

Toplumsallaşma Kurumlarının Yükseköğretim Öğrencilerinin Siyasal Toplumsallaşmasına Etkisi¹

Adnan ASMA²

Abdullah ELMAS³

Ömer SEVEN⁴

Özet

Sosyalleşme; bireylere toplumdaki temel davranış yollarını, kurallarını, ilişkilerini öğretmek bireylerin sosyal bir varlık haline gelmesini sağlayan, süreklilik içinde gelişen yaşamın önemli aşamasını oluşturan bir kavramdır. Siyasal toplumsallaşma kavramı ise, toplumsallaşmanın siyasal boyutuyla ilgilidir. Aile, eğitim, din, arkadaşlık grupları ve kitle iletişim araçları/bilişim ağları önemli toplumsallaşma kurumları arasında yer almaktadır. İktidarı elinde bulunduran hükümetler, varlıklarını devam ettirmek isterler. Bunu başarmanın yollarından birisi, toplumun kendi istekleri doğrultusunda hareket etmesini sağlamaktır. Bu noktada toplumsallaşma kurumları, iktidarların toplumu kendi idealleri etrafında toplaması için önemli köprülerdir. Siyasal iktidar; aileyi, eğitimi, dini, kitle iletişim araçları ve bilişim ağları, arkadaşlık grupları üzerinden hedeflerine ulaşmayı arzulamaktadır. Bu çalışmanın konusu ‘‘Toplumsallaşma Kurumlarının Yükseköğretim Öğrencilerinin Siyasal Toplumsallaşmasına Etkisi’’dir. Çalışma kapsamında, toplumsallaşma kurumlarının yükseköğretim öğrencileri üzerindeki siyasal etkisi tespit edilmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, üniversite öğrencilerinin toplumsallaşma kurumları ile ilgili anket sorularına verdikleri cevaplar incelenmiştir. Bu çalışmanın sonucunda, toplumsallaşma kurumlarının Akdeniz Üniversitesi örneğinde öğrenciler üzerinde siyasal toplumsallaşmaya katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Başvuru Tarihi

20 Ocak 2023

Onay Tarihi

4 Nisan 2023

Anahtar Kelimeler:

Toplumsallaşma,

Siyasal

Toplumsallaşma,

Aile,

Eğitim.

Din.

Kitle İletişim Araçları.

Bilişim Ağları.

Makale Türü:

Araştırma Makalesi

Önerilen Atıf:

Asma, A., Elmas, A., Seven, Ö., (2023). Toplumsallaşma Kurumlarının Yükseköğretim Öğrencilerinin Siyasal Toplumsallaşmasına Etkisi, *Siirt Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 25- 54

¹ Bu çalışma yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Psikolojik Danışman, Antalya Mehmet Kemal Dedeman İlkokulu, adnasma342.aa@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2288-3639>

³ Öğr. Gör., Siirt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, abdullahelmas@siirt.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-3704-3429>

⁴ Adalet Öğretmeni, Siirt Evliya Çelebi Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Seven-omer-@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6110-6138>

GİRİŞ

Sosyalleşme, bireylerin toplumun bir parçası olma sürecini ifade eden önemli bir kavramdır (Şentürk, 2009: 1). İnsanoğlunun sosyalleşmesi, doğum ile başlayıp ölüm ile sona eren bir süreçtir. Kişinin anne karnındayken dokunma, işitme, görme, koklama ve tatma duyuları gelişmeye başlamasıyla uyum süreci başlamaktadır. Doğum ve ölüm arasındaki süreç; insanın aktif sosyalleştiği, etkilediği ve etkilendiği bir yoldur. Bu yolda insan, farklı etkileşim araçlarıyla karşı karşıya kalmaktadır.

Toplumsallaşma kurumları arasında aile, eğitim, din, kitle iletişim araçları ve bilişim ağları, arkadaşlık gruplarını temel olarak sayılmaktadır. İnsan aile içindeki ilk öğrenmeleri sayesinde sosyalleşmeye başlar. Aile, sosyalleşme noktasında kişinin davranışlarını ve tepkilerini etkileyen önemli bir kurum olup, kişi ailede sosyalleşme ile ilgili ilk öğrenmelerini kazanmaktadır. Diğer toplumsallaşma kurumları ile bu öğrenmeler değişmekte ya da pekişmektedir (Solmaz, 2017: 33). Özellikle çocukluk döneminde kişi, anne ve babası başta olmak üzere çevresindekileri gözlemler ve onları model alır. Ebeveynlerinin davranışlarının doğru olduğunu kabul edip davranış geliştirebilirler. Bu şekilde aktif sosyalleşmenin ilk adımları aile içinde gerçekleşmiş olur. Sonuçta aile, insanın sosyalleşme sürecindeki etkisini yaşam boyunca sürdüren önemli bir kurumdur.

Toplumsallaşma aracı olarak arkadaşlık grupları faktörü, kişinin ailesi dışında farklı bireylerle etkileşime girmesiyle ortaya çıkmaktadır. Arkadaşlık ilişkilerinin sosyalleşmeye etkisi, çocukluk çağında başlamakla birlikte; ergenlik, gençlik, yetişkinlik ve yaşlılık dönemine kadar ortaya çıkabilmektedir.

Eğitim, devlet vasıtasıyla kişinin belli bir program ve amaç doğrultusunda yetişmesini organize eden bir kurumdur. Eğitim programı, eğitim kurumunun öğrencileri açısından sağladığı milli eğitiminin hedeflerine ulaşmasına yönelik faaliyetlerdir. Öğretim programları da bilgi ve yeteneklerin eğitim programlarının amaçları doğrultusunda ve planlı biçimde kazandırılmasını sağlamaktır (Uygun'dan aktaran Çuhadır, 2006). Bu yönüyle devletin ideolojik amaçlarına ulaşması açısından eğitim, önemli bir kurum olup kişinin iktidarın plan ve programları dahilinde toplumsallaşmasını hedeflemektedir.

Dünya şartları ve teknolojik ilerlemelere paralel olarak kitle iletişim araçlarında hızlı ilerlemeler meydana gelmiş, kitle iletişimi kavramı ortaya çıkmış ve iletişime yeni boyutlar kazandırmıştır (Bakırcı, 2006: 1). Kitle iletişim araçları, günümüzde insanın sosyalleşmesi açısından güçlü bir araçtır. Bilişim sistemleri teknolojisinin gelişiminin hız kazanması, farklı kitle iletişim araçlarının da doğmasını sağladı. Çağımızda sosyal medya, çeşitleri ve özellikleriyle birlikte bunun önemli bir delilidir. Bu şekilde teknolojinin gelişmesiyle birlikte yükselen kitle iletişim araçlarının ve bilişim ağlarının da bireyin sosyalleşmesindeki yeri önemlidir.

Din kurumunun toplumsal hayattaki işlevlerini incelediğimizde, dinin sosyal kontrol amacıyla toplumsal bütünleşmeyi sağladığı konusunda fikirler mevcuttur. Ayrıca din, toplumun düzenini ve sürekliliğini sağlamaktadır. Sosyal dayanışmayı güçlendirip kültürel birliğin sağlanmasında önemli bir kurumdur (Dönmezer, 1999:241)

Yukarıda belirtilen, toplumsallaşma kurumlarının sayıları niteliklerine ve işlevlerine göre değişmektedir. Siyasal örgütler, hukuk, sivil toplum örgütleri, siyasal olaylar vb. toplumsallaşma araçları arasında sayılmaktadır. Toplumsallaşma konusunda çalışan sosyal bilimcilerin uzlaştığı ortak temel kurumlar bulunmaktadır. Bunlar; aile, eğitim, arkadaşlık grupları, din ve kitle iletişim araçları-bilişim ağlarıdır (Akın, 2009: 91).

Bu çalışmada ise belirtilen toplumsallaşma kurumlarının yükseköğretim öğrencilerinin siyasal toplumsallaşmasına etkisi üzerinde durulmuştur. Birinci bölümde araştırmanın yöntemine değinilmiştir. Araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama tekniği, anket, analiz yöntemi, geçerlilik ve güvenilirliğe yer verilmiştir. İkinci bölümde araştırmanın bulguları yorumlanmıştır. Her anket sorusunda ortaya çıkan istatistiksel veriler, tablolar üzerinde analizler yapılmıştır. Son bölümde ise araştırma probleminde ve sonucuna yönelik genel bir değerlendirme yapılmıştır.

YÖNTEM

Araştırma modellerini farklı açılardan sınıflandırdığımızda çoğunlukla genel tarama modeli ve örnek olay tarama modelleri üzerinde çalışıldığı görülmektedir. (Karasar, 2013: 79). Araştırmacının kullanacağı model, çalışmanın sürecini ve verilerin toplanmasını etkiler. Bu çalışmada, genel tarama modeli ile ele alınmıştır. Araştırma yöntemleri türlerine göre nitel, nicel ve karma araştırma türleri olarak mevcuttur. Burada araştırmada yöntemlerinden nicel araştırma yöntemi uygulanmıştır.

Bu çalışmada ölçme tekniği olarak anket kullanılmıştır. Antalya Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nde öğrenim gören 302 öğrencinin siyasal toplumsallaşma düzeyleri ve bakış açıları tespit edilmiştir. Anket uygulanırken tesadüfi örnekleme belirleme yöntemi izlenmiştir. Bu şekilde 302 öğrenci genel evren açısından, Akdeniz Üniversitesi toplam öğrenci sayısı olan 69.030 'un yaklaşık % 0.45'e denk gelmiştir (A.Ü, 2018) Hukuk Fakültesi hedef evreni açısından da 1100 olan öğrenci sayısı üzerinden yaklaşık % 27'si oluşturmaktadır (A.Ü, 2018).

Anket uygulama safhasında bazı problemlerle karşılaşmıştır. Öğrencilerin bir kısmı anket soru formunu tahrip edip sorular incelenemeyecek düzeydedir. Bazı öğrencilerin de anketlerini geri vermediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu öğrencilerin anketleri değerlendirilmemiştir. Ayrıca bir grup öğrenci de soruların özel sorular olduğunu ve bunları sakınca gördükleri için cevaplamak istemediklerini ifade etmiştir. Sonuç olarak elde edilen 330 anketten 28'i değerlendirilemeyip anket sayımız 302'e düşmüştür. Geriye kalan öğrencilerin hepsi isteyerek anket çalışmasına katılmış olup herhangi bir zorlama olmamıştır.

Bu araştırmanın genel evreni, Antalya Akdeniz Üniversitesi öğrencilerini kapsamaktadır. Hedef evreni ise Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi öğrencileridir. Bu evrenin seçilmesinde sorumlu yazarın bu üniversitede öğrenci olması etkili olmuştur.

Hedef evrenden araştırmanın örnekleme, tesadüfi örneklem belirleme yöntemi ile hukuk fakültesi öğrencileri arasında sınıf düzeyi ayrımı yapılmaksızın oluşturulmuştur. Örneklem, siyasal toplumsallaşma kurumlarının yükseköğrenim öğrencileri üzerindeki siyasal toplumsallaşma etkisini araştırmak amacıyla tesadüfi örneklem belirleme yöntemi çeşitlerinden katmanlı örnekleme belirlemeyle yapılmıştır. Bu doğrultuda önceden belirlenen örneklem sayısına göre (302 öğrenci her sınıf düzeyinde yaklaşık eşit sayıda) hukuk fakültesi 1, 2, 3 ve 4. sınıf öğrencilerini kapsamaktadır. Ulaşılan örnekleme kız veya erkek öğrenci sayılarının genel yüzdelik üzerinden %40' ın altında düşmemesine dikkat edilmiştir. Araştırmanın temsil güvenilirliği açısından bu şekilde örneklem belirleme yöntemleri izlenmiştir. Örneklem oluşturulurken öğrencilerin cinsiyeti, yaşı, sınıf düzeyi gibi değişkenlerin sayıları arasında belirgin bir fark olmamasına dikkat edilmiştir.

Genel Evren	Hedef Evren	Örneklem
Fakülte/Yüksekokul Öğrencileri	Hukuk Fakültesi Öğrencileri	Hukuk Fakültesi 1,2,3 ve 4. Sınıf Öğrencileri (Eşit Sayıda)

Kız ve Erkek Sayısı	Kız Sayı	Erkek Sayı	Kız Sayı	Erkek Sayı
69.030	564	536	160	142

Çizelge 1.2. Evren ve örneklem tablosu

Bu çalışmada veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılarak, Antalya Akdeniz Üniversitesi genel evreninden alınan hukuk fakültesi hedef evreni üzerinde bulgular elde edilmiştir. Anket, eskiden beri uygulanan bir yöntem olmasına rağmen halen başlı başına güncelliğini koruyan, araştırmacılar tarafından hazırlanan soruları, bilgi istenilen kişi tarafından doldurulan bir soru formudur. Bu soru formu kişiler tarafından postayla, telefonla, anketörler tarafından yüz yüze veya internet üzerinden cevaplandırılabilir (Bal, 2001: 144).

