T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANA BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SEÇMEN DAVRANIŞLARININ DAVRANIŞSAL FİNANS TEORİLERİ İLE İNCELENMESİ: KARADENİZ BÖLGESİ'NDEKİ SEÇMENLERİN EKONOMİK TERCİHLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

YEŞİM HABERAL ŞEN

Danışman : Prof. Dr. Tolga ULUSOY
Jüri Üyesi : Doç. Dr. Mustafa YÜCEL
Jüri Üyesi : Doç. Dr. Murat KESEBİR

KASTAMONU-2026

TAAHHÜTNAME

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu; ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını, bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini bildirir ve taahhüt ederim.

Yeşim HABERAL ŞEN

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SEÇMEN DAVRANIŞLARININ DAVRANIŞSAL FİNANS TEORİLERİ İLE İNCELENMESİ: KARADENİZ BÖLGESİ'NDEKİ SEÇMENLERİN EKONOMİK TERCİHLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

YEŞİM HABERAL ŞEN

KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANA BİLİM DALI
DANIŞMAN: PROF. DR. TOLGA ULUSOY

Seçmenlerin karar verme süreçleri ve oy verme davranışları ile ilgili olarak yapılan çalışmalar, seçmenlerin temelde üç yaklaşımdan etkilenerek karar verdiklerini göstermektedir. Bu yaklaşımlar çoğu yazarın ele aldığı biçimde sosyolojik, psikolojik ve ekonomik tercih yaklaşımı şeklinde ifade edilebilir. Bu çalışmada seçmen davranışları, davranışsal finans teorileri çerçevesinde ele alınmış ve Karadeniz Bölgesi'ndeki seçmenlerin ekonomik tercihleri üzerinden analiz edilmiştir. Çalışmanın temel amacı, bireylerin oy verme davranışlarında rasyonel ekonomik kararların mı yoksa psikolojik ve davranışsal faktörlerin mi daha etkili olduğunu ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, beklenti teorisi, aşırı güven, sürü davranışı ve bilişsel önyargılar gibi davranışsal finans unsurları dikkate alınmıştır. Araştırmada nicel yöntem tercih edilmiş ve veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Elde edilen veriler istatistiksel analiz teknikleri ile değerlendirilmiştir. Bulgular, seçmenlerin ekonomik tercihlerini oluştururken tamamen rasyonel davranmadığını, aksine psikolojik eğilimlerin ve çevresel etkilerin önemli rol oynadığını göstermektedir. Özellikle bireylerin kayıplardan kaçınma eğilimi, geçmiş deneyimlere aşırı bağlılık ve sosyal çevreden etkilenme düzeylerinin oy verme davranışları üzerinde belirgin etkileri olduğu görülmüştür. Araştırma sonuçları, davranışsal finans teorilerinin yalnızca finansal piyasaları değil, aynı zamanda siyasi karar alma süreçlerini de açıklamada önemli bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, seçmen davranışlarının analizinde klasik rasyonel modellerin tek başına yeterli olmadığı anlaşılmaktadır.

ANAHTAR KELİMELER: Davranışsal Finans Teorileri, Seçmen Davranışları, Siyasi Tercih

Haziran 2026, 95 Sayfa

ABSTRACT

MSC THESIS

ANALYZING VOTER BEHAVIOR WITH BEHAVIORAL FINANCE THEORIES: A STUDY ON ECONOMIC PREFERENCES OF VOTERS IN THE BLACK SEA REGION

YEŞİM HABERAL ŞEN

KASTAMONU UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCE
DEPARTMENT OF BANKING AND FINANCE
SUPERVISOR: PROF. DR. TOLGA ULUSOY

Studies on voters' decision-making processes and voting behavior show that voters are primarily influenced by three approaches. These approaches can be expressed as sociological, psychological, and economic preference approaches, as discussed by most authors. In this study, voter behavior is examined within the framework of behavioral finance theories and analyzed through the economic preferences of voters in the Black Sea Region. The main aim of the study is to determine whether rational economic decisions or psychological and behavioral factors are more influential in individuals' voting behavior. Accordingly, behavioral finance elements such as expectancy theory, overconfidence, herd behavior, and cognitive biases have been considered. A quantitative method was preferred in the research, and a survey was used as the data collection tool. The obtained data were evaluated using statistical analysis techniques. The findings show that voters do not behave entirely rationally when forming their economic preferences; on the contrary, psychological tendencies and environmental influences play a significant role. In particular, the tendency to avoid loss, excessive attachment to past experiences, and the level of influence from the social environment were found to have significant effects on voting behavior. The research findings reveal that behavioral finance theories are an important tool not only for explaining financial markets but also for explaining political decision-making processes. In this context, it becomes clear that classical rational models alone are insufficient for analyzing voter behavior.

KEYWORDS: Behavioral Finance Theories, Voter Behavior, Political Choice

June 2026, 95 Page

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın hazırlanması ve tamamlanması sürecinde bilgi, deneyim ve yol göstericiliğiyle bana her zaman destek olan, akademik bakış açımı geliştiren, sabrı ve anlayışıyla motivasyonumu artıran değerli danışman hocama Prof. Dr. Tolga Ulusoy'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans eğitimim boyunca bilgi ve tecrübeleriyle katkı sağlayan tüm hocalarıma, çalışmama değerli görüşleriyle destek veren akademisyenlere teşekkür ederim.

Bu zorlu süreçte her zaman yanımda olan, bana inanan, sabır ve sevgisiyle en büyük güç kaynağım olan sevgili eşime sonsuz teşekkür ederim. Desteği olmasaydı bu süreci aynı kararlılıkla tamamlamam çok daha güç olurdu.

Hayatıma neşe katan, varlığıyla bana güç veren canım oğluma da sevgilerimi sunuyorum. Onun gülümsemesi, en yoğun ve yorucu zamanlarda bile bana yeniden umut ve motivasyon verdi.

Son olarak, bugünlere gelmemde emeği geçen, sevgileri ve dualarıyla her zaman yanımda olan aileme ve tüm sevdiklerime gönülden teşekkür ederim.

Yeşim HABERAL ŞEN

Kastamonu, 2026

İÇİNDEKİLER

Sayfa

TEZ ONAYI ... **ii**
TAAHHÜTNAME ... **iii**
ÖZET ... **iv**
ABSTRACT ... **v**
TEŞEKKÜR ... **vi**
İÇİNDEKİLER ... **vii**
ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ ... **ix**
TABLOLAR DİZİNİ ... **x**
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ ... **xii**
1. GİRİŞ ... **1**
2. DAVRANIŞSAL FİNANS KAVRAMI ... **3**
2.1 Davranışsal Finans Kavramı, Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi ... 3
2.2 Davranışsal Finansın Etkileşimde Bulunduğu Disiplinler ve Kavramlar ... 6
2.2.1 Psikoloji ... 6
2.2.2 Sosyal Psikoloji ... 7
2.2.3 Antropoloji ... 8
2.2.4 Fizik (Sosyo-Fizik) ... 9
2.3 Davranışsal Finans Teori ve Modelleri ... 11
2.3.1 Beklenti Teorisi ... 11
2.3.2 Temsili Yatırımcı Modeli ... 13
2.3.3 İnteraktif İlişkiler Modeli ... 14
2.3.4 Aşırı Güvenli Yatırım Modeli ... 16
3. SEÇMEN DAVRANIŞI KAVRAMI ... **19**
3.1 Seçmen Davranışlarında Teorik Yaklaşımlar ve Modeller ... 20
3.1.1 Sosyolojik Yaklaşım (Columbia Yaklaşımı ve Modeli) ... 20
3.1.2 Sosyo-Psikolojik Yaklaşım (Michigan Yaklaşımı ve Modeli) ... 23
3.1.3 Rasyonel-Ekonomik Yaklaşım (Rochester Yaklaşımı ve Modeli) ... 26
3.2 Seçmen Davranışlarına Etki Eden Faktörler ... 28
3.2.1 Siyasi Parti ile İlgili Faktörler ... 28
3.2.2 Aday ile İlgili Faktörler ... 31
3.2.3 Seçmen ile İlgili Faktörler ... 34
3.2.4 Gündem ve Konu Faktörleri ... 37
3.2.5 Propaganda ve Siyasal İletişimi Faktörleri ... 40
4. METODOLOJİ ... **44**
4.1 Araştırmanın Konusu ve Önemi ... 44
4.2 Araştırmanın Amacı ... 44
4.3 Araştırmanın Modeli ... 45
4.4 Araştırmanın Hipotezleri ... 46
4.5 Araştırmanın Sınırlılıkları ... 46
4.6 Araştırmanın Anakütlesi, Örneklem Seçimi ve Veri Toplama Süreci ... 46
4.7 Bulgular ... 47
5. SONUÇ VE ÖNERİLER ... **78**
KAYNAKLAR ... **82**

EKLER..... 91
EK A Anket Formu 92
EK B Etik Kurul İzni..... 95

ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 4.1 Araştırma modeli 45
Şekil 4.2 Davranışsal finans ölçeği Scree pilot grafiği 52
Şekil 4.3 Seçmen davranışı ölçeği Scree pilot grafiği..... 56

TABLOLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 4.1 Demografik verilerin analizi 47
Tablo 4.2 Davranışsal finans ölçeği KMO Bartlett analiz sonuçları 50
Tablo 4.3 Davranışsal finans ölçeği faktör çıkarım analizi 50
Tablo 4.4 Davranışsal finans ölçeğinin faktör yüklerinin dağılımı 52
Tablo 4.5 Seçmen davranışı ölçeği KMO Bartlett analiz sonuçları 55
Tablo 4.6 Seçmen davranışı ölçeği faktör çıkarım sonuçları 55
Tablo 4.7 Seçmen davranışı ölçeği faktör yükleri dağılımı 57
Tablo 4.8 "Davranışsal finans ölçeği" ve "Seçmen davranışı ölçeği" ölçeklerine ilişkin Cronbach Alfa değerleri 58
Tablo 4.9 "Davranışsal finans ölçeği" ve "Seçmen davranışı ölçeği" ölçeklerinin ortalama ve standart sapma değerleri 58
Tablo 4.10 "Davranışsal finans ölçeği" ve "Seçmen davranışı ölçeği" ölçeklerine ilişkin Pearson Korelasyon analizi 59
Tablo 4.11 "Davranışsal finans" ve "Seçmen davranışı" ölçeklerine ilişkin Regresyon analizi 59
Tablo 4.12 Davranışsal finans ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler 60
Tablo 4.13 Seçmen davranışı ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler 62
Tablo 4.14 Katılımcıların cinsiyetleri ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair T-Testi analizi 63
Tablo 4.15 Katılımcıların yaşları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi 64
Tablo 4.16 Katılımcıların yaşları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi 64
Tablo 4.17 Katılımcıların eğitim düzeyleri ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi 65
Tablo 4.18 Katılımcıların eğitim düzeyleri ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi 66
Tablo 4.19 Katılımcıların gelir düzeyleri ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi 66
Tablo 4.20 Katılımcıların gelir düzeyleri ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi 67
Tablo 4.21 Katılımcıların gelir algıları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi 68
Tablo 4.22 Katılımcıların çalışma durumları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi 68
Tablo 4.23 Katılımcıların çalışma durumları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi 69
Tablo 4.24 Katılımcıların cinsiyetleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair T-Testi analizi 70
Tablo 4.25 Katılımcıların yaşları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi 70
Tablo 4.26 Katılımcıların yaşları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi 71

Tablo 4.27 Katılımcıların eğitim düzeyleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi 72
Tablo 4.28 Katılımcıların eğitim düzeyleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi 72
Tablo 4.29 Katılımcıların gelir düzeyleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi 73
Tablo 4.30 Katılımcıların gelir düzeyleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi 74
Tablo 4.31 Katılımcıların gelir algıları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi 74
Tablo 4.32 Katılımcıların gelir algıları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi 75
Tablo 4.33 Katılımcıların çalışma durumları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi 76
Tablo 4.34 Katılımcıların çalışma durumları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi 76

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltmalar

ABD	**:** Amerika Birleşik Devletleri
EKK	**:** En Küçük Kareler Yöntemi
SPSS	**:** Statistical Package for the Social Sciences
SS	**:** Standart Sapma

1. GİRİŞ

Günümüzde bireylerin karar alma süreçlerini açıklamaya yönelik geleneksel yaklaşımlar, çoğunlukla rasyonellik varsayımı üzerine kurulmuştur. Ancak özellikle son yıllarda yapılan çalışmalar, bireylerin her zaman rasyonel davranmadığını ve karar alma süreçlerinde psikolojik, sosyal ve duygusal faktörlerin önemli rol oynadığını göstermektedir. Bu durum, finans literatüründe davranışsal finans yaklaşımının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Davranışsal finans, bireylerin finansal kararlarını etkileyen bilişsel önyargılar, sezgisel düşünme biçimleri ve duygusal tepkiler gibi unsurları inceleyen disiplinler arası bir alan olarak tanımlanmaktadır (Aydın vd., 2021).

Davranışsal finansın temelinde, bireylerin karar alma süreçlerinde sistematik hatalar yaptığı ve bu hataların belirli kalıplar halinde tekrarlandığı düşüncesi yer almaktadır. Özellikle Kahneman ve Tversky (1979) tarafından geliştirilen Beklenti Teorisi, bireylerin kazançlara kıyasla kayıplara daha duyarlı olduğunu ortaya koyarak klasik rasyonel seçim teorisine önemli bir eleştiri getirmiştir. Bu teoriye göre bireyler, kazanç durumunda riskten kaçınma eğilimi gösterirken, kayıp durumunda daha fazla risk alma eğilimindedir (Aydın vd., 2021). Bunun yanı sıra aşırı güven, sürü davranışı ve çerçeveleme etkisi gibi bilişsel önyargılar da bireylerin karar alma süreçlerini önemli ölçüde etkilemektedir (Barberis, 2018).

Davranışsal finans yaklaşımı başlangıçta finansal piyasaları açıklamak amacıyla geliştirilmiş olsa da, zamanla farklı alanlarda da uygulanmaya başlanmıştır. Bu alanlardan biri de seçmen davranışlarıdır. Seçmen davranışı, bireylerin oy verme sürecinde hangi faktörlerden etkilendiğini inceleyen karmaşık bir olgudur. Geleneksel yaklaşımlar seçmenlerin ekonomik çıkarlarını maksimize etmeye çalışan rasyonel bireyler olduğunu varsayarken, günümüzde bu yaklaşımın yetersiz kaldığı görülmektedir. Çünkü seçmenler çoğu zaman kararlarını sadece ekonomik göstergelere göre değil, aynı zamanda psikolojik eğilimlerine ve sosyal çevrelerine bağlı olarak da şekillendirmektedir (Reynolds, 1974).

Seçmen davranışlarını anlamaya yönelik yapılan çalışmalar, bireylerin siyasi tercihlerini belirlerken bilişsel sınırlılıklar, bilgi eksikliği ve sosyal etkiler gibi faktörlerden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Özellikle sosyal çevre, medya ve grup dinamikleri, seçmenlerin karar alma süreçlerinde belirleyici olabilmektedir (Lau vd., 2008). Bu durum, davranışsal finans teorilerinin seçmen davranışlarının açıklanmasında da kullanılabileceğini göstermektedir.

Bu çalışmada, seçmen davranışları davranışsal finans teorileri çerçevesinde ele alınmakta ve Karadeniz Bölgesi'ndeki seçmenlerin ekonomik tercihleri üzerinden analiz edilmektedir. Araştırmanın temel amacı, bireylerin oy verme davranışlarında rasyonel faktörlerin yanı sıra psikolojik ve davranışsal unsurların etkisini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, kayıp kaçınma, aşırı güven ve sürü davranışı gibi değişkenlerin seçmen tercihleri üzerindeki etkisi incelenmektedir. Sonuç olarak, bu çalışma seçmen davranışlarını daha geniş bir perspektiften ele alarak, ekonomik tercihlerin arkasındaki davranışsal dinamikleri ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu yönüyle hem finans hem de siyaset bilimi literatürüne katkı sağlaması beklenmektedir.

2. DAVRANIŞSAL FİNANS KAVRAMI

2.1 Davranışsal Finans Kavramı, Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi

Davranışsal finans, finansal karar alma konusunda daha kapsamlı bir anlayış sağlamak için psikoloji, sosyoloji ve finans disiplinlerini birleştiren yeni bir alan olarak nitelendirilmektedir. Davranışsal finans bireylerin yatırımlar ve finansal piyasalar söz konusu olduğunda, geleneksel neoklasik ekonomi teorisinin varsaydığı gibi her zaman rasyonel kararlar almadığını vurgulamaktadır (Aydın vd., 2021).

Davranışsal finans, insanların sürü davranışı, bilişsel önyargılar ve duygusal tepkiler gibi çeşitli psikolojik ve sosyal faktörlerden etkilenebildiğini ve bunun rasyonel karar alma sürecinden sistematik sapmalara yol açabileceğini öne sürmektedir (Aydın vd., 2021). Örneğin, Kahneman ve Tversky (1979) tarafından geliştirilen Beklenti Teorisi, bireylerin kazançlara ilgi duymaktan çok kayıplara karşı daha isteksiz olma eğiliminde olduklarını ve bunun da optimum olmayan yatırım kararlarına yol açabileceğini savunmaktadır (Aydın vd., 2021).

Ek olarak, davranışsal finans, bazı yatırımcılar irrasyonel davransa bile, rasyonel yatırımcıların bu piyasa verimsizliklerini tam olarak düzeltmesinin mümkün olmayabileceğini öne süren "arbitrajın sınırları" kavramını vurgulamaktadır. Bunun nedeni, arbitraj sürecinin riskli, maliyetli olabilmesi ve kısa satış kısıtlamaları veya sermaye gereksinimleri gibi çeşitli kısıtlamalara tabi olabileceğini vurgulamasıdır (Akbas vd., 2016).

Davranışsal finans çalışmalarının, toplam hisse senedi piyasasının davranışı, ortalama getirilerin kesiti, bireysel ticaret davranışı ve kurumsal finans dahil olmak üzere finansın çeşitli alanları için çıkarımları bulunmaktadır. Alan, hem bireysel yatırımcıların hem de finansal kurumların karar alma süreçleri hakkında daha ayrıntılı bir anlayış sağladığı için son yıllarda önemli düzeyde ilgi görmüştür (Shefrin, 2009; Aydın vd., 2021; Dahhou ve Kharbouch, 2021).

Davranışsal finans, finans disiplinine uzun süredir hakim olan verimli piyasa hipotezi ve rasyonel-temsilci modelinin geleneksel varsayımlarına meydan okuduğu için de son yıllarda önemli bir düzeyde ilgi görmektedir. Davranışsal finans, psikolojinin ve bilişsel önyargıların finansal karar alma ve piyasa dinamikleri üzerindeki temel etkisini kabul etmektedir (Aydın vd., 2021).

Davranışsal finansın temelleri, 1970'lerde ve 1980'lerde belirsizlik altında insanların karar alma konusunda yapılmış olan araştırmalara dayanmaktadır. Bilim insanı olan Daniel Kahneman ve Amos Tversky'nin çığır açan çalışmalarıyla birlikte ortaya çıkmıştır (Aydın vd., 2021). Bireylerin genellikle finans davranışlarını rasyonellik varsayımıyla çelişen "öngörülebilir irrasyonel" davranışlarına yol açan sistematik önyargılar ve sezgisel yöntemler ile sergilediklerini ortaya koymuşlardır (Hersing, 2017).

Örneğin Kahneman ve Tversky (1979) tarafından ortaya konan Beklenti Teorisi, insanların kazançlardan çok kayıpları tartma eğiliminde olduklarını göstererek geleneksel beklenen fayda teorisine meydan okumuş ve bu da kazançlar alanında riskten kaçınan davranışlara ve kayıplar alanında risk arayan davranışlara yol açmaktadır (Costa vd., 2018; Aydın vd., 2021). Benzer şekilde, aşırı güven, zihinsel muhasebe ve çerçeveleme etkileri gibi rasyonel-temsilci modelinden ayrılan durumlarda finansal karar almayı etkileyen diğer bilişsel önyargıları da belirlemektedir.

Davranışsal finansın ortaya çıkışı, bireylerin genellikle faydayı en üst düzeye çıkararak değil, tatmin edici sonuçlar arayarak karar aldıklarını tanımlamak için "tatmin edici" kavramını ortaya atan Herbert Simon'un çalışmalarıyla daha da güçlü bir duruma gelmiştir (Şenkardeşler, 2016).

Akademisyenler, bu davranışsal önyargıların ve sezgisel yöntemlerin, irrasyonel olmaktan ziyade, aslında bireylerin faaliyet gösterdiği karmaşık ve belirsiz ortamlara uyarlanabilir tepkiler olduğunu görüşünü ileri sürmüşlerdir. Lo (2004) tarafından önerilen Uyarlanabilir Piyasalar Hipotezi, evrim ilkelerini finansal etkileşimlere

uygulayarak piyasa verimliliği ilkelerini davranışsal bakış açısıyla değerlendirmiştir (Lo, 2004).

Davranışsal finans alanı geliştikçe, finansın geleneksel varsayımlarına meydan okumuş ve finansal piyasaların tetikleyici unsurlarına ilişkin yeni bakış açıları ortaya çıkmıştır. Davranışsal finans, psikolojik ve bilişsel faktörleri finansal karar alma ve piyasa dinamiklerinin analizine dahil ederek, insan davranışı ile finansal sonuçlar arasındaki karmaşık etkileşime yön vermiştir. Son yıllarda önemli ilgi gören bir alan olan davranışsal finans, finansal karar alma konusundaki geleneksel anlayışta köklü bir değişimi temsil etmektedir. Neoklasik rasyonel yatırımcı varsayımının aksine, davranışsal finans, finansal davranışları ve piyasa dinamiklerini şekillendirmede psikolojinin de önemli bir rol oynadığını savunmaktadır (Shefrin, 2009).

Bu alanın tarihsel gelişimi, John Maynard Keynes ve Herbert Simon gibi öncü ekonomistlerin ekonomik karar almada mükemmel rasyonalite kavramına meydan okumaya başladığı 20. yüzyılın başlarına kadar uzanmaktadır (Aydın vd., 2021).

Çalışmada bahsedilen temeller üzerine inşa edilen davranışsal finans alanındaki sonraki araştırmalar, aşırı güven, kayıp kaçınma, demirleme ve sürü davranışı Shefrin (2009), Aydın vd. (2021) ve Laibson ve List (2015) gibi finansal karar almayı etkileyen çok çeşitli psikolojik faktörleri incelemeye yönelik çalışmaları da içermektedir. Bilim insanları ayrıca varlık fiyatlandırması, yatırım stratejileri ve piyasa dinamikleri de dahil olmak üzere finansal piyasaların çeşitli yönleri üzerindeki etkisini de günümüzde incelemektedir (Sahi, 2017).

Alandaki büyüme, ekonomik karar alma sürecinde psikolojinin rolüne ilişkin ek teorik ve ampirik içgörüler sağlayan davranışsal ekonomideki gelişmelerle daha da hızlanmasına dene olmaktadır (Novitasari, 2023).

Diğer yandan riskler ve belirsizlikler, asimetrik bilginin varlığı ve statü ve sahip olma arzusu, popüler, sevilen ve saygı duyulan olma ve sürüye ayak uydurma eğilimi gibi psikolojik nedenler, bireylerin davranışlarında farklılıklar yaratmaktadır. Bu faktörler, davranışsal finansın ayrı bir çalışma alanı olarak gelişmesinde merkezi bir rol oynayan unsurlar arasındadır (Laibson ve List, 2015).

Davranışsal finans konusundaki akademik üretim ve akademik ilgi, yayınlanan çalışma sayısındaki önemli artış ve özel dergilerin ve araştırma merkezlerinin ortaya çıkmasıyla birlikte günümüzde giderek artmaya devam etmektedir. Son yirmi yılda önemli ölçüde artışın olduğu görülmektedir.

2.2 Davranışsal Finansın Etkileşimde Bulunduğu Disiplinler ve Kavramlar

2.2.1 Psikoloji

Finans konusunda hızla gelişen bir alan olan davranışsal finans, psikolojik faktörlerin finansal karar alma üzerindeki etkisini anlamaya ve açıklamaya çalıştığı için son yıllarda önemli bir ilgi görmektedir. Psikoloji ve finans kavramlarını birleştiren bu disiplinler arası yaklaşım, klasik finans teorisinin geleneksel varsayımlarına meydan okumuş, yatırımcı davranışının altında yatan mantıksızlık ve önyargıları anlayabilme adına çaba sarfetmektedir (Dahhou ve Kharbouch, 2021).

Psikologlar, finansal kararlar da dahil olmak üzere insanın karar alma sürecinin çeşitli bilişsel önyargılardan, duygusal faktörlerden ve sezgisel yöntemlerden büyük ölçüde etkilendiğini uzun zamandır kabul etmektedir. Davranışsal finans, bu psikolojik içgörülerden yararlanarak bunları finansal piyasalar, varlık fiyatlandırması, portföy seçimi ve kurumsal finans çalışmalarına uygulamaktadır (Shefrin, 2009).

Davranışsal finans alanındaki araştırmacılar, finansal karar almayı şekillendirmede önemli bir rol oynayan çeşitli psikolojik kavramlardan oluşmaktadır. Bu kavramlardan biri, yatırımcıların geçmiş eğilimleri geleceğe yansıtma eğilimini ifade eden aşırı tepkiye ve ardından piyasa anomalilerine yol açan ekstrapolasyondur. Bir diğer önemli psikolojik faktör ise yatırımcıların yeteneklerini ve tahminlerinin doğruluğunu abartma eğiliminde olduğu ve optimum olmayan yatırım kararlarına neden olmaktadır (Barberis, 2018).

Ayrıca, Nobel Ödüllü Daniel Kahneman ve Amos Tversky tarafından geliştirilen beklenti teorisi, yatırımcı davranışı üzerindeki kazanç-kayıp faydasının etkisini anlamak için davranışsal finans alanında yaygın olarak benimsenmektedir. Bu teori, bireylerin kazanç arzularına kıyasla kayıplara karşı orantısız bir kaçınma sergilediğini

ve bu durumun kayıplar alanında risk arayan davranışa ve kazanç alanında riskten kaçınan davranışa yol açtığını ileri sürmektedir. Bu psikolojik kavramların incelenmesi, yalnızca finansal piyasalar hakkındaki anlayışımızı geliştirmekle kalmamış, aynı zamanda işlem hacmi dalgalanmaları, borsa balonları ve çöküşler gibi çeşitli piyasa olgularının altında yatan mekanizmaları da açıklamıştır. Sonuç olarak, davranışsal finans disiplini aracılığıyla psikolojinin finans alanına entegre edilmesi, finansal karar alma ve piyasa davranışına ilişkin anlayışımızı önemli ölçüde ilerletmektedir. Davranışsal finans, psikolojik faktörleri dahil ederek klasik finans teorisinin geleneksel varsayımlarına meydan okumuş ve finansal piyasaların karmaşıklıklarını izah edebilmek adına daha gerçekçi ve kapsamlı bir çerçeve ortaya koymaktadır (Shefrin, 2009; Barberis, 2018; Dahhou ve Kharbouch, 2021).

2.2.2 Sosyal Psikoloji

Davranışsal finansın temel hususları arasında, yatırım kararları şekillendirme adına bilişsel önyargılar yer almaktadır. Yatırımcılar, tüm insanlar gibi, aşırı güven, bağlama ve bağış etkisi gibi sistematik yargı ve karar alma hatalarına yol açabilen çeşitli sorunlarla yüzleşmektedir. Bu sorunlar, bireylerin riski doğru bir şekilde değerlendirememesi, belirli bilgileri ağırlıklandıramaması veya kayıplara karşı irrasyonel bir kaçınma sergilemesi nedeniyle, optimum olmayan yatırımlar tercih etmelerine yol açmaktadır (Barberis, 2018).

Son yıllarda giderek daha fazla ilgi gören davranışsal finans, psikoloji ve sosyolojiden belirli ilkeleri entegre ederek finansal karar almayı anlamak adına benzersiz bir bakış açısı sunmaktadır. Bu disiplinler arası yaklaşım, genellikle bireysel ve piyasa düzeyindeki finansal davranışları şekillendiren bilişsel önyargıları ve sosyal etkileri hesaba katmayan neoklasik ekonominin geleneksel varsayımlarına meydan okumaktadır (Shefrin, 2009).

Davranışsal finans ile sosyal psikoloji arasındaki ilişki ise ilgi çekicidir, çünkü sosyal etkiler finansal karar almada önemli bir rol oynamaktadır. Araştırmalar, başkalarının eylemlerinin ve algılarının bir bireyin yatırım kararlarını önemli ölçüde etkileyebileceğini, sürü davranışına, piyasa balonlarına ve mantıksız coşkuya yol

açabileceğini göstermektedir (Nardy ve Famá, 2013; Dahhou ve Kharbouch, 2021). Akran baskısı, sosyal normlar, medya ve finans uzmanlarının etkisi gibi sosyal faktörler, yatırım tercihlerinin oluşumuna ve belirli ticaret stratejilerinin benimsenmesine katkıda bulunmaktadır (Zhou ve Lai, 2009).

Davranışsal finans ile ilgilenen bilim insanları, bu psikolojik ve sosyal faktörleri yakalamak adına çeşitli modeller geliştirerek finansal piyasalar hakkında daha gerçekçi ve ayrıntılı bir anlayış sunmaya çalışmaktadır. Sosyal psikoloji yardımıyla kayıp kaçınma ve çerçeveleme etkileri gibi beklenti teorisi sonucunda ortaya çıkan kavramların yanı sıra sosyal ağların etkisi ve finansal karar almada duyguların rolü gibi sosyal psikolojik ilkelerin varlığı da kabul edilmiştir (Rocciolo vd., 2019).

