer alan katılımcıların adalet, bağımsızlık, milli egemenlik, laiklik ve Atatürk gibi kavram ve unsurlara öncelik verdiğini; dini ve tarihi kavram ve unsurları ise daha az önemli bulduklarını göstermektedir.

5.10.3.3.6. Küme 6'daki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Küme 6'daki katılımcıların, araştırmacı tarafından oluşturulan ve siyasi algı ile davranışlar üzerinde etkili olabileceği düşünülen kavram ve unsurlara yönelik oluşan önem sıralaması grafiği Şekil 5.28'de yer almaktadır



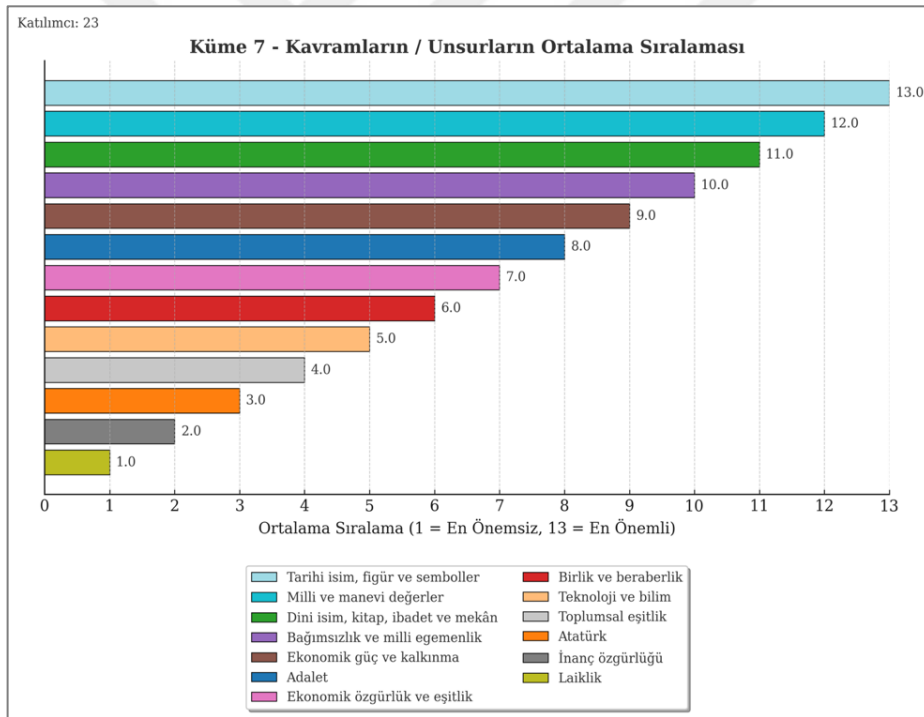
Şekil 5.28. Küme 6'daki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Şekil 5.28'deki grafiğe göre, Küme 6'da yer alan katılımcılar; “Adalet” (11.2) ve “Atatürk” (10.5) kavramını en önemli kavram ve unsurlar olarak değerlendirmiştir. Bunu, “Teknoloji ve bilim” (9.3), “Bağımsızlık ve milli egemenlik” (8.7) ve “Ekonomik güç ve kalkınma” (8.5) kavram ve unsurları takip etmektedir. Ayrıca, “Ekonomik özgürlük ve eşitlik” (8.3) ve “Laiklik” (8.2) de Küme 6'daki katılımcılar tarafından önemli görülmektedir. Buna karşılık, “Tarihi isim, figür ve semboller” (2.2) ve “Dini isim, kitap, ibadet ve mekân” (1.7) “en düşük öneme sahip kavram ve unsurlar

olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgular, Küme 6'daki katılımcıların; adalet, Atatürk ve bilim gibi kavram ve unsurlara yüksek öncelik verdiğini, dini ve tarihi kavram ve unsurları ise daha az önemli bulduklarını göstermektedir.

5.10.3.3.7. Küme 7'deki katılımcının siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Küme 7'de yer alan katılımcının, araştırmacı tarafından oluşturulan ve siyasi algı ile davranışlar üzerinde etkili olabileceği düşünülen kavram ve unsurlara yönelik oluşan önem sıralaması grafiği Şekil 5.29'da gösterilmektedir.



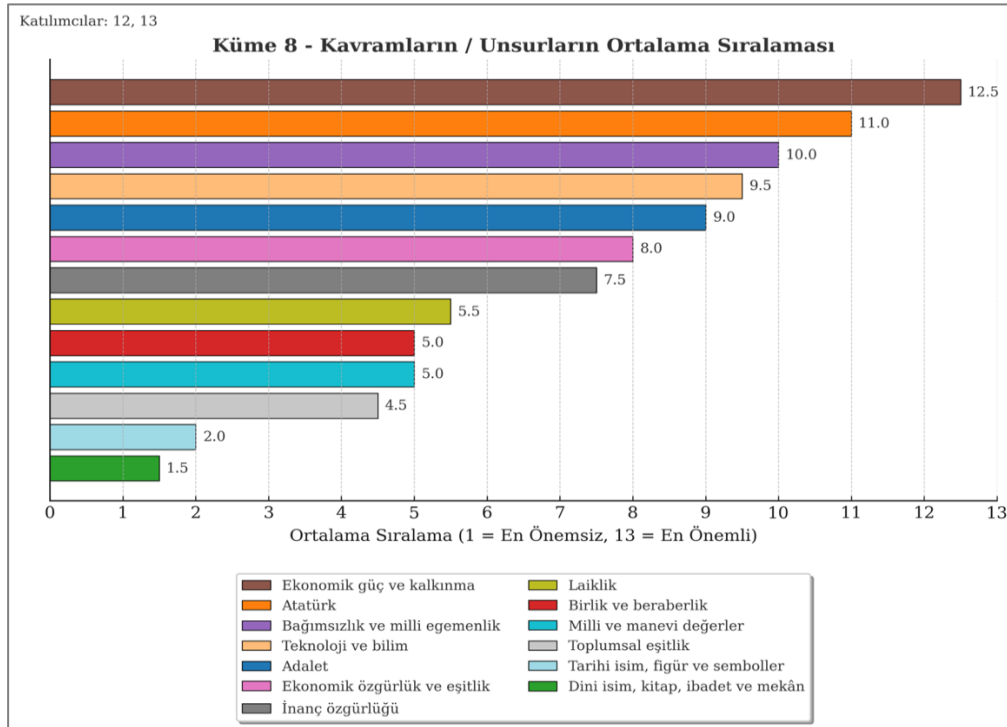
Şekil 5.29. Küme 7'deki katılımcının siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Küme 7'de yer alan katılımcının siyasi algı ve davranışları üzerinde etkili olabilecek kavram ve unsurların ortalama önem sıralamasını gösteren Şekil 5.29'daki grafik incelendiğinde; katılımcının en yüksek önemi "Tarihi isim, figür ve semboller" (13.0) ile "Milli ve manevi değerler" (12.0) kavram ve unsurlarına verdiği

görülmektedir. Bu kavramları sırasıyla, “Dini isim, kitap, ibadet ve mekân” (11.0) ve “Bağımsızlık ve milli egemenlik” (10.0) takip etmektedir. Diğer önemli görülen kavram ve unsurlar arasında ise “Ekonomik güç ve kalkınma” (9.0) ve “Adalet” (8.0) yer almaktadır. Buna karşılık, “Atatürk” (3.0), “İnanç özgürlüğü” (2.0) ve “Laiklik” (1.0) katılımcı tarafından en düşük öneme sahip kavramlar olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgular, Küme 7’deki katılımcının önceliklerini tarihi ve dini kavram ve unsurlar ile milli değerler üzerine yoğunlaştırdığını, laiklik ve inanç özgürlüğü gibi kavram ve unsurları ise daha az önemli bulduğunu göstermektedir.

5.10.3.3.8. Küme 8’deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Küme 8’de yer alan katılımcıların, araştırmacı tarafından oluşturulan ve siyasi algı ile davranışlar üzerinde etkili olabileceği düşünülen kavram ve unsurlara yönelik oluşan önem sıralaması grafiği Şekil 5.30’da yer almaktadır.

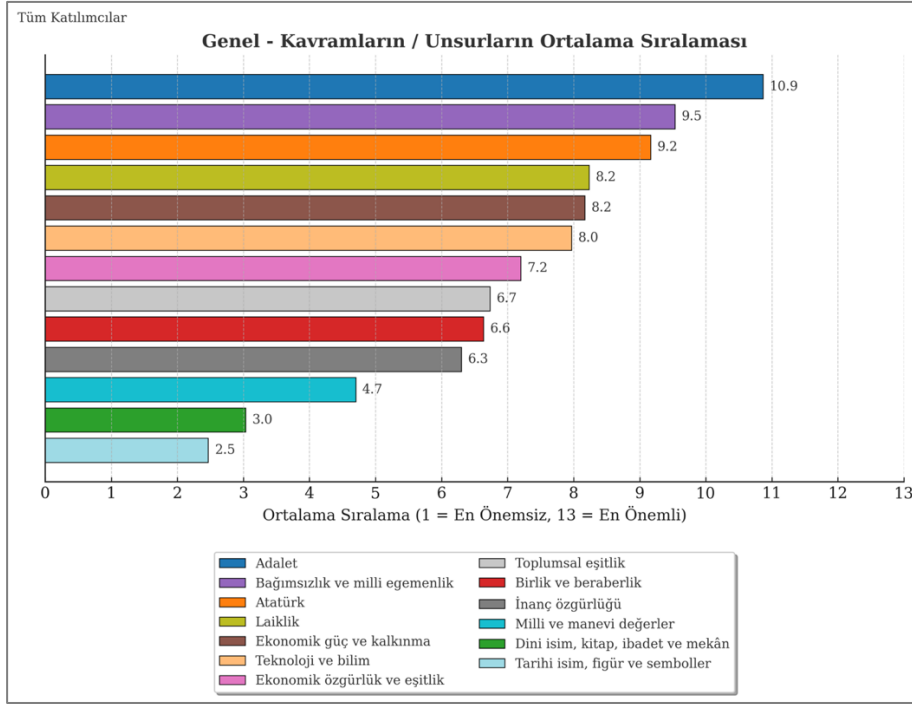


Şekil 5.30. Küme 8’deki katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Küme 8'deki katılımcıların siyasi algı ve davranışlar üzerinde etkili olabileceği düşünülen kavramların önem sıralamasını gösteren Şekil 5.30'daki grafik incelendiğinde; Küme 8'deki katılımcılar en yüksek önemi “Ekonomik güç ve kalkınma” ya (12.5) vermiştir. Bunu sırasıyla “Atatürk” (11.0), “Bağımsızlık ve milli egemenlik” (10.0) ve “Teknoloji ve bilim” (9.5) kavram ve unsurları takip etmektedir. Diğer önemli görülen kavramlar arasında “Adalet” (9.0) ve “Ekonomik özgürlük ve eşitlik” (8.0) yer almaktadır. Buna karşılık, “Tarihi isim, figür ve semboller” (2.0) ve “Dini isim, kitap, ibadet ve mekân” (1.5) en düşük öneme sahip kavram ve unsurlar olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgular, Küme 8'deki katılımcıların; ekonomik kalkınma, Atatürk, bağımsızlık ve milli egemenlik gibi kavram ve unsurlar önceliklendirdiğini, tarihi konuları ve dini kavram ve unsurları ise daha az önemli bulduklarını göstermektedir.

5.10.3.3.9. Tüm katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Araştırmadaki tüm katılımcıların siyasi algı ve davranışlar üzerinde etkili kavram ve unsurların önem sıralaması verilerini içeren grafik Şekil 5.31'de yer almaktadır.



Şekil 5.31. Tüm katılımcıların siyasi algı ve davranışları üzerinde etkisi olabilecek kavram ve unsurların önem sıralaması

Şekil 5.31’de gösterilen ve tüm katılımcıların siyasi algı ve davranışlarına etki edebilecek kavramların ortalama önem sıralamasını sunan grafiğe göre; katılımcılar arasında en yüksek öncelik “Adalet” (10.9) kavramına verilmektedir. Bunu, “Bağımsızlık ve milli egemenlik” (9.5), “Atatürk” (9.2) ve “Laiklik” (8.2) izlemektedir. Bu kavram ve unsurlar, bu araştırmaya katkı sağlayan katılımcıların siyasi ve toplumsal değerlerinin merkezinde yer almaktadır. Diğer önemli görülen kavram ve unsurlar arasında, “Ekonomik güç ve kalkınma” (8.2), “Teknoloji ve bilim” (8.0) ve “Ekonomik özgürlük ve eşitlik” (7.2) bulunmaktadır. Buna karşın, “Dini isim, kitap, ibadet ve mekân” (3.0) ve “Tarihi isim, figür ve semboller” (2.5) en düşük öneme sahip kavram ve unsurlar olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgular, katılımcıların önceliklerinin adalet, bağımsızlık, milli egemenlik, Atatürkçülük, laiklik, ekonomik güç ve özgürlük ile modernleşme üzerine yoğunlaştığını; dini ve tarihi kavramlara ise daha az önem verdiklerini göstermektedir.

5.10.4. Deney Öncesi Anket, Politik Eksen Testi, Deney Sürecinde Elde Edilen Duygu Durumları ve Deney Sonrası Anket Verilerinin Bir Arada Yorumlanması

Araştırmanın bu bölümünde, deney öncesi ankette yer alan katılımcıların siyasi kimliklerine ilişkin elde edilen veriler, politik eksen testi sonucunda belirlenen küme ve küme merkezleri, AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerinin izlenmesi sırasında elektroensefalografi (EEG) cihazıyla kaydedilen duygu durumları ve deney sonrası ankette katılımcılara yöneltilen, siyasi algı ve davranışlar üzerinde etkili olabileceği düşünülen kavram ve unsurların önem sıralamaları birlikte ele alınarak değerlendirilmiştir.

Küme 1’de yer alan katılımcılara ilişkin deney öncesi anket verileri, politik eksen testi bulguları, deney süresince elektroensefalografi (EEG) cihazı ile kaydedilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri Tablo 5.38’de yer almaktadır.

Deney Öncesi Anket ve Politik Eksen Testi Verileri			Deney Sürecinde Elektroensefalografi (EEG) cihazı ile Elde Edilen Duygu Durumları Verileri			Deney Sonrası Anket Verileri		
Küme, Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler ve Politik Eksen Testi Merkezleri			Katılımcıların Seçim Reklam Filmlerine Yönelik Duygu Durumları			Siyasi Algı ve Davranışlar Üzerinde Etkisi Olabilecek En Önemli 3 ve En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur		
Küme	Katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler	Politik Eksen Testi Merkezleri	Duygu Durumları	AK Parti 2023 “Umutlar Seninle”	CHP 2023 “Haydi Türkiye”	Kavram ve Unsurlar	Önem Sıralaması Ortalaması	
Küme 1	Laik, Atatürkçü, Sosyalist, Marksist, Sosyal Demokrat	Ekonomik Ölçek X=-6.67 Sosyal Ölçek Y=-4.22	Dikkat	44,6	66,7	En Önemli 3 Kavram ve Unsur	Adalet	12.0
			Katılım	67,4	66,7		Laiklik	10.3
			Heyecan	20,4	22,2		Teknoloji ve bilim	9.7
			İlgi	49,0	49,7	En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur	Milli ve manevi değerler	2.7
			Rahatlama	25,6	28,1		Tarihi isim, figür ve semboller	2.3
			Stres	39,7	48,8		Dini isim, kitap, ibadet ve mekânlar	1.0

Tablo 5.38. Küme 1’deki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri

Tablo 5.38'deki verilere göre; Küme 1'deki katılımcıların politik eksendeki testi sonucu oluşan konumları ilgili test ekseninin en solu ve en özgürlükçü konumunda, $X=-6.67$, $Y=-4.22$ merkezinde yer almaktadır. Küme 1'deki katılımcıların genel olarak; laik, Atatürkçü ve sol eğilimli marksist, sosyalist, sosyal demokrat aideojik kimlikler benimsediği deney öncesi anket verilerinden anlaşılmaktadır. Deney sürecinde katılımcılara izlettirilen seçim reklam filmlerine verilen tepkiler incelendiğinde; dikkatin AK Parti videosu için %44,6, CHP videosu için %66,7; katılımın AK Parti videosu için %67,4, CHP videosu için %66,7 olduğu görülmektedir. Heyecan düzeyi AK Parti videosunda %20,4 iken, CHP videosunda %22,2 olarak kaydedilmiştir. İlgi oranları, AK Parti için %49,0, CHP için %49,7 seviyesinde iken; rahatlama düzeyi AK Parti videosu izlenirken %25,6, CHP videosu izlenirken %28,1 olarak belirlenmiştir. Stres düzeyi ise AK Parti videosunda %39,7, CHP videosunda %48,8 olarak tespit edilmiştir. Bu bulgular, katılımcıların AK Parti videosu izlerken daha düşük dikkat ve stres düzeyleri gösterdiklerini, CHP videosu izlerken ise daha yüksek rahatlama, stres ve dikkat düzeyleri ile tepki verdiklerini göstermektedir. Ayrıca bu kümede yer alan katılımcılar, siyasi algı ve davranışlarını etkileyebilecek kavram ve unsurlar arasında adalet (12.0), laiklik (10.3) ve teknoloji ve bilimi (9.7) en önemli olarak öne çıkarken; milli ve manevi değerler (2.7), tarihi isimler, figürler ve semboller (2.3) ile dini isim, kitap, ibadet ve mekânlar (1.0) gibi kavram ve unsurları da en önemsiz olarak değerlendirilmiştir. Bu sonuçlar, Küme 1'deki katılımcıların daha seküler ve ilerici değerlere öncelik verdiklerini, buna karşın dini ve geleneksel değerlere daha az önem atfettiklerini ortaya koymaktadır.

Küme 2'deki katılımcılara ilişkin deney öncesi anket verileri, politik eksen testi bulguları, deney süresince elektroensefalografi (EEG) cihazı ile kaydedilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri Tablo 5.39'da gösterilmiştir.

Deney Öncesi Anket ve Politik Eksen Testi Verileri			Deney Sürecinde Elektroensefalografi (EEG) cihazı ile Elde Edilen Duygu Durumları Verileri			Deney Sonrası Anket Verileri		
Küme, Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler ve Politik Eksen Testi Merkezleri			Katılımcıların Seçim Reklam Filmlerine Yönelik Duygu Durumları			Siyasi Algı ve Davranışlar Üzerinde Etkisi Olabilecek En Önemli 3 ve En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur		
Küme	Katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler	Politik Eksen Testi Merkezleri	Duygu Durumları	AK Parti 2023 “Umutlar Seninle”	CHP 2023 “Haydi Türkiye”	Kavram ve Unsurlar		Önem Sıralaması Ortalaması
Küme 2	Atatürkçü, Laik, Milliyetçi Muhafazakâr, Ülkücü, Sosyalist, İslamcı	Ekonomik Ölçek X=-4.55 Sosyal Ölçek Y=-0.90	Dikkat	44,3	47,8	En Önemli 3 Kavram ve Unsur	Adalet	11.7
			Katılım	65,4	65,3		Atatürk	9.7
			Heyecan	21,0	25,6		Bağımsızlık ve milli egemenlik	9.5
			İlgi	48,8	49,6	En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur	Dini isim, kitap, ibadet ve mekânlar	4.8
			Rahatlama	26,1	27,3		Milli ve manevi değerler	4.2
			Stres	40,8	39,9		Tarihi isim, figür ve semboller	1.7

Tablo 5.39. Küme 2’deki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri

Tablo 5.39’da yer alan veriler incelendiğinde; Küme 2’de yer alan katılımcılar, politik eksen testi sonuçlarına göre ekonomik ölçekte sol tarafta, sosyal ölçekte ise hem özgürlükçü hem de otoriter eğilimleri içeren bir konumda yer almaktadır. Bu katılımcıların ortalama konumları, X ekseninde (ekonomik ölçek) -4.55 ve Y ekseninde (sosyal ölçek) -0.90 merkezi etrafında yoğunlaşmaktadır. Bu kümedeki katılımcılar; Atatürkçü, laik ve milliyetçi gibi siyasi kimliklerin yanı sıra muhafazakâr, ülkücü, sosyalist ve islamcı gibi farklı siyasi ve ideolojik eğilimlerle de kendilerini tanımlamaktadır. AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik Küme 2’deki katılımcıların duygu durumları incelendiğinde; CHP’nin reklam filminin katılımcılar üzerinde daha yüksek dikkat (%47,8), heyecan (%25,6), ilgi (%49,6) ve rahatlama (%27,3) düzeyleri uyandırırken, AK Parti reklamına kıyasla daha düşük stres (%39,9) düzeyi ile karşılandığını göstermektedir. Öte yandan, katılım düzeyleri AK Parti için %65,4 ve CHP için %65,3

ile her iki reklam filmi için neredeyse eşit düzeydedir. Bu bulgular, CHP'nin reklam stratejisinin, katılımcıların duygusal tepkilerini daha olumlu yönde etkilediğini ve özellikle dikkat, ilgi ve rahatlama gibi olumlu duygusal tepkileri tetiklediğini göstermektedir. Buna karşın, AK Parti seçim reklam filmi bu kümedeki katılımcılar arasında benzer bir katılım düzeyi yaratmış olmasına rağmen, diğer duygusal durumlar açısından CHP seçim reklam filmine kıyasla daha düşük etkiler yaratmıştır. Küme 2'deki katılımcıların siyasi algı ve davranışlarını etkileyebilecek kavram ve unsurlar arasında en önemli; adalet (11,7), Atatürk (9,7) ve bağımsızlık ve milli egemenlik (9,5) yer alırken, en önemsiz olarak değerlendirilen kavram ve unsurlar ise dini isimler, kitaplar, ibadet ve mekânlar (4,8), milli ve manevi değerler (4,2) ve tarihi isimler, figür ve semboller (1,7) olmuştur. Bu sonuçlar, Küme 2'deki katılımcıların daha adalet ve seküler değerlere öncelik verdiklerini, buna karşın dini ve milli unsurlara daha az önem atfettiklerini göstermektedir.

Küme 3'te yer alan katılımcılara yönelik deney öncesi anket verileri, politik eksen testi bulguları, deney süresince elektroensefalografi (EEG) cihazı ile kaydedilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri Tablo 5.40'da yer almaktadır.