Bu araştırmada kullanılacak anket soru formu sunuş, iki bölüm ve 29 soru olmak üzere 4 sayfadan oluşmaktadır. Açıklayıcı bir sunuş yapıldıktan sonra birinci bölüm öğrencilerin demografik bilgilerini tespit etmeye yönelik olup 6 sorudan oluşmaktadır. Bu bölümde bilgiyi ölçen, kapalı uçlu niteliklere sahip iki şıklı ve çoktan seçmeli sorulara yer verilmiştir. İkinci bölüm 23 sorudan oluşmaktadır. Bu soruların 4'ü oy verme davranışı, 8'i siyasal kültür, 6'sı aile, 5'i bilişim ve iletişim ile ilgili sorular içermektedir. Bu bölümde kapalı uçlu soru niteliği taşıyan, tutumu ve bilgiyi ölçen ikili, çoktan seçmeli, derecelendirilmiş sorulara yer verilmiştir. Anketin ölçeği derecelendirme şeklinde olup bir orta (Ör; tarafsız, yansız vb.) noktası ile iki pozitif (Ör; Kesinlikle katılıyorum, katılıyorum vb.) ve iki de negatif (Kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum vb.) derecesi olan 5'li Likert ölçeği şeklindedir (Erdoğan, 2003: 233). Ayrıca bazı sorularda önem derecesine göre (1 en önemli 5'e kadar) seçeneklerin sıralanması istenmiştir. Gerek konu bütünlüğünün sağlanması gerekse bulguların kolay analizi için sorular sınıflandırılmıştır. Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin analizi mukayeseli olarak yapılmıştır.

Bilimsel araştırmalarda elde edilen verilerin ne anlama geldiğini öğrenmek için veriler, bir takım analiz programlarından geçirilir. Bu araştırma sonucunda elde edilen verileri, SPSS 22.0 istatistik programı kullanılarak elektronik ortamda işlenmiştir. Bulgular sırasıyla; ankete katılanların demografik özellikleriyle, seçmenlerinin siyasal tercihlerinde etkili toplumsal kurumlar arasındaki farklılıkları belli değişkenler çerçevesinde ortaya koymak amacıyla k-kare testi analizi aracılığıyla elde edilmiştir (Dilber, 2012: 9)1.

Anket soruları hazırlanmadan önce, siyasal toplumsallaşma üzerine yapılan çalışmaların anket soruları incelenmiştir2. Yapılan araştırmaların örneklem grubu ile bu çalışmanın örneklem grubu açısından

¹ K-Kare: Ki-kare (χ^2), ayırık (kesikli) veri üzerinde hipotezleri test etmek için çok yaygın olarak kullanılan yöntemlerden birisidir. Temel istatistiksel kavramlara göre ayırık veriler nominal veya ordinal olabilir

²Akın, M. H. (2009), *Siyasi Toplumsallaşma Sürecinde Gençlik: Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma*, Selçuk Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya

Andaç, Ç. (2006), *Üniversite Öğretim Elemanı ve Öğrencilerinin Demokrasi Anlayışlarının Siyasal Toplumsallaşma Bağlamında Cinsiyet, Bilim Alanı, Akademik Aşama ve Siyasal Katılımcılık Değişkenleri Açısından İncelenmesi*, Çukurova Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana

Şentürk, N. (2009), *Üniversite Öğrencilerinin Sosyalleşme Sürecinde Aile Kurumunun Etkisi: Sakarya Üniversitesi Örneği*, Sakarya Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya

Bakırcı, H. (2006), *Yazılı, Görsel ve İşitsel Medyanın İnsanların Siyasal Davranışları Üzerindeki Etkileri ve Kütahya Örneği*, Dumlupınar Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya

değerlendirme yapılmıştır. Bu değerlendirme sonucunda Şekil 1.1’de gösterildiği gibi süreçlerden geçen elverişli anket soruları derlenerek, araştırma için anket soru formu hazırlanmıştır. Böyle bir yol tercih edilmesinin amacı araştırma için avantajlı durum yaratmasıdır. Örneğin; anket formunun hazırlanması için ayrılan süre, kavramsal çerçevede kullanılmasını sağlayacaktır. Ayrıca düzenlenen anket sorularının uygunluğu konusunda uzmanlardan da olumlu görüş alınmıştır. Bunun yanı sıra sorular, önceden rastgele seçilen 25 kişilik bir öğrenci grubuna uygulanmıştır. Bunun sonucunda araştırmaya başlamadan önce olası aksaklıklar ve eksikliklerin önüne geçilmiştir.

BULGULAR

2.1. Betimsel Analizler

Bu kısımda ilk olarak katılımcıların sosyo-demografik ve tanıtıcı bilgilerine yer verilmiştir. Sonraki bölümde ise istatistiksel karşılaştırmaların ve karşılaştırmalardan elde edilen bulgulara ait analizlere yer verilmiştir. Aşağıda Çizelge 2.1’de katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine yer verilmiştir.

Değişken	Kategori	Sayı	Yüzde (%)
Yaş	18-20 yaş	157	52
	21-23 yaş	145	48
Cinsiyet	Erkek	142	47
	Kadın	160	53
Baba Eğitim Durumu	İlköğretim	90	29,8
	Lise	48	15,9
	Üniversite	164	54,3
Anne Eğitim Durumu	Okur-yazar değil	34	11,3
	İlköğretim	118	39,1
	Lise	66	21,9
	Üniversite	84	27,8
Baba Meslek	İşçi	35	11,6
	Memur	97	32,1
	Esnaf	61	20,2

Alp, M. (2017), *Kitle İletişim Araçlarının Genç Seçmenlerin Siyasi Tercihleri Üzerindeki Etkisi*, Balıkesir Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir

Yukarıdaki araştırmalardan yararlanılarak oluşturulan anket soruları; aile, eğitim, din, arkadaş grupları, kitle iletişim araçları ve bilişim ağları kavramları analiz edilmiştir.

	Emekli	83	27,5
	Diğer	26	8,6
Anne Meslek	İşçi	33	10,9
	Memur	46	15,2
	Emekli	37	12,3
	Diğer	186	61,6
Toplam		302	100,0

Çizelge 2.1. Katılımcıların sosyo-demografik bilgileri

Araştırmaya katılan 302 kişiye ait ‘‘Sosyo-Demografik Özellikler’’i en yüksek ve en düşük frekanslar dikkate alınarak incelendiğinde aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Katılımcıların %52’sinin 18-20 yaş grubunda olduğu; 24-26 ve 27-29 yaş aralığında ise öğrencinin bulunmadığı görülmektedir. Yaş grupları incelendiğinde ağırlıklı olarak araştırmaya katılan öğrencilerin dönem uzatmayan öğrencilerden oluştuğunu söyleyebiliriz.

Katılımcıların %53’ünün kadın; %47’si erkek olduğu görülmüştür. Araştırmamızda belirttiğimiz gibi her iki cinsiyetteki grupların sayılarının %40’ın altına düşmemesi, araştırmamızın güvenilirliğine katkı sağlamıştır.

Katılımcıların %54,3’ünün babasının üniversite; %29,8 ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Bulguları incelediğimizde öğrencilerin babalarının eğitim düzeyinin yarısından fazlasının üniversite mezunu olması, eğitim düzeyinin yüksek olduğu göstergesi olabilir.

Katılımcıların %39,1’inin annesinin ilköğretim mezunu olduğu; %11,3’ü okur-yazar olmadığına ulaşılmıştır. Bulguları incelediğimizde öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyinin düşük seviyede olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %32,1’inin babasının memur olduğu; %8,6’nın seçeneklerin dışında kalan ‘‘diğer meslek’’ sahibidir. Dolayısıyla verileri incelediğimizde işsiz babanın az olduğunu söyleyebiliriz.

Katılımcıların %61,6’sının annesinin ‘‘diğer meslek’’ sahibi; 10,9’u ise işçi olduğu tespit edilmiştir. Diğer grup oranının yüksek olması annenin işsiz ya da ev hanımı olduğunu kanısına varılabilir.

Katılımcıların ‘‘Sosyo-Demografik’’ özelliklerinin yorumlanması, siyasal toplumsallaşma eğilimlerinin analizinin yapılmasını kolaylaştıracaktır.

Değişken	Kategori	N	(%)
Benden tavsiye isteyen seçmenlere, partimi öneririm	Kesinlikle Katılmıyorum	26	8,6
	Katılmıyorum	62	20,5
	Kararsızım	84	27,8
	Katılıyorum	109	36,1
	Kesinlikle Katılıyorum	21	7
	Kesinlikle Katılmıyorum	17	5,6
	Katılmıyorum	67	22,2

Yeni bir parti arayan seçmene, partime oy vermelerinin doğru karar olacağını söylerim	Kararsızım	92	30,5
	Katılıyorum	105	34,8
	Kesinlikle Katılıyorum	21	7
Partim hakkında çevremdekilere olumlu şeyler söylerim	Katılmıyorum	84	27,8
	Kararsızım	71	23,5
	Katılıyorum	126	41,7
Kesinlikle Katılıyorum	Katılmıyorum	21	7
	Kararsızım	18	6
	Katılmıyorum	38	12,6
Önümüzdeki yıllarda yine aynı partime oy vereceğim	Kararsızım	142	47
	Katılıyorum	70	23,2
	Kesinlikle Katılıyorum	34	11,3
Toplam		302	100

Çizelge 2.2. Katılımcıların oy verme eğilimleri

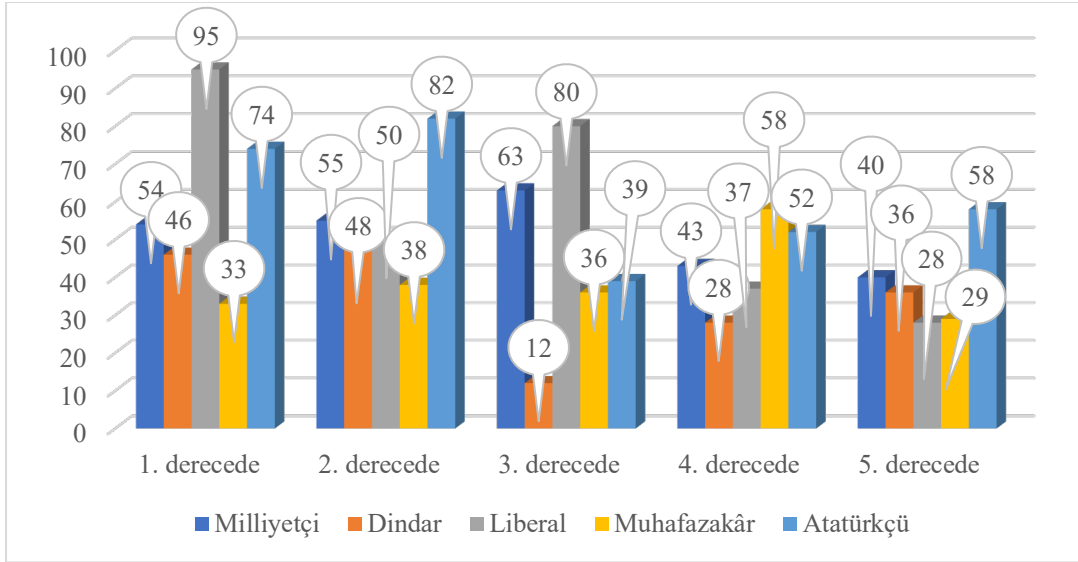
Araştırmaya katılan 302 kişiye ait ‘‘Oy Verme Eğilimleri’’ en yüksek ve en düşük frekanslar dikkate alınarak incelenmiştir. Buna göre;

Katılımcıların %36,1’inin ‘‘Benden tavsiye isteyen diğer seçmenlere, partimi öneririm’’ ifadesine ‘‘Katılıyorum’’; %7’si ise ‘‘Kesinlikle Katılmıyorum’’ cevabını vermiştir. Buna göre katılımcıların %36,1’i aslında desteklediği siyasal partiyi savunduğu, politikalarını desteklediğini; dolayısıyla partisini, her zaman için önermeye hazır olduğunu söyleyebiliriz.

Katılımcıların %34,8’inin ‘‘Yeni bir parti arayan seçmene, partime oy vermelerinin doğru karar olacağını söylerim’’ ifadesine ‘‘Katılıyorum’’; %5,6’ sının ise ‘‘Kesinlikle Katılmıyorum’’ cevabını vermiştir. Buna göre oy verdiği partisinden vazgeçen ya da aynı partiye oy verme noktasında şüpheleri olan bir seçmeni, katılımcıların %34,8’i, kendi partilerine oy verme konusunda ikna girişimlerinde bulunmaya hazır olduğunu belirtebiliriz.

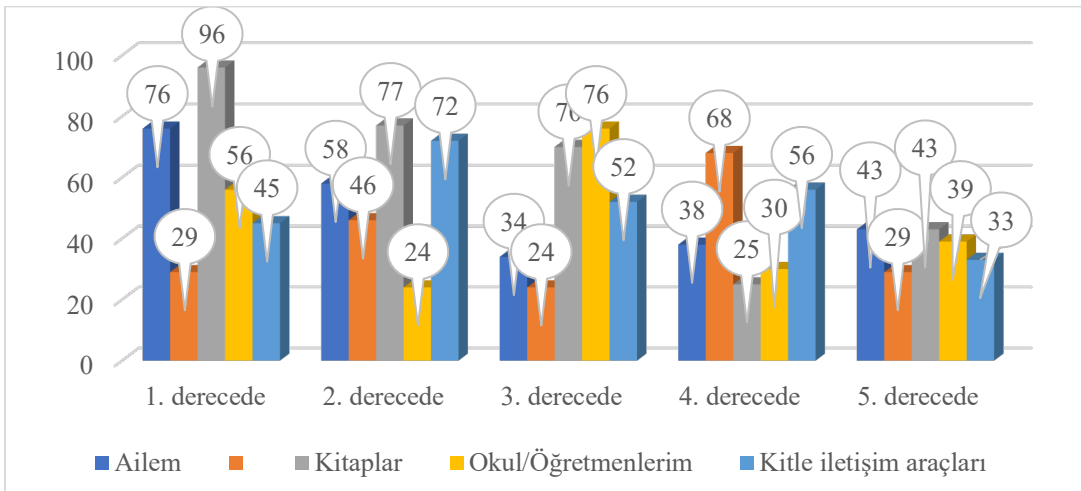
Katılımcıların 41,7’sinin ‘‘Partim hakkında çevremdekilere olumlu şeyler söylerim’’ ifadesine ‘‘Katılıyorum’’; %7’si ise ‘‘Kesinlikle Katılıyorum’’ cevabını vermiştir. Bu katılımcıların %41,7’si siyasal sosyalleşme düzeyi herhangi bir siyasal tartışma, paylaşım zemini olup olmamasına bakmaksızın partilerinin aktif savunucu niteliğinde olduğunu görebiliriz.