Davranışsal finans ve sosyal psikolojiyi entegre ederek araştırmacılar, yatırım balonlarından ve çöküşlerden finansal yeniliklerin ortaya çıkışına ve optimum olmayan ticaret stratejilerinin devamına kadar bir dizi finansal olguyu açıklamak ve tahmin etmek için daha donanımlı hale gelerek alana katkı sağlamışlardır (Dahhou ve Kharbouch, 2021). Bu disiplinler arası yaklaşım daha etkili finansal düzenlemelerin geliştirilmesi, yatırım ürünleri ve hizmetlerinin tasarımı, bireysel ve kurumsal yatırımcıların eğitimi için de önemli etkilerin ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır (Rossi ve Tinn, 2020).

2.2.3 Antropoloji

Yapılan araştırmalar sonucunda ilginç bir şekilde, davranışsal finansın sağladığı öngörüler insan kültürleri ve toplumlarının incelenmesi olan antropolojinin temel ilkeleriyle örtüşmekte ve bu iki disiplin arasında potansiyel bir kesişim olduğu savunulmaktadır (Barberis, 2018).

Birbirine yakınlaşan temel alanlardan biri, finansal kararların boşlukta verilmediği, bunun yerine sosyal, kültürel ve bağlamsal faktörlerden büyük ölçüde etkilendiği gerçeğinin kabul edilmesini sağlamaktadır. Davranışsal finans, yatırımcıların beklentilerinin ve tercihlerinin kesinlikle rasyonel düşüncelerden ziyade önyargılar, sezgisel yaklaşımlar ve duygusal tepkiler tarafından yönlendirildiğini göstermektedir. Benzer şekilde, antropologlar uzun zamandır ekonomik faaliyetlerin yer aldığı

sosyokültürel bağlamları anlamının önemi de vurgu yapmaktadır (Shefrin, 2009; Nardy ve Famá, 2013; Barberis, 2018).

Örneğin, davranışsal finans alanındaki çalışmalar, bireylerin kazançlardan çok kayıpları tartma eğiliminde olduğu kayıp kaçınmanın rolünü ve insanların sahip oldukları nesnelere daha fazla değer yüklediğini vurgulamaktadır. Bu olgular, bireylerin sahip oldukları şeyleri nasıl algıladıklarını ve değerlendirdiklerini şekillendiren kültürel ve sosyal normların yanı sıra karar alma süreçlerini etkileyen duygusal ve psikolojik faktörler dikkate alınarak daha iyi anlaşılabilmesine neden olmaktadır (Dahhou ve Kharbouch, 2021).

Bir diğer benzerlik alanı da sosyal ağların ve grup dinamiklerinin finansal karar alma üzerindeki etkisinin araştırılmasına yönelik çalışmalardır. Antropologlar uzun zamandır sosyal ilişkilerin ve grup üyeliğinin ekonomik davranışı nasıl şekillendirdiğini incelemekte ve bu öngörüler sürü davranışı, akran etkileri ve finansal piyasalarda gözlemlenen diğer sosyal dinamikler hakkında daha fazla bilgiye sahip olmamızı sağlamaktadır (Bikhchandani ve Sharma, 2000).

Davranışsal finans ve antropolojiden gelen bakış açılarını entegre ederek araştırmacılar, finansal karar almayı yönlendiren psikolojik, sosyal ve kültürel faktörler arasındaki karmaşık etkileşime dair daha bütünsel bir anlayışa sahip olunmasını sağlamaktadır. Bu disiplinler arası yaklaşım, yatırımcı davranışının daha ayrıntılı ve bağlama uygun hale getirilmiş modellerine yol açabilir ve nihayetinde daha etkili finansal düzenlemeler, yatırım stratejileri ve piyasa müdahaleleri hakkında daha iyi bir bilgiye sahip olmayı da sağlamaktadır (Kamath vd., 2023).

2.2.4 Fizik (Sosyo-Fizik)

Davranışsal finans ve sosyo-fizik alanları arasındaki etkileşim, araştırmacılarla birlikte karar alma, piyasa dinamikleri,sosyal ve ekonomik sistemlerin davranışlarını yöneten temel fiziksel ilkeler arasındaki karmaşık etkileşimleri çözmeye çalıştıkça bilim insanları arasında giderek daha fazla ilgi gören konular arasında yer almaktadır (Parisi vd., 2013).

Psikoloji ve bilişsel bilimden öngörüler elde eden davranışsal finans, rasyonel ekonomik aktörler ve verimli piyasalar hakkındaki geleneksel neoklasik varsayımlara meydan okumaktadır (Shefrin, 2009). Bireylerin finansal karar alma süreçlerini şekillendiren bilişsel önyargılara, duygusal etkilere ve sosyal sezgisel yöntemlere tabi olduklarını ileri sürmektedir. Bu davranışsal faktörler, varlık balonlarının ortaya çıkması, sürü davranışı ve yatırım anomalilerinin yaygınlığı gibi geleneksel finans teorisinin tahminlerinden sistematik sapmalara yol açabileceğini iddia etmektedir (Kamath vd., 2023).

Öte yandan sosyo-fizik, fizik ilkelerini ve metodolojilerini sosyal ve ekonomik olguların içerisine dahil etmektedir. Bu disiplinler arası alan, finansal piyasaların kolektif davranışı ile parçacıkların hareketi veya dalgaların yayılması gibi karmaşık fiziksel sistemlerin dinamikleri arasındaki paralellikleri araştırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirmektedir (Jovanovic vd., 2019).

Davranışsal finans ile sosyo-fizik arasındaki etkileşimin önemli bir yönü, finansal piyasaların piyasa katılımcılarının bireysel karar alma süreçlerinin uzun sürmesiyle ortaya çıkan kolektif davranışlar sergileyebileceğinin bilinciyle karar verildiğini ileri sürmektedir (Shefrin, 2009; Dahhou ve Kharbouch, 2021). Örneğin, yatırımcıların akranlarının eylemlerini taklit etme eğiliminde olduğu finansal piyasalardaki "sürü" kavramı, fiziksel bir sistemdeki parçacıkların kolektif hareketine benzetilmektedir. (Bikhchandani ve Sharma, 2000)

Buna ek olarak, piyasa oynaklığı, fiyat dalgalanmaları ve finansal ağlar aracılığıyla bilgi yayılımının incelenmesi adına sosyo-fizik alanında geliştirilen araçlardan ve modellerden yararlanmaktadır (He vd., 2018).

Hem davranışsal finans hem de sosyo-fizikten gelen öngörüleri entegre eden bilim insanları finansal piyasaları şekillendiren karmaşık dinamikler ve onları yönlendiren altta yatan psikolojik ve fiziksel faktörler hakkında daha bütünsel bir anlayış kazanabileceğini düşünülmektedir (Trimborn vd., 2018).

2.3 Davranışsal Finans Teori ve Modelleri

2.3.1 Beklenti Teorisi

Beklenti Teorisinin tarihsel gelişimi, davranışsal finansın psikoloji, sosyoloji ve ekonomi gibi alanlardan gelen katkılarla açıklanabilmektedir. Teori geliştikçe, çok çeşitli insan davranışlarını ve karar alma süreçlerini anlamak ve tahmin etmek için giderek daha etkili bir kapsam haline gelmektedir (Laibson ve List, 2015).

Vroom (1964) yılında geliştirilen Vroom Beklenti Teorisi, çalışan davranışını yönlendiren motivasyon faktörlerini anlamayı ve tahmin etmeyi amaçlayan, örgütsel davranış alanında yaygın olarak kabul görmüş bir model olarak nitelendirilmektedir. Teori, bir bireyin belirli bir görevi veya davranışı gerçekleştirme motivasyonunun, sonuca ilişkin beklentisi ve bu sonucun algılanan değeri tarafından belirlendiğini ileri sürmektedir (Vroom, 1964).

Vroom teorisinin merkezinde üç temel bileşen vardır: beklenti, araçsallık ve değer. Beklenti, bir bireyin çabasının belirli bir performans düzeyine yol açacağına olan inancı ifade etmektedir. Araçsallık, belirli bir performans düzeyinin ödül veya takdir gibi istenen bir sonuca yol açacağına olan inançtır. Değer, bir bireyin istenen sonuca verdiği algılanan değer veya önemdir (Wheeler vd., 2023).

Vroom'un Beklenti Teorisini temel ilkelere odaklanmalıdır. Bu ilkeler şu şekilde sıralanabilmektedir (Vroom, 1964);

- Çaba, performans ve ödüller arasındaki ilişkiyi açıkça iletmek önem teşkil etmektedir. Çalışanlar, sıkı çalışmalarının takdir edileceğini ve ödüllendirileceğini anlamalıdır. Bu sayede motivasyon artmaktadır.

- Sunulan ödüllerin veya sonuçların çalışanlar için değerli olduğundan emin oluması gerekilmektedir.

- Çalışanların istenen performans düzeyine ulaşmalarına yardımcı olmak için gerekli kaynakları, eğitimi ve desteği sağlamak gerekmektedir

Ekonomi ve finans alanında temel bir kavram olan Beklenti Teorisi, kökleri 20. yüzyılın başlarına kadar uzanan büyüleyici bir evrim yolculuğundan geçmektedir. Beklenti kavramı, tüketici davranışı, örgütsel dinamikler ve hatta kişilerarası ilişkiler dahil olmak üzere çeşitli alanlarda insan davranışını ve karar vermeyi şekillendirmede önemli bir faktör olarak bilinmektedir (Rosenthal ve Rubin, 1978; Oliver ve Winer, 1987; Cook vd., 1995).

Beklenti teorisi alanındaki öncü çalışmalardan biri, Rosenthal ve Jacobson (1968) tarafından yürütülen ve "kişilerarası beklenti etkileri" kavramını inceleyen meta-analizler olarak adlandırılabilir (Rosenthal ve Rubin, 1978). Çığır açan araştırmaları, deneycilerin, öğretmenlerin, işverenlerin ve diğer otorite figürlerinin beklentilerinin gerçekten de kendi kendini gerçekleştiren kehanetlere dönüşebileceğini ve deneklerinin, çalışanlarının veya hastalarının davranışlarını ve sonuçlarını şekillendirebileceğini ortaya koymaktadır (Wigfield vd., 2009).

Bu bilgilerden yola çıkıldığında, beklenti-değer teorisi insan motivasyonunun ve başarı ile ilgili davranışların altında yatan mekanizmaları anlamak adına önemli bir kapsam olarak ortaya çıkmaktadır. Bu teori, bireylerin başarı beklentilerinin bir göreve veya sonuca atfettikleri öznel değerin, katılımlarının, ısrarlarının ve performanslarının birincil belirleyicileri olduğunu ileri sürmektedir (Barron ve Hulleman, 2015).

Belirtilen araştırmalar da, özellikle akademik başarı ve eğitim ortamları bağlamında, beklenti-değer teorisinin temel ilkeleri ile ilgili güçlü destekler elde edilmiştir (Wigfield vd., 2009). Bilim insanları, öğrencilerin kendi yeterlilikleri ve belirli bir görev veya konunun algılanan önemi veya ilgisi hakkındaki inançlarının, akademik seçimlerinin, çabalarının ve nihayetinde performanslarının önemli belirleyicileri olduğunu düşünmektedirler (Ullah, 2020).

Ayrıca, sosyal bağlamın beklentilerin ve değerlerin üzerinde önemli etkileri olduğu da kanıtlanmaktadır. Yukarıda belirtildiği üzere, teori bireylerin beklentilerinin ve değerlerinin sosyal çevreleri ve önceki deneyimleri tarafından şekillendirildiğini öne sürmektedir (Wang, 2012).

Vroom'un Beklenti Teorisi çalışan motivasyonunu ve katılımını teşvik eden ve nihayetinde üretkenliği ve kurumsal başarıyı artıran bir çalışma ortamı sağlanmaktadır (Khan, 1993; Barron ve Hulleman, 2015; Shah, 2015; Wheeler vd., 2023).

Beklenti Teorisi, rasyonel karar alma konusundaki geleneksel ekonomik varsayımı sorgulamakta, bireylerin seçimlerinin saf mantıktan ziyade genellikle bilişsel önyargılar ve duygusal faktörler tarafından yönlendirildiğini ileri sürmektedir. (Kahneman, 2011) Bu ise özellikle finans alanına fazlasıyla katkı sunmaktadır.

Davranışsal Finans araştırmacıları, Beklenti Teorisinin işlem hacmi kalıpları, varlık fiyat balonları ve yatırımcıların yeni bilgilere aşırı tepki verme eğilimi gibi çeşitli piyasa anomalilerini ve fenomenlerini açıklamaya yardımcı olabileceğini varsaymaktadır (Barberis, 2018; Aydın vd., 2021). Örneğin, Aydın vd., (2021) "statü ve sahip olma arzusu, popüler olma, beğenilme ve saygı görme ve sürüye ayak uydurma eğilimi"nin yatırımcı davranışlarında sistematik önyargılar yaratabileceğini ve rasyonel aktör modelinden sapan öngörülebilir irrasyonel davranışlara yol açabileceğini belirtmektedir (Yang ve Lester, 2007).

Genel olarak, Beklenti Teorisi'nin içgörüleri Davranışsal Finans'ın geliştirilmesinde etkili olmuş ve bireylerin gerçek dünyada finansal kararları nasıl aldıklarına dair psikolojik olarak daha gerçekçi bir açıklama sunmaktadır (Kahneman, 2011; Aydın vd., 2021; Dahhou ve Kharbouch, 2021).

2.3.2 Temsili Yatırımcı Modeli

Finansal ekonomi alanında temel bir kavram olan Temsili Yatırımcı Modeli, yatırım kararlarını ve piyasa davranışlarını yöneten karmaşık dinamiklere dair değerli içgörüler sağlama becerisi nedeniyle son yıllarda önemli ilgi görmektedir (Verma ve Verma, 2006).

Temsili yatırımcı modeli, özünde yatırımcıların karmaşıklık, güven ve yatırım stratejilerine göre farklı gruplara ayrılabileceğini ileri sürmektedir. Bu sınıflandırma daha kendine güvenen ve daha gelişmiş yatırımcıların daha az kendine güvenen emsallerinden daha iyi performans gösterme eğiliminde olduğu finansal piyasalarda

gözlemlenen kalıcı servet eşitsizliğini açıklamaya yardımcı olduğu için özellikle daha da fazla önemsenmektedir (Buss vd., 2020).

Çok sayıda çalışma, bu modelin etkilerini araştırmış ve bireysel yatırımcı davranışlarını etkileyen çeşitli faktörlerin olduğu hususun fikri altında birleşmişlerdir. Sezgisel yöntemler, zihinsel muhasebe ve kolay sindirilebilir bilgilere aşırı güvenme, yatırım kararlarının arkasındaki itici güçler olarak tanımlanan davranışsal önyargılara neden olmaktadır (Bikas vd., 2013).

Ayrıca model, yatırımcıların "sosyal aktarım önyargısı" olarak bilinen bir süreçle akranlarının davranışlarını ve stratejilerini benimsemeye eğilimli olması nedeniyle, yatırım stratejilerini şekillendirmede sosyal etkileşimlerin önemli rolünü vurgulamaktadır (Han vd., 2021). Bu dinamik, aktif yatırımın genellikle pasif stratejilerden daha arzu edilir olarak görülmesi nedeniyle daha riskli yatırım stratejilerinin teşvik edilmesine yol açmaktadır (Wang ve Chen, 2019).

Temsili Yatırımcı Modeli'nin önemi, yalnızca bireysel yatırımcı davranışını anlamakla sınırlı değildir; aynı zamanda piyasa dinamikleri ve finansal istikrar için de derin etkileri bulunmaktadır. Yatırımcıların farklılıkları hesaba katması, model piyasa verimsizliğine, dair bilgi edinmesi ve servet eşitsizliğinin ortadan kalkması gibi hususlar hakkında bilgi sağlamak ve yardımcı olmaktadır (Chandra ve Kumar, 2012; Buss vd., 2020; Parveen vd., 2020; Han vd., 2021).

2.3.3 İnteraktif İlişkiler Modeli

Sosyal ve davranış bilimleri alanında önemli ilgi gören bir kavram olan etkileşimli ilişkiler modeli, insan etkileşimlerini ve bunların bireysel ve kolektif refahın çeşitli yönleri üzerindeki müteakip etkilerini yöneten karmaşık dinamikleri anlamak için kapsamlı bir yöntem olarak nitelendirilebilir. Esasen, etkileşimli ilişkiler modeli iki veya daha fazla varlık arasındaki ilişkinin yalnızca doğrusal bir olay ilerlemesi olmadığını, bunun yerine karşılıklı iletişimin, bilgi alışverişinin ve dinamik adaptasyonların karmaşık bir etkileşimi olduğunu ileri sürmektedir. Etkileşimli ilişkiler modelinin özü, bireylerin, grupların veya sistemlerin birbirleriyle nasıl etkileşime girdiğinin nüanslarını ve bu tür etkileşimlerden ortaya çıkan çıktıları ve

sonuçları nasıl şekillendirdiğini yakalama becerisinde yatmaktadır (Bucy ve Tao, 2007). Model, ilişkilerin statik varlıklar olmadığını, bunun yerine benzersiz özelliklere sahip uzun süreli, tekrarlanan etkileşimler dizisi olduğunu kabul etmektedir. Etkileşimli ilişkiler modeli, nitelikler ile ortaya çıkan sonuçlar arasındaki ilişkiyi aracılık etme ve düzenlemede bireysel farklılıklar ve medya etkileri gibi üçüncü değişkenlerin rolünü açıklama becerisi bakımından özellikle önem teşkil etmektedir. Bu değişkenleri dahil ederek, model, etkileşimli ilişkilerin doğasını ve etkisini nihayetinde etkileyen teknolojik, psikolojik ve sosyal faktörler arasındaki karmaşık etkileşimin daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını sağlamaktadır (Bucy ve Tao, 2007).

Davranışsal finans, yatırım kararlarını ve piyasa dinamiklerini etkileyen psikolojik faktörlere ilişkin öngörüler sunan finansal analiz alanında önemli bir alan olarak ortaya çıkmıştır (Kim ve Kim, 2014). Davranışsal finansın özünde, yatırımcıların geleneksel finans teorilerinin varsaydığı gibi her zaman tamamen rasyonel bir şekilde hareket etmediğinin varsaymaktadır (Krishnamurthy, 2018; Navya, 2018). Etkileşimli İlişkiler Modeli, davranışsal finans ile yatırım davranışlarını şekillendiren diğer faktörler arasındaki karmaşık etkileşimi anlamak adına bir yöntem oluşturmaktadır. Bu model, bilişsel önyargılar, duygusal tepkiler ve yatırım kararlarının alındığı sosyal ve kurumsal bağlam dahil olmak üzere çeşitli unsurların birbirine bağımlı doğasını vurgulamaktadır.

İyi belgelenmiş bir davranışsal önyargı olan aşırı güven, yatırımcıların yeteneklerini abartmalarına ve yatırım tercihleriyle ilişkili riskleri küçümsemelerine yol açmaktadır. (Statman, 2008). Bu eğilim aşırı alım satıma, eğilim etkisine (yatırımcıların kaybeden yatırımları çok uzun süre tutması ve kazanan yatırımları çok çabuk satması) ve diğer optimum olmayan davranışlara neden olmaktadır (Barber ve Odean, 2000). Bireylerin çelişkili inançlara veya tutumlara sahip olması durumunda yaşanan psikolojik rahatsızlık olan bilişsel uyumsuzluk da yatırım kararlarını etkilemektedir. Yatırımcılar, inançlarını sorgulayan kanıtlarla karşı karşıya kalsalar bile seçimlerini mantıklı kılmaya çalışmaktadır (Bose ve Sarker, 2012).

Davranışsal finans alanındaki bir diğer temel kavram olan pişmanlık teorisi, ise yatırımcıların eşit büyüklükteki kazançlara ilgi duymaktan çok kayıplara karşı daha isteksiz olduklarını öne sürmektedir. Bu asimetri, yatırımcılar bir kaybı fark etmenin duygusal acısından kaçınmaya çalıştıkça, kaybedilen yatırımları çok uzun süre tutma eğilimine neden olmaktadır (Rushdi ve Sushma, 2019).

Etkileşimli İlişkiler Modeli, davranışsal önyargıların ve duygusal faktörlerin yatırım kararlarını şekillendiren piyasa koşulları, kurumsal çerçeveler ve sosyal etkiler gibi diğer değişkenlerle birlikte ele alınmasının önemini vurgulamaktadır (Liu ve Han, 2020).

Etkileşimli ilişkiler modelinin önemi, olumlu sonuçları teşvik etmeyi ve olumsuz sonuçları hafifletmeyi amaçlayan müdahaleleri ve sosyal politikaları bilgilendirme kapasitesinde yatmaktadır. İnsan etkileşimlerinin dinamik ve karşılıklı doğasını kabul ederek, bu model, kişilerarası ve gruplararası ilişkileri şekillendiren temel süreçleri ve mekanizmaları hedefleyen stratejilerin geliştirilmesine rehberlik etmektedir. Nihayetinde bireysel ve toplumsal refahın iyileştirilmesine katkıda bulunmasını sağlamaktadır (Bucy ve Tao, 2007; Pavlou ve Stewart, 2014).

2.3.4 Aşırı Güvenli Yatırım Modeli

Davranışsal finans alanında önemli ilgi gören bir kavram olan aşırı güvenli yatırım Modeli, hem bireyler hem de kurumsal yatırımcılar tarafından alınan sürekli olarak görülen yatırım kararları olgusuna ikna edici bir açıklama sunmaktadır. Bu model, yatırımcıların aşırı güvene yönelik sistematik bir önyargı sergilediğini ve bu önyargının onları kendi yargılarının doğruluğunu ve olumlu yatırım sonuçlarının olasılığını abartmaya yönelttiğini ileri sürmektedir (Asaad, 2020).

Modelin tanımladığı aşırı güven, yatırım kazançları geçmişinden sonra artma ve kayıp geçmişinden sonra azalma eğiliminde olan bilişsel bir önyargı olmaktadır. Olasılık değerlendirmelerindeki bu çarpıtma, aşırı kendine güvenen yatırımcıların rasyonel emsallerine kıyasla gelecek beklentileri konusunda daha iyimser olmalarına neden olmaktadır (Kliger ve Levy, 2009).

Aşırı Güvenli yatırım modeli'nin etkileri, yatırım karar alma sürecini etkileyen davranışsal faktörlere ışık tuttuğu için geniş kapsam sağlamaktadır. Önyargılı algıları tarafından yönlendirilen aşırı özgüvenli yatırımcıların riskli yatırım stratejilerine girme olasılıkları daha yüksektir, bu da optimum olmayan portföy tahsislerine ve potansiyel olarak daha düşük yatırım getirilerine yol açmaktadır (Asaad, 2020). Dahası, model, daha fazla sayıda riskli varlığı içeren yatırım görevlerinin karmaşıklığının aşırı özgüven önyargısını daha da kötüleştirebileceğini ve yatırım kararlarını daha da çarpıtabileceğini ileri sürmektedir (Dittrich vd., 2005).

Aşırı Güvenli yatırım modeli'nin önemi, yatırımcı getirilerinin yatırım getirilerine kıyasla sürekli düşük performansını açıklama becerisinde yatmaktadır. Finansal danışmanlar ve yatırım profesyonelleri, yatırımcılara değerli geri bildirim ve rehberlik sağlayarak daha bilgili ve rasyonel yatırım kararları almalarına yardımcı olabildikleri için aşırı özgüvenin etkilerini azaltmada önemli bir rol oynamaktadır (Asaad, 2020).

Sonuç olarak, Aşırı Güvenli yatırım modeli, yatırım davranışını etkileyen psikolojik faktörleri anlamak için kritik bir çerçeve görevi görmektedir. Aşırı güven önyargısının varlığını ve bunun olası sonuçlarını kabul ederek yatırımcılar ve finans uzmanları bu önyargıların üstesinden gelmek ve yatırım sonuçlarını iyileştirmek için stratejiler geliştirmeye yönelik çalışmalar yapmaktadır (Dittrich vd., 2005; Kliger ve Levy, 2009; Asaad, 2020; Soraya vd., 2023).

Davranışsal finansın temel bir teorisi olan aşırı güvenli yatırım modeli, bireylerin kendi yeteneklerini ve bilgilerinin doğruluğunu abartma eğiliminde olduklarını ve bunun da onları ideal olmayan yatırım kararları almaya yönelttiğini ileri sürmektedir. Bu aşırı özgüven, yatırımcıların çok sık işlem yapması, kaybeden yatırımları çok uzun süre elinde tutması ve kazanan yatırımları çok erken satması gibi çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktadır (Asaad, 2020).

Davranışsal finans ile aşırı güvenli yatırım modeli arasındaki ilişki karmaşıktır çünkü bu iki kavram birbirine sıkı sıkıya bağlı olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Davranışsal finans, yatırımcıların karar alma süreçlerini yönlendiren bilişsel ve duygusal önyargıları anlamak için teorik bir çerçeve sunar; buna aşırı özgüven eğilimi

de dahil olmaktadır (Statman, 2008). Buna karşılık, aşırı özgüvenli yatırım modeli, yatırımcıların kaybeden yatırımlardan çok kazanan yatırımları satma olasılıklarının daha yüksek olduğu "eğilim etkisi" gibi finans piyasalarında gözlemlenen belirli yatırım davranışlarını açıklamaya da yardımcı olduğunu göstermektedir (Barber ve Odean, 2000).

Ampirik çalışmalar, aşırı güvenli yatırım modelinin varlığına dair kanıtlar sağlamaktadır. Araştırmalar, bireysel yatırımcıların ortalama olarak, kazanan bir yatırımı kaybeden bir yatırımdan %50 daha fazla satma olasılığının olduğunu göstermektedir; bu da onların kendi yetenekleri ve yatırım kararlarının doğruluğu konusunda aşırı iyimser olduklarını göstermektedir (Barber ve Odean, 2000). Dahası, çalışmalar aşırı özgüvenin aşırı ticarete yol açtığını ve bunun da daha düşük yatırım getirileri ve daha yüksek işlem maliyetleriyle sonuçlandığını göstermektedir. Tüm bu hususlar dikkate alındığında aşırı güvenli yatırım modelinin tüm yaklaşımlarda olduğu gibi negatif yanları olsada davranışsal finansın gelişiminde büyük katkı sağlanmıştır, denilenebilir (Statman, 2008).

3. SEÇMEN DAVRANIŞI KAVRAMI

Seçmen davranışı, hem siyaset bilimi hemde psikolojide kapsamlı araştırmaların konusu olan karmaşık ve çok yönlü bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Özünde, seçmen davranışı bir bireyin seçim sürecine katılma kararını ve oy kullanırken yaptığı seçimleri etkileyen faktörleri ifade etmektedir.

Seçmen davranışının temel itici güçlerinden biri bireyin psikolojik yapısı ve sosyal konumu olarak da nitelendirilmektedir. Siyasi ideoloji, parti üyeliği ve kişisel değerler gibi faktörlerin hepsi bir bireyin oy verme kararlarını şekillendirmede etkilidir. Ek olarak, siyasi sezgilerin veya zihinsel kısayolların mevcudiyeti de seçmenlerin seçimlerini nasıl yaptıkları konusunda önemli bir rol oynamaktadır (Reynolds, 1974).

Seçmen karar alma kalitesi, daha geniş siyasi bilgi ortamından da etkilenmektedir. Bilişsel kapasite ve siyasi motivasyondaki farklılıklar, doğru oy veya bireyin değerleri öncelikleriyle uyumlu bir oy olasılığının etkisiyle hareket edildiği gözlemlenmektedir (Lau vd., 2008).

Günümüzde yapılan son çalışmalar incelendiğinde seçmenlerin gerçek çıkarlarını ele alan etkili politikalar ve stratejiler geliştirmek için oy verme davranışının dinamiklerini anlamanın önemini vurgulamaya yönelik araştırmalar yapılmaktadır. Seçmen davranışını yönlendiren faktörleri inceleyerek araştırmacılar, seçmen katılımını nasıl artırabilecekleri ve seçmen karar alma kalitesini nasıl iyileştirebilecekleri konusunda değerli öngörüler elde etmek adına bilim insanları çalışmalarına devam etmektedirler (Pollard vd., 2021).

Doğru oy kullanma kavramı üzerine yapılan çalışmalar bu alanda özellikle etkili olmuştur. Seçmen karar alma kalitesinin bireylerin kendi değerleri ve önceliklerine uygun olarak oy kullanma derecesine göre değerlendirilebileceğini düşünülerek çalışmalara bu şekilde yön verilmektedir. Buna dayanarak, mevcut çalışma doğru oy olasılığını şekillendirmede etkili olduğu düşünülen davranışsal finans faktörünün işlevini incelemektedir (Ding, 2023).

Son araştırmalar ayrıca seçmen katılımını yönlendiren bir etken olarak vatandaşlık görevinin önemini vurgulamaya yönelik çalışmalardır. Bireysel bir vatandaşın katılım davranışı, onun sosyal konumunun, psikolojik eğilimlerinin, oylamada yer alan prosedürlerin ve her seçim zamanında meydana gelen olayların ortak bir işlevidir (Harder ve Krosnick, 2008).

Seçmen davranışının incelenmesi, demokratik toplumların işleyişi için önemli çıkarımlara sahiptir. Bu etkiler üzerinden çalışmalara devam edilmektedir. Seçmen kararlarını etkileyen faktörleri anlayarak, politika yapıcılar ve siyasi aktörler seçmenleri sisteme dahil ederek, bilgili kişilerle sorumlu siyasi katılımı teşvik etmek için daha etkili stratejiler geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılmaktadır (Hollyer vd, 2018).