Deney Öncesi Anket ve Politik Eksen Testi Verileri			Deney Sürecinde Elektroensefalografi (EEG) cihazı ile Elde Edilen Duygu Durumları Verileri			Deney Sonrası Anket Verileri		
Küme, Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler ve Politik Eksen Testi Merkezleri			Katılımcıların Seçim Reklam Filmlerine Yönelik Duygu Durumları			Siyasi Algı ve Davranışlar Üzerinde Etkisi Olabilecek En Önemli 3 ve En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur		
Küme	Katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler	Politik Eksen Testi Merkezleri	Duygu Durumları	AK Parti 2023 “Umutlar Seninle”	CHP 2023 “Haydi Türkiye”	Kavram ve Unsurlar	Önem Sıralaması Ortalaması	
Küme 3	Atatürkçü, Muhafazakâr, Milliyetçi, Ülkücü, İslamcı, Ulusalçı	Ekonomik Ölçek X=-3.34 Sosyal Ölçek Y= 2.31	Dikkat	45,9	45,4	En Önemli 3 Kavram ve Unsur	Bağımsızlık ve milli egemenlik	10.0
			Katılım	60,1	61,5		Birlik ve Beraberlik	9.3
			Heyecan	35,5	33,3		İnanç özgürlüğü	9.3
			İlgi	49,0	56,0	En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur	Toplumsal eşitlik	4.7
			Rahatlama	30,4	32,7		Teknoloji ve bilim	4.3
			Stres	41,4	42,9		Tarihi isim, figür ve semboller	3.7

Tablo 5.40. Küme 3'teki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri

Tablo 5.40'daki verilere göre, Küme 3'te yer alan katılımcıların politik eksenindeki testi sonucu oluşan konumları, ilgili test ekseninin ekonomik ölçeğinin sol tarafında ve sosyal ölçeğinin ise otoriter kısmında, X ekseninde (ekonomik ölçek) - 3.34, Y ekseninde (sosyal ölçek) ise 2.31 merkez noktasının etrafında yer almaktadır. Küme 3'teki katılımcılar genel olarak; Atatürkçülük, muhafazakârlık, milliyetçilik, ülkücülük, İslamcılık ve ulusalcılık gibi farklı siyasi kimlikleri benimsemektedirler. Bu kümedeki katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine yönelik verdikleri duygu durum bulguları, her iki reklam filmi için dikkatin benzer seviyelerde olduğunu (%45,9 ve %45,4) gösterirken, katılım oranlarının CHP reklamında biraz daha yüksek (%61,5) olduğunu ortaya koymaktadır. AK Parti reklamı ise katılımcılarda daha yüksek bir heyecan düzeyine (%35,5) sahipken, CHP reklamı daha düşük bir heyecan (%33,3) seviyesi ile karşılanmıştır. İlgi düzeyi açısından CHP reklamı (%56,0), AK Parti reklamına (%49,0) kıyasla daha fazla ilgi çekmiştir. Rahatlama ve stres düzeyleri incelendiğinde ise, CHP reklamının daha yüksek rahatlama (%32,7) ve stres (%42,9) düzeyleri ile karşılandığı, AK Parti reklamının ise daha düşük rahatlama (%30,4) ve stres (%41,4) düzeyleri yarattığı görülmektedir. Küme 3'teki katılımcılar, “Bağımsızlık ve milli egemenlik” kavramını en yüksek önem derecesiyle (10.0) birinci sırada değerlendirirken, bunu “Birlik ve Beraberlik” (9.3) ve “İnanç özgürlüğü” (9.3) kavram ve unsurları takip etmektedir. Bu sıralama, ulusal değerlerin ve bireysel inançların bu kümedeki katılımcılar için büyük bir öncelik taşıdığını ortaya koymaktadır. Diğer yandan, “Toplumsal eşitlik” (4.7), “Teknoloji ve bilim” (4.3) ve “Tarihi isim, figür ve semboller” (3.7) ise en önemsiz olarak değerlendirilerek ilgili kümedeki katılımcılar tarafından siyasi algı ve davranışları üzerinde daha az etkili bulunan kavram ve unsurlar olmuştur.

Küme 4'deki katılımcılara ilişkin deney öncesi anket verileri, politik eksen testi bulguları, deney süresince elektroensefalografi (EEG) cihazı ile kaydedilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri Tablo 5.41'de yer almaktadır.

Deney Öncesi Anket ve Politik Eksen Testi Verileri			Deney Sürecinde Elektroensefalografi (EEG) cihazı ile Elde Edilen Duygu Durumları Verileri			Deney Sonrası Anket Verileri		
Küme, Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler ve Politik Eksen Testi Merkezleri			Katılımcıların Seçim Reklam Filmlerine Yönelik Duygu Durumları			Siyasi Algı ve Davranışlar Üzerinde Etkisi Olabilecek En Önemli 3 ve En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur		
Küme	Katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler	Politik Eksen Testi Merkezleri	Duygu Durumları	AK Parti 2023 “Umutlar Seninle”	CHP 2023 “Haydi Türkiye”	Kavram ve Unsurlar	Önem Sıralaması Ortalaması	
Küme 4	Atatürkçü, Laik, Milliyetçi, Libarel Demokrat, Ulusalcı	Ekonomik Ölçek X=-2.84 Sosyal Ölçek Y=-3.09	Dikkat	52,7	53,7	En Önemli 3 Kavram ve Unsur	Adalet	12.0
			Katılım	56,8	63,8		Bağımsızlık ve milli egemenlik	10.7
			Heyecan	23,0	24,5		Laiklik	10.7
			İlgi	46,6	47,9	En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur	Milli ve manevi değerler	3.0
			Rahatlama	24,7	25,1		Tarihi isim, figür ve semboller	2.7
			Stres	48,9	53,7		Dini isim, kitap, ibadet ve mekân	1.0

Tablo 5.41. Küme 4’deki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri

Tablo 5.41’deki veriler incelendiğinde; Küme 4’te yer alan katılımcılar, politik eksen testi sonuçlarına göre ekonomik ölçekte sol tarafta, sosyal ölçekte ise özgürlükçü eğilimleri içeren bir konumda yer almaktadır. Bu katılımcıların ortalama konumları, X ekseninde (ekonomik ölçek) -2.84 ve Y ekseninde (sosyal ölçek) -3.09 koordinatları etrafında toplanmaktadır. Küme 4’teki katılımcılar ideolojik olarak ağırlıklı şekilde; Atatürkçü, laik ve milliyetçi kimlikleri benimserken, bir katılımcı ayrıca liberal demokrat ve ulusalcı siyasi kimlikleri de benimsemektedir (ss ekle). Kümedeki katılımcıların AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklamlarına yönelik duygu durumları verilerine göre; her iki reklam filmi de katılımcılar üzerinde benzer düzeyde dikkat uyandırmış olup, CHP reklamı (%53,7) biraz daha yüksek bir dikkat oranına sahiptir. Katılım düzeyleri incelendiğinde, CHP reklamı (%63,8) AK Parti reklamına (%56,8) göre daha yüksek bir katılım sağlamıştır. Heyecan düzeyleri açısından CHP reklamı (%24,5), AK Parti reklamından (%23,0) daha yüksek bir heyecan uyandırmıştır. İlgi düzeylerinde de benzer bir durum gözlemlenmiş olup, CHP reklamı (%47,9), AK Parti reklamına (%46,6) göre biraz

daha fazla ilgi çekmiştir. Rahatlama seviyeleri her iki reklam için oldukça yakınken (%25,1 ve %24,7), stres düzeyi açısından CHP reklamı (%53,7) AK Parti reklamına (%48,9) kıyasla daha yüksek bir stres tepkisi yaratmıştır. Katılımcıların siyasi algı ve davranışlar üzerinde etkili olabileceğini düşündükleri en önemli ve en önemsiz kavramları sıralaması verilerinde ise; “Adalet” kavramı en yüksek önem derecesiyle (12.0) birinci sıraya yerleşirken, bunu “Bağımsızlık ve milli egemenlik” ile “Laiklik” kavramları (10.7) takip etmektedir. Bu sıralama, adaletin, ulusal değerlerin ve laikliğin Küme 4’te yer alan katılımcılar için öncelikli kavramlar olduğunu göstermektedir. Diğer yandan, “Milli ve manevi değerler” (3.0), “Tarihi isim, figür ve semboller” (2.7) ve “Dini isim, kitap, ibadet ve mekân” (1.0) en önemsiz kavramlar olarak değerlendirilmiştir. Bu durum ise katılımcıların dini ve tarihi unsurlara, adalet, bağımsızlık ve laiklik gibi kavramlara kıyasla daha az önem verdiklerini ortaya koymaktadır.

Küme 5’te yer alan katılımcılara yönelik deney öncesi anket verileri, politik eksen testi bulguları, deney süresince elektroensefalografi (EEG) cihazı ile kaydedilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri Tablo 5.42’de yer almaktadır.

Deney Öncesi Anket ve Politik Eksen Testi Verileri			Deney Sürecinde Elektroensefalografi (EEG) cihazı ile Elde Edilen Duygu Durumları Verileri			Deney Sonrası Anket Verileri		
Küme, Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler ve Politik Eksen Testi Merkezleri			Katılımcıların Seçim Reklam Filmlerine Yönelik Duygu Durumları			Siyasi Algı ve Davranışlar Üzerinde Etkisi Olabilecek En Önemli 3 ve En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur		
Küme	Katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler	Politik Eksen Testi Merkezleri	Duygu Durumları	AK Parti 2023 “Umutlar Seninle”	CHP 2023 “Haydi Türkiye”	Kavram ve Unsurlar		Önem Sıralaması Ortalaması
Küme 5	Atatürkçü, Laik, Sosyalist, Milliyetçi, Liberal Demokrat	Ekonomik Ölçek $X=-2.48$ Sosyal Ölçek $Y= 0.26$	Dikkat	48,1	48,9	En Önemli 3 Kavram ve Unsur	Adalet	10.8
			Katılım	58,8	67,0		Bağımsızlık ve milli egemenlik	10.5
			Heyecan	27,0	23,0		Laiklik	9.5
			İlgi	47,6	53,6	En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur	Milli ve manevi değerler	5.7
			Rahatlama	27,6	27,9		Dini isim, kitap, ibadet ve mekân	2.5
			Stres	40,3	41,1		Tarihi isim, figür ve semboller	1.4

Tablo 5.42. Küme 5'teki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri

Tablo 5.42’de yer alan veriler incelendiğinde; Küme 5’te yer alan katılımcılar, politik eksen testi sonuçlarına göre ekonomik ölçekte sol tarafta, sosyal ölçekte ise hem otoriter hem de özgürlükçü eğilimleri içeren bir konumda dağılmaktadır. Bu katılımcıların ortalama konumları, X ekseninde (ekonomik ölçek) -2.48 ve Y ekseninde (sosyal ölçek) ise 0.26 merkezi konumu etrafında yoğunlaşmaktadır. Küme 5’te yer alan katılımcılar siyasi kimliklerini; Atatürkçü, laik, sosyalist, milliyetçi ve liberal demokrat ekseninde tanımlamaktadır. Seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumu verileri dikkat düzeyinde her iki reklam filmi için katılımcılar arasında çok az bir fark olduğunu (AK Parti %48,1 ve CHP %48,9) göstermektedir. Katılım düzeyi açısından CHP reklamı (%67,0), AK Parti reklamına (%58,8) göre daha yüksek bir katılım sağlamıştır. AK Parti reklamının katılımcılar üzerinde daha yüksek bir heyecan (%27,0) uyandırdığı, CHP reklamının ise daha düşük bir heyecan düzeyine (%23,0) sahip olduğu görülmektedir. İlgi düzeyinde ise CHP reklamı (%53,6), AK Parti reklamına (%47,6) göre daha fazla ilgi çekmiştir. Rahatlama ve stres seviyeleri her iki reklam filmi için oldukça yakın olup, CHP reklamı biraz daha yüksek bir rahatlama

(%27,9) ve stres (%41,1) düzeyine sahiptir. Bu bulgular, CHP'nin reklam filminin katılımcıların dikkatini daha çok çektiğini ve daha fazla ilgi uyandırdığını gösterirken, AK Parti reklam filminin daha fazla heyecan yaratmasına rağmen diğer duygusal tepkiler açısından daha düşük etki yarattığını göstermektedir. Katılımcıların siyasi algı ve davranışlar üzerinde etkili olabileceğini düşündükleri en önemli ve en önemsiz kavramları sıraladıkları veriler incelendiğinde ise; katılımcıların “Adalet” kavramını en yüksek önem derecesiyle (10.8) birinci sırada değerlendirdikleri, bunu “Bağımsızlık ve milli egemenlik” (10.5) ve “Laiklik” (9.5) kavram ve unsurlarının takip ettiği görülmektedir. Buna karşın, “Milli ve manevi değerler” (5.7), “Dini isim, kitap, ibadet ve mekân” (2.5) ve “Tarihi isim, figür ve semboller” (1.4) kümede yer alan katılımcılar tarafından en önemsiz kavramlar olarak değerlendirilmiştir. Bu durum, Küme 5'teki katılımcıların adalet, bağımsızlık ve laiklik gibi değerlere öncelik verdiklerini, buna karşın dini ve geleneksel değerlere daha az önem atfettiklerini göstermektedir.

Küme 6'daki katılımcılara ilişkin deney öncesi anket verileri, politik eksen testi bulguları, deney süresince elektroensefalografi (EEG) cihazı ile kaydedilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri Tablo 5.43'te yer almaktadır.

Deney Öncesi Anket ve Politik Eksen Testi Verileri			Deney Sürecinde Elektroensefalografi (EEG) cihazı ile Elde Edilen Duygu Durumları Verileri			Deney Sonrası Anket Verileri		
Küme, Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler ve Politik Eksen Testi Merkezleri			Katılımcıların Seçim Reklam Filmlerine Yönelik Duygu Durumları			Siyasi Algı ve Davranışlar Üzerinde Etkisi Olabilecek En Önemli 3 ve En Önemli 3 Kavram ve Unsur		
Küme	Katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler	Politik Eksen Testi Merkezleri	Duygu Durumları	AK Parti 2023 “Umutlar Seninle”	CHP 2023 “Haydi Türkiye”	Kavram ve Unsurlar		Önem Sıralaması Ortalaması
Küme 6	Atatürkçü, Laik, Milliyetçi, Liberal Demokrat, Sosyal Demokrat, Sosyalist	Ekonomik Ölçek X=-1.33 Sosyal Ölçek Y=-1.50	Dikkat	43,4	43,2	En Önemli 3 Kavram ve Unsur	Adalet	11.2
			Katılım	60,4	64,9		Atatürk	10.5
			Heyecan	25,0	28,1		Teknoloji ve bilim	9.3
			İlgi	50,3	56,6	En Önemli 3 Kavram ve Unsur	Milli ve manevi değerler	3.7
			Rahatlama	33,7	32,4		Tarihi isim, figür ve semboller	2.2
			Stres	45,5	49,4		Dini isim, kitap, ibadet ve mekân	1.7

Tablo 5.43. Küme 6'daki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri

Tablo 5.43'teki verilere göre, Küme 6'daki katılımcılar, politik eksen testi sonuçlarına göre ekonomik ölçeğin sol tarafında, sosyal ölçeğin ise özgürlükçü eğilimleri içeren konumunda yer almaktadırlar. Bu katılımcıların ortalama konumları, X ekseninde (ekonomik ölçek) -1.33 ve Y ekseninde (sosyal ölçek) ise -1.50 merkez noktasının etrafında toplanmaktadır. Küme 6'da yer alan katılımcılar siyasi kimliklerini ağırlıklı olarak; Atatürkçülük ve laiklik üzerinden tanımlarken, bazı katılımcılar ise milliyetçilik, sosyal demokrasi, liberal demokrasi ve sosyalizm gibi farklı siyasi eğilimleri de benimsemektedir. Seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları incelendiğinde, CHP'nin “Haydi Türkiye” filmi, katılımcılar üzerinde dikkat (%43,2), heyecan (%28,1), ilgi (%56,6) ve katılım (%64,9) düzeylerinde daha yüksek etkiler yaratırken, aynı zamanda stres (%49,4) düzeyinde daha yüksek bir etki yaratmış, rahatlama (%32,4) düzeyinde ise daha düşük bir etki uyandırmıştır. AK Parti'nin “Umutlar Seninle” filmi ise dikkat (%43,4), heyecan (%25,0), ilgi (%50,3) ve katılım (%60,4) düzeylerinde daha düşük etkiler gösterirken, stres (%45,5) ve rahatlama (%33,7) düzeylerinde CHP'nin reklam filmine kıyasla daha düşük stres ve

daha yüksek rahatlama sağlamıştır. Bu bulgular, CHP'nin reklam stratejisinin, kümedeki katılımcıların duygusal tepkilerini daha olumlu yönde etkilediğini ve özellikle dikkat, ilgi ve katılım gibi olumlu duygusal tepkileri daha yüksek düzeyde tetiklediğini, ancak daha yoğun stres tepkisi yarattığını; AK Parti reklam filminin ise daha düşük stres ve daha yüksek rahatlama gibi tepkilere yol açtığını göstermektedir. Küme 6'daki katılımcılar; adalet, Atatürk ve teknoloji ile bilim gibi kavram ve unsurları öncelikli olarak değerlendirirken, buna karşın milli ve manevi değerler ile dini, tarihi unsurları daha az önemli olarak nitelendirmektedir. Bu sonuçlar, katılımcıların daha seküler ve ilerici değerlere öncelik verdiklerini, buna karşın daha geleneksel ve dini unsurlara daha düşük bir önem attıklarını göstermektedir.

Küme 7'de yer alan katılımcıya yönelik deney öncesi anket verileri, politik eksen testi bulguları, deney süresince elektroensefalografi (EEG) cihazı ile kaydedilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri Tablo 5.44'te yer almaktadır.

Deney Öncesi Anket ve Politik Eksen Testi Verileri			Deney Sürecinde Elektroensefalografi (EEG) cihazı ile Elde Edilen Duygu Durumları Verileri			Deney Sonrası Anket Verileri		
Küme, Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler ve Politik Eksen Testi Merkezleri			Katılımcıların Seçim Reklam Filmlerine Yönelik Duygu Durumları			Siyasi Algı ve Davranışlar Üzerinde Etkisi Olabilecek En Önemli 3 ve En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur		
Küme	Katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler	Politik Eksen Testi Merkezleri	Duygu Durumları	AK Parti 2023 “Umutlar Seninle”	CHP 2023 “Haydi Türkiye”	Kavram ve Unsurlar	Önem Sıralaması Ortalaması	
Küme 7	Muhafazakâr, Ülkücü, Milliyetçi	Ekonomik Ölçek X= 1.38 Sosyal Ölçek Y= 3.69	Dikkat	43,8	51,2	En Önemli 3 Kavram ve Unsur	Tarihi isim, figür ve semboller	13.0
			Katılım	68,5	53,4		Milli ve manevi değerler	12.0
			Heyecan	63,2	55,8		Dini isim, kitap, ibadet ve mekân	11.0
			İlgi	60,9	41,3	En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur	Atatürk	3.0
			Rahatlama	40,9	36,0		İnanç özgürlüğü	2.0
			Stres	66,7	51,2		Laiklik	1.0

Tablo 5.44. Küme 7'deki katılımcının deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri

Tablo 5.44’ te yer alan veriler incelendiğinde; Küme 7’deki katılımcı, politik eksen testi sonuçlarına göre ekonomik ölçeğin sağ tarafında, sosyal ölçekte ise en otoriter konumunda bulunmaktadır. Bu katılımcının konum merkezi, X ekseninde (ekonomik ölçek) 1.38, Y ekseninde (sosyal ölçek) ise 3.69 merkezi konumu yer almaktadır. Bu katılımcı siyasi kimlik olarak; muhafazakâr, ülkücü ve milliyetçi kimlikleri benimsemektedir. Seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları verilerine göre; AK Parti’nin “Umutlar Seninle” filmi, ilgili kümedeki katılımcı üzerinde dikkat (%43,8), katılım (%68,5), heyecan (%63,2), ilgi (%60,9) ve rahatlama (%40,9) gibi pozitif duygusal tepkilerin yanı sıra yüksek stres (%66,7) düzeyi yaratmıştır. Buna karşılık, CHP’nin “Haydi Türkiye” filmi ise daha yüksek dikkat (%51,2) düzeyi ile birlikte; katılım (%53,4), heyecan (%55,8), ilgi (%41,3), rahatlama (%36,0) ve stres (%51,2) gibi diğer duygusal tepkilerde daha düşük seviyelerde kalmıştır. Bu durumda katılımcının, AK Parti reklamına daha yoğun bir duygusal bağ kurduğunu ve daha yüksek bir stres seviyesi yaşamışken, CHP reklamı daha dikkat çekici bulduğunu, ancak duygusal etkileşim açısından daha sınırlı kaldığını göstermektedir. Küme 7’deki katılımcının deney sonrası ankette en önemli olarak nitelendirdiği kavram ve unsurlar arasında; tarihi isim, figür ve semboller (13.0), milli ve manevi değerler (12.0) ve dini isim, kitap, ibadet ve mekânlar (11.0) öne çıkmaktadır. En önemsiz olarak değerlendirilen kavramlar ise Atatürk (3.0), inanç özgürlüğü (2.0) ve laiklik (1.0) olarak belirtilmiştir. Bu sonuçlar, Küme 7’deki katılımcının daha geleneksel ve dini değerlere önem atfettiğini, buna karşılık laiklik ve inanç özgürlüğü gibi seküler kavramları daha az değerli gördüğünü ortaya koymaktadır.

Küme 8’deki katılımcılara ilişkin deney öncesi anket verileri, politik eksen testi bulguları, deney süresince elektroensefalografi (EEG) cihazı ile kaydedilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri Tablo 5.45’te yer almaktadır.