Son olarak katılımcıların %47’sinin ‘‘Önümüzdeki yıllarda yine aynı partime oy vereceğim’’ ifadesine ‘‘Kararsızım’’; %6’sı ise ‘‘Kesinlikle Katılmıyorum’’ cevabını verdiği tespit edilmiştir. Burada ilginç bir durumun söz konusu olduğunu söyleyebiliriz. Yukarıdaki ilk üç sorumuzda katılımcılardan en çok aldığımız yanıtlar, oy verdiği partiyi destekleme eğilimi söz konusu olmasına rağmen, gelecek seçimlerde aynı partiye oy verme hususunda ‘‘Kararsız’’ olmalarıdır. Bu hususu aslında uzun zamandır Türkiye’deki seçimlerde de ciddi oranda ‘‘Kararsız Seçmen’’ olduğu, seçim döneminde yapılan kamuoyu araştırmaları da desteklemektedir.



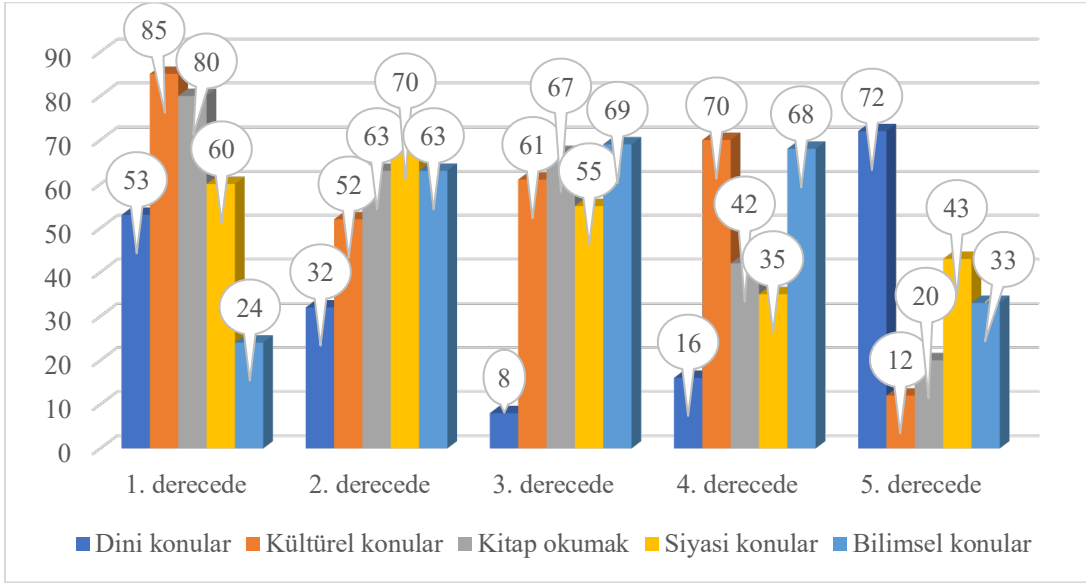
Şekil 2.1: Katılımcıların kendilerini tanımlama dereceleri

Şekil 2.1'e göre, katılımcılar 1. derecede kendilerini en çok "liberal", 2. derecede "Atatürkçü", 3. derecede "Liberal", 4. derecede "Muhafazakâr" ve 5. derecede "Atatürkçü" olarak tanımlamışlardır. Şentürk'ün (2009: 99) "Üniversite Öğrencilerinin Sosyalleşme Sürecinde Aile Kurumunun Etkisi: Sakarya Üniversitesi Örneği" başlıklı araştırmasında, katılımcıların yukarıdaki soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde araştırmamızın bulgularıyla örtüşmediğini görebiliriz. Buna göre, 1.derecede "Milliyetçilik", 5.derecede ise "Liberal" yer almaktadır. Bu farklılığın temelinde öğrencilerin okuduğu bölümlerin etkisi yer aldığını söyleyebiliriz. Hukuk Fakültesi öğrencileri ile Fen-Edebiyat Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yüksekokulu vd. öğrencileri arasında kendileri tanımlama biçimleri bölüm eğitimi ve kültürü açısından farklı olmasına neden olabilir. Ayrıca araştırmaların farklı zaman diliminde yapılması (9 yıl) ve farklı bölgelerde gerçekleştirilmesi (Antalya-Sakarya) bu farklılığın ortaya çıkmasını sağlamış olabilir. Sosyo-Demografik farklılıkların da etkili olduğunu söyleyebiliriz.



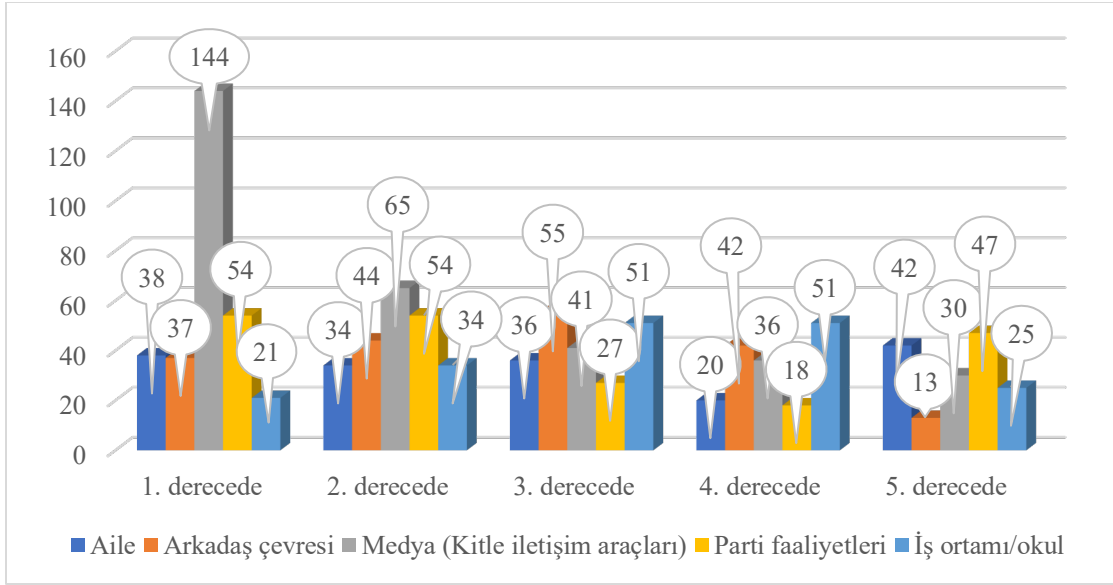
Şekil 2.2: Katılımcıların siyasal tercihler ile ilgili temel tutumlarının oluşmasını etkileyen faktörler.

Şekil 2.2'e göre, katılımcılar; siyasal tercihler ile ilgili temel tutumlarının oluşmasında 1.derecede kendilerini en çok "Kitap"lardan, 2. derecede yine "Kitap"lardan, 3. derecede "Okul/Öğretmen"lerden, 4. derecede "Arkadaşlar"ından ve 5. derecede "Aile ve Arkadaşlar"ından etkilenmişlerdir. Şentürk'ün (2009: 87) aynı araştırmasında ise öğrencilerin yukarıdaki ifadeye verdikleri cevaplar farklılık göstermektedir. 1. derecede "Aile", 2. derecede "Kitap"lar, 3. derecede "Kitle İletişim Araçları", 4. derecede "Arkadaşlar" ve 5. derecede "Okul/Öğretmen" yer almaktadır. Dolayısıyla iki farklı araştırmada aynı sorulara verilen cevaplardan farklı toplumsallaşma kurumlarının etkili olduğunu görülmektedir. Ayrıca yukarıda Şekil 2.1' de belirttiğimiz farklılıklar, muhtemel gerekçeler de etkili olabilir.



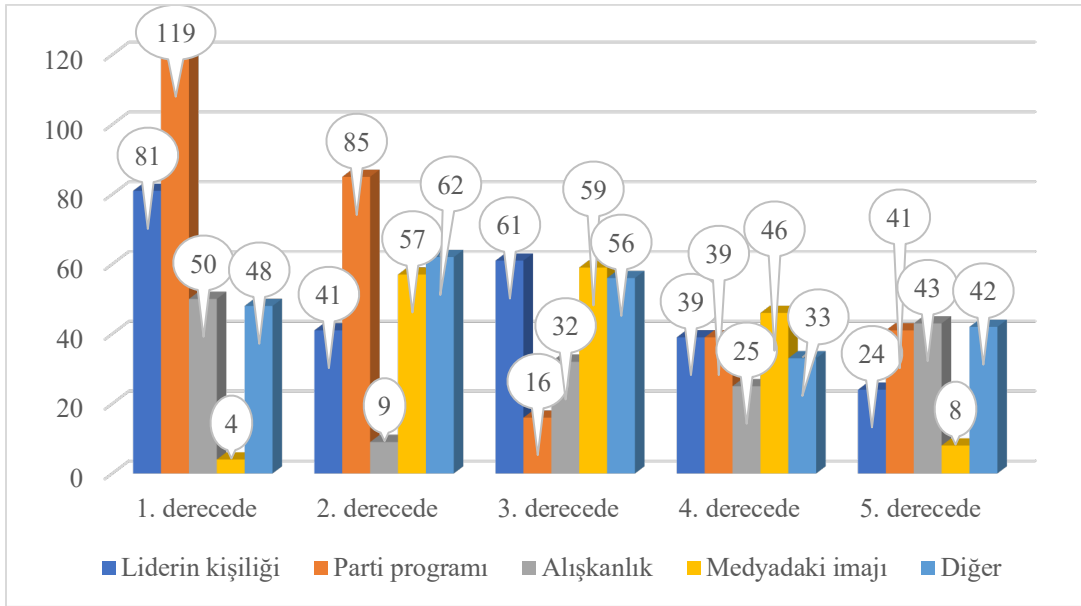
Şekil 2.3: Katılımcıların ilgi alanlarına giren konular

Şekle 2.3'e göre, katılımcıların ilgi alanlarına en çok giren konuların 1. derecede "Kültürel Konular", 2. derecede "Siyasi Konular", 3. derecede "Bilimsel Konular", 4. derecede "Kültürel Konular" ve 5. derecede "Dini Konular" olduğu görülmektedir. Yine Şentürk'ün (2009: 84)'ün ilgili araştırmasında 1. derecede "Kültürel Konular" ile 5. derecede "Dini Konular" örtüşmektedir. Ancak 2.derecede "Bilimsel Konular", 3. derecede "Kitap Okumak" ve 4. derecede ise "Siyasal Konular" yer almaktadır. Ayrıca yukarıda Şekil 4.1' de belirttiğimiz farklılıklar, muhtemel gerekçeler de etkili olabilir.



Şekil 2.4: Katılımcıların siyasi konular hakkında bilgi edinmek için kullandıkları kanallar

Şekil 4.4'e göre, katılımcıların siyasi konular hakkında bilgi edinmek için; 1. derecede "Medya (Kitle İletişim Araçları)", 2.derecede "Medya (Kitle İletişim Araçları)", 3. derecede "Arkadaş Çevresi", 4. derecede "İş Ortamı/okul" 5. derecede "Parti Faaliyetleri" kanalı kullandıkları görülmektedir. Bakırcı'nın (2006: 74) "Yazılı, Görsel ve İşitsel Medyanın İnsanların Siyasal Davranışları Üzerindeki Etkileri ve Kütahya Örneklem" başlık araştırmasında aynı soruya verilen yanıtlar incelendiğinde, araştırmamızdaki bulgularla kısmen örtüşmektedir. Buna göre 1.derecede "Medya-Kitle İletişim Araçları"; 5.derecede ise "İş ortamı" yer almaktadır. Görüldüğü gibi "Kitle İletişim Araçları" toplumsallaşma kurumu, Şekil.2.1'de açıklanan farklılıklara rağmen, önemli bir toplumsallaşma kurumu olduğunu düşünülebilir.



Şekil 2.5: Katılımcıların bir siyasi partiye onun hangi özelliğinden dolayı oy verdikleri

Şekil 2.5'e göre, katılımcıların bir siyasi partiye onun hangi özelliğinden dolayı oy verdikleri; 1. derecede "Parti Programı", 2. derecede "Parti Programı", 3. derecede "Liderin Kişiliği", 4. derecede "Medyadaki İmajı", 5. derecede "Alışkanlık" olduğu görülmektedir. Yine Bakırcı'nın (2006: 72) ilgili araştırmasında katılımcıların aynı soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde büyük oranda yanıtların örtüştüğünü söyleyebiliriz. Buna göre araştırmada 1.derecede "Parti programı", 2.derecede "Liderin kişiliği", 3.derecede "Diğer", 4.derecede "Medyadaki imajı" ve 5.derecede "Alışkanlık" yer almaktadır. Burada şekil 11'de açıklanan farklılıklara rağmen, "Parti Programı" ve "Liderin Kişiliği" her iki araştırmada da önemini korumuştur.