3.1 Seçmen Davranışlarında Teorik Yaklaşımlar ve Modeller

Bu başlık altında sosyolojik yaklaşım (Columbia Yaklaşımı ve Modeli) sosyo-psikolojik yaklaşım (Michigan Yaklaşımı ve Modeli), ve rasyonel-ekonomik yaklaşım (Rochester Yaklaşımı ve Modeli) konuları açıklanmıştır.

3.1.1 Sosyolojik Yaklaşım (Columbia Yaklaşımı ve Modeli)

Seçmen davranışına yönelik sosyolojik yaklaşım, karmaşık ve çok yönlü siyasi katılım olgusunun incelendiği eleştirel bir açıdan bakılarak incelenmektedir. Özünde, bu yaklaşım sosyal bağlamın, özellikle mahalle ve toplum ortamının bir bireyin siyasi katılımını şekillendirmede etkili bir rol oynadığını savunmaktadır (Christ vd., 2014).

Sosyolojik bakış açısının temel ilkelerinden biri, siyasi katılımın yalnızca sosyoekonomik statü veya demografik özellikler gibi bireysel niteliklerle belirlenmediğini net bir şekilde ortaya koymaktadır. Bunun yerine, bir bireyin içinde bulunduğu sosyal bağlam, o ortamda mevcut normlara, kaynaklara ve güç dinamiklerine bağlı olarak siyasi faaliyeti teşvik edebilir olduğuna vurgu yapılmaktadır (Huckfeldt, 1979).

Örneğin, araştırmalar, güçlü vatandaş katılımı ve yüksek düzeyde sosyal sermayeye sahip mahallelerde yaşayan bireylerin oy verme, gönüllü olma veya siyasi aktivizm yoluyla siyasi sürece katılma oranlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Tersine, bir topluluk içinde şiddete ve kanunsuzluğa maruz kalmak korku ve güvensizliğe yol açarak seçmen katılımının azalmasına, siyasi ilgisizliğin artmasına neden olabileceği düşüncesini de göz ardı edilmemesi gerektiği bilinciyle hareket edildiği görülmektedir (Jones vd., 2017).

Sosyolojik yaklaşım ayrıca sosyalleşmenin siyasi davranışı şekillendirmedeki rolünü vurgulamaktadır. Bireylerin oy vermenin etkinliği hakkındaki inançları ve demokratik ideallere olan bağlılıkları yalnızca kişisel özellikleriyle değil aynı zamanda sosyal ağları ve toplum kurumları aracılığıyla iletilen normlar ve değerlerle de yakın ilişki içerisindedir (Bond vd., 2016).

Ayrıca sosyolojik bakış açısı, siyasi katılımın farklı sosyal gruplar arasında eşit olarak dağılmadığını kabul etmektedir. Daha yüksek statülü bireyler ve topluluklar genellikle kaynaklara, siyasi etkiye daha fazla erişime sahiptir. Bu da daha yapılandırılmış ve tabakalı bir siyasi faaliyet örüntüsüne yol açmaktadır. Sonuç olarak, siyasi faaliyet daha düşük statülü bağlamlara göre daha yüksek statülü bağlamlarda bireysel statü tarafından daha fazla etkili olmaktadır (Gaxie, 2017).

Özetle, seçmen davranışına yönelik sosyolojik yaklaşım, siyasi katılımı şekillendirmede sosyal bağlamın kritik rolünü vurgulamaktadır. Bu bakış açısı, siyasi katılımı yalnızca bireysel bir tercih olarak görmek yerine, bireysel nitelikler, sosyal faktörler ve daha geniş siyasi ve kurumsal çevre arasındaki karmaşık etkileşimi kabul etmektedir (Jakob vd., 2020).

Seçmen davranışı, uzun zamandır akademik araştırmaların konusu olan karmaşık ve çok yönlü bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel olarak, araştırmacılar seçmen davranışının incelenmesine rasyonel seçim modeli, sosyal-psikolojik model ve sosyolojik yaklaşım dahil olmak üzere çeşitli bakış açılarından yaklaşmışlardır. Bu yaklaşımların her birinin kendine özgü avantajları olsa da, sosyolojik yaklaşım, sosyal bağlamın ve grup dinamiklerinin bireysel oy verme kararlarını nasıl etkilediğini

anlamamıza yardımcı olmak adına son yıllarda giderek daha fazla ilgi görmektedir (Mayer, 2015).

Seçmen davranışına yönelik sosyolojik yaklaşım, siyasi tutumları ve katılımı şekillendirmede ırk, sınıf, cinsiyet ve grup üyeliği gibi sosyal faktörlerin etkisi olduğunu vurgulanmaktadır. Örneğin, çalışmalar, yerleşim yerlerinde yoğunlaşmış mahallelerde yaşayan bireylerin siyasi olarak sosyalleşme ve yerel topluluklarına katılma oranlarının daha fazla olduğunu göstermiştir; bunun oy verme oranlarını etkilendiği görülmektedir. Benzer şekilde, araştırmalar, bireylerin oy verme davranışlarının genellikle sosyal ağlarının ve referans gruplarının siyasi tutumları ve davranışları tarafından şekillendirildiğini göstermektedir (Bërdufi, 2013).

Bu nedenle, seçmen davranışının, içinde bulunduğu daha geniş toplumsal ve politik bağlamdan izole edilerek tam olarak anlaşılamayacağını göstermektedir (Redner, 2017).

Sosyolojik yaklaşımın önemli bir yönü de oy verme kararlarını şekillendirmede grup çıkarlarının ve kimliklerinin rolüdür. Örneğin, çalışmalar bireylerin sosyoekonomik statüleri, yaşları, cinsiyetleri veya diğer grup temelli özellikleriyle uyumlu siyasi partileri ve adayları destekleme olasılıklarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu, seçmenlerin yalnızca rasyonel, kişisel çıkarlarına yönelik seçimler yapmadıklarını, aynı zamanda sosyal kimliklerinden ve ait oldukları grupların algılanan çıkarlarından da etkilendiklerini göstermektedir (Rubenson ve Dawes, 2022).

Aynı zamanda, sosyolojik yaklaşım seçmen davranışının yalnızca sosyal faktörler tarafından belirlenmediğini, aynı zamanda siyasi bilgi, etkinlik ve parti bağlılığı gibi bireysel düzeydeki özelliklerden de etkilenerek hareket edildiği göstermektedir. Gerçekten de, bireysel düzeydeki ve toplumsal düzeydeki faktörler arasındaki etkileşim, seçmen davranışına yönelik sosyolojik yaklaşımın temel odak noktasıdır (Santoro ve Beck, 2016).

Genel olarak, seçmen davranışına yönelik sosyolojik yaklaşım, oylama kararlarının alındığı toplumsal ve politik bağlamı dikkate almanın önemini vurgulamaktadır. Yerleşim yoğunluğu, politik sosyalleşme ve grup kimlikleri gibi toplumsal faktörlerin

seçmen davranışını etkileme yollarını dikkate alarak, bu yaklaşım, siyasi katılımı ve karar almayı şekillendiren karmaşık dinamikler hakkında daha ayrıntılı ve kapsamlı bir anlayış sağlamaktadır (Sano vd., 2017).

3.1.2 Sosyo-Psikolojik Yaklaşım (Michigan Yaklaşımı ve Modeli)

Sosyo-psikolojik yaklaşım, diğer adıyla Michigan yaklaşımı ve modeli, seçmen davranışını anlamak için önemli bir çerçeve olmuştur. Bu yaklaşım, sınıf ve din gibi sosyal özelliklerin etkisine odaklanan daha önceki sosyolojik modelin aksine, oy verme kararlarını şekillendirmede siyasi tutumların ve parti kimliğinin rolünü vurgulamaktadır (Mayer, 2015).

Michigan Üniversitesi anket araştırma merkezi tarafından yürütülen anket araştırmasına dayanarak geliştirilen Michigan modeli, oy verme kararlarının büyük ölçüde parti kimliği, siyasi ideoloji, adaylara ve konulara yönelik tutumlar gibi faktörler tarafından yönlendirildiğini öne sürmektedir (Mayer, 2015).

Bu model tarafından hem oyların genel bölünmesinin hem de bireysel seçmenlerin oy verme davranışının güvenilir bir öngörücüsü olduğu bulunmuştur. Araştırma, bu modelin geçerliliğinin pratik politika, siyasi tarih ve siyasi teori için önemli çıkarımlara sahip olduğunu göstermiştir (Kelley ve Mirer, 1974).

Michigan modelinde kullanılan metodoloji, seçmen davranışına ilişkin çeşitli düşünce okullarını entegre eden kapsamlı bir modeli test etmeyi içerir. Bu modelin, yalnızca demografik ve politik katılım verilerine dayanan modellerden daha iyi performans göstererek, katılımcıların davranışlarını %90'lık bir başarı oranıyla doğru bir şekilde tahmin ettiği saptanmıştır (Ding, 2023).

Parti kimliği ve politik tutumlar gibi iç faktörlere ek olarak, sosyo-psikolojik yaklaşım ayrıca seçmen davranışı üzerindeki dış güçlerin etkisini de kabul etmektedir. Örneğin, kampanya iknası, medyaya maruz kalma ve bireysel seçmenler arasındaki sosyal etkileşim bu etkiler arasındadır. Seçmen davranışına ilişkin bu bütünsel görüş, seçim sonuçlarını şekillendiren karmaşık dinamiklerin daha derin bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunmuştur (Bhat ve Redner, 2019).

Sosyo-Psikolojik Yaklaşımın temel ilkelerinden bir diğeri ise bir bireyin belirli bir siyasi partiye uzun vadeli bağlılığını ifade eden "parti kimliği" kavramıdır. Genellikle aile yetiştirilmesi ve sosyalleşmeye dayanan bu sadakat duygusu, seçmenlerin algılarını, tutumlarını ve nihayetinde oy verme davranışlarını yönlendiren güçlü bir sezgisel yöntem görevi görmektedir. Ek olarak, Sosyo-Psikolojik Yaklaşım, seçmen tercihlerini şekillendirmede "Sol-Sağ" ideolojik yönelimlerinin rolünü kabul eder ve bireyler oy tercihlerini genel siyasi eğilimleriyle uyumlu hale getirme eğilimindedir (Caprara vd., 2017).

İlginç bir şekilde, son yıllarda gözlemlenen seçmenlerin artan istikrarsızlığı veya değişkenliği Sosyo-Psikolojik Yaklaşım merceğinden bilim insanları tarafından yorumlanmıştır. Geleneksel, sosyal ve dini bağların azalması, bireyselci "postmateryalist" değerlerin yükselişiyle birleşince, parti sadakatlerinin zayıflamasına ve oy vermeye daha akışkan, konu temelli bir yaklaşıma yol açmıştır (Lange, 2015).

Ayrıca, Sosyo-Psikolojik Yaklaşım, kampanya iknası, medya maruziyeti ve sosyal etkileşimler gibi dış faktörlerin de seçmen davranışı üzerindeki etkisini kabul etmektedir. Bu faktörler siyasi tutumları, yönelimleri ve nihayetinde oy verme tercihlerini şekillendirilmekte, oy verme sürecinin karmaşık ve çok yönlü doğasının anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Braha ve Aguiar, 2017).

Sosyo-Psikolojik Yaklaşım, seçmen davranışı anlayışımıza da önemli katkılarda bulunmuş ve siyasi tercihleri şekillendirmede bireysel düzeydeki psikolojik faktörlerin önemini vurgulamıştır. Parti kimliğinin, ideolojik yönelimlerin ve toplumsal değişimlerin etkisinin rolünü vurgulayarak, bu yaklaşım oy verme davranışının dinamik ve sürekli gelişen doğasına ışık tutmuştur (Bërdufi, 2013).

Sosyo-Psikolojik Yaklaşım, Michigan Yaklaşımı veya Michigan Modeli olarak da bilinen, seçmen davranışının incelenmesinde önemli bir çerçeve olan bu yaklaşıma karşı eleştiriler de olmuştur. Bu yaklaşıma yönelik temel eleştirilerden biri, parti kimliği ve siyasi tutumlar gibi bireysel düzeydeki faktörlere vurgu yaparken, oylama sürecinin mekaniğinin potansiyel etkisini göz ardı etmesidir (Thomas, 1968).

Nilim insanları tarafından incelenen, Michigan Yaklaşımı tarafından incelenen sosyolojik ve psikolojik değişkenlerin, özellikle değişen sosyal ve politik manzaralar bağlamında, seçmen davranışının karmaşıklıklarını tam olarak açıklayamayacağı yönünde eleştirilmiştir. Örneğin, seçmenlerin artan istikrarsızlığı veya değişkenliği, geleneksel sosyal ve dini bağlardaki düşüşe ve Michigan Modeli'nin parti kimliği ve siyasi tutumlara odaklanmasıyla yeterince yansıtılamayabilecek bireyselci değerlerin yükselişine bağlanmıştır (Mayer, 2015).

Ayrıca, bazı akademisyenler Michigan Yaklaşımının bireysel düzeydeki faktörlere vurgu yapmasının, oy verme davranışını şekillendirmede bağlamsal ve kurumsal faktörlerin rolünün ihmal edilmesine yol açtığını ileri sürmüşlerdir. Yapılan bir çalışmada da belirtildiği gibi, oy pusulasının mekaniğinin etkisi, oy verme tercihinin psikolojik belirleyicileri gibi entelektüel açıdan ilgi çekici bir konu olmamakta, ancak yine de seçim sonuçları üzerinde bir etkisi olmaktadır. Başka bir deyişle, oy verme makinelerinin kullanımı gibi oy vermenin yürütülme biçimi, seçmen katılımı ve nihayetinde seçim sonuçları üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir fakat Michigan Yaklaşımı bunu tam olarak hesaba katmamaktadır (Bernhard, 2020).

Ayrıca, bazı bilim insanları Michigan Yaklaşımının anket verilerine ve kendi kendine bildirilen siyasi tutumlara dayanmasının, özellikle sosyal etki ve akran etkileri bağlamında, oy verme davranışının karmaşıklıklarını doğru bir şekilde yansıtmadığını ileri sürmüşlerdir. Bir araştırmada da bahsedildiği gibi, modelimiz oy verme davranışının iki karakterizasyonuna odaklanıyor. Birincisi, oy verme davranışına ilişkin çoğu çalışmanın, oy tercihlerinin yukarıda belirtildiği gibi çeşitli tutumsal faktörler ve diğer dış baskılar tarafından yönlendirildiğini düşünmesidir. İkincisi, seçmenlerin fikirlerinin akranlarının etkisi altında değiştiği içsel kendini güçlendiren dinamikler olarak ifade edilmektedir (Braha ve Aguiar, 2016).

Sonuç olarak, Sosyo-Psikolojik Yaklaşım seçmen davranışının incelenmesine değerli içgörüler sağlamış olsa da, bireysel düzeydeki faktörlere dar odaklanması, bağlamsal ve kurumsal faktörleri ihmal etmesi, özellikle de sosyal etki ve akran etkileri bağlamında oy verme davranışının karmaşıklıklarını yakalama konusundaki sınırlı

yeteneği nedeniyle eleştirilere maruz kalmıştır. Fakat tüm bu eleştiriler yaklaşımın önem düzeyini azaltmaktadır (Braha ve Aguiar, 2017).

3.1.3 Rasyonel-Ekonomik Yaklaşım (Rochester Yaklaşımı ve Modeli)

Rasyonel-Ekonomik Yaklaşım, Rochester Yaklaşımı veya Modeli olarak da bilinmekte olup bir bireyin oy verme tercihlerinin altında yatan ekonomik teşvikleri ve rasyonel karar alma süreçlerini analiz ederek seçmen davranışını anlamak için ikna edici bir yapı olarak nitelendirilmektedir. Siyasi ekonomi alanından ortaya çıkan bu yaklaşım, seçmenlerin kararlarını yalnızca duygusal veya ideolojik faktörlere güvenmek yerine, farklı politika sonuçlarıyla ilişkili potansiyel maliyet ve faydaların dikkatli bir değerlendirmesine dayanarak aldıklarını ifade etmektedir (Acevedo ve Krueger, 2004).

Rasyonel ekonomik yaklaşımın özünde, seçmenlerin kendi çıkarlarını gözettiği ve kişisel faydalarını veya refahlarını en üst düzeye çıkarmaya çalıştıkları varsayımı yer almaktadır. Bu varsayım, bireylerin oylarını kendileri, aileleri ve toplumları için mümkün olan en iyi sonuca yol açacağına düşünerek kullanacaklarını ileri sürmektedir. Bu bakış açısına göre, seçmenler yalnızca partizan sadakatleri veya soyut ideolojik ilkeler tarafından değil, çeşitli politika önerilerinin kendi ekonomik ve sosyal koşullarını nasıl etkileyeceğine dair pragmatik bir değerlendirme olarak ele almaktadır (Enke, 2020).

Rasyonel ekonomik yaklaşımın, bireylerin genellikle kendi ekonomik çıkarlarını koruma arzusuyla motive olduğu ticaret politikası bağlamında oy verme davranışını açıklamada önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin, yabancı rekabete karşı savunmasız endüstrilerdeki işçilerin korumacı politikaları destekleme olasılığı daha yüksek olabilirken, serbest ticaretten faydalanan tüketiciler ve işletmeler daha açık ticaret politikalarını tercih etme ihtimali daha yüksek olmaktadır (Onakoya vd., 2019).

Rasyonel ekonomik yaklaşım ayrıca seçmen katılımını anlamakta da yararlı olacağı düşünülmektedir. Çünkü bu yaklaşım bireylerin yalnızca oylarının sonuç üzerinde anlamlı bir etkisi olacağına inanırlarsa seçim sürecine katılacaklarını öne sürmektedir. Bu inanç, seçimin algılanan yakınlığı, seçimin algılanan önemi ve bireyin siyasi sürece

ilişkin kişisel alaka duygusu gibi faktörlerden etkilenmektedir (Vegetti ve Širinić, 2018).

Rasyonel ekonomik yaklaşım seçmen davranışına ilişkin değerli içgörüler sunarken, oy verme kararlarını etkileyen tek faktörün bu olmadığını da kabul etmektedir. Davranışsal ekonomi, bireylerin bilişsel önyargılar, sezgisel yöntemler ve diğer psikolojik faktörler nedeniyle genellikle kendi çıkarlarını yansıtmayan kararlar aldığını göstermektedir. Ek olarak, rasyonel ekonomik yaklaşım, oy verme davranışını şekillendirmede sosyal kaygıların, ahlaki düşüncelerin ve diğer ekonomik olmayan faktörlerin rolünü göz ardı edebileceği için ekonomik kişisel çıkarlara da odaklanması nedeniyle eleştirilmeye açıktır (Baldwin, 1989).

Sonuç olarak, rasyonel ekonomik yaklaşım seçmen davranışını anlamak için yararlı bir bakış açısı sunmakta bunun yanında siyasi karar alma sürecinin karmaşık ve çok yönlü doğasını daha iyi anlamamıza yardımcı olabilecek birçok tamamlayıcı bakış açısından biri olarak da görülmektedir (Tiemann, 2022).

Rasyonel ekonomik yaklaşım, Rochester yaklaşımı veya modeli olarak da bilinmekte olup, seçmenlerin oylarının beklenen faydalarını ve maliyetlerini tartarak maliyet-fayda analize dayalı kararlar aldıklarını varsaymaktadır. Bu model, bireylerin daha geniş toplumsal kaygılar veya fedakarlık güdüleri tarafından yönlendirilmekten ziyade kendi kişisel çıkarlarını en yüksek düzeyde tutarak oy kullandıklarını öne sürmektedir (Edlin vd., 2007).

Bu yaklaşımın olası avantajlarından biri ise seçmen davranışı için net ve tutumlu bir açıklama sağlamasıdır. Model, seçmenlerin ekonomik terimlerle ölçülebilen bireysel faydalarını en yüksek düzeye çıkararak çalışanların rasyonel aktörler olduğunu varsaymaktadır. Bu, oy verme davranışı hakkında resmi modellerin ve test edilebilir hipotezlerin geliştirilmesine neden olmaktadır. Ayrıca, rasyonel ekonomik yaklaşım, seçmen davranışındaki belirli farklılıkları, örneğin bireylerin oylarının önemli olma olasılığının düşük olmasına rağmen oy kullanmalarını, açıklamaya yönelik yardımcı olmaktadır (Baldwin, 1989).

Ancak, Rasyonel-Ekonomik Yaklaşım, kişisel çıkarlara odaklanması ve oy verme kararlarını etkileyen karmaşık sosyal ve psikolojik faktörleri hesaba katmaması nedeniyle de eleştiriye maruz kalmıştır. Son araştırmalar, seçmenlerin genellikle kendi ekonomik çıkarlarını takip etmekten ziyade, sosyal gruplarının veya bir bütün olarak ulusun refahını iyileştirme arzusuyla motive olduklarını göstermektedir (Edlin vd., 2007).

Ayrıca, Rasyonel-Ekonomik Yaklaşım, bireylerin oylarının etkisini ve belirli bir seçim sonucundan elde edecekleri kişisel faydaları abartmalarına yol açabilen seçmenin yanılsaması ve kişisel alaka inancı tarafından sorgulanmaya yönelik çalışmalarda bulunmaktadır (Acevedo ve Krueger, 2004).

Sonuç olarak, rasyonel ekonomik yaklaşım, seçmen davranışına ilişkin tutumlu ve test edilebilir bir model sunmakta fakat bireysel oy verme kararlarını şekillendiren önemli sosyal ve psikolojik faktörleri göz ardı edilmektedir. Bu model değerli öngörüler sağlayabilse de, oy verme davranışının karmaşık ve çok yönlü olmasıyla daha bütünsel bir bakış açısı getiren diğer teorik perspektiflerle birlikte değerlendirilmektedir (Herrmann vd., 2019).

3.2 Seçmen Davranışlarına Etki Eden Faktörler

Bu başlık altında siyasi parti ile ilgili faktörler, aday ile ilgili faktörler, seçmen ile ilgili faktörler, gündem ve konu faktörleri, propaganda ve siyasal iletişim faktörleri ile ilgili konular detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

3.2.1 Siyasi Parti ile İlgili Faktörler

Seçmen davranışı, sosyoekonomik statü, demografik özellikler, kişisel değerler ve siyasi parti üyeliği gibi çok sayıda faktörden etkilenen karmaşık ve çok yönlü bir olgu olmaktadır. Seçmen davranışındaki en köklü ve en çok incelenen faktörlerden biri siyasi parti kimliği şeklinde ifade edilmektedir (Shah vd., 2016).

Siyasi parti kimliğinin, oy tercihi, politika tercihleri ve siyasi tutumlar dâhil olmak üzere seçmen davranışının çeşitli yönlerini inceleyerek üzerinde derin bir etkisi olduğu

görülmektedir. Çalışmalar, parti kimliğinin oy verme davranışının güçlü bir öngörüsü olduğunu ve bireylerin büyük çoğunluğunun oylarını parti üyelikleriyle uyumlu bir şekilde kullanarak etkisi altında kaldıklarını göstermektedir. Bu gözlem, ulusal, eyalet ve yerel seçimler dahil olmak üzere farklı seçim bağlamlarında da geçerli olmaktadır (Winneg vd., 2014).

Parti kimliğinin seçmen davranışını şekillendirdiği temel mekanizmalardan biri, partizan güçlendirme süreci olarak da varsayılmaktadır. Kişiler, tercih ettikleri partiye oy vererek mevcut partizan eğilimlerini iyileştirme eğilimindedirler; bu kavramla, genellikle bilişsel tutarlılığı sürdürme ve bilişsel uyumsuzluktan kaçınma psikolojik arzusuna atıf yapılmaktadır. Güçlendirme süreci, parti kimliğinin yerleşmesine yol açabilmekte ve bireyler zamanla daha fazla siyasi deneyim kazandıkça değişime karşı giderek daha dirençli hale gelebilmektedir (Calice vd., 2021).

Dahası, parti kimliğinin seçmen davranışı üzerindeki etkisi bireysel düzeydeki faktörlerle sınırlı değildir. Parti kurum ve kuruluşları, parti platformlarının, politika pozisyonlarının ve kampanya mesajlarının yayılması yoluyla destekçilerinin siyasi tercihlerini ve oy verme davranışlarını şekillendirmede de önemli bir role sahip olduğu görülmektedir (Kulachai vd., 2023).

Parti kimliği ile seçmen davranışı arasındaki ilişkiyi anlamada bir diğer önemli faktör ise kuşaklar arası süreklilik ve uyum kavramı şeklinde ifade edilebilir. Bireyler oy kullanma yaşına geldiklerinde, genellikle ebeveynlerinin veya diğer etkili sosyal grupların partizan bağlılıklarını benimsemekte olup ve böylece parti kimliğinin nesiller boyunca etkisinin sürdürülmesine de ciddi bir düzeyde destek olmaktadır (Winneg vd., 2014).

Parti kimliği ile seçmen davranışı arasındaki güçlü ilişki iyi kurulmuş olsa dahi bu ilişkinin doğası gereği karmaşıklıklardan uzak olmadığını belirtmek önem teşkil etmektedir. Bazı araştırmacılar, parti kimliğinin yalnızca duygusal yönelimli ve değişmez olmadığını, daha ziyade siyasi partilerin güncel sorunlarına ve politikalarına duyarlı olduğunu ileri sürmektedir (Shah vd., 2016).

Sonuç olarak bakıldığında seçmenlerin siyasi parti bağlılığı, seçmen davranışını anlamada merkezi ve etkili bir faktör olmaktadır. Bireylerin parti kimlikleri, oy verme kararlarını, politika tercihlerini ve siyasi tutumlarını şekillendirmektedir. Bu ilişki, partizan güçlendirme ve nesiller arası süreklilik arz etmesine neden olmaktadır (Vegetti ve Širinić, 2018).

Seçmen davranışında partiyle ilgili faktörlerin birincil dezavantajlarından biri, körü körüne sadakat ve eleştirel düşünme eksikliğinden kaynaklı olmaktadır. Bireyler, partilerinin adaylarını veya pozisyonlarını, liyakatlerine bakmaksızın desteklemeye mecbur hissedebilmekte ve eldeki konuların nesnel değerlendirmesi yerine partizan bağlılıklarına göre hareket edebilmektedir. Bu körü körüne bağlılık, seçmenlerin partilerinin temsilcilerinin eksikliklerini görmezden gelmesi veya mazur görmesi nedeniyle hesap verebilirliğin eksikliğine yol açmasına sebep olmaktadır (Shah vd., 2016).

Dahası, parti kimliğindeki azalış ve seçmenlerin artan bireyselciliği, oylama kalıplarında istikrarsızlığa yol açarak partilerin güvenilir ve öngörülebilir bir seçmen kitlesini korumasını zorlaştırılmasına sebep olabilmektedir. Bu hareketlilik, siyasi sistemin istikrarını zayıflatarak daha az ilgili ve bilgili bir vatandaşlığa yol açabilmektedir (Hollyer vd., 2018).

Ek olarak, parti üyeliğine güvenmek, aday özelliklerinin, politika pozisyonlarının ve karar alma sürecinde dikkate alınması gereken diğer faktörlerin önemini gölgede bırakmaktadır. Parti sadakatini bireysel liyakatlerden daha öncelikli hale getirerek, seçmenler adayların niteliklerini, liderlik özelliklerini ve politika platformlarını eleştirel bir şekilde yaklaşıldığında başarısız olabilir ve bu da nihayetinde en iyi olmayan seçim sonuçlarına yol açmaktadır (Kulachai vd., 2023).

Diğer yandan, revizyonistlerin parti kimliğinin seçim tercihlerini şekillendiren politik bir konu olduğu yönündeki görüşleri göz ardı edilemez bir durum haline gelmektedir. Parti üyeliği, seçmenler için anlamsal bir kısayol sağlayabilir ve uzun süredir devam eden inançlarına ve prensiplere dayalı bilinçli kararlar almalarını sağlamaktadır. Ancak, parti kimliğine aşırı güvenmek, seçmenler ilgisizliğe kapılıp çeşitli bilgi

kaynakları aramaya daha az meyilli hale gelebileceğini düşünürsek, daha geniş siyasi manzarayla etkileşim eksikliğine de yol açabileceği görülmektedir (Winneg vd., 2014).

Sonuç olarak, siyasi partiyle ilgili faktörler seçmen davranışını şekillendirmede önemli bir role sahip iken, aynı zamanda demokratik süreci zorlayacak çeşitli dezavantajlar da sunmaktadır (Kulachai vd., 2023).

Seçmenler, parti sadakati ile adayların ve konuların eleştirel değerlendirmesi arasında bir denge kurmaya çalışmalı ve seçimlerinin çeşitli hususlara dayanmasını sağlamaya yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir. (Kulachai vd., 2023).

3.2.2 Aday ile İlgili Faktörler

Siyaset biliminin diğer bir alanı olan seçmen davranışı, nihayetinde bir bireyin seçim tercihlerini belirleyen çeşitli faktörlerin karmaşık bir etkileşimine tabi olmaktadır. Adaylarla ilgili faktörler, bir adayın kişisel niteliklerini, yeterliliklerini, deneyimini, politika pozisyonlarını ve genel sunumunu kapsayan bu etkilerin kritik bir alt kümesini temsil etmektedir. Parti üyeliğinden veya belirli konu duruşlarından farklı olan bu faktörler, seçmenlerin algılarını ve tercihlerini şekillendirir böylece oy verme kararlarını etkilemektedir. Seçmenler tarafından adayların kişilik özelliklerinin değerlendirilmesi ve siyasi sonuçları oy verme davranışları üzerindeki etkileri görülmektedir. Bu adaylarla ilgili etkilerin doğasını ve büyüklüğünü anlamak, seçim süreçlerinin dinamiklerini ve ürettikleri sonuçları anlamak için çok önemli olmaktadır (Flavin ve Law, 2021).