Deney Öncesi Anket ve Politik Eksen Testi Verileri			Deney Sürecinde Elektroensefalografi (EEG) cihazı ile Elde Edilen Duygu Durumları Verileri			Deney Sonrası Anket Verileri		
Küme, Katılımcıların Benimsedikleri Siyasi Kimlikler ve Politik Eksen Testi Merkezleri			Katılımcıların Seçim Reklam Filmlerine Yönelik Duygu Durumları			Siyasi Algı ve Davranışlar Üzerinde Etkisi Olabilecek En Önemli 3 ve En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur		
Küme	Katılımcıların benimsedikleri siyasi kimlikler	Politik Eksen Testi Merkezleri	Duygu Durumları	AK Parti 2023 “Umutlar Seninle”	CHP 2023 “Haydi Türkiye”	Kavram ve Unsurlar	Önem Sıralaması Ortalaması	
Küme 8	Liberal Demokrat, Ülkücü, Atatürkçü, Milliyetçi, Diğer “Türkçü”	Ekonomik Ölçek X= 2.07 Sosyal Ölçek Y= 0.29	Dikkat	52,8	45,3	En Önemli 3 Kavram ve Unsur	Ekonomik güç ve kalkınma	12.5
			Katılım	60,1	65,4		Atatürk	11.0
			Heyecan	28,0	36,8		Bağımsızlık ve milli egemenlik	10.0
			İlgi	37,6	53,4	En Önemsiz 3 Kavram ve Unsur	Toplumsal eşitlik	4.5
			Rahatlama	27,2	32,0		Tarihi isim, figür ve semboller	2.0
			Stres	32,1	35,3		Dini isim, kitap, ibadet ve mekân	1.5

Tablo 5.45. Küme 8’deki katılımcıların deney öncesi anket, politik eksen testi, deney sürecinde elde edilen duygu durumları ve deney sonrası anket verileri

Tablo 5.45’teki verilere göre; Küme 8’de yer alan katılımcılar, politik eksen testi sonuçlarına göre ekonomik ölçeğin en sağ tarafında, sosyal ölçeğin ise hem otoriter eğilimleri hem de özgürlükçü eğilimleri içeren konumunda yer almaktadırlar. Bu katılımcıların ortalama konumları, X ekseninde (ekonomik ölçek) 2.07 ve Y ekseninde (sosyal ölçek) ise 0.29 merkez noktasının etrafında toplanmaktadır. Küme 8’deki katılımcılar siyasi kimliklerini; ülkücü, Türkçü, Atatürkçü ve liberal demokrat olarak tanımlamaktadır. Seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları karşılaştırıldığında, AK Parti’nin “Umutlar Seninle” filmi, katılımcılar üzerinde dikkat (%52,8), katılım (%60,1), heyecan (%28,0), ilgi (%37,6), rahatlama (%27,2) ve stres (%32,1) gibi duygusal tepkiler uyandırmıştır. CHP’nin “Haydi Türkiye” filmi ise dikkat (%45,3), katılım (%65,4), heyecan (%36,8), ilgi (%53,4), rahatlama (%32,0) ve stres (%35,3) gibi tepkilerle katılımcılarda daha yüksek ya da daha düşük düzeyde etkiler yaratmıştır. Bu bulgular, CHP’nin reklam filminin katılımcılar üzerinde düşük dikkat, daha yüksek bir katılım ve ilgi uyandırdığı, aynı zamanda daha fazla stres ve heyecan yarattığını; AK Parti’nin reklam filminin ise daha fazla dikkat çektiği ancak katılım, heyecan ve ilgi açısından daha düşük düzeyde etki yarattığını göstermektedir. Küme 8’de yer alan katılımcıların siyasi algı ve davranışlarını etkileyebilecek

kavramlar arasında en önemli olarak niteledikleri kavram ve unsurlar arasında; ekonomik güç ve kalkınma (12,5), Atatürk (11,0) ve bağımsızlık ve milli egemenlik (10,0) yer alırken, en önemsiz olarak değerlendirilen kavramlar toplumsal eşitlik (4,5), tarihi isim, figür ve semboller (2,0) ve dini isim, kitap, ibadet ve mekânlar (1,5) olarak öne çıkmaktadır. Bu sonuçlar, katılımcıların daha pragmatik ve ulusal değerlere önem verdiklerini, buna karşın dini ve sembolik değerlere daha az önem attettiklerini ortaya koymaktadır.

5.10.5. Politik Eksen Testi Verileri ile Deneyde Elde Edilen Verilerin İlişkilendirilmesi

Araştırmanın bu bölümünde, politik eksen testi sonuçları ile deney esnasında elektroensefalografi (EEG) ile elde edilen duygu durumu metrikleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kanonik korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz yöntemi, iki veri kümesi arasındaki bağlantıları tespit etmek için kullanılan çok değişkenli bir istatistiksel analiz yöntemidir. Kanonik korelasyon analizinin kullanılmasındaki amaç da iki veri kümesi arasındaki bağlantıları inceleyerek ilgili değişken kümesinin doğrusal fonksiyonları arasındaki en büyük korelasyonları bulmaktır (Johnson ve Wichern, 2002: 543; Ünlükapan, 2009: 239).

Bir değişken ile (Y), birden fazla değişken arasında ($X_1, X_2, \dots, X_p$) ilişkiyi araştıran çoklu regresyon analizinden farklı olarak, kanonik korelasyon analizi, birkaç Y değişkeninin aynı anda birkaç X değişkeniyle ilişkili olduğu çoklu regresyonun bir genellemesidir (Manly ve Navarro Alberto, 2017: 188). Bu yöntemin temel prensibi, bağımsız ve bağımlı değişken kümeleri arasındaki korelasyonu en üst düzeye çıkarmak amacıyla her iki değişken kümesinin doğrusal bir kombinasyonunu oluşturmaktır. Diğer bir deyişle, bağımlı değişkenler kümesi ile bağımsız değişkenler kümesi arasındaki maksimum basit korelasyonu sağlamak için her bir değişken için uygun ağırlıkların belirlenmesini içerir (Hair, vd., 2019: 28).

Bu çalışmada veri seti olarak, 30 katılımcının politik eksen testi sonuçları (*Ekonomik Ölçek ve Sosyal Ölçek / 30x2*) bağımlı değişkenler (Y) olarak, elektroensefalografi ile elde edilen duygu durumu metrikleri (*Dikkat, Katılım,*

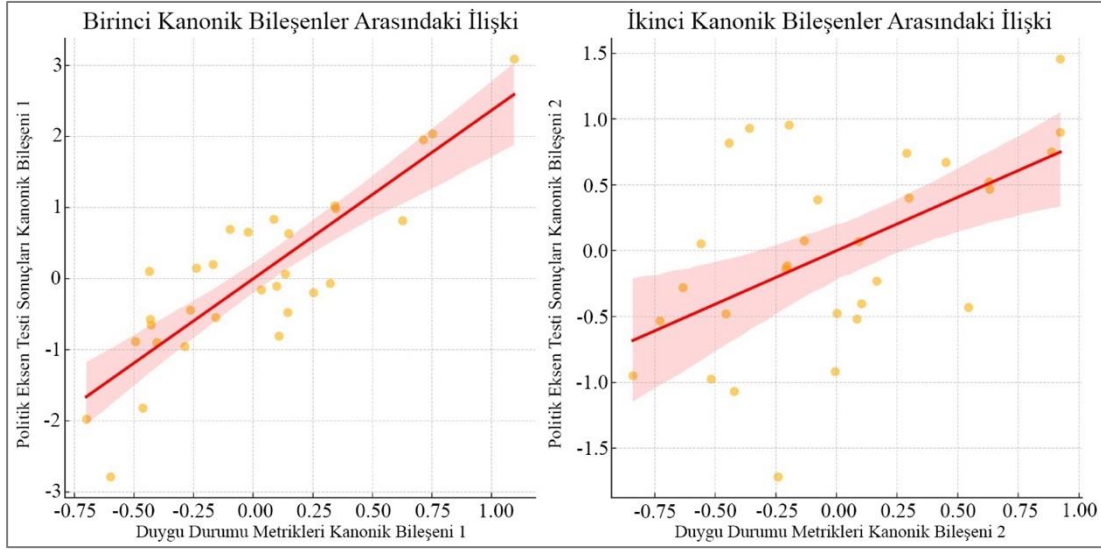
Heyecan, İlgi, Rahatlama, Stres; AKP ve CHP reklam filmleri / 30x12) ise bağımsız değişkenler (X) olarak belirlenmiştir. Veri setleri hazırlandıktan sonra, kanonik korelasyon analizi uygulanmış ve kanonik bileşenler elde edilmiştir. Gerçekleştirilen kanonik korelasyon analizi sonucu elde edilen kanonik korelasyonlar katsayıları Tablo 5.46’da yer almaktadır.

Kanonik Değişken	Korelasyon Katsayısı
Kanonik Değişken 1	0.8548
Kanonik Değişken 2	0.5418

Tablo 5.46. Kanonik korelasyon katsayıları

Kanonik korelasyon analizi sonuçlarına göre, politik eksen testi ve duygu durumları metrikleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla gerçekleştirilen analizde, değişken setlerinden biri daha az sayıda değişken içerdiğinden (politik eksen testi, ekonomik ölçek ve sosyal ölçek olmak üzere iki değişkenden oluşmaktadır) Tablo 5.46’da yer alan iki adet kanonik korelasyon katsayısı elde edilmiştir. Elde edilen kanonik korelasyon katsayılarına bakıldığında, birinci kanonik değişken ile X ve Y arasındaki korelasyon katsayısının 0.8548’dir. Bu katsayı, ilgili değişkenler arasında güçlü bir doğrusal ilişki olduğunu göstermekte ve birinci kanonik değişkenin X ve Y arasındaki ortak varyansın büyük bir kısmını açıkladığını ifade etmektedir. Öte yandan, ikinci kanonik değişkenin korelasyon katsayısı ise 0.5418 olarak hesaplanmıştır. Bu orta düzeydeki korelasyon katsayısı, ikinci kanonik değişkenin X ve Y arasındaki ilişkinin daha az belirgin ancak yine de anlamlı bir kısmını temsil ettiğini göstermektedir. Bu durum, iki değişken arasındaki ortak varyansın önemli bir kısmının birinci kanonik değişken tarafından açıklanırken, ikinci kanonik değişkenin daha sınırlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine katılımcılar tarafından verilen duygusal ve bilişsel tepkiler ile katılımcıların politik eksen testi sonuçlarının kanonik bileşenleri arasındaki ilişkiler, Şekil 5.32’de yer almaktadır. Birinci ve ikinci kanonik bileşenler arasındaki bu ilişkiler, duygusal durum metrikleri ile politik eğilimler arasındaki etkileşimi görselleştirmektedir.



Şekil 5.32. Duygu Durum Metrikleri ile Politik Eksen Testi sonuçları arasındaki kanonik bileşen ilişkileri

Şekil 5.32’deki ilk grafikte, Duygu Durumu Metrikleri Kanonik Bileşeni 1 ile Politik Eksen Testi Sonuçları Kanonik Bileşeni 1 arasında güçlü ve pozitif bir ilişki gözlemlenmektedir, bu katılımcıların duygusal tepkilerinin politik eğilimleriyle uyum içinde olduğunu ortaya koymaktadır. İkinci grafikteki daha zayıf pozitif ilişki, bu uyumun ikinci bileşenler arasında daha düşük bir düzeyde gerçekleştiğini işaret etmektedir. Özellikle, birinci kanonik bileşenlerin daha güçlü bir ilişki göstermesi, belirli duygusal ve bilişsel tepkilerin politik eğilimler üzerinde daha belirgin bir etkisi olabileceğini işaret etmektedir.

Kanonik korelasyon analizi sonucunda, AK Parti 2023 “Umutlar Seninle” ve CHP 2023 “Haydi Türkiye” seçim reklam filmlerine katılımcılar tarafından verilen duygusal ve bilişsel tepkiler için hesaplanan kanonik ağırlıklar Tablo 5.47’de yer almaktadır. İlgili tablo, iki farklı seçim reklam filmine yönelik duygusal tepkilerin birinci ve ikinci kanonik bileşenlerle olan ilişkisini detaylandırmaktadır. Tabloda yer alan duygusal ve bilişsel tepki değişkenleri (örneğin, dikkat, katılım, heyecan, ilgi, rahatlama, stres), her bir kanonik bileşen için farklı ağırlıklarla temsil edilmektedir. Bu ağırlıklar, ilgili değişkenin kanonik bileşen üzerindeki etkisinin büyüklüğünü ve yönünü (pozitif veya negatif) yansıtmaktadır.

Kategori	Değişkenler	Kanonik Ağırlık 1	Kanonik Ağırlık 2
Duygu Durumu Metrikleri (AK Parti 2023 “Umutlar Seninle Seçim Reklam Filmi)	Dikkat	-0.309898	0.447828
	Katılım	-0.037364	-0.155961
	Heyecan	0.103451	-0.235554
	İlgi	-0.004351	-0.215119
	Rahatlama	0.010427	0.595545
	Stres	-0.442469	-0.243386
Duygu Durumu Metrikleri (CHP 2023 “Haydi Türkiye” Seçim Reklam Filmi)	Dikkat	0.343411	-0.197890
	Katılım	0.240203	-0.021956
	Heyecan	-0.206262	0.332460
	İlgi	-0.380078	-0.016086
	Rahatlama	-0.038810	-0.137869
	Stres	0.576039	0.300026

Tablo 5.47. Seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumu metrikleri için kanonik ağırlıklar

Tablo 5.47’deki veriler incelendiğinde; AK Parti’nin seçim reklam filmine yönelik analizlerde, “Dikkat” ve “Stres” metriklerinin kanonik yapı içerisinde anlamlı negatif yükler taşıdığı, buna karşılık “Rahatlama” metriğinin pozitif yönde önemli bir ağırlığa sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgular, katılımcıların bu reklam filmine maruz kaldıklarında dikkat seviyelerinde bir azalma ve stres seviyelerinde bir artış yaşadıklarını, aynı zamanda bir rahatlama hissi deneyimledikleri şeklinde yorumlanabilmektedir. CHP’nin reklam filmine ilişkin bulgular ise, “Stres” ve “Dikkat” metriklerinin pozitif ağırlıklarla öne çıktığını, buna karşılık “İlgi” ve “Heyecan” metriklerinin negatif ağırlıklarla kanonik ilişki kurduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, izleyicilerin bu reklam filmi sırasında artan stres ve dikkat seviyelerine karşın, ilgi ve heyecan düzeylerinde bir azalma yaşadıklarını işaret etmektedir.

Kanonik korelasyon analizi sonucu, politik eksen testinin iki temel değişken olan “Ekonomik Ölçek” ve “Sosyal Ölçek” için hesaplanan kanonik ağırlıklar Tablo 5.48’de yer almaktadır.

Kategori	Değişkenler	Kanonik Ağırlık 1	Kanonik Ağırlık 2
Politik Eksen Testi Verileri	Ekonomik Ölçek	-0.733795	0.679371
	Sosyal Ölçek	-0.679371	-0.733795

Tablo 5.48. Politik eksen testi sonuçları için kanonik ağırlıklar

Tablo 5.48'deki veriler incelendiğinde, “Ekonomik Ölçek” ve “Sosyal Ölçek” değişkenlerinin birinci kanonik ağırlık vektöründe negatif yönlü ağırlıklara sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, her iki ölçeğin birinci kanonik fonksiyon ile ters yönde anlamlı bir ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir. İkinci kanonik ağırlık vektöründe ise, “Ekonomik Ölçek” pozitif bir ağırlıkla, “Sosyal Ölçek” ise negatif bir ağırlıkla ilişkilendirilmiştir. Bu bulgu, ikinci kanonik fonksiyonun bu iki ölçeğin karşıt yönlerde hareket ettiğini ortaya koymaktadır; yani, ekonomik ölçek arttığında sosyal ölçek azalma eğilimi göstermekte veya tam tersi bir dinamik gözlenmektedir.

Kanonik korelasyon analizinde elde edilen kanonik değişkenlerin politik eksen testi sonuçlarının üzerindeki açıklayıcılık gücü olan açıklanan varyans / güç analizi bulguları Tablo 5.49’da gösterilmektedir.

Kanonik Değişken	Açıklanan Varyans/Güç
Kanonik Değişken 1	0.723446
Kanonik Değişken 2	0.276554

Tablo 5.49. Politik eksen testi sonuçlarının açıklanan varyans / güç analizi

Tablo 5.49’da yer alan veriler incelendiğinde, kanonik değişken 1 için açıklanan varyans/güç değeri 0.723446’dır. Bu oran, kanonik değişken 1’in politik eksen testi verilerinin varyansının %72,34’ünü açıkladığını göstermekte ve politik eksen testi sonuçları üzerindeki açıklayıcılık gücünün oldukça güçlü olduğunu, dolayısıyla politik eğilimlerin belirlenmesinde önemli bir rol oynadığını işaret etmektedir. Öte yandan, kanonik değişken 2 için açıklanan varyans/güç değeri 0.276554’tür; bu oran, kanonik değişken 2’nin politik eksen testi verilerinin varyansının %27,66’sını açıkladığını göstermektedir. Bu daha düşük oran, kanonik değişken 2’nin açıklayıcılık gücünün birinci değişkene kıyasla sınırlı olduğunu, ancak

yine de politik eğilimlerin analizinde dikkate alınması gereken anlamlı bir etkisinin bulunduğunu ortaya koymaktadır.





6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER

Toplumsal hafıza, bireylerin kişisel yaşam tecrübelerinin ötesinde, toplumun ortak hafızasını oluşturan kolektif bir yapı olarak değerlendirilmektedir. Sosyoloji alanının merkez konusu haline gelen bu kavram, bireylerin hatıralarında yer alan olgu ve olayların sadece bireysel hafızalarından değil, etkileşim içerisinde bulundukları grupların ve toplumun hafızasında kalanlar ile şekillendiğini varsayar. Geçmişte meydana gelen herhangi bir olay ya da olgunun birebir biçimde hafızalarda saklanmasından ziyade, her dönemin toplumsal ve siyasal koşullarıyla yeniden inşa edilmesini içermektedir. Toplumsal hafıza bu noktadan konu ele alanınca, bireylerin, grupların ve toplumların geçmişlerini dün, bugün ve gelecekte nasıl anlamlandırdıklarını etkileyen dinamik bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplumsal hafızanın bireyler ve gruplar üzerindeki etkileri sosyal bilimler alanında farklı başlıklar altında derinlemesine incelendiğinde bu kavramın kimlik oluşumu üzerindeki kritik önemi ortaya çıkmaktadır. Çünkü toplumsal hafıza, bireylerin ve grupların geçmiş deneyimlerini, ortak anılarını ve değerlerini gelecek kuşaklara aktarmak amacıyla saklamaktadır. Bu süreç, bireylerin kimliklerini şekillendirirken, aynı zamanda toplumsal kimliğin ve aidiyet duygusunun oluşmasına katkıda bulunur. Temel olarak kimlik kavramı, bireyin kendisini ve başkalarını tanımlama biçimlerini, sosyal ve bireysel etkileşimlerle biçimlenen öz imajını ve toplumsal düzlemdeki konumunu ifade etmektedir. Psikolojik açıdan bakıldığında kimlik, bir kişinin içsel deneyimlerini, benlik duygusunu, duygusal eğilimlerini ve kişisel gelişim süreçlerini içerir. Bu yöntem, bir kişinin “ben kimim?” sorusuna nasıl yanıt verdiğine ve değerlerinin, inançlarının ve kişisel özelliklerinin bu yanıtı nasıl etkilediğine bakmaya odaklanır. Sosyolojik açıdan bakıldığında, cinsiyet, ırk, sosyal sınıf ve roller gibi sosyal özellikler bireyin kimliğini oluşturur. Bu çerçevede, bireyin kimliği sosyal çevresiyle olan etkileşimleriyle şekillenir ve kültürel tanımlar, grup bağlılıkları ve sosyal normlarla süregelen etkileşimler yoluyla gelişir.

Demokratik sistemlerin sürekliliğini sağlayan seçim dönemleri, bireylerin toplumsal hafızaları ve kimliklerinin seçmen algı ve davranışlarına yansıdığı önemli süreçlerdir. Bu bağlamda, seçmenlerin karar alma süreçlerini anlamak amacıyla geliştirilmiş olan teorik modeller, bireylerin oy verme davranışlarını çeşitli

perspektiflerden ele almaktadır. Sosyolojik model, seçmenlerin oy tercihlerini toplumsal bağlam ve ilişkiler ağı içinde değerlendirirken; psikolojik model, seçmenlerin uzun vadeli aidiyetleri, özellikle parti kimliği gibi faktörlerle nasıl özdeşleştiklerini vurgulamaktadır. Öte yandan rasyonel model ise seçmenleri, kendi çıkarlarını en iyi temsil eden aday veya partiyi seçen rasyonel aktörler olarak tasvir etmektedir. Bu modellerin her biri, seçmen davranışlarının şekillenmesinde hem kısa vadeli hem de uzun vadeli faktörlerin belirleyici olduğunu savunmaktadır. Kısa vadeli faktörler arasında ekonomik koşullar, medya etkisi, liderlerin performansı, kamuoyu araştırmaları, seçim kampanyaları ve reklamlar öne çıkarken; uzun vadeli yapısal faktörler arasında yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, dini bağlılık, sosyo-ekonomik statü, etnik köken ve aile gibi unsurlar bulunmaktadır. Bu kapsamda, toplumsal hafıza ve kimlikler ile seçmen algı ve davranışları arasındaki ilişki, bireylerin toplumsal ve siyasal süreçlerdeki davranışlarını derinlemesine anlamayı sağladığı gibi, bu kavramlar arasındaki etkileşim, toplumsal dinamiklerin karmaşıklığını ve çok katmanlı yapısını da ortaya koymaktadır.

Bu araştırma, toplumsal hafıza, siyasal kimlik ve ideoloji ile seçmen algı ve davranışı arasındaki ilişkileri, 2023 yılında Türkiye’de gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı ve milletvekili seçimlerine katılan siyasal partilerin seçmenleri etkilemek amacıyla hazırladıkları siyasal iletişim materyalleri olan seçim reklam filmlerinin seçmenler üzerindeki etkilerini nörometrik yöntemler kullanarak analiz edip incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, verilerin farklı yöntemlerle toplanarak analiz edildiği üçgenleme / çeşitlendirme (triangulation) yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Dört aşamadan oluşan araştırmanın ilk aşamasında, katılımcıların demografik bilgileri ve 2023 seçimlerindeki tercihlerine yönelik anketler uygulanmıştır. İkinci aşamada, katılımcıların siyasal yönelimlerini belirlemek için Politik Eksen Testi kullanılmıştır. Üçüncü aşamada, elektroensefalografi (EEG) tekniğiyle beyin aktiviteleri izlenmiş ve siyasal iletişim materyallerinin etkisi değerlendirilmiştir. Son aşamada ise, katılımcıların deney sırasında maruz kaldıkları siyasi uyarılardan akıllarında kalan kavram ve unsurlar ile seçim reklam filmlerinden bağımsız olarak kendileri için önemli ve önemsiz olan kavram ve unsurların neler olduğu tespit edilmiştir. Bu yöntem, elde edilen bulguların güvenilirliğini artırmak amacıyla tercih edilmiştir. Elde edilen veriler, katılımcıların politik eksenleri merkezinde oluşan kümeler üzerinden seçim reklam filmlerine tepkilerini ve bu

reklam filmlerinden akıllarında kalan kavram ve unsurların neler olduğunu ortaya koyarak seçim reklam filmlerinden bağımsız olarak kendileri için önemli olan kavram ve unsurların da belirlenmesini sağlamıştır.