Değişken	Kategori	N	(%)
Dini inanç tutum ve gelenekleriniz siyasal tercihlerinizdeki rolü nedir?	Belirleyici	21	7
	Kısmen belirleyici	144	47,7
	Belirleyici değil	70	23,2
	Kesinlikle belirleyici değil	67	22,2
Kendi çevrenizde siyasi olaylar üzerine fikir tartışması yapar mısınız?	Sık sık yaparım	34	11,3
	Gerektiğinde yaparım	145	48
	Ara sıra yaparım	77	25,5
	Tartışma yapmam	20	6,6
	Kesinlikle tartışmam	26	8,6
Kadınların siyasal hayata katılmaları konusunda aşağıdaki ifadelerden hangisi sizce en uygundur?	Siyasette kadınlar erkeklere oranla daha az olmalılar	9	3
	Kadınlar da erkekler kadar yer almalılar	269	89,1
	Kadınlar siyasette erkeklerden daha fazla yer almalılar	24	7,9
Toplam		302	100

Çizelge 2.3. Katılımcıların siyasal kültür özellikleri

Araştırmaya katılan 302 kişiye ait "Siyasal Kültür Özellikleri" en yüksek ve en düşük frekanslar dikkate alınarak incelenmiştir. Buna göre;

Katılımcıların %47,7'sinin "Dini inanç tutum ve gelenekleriniz siyasal tercihlerinizdeki rolü nedir?" ifadesine "Kısmen belirleyici"; %7'i ise "Belirleyici" cevabını vermiştir. Bakırcı'nın (2006: 73) "Yazılı, Görsel ve İşitsel Medyanın İnsanların Siyasal Davranışları Üzerindeki Etkileri ve Kütahya Örnekleme" araştırmasında da aynı soruya verilen cevaplar incelendiğinde, bulguların en yüksek ve en düşük oranlarda araştırmamızla örtüştüğü görülmüştür. Bakırcı'nın araştırmasında Kütahya evreni içinden seçilen örneklem, niteliksel olarak sınırlandırılmamıştır. Yani örneklem rastlantısal olarak belirlenmiştir. Bulgulardan yola çıkarak iki araştırma örnekleminin nitelikleri belirgin bir şekilde birbirinden farklı olmasına rağmen bulgular örtüşmektedir. Dolayısıyla katılımcıların siyasal tutumlarının oluşmasında "Din Kurumu" etkili olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %48'inin "Kendi çevrenizde siyasi olaylar üzerine fikir tartışması yapar mısınız?" ifadesine "Gerektiğinde yaparım"; %6,6'sı ise "Tartışma yapmam" cevabını vermiştir. Bakırcı'nın (2006: 70) yukarıda belirtilen araştırmasında, katılımcıların aynı soruya verdikleri cevaplar

incelendiğinde bulguların örtüştüğü görülmektedir. %40,7 ile en yüksek oranın “Gerektiğinde yaparım” ; en düşük oranın ise %9,3 ile “Kesinlikle Tartışmam” olduğu görülmüştür. Yukarıda belirttiğimiz iki araştırma arasındaki örneklem farklılığına rağmen, katılımcıların %40,7’si “Gerektiğinde Yaparım” yanıtı vermekle siyasi tartışmalara girebileceğini, partisini savunabileceği belirtebiliriz. Yani her zaman potansiyel olarak siyasal tartışmalara eğimli olan seçmenlerin varlığı söz konusudur.

Katılımcıların %89,1’inin “Kadınların siyasal hayata katılmaları konusunda aşağıdaki ifadelerden hangisi sizce en uygundur?” ifadesine “Kadınlar da erkekler kadar yer almalı”; %3’ü ise “Siyasette kadınlar erkeklere oranla daha az olmalı” cevabını verdiği tespit edilmiştir. Akın’ın (2009: 16) “Siyasi Toplumsallaşma Sürecinde Gençlik: Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma” araştırmasında öğrencilerin yukarıdaki ifadeye verdikleri cevaplar neticesinde ulaşılan bulguların araştırmamızın bulgularını doğruladığını söyleyebiliriz. Araştırmamız ile Akın’ın araştırması arasında “Evren” farklı (Akdeniz Üniversitesi-Selçuk Üniversitesi) ancak; “Örneklem” benzerliği (Üniversite öğrencileri) olduğu görülmektedir. Bulguları incelediğimizde her iki araştırmada da kadının siyasete katılmaları konusunda güçlü bir desteğin olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla geleneksel ataerkil toplum yapısının zayıfladığını belirtebiliriz. Bu durum kadının siyasal anlamda toplumsallaşmasının da önünü açtığına değinebiliriz. Gençlerin bu konuda istekli olduğu görülmektedir.

Değişken	Kategori	N	(%)
Ailenizi nasıl tanımlıyorsunuz?	Milliyetçi	78	25,8
	Dindar	40	13,2
	Muhafazakâr	84	27,8
	Liberal	4	1,3
	Atatürkçü	96	31,8
Aile üyeleriniz ile birlikte geçirdiğiniz vakitlerde temel tartışma konularınız ne olurdu?	Dini konular	13	4,3
	Kültürel konular	21	7
	Ahlaki konular	18	6
	Siyasi konular	39	12,9
	Günlük konular	211	69,9
Ailenizden aldığımız değerler ile okuldan aldığımız değerler arasında bir çatışma yaşadığınız zaman hangi değerleri korumaya çalışırsınız?	Ailemden aldığım değerleri korurum	151	50
	Okuldan aldığım değerleri korurum	151	50
Aile ile ilgili siyasi konularda karar verilirken daha çok kimin/kimlerin sözü geçiyor?	Anne ve Babamın	31	10,3
	Kendim veririm, ailem bana karışmaz	217	71,9
	Tüm aile bireyleri birlikte	54	17,9
	Kesinlikle Katılmıyorum	48	15,9

Ailemin desteklediği parti ile benim desteklediğim parti aynıdır	Katılmıyorum	77	25,5
	Kararsızım	46	15,2
	Katılıyorum	114	37,7
	Kesinlikle Katılıyorum	17	5,6
Aileler kadınların siyasi sosyalleşmesini erkeklere göre daha çok destekler.	Genellikle	43	14,2
	Ara sıra	62	20,5
	Çok seyrek	136	45
	Hiçbir Zaman	61	20,2
Toplam		302	100

Çizelge 2.4. Katılımcıların ailelerinin siyasal özellikleri

Araştırmaya katılan 302 kişiye ait “Ailelerin Siyasal Eğilimleri” en yüksek ve en düşük frekansları incelenmiştir.

Katılımcıların %31,8’inin “Ailenizi nasıl tanımlıyorsunuz?” ifadesine “Atatürkçü”; %1,3’ü “Liberal” cevabını vermiştir. Şentürk’ün (2009: 99) yukarıda belirttiğimiz araştırmasında öğrencilerin bu ifadeye verdikleri cevaplardan elde edilen bulgular, araştırmamızdaki verilerle kısmen örtüşmektedir. Ortalama bir önemde “Muhafazakarlık” ve “Milliyetçilik” önemli kendini tanıma ifadeleri arasında yer almaktadır. “Dindar” seçeneği en sık tanıtıcı unsur olarak görülmektedir. Araştırma evreninin farklılık göstermesi “Din Kurumu” nun etkili olma düzeyini değiştirmiştir.

Katılımcıların %69,9’unun “Aile üyeleriniz ile birlikte geçirdiğiniz vakitlerde temel tartışma konularınız ne olurdu?” ifadesine “Günlük konular” %69,9; %4,3’ü “Dini konular” cevabını vermiştir. Şentürk’ün (2009: 93) aynı araştırmasında öğrencilerin bu ifadeye verdikleri cevaplardan elde edilen bulgular, araştırmamızdaki verilerle örtüşmektedir. Buna göre katılımcıların büyük çoğunluğu gündelik konular varken; siyasi, kültürel, ahlaki ve dini konularda üzerinde tartışmayı pek sık gerçekleşmemektedir. Bu durum; siyasi, kültürel, ahlaki ve dini konuların önemsiz olduğunu göstermez. Nitekim Şentürk’ün (2009: 99) araştırmasında “Ailenizi nasıl tanımlıyorsunuz?” ifadesine “Din Kurumu” en sık tanıtıcı özellik olduğunu yukarıda belirtmiştik. Dolayısıyla gerektiğinde siyasi, kültürel, ahlaki ve dini konuların da aile içinde önemli tartışma konuları arasında yer alabileceğini söyleyebiliriz.

Katılımcıların %50’sinin “Ailenizden aldığımız değerler ile okuldan aldığımız değerler arasında bir çatışma yaşadığınız zaman hangi değerleri korumaya çalışırsınız?” ifadesine “Ailemden aldığım değerleri korurum” ve “Okuldan aldığım değerleri korurum” cevabını vermiştir. Şentürk’ün (2009: 104) ilgili araştırmasında ise katılımcıların aynı soruya verdikleri cevaplar ile araştırmamızın bulguları arasında belirgin farklılıklar mevcuttur. Buna göre katılımcıların %85,2’si “Ailemden aldığım değerleri korurum”; %10,2’si ise “Okuldan aldığım değerleri korurum” cevabını vermiştir. Araştırmamızın bulgularına göre “Aile” veya “Eğitim/Okul”un öğrenciye kazandırdığı değerlerin değişmesinde her iki kurumunda etkili olduğu görülmektedir. Yani “Aile” öğrencinin “Eğitim/Okul”da öğrendiği değerleri etkileyebilirken; aynı oranda “Eğitim/Okul”da öğrenilen değerlerde de “Aile”de öğrenilen değerleri etkilemektedir. Ancak Şentürk’ün yukarıdaki araştırmasında “Aile” kurumu, belirgin bir ölçüde “Eğitim” kurumunu etkileyebildiği görülmektedir. Dolayısıyla araştırma örnekleme, araştırmanın yapıldığı zaman dilimi (2009), cinsiyet dağılımı vd. değişkenler toplumsallaşma kurumlarının etki düzeyini farklılaştırmaktadır.

Katılımcıların %71,9'unun "Aile ile ilgili siyasi konularda karar verilirken daha çok kimin/kimlerin sözü geçiyor?" ifadesine "Kendim veririm, ailem bana karışmaz"; %10,3'ü "Anne ve babam" cevabını verdiği görülmüştür. Görüldüğü gibi katılımcıların siyasi konularda herhangi bir karar alınırken (Örneğin; seçimlerde oy verilecek parti) "Aile" kurumunun belirgin bir şekilde etkili olmadığı görülmüştür. Sadece %10,3 gibi düşük bir oranda "Aile" kurumunun etkili olduğunu söyleyebiliriz. Burada "Ata erkil" eğiliminin zayıflayıp, katılımcıların bireyselleşme eğiliminde olduğunu belirtebiliriz.

Katılımcıların %37,7'sinin "Ailemin desteklediği parti ile benim desteklediğim parti aynıdır" ifadesine "Katılıyorum"; %5,6'sı "Kesinlikle katılmıyorum" cevabını vermiştir. Yine Şentürk'ün (2009: 98) araştırmasında öğrencilerin bu ifadeye verdikleri cevaplardan elde edilen bulgular, araştırmamızdaki verilerle kısmen örtüşüğünü söyleyebiliriz. Buna göre katılımcıların %28,1 "Ailemin desteklediği parti ile benim desteklediğim parti aynıdır" ifadesine "Kesinlikle Katılıyorum"; %12,6'sı ise "Nadiren Katılıyorum" cevabını vermiştir. Görüldüğü üzere araştırmamızın ilk sıralarında katılımcıların aileleri ile kendi siyasi tercihlerinin örtüşmüştür. Ancak %41,4'ü ise "Katılmıyorum" ve "Kesinlikle Katılmıyorum" ifadelerini doğrulamıştır. Dolayısıyla %15,2 "Kararsız"ı çıkarttığımızda aslında oran olarak ailesiyle olumlu siyasi tercih düşünenlerin oranı %43,3'tür. Yani "Aile" kurumu katılımcıların siyasi tercihlerini etkileme gücü her iki kişiden biri üzerinde olduğunu söyleyebiliriz. Şentürk'ün araştırmasında da aynı durum söz konusudur.

Katılımcıların %45'inin "Aileler, kadınların siyasi sosyalleşmesini erkeklere göre daha çok destekler." ifadesine "Çok seyrek"; %14,2'si "Genellikle" cevabını verdiği tespit edilmiştir. Bulgularımıza göre, "Aile" kurumunun kız evlatlarının siyasi toplumsallaşmasına olan desteğin çok düşük olduğu görülmektedir. Katılımcıların en az %65,2 oranında olumsuz tutum belirtmiştir. Dolayısıyla kadınların siyasi toplumsallaşması yeterince arzulanmamaktadır.