Çeşitli özellik ve nitelikleri kapsayan aday özellikleri, seçmen davranışı üzerinde önemli bir etki uygulamaktadır. Bu özellikler, bir adayın algılanan yeterliliği, dürüstlüğü, liderlik becerileri, empati ve iletişim yeteneklerini içerir ve seçmen kararlarını etkilemektedir. Siyasi gelişmişlik, seçmenlerin yetkinlik, deneyim ve konu pozisyonları gibi daha yüksek bilgi işleme gerektiren aday özelliklerini dikkate alma olasılığını arttırmaktadır. Bilgi, beceri ve deneyimlerinin değerlendirilmesini içeren bir adayın yetkinliğine ilişkin algılar, seçmenler toplumsal zorlukları etkili bir şekilde ele alabilecek ve çıkarlarını ilerletebilecek liderler aradıkları için genellikle

seçmenlerin kararları büyük önem taşımaktadır. Bir adayın dürüstlüğünü, güvenilirliğini ve etik davranışlarını yansıtan algılanan bütünlüğü de önemli bir ağırlığa sahiptir, çünkü seçmenler güçlü ahlaki ilkeler gösteren ve dürüstlükle kamu yararına hizmet etmeye kendini adamış liderleri tercih etmektedir. Bununla beraber ilham verme, motive etme, ülkeyi veya toplumu ilerleme ve refaha etkili bir şekilde yönlendirebilecek liderler aradıkları için bir diğer önemli faktör olmaktadır. Etkili iletişim becerileri adayların vizyonlarını ifade etmelerini, seçmenlerle duygusal düzeyde bağlantı kurmalarını ve onları göreve uygunluklarına ikna etmelerini sağlayarak seçmen algılarını etkilemektedir. Etki ve saygı, siyasi makamlar için adayların desteğini oluşturmada önemli faktörlerdir. Ahlak ve yeterlilik boyutları, seçmenin zihninde, oluşan tutumun oy verme davranışını belirleyen etki ve saygı yarattığı nedensel yapıları tetiklemektedir. Seçmenler ayrıca ideal aday özelliklerini ve bu değerlendirmelerin yaş, cinsiyet ve siyasi parti üyeliğine göre nasıl farklılık gösterdiğini değerlendirmektedir (Trent vd., 2010; Madrid vd., 2022).

Aday deneyiminin seçmen davranışı üzerindeki etkisi, belirli makama, deneyimin niteliğine ve hakim siyasi bağlama göre değişen karmaşık, nüanslı bir olgu olmaktadır. Seçmenler genellikle bir adayın kamu hizmeti, iş veya diğer ilgili alanlardaki önceki deneyimini, seçmenlerini etkili bir şekilde yönetme veya temsil etme konusundaki hazırlığının ve yeteneğinin bir göstergesi olarak değerlendirmektedir. Ancak, seçmenlerin deneyime verdiği değer, aranan belirli makama bağlı olarak değişebilmekte ve seçmenler potansiyel olarak teknik uzmanlık veya karmaşık politika konuları hakkında kapsamlı bilgi gerektiren pozisyonlar için deneyimi daha fazla önemsemektedir. Deneyimin niteliği de önemlidir, çünkü seçmenler bir adayın önceki rollerinin, başarılarının ve geçmiş performansının kalitesini ve alakalılığını değerlendirmektedir. Bir adayın şiddete katılımı yeterlilik ve dürüstlüğe göre değerlendirilir ve sivil hedefleme bağlamında en belirgin yeterlilik biçimi güvenlik yeterliliği olmaktadır. Örneğin, politikaları başarıyla uygulama veya karmaşık organizasyonları yönetme konusunda kanıtlanmış bir geçmişe sahip bir aday, sınırlı veya başarısız deneyime sahip bir adaydan daha olumlu görülmektedir. Dahası, siyasi bağlam deneyimin etkisini etkileyebilir, seçmenler kriz veya belirsizlik zamanlarında, sabit bir ele ve zorlukların üstesinden gelme konusunda kanıtlanmış bir yeteneğe sahip liderler aradıklarında deneyime daha fazla önem vermektedir (Haime vd., 2022).

Eğitim, göreve talip olan adaylar için bir yeterlilik göstergesi olarak kabul edilmektedir. Seçmenler, daha yüksek eğitim seviyelerine sahip adayları daha bilgili, zeki ve karmaşık konuları anlayıp etkili politikalar formüle edebilen kişiler olarak algılamaktadır. Ancak, eğitimin önemi belirli göreve ve seçmenlerin önceliklerine bağlı olarak değişmektedir. Bir adayın eğitim geçmişi, politika tercihlerini, entelektüel bakış açılarını ve sorun çözme yaklaşımlarını şekillendirmekte ve seçmenlerin karşılaştığı zorlukları ele alma becerilerini etkileyebilmektedir (Sørensen, 2023).

Seçmenler adayları değerlendirirken dikkate aldıkları bir diğer husus da önceki siyasi deneyimler olmaktadır. Seçmenler, seçilmiş görev, hükümet yönetimi veya siyasi aktivizm deneyimi olan adayları siyasi süreç hakkında daha bilgili, bürokratik engelleri aşmak için daha donanımlı ve fikir birliği oluşturma, politika hedeflerine ulaşma konusunda daha etkili olarak görebilmektedir. Ancak, önceki siyasi deneyimin değeri belirli bağlama ve seçmenlerin tercihlerine bağlı olarak değişebilmektedir. Bazı durumlarda, seçmenler özellikle mevcut durumdan memnun değillerse veya yerleşik politikacıların endişeleriyle temas halinde olmadıklarına inanıyorlarsa, kapsamlı siyasi deneyimden ziyade yeni bakış açılarına veya yabancı statüsüne öncelik vermektedir (Hansen ve Treul, 2021).

Seçmenler, nasıl oy vereceklerine karar verirken bir adayın cinsiyetinin yanı sıra fiziksel çekiciliğini de dikkate almaktadır. Seçmenler, bir adayın çekiciliği, bakımı ve genel sunumu dahil olmak üzere fiziksel görünümünü, yetkinlik, özgüven ve liderlik potansiyelinin göstergeleri olarak değerlendirme eğilimindedir. Ancak, fiziksel çekiciliğin etkisi, seçmenlerin deneyim, dürüstlük veya politika pozisyonları gibi diğer faktörleri fiziksel görünümden daha öncelikli hale getirebileceğinden, belirli bağlama ve seçmenlerin önceliklerine bağlı olarak değişmektedir. Seçmenlerin erkek ve kadın adaylara ilişkin farklı beklentileri ve algıları vardır. Bu da oy verme kararlarını etkilemektedir. Seçmenler, kadın adayları erkek adaylardan farklı kriterlere göre değerlendirme eğilimindedir ve genellikle empati, şefkat ve iletişim becerileri gibi özelliklere daha fazla vurgu yaparken, aynı zamanda niteliklerini ve deneyimlerini de incelemektedir. Seçmenler adayların liderlik tarzlarını, iletişim becerilerini ve seçmenlerle kişisel düzeyde bağlantı kurma yeteneklerini değerlendirmektedir (Madrid vd., 2022).

3.2.3 Seçmen ile İlgili Faktörler

Psikolojik, sosyolojik ve demografik değişkenlerin bir yelpazesini kapsayan bu faktörler, seçmen tercihlerini, tutumlarını ve nihayetinde oy verme kararlarını şekillendirmek için karmaşık unsurlarda etkileşime girmektedir. Seçmen davranışının kritik bir boyutu, bir seçmenin kişisel niteliklerini, inançlarını ve değerlerini kapsayan bireysel düzeydeki özellikler alanında yer almaktadır. Gelir, eğitim ve meslek gibi faktörleri kapsayan sosyoekonomik statü, seçmen katılımını ve aday tercihlerini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Daha yüksek sosyoekonomik statüye sahip bireyler daha fazla siyasi katılım ve belirli siyasi platformları destekleme eğilimi göstermektedir. Bir diğer önemli demografik faktör olan yaş, genellikle farklı oy verme kalıplarıyla ilişkilendirilir; çünkü daha genç seçmenler eğitim ve istihdam gibi konulara öncelik verirken, daha yaşlı seçmenler sosyal güvenlik ve sağlık hizmetlerine odaklanmaktadır. Dini bağlılık da seçmen davranışını şekillendirmede rol oynar, bireyler genellikle siyasi tercihlerini dini değerleri ve inançlarıyla uyumlu hale getirmektedir (Javines, 2024).

Bir bireyin bilişsel ve duygusal yapısında derin köklere sahip olan psikolojik faktörler de seçmen davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Bir bireyin siyasi konulara, adaylara ve partilere yönelik yatkınlıklarını kapsayan tutumlar, oy verme kararlarının güçlü öngörücüleri olarak hizmet etmektedir. Belirli bir siyasi partiye psikolojik bir bağlılık olan parti kimliği, genellikle çelişkili bilgilerle karşı karşıya kalsalar bile seçmenlerin tercihlerini yönlendiren güçlü bir sezgisel yöntem görevi görmektedir. Hükümet ve toplumun rolü hakkında tutarlı bir inanç ve değerler kümesini temsil eden ideoloji, seçmenlere siyasi platformları ve adayları değerlendirmeleri için bir çerçeve sağlar. Onaylama yanlılığı, motive edilmiş akıl yürütme gibi bilişsel önyargılar, seçmenlerin siyasi bilgilere ilişkin algılarını ve yorumlarını çarpıtabilir ve onları önceden var olan inançlarını doğrulayan bilgilere seçici bir şekilde dikkat etmeye yönlendirilebilir. Bireysel düzeydeki özellikler ve psikolojik faktörlerin ötesinde, sosyal etkiler seçmen davranışı üzerinde önemli bir etki oluşturmaktadır. Bir bireyin ailesini, arkadaşlarını ve meslektaşlarını kapsayan sosyal ağlar, siyasi bilgi ve etki için kanal görevi görür. Kişilerarası tartışmalar ve paylaşılan deneyimler aracılığıyla seçmenlerin tutumlarını ve tercihlerini şekillenebilir. Bir

seçmenin yerel ortamındaki hakim tutumları ve davranışları yansıtan topluluk normları, seçmen katılımı ve aday tercihleri üzerinde güçlü bir etki oluşturmaktadır (Cho vd., 2005).

Bir bireyin ırksal, etnik veya dini bir grup gibi belirli bir sosyal gruba ait olma duygusunu kapsayan grup kimliği de seçmen davranışını şekillendirebilir, çünkü bireyler siyasi kararlar alırken gruplarının çıkarlarının ve değerlerine öncelik vermektedir. Bağlamsal hazırlama kavramı da bir rol oynamaktadır. Seçmen tercihleri seçmenlerin oy verdikleri ortama göre değişebilmektedir. Seçmenle ilgili bu faktörlerin etkileşimi, siyasi manzaranın dinamik yapısı nedeniyle daha da karmaşık hale gelmektedir. Bir adayın iletişim çabalarını, seferberlik taktiklerini ve politika önerilerini kapsayan kampanya stratejileri, özellikle kararsız veya ikna edilebilir seçmenler arasında seçmen davranışını önemli ölçüde etkilemektedir. Bilgi ortamını şekillendiren ve adaylar konular hakkındaki kamuoyu algılarını etkileyen medya kapsamı da seçim sonucunu etkileyebilmektedir. Ekonomik krizler, toplumsal hareketler ve uluslararası çatışmalar gibi siyasi olaylar, siyasi manzarayı sarsabilir ve seçmen tercihlerini yeniden şekillendirerek parti hizalanmasında ve seçim sonuçlarında değişimlere yol açabilmektedir. Önemli araştırma gelişmelerine rağmen, seçmen davranışına ilişkin anlayışımız, öncelikle çok sayıda değişkenin karmaşık etkileşimi ve mevcut teorik çerçevelerin sınırlamaları nedeniyle eksik kalmaya devam edecektir (Reynolds, 1974).

Seçmen karar alma sürecinin karmaşıklıklarını tam olarak çözmek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır ve bunun siyaset bilimi, psikoloji, sosyoloji ve davranışsal ekonomiden gelen öngörüleri bütünleştiren disiplinler arası yaklaşımları benimseyerek başarılacağı düşünülmektedir. Seçmen davranışını uzun dönemler boyunca izleyen uzunlamasına çalışmalar, siyasi tutumları ve seçimleri şekillendiren dinamik süreçler hakkında değerli öngörüler sağlamaktadır. Farklı ülkeler ve siyasi sistemlerdeki seçmen davranışlarını inceleyen karşılaştırmalı analizler, evrensel kalıpları ve bağlamsal farklılıkları belirlemeye yardımcı olmaktadır. Dahası, deneyler ve simülasyonlar gibi yenilikçi araştırma yöntemleri, belirli seçmenlerle ilgili faktörlerin etkilerini izole etmek ve rekabet eden teorik açıklamaların geçerliliğini test etmek için kullanmaktadır. Sonuç olarak, seçmen davranışı, bireysel düzeydeki özelliklerin,

psikolojik faktörlerin, sosyal etkilerin ve daha geniş siyasi manzaranın karmaşık bir etkileşimiyle şekillenen çok yönlü ve dinamik bir olgu olmaktadır. Bu seçmenle ilgili faktörlerin nüanslarını anlamak, demokratik seçimlerin dinamiklerini anlamak ve daha bilgili katılımcı seçmen kitlesi oluşturmak için çok büyük önem arz etmektedir. Siyasi kampanyalar da seçmenleri harekete geçirmede önemli bir rol oynamaktadır (Jacobson, 2014).

Özetlenecek olunduğunda, seçmen davranışı, çeşitli düzeylerde işleyen çok sayıda faktörden etkilenen karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu faktörler genel olarak bireysel düzeydeki özellikler, psikolojik faktörler, sosyal etkiler ve bağlamsal faktörler olarak kategorize edilmektedir. Bir seçmenin demografik ve sosyoekonomik geçmişini kapsayan bireysel düzeydeki özellikler, seçmen davranışı üzerinde temel bir etki katmanını temsil etmektedir. Yaş, cinsiyet, ırk, etnik köken, eğitim ve gelir gibi demografik faktörler, bir seçmenin siyasi tutumlarını, değerlerini ve önceliklerini önemli ölçüde şekillendirmektedir. Örneğin, daha genç ve daha yaşlı seçmenler genellikle farklı siyasi öncelikler sergilemektedir. Daha genç seçmenler iklim değişikliği ve eğitim gibi konulara öncelik verebilirken, daha yaşlı seçmenler sosyal güvenlik ve sağlık hizmetleri konusunda daha fazla endişe duymaktadır. Cinsiyet de önemli bir rol oynar, çünkü erkekler ve kadınlar kürtaj ve silah kontrolü gibi belirli konulara yönelik tutumlarında genellikle farklılık göstermektedir. Irk ve etnik köken de seçmen davranışını etkileyebilir, çünkü azınlık gruplarından bireyler ırksal adalet ve eşitlik konularını ele alan politikaları savunan adayları desteklemeye daha yatkın olmaktadır. Gelir ve eğitim gibi sosyoekonomik faktörler de seçmen davranışını şekillendirmektedir. Örneğin, daha yüksek gelire sahip bireylerin vergi indirimlerini ve düzenlemeleri destekleyen adayları destekleme olasılığı daha yüksek olabilirken, daha düşük gelire sahip bireylerin sosyal refah programlarını savunan adayları destekleme olasılığı daha yüksek olmaktadır. Eğitim seviyeleri artan siyasi karmaşıklıkla ilişkili olma eğilimindedir ve aday özelliklerine, örneğin yeterlilik, deneyim ve sorun pozisyonlarına olan güveni etkilemektedir. Eğitim, bir bireyin bilişsel yeteneklerini, bilgi tabanını ve eleştirel düşünme becerilerini şekillendirmede önemli bir rol oynar ve bunların hepsi siyasi manzaranın karmaşıklıklarında gezinmek için gerekli unsurlar olarak değerlendirilmelidir (Arceneaux ve Wielen, 2023).

Psikolojik faktörler de seçmen davranışını şekillendirmede önemli bir rol oynar, çünkü seçmenler siyasi kararlar alırken genellikle bilişsel kısayollara, duygulara ve kişisel önyargılara güvenmektedir. Siyasi bilgi, seçmenin siyasi meseleler, adaylar ve siyasi sistem hakkındaki anlayışını kapsar ve bilinçli seçimler yapma yeteneğini etkilemektedir. Daha yüksek siyasi bilgi düzeyine sahip seçmenler, bilgileri değerlendirmek, aday platformlarını değerlendirmek ve oylarının potansiyel sonuçlarını anlamak için daha donanımlı olması gerekmektedir. Bir siyasi partiye psikolojik bağlanma olan parti kimliği, seçmen davranışını şekillendiren en etkili faktörlerden biridir. Seçmenler, çelişkili bilgilerle veya değişen siyasi koşullarla karşı karşıya kaldıklarında bile, özdeşleştikleri partiyi tutarlı bir şekilde destekleme eğiliminde bulunmaktadır. Bir seçmenin belirli politika meselelerine yönelik tutumlarını yansıtan konu tercihleri de oy verme kararlarını yönlendirmektedir. Seçmenlerin sağlık, eğitim ve çevre gibi önemli konularda görüşlerini paylaşan adayları destekleme olasılığı daha yüksek olmaktadır (Flavin ve Law, 2021).

3.2.4 Gündem ve Konu Faktörleri

Siyaset biliminin çok yönlü bir alanı olan seçmen davranışı, gündem ve konu değerlendirmelerinin seçim sonuçlarını şekillendirmede önemli bir rol oynadığı bir dizi faktörün bir araya gelmesiyle karmaşık bir şekil ortaya koymaktadır. Bu faktörlerin dinamiklerini anlamak, seçmen karar alma sürecinin karmaşıklıklarını ve demokratik süreçler için daha geniş kapsamlı etkilerini kavramak için önem teşkil etmektedir. Oylama mekaniği seçim sonuçlarını etkileyebilir, ancak oy verme tercihinin psikolojik belirleyicileri entelektüel açıdan daha ilgi çekici olmaktadır. İletişim teorisinde derin kökleri olan bir kavram olan gündem belirleme, medyanın ve siyasi elitlerin halkın çeşitli konuların önemine ilişkin algısı üzerinde önemli bir etki uyguladığını öne sürmektedir. Seçici raporlama ve vurgulama yoluyla, bu aktörler belirli konuları kamu söyleminin ön saflarına çıkarabilir ve böylece seçmenlerin adayları ve partileri değerlendirdiği kriterleri şekillendirmektedir. Bu süreç, bireylerin medyada öne çıkan veya siyasi kampanyalar tarafından aktif olarak desteklenen konulara öncelik verme olasılığı daha yüksek olduğundan, seçmen davranışını önemli ölçüde etkilemektedir. Öte yandan, konu oylaması, seçmenlerin belirli politika konularında belirli adaylar veya partilerle olan uyumlarına göre seçimler yaptığı

olguyu ifade etmektedir. Konu oylaması, vatandaşların parti tercihlerini politika tercihlerini yansıtacak şekilde ayarladıklarında gerçekleşmektedir. Bu karar alma biçimi, seçmenlerin kendi politika tercihlerini net bir şekilde anladıklarını ve adayların ve partilerin ilgili konulardaki pozisyonlarını doğru bir şekilde değerlendirebildiklerini varsaymaktadır (Flavin ve Law, 2021).

Gündem ve konu faktörlerinin seçmen davranışı üzerindeki etkisi, bir dizi bireysel düzeydeki ve bağlamsal değişken tarafından daha da düzenlenmektedir. Seçmenlerin kararları, tutumlar ve dış baskılar dahil olmak üzere bir dizi faktörden etkilenmektedir. Bir bireyin sosyal konumu, psikolojik eğilimi ve her seçim zamanında meydana gelen olayların hepsi oy kullanırken nasıl davrandıklarını etkilemektedir. Örneğin, siyasi gelişmişlik, seçmenlerin konu oylamasına ne ölçüde katıldıklarını belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Daha yüksek düzeyde siyasi bilgi ve farkındalığa sahip bireyler, politika tartışmalarının karmaşıklıklarını anlamak ve adayların pozisyonları arasındaki nüanslı farklılıkları ayırt etmek için daha donanımlı olmaktadır. Ayrıca, bir konunun algılanan önemi veya seçmen davranışı üzerindeki etkisini önemli ölçüde etkilemektedir. Kişisel olarak ilgili birey veya toplumları için önemli sonuçları olduğu algılanan konuların oy verme kararlarını yönlendirme olasılığı daha yüksek olmaktadır. Ek olarak, bir konuyu çevreleyen kutuplaşma derecesi de seçmen davranışı üzerindeki etkisini şekillendirmektedir. Konular kutuplaştırıcı olduklarında daha önemli bir durum olmaktadır (Nicolet ve Sciarini, 2006).

Pragmatik konular, sonuç görmek isteyen seçmenlere hitap eder ve bu alandaki politika değişiklikleri, hükümetin değişen ortama dikkat ettiğini gösterir ve bu da muhtemelen ödüllendirilmektedir. Ancak, ilkeli konular temel değerler ve inançlarla ilgilidir ve bu alandaki herhangi bir politika değişikliği tutarsızlık ve güvenilirlik eksikliği gösterir ve bu da seçmenlerin geri çekilmesine neden olmaktadır. Seçmenler ideolojik çizgiler boyunca derin bir şekilde bölündüğünde, bireylerin ideolojik duruşlarını paylaşan adaylar veya partilerle uyum sağlama olasılığı daha yüksek olduğundan, konu oylaması daha belirgin hale gelmektedir. Seçmenler, seçimlerini politikacıların istihdam ve konut gibi hizmetleri ne kadar iyi sağladığına dayandırmaktadır. Tersine, parti kimliğinin veya aday karizmasının seçmenlerin tercihleri üzerinde daha güçlü bir etki yarattığı bağlamlarda, konu oylamasının etkisi

zayıflamasına neden olmaktadır. Böylece, seçim sisteminin doğası, gündemin ve konu faktörlerinin seçmen davranışı üzerindeki etkisini şekillendirmektedir (Tiemann, 2022).

Parti listesi orantılı temsil gibi orantılılığı teşvik eden seçim sistemleri, seçmenlere daha geniş bir seçenek yelpazesi sunarak ve belirli konulara odaklanan partileri desteklemelerini kolaylaştırarak oylamasını teşvik etmektedir. Seçim sistemleri, siyasi partiler ve seçmenlerin parti duruşlarını nasıl gördüklerini etkileyen bireysel özellikler de dahil olmak üzere oylama bağlamı önemli olmaktadır. Tersine, tek üyeli bölge çoğulculuğu gibi çoğunlukçuluğu destekleyen seçim sistemleri, seçmenleri konu pozisyonlarına sıkı sıkıya bağlı kalmaktan ziyade seçilebilirliği ve stratejik hususları önceliklendirmeye teşvik etmektedir. Bu farklı faktörlerin nasıl etkileşime girdiğini anlamak, seçmen davranışının karmaşıklıklarını çözmek, siyasi ikna ve seferberlik için etkili stratejiler geliştirmek için önemli olmaktadır (Page ve Jones, 1979).

Gündem belirleme ve konu oylaması arasındaki etkileşim, medyanın, siyasi elitler ve bireysel seçmenlerin hepsinin siyasi manzarayı şekillendirmeye katkıda bulunduğu dinamik ve çok yönlü bir süreç olmaktadır. Seçkinlerin etkisi, seçmenlerin genellikle adayları ve partileri tüm pozisyonlarıyla birlikte destekleyerek, çapalarının desteklediği tercihleri kabul etmesiyle genel siyasi tercihleri şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Kampanyalar, seçmenlerin küçük bir yüzdesini bile etkilemek için büyük miktarda para harcarken, anket yeri türü de önemli bir özellik olan oy tercihini etkilemektedir. Gündem belirleme etkilerinin en belirgin olduğu koşulları ve konu oylamasının duygusal veya psikolojik önyargılara kıyasla rasyonel değerlendirmelerle yönlendirilme derecesini keşfetmek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Seçimlerdeki kolektif sonuçların hassasiyetinin araştırılması, bireysel oy verme davranışlarındaki değişikliklerin daha geniş değişimlere yol açabileceğini ortaya koymaktadır. Bu dinamiklere ilişkin anlayışımızı genişletmek, bilgili ve katılımcı vatandaşlığı teşvik etmek ve demokratik süreçlerin seçmenlerin ihtiyaç ve tercihlerine duyarlı olmasını sağlamak için çok önemli olmaktadır (Jenke ve Huettel, 2016).

3.2.5 Propaganda ve Siyasal İletişimi Faktörleri

Siyasi iletişim ve propaganda, seçmen davranışı üzerinde önemli bir etki uygulayarak kamuoyunu şekillendirir ve çok yönlü mekanizmalar aracılığıyla seçim sonuçlarını etkilemektedir. Kitle iletişim araçları, siyasi bilgi için bir kanal görevi görür, anlatıyı çerçeveler ve gündemi belirler, daha sonra kamuoyunu ve bilgisini etkilemektedir. Medyanın gücü, uzun süreler boyunca referans çerçevelerini şekillendirme ve siyasi davranışın yanıt verdiği bir sahte ortam oluşturma becerisinde yatmaktadır, ancak editoryal onaylar gibi açık ikna girişimleri ulusal düzeyde sınırlı bir başarı göstermektedir. Resmi aktörler genellikle haber medyası içindeki siyasi konulara erişme ve bunları çerçeveleme konusunda bir avantaja sahiptir ve bu da medyanın siyasi söylemi şekillendirmedeki rolünü daha da sağlamlaştırmaktadır. Ancak, medya içeriği ile seçmen algısı arasındaki ilişki karmaşıktır, çünkü bireylerin önceden var olan siyasi görüşleri genellikle bilgileri yorumlamalarını şekillendirmektedir. Gazetelerin editoryal içeriği aday tercihleriyle önemli ölçüde ilişkili olabilir ve yerel medyanın seçmenlerin seçim hesaplamalarını etkileyen ipuçları sağlama potansiyelini vurgulamaktadır (Dalton vd., 1998).

Kişilerarası iletişim de seçmen davranışını şekillendirmede önemli bir rol oynamakta ve genellikle kitle iletişim araçlarının etkisini aşmaktadır. Geleneksel sosyal etki kaynakları hala baskındır ve kişilerarası tartışma, oyu etkilemede medyadan daha ağır basmaktadır. Sosyal bağlamlar, bireysel oy verme kararlarını anlamakta kritik öneme sahiptir ve siyasi tercihleri şekillendirmek için kişisel özelliklerle iç içe geçmektedir. Bu sosyal ağlar, medya önyargısını artırabilir ve özellikle bireyler mevcut tercihleriyle uyumlu medyayla seçici bir şekilde etkileşime girdiğinde, toplu davranışta önemli değişimlere yol açabilmektedir. Ağızdan ağıza iletişim ve sosyal etkileşimler, bilginin yayılmasına ve tutumların güçlendirilmesine katkıda bulunarak, mevcut inançları sağlamlaştırabilen ve kutuplaşmayı artırabilen yankı odaları ve filtre baloncukları oluşturmaktadır (Steppat vd., 2021).

Siyasi kampanyalar, seçmenleri ikna etmek için karmaşık propaganda tekniklerinden yararlanır, genellikle mesajları belirli demografik gruplara göre uyarlar ve duygusal çağrıları kullanmaktadır. Siyasi reklamlar ve kampanya mesajları, seçmenlerin

değerleri ve endişeleriyle yankılanacak şekilde tasarlanmış anlatıları stratejik olarak oluşturur ve adaylar ve politikalar hakkındaki algılarını etkiler. İkna, ulusal güvenliğin kritik bir yönü olan bilgi operasyonlarının büyük bir bileşenini oluşturmaktadır. Bu tekniklerin etkinliği, kaynağın güvenilirliği, mesajın çerçevelenmesi ve hedef kitlenin alıcılığı gibi çeşitli faktörlere bağlı olmaktadır. Sosyal medyanın yükselişi, hedefli reklamcılığı ve hem doğru hem de yanıltıcı bilgilerin hızla yayılmasını sağlayarak siyasi iletişim manzarasını daha da karmaşık hale getirmektedir. Sosyal medya aracılığıyla yanlış bilgi ve propagandanın yayılması, özellikle yanlış veya yanıltıcı bilgilere inanmaya daha yatkın olan bireyler arasında seçmen davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Sosyal medya, siyasi söylem ve bireysel psikolojinin kesişimi, seçmen davranışını şekillendiren karmaşık bir etki ağı oluşturmaktadır. Sosyal medyanın erişimi ve hızı, hem organik hem de düzenlenmiş bilgi kampanyalarını güçlendirebilir, potansiyel olarak kamu algısını çarpıtabilir ve seçim sonuçlarını etkilemektedir (Metaxas ve Mustafaraj, 2012).

Seçmen davranışını etkileyen faktörleri anlamak, sağlıklı bir demokrasiyi sağlamak için çok önemli olmaktadır. Sosyal medyanın yükselişi ve propaganda tekniklerinin giderek daha karmaşık hale gelmesi, bilinçli karar alma süreçlerine yeni zorluklar getirmektedir. Yanlış bilgilendirmeyle mücadele etmek ve medya okuryazarlığını teşvik etmek, seçmenlerin bilgileri eleştirel bir şekilde değerlendirmelerini ve bilinçli seçimler yapmalarını sağlamak için önem arz etmektedir. Ayrıca, çevrimiçi içeriği şekillendirmede algoritmaların rolü ve yankı odaları ile filtre balonları potansiyeli dikkatli bir değerlendirme gerektirmektedir. Hesaplamalı propagandanın yapay zeka tarafından körüklendiği ve bunun da sorunu daha da kötüleştirdiği bulunmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi, gerçek kontrol girişimleri ve düzenleyici çerçeveleri birleştiren çok yönlü bir yaklaşım, propagandanın olumsuz etkilerini azaltmak ve daha bilgili ve katılımcı bir seçmen kitlesi teşvik etmek için gerekli olmaktadır. Dezenformasyon, kamuoyunun kurumlara ve medyaya olan güvenini zedelemektedir. Bu nedenle, buna karşı koymak için dezenformasyon etkisinin nasıl elde edilebileceği konusunda daha iyi bir anlayışa ihtiyaç vardır (Roguski, 2020; Dowse ve Bachmann, 2022).