Farklı yöntemler kullanılarak elde edilen bulgular, bir bütünlük ve anlamlılık oluşturması açısından araştırmanın soruları üzerinden bu bölümde ele alınarak açıklanmaya ve değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Gerçekleştirilen araştırmanın ilk sorusu olan “*Toplumsal hafıza kodlarının siyasal algıları ve davranışları belirlemede nasıl bir etkisi vardır?*” sorusuna elde edilen bulgular ışığında bakıldığında, toplumsal hafıza kodlarının siyasal algılar ve davranışlar üzerindeki güçlü etkisini açıkça ortaya koymaktadır. Örneğin; politik eksen testi sonucu sol eksenin en özgürlükçü kısmında yer alan Küme 1’deki katılımcılar ile eksenin sağında en otoriter kısmında yer alan Küme 7’deki katılımcı kıyaslandığında hem ideolojik olarak hem seçim reklam filmlerine yönelik duygu durumları açısından hem de akılda kalan kavram ve unsurlar açısından farklılıklar ortaya koyulmuştur. Küme 1, laik, Atatürkçü, sosyalist ve sol eğilimli katılımcılardan oluşmaktadır. Bu kümedeki katılımcılar, CHP reklamına karşı daha yüksek dikkat, katılım, ilgi ve stres göstermiş; AK Parti reklamına ise daha düşük heyecan ve stres tepkileri vermişlerdir. Buna karşılık, Küme 7, muhafazakâr, ülkücü ve milliyetçi kimliklere sahip katılımcıdan oluşmaktadır. Bu kümedeki katılımcılar, AK Parti reklamına karşı daha yüksek katılım, heyecan, ilgi ve stres göstermiş; CHP reklamına ise daha düşük rahatlama ve ilgi ile tepki vermiştir. Duygu durumu verileri, katılımcıların izledikleri siyasal reklam filmlerine verdikleri tepkilerin, geçmiş deneyimlerine ve toplumsal hafızalarına bağlı olarak değiştiğini göstermektedir. Katılımcıların beyin dalgası aktiviteleri, belirli toplumsal hafıza kodları içeren uyaranlara daha fazla tepki verdiklerini, bu tepkilerin ise siyasal algıları doğrudan etkilediğini ortaya koymuştur. Örneğin, geçmişteki siyasi olaylara ve liderlere yapılan göndermeler, katılımcıların dikkat, ilgi ve duygusal katılım düzeylerini artırmış, bu durum da toplumsal hafızanın siyasal davranışları şekillendirmedeki önemini göstermiştir. Ayrıca, Küme 1’deki katılımcıların ve Küme 7’deki katılımcının AK Parti ve CHP seçim reklam filmlerine yönelik akıllarında kalan kavram ve unsurların karşılaştırılması ise her iki kümenin farklı tematik önceliklere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Küme 1’de, AK Parti’nin “Umutlar Seninle” reklam filminden akılda

kalan kavram ve unsurlar, sosyal yardım politikaları, altyapı projeleri ve dini değerlere verilen önemi vurgulayan kavram ve unsurlar etrafında şekillenirken, CHP'nin "Haydi Türkiye" filminde toplumsal birlik, yenilik ve kazanma isteği temaları öne çıkmıştır. Buna karşın, Küme 7'deki katılımcı için AK Parti'nin reklam filmi, güçlü liderlik, bağımsız Türkiye ve yerli üretim gibi kavramlarla akılda kalmış; CHP'nin filmi ise mevcut duruma yönelik memnuniyetsizlik ve geleceğe yönelik vaatlerin temsili ile dikkat çekmiştir.

Araştırmanın ikinci sorusu olan "*Seçmenleri siyasal hafıza konusunda etkileyebilecek kavram ya da unsurlar nelerdir?*" sorusuna yönelik bulgular; seçim reklam filmlerinde yer alan, deney sonucu sorulan ve katılımcıların akıllarında kalan kavram ve unsurlar üzerinden incelendiğinde; katılımcıların AK Parti'nin "Umutlar Seninle" reklam filmine yönelik olarak, altyapı projeleri, lider figürü, sosyal yardım politikaları ve dini değerlere yapılan vurguları ön planda tuttukları görülmektedir. Özellikle "Recep Tayyip Erdoğan'ın çocukluk fotoğrafı", "Türkiye Yüzyılı", "15 Temmuz Darbe Girişimi", "Yapılan Köprüler" ve "Türk Bayrakları" gibi kavram ve unsurlar, AK Parti'nin halkla kurduğu bağ, liderlik anlayışı ve yerli üretim projeleri ile katılımcıların zihninde yer etmiştir. Diğer yandan, CHP'nin "Haydi Türkiye" reklam filmine ilişkin olarak da katılımcılar daha çok toplumsal birlik ve dayanışma, ekonomik kalkınma, genç nesil ve yenilik temalarına odaklanmıştır. "Birlik ve Beraberlik", "Ekonomik Kalkınma", "Umut", "Gençlik" ve "Bahar" gibi kavram ve unsurlar, CHP'nin sosyal adalet, özgürlük ve değişim odaklı mesajlarının izleyiciler üzerinde bıraktığı etkileri yansıtmaktadır. Bu bulgular, her iki partinin seçim kampanyalarının katılımcılar üzerinde farklı temalar ve değerler çerçevesinde kalıcı izler bıraktığını, siyasal partilerin ve aktörlerin, toplumsal hafızayı şekillendiren bu tür kavram ve unsurları stratejik olarak kullanarak seçmen davranışlarını etkileme gücüne sahip olduğunu göstermektedir.

Ayrıca, yine aynı soruya yönelik gerçekleştirilen, araştırmada deney sonu anket soruları içerisinde yer alan ve deney içeriğinden bağımsız olarak katılımcılar tarafından önem sıralaması yapılması istenen 13 kavram ve unsura yönelik tüm katılımcılardan elde edilen bulgular da ise; "Adalet" kavramının 10.9 puan ile en yüksek öneme sahip olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla "Bağımsızlık ve milli egemenlik" (9.5 puan) ve "Atatürk" (9.2 puan) kavramları izlemektedir. Bu sonuçlar,

adalet, milli egemenlik ve Atatürk kavramlarının katılımcılar tarafından büyük bir önemle değerlendirildiğini göstermektedir. “Laiklik” (8.2 puan), “Ekonomik güç ve kalkınma” (8.2 puan), “Teknoloji ve bilim” (8.0 puan) ve “Ekonomik özgürlük ve eşitlik” (7.2 puan) gibi kavramlar ise orta sıralarda yer almakta, bu da katılımcıların bu kavramlara da belirli bir önem verdiklerini ortaya koymaktadır. “Toplumsal eşitlik” kavramı ise 6.7 puanla katılımcılar için önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Daha düşük puanlarla değerlendirilen “Birlik ve beraberlik” (6.6 puan), “İnanç özgürlüğü” (6.3 puan) ve “Milli ve manevi değerler” (4.7 puan) gibi kavramlar, katılımcıların bu değerlere de belirli bir önem atfettiklerini ancak diğer kavramlar kadar yüksek bir öncelik vermediklerini göstermektedir. En düşük puana sahip kavramlar “Dini isim, kitap, ibadet ve mekân” (3.0 puan) ve “Tarihi isim, figür ve semboller” (2.5 puan) olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar, araştırmaya katılan katılımcıların dini ve tarihsel sembollerle ilgili kavramları diğer kavramlara kıyasla daha az önemseydiğini ortaya koymaktadır. Genel olarak, adalet, milli egemenlik ve Atatürk gibi kavramların en yüksek öneme sahip olduğu, ekonomik özgürlük ve eşitliğin orta sıralarda yer aldığı, dini ve tarihsel sembollerin ise daha az önemli bulunduğu bir değer hiyerarşisi olduğu görülmektedir. Kümeler ölçeğinde 13 adet kavram ve unsurun sıralamaları incelendiğinde, politik eksen testi sonucu ortaya çıkan küme merkezleri ve eksen noktaları, farklı öncelik sıralamaları sunmaktadır. Örneğin, politik eksenin sol tarafında ve en özgürlükçü bölgesinde yer alan Küme 1’deki katılımcılar için, siyasi algı ve davranışlar üzerinde etkili olabilecek kavramlar arasında adalet (12.0), laiklik (10.3) ve teknoloji ve bilim (9.7) en önemli faktörler olarak öne çıkarken; milli ve manevi değerler (2.7), tarihi isimler, figürler ve semboller (2.3) ile dini isim, kitap, ibadet ve mekânlar (1.0) en az önemli olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgular, Küme 1’deki bireylerin siyasi kimlikleri (Laik, Atatürkçü, Sosyalist, Marksist, Sosyal Demokrat) ve eğilimlerinde rasyonel ve modern değerlere daha fazla önem verdiklerini, buna karşılık geleneksel ve dini unsurlara daha az öncelik verdiklerini ortaya koymaktadır. Diğer yandan, politik eksen testinin sağ tarafından ve en otoriter bölgesinde yer alan Küme 7’deki katılımcının en önemli olarak değerlendirdiği kavramlar arasında tarihi isimler, figürler ve semboller (13.0), milli ve manevi değerler (12.0) ve dini isim, kitap, ibadet ve mekânlar (11.0) belirgin şekilde öne çıkarken; en önemsiz olarak değerlendirilen unsurlar ise Atatürk (3.0), inanç özgürlüğü (2.0) ve laiklik (1.0) olarak sıralanmıştır. Bu bulgular, Küme 7’deki katılımcının geleneksel ve

dini değerlere yüksek önem atfettiğini, buna karşın laiklik ve inanç özgürlüğü gibi seküler kavramları nispeten düşük bir değerle değerlendirdiğini göstermektedir. Bu durum, katılımcının benimsediği siyasi kimliğinde (Muhafazakâr, Ülkücü, Milliyetçi) ve buna istinaden toplumsal algılarında muhafazakâr ve dini bir eğilimin baskın olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, seçmen algı ve davranışlarının, bireysel tercihlerden ziyade, siyasi kimliklerin yanı sıra toplumsal ve kültürel bağlamlar tarafından şekillendirilen karmaşık bir olgu olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, siyasi kimliklerin ve ideolojik yönelimlerin, bireylerin hangi kavramları ve değerleri önceliklendirdiklerini belirlemede merkezi bir rol oynadığı, çalışmanın bulguları tarafından desteklenmektedir.

Araştırmanın üçüncü sorusu olan “*Seçmenlerin siyasal eksenleri ile siyasal reklam filmlerine yönelik nörometrik işaretleri arasında nasıl bir ilişki vardır?*” sorusuna yönelik bulgular incelendiğinde, katılımcıların siyasal eksenleri ile siyasal reklam filmlerine verdikleri nörometrik tepkiler arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Politik eksen testi sonuçlarına göre, en soldan en sağa doğru sıralanan katılımcı kümeleri incelendiğinde, siyasal reklam filmlerine verdikleri duygusal tepkilerde belirgin farklılıklar gözlemlenmiştir. Küme 1’de yer alan ve en sol ekseninde bulunan özgürlükçü katılımcılar, CHP’nin reklam filmine daha yüksek dikkat, katılım, ilgi, rahatlama ve stres tepkileri verirken, AK Parti reklamına daha düşük stres ve heyecan ile daha yüksek katılım oranlarıyla yanıt vermişlerdir. Küme 2’deki sol ve özgürlükçü/otoriter eğilimli katılımcılar, CHP reklamına daha yüksek dikkat, heyecan, ilgi ve rahatlama tepkileri göstermiş, AK Parti reklamına ise daha yüksek katılım ve stres ile yanıt vermiştir. Küme 3’teki sol-otoriter ekseninde bulunan katılımcılar, CHP reklamına daha yüksek ilgi, rahatlama ve stres ve katılım tepkileri verirken, AK Parti reklamına daha fazla heyecan ile tepki göstermiştir. Küme 4’teki sol ve özgürlükçü katılımcılar, CHP reklamına daha yüksek katılım, dikkat ve heyecan gösterirken, AK Parti reklamına daha düşük stres ve rahatlama ile yanıt vermişlerdir. Küme 5’te yer alan orta sol ve özgürlükçü/otoriter eğilimli katılımcılar, CHP reklamına daha yüksek katılım, ilgi ve stres göstermiş, AK Parti reklamına ise daha fazla heyecan ve dikkat ile yanıt vermiştir. Küme 6’daki sol ve özgürlükçü katılımcılar, CHP reklamına daha yüksek ilgi, stres ve katılım tepkisi verirken, AK Parti reklamına daha yüksek rahatlama ve dikkat ile yanıt vermişlerdir. Küme 7’deki sağ-otoriter ekseninde yer alan katılımcılar, AK Parti reklamına daha yoğun katılım, heyecan, ilgi ve stres tepkileri

verirken, CHP reklamına daha yüksek dikkat ve heyecan ile yanıt vermişlerdir. Küme 8'deki en sağ ve pragmatik eğilimli katılımcılar, CHP reklamına daha yüksek katılım, ilgi, heyecan ve stres tepkileri verirken, AK Parti reklamına daha fazla dikkat ve rahatlama ile yanıt vermişlerdir. Bu bulgular, politik eksen konumlarının, siyasal reklamlara verilen duygusal tepkileri büyük ölçüde etkilediğini göstermektedir; sol eğilimli seçmenler CHP reklamlarına daha olumlu yanıt verirken, sağ eğilimli seçmenler AK Parti reklamlarına daha güçlü duygusal tepkiler vermektedir. Bu sonuçlar, siyasal eksenler ile siyasal reklam filmlerindeki uyaranlara verilen tepkiler arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmanın son sorusu *“Seçmenlerin siyasal eksenleri ile siyasal reklam filmlerindeki uyaranlara tepkileri arasında nasıl bir ilişki vardır?”* sorusuna yanıt verebilmek için elde edilen veriler ışığında siyasal eksen konumlarının, katılımcıların siyasal reklam filmlerine verdikleri duygusal tepkiler üzerinde önemli bir etkisi olduğu söylenebilir. Veriler, katılımcıların siyasal eksenlerinin, dikkat, katılım, heyecan, ilgi, rahatlama ve stres gibi nörometrik işaretlerde belirgin farklılıklar yarattığını göstermektedir. Örneğin; sol ekseninde yer alan özgürlükçü katılımcıların genel olarak CHP'nin reklam filmine daha yüksek dikkat, ilgi ve rahatlama tepkileri verdiği, buna karşın AK Parti'nin reklam filmine daha düşük stres ve heyecanla yanıt verdiği görülmektedir. Bu durum, bu katılımcıların siyasal kimlikleri ile izledikleri reklamlarda yer alan uyaranlara verdikleri duygusal tepkilerin birbirleriyle ilişkili olduğunu işaret etmektedir. Diğer taraftan, sağ ekseninde yer alan ve otoriter eğilimler gösteren katılımcıların ise AK Parti reklam filmindeki uyaranlara daha yüksek katılım, heyecan ve stres tepkileri verdiği, CHP reklam filmine ise daha yüksek dikkat ve heyecanla yanıt verdiği tespit edilmiştir. Bu bulgular da benzer şekilde siyasal eksenlerin tepkiler üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, bu verilerden hareketle, seçmenlerin siyasal eksenleri ile siyasal reklam filmlerindeki uyaranlara verdikleri tepkiler arasında belirgin bir ilişki olduğu söylenebilir. Seçmenler, siyasal eğilimlerine ve kimliklerine daha yakın hissettikleri reklamlara daha olumlu ve yoğun duygusal tepkiler verirken, karşıt siyasal ekseninde bulunan reklamlara daha düşük düzeyde ve bazen olumsuz duygusal tepkiler verebilmektedir. Bu bulgular, siyasal kampanyaların hedef kitlelerinin duygusal eğilimlerini göz önünde bulundurarak tasarlanması gerektiğini de ortaya koymaktadır.

Bu çalışma, toplumsal hafıza kodlarının siyasal algı ve davranışları şekillendirmede kritik bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal hafızanın ön plana çıkarılması, seçmenlerin belirli bir siyasal davranışa yönlendirilmesinde etkili bir yöntem olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, seçmenlerin siyasal eksenleri ile siyasal reklam filmlerine verdikleri tepkiler arasındaki ilişki, siyasal mesajların bireylerin ideolojik konumlarına göre özelleştirilmesinin de önemini vurgulamaktadır. Gelecek araştırmalar, farklı toplumsal hafıza kodlarının ve siyasal reklam materyallerinin seçmenler üzerindeki etkilerini daha ayrıntılı bir şekilde inceleyerek, siyasal iletişim stratejilerine yönelik daha derinlemesine bir anlayış sağlayabilir.

Bu çalışmanın bulguları ışığında, siyasal partiler ve araştırmacılar için çeşitli stratejik öneriler sunulabilir. Bu öneriler aşağıda ele alınmıştır.

Toplumsal hafıza kodlarının stratejik kullanımı

Siyasal partiler, kampanya stratejilerini geliştirirken toplumsal hafıza kodlarını daha etkin bir şekilde kullanmalıdır. Özellikle ideoloji temelli bakış açılarının ifade edildiği, geçmişteki önemli olaylar, ulusal kimlik sembolleri ile teknoloji ve ekonomik gelişmeyle alakalı konjonktürün gündeminde yer alan kavram ve unsurlar, seçmenlerin duygusal bağlarını harekete geçirebilir ve onların algılarını yönlendirebilir. Siyasal partiler, bu tür unsurları içeren mesajlar ve içeriklerle seçmenleri etkilemeye yönelik stratejiler geliştirmelidir.

Hedef kitleye yönelik ideolojik uyum

Partiler, farklı ideolojik eksenlerde yer alan seçmen gruplarına hitap edecek şekilde özelleştirilmiş mesajlar oluşturmmalıdır. Bu çalışmanın bulguları, seçmenlerin siyasal eksenleri ile reklam mesajlarına verdikleri tepkiler arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, siyasal iletişim materyalleri hazırlanırken,

seçmen kitlesinin ideolojik eğilimleri göz önünde bulundurulmalı ve mesajlar bu doğrultuda ęekillendirilmelidir.

Nörometrik araştırmaların kullanımı

Siyasal partiler, nörometrik analizleri kampanya stratejilerinde kullanmayı düşünmelidir. Elektroensefalografi (EEG), göz izleme (Eyetracking) ve cilt tepkimesi lm (GSR) gibi uygun maliyetli tekniklerle seçmenlerin farklı mesajlara verdikleri nörolojik tepkiler ölçülebilir ve bu veriler, etkili kampanya materyalleri geliştirmek için kullanılabilir. Bu tür yöntemler, seçmenlerin bilinçdışı tepkilerini anlamaya ve bu tepkiler üzerinden stratejik iletişim planları oluştırmaya yardımcı olabilir.

Siyasal kampanyalarda duygusal katılımın artırılması

Seçmenlerin duygusal katılımını artırmak için, siyasal kampanyalarda daha güçlü duygusal temalar kullanılmalıdır. Bu çalışmanın bulguları, dikkat, ilgi ve heyecan gibi duygusal durumların siyasal iletişim materyalleri aracılığıyla oluşturulabildiğini göstermektedir. Bu nedenle, kampanyalarda duygusal içerikler ve hikayeler kullanılmalı, seçmenlerin duygusal bağları harekete geçirilmelidir.

Toplumsal hafıza ve siyasal algı arasındaki ilişkilerin derinlemesine incelenmesi

Gelecek araştırmalar, toplumsal hafıza kodları ile siyasal algılar arasındaki ilişkileri daha ayrıntılı bir ęekilde incelemelidir. Farklı toplumsal gruplar ve demografik özelliklere sahip seçmenler üzerinde yapılacak çalışmalar, bu kodların farklı kesimlerde nasıl algılandığını ve etkilediğini daha iyi anlamayı sağlayacaktır.

Farklı nörometrik tekniklerin kullanımı

Nörometrik araştırmalar, siyasal iletişim alanında giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Araştırmacılar, elektroensefalografi'nin (EEG) yanı sıra göz izleme

tekniki (eye tracking), cilt tepkimesi ölçümü (GSR), işlevsel yakın kızılötesi görüntüleme yöntemi (fNIRS) ve fonksiyonel manyetik rezonans görüntüleme (fMRI) gibi diğer nörometrik teknikleri de kullanarak seçmenlerin zihinsel süreçlerini daha kapsamlı bir şekilde inceleyebilir. Bu tür teknikler, siyasal mesajların farklı boyutlarının nasıl algılandığını ve hangi tür mesajların daha etkili olduğunu belirlemek için kullanılabilir.

Siyasal iletişim stratejilerinde kültürel ve tarihsel faktörlerin incelenmesi

Siyasal iletişim stratejilerinin etkili olabilmesi için, bu stratejilerin kültürel ve tarihsel bağlamda nasıl işlediğinin daha iyi anlaşılması gerekmektedir. Araştırmacılar, toplumsal hafızanın kültürel ve tarihsel bağlamlarda nasıl inşa edildiğini ve bu hafızanın siyasal davranışlar üzerindeki etkilerini daha derinlemesine incelemelidir.

Araştırma tasarımlarında üçgenleme / çeşitlendirme (triangulation) yönteminin yaygınlaştırılması

Bu çalışmada kullanılan üçgenleme / çeşitlendirme yöntemi, bulguların güvenilirliğini artırmak için etkili bir araç olarak öne çıkmıştır. Gelecek araştırmalarda, farklı veri toplama yöntemlerinin bir arada kullanılması, daha sağlam ve geçerli sonuçlar elde edilmesine katkı sağlayabilir. Araştırmacılar, özellikle karmaşık siyasal süreçleri anlamak için bu tür metodolojik çeşitliliği teşvik etmelidir.

KAYNAKLAR

- Abi-Rached, J. M., & Rose, N. (2010). The birth of the neuromolecular gaze. *History of the Human Sciences*, 23(1), 11-36. <https://doi.org/10.1177/0952695109352407>
- Acar, F. and Altunok, G. (2013). The 'politics of intimate' at the intersection of neo-liberalism and neo-conservatism in contemporary turkey. *Women S Studies International Forum*, 41, 14-23. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2012.10.001>
- Adak, H. (2009). National myths and the commemoration of the Gallipoli campaign: A study of the construction of Turkish identity in memory. *Middle Eastern Studies*, 45(3), 477-491.
- Ahmad, F. (1977). *The Turkish experiment in democracy: 1950-1975*. C. Hurst & Company.
- Ahmad, F. (1993). *The Making of Modern Turkey*. London: Routledge.
- Akçura, Y. (1976). *Üç Tarz-ı Siyaset*, Ankara: TTK.
- Akgün, B. (2000). Türkiye'de seçmen davranışı: Partizan tutumlar, ideoloji ve ekonomik faktörlerin oy vermeye etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (4), 75-92.
- Akgün, B. (2007). *Türkiye'de seçmen davranışı, partiler sistemi ve siyasal güven*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Akın, M. H. (2009). *Siyasal Toplumsallaşma sürecinde gençlik-teorik ve uygulamalı bir çalışma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Akın, N. (2012). *Yerel seçimlerde aday imajının seçmen tercihlerine etkisi: İzmir ili için bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Programı, İzmir.
- Akıncı, M. ve Akın, E. (2013). Siyasetin gösterileşmesi, lider olgusu ve seçmen tercihi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (2), 329-352.
- Akpolat, Y., (2003), *Neden batıya koşuyoruz neden batıdan kaçıyoruz?*. İstanbul: Q-Matris yayınları.
- Akyılmaz, B. (2019). *Stratejik açıdan seçmen pazarını bölümlendirmede yeni ufuklar*. İstanbul: Hiperyayın.
- Al Kindhi, B., Sardjono, T. A., Purnomo, M. H., & Verkerke, G. J. (2019). Hybrid K-means, fuzzy C-means, and hierarchical clustering for DNA hepatitis C virus trend mutation analysis. *Expert Systems with Applications*, 121, 373-381. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2018.12.019>
- Albritton, R. and Bureekul, T. (2012). Impacts of urban culture on political behavior in Asian Nations. *Asian Barometer Working Paper*, Vol 61.
- Aldenderfer, M. S., & Blashfield, R. K. (1984). *Cluster analysis: Quantitative applications in the social science series*. London: Sage Publications.
- Almond, G. A., & Verba:(1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in Five Nations*. Princeton University Press.
- Alpman, P. S. (2018). Sosyal teorinin konusu olarak kimlik: Sosyal inşacı yaklaşım. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 1-28. <https://doi.org/10.18490/sosars.475804>
- Altan, C. (2011). Eğitim-siyasal eğilim ilişkisi: Mersin örneği. *CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12 (1), 313-329.