Değişken	Kategori	N	(%)
Gazetede, internette yer alan haberler ya da köşe yazarlarının yazılarına yorum veya mail atarak görüş aktarma	Genellikle	9	3
	Ara sıra	43	14,2
	Çok seyrek	63	20,9
	Hiçbir Zaman	187	61,9
Basında güncel siyaset ile ilgili çıkan haberleri izleme	Her zaman	79	26,2
	Genellikle	133	44
	Ara sıra	54	17,9
	Çok seyrek	22	7,3
Siyasi konular hakkında bilgi edinmede en fazla kullandığımız medya aracı hangisidir?	Hiçbir Zaman	14	4,6
	Televizyon	34	11,3
	Gazete	16	5,3
Televizyonda en fazla takip ettiğiniz program türü hangisidir?	Kitap	20	6,6
	İnternet	232	76,8
	Eğlence	76	25,2
	Haber programları	130	43

	Siyasi içerikli tartışma programları	41	13,6
	Magazin-Realite	8	2,6
	Spor	47	15,6
	Eğlence	108	35,8
Sosyal medya en çok hangi amaçla kullanırsınız?	İletişim kurmak	106	35,1
	Siyasi olayları takip etmek	40	13,2
	Diğer	48	15,9
Toplam		302	100

Çizelge 2.5. Katılımcıların kitle iletişim araçları kullanım eğilimleri

Araştırmaya katılan 302 kişiye ait ‘Kitle İletişim Araçlarının Kullanım Özellikleri’ en yüksek ve en düşük frekanslar incelenmiştir.

Katılımcıların %61,9’unun ‘‘Gazetede, internette yer alan haberler ya da köşe yazarlarının yazılarına yorum veya mail atarak görüş aktarma’’ ifadesine ‘‘Hiçbir Zaman’’; %3’ü ise ‘‘Genellikle’’ cevabını vermiştir. Çuhadar’ın (2006: 95) ‘‘Üniversite Öğretim Elemanı ve Öğrencilerinin Demokrasi Anlayışlarının Siyasal Toplumsallaşma Bağlamında Cinsiyet, Bilim Alanı, Akademik Aşama ve Siyasal Katılımcılık Değişkenleri Açısından İncelenmesi’’ adlı araştırmasında katılımcıların aynı ifadeye verdikleri cevaplardan oluşan bulguların birbiriyle örtüştüğünü belirtebiliriz. Araştırmamız ile Çuhadar’ın araştırmasının ‘‘Evren’’i farklı (Akdeniz Üniversitesi-Çukurova Üniversitesi), ‘‘Örnekleme’’i farklı (Hukuk Fakültesi-Sağlık, Fen, Sosyal Bilimler), zaman dilimi farkı (13 yıl) vd. değişkenler açısından farklılık göstermesine rağmen ‘‘Kitle İletişim Araçları’’ önemli bir toplumsallaşma kurumu olarak öne çıkmaktadır. Ancak; gazetelerde, internette yer alan haberlere ya da köşe yazarlarına yönelik yorum veya görüş bildirme çok düşük oranda olduğu görülmüştür. Dolayısıyla katılımcıların mail atmak, yorum yapmak, görüş bildirme gibi eğilimleri düşük olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %44’ünün ‘‘Basında güncel siyaset ile ilgili çıkan haberleri izleme’’ ifadesine ‘‘Genellikle’’; %4,6’sı ‘‘Hiçbir Zaman’’ cevabını vermiştir. Yine Çuhadar’ın (2006: 85) ilgili araştırmasında katılımcıların yukarıdaki ifadeye verdikleri cevaplardan elde edilen bulgular ile araştırmamızın bulguları ile örtüştüğü görülmüştür. Araştırmamızdaki diğer olumlu görüşleri de göz önünde bulundurduğumuzda en az %70,2’nin ‘‘Kitle İletişim Araçları’’nı güncel siyaseti takip etmek amacıyla tercih ettiği görülmüştür.

Katılımcıların %76,8’inin ‘‘Siyasi konular hakkında bilgi edinmede en fazla kullandığınız medya aracı hangisidir?’’ ifadesine ‘‘İnternet’’; %5,3’ü ‘‘Gazete’’ cevabını vermiştir. Ayrıca araştırmamızda ‘‘Dergi’’ hiç tercih edilmemiştir. Bakırcı’nın (2006: 77) yine ilgili araştırmasındaki katılımcıların yukarıdaki soruya verdikleri cevaplardan elde edilen bulgular ile araştırmamızın bulguları örtüşmediği görülmektedir. Bu bulgular %56,8’i ‘‘Televizyon’’, %3,6’sı ise ‘‘Dergi’’ yer almaktadır. Bakırcı’nın araştırmasında ‘‘İnternet’’in üst seviyede yer almamasının gerekçesini, internet ve bilişim ağı sistemleri gelişiminin günümüze kıyasen yetersiz olmasıyla açıklayabiliriz. Ayrıca teknolojik gelişmeleri de unutmamak gerekir (Örneğin; akıllı telefon).

Katılımcıların %43’ünün ‘‘Televizyonda en fazla takip ettiğiniz program türü hangisidir?’’ ifadesine ‘‘Haber programları’’; %2,6’sı ‘‘Magazin’’ cevabını vermiştir. Yine Bakırcı’nın (2006: 83) belirttiğimiz

araştırmasındaki katılımcıların yukarıdaki soruya verdikleri cevaplardan elde edilen bulgular ile araştırmamızın bulguları örtüşmüştür. Buna göre katılımcıların %50,7’i ‘‘Haber Programları’’ ; %7,1’i ise ‘‘Siyasi içerikli tartışma programları’’ şeklinde cevap vermiştir. Bulgulara göre katılımcıların büyük oranının ‘‘Haber programlarını’’ önemli kitle iletişim aracı olan televizyon vasıtasıyla izlemesi, aynı zamanda siyasal olarak da toplumsallaştığının göstergesi olabilir. ‘‘Kitle İletişim Araçları’’ kurumu bu hususta önemli bir görev üstlenmektedir.

Katılımcıların %35,8’inin ‘‘Sosyal medya en çok hangi amaçla kullanırsınız?’’ ifadesine ‘‘Eğlence’’; %13,2’si ise ‘‘Siyasal olayları takip etmek’’ cevabını verdiği tespit edilmiştir. Günümüzde sosyal medyanın önemli bir iletişim ve toplumsallaşma aracı görülmektedir. Teknolojinin gelişmesi birlikte bilişim ve iletişim ağının yaygınlaşması ‘‘sosyal medya’’nın etkisini artırmıştır. Araştırmamızda katılımcıların %35,8’i sosyal medyayı ‘‘Eğlence’’; %35,1 ‘‘İletişim Kurmak’’ amacıyla kullanmaktadır. Siyasal olayları takip etmek amacıyla ‘‘Sosyal Medya’’ %13,2 ile düşük bir oran karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla bu bulgudan yola çıkarak, katılımcıların ‘‘sosyal medya’’ aracılığıyla siyasal toplumsallaşmanın düşük seviyede olduğunu söyleyebiliriz.

2. 2. İstatistiksel Analizler

Araştırmanın bu kısmında katılımcıların oy verme eğilimleri, siyasal kültür özellikleri, ailelerin siyasal özellikleri ve kitle iletişim araçları kullanım özelliklerine yönelik sorulara verdikleri cevaplar, araştırmanın alt problemleri çerçevesinde oluşturulan hipotezler incelenmiştir. Kay kare karşılaştırmalı analiz yapılmıştır.

Kategori	Yeni bir parti arayan seçmene, partime oy vermelerinin doğru karar olacağını söylerim					Total	X ²	df	p		
	1	2	3	4	5						
Benden tavsiye isteyen diğer seçmenlere, partimi öneririm	1	N	13	13	0	0	0	26	673,540	16	0,000
		%	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	100			
	2	N	0	54	0	8	0	62			
		%	0,0	87,1	0,0	12,9	0,0	100			
	3	N	0	0	71	13	0	84			
		%	0,0	0,0	84,5	15,5	0,0	100			
	4	N	0	0	21	84	4	109			
		%	0,0	0,0	19,3	77,1	3,7	100			
	5	N	4	0	0	0	17	21			
		%	19,0	0,0	0,0	0,0	81,0	100			

1* Kesinlikle Katılmıyorum 2* Katılmıyorum 3* Kararsızım 4* Katılıyorum 5* Katılıyorum

Çizelge 2.6. Yeni bir partiye oy vermek isteyen seçmen ile katılımcıların desteklediği partiyi önermesi arasındaki ilişki

2.2.1. Yeni Bir Partiye Oy Vermek İsteyen Seçmen İle Katılımcıların Desteklediği Partiyi Önerme Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Çizelge 2.6'a göre; katılımcıların "Benden tavsiye isteyen diğer seçmenlere, partimi öneririm" ifadesine verdikleri cevaplar ile "Yeni bir parti arayan seçmene, partime oy vermelerinin doğru karar olacağını söylerim" ifadesine verdikleri cevaplar arasında yapılan iki yönlü kay kare testi sonucuna göre, ilgili iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($X^2=673,540$, $p<0,05$). Buna göre katılımcılar, yeni bir partiye oy vermek isteyen bir seçmen ile karşılaştıklarında kendi partilerine oy vermeleri konusunda fikir belirtmektedir. Dolayısıyla katılımcılar partilerine yeni bir seçmen kazandırmak için uğraşmaktadır. Yeni bir partiye oy vermek isteyen seçmene karşı katılımcıların tarafsız kalmadığı görülmektedir. Neticede katılımcıların partileri doğrultusunda siyasal toplumsallaştığını, hazırda bulunduğunu belirtebiliriz.

Kategori	Önümüzdeki yıllarda yine aynı partime oy vereceğim					Total	X ²	df	p			
	1	2	3	4	5							
Partim hakkında çevremdekilere olumlu şeyler söylerim	1	N	18	17	32	13	4	84	86,614	12	0,000	
		%	21,4	20,2	38,1	15,5	4,8					100
	2	N	0	13	37	16	5					71
		%	0,0	18,3	52,1	22,5	7,0					100
	3	N	0	8	56	41	21					126
		%	0,0	6,3	44,4	32,5	16,7					100
	4	N	0	0	17	0	4					21
		%	0,0	0,0	81,0	0,0	19,0					100

1* Kesinlikle Katılmıyorum 2* Katılmıyorum 3* Kararsızım 4* Katılıyorum 5* Katılıyorum

Çizelge 2.7. Katılımcıların önümüzdeki yıllarda aynı partiye oy verme eğilimi ile destekledikleri parti hakkında çevresindekilere olumlu fikirler paylaşma arasındaki ilişkisi

2.2.2. Katılımcıların Önümüzdeki Yıllarda Aynı Partiye Oy Verme Eğilimi İle Destekledikleri Parti Hakkında Çevresindekilere Olumlu Fikirler Paylaşma Arasındaki İlişkinin Yorumlanması

Çizelge 2.7'e göre; katılımcıların "Partim hakkında çevremdekilere olumlu şeyler söylerim" ifadesine verdikleri cevaplar ile "Önümüzdeki yıllarda yine aynı partime oy vereceğim" ifadesine verdikleri cevaplar arasında yapılan iki yönlü kay kare testi sonucuna göre, ilgili iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($X^2=86,614$, $p<0,05$). Katılımcıların gelecek seçimlerde de oy verdiği partiyi desteklemekle kalmayıp, aynı zamanda partisi hakkında siyasal propaganda yapabileceği görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların partileriyle bağlarının olumlu olduğu, parti politikalarından memnun kaldığını belirtebiliriz. Bu neticede partisinin pasif bir destekçisi olmayıp, parti ile ilgili olumlu fikirleri paylaşarak aktif siyasal sosyalleşen bir birey olduklarını söylenebilir

Kategori	Siyasi konular hakkında bilgi edinmek için en çok kullanılan kanal	Total	X ²	df	p

			1	2	3	4	5				
Siyasal tercihler ile ilgili temel tutumlarınızın oluşmasında en etkili / belirleyici olan faktör	Ailem	N	34	4	30	4	0	72	176,386	16	0,000
		%	47,2	5,6	41,7	5,6	0,0	100			
	Arkadaşlarım	N	0	4	12	9	0	25			
		%	0,0	16,0	48,0	36,0	0,0	100			
	Kitaplar	N	0	5	59	28	4	96			
		%	0,0	5,2	61,5	29,2	4,2	100			
	Okul/Öğretmenlerim	N	4	19	12	9	12	56			
		%	7,1	33,9	21,4	16,1	21,4	100			
	Kitle iletişim araçları	N	0	5	31	4	5	45			
		%	0,0	11,1	68,9	8,9	11,1	100			

1* Aile 2* Arkadaş çevresi 3* Medya (Kitle iletişim araçları) 4* Parti faaliyetleri 5* İş ortamı/okul

Çizelge 2.8. Siyasal tercihlerle ilgili tutumlarının oluşması ile siyasi konularda bilgi edinme arasındaki ilişki

2.2.3. Siyasal Tercihlerle İlgili Tutumlarının Oluşmasına İle Siyasi Konularda Bilgi Edinme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Çizelge 2.8'e göre; katılımcıların "Siyasal tercihler ile ilgili temel tutumlarınızın oluşmasında en etkili / belirleyici olan faktör" ifadesine verdikleri cevaplar ile "Siyasi konular hakkında bilgi edinmek için en çok kullanılan kanal" ifadesine verdikleri cevaplar arasında yapılan iki yönlü kay kare testi sonucuna göre, ilgili iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($X^2=176,386$, $p<0,05$). Araştırmamıza göre bulguları incelediğimizde, öğrencilerin siyasi konular hakkında temel tutumlarının oluşmasında en etkili olan "Kitaplar" ile öğrencilerin siyasi konular hakkında bilgiye ulaşım kaynağı olarak en sık kullanılan "Medya (Kitle iletişim araçları)" arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur. Buna göre katılımcılar siyasi tutumların oluşmasında "Kitap"ı tercih etmekle kalmayıp, siyasi konularda bilgiye ulaşma noktasında "Kitle İletişim Araçları"ı da etkili olarak kullanmaktadır. Yani katılımcıları tatmin edecek doğru bir siyasi bilgiye ulaştıktan sonra, katılımcıların siyasi tutum oluşturmaktadır. Bu şekilde daha etkili siyasi toplumsallaşabilirler. Ayrıca; siyasi tercihler ile ilgili temel tutumlarınızın oluşmasında en etkili olan "Kitle iletişim araçları"ı tercih eden katılımcılar "Aile"i; "Kitaplar" ı tercih eden yine "Aile"i; "Arkadaşlar"ı tercih eden "Aile ve İş ortamı/Okul"u ve "Aile"i tercih edenler ise "İş ortamı/Okul"u siyasi konular hakkında bilgi elde etmek için tercih etmemiştir.