Dijital medya, özellikle sağcı popülizmin yükselişiyle birlikte, siyasi söylemi şekillendirmede ve seçmen davranışlarını etkilemede giderek daha önemli bir rol oynamaktadır. Sağcı popülistler, geleneksel medya kuruluşlarını atlatmak, yerleşik elitlere meydan okumak ve kendi gündemlerini belirlemek için çevrimiçi platformları stratejik olarak kullanılmaktadır. Dijital medya, siyasi sürece zarar verme potansiyeline sahipken, medya aynı zamanda ruhsal bir arayış içinde olmaktadır. Sosyal medyanın ve alternatif haber kaynaklarının yaygınlaşması, yanlış bilginin yayılması ve çevrimiçi yankı odalarının kutuplaştırıcı etkileri konusunda endişelere yol açmaktadır. Sosyal medya, kutuplaşmaya katkıda bulunabilir ve yanlış bilginin yayılması, demokratik toplumları tehdit ederek bilinçli karar almayı engellemektedir. Dijital medyanın seçmen davranışı üzerindeki etkisi karmaşık ve çok yönlüdür ve demokratik yönetişim için çıkarımları tam olarak anlamak için daha fazla araştırma gerektirmektedir. Genellikle doğruluğu şüpheli olan sürekli bilgi bombardımanı, eleştirel düşünme becerilerinde düşüşe ve manipülasyona karşı artan bir duyarlılığa yol açmaktadır. Sahte haberlerin, kasıtlı veya kasıtsız olarak yayılması, kamuoyunu çarpıtabilir ve meşru haber kaynaklarına olan güveni zayıflatmaktadır (Picarella, 2024).

Çevrimiçi bilgi akışını yöneten algoritmalar, filtre baloncukları ve yankı odaları yaratarak mevcut inançları güçlendirebilir ve farklı bakış açılarına maruz kalmayı sınırlamaktadır. Bu, artan kutuplaşmaya ve yapıcı diyaloğa girme isteğinin azalmasına yol açmaktadır. Mevcut inançlarını doğrulayan bilgileri arama eğilimi olan doğrulama yanlılığı, bu algoritmik filtreler tarafından güçlendirilebilir. Mevcut bilgi hacmi, bilgi aşırı yüklenmesine yol açarak seçmenlerin güvenilir kaynakları yanlış bilgilerden ayırt etmesini zorlaştırmaktadır. Gerçek kontrol hizmetlerinin süreçlerinde ve finansmanında şeffaflık, onlara olan güveni güçlendirmek için önemli olmaktadır. Bu faktörler, daha parçalanmış ve kutuplaşmış bir seçmen kitlesine katkıda bulunabilir ve önemli politika konularında fikir birliğine varmayı zorlaştırmaktadır (Humprecht, 2019).

Ayrıca, söylemsel operasyonlar ve manipülasyon yoluyla toplumdaki gerçek şikayetlerin kasıtlı olarak yanlış konumlandırılması, sağcı popülizmin yükselişinde önemli bir faktör olmaktadır. Halk, ana akım medyaya olan güvenin azalması, yüksek

seçenekli bir medya ortamı ve sosyal medyanın bir haber platformu olarak kullanılması yoluyla sahte haberlerle karşılaşmaya zorlanmaktadır. Mevcut "post-gerçek" çağda, gerçekler kamuoyunu şekillendirmede duygulara ve kişisel inançlara yapılan çağrılardan daha az etkilenmektedir. Sosyal medyanın yükselişi, otomatik botlar ve trol ordularının bölücü anlatıları güçlendirmesi ve demokratik kurumlara olan güveni baltalamasıyla yanlış bilginin yayılmasını hızlandırmaktadır. Özellikle medya ve dijital medya, halk ve siyasi liderler tarafından giderek daha fazla siyasi sürece zararlı olarak görülmeye başlamaktadır. Bu faktörlerin bir araya gelmesi, bilgili vatandaş katılımı için önemli bir tehdit oluşturuyor ve politika yapıcılar, eğitimciler ve medya kuruluşlarının acil dikkatini gerektirmektedir (Jennings vd., 2021).

Mevcut medya ekosistemi artık güvensizlikle lekelenmiş bir duruma gelmektedir. Öneri sistemleri, toplayıcılar, arama motorları ve besleme sıralaması algoritmaları ortaya çıkmaktadır. Bu algoritmalar, bireylerin zaten hemfikir olduğu bilgileri alma olasılığını artıran algoritmik önyargıya yol açmaktadır. Bu, kullanıcıların öncelikle mevcut inançlarını doğrulayan, önyargıları güçlendiren ve farklı bakış açılarına maruz kalmayı sınırlayan bilgilere maruz kaldığı bir yankı odası etkisi oluşturmaktadır. Bu, artan siyasi kutuplaşmaya yol açabilir ve yapıcı diyaloğu zorlaştırmaktadır. Sosyal ağlar ve web, toplumda açık iletişimin kolaylaştırıcıları olarak hareket etmektedir. Sosyal medya kullanıcıları yanlış haberlerin dağıtıcıları haline geldiğinde yanlış bilgi riski artmaktadır. Yanlış bilginin yayılmasını önlemek için bazı kuruluşlar, içeriği manuel olarak düzenleyerek sahte haberler konusunda farkındalık yaratmaya çalışmaktadır. Bu tür içerikler, mevcut önyargıları güçlendiren ve artıran yankı odalarına yol açmaktadır (Peng, 2023).

4. METODOLOJİ

4.1 Araştırmanın Konusu ve Önemi

Bu araştırmanın konusu, seçmen davranışlarının davranışsal finans teorileri çerçevesinde incelenmesi ve özellikle ekonomik tercihlerin oy verme davranışı üzerindeki etkisinin ortaya konulmasıdır. Geleneksel yaklaşımlar seçmenlerin çoğunlukla rasyonel kararlar verdiğini varsayarken, son yıllarda yapılan çalışmalar bunun her zaman geçerli olmadığını göstermektedir. Bu noktada davranışsal finans, bireylerin karar alma süreçlerinde psikolojik ve duygusal faktörlerin de etkili olduğunu ortaya koyarak farklı bir bakış açısı sunmaktadır.

Araştırmanın önemi tam olarak burada ortaya çıkmaktadır. Çünkü seçmen davranışı sadece ekonomik göstergelerle açıklanamayacak kadar karmaşık bir yapıya sahiptir. İnsanlar çoğu zaman kendi ekonomik çıkarlarına en uygun olanı seçmek yerine, geçmiş deneyimlerine, çevresel etkilerine ya da duygusal tepkilerine göre hareket edebilmektedir. Bu durum özellikle davranışsal finans teorilerinin seçmen davranışına uygulanmasını gerekli hale getirmektedir.

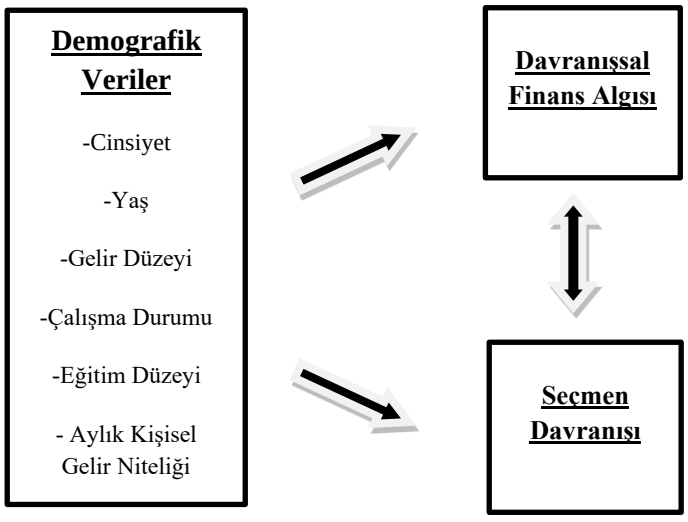
Çalışmada elde edilen bulgular da bu durumu destekler niteliktedir. Seçmenlerin önemli bir kısmının karar verirken kayıp kaçınma eğilimi gösterdiği, sosyal çevresinden etkilendiği ve zaman zaman irrasyonel tercihler yaptığı görülmüştür. Bu da klasik ekonomik modellerin tek başına yeterli olmadığını ortaya koymaktadır. Bu araştırma, hem siyaset bilimi hem de finans alanı açısından önemli bir katkı sunmaktadır. Çünkü iki farklı disiplinin bir araya getirilmesiyle seçmen davranışları daha gerçekçi bir şekilde analiz edilebilmektedir. Ayrıca politika yapıcılar açısından da seçmenlerin nasıl düşündüğünü anlamak daha etkili stratejiler geliştirilmesine yardımcı olabilir.

4.2 Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, seçmenlerin ekonomik tercihlerini belirlerken hangi faktörlerden etkilendiğini ve bu süreçte davranışsal finans teorilerinin ne ölçüde etkili

olduğunu ortaya koymaktır. Özellikle bireylerin oy verme davranışlarında rasyonellikten ne ölçüde saptıkları ve psikolojik eğilimlerin bu süreci nasıl şekillendirdiği incelenmiştir. Çalışmada, beklenti teorisi başta olmak üzere davranışsal finansın temel kavramları dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda bireylerin kayıplardan kaçınma eğilimi, aşırı güven düzeyi, sosyal etkiler ve bilişsel önyargılar gibi faktörlerin seçmen davranışına etkisi analiz edilmiştir. Amaç sadece bu faktörlerin varlığını ortaya koymak değil, aynı zamanda bunların oy verme kararları üzerindeki etkisini ölçmektir. Araştırmanın bir diğer amacı da seçmenlerin ekonomik durum ile oy tercihleri arasındaki ilişkiyi anlamaktır. Ancak bu ilişki sadece gelir ya da ekonomik refah üzerinden değil, bireylerin bu durumu nasıl algıladığı üzerinden değerlendirilmiştir. Çünkü davranışsal finans yaklaşımına göre bireylerin algıları, gerçek durumdan daha belirleyici olabilmektedir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, seçmenlerin büyük bir kısmının kararlarını verirken tamamen rasyonel davranmadığı görülmüştür. Bu da çalışmanın temel amacını destekler niteliktedir. Ayrıca bu sonuçlar, seçmen davranışlarının analizinde psikolojik faktörlerin göz ardı edilmemesi gerektiğini göstermektedir. Sonuç olarak bu çalışma, seçmen davranışlarını daha geniş bir perspektiften ele almayı ve ekonomik tercihlerin arkasındaki davranışsal dinamikleri ortaya çıkarmayı hedeflemektedir.

4.3 Araştırmanın Modeli



Şekil 4.1 Araştırma modeli

4.4 Araştırmanın Hipotezleri

Seçmen davranışları ve davranışsal finans teorileri değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığı araştırılmaktadır. Karadeniz bölgesindeki seçmenlerin seçmen davranışları ile davranışsal finans algıları arasında bir ilişkinin olduğu kabul edilmektedir. Bunun yanı sıra hipotezleri şu şekilde sıralanabilmektedir;

H_1: Katılımcıların seçmen davranışları ile davranışsal finans algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H_2: Seçmen davranışları ile katılımcıların demografik özellikleri arasındaki istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

H_3: Katılımcıların davranışsal finans algıları ile katılımcıların demografik özellikleri arasındaki istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

4.5 Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma yalnızca Karadeniz Bölgesi ile sınırlı olduğundan, elde edilen bulgular Türkiye genelindeki seçmenler adına genelleştirilemeyebilir. Bunun yanı sıra kullanılan anketler ve ölçüm araçları, katılımcıların davranışsal finans algılarını ve seçmen oy verme davranışlarını tam olarak yansıtmayabilir. Yanıtların doğruluğu, katılımcıların öznel değerlendirmelerine dayalı olduğu için sınırlı olabilir. Araştırmanın belirli bir zaman aralığında gerçekleştirilmesi olası değişimleri gözden kaçırabilir. Bunun yanı sıra çalışmada yer alan katılımcılar geneli yapı itibariyle seçmen niteliklerine sahip olan katılımcılar şeklinde de sınırlandırılmıştır

4.6 Araştırmanın Anakütlesi, Örneklem Seçimi ve Veri Toplama Süreci

Çalışma, Karadeniz Bölgesi'nde ikamet etmekte olan ve seçmen niteliğine haiz olan tüm bireyleri kapsamaktadır. Çalışmanın grubu ise Karadeniz Bölgesinde ikamet etmekte olan seçmenlerden karışık şekilde seçilen kişilerle örneklemle sınırlıdır. Örneklem, farklı yaş, cinsiyet, görev ve pozisyonlardaki çalışanları temsil edecek şekilde belirlenmiştir. Yapılan araştırmada veri toplama aracı olarak, seçmenlerin oy

verme davranışlarının niteliğini ölçen seçmen davranışları ölçeği ve davranışsal finans algı düzeylerini ölçen davranışsal finans ölçekleri kullanılmıştır. Veri toplama teknikleri arasında online ve yüz yüze görüşme şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, belirlenen katılımcılarla birebir görüşmeler gerçekleştirilmiş ve anketler bu yolla toplanmıştır. Araştırmanın evreninin sayısı dikkate alınarak, örneklem için gerekli olan katılımcı sayısı "$n=N\ t^2pq\ /\ d^2\ (N-1)\ +\ t^2pq$" şeklinde belirtilen formül yardımıyla hesaplanmıştır (Ural ve Kılıç, 2018). İlk olarak çalışmanın güven düzeyi belirlenmiştir. Araştırmanın evreni %95 güven aralığı ve %5 hata payı içermektedir. Yapılmış olan hesaplamaların ardında örneklem büyüklüğü 384 olarak tespit edilmiştir. Online ve yüz yüze anket yöntemi ile katılımcılardan toplanan veriler SPPS 24 Paket programı ile birlikte analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığının anlaşılması adına ve ardından verilerin yorumlanması için tanımlayıcı istatistikler, t-testi analizleri, tek yönlü ANOVA analizleri ve faktör analizleri gerçekleştirilmiştir.

4.7 Bulgular

Tablo 4.1 Demografik verilerin analizi

Cinsiyet					
		Frekans	%	Geçerli %	Toplam %
Değişken	Erkek	204	46,9	46,9	46,9
	Kadın	231	53,1	53,1	100,0
	Total	435	100,0	100,0	
Yaş					
		Frekans	%	Geçerli %	Toplam %
Değişken	18-24	18	4,1	4,1	4,1
	25-29	15	3,4	3,4	7,6
	30-34	69	15,9	15,9	23,4
	35-39	66	15,2	15,2	38,6
	40-44	102	23,4	23,4	62,1
	45-49	51	11,7	11,7	73,8
	50+	114	26,2	26,2	100,0
	Total	435	100,0	100,0	

Tablo 4.1'in devamı

Çalışma Durumu					
		Frekans	%	Geçerli %	Toplam %
Değişken	Öğrenci	15	3,4	3,4	3,4
	Ev hanımı	27	6,2	6,2	9,7
	Emekli	21	4,8	4,8	14,5
	Çalışıyorum	360	82,8	82,8	97,2
	Çalışmıyorum	12	2,8	2,8	100,0
	Total	435	100,0	100,0	
Eğitim Durumu					
		Frekans	%	Geçerli %	Toplam %
Değişken	Lise ve altı	51	11,7	11,7	11,7
	Ön lisans	15	3,4	3,4	15,2
	Lisans	93	21,4	21,4	36,6
	Yüksek lisans	60	13,8	13,8	50,3
	Doktora	216	49,7	49,7	100,0
	Total	435	100,0	100,0	
Aylık Kişisel Gelir Niteliği					
		Frekans	%	Geçerli %	Toplam %
Değişken	Geçinebilecek kadar kazanmıyorum	42	9,7	9,7	9,7
	Geçinebilecek kadar kazanıyorum	195	44,8	44,8	54,5
	Tasarruf edecek kadar kazanıyorum	174	40,0	40,0	94,5
	Lüks tüketim harcamaları yapacak kadar kazanıyorum	24	5,5	5,5	100,0
	Total	435	100,0	100,0	
Aylık Kişisel Geliri					
		Frekans	%	Geçerli %	Toplam %
Değişken	0-22000	39	9,0	9,0	9,0
	22001-40000	66	15,2	15,2	24,1
	40001-60000	48	11,0	11,0	35,2
	60001-80000	117	26,9	26,9	62,1
	80001-100000	105	24,1	24,1	86,2
	100001 ve üzeri	60	13,8	13,8	100,0
	Total	435	100,0	100,0	

Öncelikle araştırmaya katılan bireylerin genel özelliklerinin anlaşılabilmesi amacıyla demografik veriler incelenmiştir. Tablo 4.1'de katılımcıların cinsiyet, yaş, çalışma durumu, eğitim düzeyi, aylık kişisel gelir niteliği ve aylık kişisel gelir düzeylerine ilişkin dağılımlar yer almaktadır. Araştırmaya toplam 435 kişi katılmıştır. Katılımcıların %46,9'u erkek, %53,1'i ise kadındır. Bu dağılım, araştırmada kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre kısmen daha yüksek bir orana sahip olduğunu göstermektedir. Ancak iki grup arasındaki fark çok yüksek düzeyde değildir. Bu nedenle cinsiyet dağılımının araştırma açısından dengeli sayılabilecek bir yapı gösterdiği söylenebilir.

Katılımcıların yaş dağılımı incelendiğinde en yüksek oranın %26,2 ile 50 yaş ve üzeri grupta olduğu görülmektedir. Bunu %23,4 ile 40-44 yaş grubu takip etmektedir. En düşük oran ise %3,4 ile 25-29 yaş grubuna aittir. Bu sonuç, araştırmaya katılan bireylerin ağırlıklı olarak orta yaş ve üzeri gruplardan oluştuğunu göstermektedir. Dolayısıyla elde edilen bulguların özellikle belirli bir yaş olgunluğuna ulaşmış bireylerin davranışsal finans ve seçmen davranışı eğilimlerini yansıtma gücünün daha yüksek olduğu söylenebilir.

Çalışma durumu bakımından katılımcıların büyük çoğunluğunun çalışıyor olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların %82,8'i aktif olarak çalıştığını belirtmiştir. Öğrencilerin oranı %3,4; ev hanımlarının oranı %6,2; emeklilerin oranı %4,8 ve çalışmayanların oranı %2,8'dir. Bu dağılım, örneklemin büyük ölçüde çalışma hayatı içinde yer alan bireylerden oluştuğunu göstermektedir. Bu durum özellikle gelir, yatırım, ekonomik karar alma ve siyasal tercih gibi konuların değerlendirilmesinde önemlidir. Çünkü çalışan bireylerin hem ekonomik gelişmelere hem de siyasal karar süreçlerine daha doğrudan temas edebileceği düşünülebilir.

Eğitim durumu açısından en yüksek oran %49,7 ile doktora mezunlarına aittir. Lisans mezunlarının oranı %21,4; yüksek lisans mezunlarının oranı %13,8; lise ve altı eğitim düzeyine sahip olanların oranı ise %11,7'dir. Ön lisans mezunları ise %3,4 ile en düşük grubu oluşturmaktadır. Bu dağılım, araştırma örnekleminin eğitim düzeyi bakımından oldukça yüksek bir profile sahip olduğunu göstermektedir. Eğitim düzeyinin yüksek olması, davranışsal finans ve seçmen davranışı gibi bilişsel değerlendirme süreçleriyle ilgili konularda katılımcıların daha bilinçli cevaplar verebileceği şeklinde yorumlanabilir.

Aylık kişisel gelir niteliği incelendiğinde katılımcıların %44,8'i geçinebilecek kadar kazandığını, %40'ı ise tasarruf edecek kadar kazandığını belirtmiştir. Lüks tüketim harcamaları yapabilecek kadar kazandığını belirtenlerin oranı %5,5 ile oldukça düşüktür. Bu sonuç, katılımcıların büyük bölümünün ekonomik açıdan temel ihtiyaçlarını karşılayabilecek ya da tasarruf yapabilecek durumda olduğunu göstermektedir. Aylık kişisel gelir düzeyinde ise en yüksek oran %26,9 ile 60.001-80.000 TL gelir grubundadır. Bunu %24,1 ile 80.001-100.000 TL gelir grubu takip

etmektedir. Bu durum, örneklemin orta ve orta-üst gelir düzeyinde yoğunlaştığını göstermektedir.

Tablo 4.2 Davranışsal finans ölçeği KMO Bartlett analiz sonuçları

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçütü		0,654
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	2243,790
	df	276
	Sig.	0,000

Tablo 4.2'de Davranışsal Finans Ölçeği'ne ilişkin KMO ve Bartlett testi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği değeri 0,654 olarak tespit edilmiştir. Bu değer, verilerin faktör analizi için kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Bartlett Küresellik Testi sonucunun anlamlı çıkması ise değişkenler arasında faktör analizi yapılmasına uygun düzeyde ilişki bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Bu sonuçlara göre davranışsal finans ölçeğinde yer alan ifadelerin birbiriyle tamamen bağımsız olmadığı, belirli faktör yapıları altında toplanabilecek nitelikte olduğu söylenebilir. Davranışsal finans, bireylerin yatırım ve finansal kararlarında psikolojik, bilişsel ve sosyal etkilerin rol oynadığını kabul eden bir alan olduğu için, ölçeğin faktör analizine uygun çıkması araştırmanın teorik yapısıyla da uyumludur.

Tablo 4.3 Davranışsal finans ölçeği faktör çıkarım analizi

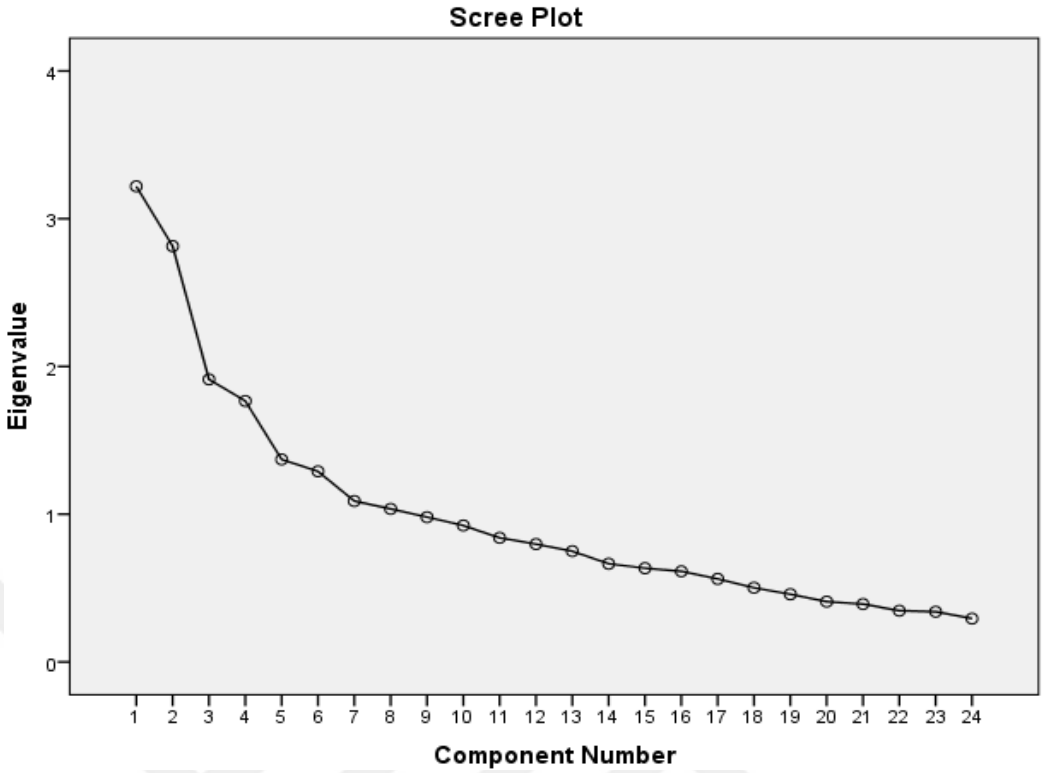
Açıklanan Toplam Varyans						
Bileşenler	Başlangıç Özdeğerleri			Kare Yükleri Toplamı		
	Toplam	Varyans %	Toplam %	Toplam	Varyans %	Toplam %
1	3,219	13,412	13,412	3,219	13,412	13,412
2	2,814	11,725	25,137	2,814	11,725	25,137
3	1,912	7,968	33,106	1,912	7,968	33,106
4	1,766	7,359	40,465	1,766	7,359	40,465
5	1,371	5,711	46,176	1,371	5,711	46,176
6	1,290	5,373	51,549	1,290	5,373	51,549
7	1,089	4,537	56,086	1,089	4,537	56,086
8	1,036	4,315	60,401	1,036	4,315	60,401
9	0,980	4,084	64,485			

Tablo 4.3'ün devamı

Açıklanan Toplam Varyans						
Bileşenler	Başlangıç Özdeğerleri			Kare Yükleri Toplamı		
	Toplam	Varyans %	Toplam %	Toplam	Varyans %	Toplam %
10	0,923	3,847	68,332			
11	0,840	3,499	71,831			
12	0,797	3,323	75,154			
13	0,750	3,123	78,277			
14	0,665	2,769	81,046			
15	0,634	2,644	83,690			
16	0,613	2,555	86,245			
17	0,562	2,342	88,587			
18	0,502	2,092	90,679			
19	0,458	1,909	92,588			
20	0,408	1,700	94,287			
21	0,392	1,632	95,919			
22	0,347	1,444	97,363			
23	0,340	1,416	98,779			
24	0,293	1,221	100,000			
Çıkarma Yöntemi: Temel Bileşen Analizi.						

Tablo 4.3'te Davranışsal Finans Ölçeği'ne ilişkin faktör çıkarım analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucunda özdeğeri 1'in üzerinde olan 8 faktör elde edilmiştir. Bu 8 faktörün toplam varyansın %60,401'ini açıkladığı görülmektedir. Sosyal bilimlerde çok boyutlu ölçeklerde açıklanan toplam varyansın bu düzeyde olması kabul edilebilir bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Bu sonuç, davranışsal finans algısının tek boyutlu bir yapıdan ibaret olmadığını göstermektedir. Katılımcıların finansal karar alma süreçleri; aşırı güven, kayıptan kaçınma, sosyal çevreden etkilenme, bilgiye tepki verme, yatırım tercihleri ve kişisel özelliklerin etkisi gibi farklı boyutlar üzerinden şekillenmektedir. Bu durum davranışsal finans literatüründe vurgulanan psikolojik ve sosyal etkilerle de uyumludur.



Şekil 4.2 Davranışsal finans ölçeği Scree pilot grafiği

Tablo 4.4 Davranışsal finans ölçeğinin faktör yüklerinin dağılımı

Bileşen Matrisi								
	Faktör Yükleri							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Yapacağım yatırımlarda kendime güvenirim, zarar etme ihtimalim çok düşüktür.		0,651						
Yapacağım yatırımlarda aşina olduğum şirket, yabancı para ya da kurum üzerine yatırım kararı veririm.		0,624						
Başarılı olduğum yatırımlar, vermiş olduğum doğru kararların sonucunda gerçekleşmiştir.		0,683						
Yatırımlarımda analiz yapmak yerine, finansal varlıklarının hareketliliğine bakarak karar veririm.				0,505				
Sahip olduğum varlığın fiyatında bir değişiklik olduğunda, genellikle hemen varlığı satmayıp fiyatının yükselmesini beklerim.			0,552					
Aynı tutardaki kâra ve zarara maruz kaldığımda, zarara kârdan daha fazla duyarlıyımdır.								0,500

Tablo 4.4'ün devamı

Bileşen Matrisi								
	Faktör Yükleri							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Sahip olduğum varlıklar, mevcut finansal varlıklar arasında en iyi getiriye sahiptir		0,518						
Bir yatırımda güçlü gördüğüm yatırım stratejisini, analiz yapmadan uygularım.								0,437
Sahip olduğum bilgiler ile yapacağım yatırımlarda zarar etme ihtimalim düşüktür		0,455						
Yaptığım yatırımlarda kâr elde edebilmemin sebebi, sahip olduğum finansal bilgi kadar şans faktörü ile de alakalıdır					-0,433			
Ekonomi ile ilgili bir haber aldığımda, hızlı şekilde reaksiyon gösterip, portföylerimi o habere göre şekillendiririm	0,564		-0,487					
Yatırım kararım sonucunda zarar etme durumunda, bu olumsuz sonucu kabullenemem.				0,305				
Yıl sonlarında mevcut finansal varlıkları, fiyat düşüşü beklediğim için satarım.							-0,331	
Yatırım kararı verirken, sürekli duyduğum finansal varlıkları tercih ederim	0,437							
Yatırım kararı verirken, fiyat hareketliliği nedeniyle haftanın ilk günü yerine son günü yapmaya özen gösteririm.	0,537							
Yatırım yapılırken medeni durumum ve sahip olduğum çocuk sayısı yatırım kararımı etkileyecektir.					-0,374			
Yatırımlarımda genellikle güçlü gördüğüm kişilerin yorumlarıyla hareket ederim.						-0,446		
Gerçekleşmesini kesin gördüğüm finansal olaylara yatırım yapma konusunda tereddüt yaşamam.		0,442						
Yatırım yaparken şirketlerin tüm bilgileri yerine mevcut yorum ve özet bilgileri kullanırım	0,416							
Havanın yağmurlu veya güneşli olması, vereceğim yatırım kararını etkilemektedir.	0,405							

Tablo 4.4'ün devamı

Bileşen Matrisi								
	Faktör Yükleri							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Kutsal bayramlar ve tatil günlerinden önce finansal varlıkların getirileri, sonraki günlere göre daha yüksektir								0,317
Yatırımlarımdaki başarısızlıkların nedeni, ekonominin kötü olmasıdır.						0,334		
Yaptığım yatırımlarda, yaş durumum, mesleğim ve gelir durumum yatırım kararlarımı etkileyecektir.							0,481	
Yatırımlarımda daha önce başarılı olmuş kişilerin yapmış olduğu yatırımları, kendi yatırım kararlarımda da uygularım.	0,411							
Çıkarma Yöntemi: Temel Bileşen Analizi.								
a. 8 Bileşen								

Tablo 4.4'te Davranışsal Finans Ölçeği'nde yer alan ifadelerin faktör yükleri verilmiştir. Faktör yükleri incelendiğinde bazı ifadelerin özellikle güven, yatırım alışkanlıkları, kayıp duyarlılığı, sosyal etki ve kişisel özellikler ekseninde kümelendiği görülmektedir. Örneğin "Yapacağım yatırımlarda kendime güvenirim, zarar etme ihtimalim çok düşüktür", "Başarılı olduğum yatırımlar, vermiş olduğum doğru kararların sonucunda gerçekleşmiştir" ve "Sahip olduğum bilgiler ile yapacağım yatırımlarda zarar etme ihtimalim düşüktür" gibi ifadeler bireylerin aşırı güven eğilimiyle ilişkilendirilebilir.