- Althusser, L. (2014). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları* (A. Tümertekin, Çev.). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Altıparmak, A., Bojar, A., Brouard, S., Foucault, M., Kriesi, H., and Nadeau, R. (2021). Pandemic politics: policy evaluations of government responses to COVID-19. *West European Politics*, 44(5-6), 1159-1179. <https://doi.org/10.1080/01402382.2021.1930754>
- Anscombe, I. (1994). *Going negative: How political advertisements shrink and polarize the electorate*. Free Press.
- Antunes, R. (2010). Theoretical models of voting behaviour. *Exedra*, (4), 145-170.
- Arat, Y. (1994). From Emancipation to Liberation: The Changing Role of Women in Turkey's Public Realm. *Journal of International Affairs*, 48(1), 105-123.
- Armaoğlu, F. (1997). *19. Yüzyıl siyasi tarihi 1879-1914*. Ankara: TTK.
- Aslan, E. (1992). Benlik kavramı ve bireyin yaşamındaki etkileri. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(4), 7-14.
- Aslan, E. (2008). Kişilik, huy ve psikopatoloji. *Reviews, Cases and Hypotheses in Psychiatry RCHP*, 2(1-2), 7-18.
- Assman, J. (2008). *Communicative and cultural memory*. In A. Erll, & A. Nünning (Eds.), *Cultural memory studies: An international and interdisciplinary handbook* (pp. 109-118). Urheberrechtlich Geschütztes Material, Berlin.
- Assman, J. (2022). *Kültürel bellek* (A. Tekin, Çev.) (4. baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Assmann, A. (2008). Transformations between history and memory. *Social Research: An International Quarterly*, 75(1), 49-72. <https://doi.org/10.1353/sor.2008.0038>.
- Assmann, A. (2009). Memory, individual and collective. In R.E. Goodin, and C. Tilly (Eds.), *The Oxford handbook of contextual political analysis* (pp. 210-225). Oxford: Oxford University Press.
- Assmann, A. (2021). Cultural memory. In Hamburger, A., Hancheva, C., Volkan, V.D. (Eds.), *Social trauma – An interdisciplinary textbook*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-47817-9_3
- Aşkın, M. (2007). Kimlik ve giydirilmiş kimlikler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 213-220.
- Atabek, N. (1996). Kamuoyu: Basında kamuoyu araştırmaları. *Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı*, (11), 864-873.
- Atasoy, Y. (2004). *Globalizing Environmental Policy and Local Resistance: Turkey's Bergama Movement*. Routledge.
- Ateş, D. (2004). Kuram, eylem ve inanç ekseninde siyasal ideolojilerin geleceği. *Doğu Batı*, 28, 83-98.
- Atılcan, G. (2001). Marx'ta ideoloji: Kapitalizmin devrimci bir eleştirisinin olanağı. *Praksis* (4), 11-34.
- Atılcan, G. ve Aytekin, E. A. (2012). *Siyaset bilimi kavramlar, ideolojiler, disiplinler arası ilişkiler*. İstanbul: Yordam Yayıncılık.
- Avcı, K. ve Hülür, A. B. (2016). Siyasal seçim vaatlerinin seçmenin oy verme kararına etkisi: 2015 Kasım seçimleri Bolu örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 1638-1651.
- Ayata, A., & Tütüncü, F. (2008). Critical acts without a critical mass: the substantive representation of women in the Turkish parliament. *Parliamentary Affairs*, 61(3), 461-475. <https://doi.org/10.1093/pa/gsn012>
- Aydemir, R. (2001). Siyasal Toplumsallaşma. *Mevzuat Dergisi*, 46 (2), 1-7.

- Aydın, B. (1996). Benlik kavramı ve ben semaları. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 8(8), 41-47.
- Aydın, K. ve Özbek, V. (2004). Ailenin seçmen davranışları üzerine etkisi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), 144-167.
- Babbie, E. R. (2013). *The practice of social research* (14th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Bacanlı, H. (2002). *Gelişim ve öğrenme* (6. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bailey, L. M., McMillan, L. E., & Newman, A. J. (2020). A sinister subject: Quantifying handedness-based recruitment biases in current neuroimaging research. *European Journal of Neuroscience*, 51(7), 1642-1656. <https://doi.org/10.1111/ejn.14542>
- Bakan, U. (2019). Sosyal medyada kimliklerin sunumu: Facebook kullanıcıları üzerine karşılaştırmalı bir analiz. *Intermedia International E-journal*, 6(11), 83-99.
- Balcı:(2016). Siyasal karar sürecinde iletişim araç ve yöntemlerinin etki düzeyleri: 7 Haziran 2015 genel seçimleri örneği. Ş. Balcı (Ed.), *7 Haziran'dan 1 Kasım'a Türkiye'de siyasal iletişim uygulamaları* (s. 71-108). Literatürk Academia.
- Baltacı, C. ve Eke, E. (2012). Siyasal propaganda araçlarının seçmen davranışı üzerindeki etkisine yönelik seçmen algısı: Isparta örnek olayı. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4 (1), 115-126.
- Barkey, H. J., & Fuller, G. E. (1998). *Turkey's Kurdish question*. Rowman & Littlefield.
- Başarır, M. (2016). Seçmenlerin oy verme davranışları ile liderlerin hitaplarında aradıkları ikna bileşenleri ve üslup çeşitleri arasındaki ilişki. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 1 (2), 218-233.
- Batı, U., & Erdem, O. (2016). *Ben bilmem beynim bilir*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Bauman, Z., & May, T. (2019). *Sosyolojik düşünmek* (21. Baskı) (A.E. Pilgir Çev.). Ayrıntı Yayıncılık.
- Baykal, D. (1970). *Siyasal katılma: Bir davranış incelemesi*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Bayraktar, Z. (2013). Balkanlar'da bir arada yaşama kültürü bağlamında kimlik çatışmasından kültürel entegrasyona Türk Dili ve kültürünün önemi. *Karadeniz Araştırmaları*, (36), 223-234.
- Bayri, H. (2008). *Türkiye'de kimlik siyaseti sorunu ve ulusal kimlik (1980 sonrası döneme sosyo-politik bir bakış)*. Yayınlanmamış doktora tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Bear, M., Connors, B., & Paradiso, M. A. (2020). *Neuroscience: Exploring the brain* (enhanced 4th ed.). Jones & Bartlett Learning.
- Beer, J. S. (2012). *Self-evaluation and self-knowledge*. In S. Fiske & C. Macrae (Eds.), *The SAGE Handbook of social cognition* (pp. 330-349). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Benes, F. M. (2010). Amygdalocortical circuitry in schizophrenia: from circuits to molecules. *Neuropsychopharmacology*, 35(1), 239-257.
- Bercea, M. D. (2012). Anatomy of methodologies for measuring consumer behavior in neuromarketing research. In *Proceedings of the Lupcon Center for Business Research (LCBR) European Marketing Conference*. Ebermannstadt, Germany.
- Berelson, R. B. (1979). Communication and public opinion. In W. Schramm (Eds.), *Mass Communication* (s. 527-543). Urbana: University of Illinois Press.
- Beren, F. (2013). Seçmen tercihine etki eden faktörler ve seçim güvenliği: Şanlıurfa İli örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(1), 191-214.

- Berenskoetter, F. (2014). Parameters of a national biography. *European journal of international relations*, 20(1), 262-288.
- Berger P. L., Luckmann T. (2008). *Gerçekliğin sosyal inşası: Bir bilgi sosyolojisi incelemesi* (V. S. Öğütle, Çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Bilgin, N. (1994). *Sosyal bilimlerin kavşağında kimlik sorunu*. İzmir: Ege Yayıncılık.
- Bilgin, N. (1995). *Kolektif kimlik*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Bilgin, N. (2001). *İnsan ilişkileri ve kimlik*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Bilgin, N. (2014). *Kimlik İnşası*. İzmir: Mediform Matbaacılık.
- Bilgrami, A. 2006. Notes toward the definition of 'identity'. *Daedalus* 135 (4): 5–14.
- Birkalan, A. Ö., & Tekeli, R. (2022). K-Means yöntemi ile Türkiye'nin vergi takozu açısından OECD ülkeleri arasındaki yerinin belirlenmesi. *XII. International Conference On Social Research and Behavioral Sciences Proceeding Book*, 260-270.
- Bishop, J. A., Formby, J. P., and Smith, W. J. (1991). Incomplete information, income redistribution and risk averse median voter behavior. *Public Choice*, 68, 41-55.
- Blackman, A., Lotito, N., Nugent, E., & Tavana, D. L. (2021). *Political socialization in new democracies: legacies of repression and pre-democratic partisanship*. Unpublished manuscript. <https://doi.org/10.31235/osf.io/ad2u5>
- Blight, W. D. (2015). Bellek patlaması: Neden ve neden şimdi? (Y. A. Dalar, Çev.). P. Boyer & J. V. Wertsch (Eds.), *Zihinde ve kültürde bellek* (s. 301-320). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Bogdan, R.C., and Biklen, S.K. (2007). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods* (5th ed.). Boston, USA: Allyn & Bacon.
- Bol, D., Giani, M., Blais, A., & Loewen, P. J. (2021). The effect of COVID-19 lockdowns on political support: Some good news for democracy?. *European Journal of Political Research*, 60(2), 497-505. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12401>
- Bora, T. (2002). *Sol, Sağ ve İktidar: 20. Yüzyıl Türkiye'sinde Siyasal Düşünce*. İletişim Yayınları.
- Bora, T. (2003). *Milliyetçiliğin Kara Baharı: Türk Sağının Üç Hali*. İletişim Yayınları.
- Bora, T. (2017). *Türk sağının üç hali- milliyetçilik, muhafazakârlık, islâmcılık*. İstanbul: Birikim Kitapları- İletişim Yayınları.
- Boratav, K. (1980). *Türkiye'de Sosyal Sınıflar ve Bölüşüm*. Gerçek Yayınevi.
- Boratav, K. (2003). *Türkiye İktisat Tarihi, 1908-2002*. İmge Kitabevi.
- Boratav, K. (2011). *Türkiye İktisat Tarihi: 1908-2009*. İmge Kitabevi Yayınları.
- Bostancı, M. N. (1998). Etnisite, Modernizm ve Milliyetçilik. *Türkiye Günlüğü*, 50, 38-55.
- Boyer, B., & Wertsch, J. V. (2021). *Zihinde ve kültürde bellek* (Y. Aşçı Dalar, Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Boz, H. (2015). *Turistik ürün satın alma karar sürecinde itkiselliğin rolü: Psikonörobijyokimyasal analiz*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Brockett, G. D. (2011). *How happy to call oneself a Turk: Provincial newspapers and the negotiation of a Muslim national identity*. University of Texas Press.
- Brooks, C., & Brady, D. (1999). Income, economic voting, and long-term political change in the US, 1952–1996. *Social Forces*, 77(4), 1339-1374.
- Brubaker, R. (2006). *Ethnicity without groups*. Harvard University Press.
- Budge, I. and Farlie, D. (1977). *Voting and party competition: A theoretical critique and synthesis applied to surveys from ten democracies*. New York: John Wiley.

- Bulmer, M. (1984) *Sociological research methods: An introduction* (2nd Ed.). Basingstoke: Macmillan.
- Bulut, Y. (2011). İdeolojinin tarihçesi. *Sosyoloji Dergisi*, 3(23), 183-206.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Büyüköztürk:(2008). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., and Stokes, D. (1960). *The American voter*. New York: John Wiley & Sons.
- Campbell, A., Gurin, G., & Miller, W. E. (1954). *The voter decides*. Greenwood Press.
- Campbell, D. E. (2008). Voice in the classroom: How an open classroom climate fosters political engagement among adolescents. *Political Behavior*, 30, 437-454.
- Canakay, M. (2004). *Seçmen davranışlarını etkileyen faktörler ve Çanakkale'nin seçim coğrafyası*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Çanakkale.
- Canan:(2015). *Değişen beynim*. İstanbul: Tuti Kitap.
- Candia, C. (2023). *Quantifying collective memories*. In T. Yasseri (Ed.), *Handbook of Computational Social Science*. Edward Elgar Publishing Ltd. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2203.05627>
- Carpini, M. X. D., & Keeter:(1996). *What Americans know about politics and why it matters*. Yale University Press.
- Carroll, S.J., & Fox, R.L. (2006). *Gender and elections: Shaping the future of American politics*. New York: Cambridge University Press.
- Carter, R. (2019). *The brain book: An illustrated guide to its structure, functions, and disorders*. Dorling Kindersley Ltd.
- Carvalho, S., & Gemenne, F. (2009). *Nations and their histories: Constructions and representations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Castells, M. (2006). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür II. Cilt* (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cevizci, A. (1999). *Felsefe sözlüğü* (3. baskı). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Cheng, L. (2005). *Changing language teaching through language testing: A washback study* (Vol. 21). Cambridge University Press.
- Chung, D.Y. (2018). Evolutionary origin of politics and political evolution: Neuropolitics. *Journal of Behavioral and Brain Science*, 8, 538-561. <https://doi.org/10.4236/jbbs.2018.810033>
- Cindoğlu, D., & Zencirci, G. (2008). The headscarf in Turkey in the public and state spheres. *Middle Eastern Studies*, 44(5), 791-806. <https://doi.org/10.1080/00263200802285187>
- Clarke:(2008). Culture and identity. In T. Bennett, and J. Frow (Eds.), *The SAGE handbook of cultural analysis* (pp. 510–529). New York: SAGE.
- Connerton, P. (2019). *Toplular nasıl anımsar?* (A. Şenel, Çev.) (3. baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Connolly, W. E. (2002). *Neuropolitics: Thinking, culture, speed* (Vol. 23). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Connolly, W. E. (2020). *Kimlik ve farklılık: Siyasetin açmazlarına dair demokratik çözüm önerileri* (2. Baskı) (F. Lekesizalın, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Coser, L. A. (1992). Introduction: Maurice Halbwachs 1877-1945. In L. A. Coser (Eds.), *On collective memory* (pp. 1-37). Chicago: University of Chicago Press.
- Coser, L. A. (1992). *On collective memory*. Chicago: University of Chicago Press.

- Coser, L. A. (1992). The revival of the sociology of culture: The case of collective memory. *Sociological Forum*, 7(2): 365-373.
- Cromby, J. (2007). Toward a psychology of feeling. *International Journal of Critical Psychology*, 21(94), 94-118.
- Çaha, Ö. (2008). *Türkiye’de seçmen davranışı ve siyasi partiler*. Ankara: Orion Yayınevi.
- Çaha, Ö. ve Guida, M. (2011). *Türkiye’de seçim kampanyaları*. Ankara: Orion Kitabevi.
- Çakır, R. (2000). *Derin Hizbullah*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Çelikiz, E. (2016). *Televizyon haberlerinde siyasal kimliklerin sunumu: 2014 cumhurbaşkanlığı seçimleri örneği*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo- Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, İstanbul.
- Çınar, S. (2023). A transnational history of left feminism in Turkey (1974–1979): relations and exchanges between the IKD and the WIDF. *Diyâr*, 4(1), 72-99. <https://doi.org/10.5771/2625-9842-2023-1-72>
- Çinko, L. (2006). Seçmen davranışları ile ekonomik performans arasındaki ilişkilerin teorik temelleri ve Türkiye üzerine genel bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 61(01), 103-116.
- Çobanoğlu, Ş. (2007). *Susunkuluk sarmalı ve siyasal iletişim*. Fide Yayınları.
- Çokluk N. (2022). *Nörosiyaset: Siyasal karar oluşturmada siyasal iletişimin bilinçdışına etkileri*. Yayınlanmamış doktora tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dalbay, R. S. (2018). Kimlik ve toplumsal kimlik kavramı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 161-176.
- Dalder, H., & Mair, P. (1983). *Western European party system: Continuity and change*. Sage Publications.
- Dalton, R. J., Flanagan, C., and Beck, P. A. (1984). *Electoral change in advanced industrial democracies: Realignment or dealignment?*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Damlapınar, Z. ve Balcı, Ş. (2014). *Siyasal iletişim sürecinde seçimler, adaylar, imajlar*. Literatürk Akademia.
- Demir, Ö., & Acar, M. (2005). *Sosyal bilimler sözlüğü*. Ankara: Adres Yayınları.
- Demir, Ü. (2015). *2000 sonrası Türk Belgesel Sinemasında ideoloji ve gerçeklik*. Yayınlanmamış doktora tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Demirel, A., & Tarakçıoğlu, A. (2019). Feminist translation practices in Turkey: the case of the feminist websites 5Harfliler and çatlak zemin. *Rumelide Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 15, 295-312.
- Denver, D. (1994). *Elections and voting behaviour in Britain*. London: Red Globe Press. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-14905-6>
- Dijk, V. T. (2015). Söylem ve ideoloji çokalanlı bir yaklaşım (N. Ateş, Çev.). B. Çoban & Z. Özarslan (Ed.), *Söylem ve ideoloji* (s. 15-101). İstanbul: Su Yayınevi.
- Dilber, F. (2012). Seçmenlerin kitle iletişim araçlarından aldığı siyasal içerikli bilgilerden etkilenme düzeyi: Karaman ili seçmenleri üzerine bir alan araştırması. *e-GİFDER*, 4(1), 83-105.
- Dinçer, P. (2023). Türkiye’de dijital feminist aktivizm: uzun süredir beklenen dördüncü dalga feminizm geldi mi? *Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi*, 6(1), 282-303. <https://doi.org/10.33708/ktc.1175381>

- Doğan, A. (2017). *Türkiye’de siyasal iletişim ve siyasal davranış*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Doğan, A. ve Batar, H. (2019). Siyasal kimlik, hayat tarzı ve siyasal tercih: Malatya seçmeni üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 931-949.
- Dolgun, U. (2016). *Kitle iletişim araçları ve yeni medya*. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Domínguez D, J. F. (2012). Neuroanthropology and the dialectical imperative. *Anthropological Theory*, 12(1), 5-27.
- Dorroll, P. (2016). Post-Gezi Islamic theology: intersectional Islamic feminism in Turkey. *Review of Middle East Studies*, 50(2), 157-171. <https://doi.org/10.1017/rms.2016.138>
- Downs, A. (1957). An economic theory of political action in a democracy. *Journal of Political Economy*, 65(2), 135–150. doi:10.1086/257897
- Dragojević, M. (2013). Memory and identity: inter-generational narratives of violence among refugees in Serbia. *Nationalities Papers: The Journal of Nationalism and Ethnicity*, 41:6, 1065-1082. <https://doi.org/10.1080/00905992.2013.801415>
- Duman, F. (2006). İdeoloji kuramları. T. Erdem (Ed.), *Feodaliteden küreselleşmeye, temel kavramlar ve süreçler*. Ankara: Lotus Yayınları.
- Dunning, T., & Harrison, L. (2010). Cross cutting cleavages and ethnic voting: An experimental study of cousinage in Mali. *American Political Science Review*, 104(1), 21-39. <https://doi.org/10.1017/S0003055409990311>
- Durdu, E. (2010). *Yerel seçimlerde siyasal iletişim stratejileri 29 Mart 2009 Antalya ve Trabzon seçimlerinde AKP-CHP örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dursun, D. (2012). *Siyaset bilimi*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Dursunoğlu, İ. (2018). *Siyasal davranış*. Ankara: İmaj Yayıncılık.
- Eagleman, D. (2013). *Incognito: Beynin gizli hayatı*. (Z. A. Tozar, Çev.). İstanbul: Domingo Yayıncılık.
- Eagleman, D. (2021). *Beyin senin hikayen*. (Z. A. Tozar, Çev.). İstanbul: Domingo Yayıncılık.
- Eagleton, T. (1996). *İdeoloji* (M. Özcan, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Easton, D. (1965). *A systems analysis of political life*. New York: Wiley.
- Ekman, P., & Rosenberg, E.L. (2005). *What the face reveals: basic and applied studies of spontaneous expression using the facial action coding system (FACS)*. Oxford University Press, USA.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Epstein:(1973). The self-concept revisited: Or a theory of a theory. *American Psychologist*, 28(5), 404-414.
- Erdem, T. (2009). *Feodaliteden küreselleşmeye: temel kavramlar ve süreçler*. Lotus Yayınevi.
- Erdemir, K. O. (2015). Nöropazarlama araştırmalarını anlama kılavuzu. *Brandmap*, 1-15.
- Erdemir, K. O., & Yavuz, Ö. (2016). *Nöropazarlamaya giriş*. İstanbul: Brandmap.
- Erdoğan, İ. (1999). Dördüncü gücün iletildiği: Amerikan örneği. K. Alemdar (Ed.), *Medya gücü ve demokratik kurumlar* (s. 33-42). İstanbul: Afa Yayınları.
- Erdoğan, M. (2001). *Küreselleşme ve Türk Milliyetçiliği: Siyasi ve Ekonomik Açından Bir Analiz*. Orion Kitabevi.