Kategori	En çok ilgi alanlarınıza giren konu					Total	X ²	df	p		
	1	2	3	4	5						
Kendinizi nasıl tanımlıyorsunuz?	Milliyetçi	N	9	16	12	17	0	54	172,296	16	0,000
		%	16,7	29,6	22,2	31,5	0,0	100			
	Dindar	N	16	16	9	0	5	46			
		%	34,8	34,8	19,6	0,0	10,9	100			
	Liberal	N	0	27	33	26	9	95			
		%	0,0	28,4	34,7	27,3	9,6	100			

	%	0,0	28,4	34,7	27,4	9,5	100
Muhafazakâr	N	28	0	5	0	0	33
	%	84,8	0,0	15,2	0,0	0,0	100
Atatürkçü	N	0	26	21	17	10	74
	%	0,0	35,1	28,4	23,0	13,5	100

1* Dini konular 2* Kültürel konular 3*Kitap okumak 4* Siyasi konular 5* Bilimsel konular

Çizelge 2.9. Katılımcıların kendilerini siyasal olarak tanımlama biçimleri ile ilgi alanlarının belirlenmesi arasındaki ilişki

2.2.4. Katılımcıların Kendilerini Siyasal Olarak Tanımlama Biçimleri İle İlgili Alanlarının Belirlenmesi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Çizelge 2.9'a göre; katılımcıların "Kendinizi nasıl tanımlıyorsunuz?" ifadesine verdikleri cevaplar ile "En çok ilgi alanlarınıza giren konu" ifadesine verdikleri cevaplar arasında yapılan iki yönlü kay kare testi sonucuna göre, ilgili iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($X^2=172,296$, $p<0,05$). Katılımcılar kendilerini daha çok "Liberal" olarak tanımlamakta; ilgi alanları olarak da en sık "Kültürel konular" olarak belirtmektedir. Dolayısıyla kendini "Liberal" olarak tanıtan kişi, "Kültürel konular"ı daha çok benimsedikleri söylenebilir. Kendini "Milliyetçi", "Muhafazakâr", "Atatürkçü" ve "Dindar" olarak tanıtanların da "Kültürel konulara" ilgi duyduklarını belirtebiliriz. Ayrıca kendini "Milliyetçi" olarak tanıtan "Bilimsel konular"; "Muhafazakâr" olarak tanıtan "Kültürel, siyasal ve bilimsel konular" "Dindar" olarak tanıtan "Siyasi konular" "Atatürkçü" olarak tanıtanlarda "Dini konular" ilgi alanlarına girmediği görülmüştür

Kategori	Kendi çevrenizde siyasi olaylar üzerine fikir tartışması yapar mısınız?					Total	X ²	df	p		
	1	2	3	4	5						
		N									
Bir siyasi partiye onun hangi özelliğinden dolayı oy verirsiniz?	Liderin kişiliği	N	13	31	29	4	4	81	68,031	16	0,000
		%	16,0	38,3	35,8	4,9	4,9	100			
	Parti programı	N	13	62	26	4	14	119			
		%	10,9	52,1	21,8	3,4	11,8	100			
	Alışkanlık	N	4	26	12	8	0	50			
		%	8,0	52,0	24,0	16,0	0,0	100			
	Medyadaki imajı	N	0	0	0	0	4	4			
		%	0,0	0,0	0,0	0,0	100	100			
	Diğer	N	4	26	10	4	4	48			
		%	8,3	54,2	20,8	8,3	8,3	100			

1* Sık sık yaparım 2* Gerekteğinde yaparım 3*Ara sıra yaparım 4* Tartışma yapmam 5* Kesinlikle tartışmam

Çizelge 2.10. Siyasi partiye oy verme gerekçesi ile katılımcıların çevresinde yaptığı istişareler arasındaki ilişki

2.2.5. Siyasal Partiye Oy Verme Gerekçesi İle Katılımcıların Çevresinde Yaptığı İstişareler Arasındaki İlişkinin Yorumlanması

Çizelge 2.10'a göre; katılımcıların “Bir siyasi partiye onun hangi özelliğinden dolayı oy verirsiniz?” ifadesine verdikleri cevaplar ile “Kendi çevrenizde siyasi olaylar üzerine fikir tartışması yapar mısınız?” ifadesine verdikleri cevaplar arasında yapılan iki yönlü kay kare testi sonucuna göre, ilgili iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($X^2=68,031$, $p<0,05$). Bulgularımıza göre katılımcıların siyasi partiye oy verme sebebi olarak “Parti programı” nı; siyasi istişareler yapma sıklığı ise “Gerektiğinde yaparım”ı belirtmişlerdir. Dolayısıyla katılımcılar bir siyasal partiye oy verme gerekçesi, siyasal istişareler gerçekleştirilerek yapmaktadır. Ayrıca “Sık sık yaparım” ve “Ara sıra yaparım” olumlu tutumları önemli oranda (%36,8) mevcuttur. “Tartışma yapmam” ve “Kesinlikle tartışmam”(%15,2) görüşleri ise düşük bir orandadır. Neticede siyasal toplumsallaşma kültürü belirli istişare süreçlerinden geçerek oluştuğunu söyleyebiliriz.

Kategori	Aile üyeleriniz ile birlikte geçirdiğiniz vakitlerde temel tartışma konularınız ne olurdu?					Total	X ²	df	p		
	1	2	3	4	5						
Milliyetçi	N	0	0	0	8	70	78	147,398	1	0,000	
	%	0,0	0,0	0,0	10,3	89,7	100,0				
Dindar	N	13	0	4	10	13	40				
	%	32,5	0,0	10,0	25,0	32,5	100				
Ailenizi nasıl tanımlıyorsunuz?	Muhafazakâr	N	0	9	14	8	53	84			
		%	0,0	10,7	16,7	9,5	63,1	100			
	Liberal	N	0	0	0	0	4	4			
		%	0,0	0,0	0,0	0,0	100	100			
	Atatürkçü	N	0	12	0	13	71	96			
		%	0,0	12,5	0,0	13,5	74,0	100			

1* Dini konular 2* Kültürel konular 3* Ahlakî konular 4* Siyasal konular 5* Günlük konular

Çizelge 2.11. Katılımcıların ailesini siyasal tanımlama biçimi ile aile üyeleriyle vakit geçirdiklerinde tartıştıkları konular arasındaki ilişki

2.2.6. Katılımcıların Ailesini Siyasal Tanımlama Biçimi İle Aile Üyeleriyle Vakit Geçirdiklerinde Tartıştıkları Konular Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Çizelge 2.11'e göre; katılımcıların “Ailenizi nasıl tanımlıyorsunuz?” ifadesine verdikleri cevaplar ile “Aile üyeleriniz ile birlikte geçirdiğiniz vakitlerde temel tartışma konularınız ne olurdu?” ifadesine verdikleri cevaplar arasında yapılan iki yönlü kay kare testi sonucuna göre, ilgili iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($X^2=147,398$, $p<0,05$). Araştırmaya katılanlar ailelerinin siyasal bakış açısını öncelikli olarak “Atatürkçü” olarak tanımlayıp; aile içindeki temel tartışma konusu olarak da “Günlük konular” şeklinde olmuştur. Dolayısıyla kendini ailelerini “Atatürkçü” olarak tanıtan katılımcılar, aileleri ile temel tartışma konusu “Günlük konular” olduğunu ifade edebiliriz. Ailesini “muhafazakâr”, ‘liberal’, “milliyetçi” ve “dindar” olarak tanıtanlar “günlük konular” üzerinde

tartıştıklarını belirtebiliriz. Aile içinde “Siyasal konular” tartışma ikinci sırada yer alıp, yaklaşık %13 oranındadır. “Siyasal konular”ın aile içinde konuşulmasının düşük olması, “Aile” kurumunun katılımcılar üzerinde siyasi toplumsallaşmasının düşük olduğunu söyleyebiliriz. Kendini “Milliyetçi”, “Muhafazakâr”, “Liberal” ve “Dindar” olarak tanıtanların da “Günlük konular”a ilgi duyduklarını belirtebiliriz. Ayrıca kendini “Milliyetçi” olarak tanıtan “Dini, kültürel ve ahlaki konular”; “Muhafazakar” olarak tanıtan “Dini konular”; “Dindar” olarak tanıtan “Kültürel konular”; “Liberal” olarak tanıtanlar da “Dini, kültürel, ahlaki ve siyasi konular” katılımcıların ilgi alanlarına girmediği görülmüştür.

Kategori	Ailemin desteklediği parti ile benim desteklediğim parti aynıdır					Total	X ²	df	p	
	1	2	3	4	5					
		N	4	9	4					14
Anne ve Babamın	%	13	29	13	45	0	100			
Aile ile ilgili siyasi konularda karar verilirken daha çok kimin/kimlerin sözü geçiyor?	N	37	68	32	68	17	217			
	Kendim veririm, ailem bana karışmaz	%	16,6	31,3	15,2	29,0	7,8	100		
Tüm aile bireyleri birlikte	N	8	0	9	37	0	54			
	%	14,8	0,0	16,7	68,5	0,0	100			

1* Kesinlikle Katılmıyorum 2* Katılmıyorum 3* Kararsızım 4* Katılıyorum 5* Katılıyorum

Çizelge 2.12. Aileyle ilgili siyasi kararlarda etkili olan kişilerin aldıkları karar ile katılımcıların siyasi kararı arasındaki ilişkisi

2.2.7. Aileyle İlgili Siyasi Kararlarda Etkili Olan Kişilerin Aldıkları Karar İle Katılımcıların Siyasi Kararı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Çizelge 2.12’ e göre; katılımcıların “Aile ile ilgili siyasi konularda karar verilirken daha çok kimin/kimlerin sözü geçiyor?” ifadesine verdikleri cevaplar ile “Ailemin desteklediği parti ile benim desteklediğim parti aynıdır” ifadesine verdikleri cevaplar arasında yapılan iki yönlü kay kare testi sonucuna göre, ilgili iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($X^2=42,308$, $p<0,05$). Araştırmaya katılanların %71,9’u siyasi konularda karar alınırken ailesinin karışmadığı; %37,7 ise ailesinin siyasi tercihi ile kendisinin siyasi tercihi aynı olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla “Aile”nin siyasi tercihlerin belirlenmesi noktasında katılımcılar üzerinde etkili olmamasına rağmen; “Aile”sinin siyasi tercih kararıyla kendi siyasi tercihinin en yüksek oranda (%37,7) örtüştüğü görülmektedir. Yani katılımcıların aileleri, çocuklarına yönelik siyasi propaganda yapmasına gerek kalmadığı; çocukların zaten aileden öğrendiği siyasi kültür sayesinde ailesiyle siyasi tercihlerinin örtüştüğü görülmektedir.

Kategori	Siyasi konular hakkında bilgi edinmede en fazla kullandığınız medya aracı hangisidir?				Total	X ²	df	p	
	1	2	3	4					
	Genellikle	N	0	0					0

		%	0,0	0,0	0,0	100	100
Gazetede, internette yer alan haberler ya da köşe yazarlarının yazılarına yorum veya mail atarak görüş aktarma	Ara sıra	N	4	0	12	27	43
		%	9,3	0,0	27,9	62,8	100
	Çok seyrek	N	9	4	4	46	63
		%	14,3	6,3	6,3	73,0	100
	Hiçbir Zaman	N	21	12	4	150	187
		%	11,2	6,4	2,1	80,2	100

1* Televizyon 2* Gazete 3* Kitap 4* İnternet

Çizelge 2.13. Siyasi konularda bilgilenmek için kullanılan medya araçlarını ilgililere görüş bildirme amacıyla kullanma ilişkisi

2.2.8. Siyasi Konularda Bilgilenmek İçin Kullanılan Medya Araçlarını İlgililere Görüş Bildirme Amacıyla Kullanılmasının Değerlendirilmesi

Çizelge 2.13'e göre; katılımcıların "Gazetede, internette yer alan haberler ya da köşe yazarlarının yazılarına yorum veya mail atarak görüş aktarma" ifadesine verdikleri cevaplar ile "Siyasi konular hakkında bilgi edinmede en fazla kullandığınız medya aracı hangisidir?" ifadesine verdikleri cevaplar arasında yapılan iki yönlü kay kare testi sonucuna göre, ilgili iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($X^2=42,825$, $p<0,05$). Araştırmaya katılanların en sık kullandığı kitle iletişim aracı "internet" %76,8; gazetede, internette yer alan haberler ya da köşe yazarlarının yazılarına yorum veya mail atarak görüş aktarma sıklığı ise %61,8 oranında "Hiçbir zaman" olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde katılımcılar büyük oranda internet kullanmalarına rağmen; internette yer alan haberler ya da köşe yazarlarına görüş bildirmedeği görülmektedir. Dolayısıyla önemli siyasal toplumsallaşma kurumu olan kitle iletişim araçlarından "İnternet" in, katılımcılar tarafından yüksek oranda kullanılmasına karşın aynı oranda yine katılımcıların "internet" aracılığıyla ilgililere mail atmak, görüş bildirmek, yorum yapmak gibi siyasal toplumsallaşma düzeyi hakkında bize ipucu veren eğilimlerde bulunmadıklarını söyleyebiliriz.