Diğer taraftan, yatırım kararlarında tanıdık varlıkları tercih etme, güçlü görülen kişilerin yorumlarıyla hareket etme veya daha önce başarılı olmuş kişilerin yatırımlarını uygulama gibi ifadeler, bireylerin finansal kararlarında sosyal etkilerden ve çevresel yönlendirmelerden bağımsız hareket etmediklerini göstermektedir. Bu durum davranışsal finansın temel varsayımıyla uyumludur. Çünkü davranışsal finans bireyin yalnızca rasyonel bilgiyle değil; sezgiler, deneyimler, sosyal çevre ve psikolojik eğilimlerle de karar verdiğini kabul etmektedir.

Tablo 4.5 Seçmen davranışı ölçeği KMO Bartlett analiz sonuçları

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçütü		0,693
Bartlett Küresellik Tseti	Yaklaşık Ki-Kare	2621,088
	df	78
	Sig.	0,000

Tablo 4.5'te Seçmen Davranışı Ölçeği'ne ilişkin KMO ve Bartlett testi sonuçları yer almaktadır. Kaiser-Meyer-Olkin değeri 0,693 olarak bulunmuştur. Bu değer, örneklem büyüklüğünün ve veri yapısının faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Bartlett Küresellik Testi sonucunun anlamlı olması da ölçek maddeleri arasında yeterli düzeyde ilişki bulunduğunu ortaya koymaktadır.

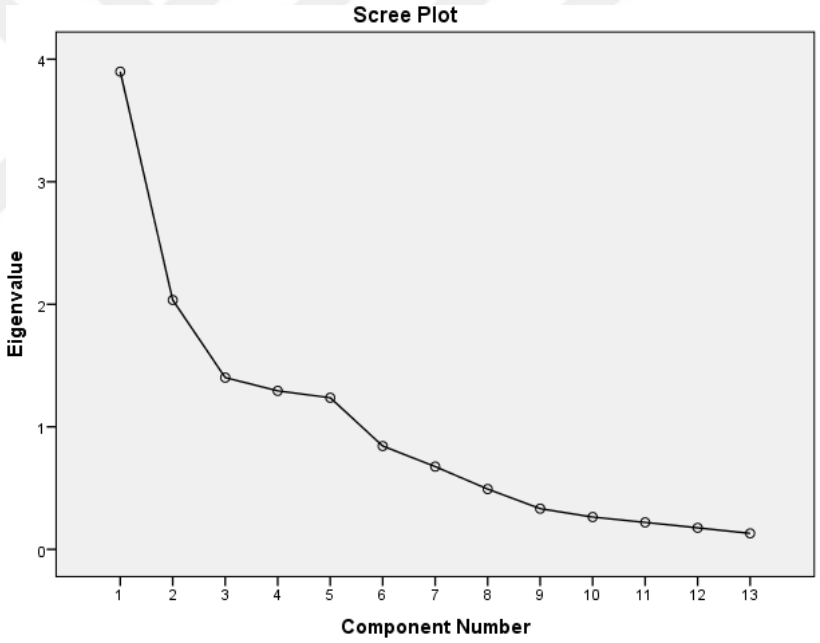
Bu sonuç, seçmen davranışı ölçeğinde yer alan ifadelerin faktör analizine uygun olduğunu ve katılımcıların siyasal tercihlerinin belirli boyutlar altında incelenebileceğini göstermektedir. Seçmen davranışı literatüründe bireyin oy verme kararının yalnızca tek bir unsurla açıklanamayacağı, sosyal çevre, aday, parti, medya, güven algısı ve siyasal aidiyet gibi birçok değişkenin etkili olabileceği belirtilmektedir. Bu bağlamda ölçeğin faktör analizine uygun çıkması araştırmanın teorik dayanağıyla uyumludur.

Tablo 4.6 Seçmen davranışı ölçeği faktör çıkarım sonuçları

Açıklanan Toplam Varyans						
Bileşenler	Başlangıç Özdeğerleri			Kare Yükleri Toplamı		
	Toplam	Varyans %	Toplam %	Toplam	Varyans %	Toplam %
1	3,899	29,990	29,990	3,899	29,990	29,990
2	2,035	15,655	45,645	2,035	15,655	45,645
3	1,402	10,781	56,426	1,402	10,781	56,426
4	1,293	9,950	66,375	1,293	9,950	66,375
5	1,237	9,518	75,894	1,237	9,518	75,894
6	0,843	6,485	82,379			
7	0,676	5,196	87,575			
8	0,492	3,787	91,362			
9	0,332	2,555	93,917			
10	0,264	2,030	95,947			
11	0,220	1,694	97,642			
12	0,176	1,352	98,994			
13	0,131	1,006	100,000			
Çıkarma Yöntemi: Temel Bileşen Analizi.						

Tablo 4.6'da Seçmen Davranışı Ölçeği'ne ilişkin faktör çıkarım sonuçları verilmiştir. Analiz sonucunda özdeğeri 1'in üzerinde olan 5 faktör elde edilmiştir. Bu 5 faktör toplam varyansın %75,894'ünü açıklamaktadır. Açıklanan varyans oranının yüksek olması, seçmen davranışı ölçeğinin güçlü bir faktör yapısına sahip olduğunu göstermektedir.

Bu bulgu, seçmen davranışlarının çok boyutlu bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. Seçmenlerin oy verme davranışları; parti bağlılığı, aday özellikleri, aile ve çevre etkisi, seçim güvenliği algısı, medya etkisi ve siyasal iletişim gibi farklı faktörlerden etkilenebilmektedir. Elde edilen 5 faktörlü yapı, seçmen davranışlarının yalnızca bireysel tercih meselesi olmadığını, aynı zamanda sosyal ve siyasal çevreyle de ilişkili olduğunu göstermektedir.



Şekil 4.3 Seçmen davranışı ölçeği Scree pilot grafiği

Tablo 4.7 Seçmen davranışı ölçeği faktör yükleri dağılımı

Bileşen Matrisi					
	Faktör Yükleri				
	1	2	3	4	5
Seçimlerde ne olursa olsun partimin öne çıkardığı adayı desteklerim.		0,454			
Adayın iktidar partisinden olması oy verme davranışımı etkiler			0,563		
Adayın parti ile özdeşleşmesi oy verme davranışımı etkiler				0,457	
İlk seçimde oy verdiğim partiye ikinci seçimde oy vermemi kabullenmem zor oldu.			0,400		
İlk seçimde oy verdiğim partiye ikinci seçimde de oy vermek benim için zor oldu.		-0,555			
Seçimlere hile karıştırıldığını düşünmem oy verme davranışımı etkiler.				0,504	
Sandıklardaki oyların seçim sonrası değiştirildiği düşüncesi oy verme davranışımı etkiler				0,434	
Arkadaşlarımın "aday seçimi" oy verme davranışımı etkiler.	0,808				
Tanıdıklarımın "aday seçimi" oy verme davranışımı etkiler.	0,770				
Ailemin "aday seçimi" oy verme davranışımı etkiler.	0,734				
Adayın açık hava toplantılarındaki (mitingler vb.) konuşmaları oy verme davranışımı etkiler	0,635				
Adayın medyada yayınlanan olumsuz haberleri oy verme davranışımı etkiler.					0,452
Adayın yerel televizyonlardaki konuşmaları oy verme davranışımı etkiler.					0,441
Çıkarma Yöntemi: Temel Bileşen Analizi.					
a. 5 Bileşen					

Tablo 4.7'de Seçmen Davranışı Ölçeği'nde yer alan ifadelerin faktör yükleri yer almaktadır. Faktör yükleri incelendiğinde özellikle arkadaş, tanıdık ve aile etkisine ilişkin ifadelerin yüksek yük değerlerine sahip olduğu görülmektedir. "Arkadaşlarımın aday seçimi oy verme davranışımı etkiler", "Tanıdıklarımın aday seçimi oy verme davranışımı etkiler" ve "Ailemin aday seçimi oy verme davranışımı etkiler" ifadelerinin aynı faktör altında toplanması, seçmen davranışında yakın sosyal çevrenin önemli bir boyut oluşturduğunu göstermektedir.

Bunun yanında adayın partiyle özdeşleşmesi, adayın iktidar partisinden olması, seçimlere hile karıştırıldığı düşüncesi ve medyadaki olumsuz haberler gibi ifadelerin farklı faktörlerde yer alması, seçmen davranışının siyasal güven, parti kimliği, aday algısı ve medya etkisi gibi farklı yönleri bulunduğunu göstermektedir. Bu durum, seçmen davranışının tek yönlü değil, çok katmanlı bir karar alma süreci olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4.8 "Davranışsal finans ölçeği" ve "Seçmen davranışı ölçeği" ölçeklerine ilişkin Cronbach Alfa değerleri

	Cronbach Alfa Değeri	N
Davranışsal Finans Ölçeği	0,685	25
Seçmen Davranışı Ölçeği	0,756	13
Ölçeğin Tamamı	0,787	37

Tablo 4.8'de araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin Cronbach Alfa değerleri verilmiştir. Davranışsal Finans Ölçeği'nin Cronbach Alfa değeri ,685, Seçmen Davranışı Ölçeği'nin Cronbach Alfa değeri 0,756 ve ölçeğin tamamına ilişkin Cronbach Alfa değeri 0,787 olarak tespit edilmiştir. Bu değerler, ölçeklerin güvenilirlik düzeylerinin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir.

Seçmen Davranışı Ölçeği'nin güvenilirlik değerinin Davranışsal Finans Ölçeği'ne göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte ölçeğin tamamına ilişkin 0,787 değerinin elde edilmesi, araştırmada kullanılan veri toplama aracının genel olarak güvenilir olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, sonraki analizlerin yapılabilmesi açısından önemli bir dayanak sağlamaktadır.

Tablo 4.9 "Davranışsal finans ölçeği" ve "Seçmen davranışı ölçeği" ölçeklerinin ortalama ve standart sapma değerleri

Tanımlayıcı İstatistikler					
	N	Min.	Max.	Ortalama	Std. Sapma
Davranışsal Finans Ölçeği	435	2,00	3,96	3,1833	0,35939
Seçmen Davranışı Ölçeği	435	1,00	4,85	2,7252	0,61820

Tablo 4.9'da Davranışsal Finans Ölçeği ve Seçmen Davranışı Ölçeği'ne ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. Davranışsal Finans Ölçeği'nin ortalaması 3,1833; standart sapması ise 0,35939'dur. Seçmen Davranışı Ölçeği'nin ortalaması 2,7252; standart sapması ise 0,61820'dir.

Bu sonuçlara göre katılımcıların davranışsal finans eğilimlerinin orta düzeyin biraz üzerinde olduğu söylenebilir. Seçmen davranışı ortalamasının ise davranışsal finans ortalamasına göre daha düşük olduğu görülmektedir. Bu durum, katılımcıların finansal karar alma süreçlerinde psikolojik ve davranışsal etkilere daha fazla açık olduklarını, seçmen davranışı ölçeğinde yer alan ifadelere ise daha sınırlı düzeyde katılım gösterdiklerini düşündürmektedir.

Tablo 4.10 "Davranışsal finans ölçeği" ve "Seçmen davranışı ölçeği" ölçeklerine ilişkin Pearson Korelasyon analizi

Korelasyon			
		Davranışsal Finans Ölçeği	Seçmen Davranışı Ölçeği
Davranışsal Finans Ölçeği	Pearson Korelasyon	1	0,385**
	Sig.		0,000
	N	435	435
Seçmen Davranışı Ölçeği	Pearson Korelasyon	0,385**	1
	Sig.	0,000	
	N	435	435
**. Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (çift yönlü).			

Tablo 4.10'da Davranışsal Finans Ölçeği ile Seçmen Davranışı Ölçeği arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan Pearson korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucunda iki değişken arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Korelasyon katsayısı 0,385 olarak bulunmuş ve anlamlılık değeri 0,000 olarak gerçekleşmiştir.

Bu sonuç, davranışsal finans eğilimleri ile seçmen davranışları arasında aynı yönde hareket eden bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle, bireylerin finansal kararlarında psikolojik ve davranışsal eğilimlerin etkisi arttıkça, seçmen davranışlarında da benzer biçimde sosyal, psikolojik ve çevresel etkilerin rolü artabilmektedir. Bu bulgu, çalışmanın temel varsayımı açısından önemlidir. Çünkü hem davranışsal finans hem de seçmen davranışı bireyin karar alma sürecinde rasyonel unsurlar kadar psikolojik ve sosyal unsurların da etkili olabileceğini göstermektedir.

Tablo 4.11 "Davranışsal finans" ve "Seçmen davranışı" ölçeklerine ilişkin Regresyon analizi

Model Özeti[b]							
Model	R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Tahmini Standart Hata	Değişim İstatistikleri		Durbin-Watson
					R^2 Değişim	F Değişim	
1	0,385[a]	0,148	0,146	0,33214	0,148	75,139	1,745
a. Sabit Değişken, Seçmen Davranışı							
b. Bağımlı Değişken: Davranışsal Finans							

ANOVA[a]						
Model		Kare Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
1	Regresyon	8,289	1	8,289	75,139	0,000[b]
	Artık	47,767	433	0,110		
	Toplam	56,056	434			
a. Bağımlı Değişken: Davranışsal Finans						
b. Sabit Değişken, Seçmen Davranışı						

Tablo 4.11'in devamı

Katsayılar[a]						
Model		Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Sig.
		B	Std. Hata	Beta		
1	(Sabit)	2,574	0,072		35,720	0,000
	Seçmen Davranışı	0,224	0,026	0,385	8,668	0,000
a. Bağımlı Değişken: Davranışsal Finans						

Tablo 4.11'de seçmen davranışının davranışsal finans üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Model özetine göre R değeri 0,385; R^2 değeri ise 0,148 olarak bulunmuştur. Bu sonuç, seçmen davranışının davranışsal finans değişkenindeki toplam değişimin %14,8'ini açıkladığını göstermektedir. ANOVA sonucunda modelin anlamlı olduğu görülmektedir.

Katsayılar tablosu incelendiğinde seçmen davranışı değişkeninin davranışsal finans üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin bulunduğu anlaşılmaktadır. Seçmen davranışındaki bir birimlik artışın davranışsal finans eğilimlerini 0,224 birim artırdığı görülmektedir. Bu sonuç, bireylerin siyasal karar alma süreçleri ile finansal karar alma süreçleri arasında belirli bir davranışsal ortaklık bulunduğunu göstermektedir. Dolayısıyla bireylerin kararlarında sosyal etki, algı, güven, risk değerlendirmesi ve psikolojik eğilimler hem finansal alanda hem de siyasal alanda belirleyici olabilmektedir.

Tablo 4.12 Davranışsal finans ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Tanımlayıcı İstatistikler		
	Ort.	S.S.
Yapacağım yatırımlarda kendime güvenirim, zarar etme ihtimalim çok düşüktür.	3,28	1,02977
Yapacağım yatırımlarda aşina olduğum şirket, yabancı para ya da kurum üzerine yatırım kararı veririm.	3,53	1,07799
Başarılı olduğum yatırımlar, vermiş olduğum doğru kararların sonucunda gerçekleşmiştir.	3,77	0,98896
Yatırımlarımda analiz yapmak yerine, finansal varlıklarının hareketliliğine bakarak karar veririm.	3,01	1,09030
Sahip olduğum varlığın fiyatında bir değişiklik olduğunda, genellikle hemen varlığı satmayıp fiyatının yükselmesini beklerim.	3,74	0,92417
Aynı tutardaki kâra ve zarara maruz kaldığımda, zarara kârdan daha fazla duyarlıyımdır.	3,51	1,06549
Sahip olduğum varlıklar, mevcut finansal varlıklar arasında en iyi getiriye sahiptir	3,16	1,06482

Tablo 4.12'nin devamı

Tanımlayıcı İstatistikler		
	Ort.	S.S.
Bir yatırımda güçlü gördüğüm yatırım stratejisini, analiz yapmadan uygularım.	2,69	1,02722
Sahip olduğum bilgiler ile yapacağım yatırımlarda zarar etme ihtimalim düşüktür	3,00	0,98722
Yaptığım yatırımlarda kâr elde edebilmemin sebebi, sahip olduğum finansal bilgi kadar şans faktörü ile de alakalıdır	3,22	1,13842
Ekonomi ile ilgili bir haber aldığımda, hızlı şekilde reaksiyon gösterip, portföylerimi o habere göre şekillendiririm	2,78	1,09157
Yatırım kararım sonucunda zarar etme durumunda, bu olumsuz sonucu kabullenemem.	2,70	1,12854
Yıl sonlarında mevcut finansal varlıkları, fiyat düşüşü beklediğim için satarım.	2,40	0,97951
Yatırım kararı verirken, sürekli duyduğum finansal varlıkları tercih ederim	3,40	1,02163
Yatırım kararı verirken, fiyat hareketliliği nedeniyle haftanın ilk günü yerine son günü yapmaya özen gösteririm.	2,73	0,96258
Yatırım yapılırken medeni durumum ve sahip olduğum çocuk sayısı yatırım kararımı etkileyecektir.	3,68	1,05627
Yatırımlarımda genellikle güçlü gördüğüm kişilerin yorumlarıyla hareket ederim.	3,39	1,02028
Gerçekleşmesini kesin gördüğüm finansal olaylara yatırım yapma konusunda tereddüt yaşamam.	3,65	0,85096
Yatırım yaparken şirketlerin tüm bilgileri yerine mevcut yorum ve özet bilgileri kullanırım	3,08	0,99712
Havanın yağmurlu veya güneşli olması, vereceğim yatırım kararını etkilemektedir.	2,06	1,05596
Kutsal bayramlar ve tatil günlerinden önce finansal varlıkların getirileri, sonraki günlere göre daha yüksektir	2,82	0,91583
Yatırımlarımdaki başarısızlıkların nedeni, ekonominin kötü olmasıdır.	3,38	1,25643
Yaptığım yatırımlarda, yaş durumum, mesleğim ve gelir durumum yatırım kararlarımı etkileyecektir.	3,92	0,97727
Yatırımlarımda daha önce başarılı olmuş kişilerin yapmış olduğu yatırımları, kendi yatırım kararlarımda da uygularım.	3,3931	0,99281

Tablo 4.12'de Davranışsal Finans Ölçeği'nde yer alan ifadelere ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. Ortalama değerler incelendiğinde en yüksek ortalamanın "Yaptığım yatırımlarda, yaş durumum, mesleğim ve gelir durumum yatırım kararlarımı etkileyecektir" ifadesine ait olduğu görülmektedir. Bu sonuç, katılımcıların yatırım kararlarında kişisel ve sosyoekonomik özelliklerin etkili olduğunu düşündüklerini göstermektedir.

Yüksek ortalamaya sahip diğer ifadeler arasında "Başarılı olduğum yatırımlar, vermiş olduğum doğru kararların sonucunda gerçekleşmiştir", "Sahip olduğum varlığın fiyatında bir değişiklik olduğunda, genellikle hemen varlığı satmayıp fiyatının yükselmesini beklerim" ve "Yatırım yapılırken medeni durumum ve sahip olduğum çocuk sayısı yatırım kararımı etkileyecektir" ifadeleri yer almaktadır. Bu bulgular,

katılımcıların yatırım kararlarında hem kendilerine duydukları güvenin hem de kişisel koşullarının etkili olduğunu göstermektedir.

En düşük ortalamaya sahip ifade ise "Havanın yağmurlu veya güneşli olması, vereceğim yatırım kararını etkilemektedir" ifadesidir. Bu sonuç, katılımcıların yatırım kararlarında hava durumu gibi dışsal ve dolaylı faktörleri çok belirleyici görmediklerini göstermektedir. Genel olarak tablo, katılımcıların davranışsal finans eğilimlerinin özellikle özgüven, kayıp beklentisi, sosyal çevre ve kişisel koşullar çerçevesinde şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 4.13 Seçmen davranışı ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Tanımlayıcı İstatistikler		
	Ort.	S.S.
Seçimlerde ne olursa olsun partimin öne çıkardığı adayı desteklerim.	2,70	1,27791
Adayın iktidar partisinden olması oy verme davranışımı etkiler	2,67	1,34001
Adayın parti ile özdeşleşmesi oy verme davranışımı etkiler	3,37	1,22795
İlk seçimde oy verdiğim partiye ikinci seçimde oy vermemi kabullenmem zor oldu.	2,44	1,13314
İlk seçimde oy verdiğim partiye ikinci seçimde de oy vermek benim için zor oldu.	2,40	1,16635
Seçimlere hile karıştırıldığını düşünmem oy verme davranışımı etkiler.	3,30	1,40764
Sandıklardaki oyların seçim sonrası değiştirildiği düşüncesi oy verme davranışımı etkiler	3,23	1,37630
Arkadaşlarımın "aday seçimi" oy verme davranışımı etkiler.	2,08	1,15154
Tanıdıklarımın "aday seçimi" oy verme davranışımı etkiler.	2,13	1,15954
Ailemin "aday seçimi" oy verme davranışımı etkiler.	2,16	1,15212
Adayın açık hava toplantılarındaki (mitingler vb.) konuşmaları oy verme davranışımı etkiler	2,65	1,23531
Adayın medyada yayınlanan olumsuz haberleri oy verme davranışımı etkiler.	3,04	1,14198
Adayın yerel televizyonlardaki konuşmaları oy verme davranışımı etkiler.	3,20	1,11297
Valid N (listwise)		

Tablo 4.13'te Seçmen Davranışı Ölçeği'nde yer alan ifadelere ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. Ortalama değerler incelendiğinde en yüksek ortalamanın "Adayın parti ile özdeşleşmesi oy verme davranışımı etkiler" ifadesine ait olduğu görülmektedir. Bu sonuç, katılımcıların oy verme davranışlarında adayın kişisel özelliklerinden ziyade partiyle kurduğu ilişkiyi önemli gördüklerini göstermektedir.

Bunun yanında "Seçimlere hile karıştırıldığını düşünmem oy verme davranışımı etkiler", "Sandıklardaki oyların seçim sonrası değiştirildiği düşüncesi oy verme davranışımı etkiler" ve "Adayın yerel televizyonlardaki konuşmaları oy verme

davranışımı etkiler" ifadelerinin de görece yüksek ortalamalara sahip olduğu görülmektedir. Bu durum seçmen davranışında siyasal güven, seçim güvenliği algısı ve medya etkisinin önemli unsurlar olduğunu göstermektedir.

En düşük ortalamalar ise arkadaş, tanıdık ve aile etkisine ilişkin ifadelerde görülmektedir. Bu sonuç, katılımcıların oy verme kararlarında yakın çevre etkisini sınırlı düzeyde kabul ettiklerini göstermektedir. Ancak bu bulgu, sosyal çevrenin tamamen etkisiz olduğu anlamına gelmemektedir. Daha çok katılımcıların kendi oy verme davranışlarını doğrudan aile veya arkadaş baskısıyla açıklama eğiliminde olmadıkları şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 4.14 Katılımcıların cinsiyetleri ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair T-Testi analizi

Grup	N	Ortalama	Std. Sapma	t	df	Sig.
Erkek	204	3,1042	0,34380	4,408	433	0,000
Kadın	231	3,2532	0,35907			

Tablo 4.14'te katılımcıların cinsiyetleri ile davranışsal finans algıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucunda anlamlılık değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için kadın ve erkek katılımcıların davranışsal finans algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunduğu söylenebilir.

Ortalama değerler incelendiğinde erkek katılımcıların davranışsal finans ortalamasının 3,1042; kadın katılımcıların ortalamasının ise 3,2532 olduğu görülmektedir. Buna göre kadın katılımcıların davranışsal finans algılarının erkek katılımcılara göre daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Bu sonuç, kadın katılımcıların yatırım kararlarında psikolojik, sosyal veya davranışsal etkilere daha açık olduklarını düşündürmektedir. Davranışsal finansın temelinde bireylerin her zaman tamamen rasyonel kararlar vermediği, karar sürecinde duygu, algı, risk değerlendirmesi ve sosyal etkilerin rol oynadığı kabul edilmektedir. Bu nedenle cinsiyete göre ortaya çıkan farklılık, çalışmanın teorik çerçevesiyle de uyumlu bir bulgu olarak değerlendirilebilir.

Tablo 4.15 Katılımcıların yaşları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi

Değişken	Yaş	N	Ort.	SS	F	Sig.
Davranışsal Finans	18-24	18	3,4375	0,33828	3,721	0,004
	25-29	15	3,1667	0,22327		
	30-34	69	3,1141	0,33878		
	35-39	66	3,0871	0,36753		
	40-44	102	3,2414	0,38333		
	45-49	51	3,1863	0,34735		
	50+	114	3,1897	0,34560		

Tablo 4.15'te katılımcıların yaş grupları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan ANOVA analizi sonuçları verilmiştir. Analiz sonucunda F değerinin 3,721 ve anlamlılık değerinin 0,004 olduğu görülmektedir. Anlamlılık değerinin 0,05'ten küçük olması, yaş grupları ile davranışsal finans algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunduğunu göstermektedir.

Ortalama değerler incelendiğinde en yüksek davranışsal finans algısının 3,4375 ortalama ile 18-24 yaş grubunda olduğu görülmektedir. En düşük ortalama ise 3,0871 ile 35-39 yaş grubuna aittir. Bu bulgu, genç katılımcıların davranışsal finans eğilimlerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Genç bireylerin finansal kararlarında deneyimden ziyade algı, çevresel etki, risk alma eğilimi veya piyasa hareketlerine daha hızlı tepki verme gibi unsurların daha belirgin olabileceği düşünülebilir.

Tablo 4.16 Katılımcıların yaşları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi

Çoklu Karşılaştırma						
Bağımlı Değişken:	Davranışsal Finans					
Tukey HSD						
(I) Yaş		Ort. Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
18-24	30-34	0,32337*	0,09366	0,011	0,0459	0,6008
	35-39	0,35038*	0,09410	0,004	0,0716	0,6291
*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.						

Tablo 4.16'da yaş grupları arasındaki anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey HSD Post-Hoc analizi sonuçları

yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre 18-24 yaş grubu ile 30-34 yaş grubu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Aynı şekilde 18-24 yaş grubu ile 35-39 yaş grubu arasında da anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Ortalama fark değerleri incelendiğinde 18-24 yaş grubunun davranışsal finans algılarının hem 30-34 hem de 35-39 yaş grubuna göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuç, özellikle genç katılımcıların finansal karar alma süreçlerinde davranışsal eğilimlerinin daha belirgin olduğunu göstermektedir. Bu durum, genç bireylerin yatırım kararlarında daha fazla özgüven, risk alma eğilimi veya çevresel etkilere açıklık gösterebileceği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 4.17 Katılımcıların eğitim düzeyleri ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi

Değişken	Eğitim Düzeyi	N	Ort.	SS	F	Sig.
Davranışsal Finans	Lise ve Altı	51	3,4338	0,247451	9,484	0,000
	Ön Lisans	15	3,2667	0,39017		
	Lisans	93	3,1841	0,37587		
	Yüksek Lisans	60	3,2146	0,35011		
	Doktora	216	3,1094	0,34834		

Tablo 4.17'de katılımcıların eğitim düzeyleri ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi sonuçları verilmiştir. Analiz sonucunda F değerinin 9,484; anlamlılık değerinin ise 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için eğitim düzeyleri ile davranışsal finans algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Ortalama değerler incelendiğinde en yüksek davranışsal finans algısının 3,4338 ortalama ile lise ve altı eğitim düzeyine sahip katılımcılarda olduğu görülmektedir. En düşük ortalama ise 3,1094 ile doktora mezunu katılımcılara aittir. Bu sonuç, eğitim düzeyi yükseldikçe davranışsal finans eğilimlerinin azaldığı şeklinde yorumlanabilir. Eğitim düzeyi arttıkça bireylerin finansal kararlarında bilgiye, analize ve rasyonel değerlendirmeye daha fazla ağırlık vermesi muhtemel olabilir. Bu nedenle daha düşük eğitim düzeyine sahip bireylerde davranışsal eğilimlerin daha yüksek çıkması anlamlı bir bulgu olarak değerlendirilebilir.

Tablo 4.18 Katılımcıların eğitim düzeyleri ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi

Çoklu Karşılaştırma						
Bağımlı Değişken	Davranışsal Finans					
Tukey HSD						
(I) Eğitim Durumu		Ort. Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Lise ve altı	Lisans	0,24968*	0,06031	0,000	0,0845	0,4149
	Yüksek lisans	0,21924*	0,06592	0,008	0,0387	0,3998
	Doktora	0,32445*	0,05388	0,000	0,1768	0,4721
*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.						