- Erdoğan, M. (2005). Liberalizm ve Türkiye'deki serüveni, Murat Yılmaz (Ed), *Modern Türkiye'de Siyasal Düşünce*, Cilt 7, İletişim Yayınları, İstanbul, s 24,30.
- Erdoğan, M. (2018). Liberalizm ve Türkiye'deki serüveni. T. Bora, M. Gültekingil ve M. Yılmaz (Ed.), *Modern Türkiye'de siyasi düşünce Cilt 7/ Liberalizm* (s. 23-40). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Eren, E., (2017). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi* (16. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Ergil, D. ve Alkan, T. (1980). *Siyaset psikolojisi: Siyasal toplumsallaşma ve yabancılaşma*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Ergun, D. (2000). *Kimlikler kısılcığında ulusal kişilik: Bütün olarak kişilik ve göreceli olarak kimlik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Eser, H. B. (2012). Dinin siyasal davranışlar üzerindeki etkisi: Antalya örnek olay araştırması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 97-136.
- Esteban-Guitart M., Moll L. C. (2014). Funds of identity: A new concept based on the funds of knowledge approach. *Culture & Psychology*, 20(1), 31–48.
- Evans, G. (1999). *The end of class politics?: Class voting in comparative context*. New York: Oxford University Press.
- Falkowski, A., & Cwalina, W. (2012). Political marketing: Structural models of advertising influence and voter behavior. *Journal of Political Marketing*, 11(1-2), 8-26.
- Fearon, J. D. (1999). What is identity (as we now use the word). *Unpublished manuscript, Stanford University, Stanford, Calif*, 1-43.
- Feddersen, T. J. (2004). Rational choice theory and the paradox of not voting. *Journal of Economic Perspectives*, 18(1), 99-112.
- Fidan:(2011). *Küreselleşme sürecinde Türkiye'de gençliğin kimlik algısı (üniversite gençliği üzerine bir araştırma)*. Yayınlanmamış doktora tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Findley, C. V. (2010). *Turkey, Islam, Nationalism, and Modernity: A History, 1789-2007*. Yale University Press.
- Fiorina, M. P. (1981). *Retrospective voting in American National Elections*. Yale University Press.
- Flavell, J. N. (1992). Bellek (A. Bilgin, Çev.). *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 59-65.
- Franklin, M. N., Mackie, T. T., & Valen, H. (2009). *Electoral change: Responses to evolving social and attitudinal structures in Western countries*. ECPR Press.
- Funk, C. L. (1999). Bringing the candidate into models of candidate evaluation. *Journal of Politics*, 61(4), 1230-1249.
- Garn, G., & Copeland, G. (2014). School board elections: Theories meet reality. *Journal of School Leadership*, 24(1), 4-31.
- Gecas, V. (1982). The self-concept. *Annual Review of Sociology*, 8(1), 1-33.
- Genco, J., Pohlmann, A. P., & Steidl, P. (2013). *Neuromarketing for dummies*. John Wiley & Sons.
- Genç, M. (1989). Osmanlı iktisadi dünya görüşünün ilkeleri. *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(1), 175-186.
- Giray, C. ve Girişken, Y. (2013). Gözün bilinç seviyesinde duyumsayamadığı uyarıları beynin algılaması mümkün müdür? Nöropazarlama yöntemi ile 174 ölçümleme üzerine deneysel bir tasarım. *18. Ulusal Pazarlama Kongresi*, Kars, Kafkas Üniversitesi, 608–618.

- Girgin, A. (2003). *Yazılı basında haber ve habercilik etik'i*. İstanbul: İnkılap Yayınları
- Girgin, Ü. H. (2018). Gelenekten postmoderne kimlik inşa süreci ve yeni medya: Facebook örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(5): 202-230.
- Gleason, P. (1983). Identifying identity: A semantic history. *The journal of American History*, 69(4), 910-931.
- Göka, E. (2006). *İnsan kısım kısım: Toplumlar, zihniyetler, kimlikler*. Ankara: Aşına Kitaplar.
- Gökarp, Z. (2018). *Türkçülüğün Esasları*. Ebabil Yayıncılık.
- Gökarp, Ziya (2010). *Türkleşmek islamlaşmak muasırlaşmak*, Ankara: Akçağ Yayınevi.
- Gökçe, B. (1996). *Türkiye'nin toplumsal yapısı ve toplumsal kurumlar*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Gökçe, O., Akgün, B. ve Karaçor:(2002). 3 Kasım seçimlerinin anatomisi: Türk siyasetinde süreklilik ve değişim. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 1-44.
- Göker, G. ve Doğan, A. (2019). Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminde siyasal bilgi ve seçmen tercihi: 24 Haziran 2018 seçimleri öncesi Elazığ örneğinde bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(30), 684-703.
- Göksu, V. (2014). Siyasal kimlikler ve merkez-çevre dikotomisi bağlamında Türkiye'de merkez sağ ve merkez sol. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(2), 69-93.
- Göktolga, O. (2012). *Postmodernite ve siyasal kimlikler* (1. Baskı). İstanbul: Bilsam Yayınları.
- Göle, N. (1997). *Modern mahrem: Medeniyet ve örtünme*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Gramsci, A. (2012). *Hapishane defterleri 2* (B. Baysal, Çev.). İstanbul: Kalkeodon Yayınları.
- Green, D. & Shapiro, I. (1994). *Pathologies of rational choice theory: A critique of applications in political science*. Yale University Press.
- Guilford, J.P. (1959). *Personality*. New York: Mcgraw-Hill.
- Gutorov, V., Koryushkin, A., & Zavershinskiy, K. (2019). Anthropological dimensions of the political culture in transition societies: Political culture versus political memory. *Politologicky Casopis*, 26(2), 83-101.
- Güldü, Ö. (2011). Sağ kanat yetkencilik ölçeği: Uyarlama çalışması. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 27-51.
- Güldü, Ö., & Kart, M. E. (2009). Toplumsal cinsiyet rolleri ve siyasal tutumlar: Sosyal psikolojik bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(03), 97-116.
- Güleç, C. (2004). *Politik psikoloji penceresinden siyaset ahlakı, kimlik ve laiklik*. Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Güllüpunar, H., Diker, E. ve Aslan, E. Ş. (2013). Oy verme yaklaşımları bağlamında aday merkezli seçmen tercihi üzerine deneysel bir araştırma. *Akademik Bakış*, 35, 1-21.
- Gülmen, Y. (1979). *Türk seçmen davranışında ekonomik ve sosyal faktörlerin rolü: 1960-1970*. İstanbul: Güryay Matbaacılık.
- Gündoğmuş, B. (2014). *Siyasal tercihler*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güneş, İ (2023), Serbest Cumhuriyet Fırkası, Atatürk Ansiklopedisi, bkz. <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/serbest-cumhuriyet-firkasi/>
- Güneş, İ. (2002). *Türkiye'de demokrasi ve parlamento tarihi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Güngör:(2001). Althusser’de ideoloji kavramı. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 221-231.
- Gürbüz, F. (2020). Nöropazarlama uygulamalarında ürün grubu ve sektör seçimi. *Academic Platform Journal of Engineering and Science*, 8(1), 199-207.
- Gürses, H. (2000). Kimlik kavramı üzerine düşünceler. T. Bora (Ed.), *Yeni bir sol tahayyül* (ss. 221- 246). İstanbul: Birikim Yayınları.
- Güvenç, B. (1995). *Türk kimliği: Türk kültür tarihinin kaynakları* (3. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Güz, N. (2005). *Haberde yönlendirme ve kamuoyu araştırmaları*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.
- Hakan, M. (1995). Kimlik nedir?. *Türkiye Günlüğü*, 33, 146-149.
- Halbwachs, M. (1980). *The Collective Memory*. New York: Harper & Row Colophon Books.
- Halbwachs, M. (1992). *The social frameworks of memory*. L. A. Coser, (Trans.), The University of Chicago Press Limited. (Original work published 1925).
- Halbwachs, M. (2018). *Kolektif hafıza* (B. Barış, Çev.). Ankara: Heretik Yayınları. (Orijinal çalışma 1980 yılında yayınlanmıştır).
- Hall:(1990). Cultural identity and diaspora. In J. Rutherford (Eds.), *Identity: Community, Culture, Difference*. London: Lawrence and Wishart.
- Hall:(1998). Yerel ve küresel: Küreselleşme ve etnisite (H. Tuncel, Çev.). A. King (Ed.), *Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi* (ss. 39-61). Bilim ve Sanat Yayınları (Orijinal eserin basım tarihi 1991).
- Hançerlioğlu O. (1982). *Felsefe sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Harrop, M., & Miller, W. L. (1987). *Election and voters: a comparative introduction*. Mcmillan, London.
- Hatemi, P. K., Funk, C. L., Medland, E., Maes, H. M., Silberg, J. L., Martin, N. G., & Eaves, L. J. (2009). Genetic and environmental transmission of political attitudes over a life time. *The Journal of Politics*, 71(3), 1141-1156.
- Hegel, G. W. (2001). *The philosophy of history* (J. Sibree, Trans.). Ontario, Kanada: Batoche Books.
- Heper, M. (1992). *Türkiye ’nin Siyasal Hayatı*. İstanbul: Cem Yayınları.
- Heywood, A. (2014). *Siyasi İdeolojiler* (A. K. Bayram, Ö. Tüfekçi, Çev.). Ankara: Adres Yayınları.
- Heywood, A. (2018). *Siyaset (19. Basım)* (B. Özipek, B. Şahin, M. Yıldız, Z. Kopuzlu, B. Seçilmişoğlu, & A. Yayla, Çev.). Ankara: BB101 Yayınları.
- Hirst, W., & Manier, D. (2008). Towards a psychology of collective memory. *Memory*, 16(3), 183-200. <https://doi.org/10.1080/09658210701811912>
- Holbrook, T. M. (1999). Political learning from presidential debates. *Political Behavior*, 21(1), 67-89. <https://doi.org/10.1023/A:1023348513570>
- Höpken, W. (1999). “Vergangenheitsbewältigung” in Südosteuropa: Chance oder Last?. *Comparative Southeast European Studies*, 48(11-12), 613-628. <https://doi.org/10.1177/1354067X13515934>
- Hülagü, F. (2021). *Anti-feminism in Turkey: a critical political economy perspective*. 25-41. <http://dx.doi.org/10.25595/2290>
- Hüner, M. (2013). Antik Yunan demokrasisi ve modern demokrasi karşılaştırması. *Hukuk ve Adalet Eleştirel Hukuk Dergisi*, 5(13), 183- 203.
- İnce, G. B. (2010). Medya ve toplumsal hafıza. *Kültür ve İletişim*, 13(1), 9- 29.

- Inglehart, R. (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Iyengar, S., & Simon, A. (2000). New perspectives and evidence on political communication and campaign effects. *Annual Review of Psychology*, 51(1), 149-169.
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum, algı ve iletişim*. Beykent Üniversitesi Yayınları.
- İnternet: Emotiv. (n.d.). *Performance metrics*. Retrieved July 8, 2024, from <https://www.emotiv.com/pages/performance-metrics>
- İnternet: EmotivPRO Builder. (2024). *Calibration phases*. Retrieved July 9, 2024, from <https://emotiv.gitbook.io/emotivpro-builder/building-an-experiment-in-builder/calibration-phases>
- İnternet: <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 10 Ekim 2023
- İnternet: TÜİK Hayat Tabloları 2018-2020, 2023 <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hayat-Tablolari-2018-2020-37226> Erişim Tarihi: 12.01.2024
- İnternet: Yüksek Seçim Kurulu. (2023). 14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı ve 28. Dönem MV Genel Seçimleri İstatistikleri. Yüksek Seçim Kurulu. <https://www.ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/14%20May%C4%B1s%202023%20Cumhurba%C5%9Fkan%C4%B1%20ve%2025.%20D%C3%B6nem%20MV%20Genel%20Se%C3%A7imleri%20%C4%B0statistikleri.pdf#page=12.13> Erişim Tarihi: 12.01.2024
- Jackson, M.S. (2005). *Identity matters: Political identity construction and the process of identity influence*. Unpublished doctoral dissertation, University of Minnesota.
- James, W. (1892). The conscious self. In W. James (Eds.), *The principles of psychology* (Volume 1), Chapter 10. Harvard University Press: MA.
- Jennings, M. K., Stoker, L., & Bowers, J. (2009). Politics across generations- family transmission reexamined. *The Journal of Politics*, 71(3), 782–799.
- Jersild, A. T. (1976). *Çocuk psikolojisi* (G. Günçe, Çev.). Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Johnson, R. A., & Wichern, D. W. (2002). *Applied multivariate statistical analysis* (5h ed.). New Jersey, Prentice Hall.
- Jose, J. (2010). Strangers in a stranger land: Political identity in the era of the governance state. *Social Identities*, 16(1), 119–133.
- Jost, J. T., Nam, H. H., Amodio, D. M., & Van Bavel, J. J. (2014). Political neuroscience: The beginning of a beautiful friendship. *Political Psychology*, 35, 3-42. <https://doi.org/10.1111/pops.12162>
- Kable J. W. (2011). The cognitive neuroscience toolkit for the neuroeconomist: A functional overview. *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, 4(2), 63–84. <https://doi.org/10.1037/a0023555>
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). *Kültürel psikoloji – kültür bağlamında insan ve aile*. İstanbul: Evrim Yayınları.
- Kalaycıoğlu, E. (1983). *Karşılaştırmalı siyasal katılma, siyasal eylemin kökenleri üzerine bir inceleme*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBF Yayınları.
- Kalaycıoğlu, E. (1984). *Çağdaş siyasal bilim: Teori, olgu ve süreçler*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kalender, A. (1998). *Seçmen tercihini etkileyen propaganda ve iletişim faktörleri: Türk seçmen davranışı üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Kalender, A. (2005). *Siyasal iletişim, seçmenler ve ikna stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kanner, Efi. (2020). "Son Osmanlı Döneminde Rum Milletinde Kadın Haklarıyla İlgili Görüşler" Feryal Saygılıgil- Nacide Berber (Ed.), *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Cilt 10 Feminizm*, (s. 43-45) İstanbul: İletişim Yayınları
- Kapani, M. (2000). *Politika bilimine giriş*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Karaduman:(2010). Modernizmden postmodernizme kimliğin yapısal dönüşümü. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 5(17), 2886-2899.
- Karakaş, M. (2013). Türkiye’nin kimlikler siyaseti ve sosyolojisi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(2) 1-44.
- Karakaş, M. (2015). *Modernlik küreselleşme ve Türkiye’nin kimlikler evreni*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Karpat, K. H. (1975). *Social Change and Politics in Turkey: A Structural-Historical Analysis*. Brill.
- Karpat, K. H. (2001). *The Politicization of Islam*. New York: Oxford University Press.
- Karpat, K. H. (2006). Aydınlar ve kimlik: Tarihsel bir bakış. *Doğu Batı*, 9(35), 61-84.
- Kaur, H., & Sohal:(2019). Examining the relationships between political advertisements, party brand personality, voter satisfaction and party loyalty. *Journal of Indian Business Research*, 11(3), 263-280.
- Kaya, A. (2013). Multiculturalism and Minorities in Turkey: The Kurds and Alevis as Case Studies. *European Review*, 21(1), 91-106.
- Kaya, B. (2016). *Siyaset, medya ve iktidar ilişkisi çerçevesinde siyasal hafıza*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Kaypakoğlu:(2000). *Ulusal ekonomilerin bütünleşmesi sürecinde kimlik sorunları ve iletişim*. Der Yayınları.
- Kazancı, M. (2006). Althusser, ideoloji ve ideoloji ile ilgili son söz. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 24, 67-93.
- Kazkondu, Ş. B. ve Aydılek, E. (2015). Antonio Gramsci’nin Marksist düşünceye katkıları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 9, 9-18.
- Keyder, Ç. (1987). *State and Class in Turkey: A Study in Capitalist Development*. London: Verso.
- Kılıç, E. A. (2013). Seçmenlerin oy verme davranışlarında etkili olan siyasal faktörlere ilişkin bir araştırma: Ankara örneği. *21. Yüzyılda Sosyal Bilimler* (2), 47-73.
- Kılınç, F. (2021). *Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi ve seçmen davranışlarına etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Kışlalı, A. T. (1976). Siyasal tutumlarda kuşak ve cinsiyet etkenleri (bir alan araştırması). *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 31(1), 117-130. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000001309
- Kışlalı, A. T. (2003). *Siyasal sistemler, siyasal çatışma ve uzlaşma*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınlar.
- Kili, S. (1980). *Kemalism*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Kinch, J. W. (1963). A formalized theory of the self-concept. *American Journal of Sociology*, 68(4), 481–486. <http://www.jstor.org/stable/2774427>
- Kinnvall, C. (2004). Globalization and religious nationalism: Self, identity, and the search for ontological security. *Political psychology*, 25(5), 741-767.
- Koçak, K. (2013). *Türkiye’de Sol Hareketler ve İşçi Sınıfı Mücadelesi*. Sosyal Tarih Yayınları.

- Köker, L. (1995). *Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi: Türkiye'nin Çağdaşlaşma Süreci Üzerine Eleştirel Bir İnceleme*. İletişim Yayınları.
- Köktaş, M. E. (1997). *Din ve siyaset siyasal davranış ve dindarlık*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Kösoğlu, N. (1996). *Türk kimliği ve Türk dünyası*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Kutluoğlu, M.H. (2002). *Kavalalı Mehmed Ali Paşa*. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, c. 25.
- Kymlicka, W. (1995). *Multicultural Citizenship: A Liberal Theory of Minority Rights*. Clarendon Press.
- Laclau, E. (1995). *Siyasal kimliklerin oluşumu* (A. Fethi, Çev.). Sarmal yayınevi.
- Lau, R. R., & Redlawsk, D. P. (2006). *How voters decide: Information processing in election campaigns*. Cambridge University Press.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1968). *The People's Choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/laza93930>
- Leary, T., Wilson, R., & Koopman, G. (1977). *Neuropolitics: The sociobiology of human metamorphosis*. California: Starseed/Peace Press.
- Lee, N., Senior, C., Butler, M., & Fuchs, R. (2009). The feasibility of neuroimaging methods in marketing research. *Nature precedings*, 1-21. <https://doi.org/10.1038/npre.2009.2836.1>
- Levy, D., & Sznaider, N. (2002). Memory unbound: The holocaust and the formation of cosmopolitan memory. *European Journal of Social Theory*, 5(1), 87-106. <https://doi.org/10.1177/1368431002005001002>
- Lewis-Beck, M. S., & Stegmaier, M. (2000). Economic determinants of electoral outcomes. *Annual Review of Political Science*, 3(1), 183-219.
- LiCalzi O'Connell, P. (2003, December 4). Online diary. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2003/12/04/technology/online-diary.html>
- Lichtheim, G. (1965). The concept of ideology. *History and Theory*, 4(2), 164-195. <https://doi.org/10.2307/2504150>
- Lipset, S.M., & Rokkan:(1967). Cleavage structures, party systems, and voter alignments: An introduction. In S.M. Lipset & S. Rokkan (Eds.), *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives* (pp. 1-64). The Free Press
- Lipset:M. (1960). *Political man: The social bases of politics*. Garden City, NY: Doubleday.
- Liu, F., & Deng, Y. (2020). Determine the number of unknown targets in open world based on elbow method. *IEEE Transactions on Fuzzy Systems*, 29(5), 986-995.
- Logothetis, N. K., Pauls, J., Augath, M., Trinath, T., & Oeltermann, A. (2001). Neurophysiological investigation of the basis of the fMRI signal. *Nature*, 412(6843), 150-157.
- Love:(2020, July 20). Why are left-handed people excluded from brain research?. *Genetic Literacy Project*. <https://geneticliteracyproject.org/2020/07/20/why-are-left-handed-people-excluded-from-brain-research/>
- Lukacs, G. (1978). *Birey ve toplum* (V. Atayman, Çev.). İstanbul: Günebakan Yayınları.
- Maalouf, A. (2000). *Ölümcül kimlikler* (A. Bora, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- MacQueen, J. (1967, June). Some methods for classification and analysis of multivariate observations. In *Proceedings of the fifth Berkeley Symposium On Mathematical Statistics and Probability* (Vol. 1, No. 14, pp. 281-297).

- Manly, B.F.J., & Navvaro Alberto, J.A. (2017). *Multivariate statistical methods: A primer* (4th ed.). CRC Press.
- Mardin, Ş. (1962). *The Genesis of Young Ottoman Thought: A Study in the Modernization of Turkish Political Ideas*. Princeton University Press.
- Mardin, Ş. (2006). *Türkiye’de Din ve İdeoloji*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mardin:(2013). *İdeoloji*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Markus, H., & Kunda, Z. (1986). Stability and malleability of the self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(4), 858–866.
- Marshall, G. (2005). *Sosyoloji sözlüğü* (2. baskı) (O. Akınhay ve D. Kömürcü, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Marx, K., and Engels, F. (1970). *Manifesto* (T. Ağaoğlu, Çev.). İstanbul: Öncü Kitabevi.
- Mays, N., & Pope, C. (2000). Assessing quality in qualitative research. *Bmj*, 320(7226), 50-52.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McDermott, R. (2009). Mutual interests: The case for increasing dialogue between political science and neuroscience. *Political Research Quarterly*, 62(3), 571-583. <https://doi.org/10.1177/1065912909336273>
- McDevitt, M., & Chaffee:H. (2002). The family in a sequence of political activation: why civic interventions can succeed. *Journalism & Communication Monographs*, 4(1), 6-42.
- McLeod, J. M. (2000). Media and civic socialization of youth. *Journal of Adolescent Health*, 27(2), 45-51.
- McNeil, W. H. (2002). *Dünya tarihi* (A. Şenel, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society* (Vol. 111). Chicago: University of Chicago press.
- Metin, O. (2016). Sosyal medyanın siyasal toplumsallaşmaya etkileri: Bir alan araştırması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 221-267.
- Meyvacioğlu, Y. K. (1983). Benlik ve ideal benlik kavramlarının tercih edilen meslek kavramı ile ilişkisi. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 16(1), 1-10.
- Mihai, M. (2021). The “Affairs” of political memory. In D. Celermajer, M. Churcher, and M. Gatens (Eds.). (2021). *Institutional transformations: Imagination, embodiment, and affect* (pp. 50-67). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003056836>
- Milburn, M. A. (1998). *Sosyal psikolojik açıdan kamuoyu ve siyaset* (A. Dönmez ve V. Duyan, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Moore, J., Felton, J., & Wright, C. (2010). The influence of political orientation on financial risk taking. *American Journal of Business*, 25(1), 35-44.
- Morey, A.C. (2017) Memory for Positive and Negative Political TV Ads: The Role of Partisanship and Gamma Power. *Political Commun*, 34, 404–423.
- Morin, C. (2011). Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior, *Symposium: Consumer Culture in Global Perspective, Soc (2011)* 48, S:131–135, DOI 10.1007/s12115-010-9408-1.
- Mouffe, C. (1992). Citizenship and political identity. *October*, 61, 28–32. <https://doi.org/10.2307/778782>

- Mumby, K. D. (2004). İdeoloji ve anlamın toplumsal inşası: Bir iletişim bakış açısı (Ç. Dursun, Çev.). *Doğu Batı İdeolojiler-3*, Sayı:30, Ankara.
- Mutlu, E. (2012). *İletişim sözlüğü* (6. baskı). Ankara: Sofos Yayınları.
- Nagler, J. (2015). Voter behavior in California's top two primary. *California Journal of Politics and Policy*, 7(1), 1-14. <https://doi.org/10.5070/P2cjpg7125524>
- Newman, B. M., & Newman, P. R. (1978). The concept of identity: Research and theory. *Adolescence*, 13(49), 157-166. <https://europemc.org/article/med/352102>
- Niedziela, M. M., & Ambroze, K. (2021). Neuroscience tools: Using the right tool for the right question. In H. L. Meiselman (Eds.), *Emotion measurement* (2nd ed.). Elsevier (pp. 559–592). <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-821124-3.00017-X>
- Nora, P. (1989). Between history and memory: Les lieux de memoire. *Representations*, 26, 7-24.
- Nora, P. (2006). *Hafıza mekanları* (M. E. Özcan, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi.
- Norris, P. (1998). *Elections and voting behavior: New challenges, new perspectives*. Brookfield, VT: Aldershot.
- O'Cass, A., & Pecotich, A. (2005). The dynamics of voter behavior and influence processes in electoral markets: a consumer behavior perspective. *Journal of Business Research*, 58(4), 406-413.
- Oğuzhan, M. (2019). *Demokrasi teorisi ve Türkiye'de demokrasiye geçiş süreci*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Olick, J. K., & Robbins, J. (1998). Social memory studies: From "Collective Memory" to the historical sociology of mnemonic practices. *Annual Review of Sociology*, 24, 105–140.
- Olson, G. (2013). *Empathy imperiled: Capitalism, culture, and the brain*. Springer.
- Olson, M. (1971). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups, with a new preface and appendix* (Vol. 124). Harvard University Press.
- Oppenheimer, J. A. (2008). Rational choice theory. In M. Bevir (Ed.), *Encyclopedia of political theory* (pp. 1150-1159). SAGE Publications, Inc.
- Orhan, E. B. (2019). *Ak Parti üyelerinin parti bağlılıklarının nöropolitik analizi*. Yayınlanmamış doktora tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Osmanoğlu, Ö. (2017). Hafıza ve hatırlama: Aristoteles, çağdaş psikoloji ve Freud. *Felsefelogos*, 66, 133–152.
- Örs, H. B. (2009). Postmodern dünyada ideolojinin dönüşümü. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 40, 1-12.
- Örs, H.B. (2014). İdeolojiyi: Karmaşık dünyayı anlaşılır kılmak. H. B. Örs (Ed.), *19.Yüzyıldan 20.Yüzyıla modern siyasal ideolojiler* (s. 3-45). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Öz, M. (2015). *Kanun-ı Kadîmin peşinde: Osmanlı'da çözülme ve gelenekçi yorumcuları*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Özaloğlu:(2017). Hatırlamanın yapıtaşı: Mekânın bellek ile ilişkisi üzerine. T. Erman & S. Özaloğlu (Ed.), *Bir varmış bir yokmuş: Toplumsal bellek, mekân ve kimlik üzerine araştırmalar* (s. 13-20). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Özbudun, E. (2014). *Türk anayasa hukuku*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Özdemir, C. (2001). Kimlik ve söylem. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 107-122.