Kategori	Sosyal medya en çok hangi amaçla kullanırsınız?				Total	X ²	df	p	
	1	2	3	4					
Eğlence	N	40	28	0	8	76	92,870	12	0,000
	%	52,6	36,8	0,0	10,5	100			
Televizyonda en fazla takip ettiğiniz program türü hangisidir?	Haber programları	N	28	64	10	28	130		
		%	21,5	49,2	7,7	21,5	100		
	Siyasi - tartışma programları	N	12	10	15	4	41		
		%	29,3	24,4	36,6	9,8	100		
	Magazin-Realite	N	4	4	0	0	8		
		%	50,0	50,0	0,0	0,0	100		
	Spor	N	24	0	15	8	47		

% 51,1 0,0 31,9 17,0 100

1* Eğlence 2* İletişim kurmak 3* Siyasi olayları takip etmek 4* Diğer

Çizelge 2.14. Televizyonda en çok izlenen program türü ile sosyal medya kullanım amaçları arasındaki ilişki

2.2.9. Televizyonda En Çok İzlenen Program Türü İle Sosyal Medya Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki

Çizelge 2.14'e göre; katılımcıların "Televizyonda en fazla takip ettiğiniz program türü hangisidir?" ifadesine verdikleri cevaplar ile "Sosyal medya en çok hangi amaçla kullanırsınız?" ifadesine verdikleri cevaplar arasında yapılan iki yönlü kay kare testi sonucuna göre, ilgili iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($X^2=92,870$, $p<0,05$). Araştırmaya katılanların %43'ü, televizyonda en fazla "Haber programlarını"; sosyal medyayı kullanım amacı olarak %35,8 ise "Eğlence" şeklinde belirtmişlerdir. Dolayısıyla sosyal medya kullanıcıları "Siyasal olayları takip etmek" gibi haber anlamı taşıyan konuları tercih etmediği görülmüştür. Bu yönüyle katılımcıların sosyal medyayı kullanım amacı ile televizyonu kullanım amacı örtüşmediği noktasında anlamlılık taşımaktadır. Ancak %13,2 sosyal medyayı "siyasal olayları takip etmek" için tercih ettiklerinden dolayı, televizyonda en çok "haber izleme" tercihiyle de anlamlılık taşımaktadır. Ayrıca yine ikinci yüksek oran olarak da %35,1 ise sosyal medyayı "iletişim kurmak" için kullanmaktadır. Ayrıca televizyonda en fazla takip ettiği program türü "Eğlence"yi tercih eden katılımcılar "Siyasi olayları takip etmek"; "Magazin"i tercih eden katılımcılar "siyasi olayları takip etmek ve diğer grup"u ve "Spor"u tercih eden katılımcılar ise "İletişim kurmak"ı sosyal medya kullanım amaçları arasında yer almamaktadır.

Kategori	Aileler kız çocuklarının siyasal toplumsallaşmasına erkek çocuklara göre daha çok destekler				Total	X ²	df	p	
	1	2	3	4					
Kadınların siyasal hayata katılmaları konusunda aşağıdaki ifadelerden hangisi sizce en uygundur?	Siyasette kadınlar erkeklere oranla daha az olmalılar	N 0	5	4	0	9	15,727	6	0,015
	% 0,0	55,6	44,4	0,0	100				
	Kadınlar da erkekler kadar yer almalılar	N 43	53	116	57	269			
	% 16,0	19,7	43,1	21,2	100				
	Kadınlar siyasette erkeklerden daha fazla yer almalılar	N 0	4	16	4	24			
	% 0,0	16,7	66,7	16,7	100				

1* Genellikle 2* Ara sıra 3* Çok seyrek 4* Hiçbir Zaman

Çizelge 2.15. Kadınların siyasal hayata katılımı ile ailelerin kadınları siyasal toplumsallaşmasına desteği

2.2.10. Kadınların Siyasal Hayata Katılımı İle Ailelerin Kadınları Siyasal Toplumsallaşmasına Desteğinin Değerlendirilmesi

Çizelge 2.15'e göre; katılımcıların "Kadınların siyasal hayata katılmaları konusunda aşağıdaki ifadelerden hangisi sizce en uygundur?" ifadesine verdikleri cevaplar ile "Aileler kadınların siyasal

toplumsallaşmasını erkeklere göre daha çok destekler” ifadesine verdikleri cevaplar arasında yapılan iki yönlü kay kare testi sonucuna göre, ilgili iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($X^2=15,727$, $p<0,05$). Araştırmamızın bulgularını incelediğimizde %89,9’u kadınların siyasal hayata katılmaları noktasında erkekler kadar yer alması gerektiği görüşündedir. Ailelerin ancak %15’i kadınların erkeklere göre siyasal toplumsallaşmasını desteklediğini belirtmiştir. Dolayısıyla katılımcıların kadınların erkekler kadar siyasal hayata katılması yönünde büyük bir görüşü mevcutken, katılımcıların aileleri ise kadınların erkeklere göre siyasal toplumsallaşmasını daha az desteklemektedir. Bu yönüyle katılımcılar ile katılımcıları aileleri arasında kadınların siyasal toplumsallaşmasına verilen destek arasında belirgin fark olduğu görülmektedir. Değişen toplumsal yapı ile kendisiyle birlikte kuşaklar arası görüş farklılığın da bu sonucu doğrduğunu söyleyebiliriz.

SONUÇ

Siyasal toplumsallaşma kavramı, toplumsallaşmanın siyasal boyutuyla ilgilidir. Toplumsallaşma kurumları olan aile, eğitim, arkadaşlık, din ve kitle iletişim araçları/bilişim ağları en önemlileri arasında yer almaktadır. İktidarı elinde bulunduran hükümetler, varlıklarını sürdürmek istemektedir. Bu noktada toplumsallaşma kurumları, iktidarların toplumu kendi idealleri etrafında toplamak için önemli köprülerdir. İktidar; aileyi, eğitimi, kitle iletişim araçları ve bilişim ağlarını, dini arkadaşlık gruplarını gibi kurumlardan yararlanarak hedeflerine ulaşmayı arzulamaktadır. “Siyasal Toplumsallaşma Kurumlarının Yükseköğretim Öğrencilerinin Siyasal Toplumsallaşmasına Etkisi” başlıklı araştırmamızın sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Araştırmamız ilk sonucunda katılımcıların “Oy Verme Eğilimleri” açısından, “Benden tavsiye isteyen diğer seçmenlere, partimi öneririm” ifadesini desteklemekle siyasal partisini savunduğuna, politikalarını benimsediğine dolayısıyla partisini, her zaman için önermeye hazır olduğuna ulaşılmıştır.

“Yeni bir parti arayan seçmene, partime oy vermelerinin doğru karar olacağını söylerim” ifadesini olumlu cevaplayarak oy verdiği partisinden vazgeçen ya da aynı partiye oy verme noktasında şüpheleri olan bir seçmeni, kendi partilerine oy verme konusunda ikna girişimlerinde bulunmaya hazır olduklarına ulaşılmıştır

“Partim hakkında çevremdekilere olumlu şeyler söylerim” ifadesine olumlu cevap vererek siyasal sosyalleşme düzeyinin herhangi bir siyasal tartışma, paylaşım zemini olup olmasına bakılmaksızın partilerinin aktif savunucusu olduklarına ulaşılmıştır.

Katılımcıların “Oy Verme Eğilimi” olan “Önümüzdeki yıllarda yine aynı partime oy vereceğim” ifadesine “Kararsız” görüşe ulaşılmıştır. Bu hususu aslında uzun zamandır Türkiye’deki seçimlerde de ciddi oranda “Kararsız Seçmen” olduğu, seçim döneminde yapılan kamuoyu araştırmaları da desteklemektedir. Yani kısaca oy verdiği partisinden pek memnun olmamakta ancak; kendileri açısından alternatif bir parti olmadığı için yine oy verdiği partisinden ayrılmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmamızın ikinci sonucunda katılımcıların “Siyasal Kültür Özellikleri” göre “Kendinizi Nasıl Tanımlayınız” sorusuna en çok ‘liberal’, 2. derecede “Atatürkçü”, 3. derecede “Liberal”, 4. derecede “Muhafazakâr” ve 5. derecede “Atatürkçü” cevapları verilmiştir. Buna göre katılımcılar kendilerini önem derecesine göre en çok “Liberal” olarak tanımlamaktadır.

Katılımcılar “Siyasal tercihler ile ilgili temel tutumlarının oluşmasında” 1.derecede kendilerini en çok “Kitap”lardan, 2. derecede yine “Kitap”lardan, 3. derecede “Okul/Öğretmen”lerden, 4. derecede

“Arkadaşlar”ından ve 5. derecede “Aile ve Arkadaşlar”ından etkilenmektedir. Bu sonucu göre katılımcıların siyasal tutum oluşmasında en önemli etken olan “kitap” ın yer aldığı görülmüştür.

“İlgi alanlarına en çok giren konular” sorusuna katılımcılar 1. derecede “Kültürel Konular”, 2. derecede “Siyasi Konular”, 3. derecede “Bilimsel Konular”, 4. derecede “Kültürel Konular” ve 5. derecede “Dini Konular” olduğu görülmüştür. Dolayısıyla “Kültürel konular” katılımcılar tarafından en çok tercih edilen ilgi alanları arasında yer alırken, diğer konular ise daha geri planda kaldığına ulaşılmıştır.

“Siyasi konular hakkında bilgi edinmek için”; 1. derecede “Medya (Kitle İletişim Araçları)”, 2. derecede “Medya (Kitle İletişim Araçları)”, 3. derecede “Arkadaş Çevresi” , 4. derecede “İş Ortamı/okul” 5. derecede “Parti Faaliyetleri” kanalı kullandıkları görülmektedir. Görüldüğü gibi “Kitle İletişim Araçları” önemli bir toplumsallaşma kurumu olduğu görülmüştür. Diğer toplumsallaşma kurumlarının etkisi ise daha düşük seviyede olduğuna ulaşılmıştır.

“Siyasi partiye onun hangi özelliğinden dolayı oy verdikleri” sorusuna katılımcılar; 1. derecede “Parti Programı”, 2. derecede “Parti Programı”, 3. derecede “Liderin Kişiliği”, 4. derecede “Medyadaki İmajı”, 5. derecede “Alışkanlık” olduğu görülmüştür. Buna göre “Parti Programı”nın siyasal partiye oy verme noktasında önemli olduğu tespit edilmiştir.

“Dini inanç tutum ve gelenekleriniz siyasal tercihlerinizdeki rolü nedir?” sorusuna katılımcıların en çok “Kısmen belirleyici” yanıtını verdiği görülmüştür. Dolayısıyla katılımcıların siyasal tutumlarının oluşmasında “Din Kurumu”nun etkili olduğuna ulaşılmıştır.

“Kendi çevrenizde siyasi olaylar üzerine fikir tartışması yapar mısınız?” sorusuna katılımcıların en sık “Gerektiğinde yaparım” cevabını vererek, her zaman potansiyel olarak siyasal tartışmalara eğimli olan seçmenlerin varlığı görülmektedir.

“Kadınların siyasal hayata katılmaları konusunda aşağıdaki ifadelerden hangisi sizce en uygundur?” sorusuna katılımcıların en çok “Kadınlar da erkekler kadar yer almalı” yanıtını vermiştir. Dolayısıyla geleneksel ataerkil toplum yapısının zayıfladığına görülmüştür. Neticede kadının siyasal anlamda toplumsallaşmasının önü açılmasında gençlerin istekli olduğuna ulaşılmıştır.

Araştırmamızın üçüncü sonucunda katılımcıların “Ailelerin Siyasal Özellikleri” göre, “Ailenizi nasıl tanımlıyorsunuz?” sorusuna en çok “Atatürkçü” en az ise “Liberal” olarak tanıttığı görülmüştür. Katılımcıların ailelerini “Atatürkçü” olarak tanıttığına ulaşılmıştır. Aynı soru katılımcılara sorulduğunda en çok “Liberal” yanıtı alınmıştır. Dolayısıyla “Aile” kurumunun katılımcılar üzerinde kendini tanımlama kriterlerinde etkisinin az olduğu görülmektedir.

“Aile üyeleriniz ile birlikte geçirdiğiniz vakitlerde temel tartışma konularınız ne olurdu?” sorusuna katılımcılar en çok “Günlük konular”, en az “Dini konular” cevabını vermiştir. ‘Dini Konular’ en az olarak cevaplamaları, dinin etkisinin düşük olduğunu göstermemektedir. Çünkü katılımcılar bağlantılı bir soru olan “Dini inanç, tutum ve gelenekleriniz siyasal tercihlerinizdeki rolü nedir?” sorusuna en çok “Kısmen belirleyici” yanıtını verdiği görülmüştür. Dolayısıyla katılımcıların sadece bu sorumuza verdikleri cevabı göz önünde bulundurarak siyasal tutumlarının oluşmasında “Din Kurumu”nun etkili olmadığı sonucuna ulaşmak, isabetli olmamaktadır.