Tablo 4.18'de eğitim düzeyleri arasındaki farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey HSD Post-Hoc analizi sonuçları yer almaktadır. Analize göre lise ve altı eğitim düzeyine sahip katılımcılar ile lisans mezunları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Benzer şekilde lise ve altı grup ile yüksek lisans mezunları arasında ve lise ve altı grup ile doktora mezunları arasında da anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Bu sonuçlar, özellikle lise ve altı eğitim düzeyine sahip katılımcıların davranışsal finans algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Doktora mezunlarının ortalamasının daha düşük olması ise eğitim düzeyi arttıkça finansal karar alma sürecinde davranışsal etkilerin görece zayıflayabileceğini düşündürmektedir. Bu durum, eğitim düzeyinin finansal kararların daha analitik değerlendirilmesine katkı sağlayabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 4.19 Katılımcıların gelir düzeyleri ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi

Değişken	Gelir Düzeyi	N	Ort.	SS	F	Sig.
Davranışsal Finans	0-22000 TL	39	3,1731	0,48351	5,778	0,000
	22001-40000 TL	66	3,3655	0,25662		
	40001-60000 TL	48	3,2656	0,30795		
	60001-80000 TL	117	3,1175	0,39059		
	80001-100000 TL	105	3,1571	0,31267		
	100001 TL ve Üzeri	60	3,0979	0,34529		

Tablo 4.19'da katılımcıların gelir düzeyleri ile davranışsal finans algıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ANOVA analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucunda F değerinin 5,778 ve anlamlılık değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için gelir düzeyleri ile

davranışsal finans algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Ortalama değerler incelendiğinde en yüksek davranışsal finans algısının 3,3655 ortalama ile 22.001-40.000 TL gelir grubunda olduğu görülmektedir. En düşük ortalama ise 3,0979 ile 100.001 TL ve üzeri gelir grubundadır. Bu sonuç, orta-alt gelir düzeyindeki katılımcıların davranışsal finans eğilimlerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Gelir düzeyi yükseldikçe bireylerin finansal kararlarında daha kontrollü, daha planlı veya daha bilgi temelli hareket etme eğiliminde olabileceği düşünülebilir.

Tablo 4.20 Katılımcıların gelir düzeyleri ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi

Çoklu Karşılaştırma						
Bağımlı Değişken:	Davranışsal Finans					
Tukey HSD						
(I) aylık kişisel geliri		Ort. Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
22001-40000	60001-80000	0,24801*	0,05386	0,000	0,0938	0,4022
	80001-100000	0,20839*	0,05496	0,002	0,0511	0,3657
	100001 ve üzeri	0,26761*	0,06241	0,000	0,0889	0,4463
*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.						

Tablo 4.20'de gelir grupları arasındaki farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Post-Hoc analizi sonuçları yer almaktadır. Analize göre 22.001-40.000 TL gelir grubunda yer alan katılımcılar ile 60.001-80.000 TL, 80.001-100.000 TL ve 100.001 TL ve üzeri gelir grupları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Ortalama fark değerleri incelendiğinde 22.001-40.000 TL gelir grubunun davranışsal finans algısının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuç, daha sınırlı gelire sahip bireylerin finansal kararlarında risk, kayıp korkusu, beklenti ve sosyal etki gibi davranışsal unsurlardan daha fazla etkilenebileceğini düşündürmektedir. Gelir seviyesi yükseldikçe yatırım kararlarında bilgiye dayalı değerlendirme veya finansal güvenlik algısı daha belirleyici hâle gelebilir.

Tablo 4.21 Katılımcıların gelir algıları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi

Değişken	Gelir Algısı	N	Ort.	SS	F	Sig.
Davranışsal Finans	Geçinebilecek Kadar Kazanmıyorum	42	3,1905	0,44107	2,347	0,072
	Geçinebilecek Kadar Kazanıyorum	195	3,2276	0,32251		
	Tasarruf Edecek Kadar Kazanıyorum	174	3,1293	0,38194		
	Lüks Tüketim Harcamaları Yapacak Kadar Kazanıyorum	24	3,2031	0,27702		

Tablo 4.21'de katılımcıların gelir algıları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişki incelenmiştir. Analiz sonucunda F değerinin 2,347; anlamlılık değerinin ise 0,072 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'ten büyük olduğu için katılımcıların gelir algıları ile davranışsal finans algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Ortalama değerler incelendiğinde "geçinebilecek kadar kazanıyorum" diyen katılımcıların ortalamasının 3,2276 ile diğer gruplara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. "Tasarruf edecek kadar kazanıyorum" diyen grubun ortalaması ise 3,1293 ile daha düşüktür. Ancak bu farklılıklar istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bu nedenle gelir algısının davranışsal finans eğilimlerini tek başına belirleyen güçlü bir değişken olmadığı söylenebilir.

Tablo 4.22 Katılımcıların çalışma durumları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi

Değişken	Çalışma Durumu	N	Ort.	SS	F	Sig.
Davranışsal Finans	Öğrenci	15	3,2167	0,42205	3,758	0,005
	Ev Hanımı	27	3,1157	0,50311		
	Emekli	21	3,2679	0,25089		
	Çalışıyorum	360	3,1701	0,34181		
	Çalışmıyorum	12	3,5417	0,41401		

Tablo 4.22'de katılımcıların çalışma durumları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucunda F

değerinin 3,758 ve anlamlılık değerinin 0,005 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için çalışma durumu ile davranışsal finans algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Ortalama değerler incelendiğinde en yüksek davranışsal finans algısının 3,5417 ortalama ile çalışmayan katılımcılarda olduğu görülmektedir. En düşük ortalama ise 3,1157 ile ev hanımı grubuna aittir. Çalışmayan bireylerde davranışsal finans algısının daha yüksek olması, ekonomik belirsizlik, gelir güvencesi eksikliği veya geleceğe ilişkin finansal kaygıların karar süreçlerinde daha etkili olabileceğini düşündürmektedir. Ancak bu gruptaki katılımcı sayısının düşük olması nedeniyle yorum yapılırken dikkatli olunmalıdır.

Tablo 4.23 Katılımcıların çalışma durumları ile davranışsal finans algıları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi

Çoklu Karşılaştırma						
Bağımlı Değişken	Davranışsal Finans					
Tukey HSD						
(I) çalışma durumu		Ort. Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Çalışmıyorum	Ev hanımı	0,42593*	0,12313	0,005	0,0886	0,7632
	Çalışıyorum	0,37153*	0,10415	0,004	0,0862	0,6568
*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.						

Tablo 4.23'te çalışma durumu grupları arasındaki anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Post-Hoc analizi sonuçları verilmiştir. Analize göre çalışmayan katılımcılar ile ev hanımı olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Ayrıca çalışmayan katılımcılar ile çalışan katılımcılar arasında da anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Bu sonuçlara göre çalışmayan katılımcıların davranışsal finans algıları hem ev hanımı grubuna hem de çalışan gruba göre daha yüksektir. Bu bulgu, gelir güvencesi ve çalışma hayatına katılım durumunun finansal karar alma biçimleri üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir. Çalışmayan bireylerin finansal konularda daha fazla belirsizlik hissetmesi, yatırım ve ekonomik kararlarında psikolojik faktörlerin daha baskın hâle gelmesine neden olabilir.

Tablo 4.24 Katılımcıların cinsiyetleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair T-Testi analizi

Grup	N	Ort.	Std. Sapma	t	df	Sig.
Erkek	204	2,5486	0,61745	5,805	433	0,000
Kadın	231	2,8811	0,57669			

Tablo 4.24'te katılımcıların cinsiyetleri ile seçmen davranışları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucunda anlamlılık değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için kadın ve erkek katılımcıların seçmen davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Ortalama değerler incelendiğinde erkek katılımcıların seçmen davranışı ortalamasının 2,5486; kadın katılımcıların ortalamasının ise 2,8811 olduğu görülmektedir. Buna göre kadın katılımcıların seçmen davranışı ölçeğine verdikleri cevapların ortalaması erkek katılımcılara göre daha yüksektir. Bu sonuç, kadın katılımcıların oy verme sürecinde aday, parti, medya, güven algısı veya sosyal çevre gibi faktörlerden daha fazla etkilendiğini düşündürebilir. Seçmen davranışı literatüründe cinsiyetin siyasal tutumlar ve karar süreçlerinde belirleyici değişkenlerden biri olarak ele alınması da bu bulguyu destekler niteliktedir.

Tablo 4.25 Katılımcıların yaşları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi

Değişken	Yaş	N	Ort.	SS	F	Sig.
Seçmen Davranışı	18-24	18	3,3590	0,79897	4,009	0,001
	25-29	15	2,7385	0,60555		
	30-34	69	2,8027	0,43882		
	35-39	66	2,7168	0,66366		
	40-44	102	2,6652	0,58809		
	45-49	51	2,7104	0,54514		
	50+	114	2,6417	0,66210		

Tablo 4.25'te katılımcıların yaş grupları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan ANOVA analizi sonuçları verilmiştir. Analiz sonucunda F değerinin 4,009 ve anlamlılık değerinin 0,001 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için yaş grupları ile seçmen davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Ortalama değerler incelendiğinde en yüksek seçmen davranışı ortalamasının 3,3590 ile 18-24 yaş grubunda olduğu görülmektedir. En düşük ortalama ise 2,6417 ile 50 yaş ve üzeri gruptadır. Bu sonuç, genç katılımcıların seçmen davranışı ölçeğinde yer alan faktörlere daha yüksek düzeyde katılım gösterdiğini ortaya koymaktadır. Genç seçmenlerin siyasal tercihleri oluşurken sosyal medya, çevresel etkiler, aday imajı, politik söylem ve güncel gelişmeler gibi unsurlardan daha fazla etkilenebileceği düşünülebilir.

Tablo 4.26 Katılımcıların yaşları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi

Çoklu Karşılaştırma						
Bağımlı Değişken:	Seçmen Davranışı					
Tukey HSD						
(I) yaş		Ort. Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
18-24	30-34	0,55630*	0,16032	0,010	0,0814	10,0312
	35-39	0,64219*	0,16107	0,002	0,1650	10,1193
	40-44	0,69382*	0,15486	0,000	0,2351	10,1526
	45-49	0,64857*	0,16607	0,002	0,1566	10,1405
	50+	0,71727*	0,15363	0,000	0,2622	10,1724
*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.						

Tablo 4.26'da yaş grupları arasındaki farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey HSD Post-Hoc analizi sonuçları yer almaktadır. Analize göre 18-24 yaş grubu ile 30-34; 35-39; 40-44; 45-49 ve 50 yaş üzeri gruplar arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Ortalama fark değerleri incelendiğinde 18-24 yaş grubunun seçmen davranışı ortalamasının diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, genç seçmenlerin siyasal karar alma süreçlerinde daha fazla etkilenebilir veya değişken bir yapı sergileyebileceğini göstermektedir. Özellikle genç yaş grubunda siyasal kimliğin henüz tam olarak yerleşmemiş olması, aday, parti, medya ve sosyal çevre etkilerinin daha görünür hâle gelmesine yol açabilir. Bu bulgu, seçmen davranışının bireysel özellikler, psikolojik faktörler ve sosyal etkilerle şekillenen çok boyutlu bir yapı olduğu görüşüyle uyumludur.

Tablo 4.27 Katılımcıların eğitim düzeyleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi

Değişken	Eğitim Düzeyi	N	Ort.	SS	F	Sig.
Seçmen Davranışı	Lise ve Altı	51	3,0362	0,58812	9,831	0,000
	Ön Lisans	15	3,2615	1,30309		
	Lisans	93	2,7742	0,57237		
	Yüksek Lisans	60	2,7615	0,60182		
	Doktora	216	2,5833	0,52557		

Tablo 4.27'de katılımcıların eğitim düzeyleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi sonuçları verilmiştir. Analiz sonucunda F değerinin 9,831 ve anlamlılık değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için eğitim düzeyleri ile seçmen davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Ortalama değerler incelendiğinde en yüksek seçmen davranışı ortalamasının 3,2615 ile ön lisans mezunlarında olduğu görülmektedir. Bunu 3,0362 ortalama ile lise ve altı eğitim düzeyi takip etmektedir. En düşük ortalama ise 2,5833 ile doktora mezunlarına aittir. Bu sonuç, eğitim düzeyi yükseldikçe seçmen davranışı ölçeğinde yer alan dışsal, sosyal veya yönlendirici faktörlere katılım düzeyinin azalabileceğini göstermektedir. Eğitim düzeyinin artması, bireylerin siyasal tercihlerini daha analitik, bilgi temelli ve eleştirel bir biçimde değerlendirmelerine katkı sağlayabilir.

Tablo 4.28 Katılımcıların eğitim düzeyleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi

Çoklu Karşılaştırma						
Bağımlı Değişken:	Seçmen Davranışı					
Tukey HSD						
(I) eğitim durumu		Ort. Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Lisans	Ön lisans	-0,48734*	0,16541	0,028	-0,9405	-0,0342
Yüksek Lisans	Ön lisans	-0,50000*	0,17161	0,031	-0,9701	-0,0299
Doktora	Lise ve altı	-0,45287*	0,09255	0,000	-0,7064	-0,1993
	Ön lisans	-0,67821*	0,15873	0,000	-10,1130	-0,2434
	Lisans	-0,19086	0,07373	0,074	-0,3928	0,0111
*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.						

Tablo 4.28'de eğitim düzeyleri arasındaki anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Post-Hoc analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre lisans mezunları ile ön lisans mezunları arasında,

yüksek lisans mezunları ile ön lisans mezunları arasında, doktora mezunları ile lise ve altı grup arasında ve doktora mezunları ile ön lisans mezunları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Bu sonuçlar, özellikle ön lisans ve lise-altı eğitim düzeyindeki katılımcıların seçmen davranışı ölçeğinde daha yüksek ortalamalara sahip olduğunu göstermektedir. Doktora mezunlarının ortalamasının daha düşük olması, eğitim düzeyi yükseldikçe siyasal tercihlerde parti, aday, sosyal çevre veya medya gibi faktörlerin etkisinin görece azalabileceği şeklinde yorumlanabilir. Bu durum, yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin siyasal karar alma sürecinde daha bağımsız ve eleştirel değerlendirme yapma eğiliminde olabileceğini düşündürmektedir.

Tablo 4.29 Katılımcıların gelir düzeyleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi

Değişken	Gelir Düzeyi	N	Ort.	SS	F	Sig.
Seçmen Davranışı	0-22000 TL	39	3,2426	0,69153	8,056	0,000
	22001-40000 TL	66	2,7378	0,55486		
	40001-60000 TL	48	2,7500	0,76735		
	60001-80000 TL	117	2,5464	0,65079		
	80001-100000 TL	105	2,7143	0,39952		
	100001 TL ve Üzeri	60	2,7231	0,58277		

Tablo 4.29'da katılımcıların gelir düzeyleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan ANOVA analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucunda F değerinin 8,056 ve anlamlılık değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için gelir düzeyleri ile seçmen davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Ortalama değerler incelendiğinde en yüksek seçmen davranışı ortalamasının 3,2426 ile 0-22.000 TL gelir grubunda olduğu görülmektedir. En düşük ortalama ise 2,5464 ile 60.001-80.000 TL gelir grubundadır. Bu bulgu, düşük gelir düzeyine sahip katılımcıların seçmen davranışı ölçeğinde yer alan ifadelere daha yüksek düzeyde katılım gösterdiğini ortaya koymaktadır. Ekonomik koşulların seçmen tercihleri üzerinde etkili olabileceği düşünüldüğünde, düşük gelir grubunda siyasal tercihlerde ekonomik beklentiler, güven arayışı veya değişim isteği gibi unsurların daha güçlü hissedilebileceği söylenebilir.

Tablo 4.30 Katılımcıların gelir düzeyleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi

Çoklu Karşılaştırma						
Bağımlı Değişken:	Seçmen Davranışı					
Tukey HSD						
(I) Gelir Düzeyi		Ort. Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
0-22000	22001-40000	0,50484*	0,12007	0,000	0,1611	0,8486
	40001-60000	0,49260*	0,12816	0,002	0,1257	0,8595
	60001-80000	0,69625*	0,10992	0,000	0,3816	10,0109
	80001-100000	0,52832*	0,11148	0,000	0,2092	0,8475
	100001 ve üzeri	0,51953*	0,12228	0,000	0,1695	0,8696
*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.						

Tablo 4.30'da gelir düzeyleri arasındaki farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Post-Hoc analizi sonuçları verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre 0-22.000 TL gelir grubundaki katılımcılar ile diğer tüm gelir grupları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Bu sonuç, düşük gelir grubundaki katılımcıların seçmen davranışı bakımından diğer gelir gruplarından belirgin biçimde ayrıldığını göstermektedir. Ortalama fark değerlerinin tamamının 0-22.000 TL grubu lehine olması, düşük gelir düzeyine sahip bireylerin siyasal kararlarında ekonomik faktörlere, aday söylemlerine, parti vaatlerine veya sosyal çevre etkilerine daha açık olabileceğini düşündürmektedir. Bu bulgu, seçmen davranışlarında ekonomik tercihlerin ve sosyoekonomik koşulların önemli bir rol oynayabileceğini gösteren literatürle de uyumludur.

Tablo 4.31 Katılımcıların gelir algıları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi

Değişken	Gelir Algısı	N	Ort.	SS	F	Sig.
Seçmen Davranışı	Geçinebilecek Kadar Kazanmıyorum	42	2,7637	0,60196	2,715	0,044
	Geçinebilecek Kadar Kazanıyorum	195	2,6828	0,59868		
	Tasarruf Edecek Kadar Kazanıyorum	174	2,7175	0,60174		
	Lüks Tüketim Harcamaları Yapacak Kadar Kazanıyorum	24	3,0577	0,82763		

Tablo 4.31'de katılımcıların gelir algıları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucunda F değerinin 2,715 ve

anlamlılık değerinin 0,044 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için gelir algıları ile seçmen davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Ortalama değerler incelendiğinde en yüksek seçmen davranışı ortalamasının 3,0577 ile "lüks tüketim harcamaları yapacak kadar kazanıyorum" diyen katılımcılara ait olduğu görülmektedir. En düşük ortalama ise 2,6828 ile "geçinebilecek kadar kazanıyorum" diyen gruptadır. Bu sonuç, yalnızca gerçek gelir düzeyinin değil, bireyin kendi gelirini nasıl algıladığının da seçmen davranışı üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir. Gelir algısı bireyin ekonomik güvenlik, beklenti ve siyasal değerlendirme biçimini etkileyebilecek bir unsur olarak değerlendirilebilir.

Tablo 4.32 Katılımcıların gelir algıları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi

Çoklu Karşılaştırma						
Bağımlı Değişken:	Seçmen Davranışı					
Tukey HSD						
(I) Gelir Algısı		Ort. Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Lüks tüketim harcamaları yapacak kadar kazanıyorum	Geçinebilecek kadar kazanıyorum	0,37485*	0,13294	0,026	0,0320	0,7177
*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.						

Tablo 4.32'de gelir algısı grupları arasındaki anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Post-Hoc analizi sonuçları verilmiştir. Analize göre "lüks tüketim harcamaları yapacak kadar kazanıyorum" diyen katılımcılar ile "geçinebilecek kadar kazanıyorum" diyen katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Bu sonuç, gelir algısı yüksek olan katılımcıların seçmen davranışı ortalamasının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durum, ekonomik açıdan kendisini daha rahat konumlandıran bireylerin siyasal tercihlerini şekillendiren faktörlere daha farklı bir bakış açısıyla yaklaşabileceğini düşündürmektedir. Başka bir ifadeyle, seçmen davranışı yalnızca gelir düzeyinin düşük veya yüksek olmasıyla değil, bireyin kendi ekonomik durumunu nasıl yorumladığıyla da ilişkili görünmektedir.

Tablo 4.33 Katılımcıların çalışma durumları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair ANOVA analizi

Değişken	Çalışma Durumu	N	Ort.	SS	F	Sig.
Seçmen Davranışı	Öğrenci	15	3,1692	0,52430	9,500	0,000
	Ev Hanımı	27	2,8974	0,31788		
	Emekli	21	2,8352	0,84730		
	Çalışıyorum	360	2,6603	0,59912		
	Çalışmıyorum	12	3,5385	0,49527		

Tablo 4.33'te katılımcıların çalışma durumları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan ANOVA analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucunda F değerinin 9,500 ve anlamlılık değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'ten küçük olduğu için çalışma durumu ile seçmen davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Ortalama değerler incelendiğinde en yüksek seçmen davranışı ortalamasının 3,5385 ile çalışmayan katılımcılara ait olduğu görülmektedir. Bunu 3,1692 ortalama ile öğrenciler takip etmektedir. En düşük ortalama ise 2,6603 ile çalışan katılımcılara aittir. Bu sonuç, çalışma hayatında aktif olarak yer almayan bireylerin seçmen davranışı ölçeğinde yer alan ifadelere daha yüksek düzeyde katılım gösterdiğini ortaya koymaktadır. Çalışmayan bireylerin ekonomik güvence, gelecek beklentisi ve sosyal destek arayışı gibi nedenlerle siyasal tercihlerde daha duyarlı veya etkilenebilir bir yapı sergileyebileceği düşünülebilir.

Tablo 4.34 Katılımcıların çalışma durumları ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiye dair Post-Hoc analizi

Çoklu Karşılaştırma						
Bağımlı Değişken:	Seçmen Davranışı					
Tukey HSD						
(I) Çalışma Durumu		Ort. Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Çalışıyorum	Öğrenci	-0,50897*	0,15688	0,011	-0,9387	-0,0792
Çalışmıyorum	Ev hanımı	0,64103*	0,20654	0,017	0,0752	1,2068
	Emekli	0,70330*	0,21543	0,010	0,1132	1,2934
	Çalışıyorum	0,87821*	0,17469	0,000	0,3997	1,3568
*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.						

Tablo 4.34'te çalışma durumu grupları arasındaki anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Post-Hoc analizi sonuçları yer almaktadır. Analize göre çalışan katılımcılar ile öğrenciler arasında anlamlı bir

farklılık bulunmaktadır. Ayrıca çalışmayan katılımcılar ile ev hanımı, emekli ve çalışan katılımcılar arasında da anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Bu sonuçlar, seçmen davranışı açısından özellikle çalışmayan katılımcıların diğer gruplardan ayrıştığını göstermektedir. Çalışmayan katılımcıların ortalamasının yüksek olması, bu grubun siyasal tercihlerinde ekonomik beklentiler, sosyal güvence ihtiyacı, gelecek kaygısı veya çevresel yönlendirmelere daha açık olabileceğini düşündürmektedir. Çalışan katılımcıların ortalamasının daha düşük olması ise çalışma hayatına düzenli biçimde katılan bireylerin siyasal kararlarında daha istikrarlı veya daha az dışsal etkilenmeye açık bir yapı sergileyebileceği şeklinde yorumlanabilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın uygulama bölümünde öncelikle katılımcıların demografik özellikleri incelenmiş, ardından davranışsal finans ve seçmen davranışı ölçeklerine ilişkin geçerlilik, güvenilirlik, tanımlayıcı istatistik, korelasyon, regresyon ve farklılık analizleri yapılmıştır. Araştırmaya toplam 435 kişi katılmıştır. Katılımcıların cinsiyet dağılımı dengeli sayılabilecek bir görünüm sergilemekle birlikte, kadın katılımcıların oranı erkek katılımcılardan kısmen daha yüksektir. Yaş dağılımında ise orta yaş ve üzeri grupların daha ağırlıklı olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi açısından doktora mezunlarının yüksek oranda yer alması, örneklemin eğitim seviyesi bakımından güçlü bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Gelir ve çalışma durumu bakımından da katılımcıların büyük bir bölümünün çalışan ve belirli bir gelir düzeyine sahip bireylerden oluşması, davranışsal finans ve seçmen davranışı gibi karar alma süreçlerine dayalı değişkenlerin değerlendirilmesi açısından önem taşımaktadır.

Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik bulguları genel olarak araştırmanın uygulanabilir bir ölçme yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Davranışsal Finans Ölçeği için KMO değerinin 0,654 ve Seçmen Davranışı Ölçeği için KMO değerinin 0,693 olarak bulunması, her iki ölçeğin de faktör analizi için yeterli olduğunu ortaya koymaktadır. Bartlett testlerinin anlamlı çıkması, ölçek maddeleri arasında faktör analizi yapılmasına elverişli düzeyde ilişki bulunduğunu göstermektedir. Davranışsal Finans Ölçeği'nde 8 faktörlü, Seçmen Davranışı Ölçeği'nde ise 5 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, her iki değişkenin de tek boyutlu ve basit bir yapıdan oluşmadığını; aksine psikolojik, sosyal, ekonomik ve kişisel faktörlerin birlikte etkili olduğu çok boyutlu bir karar alanına sahip olduğunu göstermektedir.

Güvenilirlik analizi sonuçları da araştırmada kullanılan ölçeklerin kabul edilebilir düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir. Davranışsal Finans Ölçeği'nin Cronbach Alfa değeri 0,685; Seçmen Davranışı Ölçeği'nin Cronbach Alfa değeri 0,756 ve ölçeğin tamamına ilişkin Cronbach Alfa değeri 0,787 olarak bulunmuştur. Bu değerler, araştırmada kullanılan veri toplama aracının genel olarak tutarlı sonuçlar verdiğini göstermektedir. Özellikle ölçeğin tamamına ilişkin güvenilirlik değerinin daha yüksek

çıkması, araştırmanın genel ölçüm yapısının sağlam olduğunu düşündürmektedir. Bu nedenle elde edilen bulguların yorumlanabilir ve araştırmanın amacı doğrultusunda değerlendirilebilir olduğu söylenebilir.

Tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde katılımcıların davranışsal finans algılarının seçmen davranışı algılarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Davranışsal Finans Ölçeği ortalamasının 3,1833 olması, katılımcıların finansal karar alma süreçlerinde davranışsal ve psikolojik unsurlardan orta düzeyin üzerinde etkilendiğini göstermektedir. Seçmen Davranışı Ölçeği ortalamasının 2,7252 olması ise katılımcıların siyasal tercihlerini etkileyen faktörlere daha sınırlı düzeyde katılım gösterdiğini düşündürmektedir. Bu durum, katılımcıların finansal karar süreçlerinde psikolojik etkilere daha açık olduklarını; seçmen davranışı konusunda ise daha temkinli veya daha seçici bir tutum sergilediklerini göstermektedir.

Araştırmanın en önemli bulgularından biri, davranışsal finans ile seçmen davranışı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin tespit edilmiş olmasıdır. Pearson korelasyon analizine göre iki değişken arasındaki korelasyon katsayısı 0,385 ve anlamlılık değeri 0,000'dır. Bu sonuç, davranışsal finans eğilimleri arttıkça seçmen davranışı eğilimlerinin de arttığını göstermektedir. İlişkinin pozitif yönlü olması, bireylerin finansal kararlarında etkili olan psikolojik, sosyal ve bilişsel süreçlerin siyasal tercih süreçlerinde de belirli ölçüde etkili olabileceğini ortaya koymaktadır. Başka bir ifadeyle, bireyin yatırım kararlarında görülen güven, kayıp algısı, sosyal etkilenme, risk değerlendirmesi ve beklenti gibi unsurların, oy verme davranışında da farklı biçimlerde yansıma bulabileceği söylenebilir.

Regresyon analizi sonuçları da korelasyon bulgusunu desteklemektedir. Analiz sonucunda seçmen davranışının davranışsal finans üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin bulunduğu görülmüştür. Modelde R^2 değerinin 0,148 olması, seçmen davranışının davranışsal finans değişkenindeki toplam değişimin %14,8'ini açıkladığını göstermektedir. Bu oran çok yüksek olmamakla birlikte sosyal bilimler açısından dikkate değer bir açıklama düzeyi sunmaktadır. Çünkü insan davranışına ilişkin değişkenler çoğunlukla tek bir faktörle açıklanamaz. Bu bağlamda seçmen davranışının davranışsal finans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olması, çalışmanın

temel varsayımını destekleyen önemli bir sonuçtur. Katsayılar tablosunda seçmen davranışına ait B değerinin 0,224 ve anlamlılık değerinin 0,000 olması, seçmen davranışındaki artışın davranışsal finans eğilimlerini artırıcı yönde etkilediğini göstermektedir.

Demografik değişkenlere göre yapılan analizlerde de önemli farklılıklar ortaya çıkmıştır. Davranışsal finans algılarının cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve çalışma durumuna göre anlamlı biçimde farklılaştığı görülmüştür. Buna karşılık gelir algısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu sonuç, davranışsal finans eğilimlerinin bireyin yalnızca kendisini ekonomik olarak nasıl algıladığıyla değil; daha çok yaşı, eğitim durumu, fiili gelir düzeyi ve çalışma yaşamındaki konumuyla ilişkili olduğunu göstermektedir. Özellikle genç katılımcılarda, düşük eğitim düzeyine sahip olanlarda, belirli gelir gruplarında ve çalışmayan bireylerde davranışsal finans eğilimlerinin daha yüksek çıkması, finansal kararların sosyal ve psikolojik arka planla birlikte değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Seçmen davranışı açısından elde edilen bulgular ise demografik değişkenlerin daha güçlü bir ayırt edici etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, gelir algısı ve çalışma durumu değişkenlerinin tamamında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durum, seçmen davranışının sosyal ve demografik özelliklerden yoğun biçimde etkilendiğini göstermektedir. Özellikle genç yaş gruplarında, düşük gelir grubunda ve çalışmayan katılımcılarda seçmen davranışı ortalamalarının daha yüksek olması dikkat çekicidir. Bu bulgu, siyasal tercihlerin yalnızca ideolojik ya da parti bağlılığına dayalı biçimde açıklanamayacağını; ekonomik koşullar, sosyal konum, yaş, eğitim ve bireysel beklentilerle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde araştırma bulguları, davranışsal finans ile seçmen davranışı arasında anlamlı bir bağ bulunduğunu ortaya koymaktadır. Davranışsal finans literatüründe bireylerin finansal kararlarının her zaman rasyonel olmadığı, karar süreçlerinde psikolojik, bilişsel ve sosyal etkilerin önemli rol oynadığı belirtilmektedir. Tezin literatür kısmında da davranışsal finansın psikoloji, sosyal psikoloji ve ekonomik karar alma süreçleriyle ilişkili olduğu vurgulanmaktadır.