- Özelçi, K. R. (2010). *Toplumsal belleğin dramatik kurgulanması: Hatırla Sevgili TV dizisi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özen, Ş., & Özen, H. (2009). From Silence to Voice: The Environmental Movement in Turkey. *Environmental Politics*, 18(1), 125-144.
- Özhan, M. (2018). *Türkiye’de seçmen davranışları: Güneydoğu Anadolu incelemesi*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özkan, A. (2004). *Siyasal iletişim*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Özkan, N. (2007). *Seçim kazandıran kampanyalar*. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.
- Özkazanç-Pan, B. (2015). Secular and Islamic feminist entrepreneurship in Turkey. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 7(1), 45-65. <https://doi.org/10.1108/ijge-03-2014-0006>
- Özkırımlı, U. (2010). *Milliyetçilik: Modern bir ideolojinin anatomisi*. İletişim Yayınları.
- Özkiraz, A. ve Maral:(2011). Lider özelliklerinin seçmen tercihlerine etkisi: Diyarbakır ve Tokat örneği. *Ekev Akademi Dergisi*, 15(49): 271-292.
- Öztekin, A. (2018). *Siyaset bilimine giriş*. Siyasal Kitabevi.
- Parekh, B. (2008). *A new politics of identity: Political principles for an interdependent World*. Basingstoke: Palgrave.
- Parla, T. (2009). *Türkiye’de siyasal kültürün resmi kaynakları*. İletişim Yayınları.
- Patterson, T. E. (2005). *The vanishing voter: Public involvement in an age of uncertainty*. New York: Vintage Books.
- Plesa-Skwerer, D., Sullivan, K., Joffre, K., & Tager-Flusberg, H. (2004). Self concept in people with Williams syndrome and Prader-Willi syndrome. *Research in Developmental Disabilities*, 25(2), 119–138. <https://doi.org/10.1016/j.ridd.2003.05.003>
- Polat, H., & Özerdem, M. S. (2016). Görsel-işitsel uyaranlar kaynaklı oluşan duyguların EEG işaretleri ile sınıflandırılması. *Dicle Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Dergisi*, 7(1), 33-40.
- Potters, J., Sloof, R., & Van Winden, F. (1997). Campaign expenditures, contributions and direct endorsements: The strategic use of information and money to influence voter behavior. *European Journal of Political Economy*, 13(1), 1-31.
- Pradeep, A. K. (2010). *The buying brain: Secrets for selling to the subconscious mind*. John Wiley & Sons.
- Pye, L. W. (1965). *Political culture and political development*. Princeton University Press.
- Quintelier, E. (2011). Political socialization among young people: Evidence from a Two-Year panel study. *Politics, Culture and Socialization*, 2(2), 193–206.
- Rabinowitz, G. ve Macdonald:E. (1989). A directional theory of issue voting. *The American Political Science Review*, 83(1), 93-121. <https://doi.org/10.2307/1956436>
- Rebenstorf, H. (2004). The concept of political identity. In H. Rebenstorf (Ed.), *Democratic development: East German, Israeli and Palestinian adolescents* (pp. 13–29). Wiesbaden, Germany: VS Verlag Fur Sozialwissenschaften.
- Richet, C. (1994). *Fizyolojiye dayalı genel psikoloji* (M. Raşit, Çev.). İstanbul: Altın Kitap.
- Ricoeur, P. (2012). *Tarih, hafıza, unutuş* (M. E. Özcan, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

- Rigney, A. (2005). Plenitude, scarcity and the circulation of cultural memory. *Journal of European Studies*, 35(1), 11-28. <https://doi.org/10.1177/0047244105051158>
- Sağlam, İ. (2001). Çocuklarda davranışların şekillenmesinde etkili olan faktörlere teorik bir yaklaşım. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 10(2), 209-223.
- Sahab, A., & Wicaksana, I. (2023). The biopolitical and neuropolitics intervention in election studies: A lesson from Indonesia. *Malaysian Journal of Medicine & Health Sciences*, 19(SUPP2), 113-123.
- Sancar, M. (2016). *Geçmişle hesaplaşma: Unutma kültüründen hatırlama kültürüne*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sancar, (2008). *İdeolojinin serüveni*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Sandıkçı, Y. T. (2023). *Siyasal iletişim uygulamalarında seçmen davranışlarını motive eden faktörler: Değer beklenti kuramları bağlamında siyasal kimlikler üzerinden bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Sands, S. (2009). Sample size analysis for brainwave collection (EEG) methodologies. Retrieved from <http://www.sandsresearch.com/assets/white-paper.pdf>
- Scarborough, E. (1984). *Political ideology and voting*. Oxford: Clarendon Press.
- Schiller, H. (1993). *Zihin Yönlendirenler* (C. Cerit, Çev.). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Schlink, B. (1998). Die Bewältigung von Vergangenheit durch Recht. In: König, H., Kohlstruck, M., Wöll, A. (eds) *Vergangenheitsbewältigung am Ende des zwanzigsten Jahrhunderts. Leviathan Sonderhefte*, vol 18. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-663-11730-8_20
- Schmitter, P. C. (1974). Still the Century of Corporatism? *Review of Politics*, 36(1), 85-131.
- Schnellenbach, J., & Schubert, C. (2015). Behavioral political economy: A survey. *European Journal of Political Economy*, 40, 395-417.
- Schreiber, D. (2017). Neuropolitics: Twenty years later. *Politics and the Life Sciences*, 36(2), 114-131. <https://doi.org/10.1017/pls.2017.25>
- Schudson, M. (2007). Kolektif bellekte çarpıtma dinamikleri (B. Kovulmaz, Çev.). *Cogito*, 50, 179-199.
- Schultheiss, D. P., & Blustein, D. L. (1994). Contributions of family relationship factors to the identity formation process. *Journal of Counseling & Development*, 73(2), 159-166.
- Schwartz, B. (1991). Social change and collective memory: The democratization of George Washington. *American Sociological Review*, 56(2), 221-236. <https://doi.org/10.2307/2095781>
- Sclafani, J. (2015). Family as a framing resource for political identity construction- Introduction sequences in presidential primary debates. *Language in Society*, 44(03), 369-399. <https://doi.org/10.1017/S0047404515000238>
- Searle, J. R. (1995). *The construction of social reality*. The Free Press.
- Sen, A. (2006). *Kimlik ve şiddet kader yanılısaması* (A. Kardam, Çev.). İstanbul: Türk Henkel Yayınları.
- Seok D., Lee S., Kim M., Cho J., and Kim C. (2021). Motion Artifact Removal Techniques for Wearable EEG and PPG Sensor Systems. *Front. Electron.*, 2:685513. <https://doi.org/10.3389/felec.2021.685513>

- Settle, J. E., Bond, R., & Levitt, J. (2010). The social origins of adult political behavior. *American Politics Research*, 39(2), 239–263. <https://doi.org/10.1177/1532673X10382195>
- Sezen:(2000). *Seçim ve demokrasi*. İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Sezgin, M. (2003). Siyasal nitelikli kamuoyu araştırmaları ve 24 Aralık 1995 genel seçimler örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 6(1), 55-76.
- Shapiro:S., & Wilk, M. B. (1965). An analysis of variance test for normality (complete samples). *Biometrika*, 52(3-4), 591-611.
- Shils, E. A. (1968). *The concept and function of ideology*. New York, NY: Crowell Collier and Macmillan.
- Shils, E. A. (1981). *Tradition*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sirman, N. (1989). Feminism in Turkey: A Short History. *New Perspectives on Turkey*, 3(1), 1-34.
- Sitembölükbaşı, Ş. (2007). *İdeolojik ve sosyoekonomik grupların siyasal düşünce kalıpları*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Slaby, J., Haueis, P., and Choudhury:(2012). Neuroscience as applied hermeneutics: Towards a critical neuroscience of political theory. In F. Vander Valk (Eds.), *Essays on Neuroscience and Political Theory*. New York: Routledge (pp. 50-73).
- Smith, A. D. (1999). *Miili Kimlik* (B. S. Şeker, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Smith, E. E., Hoeksema:N., Fredrickson, B., & Loftus, G.R. (2014). *Psikolojiye giriş* (2. Baskı) (Ö. Öncül ve D. Ferhatoğlu, Çev.). Ankara: Arkadaş Yayınları.
- Smith, R. M. (2004). Identities, interests, and the future of political science. *Perspectives on Politics*, 2(2), 301-312.
- Sözen, E. (1999). *Demir kafesten plastiğe kimliklerimiz/ Sekülerleşme sürecinde kimliklerin inşası*. İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Sperry, R. W., Zaidel, E., & Zaidel, D. (1979). Self recognition and social awareness in the disconnected minor hemisphere. *Neuropsychologia*, 17(2), 153-166.
- Stasi, A., Songa, G., Mauri, M., Ciceri, A., Diotallevi, F., Nardone, G., & Russo, V. (2018). Neuromarketing empirical approaches and food choice: A systematic review. *Food Research International*, 108, 650-664. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2017.11.049>
- Steele, B. J. (2007). *Ontological security in international relations: Self-identity and the IR state*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203018200>
- Stets, J. E., & Burke, P. J. (2003). A sociological approach to self and identity. *Handbook of Self and Identity*, 128152, 23-50.
- Streubert, H. J., & Carpenter, D. R. (2011). *Qualitative research in nursing*. (5th ed.). Philadelphia: Lippincott Williams ve Wilkins.
- Subotic, J. (2020). Political memory, ontological security, and Holocaust remembrance in post-communist Europe. In C. Kinnvall, I. Manners, & J. Mitzen (Eds.), *Ontological Insecurity in the European Union* (pp. 48-65). Routledge.
- Sucu, İ. (2012). Althusser'in gözünden ideoloji ve ideolojinin bir taşıyıcısı olarak yeni medya. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7(3), 30-41.
- Sungu, İ. (1940). *Tanzimat ve Yeni Osmanlılar*. Ankara: Maarif Matbaası.
- Swazey, J.P. (1992). Forging a neuroscience community: A brief history of the neurosciences research program. In Worden, F.G., Swazey, J.P., & Adelman, G. (Eds.), *The Neurosciences: Paths of Discovery*, I. (pp. 529-546) Birkhäuser Boston. https://doi.org/10.1007/978-1-4684-6817-5_29

- Şener, T. (2018). *Siyasal pazarlama açısından aday belirleme süreci*. Konya: Literatür Academia.
- Şener, T. ve Çağlar, N. (2020). Genç seçmenlerin siyasete olan ilgileri ve siyasal katılım açısından kümelenmeleri üzerine bir araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(2), 514-531. DOI: 10.30783/nevsosbilen.746432
- Şimşek:(2002). Günümüzün kimlik sorunu ve bu sorunun yaşandığı temel çatışma eksenleri. *Uhudağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3), 29-39.
- Tacar, P. (1996). *Kültürel haklar: Dünyadaki uygulamalar ve Türkiye için bir model önerisi*. Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Taşdelen, H, M. (2015). *Siyaset sosyolojisi*. İstanbul: Kocav Yayınları.
- Taşdelen, M., (2000). *Avrupa 'da yeni kuşak Türk gençliği (kimlik ve uyum sorunları)*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Taşdemir, E. (2002). Basının kamuoyu oluşturma fonksiyonu doğrultusunda siyasi partilere yaklaşımı (1995 ve 1999 genel seçimleri örneği). *Selçuk İletişim*, 2(3), 79-95.
- Taydaş, O. (2016). *7 Haziran'dan 1 Kasım 2015 genel seçimlerine siyasal karar ve katılım sürecinde sosyal medyanın etkinliği: Sivas örneği*. Yayınlanmamış doktora tezi, Selçuk Üniversitesi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tekeli, Ş. (1986). Emergence of the Feminist Movement in Turkey. *Feminist Review*, 24(1), 18-28.
- Tekeli, Ş. (1995). *1990 'larda Türkiye 'de Kadınlar*. İletişim Yayınları.
- Tekeli, Ş. (1998). *Women in Modern Turkish Society: A Reader*. Zed Books.
- Tekin, N. (2023). *Kadın ve ideoloji: Antalya örnek olay araştırması*. Yayınlanmamış doktora tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Temizkan, Ö. (2022). *Kent mekânlarının temsilinde toplumsal hafızanın etkisi: Sivas örneği*. Yayınlanmamış doktora tezi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Teplan, M. (2002). Fundamentals of EEG measurement. *Measurement Science Review*, 2(2), 1-11.
- Tezcan, E. (2008). *Örgütsel kimliğin ifadesi olarak kolektif bellek: Cumhuriyet Halk Partisi delegelerinde kolektif belleğin çeşitli boyutları ile incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Tezcan, M. (1997). *Türk kişiliği ve kültür-kışılığı ilişkileri*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Therborn, G. (1989). *İktidarın ideolojisi ve ideolojinin iktidarı* (İ. Cüre, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Thompson, B. J. (2013). *İdeoloji ve modern kültür kitle iletişimi çağında eleştirel toplum kuramı* (İ. Çetin, Çev.). Ankara: Dipnot.
- Tirandazi, P., Bamakan, M. H., & Toghroljerdi, A. (2023). A review of studies on internet of everything as an enabler of neuromarketing methods and techniques. *The Journal of Supercomputing*, 79(7), 7835-7876. <https://doi.org/10.1007/s11227-022-04988-1>
- Topakkaya, A. (2007). İdeoloji kavramının tarihsel gelişim sürecine kısa bir bakış. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 11(1-2), 163-180.

- Topçuoğlu, E., Başkol, M., Argan, M., & Argan, M. T. (2023). The antecedents of voter loyalty and the mediation role of party attachment: a case study from Turkey. *Journal of Public Affairs*, 23(3). <https://doi.org/10.1002/pa.2860>
- Traverso, E. (2020). *Geçmiş kullanma kılavuzu: Tarih bellek politika* (I. Ergüden, Çev.). İstanbul: Versus.
- Tunçay, M. (1981). *Türkiye Cumhuriyeti'nde tek parti yönetiminin kurulması (1923-1931)*. Ankara: Yurt Yayınları.
- Turan, E. ve Temizel, M. (2015). *Türkiye'de seçmen davranışları*. Kömen Yayınları.
- Türk, H. B. (2003). İdeolojiler. M. Türköne (Ed.), *Siyaset* (s.105-145). Ankara: Lotus Yayınları.
- Türkmenoğlu, A. T. (2017). Kamuoyu araştırmalarının siyasal davranış üzerindeki etkisi: Aktif seçmenden pasif seçmene doğru. *Turkish Studies*, 12(31), 397-426.
- Usta, A. (2009). Etnik şiddet olgusu üzerine sosyo-psikolojik bir değerlendirme. *Polis Bilimleri Dergisi*, 11(2), 87-106.
- Ünlükaplan, İ. (2009). Avrupa Birliği üyesi ülkelerde iktisadi kalkınma, rekabetçilik ve inovasyon ilişkilerinin kanonik korelasyon analizi ile belirlenmesi. *Maliye Dergisi*, 157(2), 235-250.
- Valenzuela, J. S., Scully, T. R., & Somma, N. (2007). The enduring presence of religion in Chilean ideological positionings and voter options. *Comparative Politics*, 40(1), 1-20.
- Van Dijk, T. A. (2013). Discourse and power: Representation of domination in language and communication. *Moscow: Knizhnyj dom "LIBROKOM*.
- Vatandaş, C. (2010). *Ulusal kimlik: Türk ulusçuluğunun doğuşu*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.
- Verovšek, P. J. (2016). Collective memory, politics, and the influence of the past: The politics of memory as a research paradigm. *Politics, Groups, and Identities*, 4(3), 529-543. <https://doi.org/10.1080/21565503.2016.1167094>
- Vincent, A. (2006). *Modern politik ideolojiler* (A. Tüfekçi, Çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Watkins, G. J. (2000). *Feminism is for Everybody: Passionate Politics*. South End Press.
- Weeks, J. (1998). Farklılığın değeri (İ. Sağlamer, Çev.). J. Rutherford, A. Stuart, K. Mercer, P. Parmar, H. Bhabha: Hall, J. Weeks, L. Young (Eds.), *Kimlik: Topluluk, kültür, farklılık* (1. baskı) (s. 85-100). Sarmal.
- Welzer, H. (2008). Communicative memory. In Erll, A., and Nunning, A. (Eds), *The new history* (pp. 285- 300). New York, NY: DeGruyter.
- Wertsch, J. (2002). *Voices of collective remembering*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511613715>
- Wertsch, J. V. (2015). Kolektif bellek (Y. A. Dalar, Çev.). P. Boyer & J. V. Wertsch (Eds.), *Zihinde ve kültürde bellek* (pp. 149-174). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- White, E. (1982). Brain science and the emergence of neuropolitics. *Politics and the Life Sciences*, 1(1), 23-25. <https://doi.org/10.1017/S0730938400000071>
- Whitehead, A. (2009). *Memory: The new critical idiom*. New York: Routledge Press.
- Wight, C. (2004). State agency: social action without human activity?. *Review of International Studies*, 30(2), 269-280.
- Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. Oxford Paperbacks.

- Yakışan, M. (2014). *Siyasal partiler ve örgütlenmelerde seçmen davranışları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yeniüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yamamura, E., & Sabatini, F. (2015). The impact of the media on voters' attitude toward Junichiro Koizumi and his policy. *Japan and the World Economy*, 34, 24-32.
- Yanık, C. (2013). Etnisite, kimlik ve milliyetçilik kavramlarının sosyolojik analizi. *Kaygı. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, 20, 225-237.
- Yarar, B. (2020). Neoliberal-neoconservative feminism(s) in Turkey: politics of female bodies/subjectivities and the Justice and Development Party's turn to authoritarianism. *New Perspectives on Turkey*, 63, 113-137. <https://doi.org/10.1017/npt.2020.18>
- Yaşar, H. Y. (2020). *Sosyal medya kullanımının siyasal etkinlik, katılım ve ilgi üzerine etkisi: Siyasal kimlikler üzerinde bir inceleme*. Yayınlanmamış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yavuz, M. H. (2001). Five Stages of the Construction of Kurdish Nationalism in Turkey. *Nationalism and Ethnic Politics*, 7(3), 1-24.
- Yavuz, M. H. (2003). *Islamic Political Identity in Turkey*. Oxford University Press.
- Yıldırım, M. (2014). Parti aday tercihlerinin seçmen davranışına etkisi 2009 yerel seçimleri Uşak İli örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (17), 15-38.
- Yıldız, A. (2009). Politicization of Ethnicity in Turkey: The Kurds and their Others. *Ethnic and Racial Studies*, 32(7), 115-119.
- Yıldız, E., & Ak, M. (2002). *Doğu Karadeniz'de kültürel kimlik*. İstanbul: Çatı Kitapları.
- Yılmaz, N. (2013). Sosyalleşme sürecinin siyasallaşma boyutu. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 319-331. <https://doi.org/10.11122/ijmeb.2013.9.19.372>
- Yücekök, A. (1997). *Dinin siyasallaşması: Din-devlet ilişkilerinde Türkiye deneyimi*. İstanbul: Afa Yayınları.
- Yüksel, D. (2023). Göz izleme tekniği ile bir siyasal pazarlama iletişimi araştırması: Türkiye Cumhuriyeti 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimi billboardlarının analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(3), 2263-2274.
- Yüksel, D., & Tolon, M. (2023). *Nöro logo marka yönetimi bakış açısıyla logo oranlarının göz izleme tekniğiyle incelenmesi*. Detay Yayıncılık.
- Yüksel, Ö., (2006). *Davranış bilimleri* (1. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Zabun, A. H., & Orhan, E. B. (2022). Siyasal iletişim ve nöropolitika ilişkisi bağlamında bir değerlendirme. *Türk Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 107-115.
- Zihnioglu, Y. (2003). *Kadınsız İnkılap: Nezihe Muhiddin Kadınlar Halk Fırkası Kadın Birliği*. Metis Yayınları.
- Zurawicki, L. (2010). *Neuromarketing: Exploring the brain of the consumer*. Springer Science & Business Media.
- Zürcher, E. J. (2001) "Kemalist Düşüncenin Osmanlı Kaynakları", Tanıl Bora ve Murat Gültekinil (Ed.), *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm*, Cilt 2 (İstanbul: İletişim Yayınları), s. 44-55.
- Zürcher, E. J. (2004). *Turkey: A Modern History*. I.B. Tauris.