“Ailenizden aldığınız değerler ile okuldan aldığınız değerler arasında bir çatışma yaşadığınız zaman hangi değerleri korumaya çalışırsınız?” sorusuna “Ailemden aldığım değerleri korurum” ile “Okuldan aldığım değerleri korurum” cevabının aynı oranda olduğu görülmüştür. “Aile” veya “Eğitim”min öğrenciye

kazandırdığı değerlerin değişmesinde her iki toplumsallaşma kurumun da etkili olduğu görülmektedir. Dolayısıyla “Aile” öğrencinin “Eğitim”de öğrendiği değerleri etkileyebilirken; aynı oranda “Eğitim”de öğrencinin benimsediği değerlerde “Aile”de öğrenilen değerleri değiştirebileceğine ulaşılmıştır.

“Aile ile ilgili siyasi konularda karar verilirken daha çok kimin/kimlerin sözü geçiyor?” sorusuna katılımcıların “Kendim veririm, ailem bana karışmaz” cevabını verdiği görülmüştür. Görüldüğü gibi katılımcıların siyasi konularda herhangi bir karar alırken “Aile” kurumunun belirgin bir şekilde etkili olmadığı sonucuna varılmıştır.

“Ailemin desteklediği parti ile benim desteklediğim parti aynıdır” ifadesine katılımcıların en çok “Katılıyorum” cevabı verdiği görülmektedir. Görüldüğü üzere araştırmamızın ilk sıralarında katılımcıların aileleri ile kendi siyasi tercihlerinin örtüşmüştür. Yani “Aile” kurumu katılımcıların siyasi tercihlerini etkileme gücü her iki kişiden biri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

“Aileler, kadınların siyasal toplumsallaşmasına erkeklere göre daha çok destekler.” ifadesine katılımcılar en sık “Çok seyrek” cevabını verdiği tespit edilmiştir. “Aile” kurumunun kız evlatlarının siyasal toplumsallaşmasına desteğin çok düşük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların ailelerinin kız çocuklarının siyasal toplumsallaşmasını yeterince arzulamadığı görülmüştür.

Araştırmamızın dördüncü sonuç kısmında “Kitle İletişim Araçlarının Kullanım Eğilimleri”nde katılımcıların “Gazetede, internette yer alan haberler ya da köşe yazarlarının yazılarına yorum veya mail atarak görüş aktarma” ifadesine en çok “Hiçbir Zaman” yanıtını vermiştir. Gazetelerde, internette yer alan haberlere ya da köşe yazarlarına yönelik yorum veya görüş bildirme çok düşük oranda olduğu görülmüştür. Dolayısıyla katılımcıların mail atmak, yorum yapmak, görüş bildirme gibi eğilimleri düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

“Basında güncel siyaset ile ilgili çıkan haberleri izleme” ifadesine katılımcıların en çok “Genellikle” cevabını verdikleri görülmüştür. Araştırmamızdaki diğer olumlu görüşleri de göz önünde bulundurduğumuzda “Kitle İletişim Araçları”nı güncel siyaseti takip etmek amacıyla katılımcılar tarafında tercih edilen önem bir toplumsallaşma kurumu olduğu sonucuna varılmıştır.

“Siyasi konular hakkında bilgi edinmede en fazla kullandığınız medya aracı hangisidir?” sorusuna katılımcılar en çok “İnternet” cevabını vermiştir. Dolayısıyla “İnternet”in siyasi konular hakkında bilgi elde etme noktasında diğer kitle iletişim araçlarını geride bıraktığı sonucuna ulaşılmıştır.

“Televizyonda en fazla takip ettiğiniz program türü hangisidir?” sorusuna katılımcılar en çok “Haber programları” yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların büyük oranı “Haber programları”nı önemli kitle iletişim aracı olan televizyon vasıtasıyla izlemesi, aynı zamanda siyasal olarak da bu şekilde toplumsallaştığının göstergesidir. Dolayısıyla “Kitle İletişim Araçları” kurumu bu hususta önemli bir işlevi olduğu sonucuna varılmaktadır.

“Sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanırsınız?” sorusuna katılımcıların en çok “Eğlence” cevabını verdiği tespit edilmiştir. Siyasi olayları takip etmek amacıyla “Sosyal Medya” ise düşük bir oranla karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların “sosyal medya” aracılığıyla siyasal toplumsallaşmasının düşük seviyede olduğu sonucunu görmekteyiz.

Araştırmanın beşinci sonuç kısmını hipotezler açısından neticelendirdiğimizde “Yeni Bir Partiye Oy Vermek İsteyen Seçmen ile Katılımcıların Desteklediği Partiyi Önerme Arasındaki İlişki” arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre katılımcılar, yeni bir partiye oy vermek isteyen bir seçmen ile

karşılaştıklarında kendi partilerine oy vermeleri konusunda fikir belirttikleri görülmüştür. Dolayısıyla katılımcılar partilerine yeni bir seçmen kazandırmak için uğraştıkları tespit edilmiştir. Neticede katılımcıların partileri doğrultusunda siyasal toplumsallaştığı sonucuna varılmıştır.

“Önümüzdeki Yıllarda Aynı Partiye Oy Verme Eğilimi ile Destekledikleri Parti Hakkında Çevresindekilere Olumlu Fikirler Paylaşma Arasındaki İlişki” arasında anlamlı ilişki mevcuttur. Buna göre Katılımcıların gelecek seçimlerde de oy verdiği partiyi desteklemekle kalmayıp, aynı zamanda partisi hakkında siyasal propaganda yapabileceği tespit edilmiştir. Dolayısıyla katılımcıların partileriyle bağlarının olumlu olduğu, parti politikalarından memnun kaldığını sonucuna varılmıştır.

“Siyasal Tercihlerle İlgili Tutumlarının Oluşmasına ile Siyasi Konularda Bilgi Edinme Arasındaki İlişki” anlamlı ilişki söz konusudur Buna göre katılımcılar siyasal tutumların oluşmasında “Kitap”ı tercih etmekle kalmayıp, siyasal konularda bilgiye ulaşma noktasında “Kitle İletişim Araçları”nı da etkili olarak kullandıkları görülmektedir. Yani katılımcıları siyasal bilgiye “Kitle İletişim Araçları”nı aktif kullanarak ulaştıkları tespit edilmiştir.

“Katılımcıların Kendilerini Siyasal Olarak Tanımlama Biçimleri ile İlgi Alanlarının Belirlenmesi Arasındaki İlişki” anlamlı olduğu görülmüştür. Buna göre katılımcılar kendilerini daha çok “Liberal” olarak tanımlamakta; ilgi alanları olarak da en sık “Kültürel konular” olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla kendini “Liberal” olarak tanıtan kişi, “Kültürel konular”ı daha çok benimsedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

“Siyasi Partiye Oy Verme Gerekçesi ile Katılımcıların Çevresinde Yaptığı İstişareler Arasında İlişki” anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bulgularımıza göre katılımcıların siyasi partiye oy verme sebebi olarak “Parti programı” nı; siyasal istişareler yapma sıklığı ise “Gerektiğinde yaparım”ı belirtmişlerdir. Dolayısıyla katılımcılar bir siyasal partiye oy verme gerekçesi, siyasal istişareler gerçekleştirilerek yaptıkları tespit edilmiştir.

“Katılımcıların Ailesini Siyasal Tanımlama Biçimi ile Aile Üyeleriyle Vakit Geçirdiklerinde Tartıştıkları Konular Arasındaki İlişki” de anlamlılık görülmüştür. Araştırmaya katılanlar ailelerinin siyasal bakış açısını öncelikli olarak “Atatürkçü” olarak tanımlayıp; aile içindeki temel tartışma konusu olarak da “Günlük konular” şeklinde belirtmiştir. Dolayısıyla kendini ailelerini “Atatürkçü” olarak tanıtan katılımcılar, aileleri ile temel tartışma konusu “Günlük konular” olduğunu sonucuna varılmıştır. “Siyasal konular”ın aile içinde konuşulmasının düşük olması, “Aile” kurumunun katılımcılar üzerinde siyasal toplumsallaşmasının düşük olduğu sonucunu göstermektedir.

“Aileyle İlgili Siyasal Kararlarda Etkili Olan Kişilerin Aldıkları Karar ile Katılımcıların Siyasal Kararı Arasındaki İlişki” anlamlı olduğu görülmüştür Dolayısıyla “Aile”nin siyasal tercihlerin belirlenmesi noktasında katılımcılar üzerinde düşük derecede etkili olmasına rağmen; “Aile”sinin siyasal tercih kararıyla kendi siyasal tercihinin en yüksek oranda örtüştüğü görülmektedir. Yani katılımcıların aileleri, çocuklarına yönelik siyasal propaganda yapmasına gerek kalmadığı; çocukların zaten aileden öğrendiği siyasal kültür sayesinde ailesiyle siyasal tercihlerinin örtüştüğü sonucuna varılmıştır.

“Siyasi Konularda Bilgilenmek İçin Kullanılan Medya Araçlarını İlgililere Görüş Bildirme Amacıyla Kullanılması” arasındaki ilişki anlamlı olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılanların en sık kullandığı kitle iletişim aracı “internet”i; gazetede, internette yer alan haberler ya da köşe yazarlarının yazılarına yorum veya mail atarak görüş aktarma sıklığı ise en yüksek oranında “Hiçbir zaman” olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde katılımcılar büyük oranda internet kullanmalarına rağmen; internette yer alan haberlere ya da köşe yazarlarına genellikle görüş bildirmedikleri görülmektedir. Dolayısıyla önemli

siyasal toplumsallaşma kurumu olan kitle iletişim araçlarından “İnternet” in, katılımcılar tarafından yüksek oranda kullanılmasına karşın aynı oranda yine katılımcıların “internet” aracılığıyla ilgililere mail atmak, görüş bildirmek, yorum yapmak gibi siyasal toplumsallaşma düzeyi hakkında bize ipucu veren eğilimlerde bulunmadıklarını söyleyebiliriz.

“Televizyonda En Çok İzlenen Program Türü ile Sosyal Medya Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki” anlamlı olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılanlar televizyonu en fazla “Haber programları”nı ; sosyal medyayı kullanım amacı olarak “Eğlence”i en yüksek oranda belirtmişlerdir. Dolayısıyla sosyal medya kullanıcıları “Siyasal olayları takip etmek” gibi haber anlamı taşıyan konuları tercih etmedikleri görülmüştür. Bu yönüyle katılımcıların sosyal medyayı kullanım amacı ile televizyonu kullanım amacının örtüşmediği sonucuna varılmıştır. Ancak az bir oran bile olsa sosyal medyayı “siyasal olayları takip etmek” için tercih edenlerin, televizyonu da en çok “haber izleme” olarak kullandığı tespit edilmiştir.

“Kadınların Siyasal Hayata Katılımı ile Ailelerin Kadınları Siyasal Toplumsallaşmasına Desteği” arasında anlamlı bir ilişki vardır. Araştırmamızın bulgularını incelediğimizde katılımcıların yüksek oranda kadınların siyasal hayata katılmaları noktasında erkekler kadar yer alması gerektiği görüşündedir. Dolayısıyla katılımcıların kadınların erkekler kadar siyasal hayata katılması yönünde büyük bir görüş mevcutken, katılımcıların aileleri ise kadınların erkeklere göre siyasal toplumsallaşmasını daha az desteklediği görülmektedir. Bu yönüyle katılımcılar ile katılımcıların aileleri arasında kadınların siyasal toplumsallaşmasına verilen destek arasında belirgin bir şekilde fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Akın, M. H. (2009). Siyasi Toplumsallaşma Sürecinde Gençlik: Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Alp, M. (2017), Kitle İletişim Araçlarının Genç Seçmenlerin Siyasi Tercihleri Üzerindeki Etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir
- Andaç, Ç. (2006), Üniversite Öğretim Elemanı ve Öğrencilerinin Demokrasi Anlayışlarının Siyasal Toplumsallaşma Bağlamında Cinsiyet, Bilim Alanı, Akademik Aşama ve Siyasal Katılımcılık Değişkenleri Açısından İncelenmesi, Çukurova Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana
- Bakırcı, H. (2006). Yazılı, ve İşitsel Medyanın İnsanların Siyasal Davranışları Üzerindeki Etkileri ve Kütahya Örnekleme, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Çuhadır, A. (2006). Üniversite Öğretim Elemanı ve Öğrencilerinin Demokrasi Anlayışlarının Siyasal Toplumsallaşma Bağlamında Cinsiyet, Bilim Alanı, Akademik Aşama ve Siyasal Katılımcılık Değişkenleri Açısından İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Dilber, F. (2012). “Siyasal toplumsallaşmada seçmenlerin siyasal tercihinin sosyal unsurların etkisi: Karaman ili seçmeni üzerinde bir alan araştırması”, Akademik Bakış Dergisi, 32, 1-19.
- Dönmezer, S. (1999). Toplum Bilim (12. baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2003). Pozitivist metodoloji: Bilimsel araştırma tasarımı, istatistiksel yöntemler, analiz ve yorum. Ankara: Erk Yayınları.
- Karasar, N. (2013). Bilimsel araştırma yöntemi, 25. Basım. Ankara: Nobel.
- Solmaz, A. (2017). Toplumsallaşma Sürecinde Din Eğitiminin Medya Algılaması ve

Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerindeki Rolü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.