EKLER

EK-1. Etik Kurul Onay Sayfası

Evrak Tarih ve Sayısı: 29.02.2024-252378



T.C.
ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
Etik Komisyonu



Sayı : E-11054618-302.08.01-252378
Konu : Bilimsel ve Eğitim Amaçlı

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 30.01.2024 tarih ve E.244065 sayılı yazı.

İlgi yazınız ile göndermiş olduğunuz, Enstitünüz Gazetecilik Anabilim Dalı **Doktora öğrencisi Bora ÖÇ, Prof.Dr. Ülkü Ayşe OĞUZHAN BÖREKÇİ** danışmanlığında yürüttüğü "**Toplumsal Hafıza Kodlarının Siyasal Algıları ve Davranışları Belirlemedeki Etkisinin Nörosiyaset Ekseninde Analizi**" adlı tez çalışması ile ilgili konu Komisyonumuzun 28.02.2024 tarih ve 02 sayılı toplantısında görüşülmüş olup,

Etik Komisyonunca onaylanan ilgilinin çalışmasının, yapılması planlanan yerlerden izin alınması koşuluyla yapılmasında etik açıdan bir sakınca bulunmadığına oybirliği ile karar verilmiş; karara ilişkin katılım listesi ve onaylanan çalışmalar ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Araştırma Kod No: 2024/73

Prof. Dr. Kürşat GÖKTÜRK
Komisyon Başkanı

Ek:

- 1- Katılımcı Listesi
- 2- Onaylı Çalışma

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSVRJZUD0R Pin Kodu :41382

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?ek=5574&cd=BS58JZUB2R&cs=252378>

Adres:Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Yücetepe Mahallesi 85. Cadde No 8 06570 Çankaya /

Ankara

Telefon: +90 (312) 231 73 60

Kep Adresi: hacibayramveli@ha01.kep.tr

Bilgi için: Saliha GEMALMAZ

Unvanı: Genel Evrak Sorumlusu



Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
ETİK KOMİSYONU KATILIM LİSTESİ

TOPLANTI TARİHİ :28.02.2024 TOPLANTI SAYISI : 02	
ADI-SOYADI	İMZA
Prof.Dr. Kürşat GÖKTÜRK BAŞKAN	KATILDI
Prof.Dr. M.Fadıl YILDIRIM Başkan Yrd.	KATILDI
Prof.Dr. Neşe Yaşar ÇEĞİNDİR	KATILDI
Prof.Dr. Funda YURDAKUL	KATILDI
Prof.Dr. Serdar ÖZTÜRK	KATILAMADI
Prof.Dr. Özlem ALTUNÖZ	KATILDI
Prof.Dr. Yalçın ARSLANTÜRK	KATILDI
Prof.Dr. Emine ÖNER KAYA	KATILDI
Prof.Dr. Aydan ÖZSOY	KATILDI
Prof.Dr. Ayşe CANATAN	KATILDI

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:53

The Political Compass

OPEN
NAVIGATION



Eğer bu sayfaya başka bir siteden direkt olarak yönelendirildiyse, devam etmeden önce ana sayfamızı okumanızı rica ediyoruz.

Test

Sayfa 1/6

Başlangıç olarak, ülken ve dünya hakkındaki görüşlerin ile ilgili birkaç sorumuz olacak.

Ekonomik küreselleşme kaçınılmaz ise, uluslararası şirketlerin ilgilerinden ziyade insanlığa hizmet edilmelidir.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Ne olursa olsun ülkemizi desteklerim, haklı ya da haksız olması önemli değil.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

1/3

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:53

The Political Compass

Hiç kimse doğacağı ülkeyi seçemez, bu yüzden bununla gurur duymak aptalcadır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Bizim ırkımızın diğer ırklara kıyasla birçok üstün özelliği vardır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Düşmanımın düşmanı dostumdur.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Uluslararası hukuka meydan okuyan askeri eylemler bazen haklı olabilir.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

2/3

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:53

The Political Compass

☐ **Tamamen destekliyorum**

Günümüzde bilgi ve eğlencenin iç içe olması endişe vericidir.

☐ **Tamamen karşıyım**

☐ **Karşıyım**

☐ **Destekliyorum**

☐ **Tamamen destekliyorum**

Sonraki Sayfa

Our thanks to Batuhan Çil for the translation and Rıdvan Güler for overseeing the project

Last updated: Monday 30 October 2023

This website copyright © **PACE NEWS LTD** 2001-2024. Reproduction in whole or in part in any medium without prior written permission strictly prohibited.

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

3/3

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:54

The Political Compass

OPEN
NAVIGATION



Test

Sayfa 2/6

Sıra ekonomide. Görüşler hakkında konuşacağız, BIST100 indeksi hakkında değil.

İnsanlar milliyetlerden daha ziyade sınıflara ayrılmışlardır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Enflasyonu kontrol etmek işsizliği kontrol etmekten çok daha önemlidir.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Şirketlere kendi istekleriyle çevreyi koruyacakları konusunda güvenilemeyeceği için, yasal düzenlemeler gereklidir.

- ☐ Tamamen karşıyım

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

1/5

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:54

The Political Compass

- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

“Herkesten yeteneğine göre, herkese ihtiyacına göre” temelde iyi bir fikirdir.

- ☐ **Tamamen karşıyım**
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Piyasa ne kadar serbestse insanlar o kadar özgürdür.

- ☐ **Tamamen karşıyım**
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Toplumumuzdaki en üzücü olaylardan birisi de basit bir içme suyunun bile şişelenmesi ve tüketiciye markalı ürün olarak satılmasıdır.

- ☐ **Tamamen karşıyım**
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**



<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

2/5

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:54

The Political Compass

Toprak, alınıp satılabilen bir mülk olmamalıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Birçok kişisel servetin basitçe parayı manipüle eden ve topluma hiçbir katkı sağlamayan kişilerin elinde olması üzücüdür.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Bazen ticarete korumacılık gerekmektedir.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Bir şirketin tek sosyal sorumluluğu hissedarlarına kâr sağlamak olmalıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

3/5

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:54

The Political Compass

☐ **Tamamen destekliyorum**

Zenginlerden aşırı vergi alınmaktadır.

☐ **Tamamen karşıyım**

☐ **Karşıyım**

☐ **Destekliyorum**

☐ **Tamamen destekliyorum**

Ödeme imkanına sahip olanlar daha iyi tıbbi olanaklara ulaşabilmelidir.

☐ **Tamamen karşıyım**

☐ **Karşıyım**

☐ **Destekliyorum**

☐ **Tamamen destekliyorum**

Hükümetler halkı yanlış yönlendiren kuruluşları cezalandırmalıdır.

☐ **Tamamen karşıyım**

☐ **Karşıyım**

☐ **Destekliyorum**

☐ **Tamamen destekliyorum**



Gerçek bir serbest piyasa oluşturmak için, nüfuzlu çok uluslu firmaların tekelleşmesini engelleyecek kısıtlamalar gerekir.

☐ **Tamamen karşıyım**

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

4/5

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:54

The Political Compass

- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Sonraki Sayfa

Our thanks to Batuhan Çil for the translation and Rıdvan Güler for overseeing the project

Last updated: Monday 30 October 2023

This website copyright © **PACE NEWS LTD** 2001-2024. Reproduction in whole or in part in any medium without prior written permission strictly prohibited.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:54

The Political Compass

OPEN
NAVIGATION

The Political Compass
23 years

Test

Sayfa 3/6

Şimdi de biraz kişisel sosyal değerlerine bakalım ...

Kürtaj, kadının hayatı tehlikede olmadığı müddetçe yasak olmalıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
☐ Karşıyım
☐ Destekliyorum
☐ Tamamen destekliyorum

Bütün otoriteler sorgulanmalıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
☐ Karşıyım
☐ Destekliyorum
☒ Tamamen destekliyorum

Göze göz, dişe diş.

- ☐ Tamamen karşıyım

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

1/6

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:54

The Political Compass

- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Vergi mükelleflerinin, ekonomik olarak hayatta kalamayacak tiyatro ya da müzeleri fonlaması beklenmemelidir.

- ☐ **Tamamen karşıyım**
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Okullarda devam zorunluluğu olmamalıdır.

- ☐ **Tamamen karşıyım**
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Herkesin kendi hakları vardır, fakat hepimiz için en iyisi farklı türlerden insanların kendi türlerine sadık kalmasıdır.

- ☐ **Tamamen karşıyım**
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:54

The Political Compass

İyi ebeveynler arada bir çocuklarına vurmalıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Çocukların ailelerinden sır saklamaları doğaldır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Kişisel kullanım amaçlı marijuana bulundurmamak suç sayılmamalıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Eğitimin temel işlevi, gelecek nesillere iş bulmayı öğretmek olmalıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

3/6

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:54

The Political Compass

☐ **Tamamen destekliyorum**

Kalıtsal engelli olan insanların çoğalmasına izin verilmemelidir.

☐ **Tamamen karşıyım**

☐ **Karşıyım**

☐ **Destekliyorum**

☐ **Tamamen destekliyorum**

Çocuklara öğretilmesi gereken en önemli şey disiplin anlayışıdır.

☐ **Tamamen karşıyım**

☐ **Karşıyım**

☐ **Destekliyorum**

☐ **Tamamen destekliyorum**

Vahşi ya da gelişmiş insanlar yoktur, farklı kültürler vardır.

☐ **Tamamen karşıyım**

☐ **Karşıyım**

☐ **Destekliyorum**

☐ **Tamamen destekliyorum**

İş imkânı olduğu halde fırsatları reddedenler toplumun desteğini beklememelidir.

☐ **Tamamen karşıyım**

☐ **Karşıyım**

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

4/6

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:54

The Political Compass

☐ Destekliyorum

☐ Tamamen destekliyorum

Başınız belada ise bunu düşünmek yerine daha mutlu şeyler düşünmek daha iyidir.

☐ Tamamen karşıyım

☐ Karşıyım

☐ Destekliyorum

☐ Tamamen destekliyorum

Birinci nesil göçmenler yeni ülkelerine asla tam anlamıyla adapte olamazlar.

☐ Tamamen karşıyım

☐ Karşıyım

☐ Destekliyorum

☐ Tamamen destekliyorum

En başarılı şirketler için iyi olan şey hepimiz için daima en iyisidir.

☐ Tamamen karşıyım

☐ Karşıyım

☐ Destekliyorum

☐ Tamamen destekliyorum

İçeriği ne kadar bağımsız olursa olsun, hiçbir yayın kuruluşu hazine yardımı almamalıdır

☐ Tamamen karşıyım

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

5/6

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:54

The Political Compass

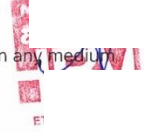
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Sonraki Sayfa

Our thanks to Batuhan Çil for the translation and Rıdvan Güler for overseeing the project

Last updated: Monday 30 October 2023

This website copyright © **PACE NEWS LTD** 2001-2024. Reproduction in whole or in part in any medium without prior written permission strictly prohibited.



<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

6/6

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:55

The Political Compass

OPEN
NAVIGATION

The Political Compass
23 years

Test

Sayfa 4/6

... ve toplum genelini nasıl gördüğüne.

Terörle mücadele adı altında bireysel özgürlüklerimiz fazlaca kısıtlanıyor.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Tek partili devletin en belirgin avantajlarından biri, demokratik sistemde ilerlemeyi önleyen her türlü tartışmadan kaçınılmasıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Elektronik çağ resmi gözetimi kolaylaştırıyor olsa da sadece suç işleyenler endişelenir

- ☐ Tamamen karşıyım

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

1/4

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:55

The Political Compass

- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Ağır suçlar için idam cezası bir seçenek olmalıdır.

- ☐ **Tamamen karşıyım**
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Medeni bir toplumda her zaman, riayet edilecek üst kademe insanların ve yönetilecek alt kademe insanların var olması gerekir.

- ☐ **Tamamen karşıyım**
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Hiçbir şey ifade etmeyen soyut sanatlar, sanat sayılmamalıdır.

- ☐ **Tamamen karşıyım**
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**



<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

2/4

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:55

The Political Compass

Ceza adaletinde cezalandırma rehabilitasyondan daha önemli olmalıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Bazı suçluları rehabilite etmeye çalışmak zaman kaybıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

İş adamları ve fabrikatörler, yazar ve sanatçılardan daha önemlidir.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Anneler kariyer sahibi olabilir. Ancak ilk görevleri ev hanımı olmaktır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

3/4

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:55

The Political Compass

☐ **Tamamen destekliyorum**

Çok uluslu şirketler, gelişmekte olan ülkelerin bitkisel genetik kaynaklarını etik dışı olarak sömürüyor.

☐ **Tamamen karşıyım**

☐ **Karşıyım**

☐ **Destekliyorum**

☐ **Tamamen destekliyorum**

Mevcut düzenle barışmak önemli bir olgunluk belirtisidir.

☐ **Tamamen karşıyım**

☐ **Karşıyım**

☐ **Destekliyorum**

☐ **Tamamen destekliyorum**

Sonraki Sayfa

Our thanks to Batuhan Çil for the translation and Rıdvan Güler for overseeing the project



Last updated: Monday 30 October 2023

This website copyright © **PACE NEWS LTD** 2001-2024. Reproduction in whole or in part in any medium without prior written permission strictly prohibited.

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

4/4

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:56

The Political Compass

OPEN
NAVIGATION



Test

Sayfa 5/6

Eğer önceki kısmı atlatırsanız, din ile ilgili bu sorular seni fazla zorlamayacaktır.

Astroloji birçok şeyi tutarlı olarak açıklar.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Dindar olmadan ahlaklı olamazsın.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Bağış ve sadaka, zor durumdakilere yardım etmek için, sosyal güvenlikden daha iyi bir yoldur.

- ☐ Tamamen karşıyım

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

1/3

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:56

The Political Compass

- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Bazı insanlar doğuştan şanssızdır.

- ☐ **Tamamen karşıyım**
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Çocuğuma okulda dini değerlerin aşılması önemlidir.

- ☐ **Tamamen karşıyım**
- ☐ **Karşıyım**
- ☐ **Destekliyorum**
- ☐ **Tamamen destekliyorum**

Sonraki Sayfa

Our thanks to Batuhan Çil for the translation and Rıdvan Güler for overseeing the project

Last updated: Monday 30 October 2023

This website copyright © **PACE NEWS LTD** 2001-2024. Reproduction in whole or in part in any medium without prior written permission strictly prohibited.

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

2/3

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:56

The Political Compass

OPEN
NAVIGATION



Test

Sayfa 6/6

Son olarak biraz da cinsellik hakkında konuşalım.

Evlilik dışı cinsel ilişki ahlak dışıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Aynı cinsiyetteki oturaklı çiftler çocuk edinme olanağından mahrum bırakılmamalıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım
- ☐ Karşıyım
- ☐ Destekliyorum
- ☐ Tamamen destekliyorum

Reşit yetişkinleri tasvir eden pornografik içerikler, yetişkinler için yasal olmalıdır.

- ☐ Tamamen karşıyım

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

1/3

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

27.01.2024 23:56

The Political Compass

	☐ Karşıyım ☐ Destekliyorum ☐ Tamamen destekliyorum
Reşit yetişkinlerin yatak odasında neler olup bittiği, devleti ilgilendirmez.	☐ Tamamen karşıyım ☐ Karşıyım ☐ Destekliyorum ☐ Tamamen destekliyorum
Kimse kendini doğal olarak eşcinsel hissetmez.	☐ Tamamen karşıyım ☐ Karşıyım ☐ Destekliyorum ☐ Tamamen destekliyorum
Bu günlerde cinsel ilişki konusundaki açıklık aşırına kaçıyor.	☐ Tamamen karşıyım ☐ Karşıyım ☐ Destekliyorum ☐ Tamamen destekliyorum

Şimdi pusuladaki konumunuzu görelim ...

Our thanks to Batuhan Çil for the translation and Rıdvan Güler for overseeing the project

<https://www.politicalcompass.org/test/tr>

2/3

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

DENEY ÖNCESİ ANKET SORULARI

1. Cinsiyetiniz :

() Kadın () Erkek () Belirtmek istemiyorum.

2. Yaşınız :

.....

3. Medeni haliniz :

() Bekar () Evli () Belirtmek istemiyorum.

4. İkamet ettiğiniz il / ilçe :

..... /

5. Siyasal kimlik olarak kendinizi nasıl tanımlarsınız? (Lütfen size en yakın gelen üç seçeneği işaretleyiniz)

- () Atatürkçü
- () Muhafazakar
- () Ülkücü
- () Laik
- () Sosyal Demokrat
- () Liberal Demokrat
- () Marksist
- () Sosyalist
- () Milliyetçi
- () İslamcı
- () Ulusalcı
- () Diğer (Lütfen belirtiniz).....

6. 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan genel seçimde hangi siyasal partiye oy verdiniz?

- () Adelet ve Kalkınma Partisi (AK Parti)
- () Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)
- () Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)
- () İYİ Parti
- () Halkların Demokratik Partisi (HDP)
- () Saadet Partisi
- () Türkiye İşçi Partisi (TİP)
- () Oy kullanmadım
- () Diğer (Lütfen belirtiniz)

7. En son genel seçimde hangi siyasal partiye oy verdiniz?

- () Adelet ve Kalkınma Partisi (AK Parti)
- () Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)



Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

- () Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)
() İYİ Parti
() Yeşiller ve Sol Gelecek Partisi
() Yeniden Refah Partisi (YRP)
() Türkiye İşçi Partisi (TİP)
() Oy kullanmadım
() Diğer (Lütfen belirtiniz)

8. Yakın bir zamanda seçim olsa oyunuzu hangi siyasal partiye verirsiniz?

- () Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti)
() Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)
() Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)
() İYİ Parti
() Yeşiller ve Sol Gelecek Partisi
() Yeniden Refah Partisi (YRP)
() Türkiye İşçi Partisi (TİP)
() Kararsızım
() Oy kullanmayacağım
() Diğer (Lütfen belirtiniz)

9. Sol elinizle yazı yazabiliyor musunuz?

- () EVET () HAYIR

10. Bilinen bir hastalığınız var mı?

- () EVET () HAYIR

Cevabınız EVET ise lütfen belirtiniz:

11. Hiç psikiyatrik bir hastalık geçirdiniz mi?

- () EVET () HAYIR

Cevabınız EVET ise lütfen belirtiniz:

12. Hiç nörolojik bir hastalık geçirdiniz mi?

- () EVET () HAYIR

Cevabınız EVET ise lütfen belirtiniz:

13. Bir psikiyatrist ya da nörolog herhangi bir ilaç önerdi mi?

- () EVET () HAYIR

Cevabınız EVET ise lütfen belirtiniz:



Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

14. Herhangi bir sebeple beyin ameliyatı geçirdiniz mi?

() EVET () HAYIR

Cevabınız EVET ise lütfen belirtiniz:

15. Sürekli kullandığınız bir ilaç var mı?

() EVET () HAYIR

Cevabınız EVET ise lütfen belirtiniz:



Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

DENEY SONRASI ANKET / YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU

1. İzlediğiniz seçim reklam filmlerinde aklınızda kalan kavramlar / unsurlar nelerdir?
Lütfen belirtiniz.

(A)..... Partisi Seçim Reklam Filmi	
(B)..... Partisi Seçim Reklam Filmi	
(C)..... Partisi Seçim Reklam Filmi	
(D)..... Partisi Seçim Reklam Filmi	
(E)..... Partisi Seçim Reklam Filmi	

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Kurul Onay Sayfası

2. Aşağıda yer alan kavramların / unsurların, siyasi algılarınız ve davranışlarınız üzerinde ne ölçüde etkisi olduğunu düşünüyorsunuz?
(Size göre en önemliden en önemsizye doğru sıralayınız, , 1 en düşük 13 en yüksek değeri ifade etmektedir.)

Kavram / Unsur	Puan
Adalet	
Atatürk	
Bağımsızlık ve milli egemenlik	
Birlik ve beraberlik	
Dini isim, kitap, ibadet ve mekânlar	
Ekonomik güç ve kalkınma	
Ekonomik özgürlük ve eşitlik	
İnanç özgürlüğü	
Laiklik	
Milli ve Manevi değerler (Örf, adet, gelenek, kültür, aile değerleri vb.)	
Tarihi isim, figür ve semboller (Hilal, orak ve çekiç, kurt, zafer işareti, Rabia işareti, Bozkurt işareti, Postal, Asker vb.)	
Teknoloji ve Bilim	
Toplumsal eşitlik	

Ayrıca belirtiniz:

ETİK KURUL ONAYI

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-2. Deney Sürecinde Yararlanılan Seçim Reklam Filmleri Bağlantı Linkleri

- AK Parti “Umutlar Seninle” Seçim Reklam Filmi Bağlantı Linki;

https://youtu.be/Nue71DW6WZ0?si=z7BD6I_cinheI5h2

- Cumhuriyet Halk Partisi “Haydi Türkiye!” Seçim Reklam Filmi Bağlantı Linki;

<https://youtu.be/HoYPOFerkHg?si=QMeZUxiuudFSt0ZS>



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : ÖÇ, Bora
Uyruğu : T.C.

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet
Yüksek Lisans	Gazi Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı	2014
Lisans	Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü	2011
Lise	Şehit Üsteğmen Cemalettin YILMAZ Anadolu İletişim Meslek Lisesi	2007

İş deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2019-devam ediyor	OSTİM Teknik Üniversitesi Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü	Öğr. Gör.
2017-2018	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü	Arş. Gör.
2015-2016	Sivas Şehit Üsteğmen Cemalettin YILMAZ Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	Meslek Öğretmeni
2011-2014	Hayal İşçileri Reklam Ajansı	

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

Öç, B. (2023) Girişimcilikte Sosyal Medya Kullanımı. Yüksel, D. Ve Topal, B.G. (Ed.) *E-Ticaret, Sosyal Medya ve Dijital Pazarlama Kapsamında Girişimcilik*, (s. 163-176). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık
Yüksel, D., Öç, B. ve Tolon, M. (2021). Dijital Kurumsal İletişim. Tarakçı, İ.E. ve Göktaş B. (Ed.), *Dijital Gelecek Dijital Dönüşüm*, (s. 161-184). İstanbul: Efe Akademi Yayınları.

- Öç, B. (2021). Gazetecilikte Kitle Kaynak (Crowdsourcing) Yöntemine Genel Bir Bakış. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (28), 163-180.
- Öç, B. (2019). 24 Haziran 2018 / 27.Dönem Seçimlerinde AK Parti'nin Kullanmış Oluğu Mesaj Stratejileri. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 1(2), 101-112.