Benzer şekilde seçmen davranışı da bireyin yalnızca siyasal tercihinden ibaret değildir; sosyal çevre, ekonomik beklenti, parti ve aday algısı, medya etkisi ve kişisel değerler gibi farklı faktörlerden etkilenmektedir. Bu yönüyle uygulama sonuçları, literatürde kurulan teorik çerçeveyle uyumlu bir görünüm sunmaktadır.

Sonuç olarak bu araştırmada elde edilen bulgular, bireylerin finansal ve siyasal karar alma süreçlerinin birbirinden tamamen bağımsız olmadığını göstermektedir. Katılımcıların davranışsal finans eğilimleri ile seçmen davranışları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunması, karar alma davranışlarının farklı alanlarda benzer psikolojik ve sosyal mekanizmalardan etkilenebileceğini düşündürmektedir. Bu nedenle çalışmanın uygulama kısmı, davranışsal finans ile seçmen davranışı arasındaki ilişkiyi yalnızca istatistiksel olarak değil, aynı zamanda kuramsal açıdan da anlamlı hâle getirmektedir. Elde edilen bulgular, bireylerin yatırım ve oy verme kararlarının arka planında rasyonel hesaplamaların yanında duygu, algı, güven, risk, sosyal çevre ve ekonomik beklentilerin de önemli rol oynadığını ortaya koymaktadır.

KAYNAKLAR

Acevedo, M., & Krueger, J. I. (2004). Two Egocentric Sources of the Decision to Vote: The Voter's Illusion and the Belief in Personal Relevance. *Political Psychology*, *25*(1), 115-127. Wiley. https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2004.00359.x

Akbas, F., Armstrong, W. J., Sorescu, S. M., & Subrahmanyam, A. (2016). Capital Market Efficiency and Arbitrage Efficacy. *Journal of Financial and Quantitative Analysis, 51*(2), 387-413.

Arceneaux, K., & Wielen, R. J. V. (2023). Do voters prefer educated candidates? How candidate education influences vote choice in congressional elections. *Electoral Studies*, 82, 1-14. https://doi.org/10.1016/j.electstud.2023.102596

Arendt, F., & Brantner, C. (2015). Quality press and voter turnout: Evidence for causal effects and its underlying mechanisms. *Studies in Communication Sciences, 15*(2), 164-172. https://doi.org/10.1016/j.scoms.2016.01.002

Asaad, C. T. (2020). Investor confidence: Are you your own worst enemy? *Financial Planning Review*, *3*(2), 110-120. https://doi.org/10.1002/cfp2.1092

Aydın, Ü., Ağan, B., ve Aydın, Ö. (2021). Herd Behavior in Crypto Asset Market and Effect of Financial Information on Herd Behavior. *arXiv Cornell University*. https://doi.org/10.48550/arxiv.2104.00763

Baldwin, R. E. (1989). The political economy of trade policy. *Journal of economic perspectives*, *3*(4), 119-135.

Barber, B. M., & Odean, T. (1999). The courage of misguided convictions: The trading behavior of individual investors. *Financial Analysts Journal*, *55*(6), 41–55. https://doi.org/10.2469/faj.v55.n6.2313

Barberis, N. (2018). Psychology-based models of asset prices and trading volume. *Handbook of behavioral economics: applications and foundations 1* (1). 79-175

Barron, K. E., & Hulleman, C. S. (2015). Expectancy-value-cost model of motivation. *Psychology*, 84, 261-271.

Bërdufi, D. (2013). Increasing the vote number of the albanian political parties based on the albanian electorate voting behavior (Interested stakeholders: micro level-albanian political parties and albanian voter: Macro level-democracy proficiency). *Mediterranean journal of social sciences, 4*(2), 579-600.

Bernhard, M. (2020). Everything you should know about online voting. *XRDS: Crossroads, The ACM Magazine for Students*, *27*(2), 66-69.

Bhat, D., & Redner, S. (2019). Reputation-driven voting dynamics. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, 6, 1-20.

Bikhchandani, S., & Sharma, S. (2000). Herd behavior in financial markets. *IMF Staff papers*, *47*(3), 279-310.

Bond, R. M., Settle, J. E., Fariss, C. J., Jones, J. J., & Fowler, J. H. (2017). Social endorsement cues and political participation. *Political Communication*, *34*(2), 261-281.

Bose, T. K., & Sarker, S. (2012). Cognitive dissonance affecting consumer buying decision making: A study based on Khulna metropolitan area. *Journal of Management Research*, *4*(3), 191-221.

Braha, D., & De Aguiar, M. A. (2017). Voting contagion: Modeling and analysis of a century of US presidential elections. *PloS one*, *12*(5), 1-30. https://doi.org/10.48550/arxiv.1610.04406

Calice, M. N., Bao, L., Freiling, I., Howell, E., Xenos, M. A., Yang, S., Brossard, D., Newman, T. P., & Scheufele, D. A. (2023). Polarized platforms? How partisanship shapes perceptions of "algorithmic news bias". *New Media & Society*, *25*(11), 2833–2854. https://doi.org/10.1177/14614448211034159

Caprara, G. V., Vecchione, M., Schwartz, S. H., Schoen, H., Bain, P. G., Silvester, J., Cieciuch, J., Pavlopoulos, V., Bianchi, G., Kirmanoglu, H., Baslevent, C., Mamali, C., Manzi, J., Katayama, M., Posnova, T., Tabernero, C., Torres, C., Verkasalo, M., Lönnqvist, J.-E., ... Caprara, M. G. (2017). *Basic values, ideological self-placement, and voting: A cross-cultural study*. *Cross-Cultural Research*, *51*(4), 388–411. https://doi.org/10.1177/1069397117712194

Cho, W. K. T., Gimpel, J. G., & Dyck, J. J. (2006). Residential concentration, political socialization, and voter turnout. *The Journal of Politics*, *68*(1), 156-167.

Christ, O., Schmid, K., Lolliot, S., Swart, H., Stolle, D., Tausch, N., Ramiah, A. A., Wagner, U., Vertovec, S., & Hewstone, M. (2014). Contextual effect of positive intergroup contact on outgroup prejudice. *Proceedings of the national academy of sciences*, *111*(11), 3996-4000.

Cook, K. S., Cheshire, C., Rice, E. R. W., & Nakagawa, S. (2013). Social exchange theory. In J. DeLamater, A. Ward (Eds.), *Handbook of Social Psychology* (2nd ed., pp. 61–88). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-6772-0_3.

Costa, D. F., Carvalho, F. D. M., & Moreira, B. C. D. M. (2019). Behavioral economics and behavioral finance: a bibliometric analysis of the scientific fields. *Journal of Economic Surveys, 33*(1), 3-24. https://doi.org/10.1111/joes.12262

Dahhou, N., & Kharbouch, O. (2021). Study of Stock Markets and Investor Behaviour: Case of the Casablanca Stock Exchange. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering, 7*(3), 52-70.

Dalton, R. J., Beck, P. A., & Huckfeldt, R. (1998). Partisan cues and the media: Information flows in the 1992 presidential election. *American Political Science Review*, *92*(1), 111-126.

Ding, S. (2023). Application of Big Data Technology in Intelligent Decision-Making of Public Policy. *Highlights in Science, Engineering and Technology*, 61, 260-265.

Dittrich, D. A., Güth, W., & Maciejovsky, B. (2005). Overconfidence in investment decisions: An experimental approach. *The European Journal of Finance, 11*(6), 471-491.

Dowse, A., & Bachmann, S. D. (2022). Information warfare: methods to counter disinformation. *Defense & Security Analysis*, *38*(4), 453-469.

Edlin, A., Gelman, A., & Kaplan, N. (2007). Voting as a rational choice: Why and how people vote to improve the well-being of others. *Rationality and society, 19*(3), 293-314.

Enke, B. (2020). Moral values and voting. *Journal of Political Economy*, *128*(10), 3679-3729.

Flavin, P., & Law, W. (2021). Ideological proximity, issue importance, and vote choice. *Electoral Studies*, 75, 1-20. https://doi.org/10.1016/j.electstud.2021.102422

Gaxie, D. (2018). Political and social backgrounds of political elites. In H. Best, J. Higley (Eds.), *The Palgrave handbook of political elites* (pp. 489–506). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/978-1-137-51904-7_31.

Haime, A., Vallejo, A., & Schwindt-Bayer, L. (2022). Candidate experience and electoral success. *Latin American Research Review*, *57*(1), 170-187.

Hansen, E. R., & Treul, S. A. (2021). Inexperienced or anti-establishment? Voter preferences for outsider congressional candidates. *Research & Politics*, *8*(3), 1-7. https://doi.org/10.1177/20531680211034958

Harder, J., & Krosnick, J. A. (2008). Why do people vote? A psychological analysis of the causes of voter turnout. *Journal of Social Issues, 64*(3), 525-549.

He, X. Z., Li, Y., & Zheng, M. (2019). Heterogeneous agent models in financial markets: A nonlinear dynamics approach. *International Review of Financial Analysis*, 62, 135-149.

Herrmann, O., Jong-A-Pin, R., & Schoonbeek, L. (2019). A prospect-theory model of voter turnout. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 168, 362-373.

Hersing, W. S. (2017). Managing cognitive bias in safety decision making: Application of emotional intelligence competencies. *Journal of Space Safety Engineering*, *4*(3-4), 124-128.

Hollyer, J. R., Rosendorff, B. P., & Vreeland, J. R. (2019). Transparency, protest and democratic stability. *British Journal of Political Science*, *49*(4), 1251-1277.

Huckfeldt, R. R. (1979). Political participation and the neighborhood social context. *American Journal of Political Science, 23*(3), 579–592. https://doi.org/10.2307/2111030

Humprecht, E. (2020). How do they debunk "fake news"? A cross-national comparison of transparency in fact checks. *Digital journalism*, *8*(3), 310-327.

Jacobson, G. C. (2014). How do campaigns matter?. *Annual Review of Political Science*, *18*(1), 31-47.

Jahanzeb, A. (2012). Implication of behavioral finance in investment decision-making process. *Information management and business review*, *4*(10), 532-536.

Jakob, M., Flachsland, C., Steckel, J. C., & Urpelainen, J. (2020). Actors, objectives, context: A framework of the political economy of energy and climate policy applied to India, Indonesia, and Vietnam. *Energy Research & Social Science*, *70*, 1-12.

Javines, J. (2024). Attitudes and considerations of voters in the Philippine national elections. *Journal of Interdisciplinary Perspectives*, *2*(2), 102-121.

Jenke, L., & Huettel, S. A. (2016). Issues or identity? Cognitive foundations of voter choice. *Trends in Cognitive Sciences*, *20*(11), 794-804.

Jennings, B., Gusmano, M. K., Kaebnick, G. E., Neuhaus, C. P., & Solomon, M. Z. (2021). Recommendations for better civic learning: building and rebuilding democracy. *Hastings Center Report*, 51, 64-75.

Jones, D. B., Troesken, W., & Walsh, R. (2017). Political participation in a violent society: The impact of lynching on voter turnout in the post-Reconstruction South. *Journal of Development Economics*, 129, 29-46.

Jovanovic, F., Mantegna, R. N., & Schinckus, C. (2019). When financial economics influences physics: The role of Econophysics. *International review of financial analysis*, 65, 1-8.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. [Çevrim-içi: http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB2184891X], Erişim Tarihi: 11.05.2025.

Kamath, A. N., Shenoy, S. S., Abhilash, A., & Subrahmanya, K. N. (2023). Impact of personality traits on investment decision-making: Mediating role of investor sentiment in India. *Investment Management & Financial Innovations*, *20*(3), 200-220.

Kelley Jr, S., & Mirer, T. W. (1974). The simple act of voting. *American Political Science Review*, *68*(2), 572-591.

Khan, M. S. (1993). Methods of motivating for increased productivity. *Journal of Management in Engineering*, *9*(2), 148-156.

Kim, M., & Kim, M. (2014). Group-wise herding behavior in financial markets: an agent-based modeling approach. *PloS one*, *9*(4), 1-7.

Kliger, D., & Levy, O. (2010). Overconfident investors and probability misjudgments. *The Journal of Socio-Economics*, *39*(1), 24-29.

Krishnamurthy, A. (2018). The Impact of Behavioural Factors on Equity Investment Decisions: An Empirical Study. *International Journal of Management Studies*, *5*(3), 7-17.

Kulachai, W., Lerdtomornsakul, U., & Homyamyen, P. (2023). Factors influencing voting decision: a comprehensive literature review. *Social Sciences*, *12*(9), 469-480.

Laibson, D., & List, J. A. (2015). Principles of (behavioral) economics. *American Economic Review*, *105*(5), 385-390.

Lange, N. (2015). In search of the 'core electorate': How should political parties react to an individualistic society?. *European View*, *14*(1), 13-19.

Lau, R. R., Andersen, D. J., & Redlawsk, D. P. (2008). An exploration of correct voting in recent US presidential elections. *American Journal of Political Science*, *52*(2), 395-411.

Levy, B. L. (2018). Youth developing political efficacy through social learning experiences: Becoming active participants in a supportive model United Nations club. *Theory & Research in Social Education*, *46*(3), 410-448.

Liu, J., & Han, F. (2020). Investigating reference dependence effects on user search interaction and satisfaction: A behavioral economics perspective. In *Proceedings of the 43rd International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval* (pp. 1141–1150). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3397271.3401085

Lo, A. W. (2004). The adaptive markets hypothesis: Market efficiency from an evolutionary perspective. *Journal of Portfolio Management, Forthcoming*, *30*(5),15-30.

Madrid Jr, R., Merolla, J. L., Yanez Ruiz, A., & Schroedel, J. R. (2022). The relevance of religion for political office: Voter bias toward candidates from different religious backgrounds. *Political Behavior*, *44*(2), 981-1001.

Mayer, N. (2015). Voting, Sociology of. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*, *1*(1), 302-308

Metaxas, P. T., & Mustafaraj, E. (2012). Social media and the elections. *Science*, *338*(6106), 472-473.

N Shah. (2015). Employee motivation: A Constant challenge. *International Journal of Indian Psychology, 3* (1), 111-117.

Nardy, A., & Famá, R. (2013). *Behavioral finance from 2001–2012: Concepts, themes and academic production* (SSRN Scholarly Paper No. 2333121). Social Science Research Network. https://doi.org/10.2139/ssrn.2333121

Navya, V. (2018). Behavioural finance: Guaging the investment logic among equity investors. *International Journal of Management Studies*, *5*(1), 20-40.

Nicolet, S., & Sciarini, P. (2006). When do issue opinions matter, and to whom? The determinants of long-term stability and change in party choice in the 2003 Swiss elections. *Swiss Political Science Review*, *12*(4), 159-190.

Nie, N. H., Powell, Jr, G. B., & Prewitt, K. (1969). Social structure and political participation: developmental relationships, Part I. *American Political Science Review*, *63*(2), 361-378.

Novitasari, S. A. (2023). Examining financial behavior and decision-making: A bibliometric study of trends and insights. *West Science Accounting and Finance*, *1*(2), 69-78.

Oliver, R. L., & Winer, R. S. (1987). A framework for the formation and structure of consumer expectations: Review and propositions. *Journal of economic psychology*, *8*(4), 469-499.

Onakoya, A., Johnson, B., & Ogundajo, G. (2019). Poverty and trade liberalization: empirical evidence from 21 African countries. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, *32*(1), 635-656.

Page, B. I., & Jones, C. C. (1979). Reciprocal effects of policy preferences, party loyalties and the vote. *American Political Science Review*, *73*(4), 1071-1089.

Panda, S. (2019). Political-economic determinants of electoral participation in India. *India Review*, *18*(2), 184-219.

Parisi, D. R., Sornette, D., & Helbing, D. (2013). Financial price dynamics and pedestrian counterflows: A comparison of statistical stylized facts. *Physical Review E—Statistical, Nonlinear, and Soft Matter Physics*, *87*(1), 1-15.

Peng, Y. (2023). Are we becoming part of a global culture?.*Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 15, 195-201.

Picarella, L. (2024). Intersections in the digital society: cancel culture, fake news, and contemporary public discourse. *Frontiers in Sociology*, *9*(1), 1-6.

Pollard, R. D., Pollard, S. M., & Streit, S. (2021). *Predicting propensity to vote with machine learning* (arXiv:2102.01535). arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.2102.01535

Redner, S. (2017). *Dynamics of voter models on simple and complex networks* (arXiv:1705.02249). arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.1705.02249

Reynolds, H. T. (1974). Rationality and attitudes toward political parties and candidates. *The Journal of Politics*, *36*(4), 983-1005.

Rocciolo, F., Gheno, A., & Brooks, C. (2019). Optimism, volatility and decision-making in stock markets. *International Review of Financial Analysis*, *66*, 1-11.

Roguski, P. (2019). Overcoming the damage of disinformation. *New Eastern Europe*, *1* (35), 69-76.

Rosenthal, R., & Rubin, D. B. (1978). Interpersonal expectancy effects: The first 345 studies. *Behavioral and Brain Sciences*, *1*(3), 377-386.

Rossi, S., & Tinn, K. (2021). Rational quantitative trading in efficient markets. *Journal of Economic Theory*, 191, 105-127.

Rubenson, D., & Dawes, C. T. (2022). Subtle primes of in-group and out-group affiliation change votes in a large scale field experiment. *Scientific reports*, *12*(1), 1-10.

Rushdi, D. N. J. (2019). Establishing an Association between Risk Tolerance and Behavioral Biases Among Indian Investors. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, *9*(2), 10-21.

Sahi, S. K. (2017). Psychological biases of individual investors and financial satisfaction. *Journal of Consumer Behaviour*, *16*(6), 511-535.

Sano, F., Hisakado, M., & Mori, S. (2017). Mean field voter model of election to the house of representatives in Japan. In *Proceedings of the Asia-Pacific Econophysics Conference 2016—Big Data Analysis and Modeling toward Super Smart Society—(APEC-SSS2016)* (pp.11-16).

Santoro, L. R., & Beck, P. A. (2017). Social networks and vote choice. In J. N. Victor, A. H. Montgomery, M. Lubell (Eds.), *The Oxford handbook of political networks* (pp. 383–406). Oxford University Press.

Shah, H., Alam, J., & Jameel, S. (2016). Partisanship and Voting Behavior: A Case Study of General Election 2008 in District Charsadda. *Global Political Review*, *1*(1), 53-64.

Shefrin, H. (2010). Behavioralizing finance. *Foundations and Trends® in Finance*, *4*(1-2), 1-184.

Soraya, R., Risman, A., & Siswanti, I. (2023). The role of risk tolerance in mediating the effect of overconfidence bias, representativeness bias and herding on investment decisions. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, *6*(07), 3324-3335.

Sørensen, R. J. (2023). Educated politicians and government efficiency: Evidence from Norwegian local government. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 210, 163-179.

Statman, M. (2008). What is behavioral finance. *Handbook of finance*, *2*(9), 79-84.

Steppat, D., Castro Herrero, L., & Esser, F. (2022). Selective exposure in different political information environments–How media fragmentation and polarization shape congruent news use. *European Journal of Communication*, *37*(1), 82-102.

Şenkardeşler, R. A. (2016). Belirsizlik ve risk altında karar alma problemini geleneksel ve davranışsal finans perspektiflerinden değerlendirme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *8*(4), 360-379.

Thomas, N. C. (1968). Voting machines and voter participation in four Michigan constitutional revision referenda. *Western Political Quarterly*, *21*(3), 409-419.

Tiemann, G. (2022). Conditions of proximity and directional voting: Voter sophistication, political information, and party identification. *Electoral Studies*, 75, 1-8.

Trent, J. S., Short-Thompson, C., Mongeau, P. A., Metzler, M. S., Erickson, A. K., & Trent, J. D. (2010). Cracked and shattered ceilings: Gender, race, religion, age, and the ideal candidate. *American Behavioral Scientist, 54*(3), 163-183.

Trimborn, T., Frank, M., & Martin, S. (2018). Mean field limit of a behavioral financial market model. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 505, 613-631.

Ullah, N., & Yousaf, M. (2020). Self-efficacy and students' academic performance: Examining gender differences at higher secondary level. *Pakistan Social Sciences Review*, *4*(1), 27-39.

Ural, A., & Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Detay Yayıncılık

Vegetti, F., & Širinić, D. (2019). Left–right categorization and perceptions of party ideologies. *Political Behavior*, *41*(1), 257-280.

Wang, M. T. (2012). Educational and career interests in math: a longitudinal examination of the links between classroom environment, motivational beliefs, and interests. *Developmental psychology*, *48*(6), 1643-1663.

Wheeler, L. B., Thompson, K. V., Marbach-Ad, G., Sheehan, P., Bortiatynski, J. L., & Ghent, C. (2023). Factors predicting the extent to which STEM students value cross-disciplinary skills: A study across four institutions. *CBE—Life Sciences Education*, *22*(2), 1-20.

Winneg, K. M., Jamieson, K. H., & Hardy, B. W. (2014). Polls and elections party identification in the 2012 presidential election. *Presidential Studies Quarterly*, *44*(1), 143-156.

Yang, B., & Lester, D. (2008). Reflections on rational choice—The existence of systematic irrationality. *The Journal of Socio-Economics*, *37*(3), 1218-1233.

Zhou, R. T., & Lai, R. N. (2009). Herding and information based trading. *Journal of Empirical Finance*, *16*(3), 388-393.

EKLER

EK A Anket Formu

İyi günler,

Bu çalışma, Kastamonu Üniversitesinde yürütülen bir yüksek lisans tez çalışması adına yapılmaktadır. Vereceğiniz bilgiler yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacaktır.

Anketi yanıtlayarak çalışmaya katkı sağladığınız ve zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz. Saygılarımızla.

1.Cinsiyet	( )Kadın ( )Erkek
2.Yaş	( ) 18-24 ( ) 30-34 ( ) 40-44 ( ) 50+ ( ) 25-29 ( ) 35-39 ( ) 45-49
3.Eğitim Düzeyi	( )Lise ve Altı ( )Ön Lisans ( )Lisans ( )Yüksek Lisans ( )Doktora
4. Aylık Gelir	( ) 0-22000 TL ( ) 22001-40000 TL ( ) 40001-60000 TL ( ) 60001-80000 TL ( ) 80001-100000 TL ( ) 100000 TL ve Üzeri
5. Aylık Gelir Niteliği	( ) Geçinebilecek kadar kazanmıyorum ( ) Geçinebilecek kadar kazanıyorum ( ) Tasarruf edecek kadar kazanıyorum ( ) Lüks tüketim harcamaları yapacak kadar kazanıyorum
6. Çalışma Durumu?	( ) Öğrenci ( ) Ev hanımı ( ) Emekli ( ) Çalışıyorum ( ) Çalışmıyorum

Ek A'nın Devamı

	İşaretlerken lütfen aşağıdaki ölçeği kullanın. **(**Davranışsal Finans Ölçeği)	**KESİNLİKLE KATILMIYORUM**	**KATILMIYORUM**	**KARARSIZIM**	**KATILIYORUM**	**KESİNLİKLE KATILIYORUM**
1	Yapacağım yatırımlarda kendime güvenirim, zarar etme ihtimalim çok düşüktür.	1	2	3	4	5
2	Yapacağım yatırımlarda aşina olduğum şirket, yabancı para ya da kurum üzerine yatırım kararı veririm.	1	2	3	4	5
3	Başarılı olduğum yatırımlar, vermiş olduğum doğru kararların sonucunda gerçekleşmiştir.	1	2	3	4	5
4	Yatırımlarımda analiz yapmak yerine, finansal varlıklarının hareketliliğine bakarak karar veririm.	1	2	3	4	5
5	Sahip olduğum varlığın fiyatında bir değişiklik olduğunda, genellikle hemen varlığı satmayıp fiyatının yükselmesini beklerim.	1	2	3	4	5
6	Aynı tutardaki kâra ve zarara maruz kaldığımda, zarara kârdan daha fazla duyarlıyımdır.	1	2	3	4	5
7	Sahip olduğum varlıklar, mevcut finansal varlıklar arasında en iyi getiriye sahiptir	1	2	3	4	5
8	Bir yatırımda güçlü gördüğüm yatırım stratejisini, analiz yapmadan uygularım.	1	2	3	4	5
9	Sahip olduğum bilgiler ile yapacağım yatırımlarda zarar etme ihtimalim düşüktür	1	2	3	4	5
10	Yaptığım yatırımlarda kâr elde edebilmemin sebebi, sahip olduğum finansal bilgi kadar şans faktörü ile de alakalıdır	1	2	3	4	5
11	Ekonomi ile ilgili bir haber aldığımda, hızlı şekilde reaksiyon gösterip, portföylerimi o habere göre şekillendiririm	1	2	3	4	5
12	Yatırım kararım sonucunda zarar etme durumunda, bu olumsuz sonucu kabullenemem.	1	2	3	4	5
13	Yıl sonlarında mevcut finansal varlıkları, fiyat düşüşü beklediğim için satarım.	1	2	3	4	5
14	Yatırım kararı verirken, sürekli duyduğum finansal varlıkları tercih ederim	1	2	3	4	5
15	Yatırım kararı verirken, fiyat hareketliliği nedeniyle haftanın ilk günü yerine son günü yapmaya özen gösteririm.	1	2	3	4	5
16	Yatırım yapılırken medeni durumum ve sahip olduğum çocuk sayısı yatırım kararımı etkileyecektir.	1	2	3	4	5
17	Yatırımlarımda genellikle güçlü gördüğüm kişilerin yorumlarıyla hareket ederim.	1	2	3	4	5
18	Gerçekleşmesini kesin gördüğüm finansal olaylara yatırım yapma konusunda tereddüt yaşamam.	1	2	3	4	5
19	Yatırım yaparken şirketlerin tüm bilgileri yerine mevcut yorum ve özet bilgileri kullanırım	1	2	3	4	5
20	Havanın yağmurlu veya güneşli olması, vereceğim yatırım kararını etkilemektedir.	1	2	3	4	5
21	Kutsal bayramlar ve tatil günlerinden önce finansal varlıkların getirileri, sonraki günlere göre daha yüksektir	1	2	3	4	5
22	Yatırımlarımdaki başarısızlıkların nedeni, ekonominin kötü olmasıdır.	1	2	3	4	5
23	Yaptığım yatırımlarda, yaş durumum, mesleğim ve gelir durumum yatırım kararlarımı etkileyecektir.	1	2	3	4	5
24	Yatırımlarımda daha önce başarılı olmuş kişilerin yapmış olduğu yatırımları, kendi yatırım kararlarımda da uygularım.	1	2	3	4	5

Ek A'nın Devamı

	İşaretlerken lütfen aşağıdaki ölçeği kullanın. **(**Seçmen Davranışı Ölçeği)	**KESİNLİKLE KATILMIYORUM**	**KATILMIYORUM**	**KARARSIZIM**	**KATILIYORUM**	**KESİNLİKLE KATILIYORUM**
1	Seçimlerde ne olursa olsun partimin öne çıkardığı adayı desteklerim.	1	2	3	4	5
2	Adayın iktidar partisinden olması oy verme davranışımı etkiler	1	2	3	4	5
3	Adayın parti ile özdeşleşmesi oy verme davranışımı etkiler	1	2	3	4	5
4	İlk seçimde oy verdiğim partiye ikinci seçimde oy vermemi kabullenmem zor oldu.	1	2	3	4	5
5	İlk seçimde oy verdiğim partiye ikinci seçimde de oy vermek benim için zor oldu.	1	2	3	4	5
6	Seçimlere hile karıştırıldığını düşünmem oy verme davranışımı etkiler.	1	2	3	4	5
7	Sandıklardaki oyların seçim sonrası değiştirildiği düşüncesi oy verme davranışımı etkiler	1	2	3	4	5
8	Arkadaşlarımın "aday seçimi" oy verme davranışımı etkiler.	1	2	3	4	5
9	Tanıdıklarımın "aday seçimi" oy verme davranışımı etkiler.	1	2	3	4	5
10	Ailemin "aday seçimi" oy verme davranışımı etkiler.	1	2	3	4	5
11	Adayın açık hava toplantılarındaki (mitingler vb.) konuşmaları oy verme davranışımı etkiler	1	2	3	4	5
12	Adayın medyada yayınlanan olumsuz haberleri oy verme davranışımı etkiler.	1	2	3	4	5
13	Adayın yerel televizyonlardaki konuşmaları oy verme davranışımı etkiler.	1	2	3	4	5

EK B Etik Kurul İzni

T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu

TOPLANTI SAYISI	KARAR SAYISI	TOPLANTI TARİHİ
6	44	21.05.2025

DAĞITIM YERLERİNE

Prof. Dr. Tolga ULUSOY'un yardımcı araştırmacı, Yeşim HABERAL ŞEN'in sorumlu araştırmacı olarak yapmayı planladıkları **"Seçmen Davranışlarının Davranışsal Finans Teorileri ile İncelenmesi: Karadeniz Bölgesi'ndeki Seçmenlerin Ekonomik Tercihleri Üzerine Bir Araştırma"** isimli çalışmasıyla yapacağı 'Seçmen Davranışı Tutum ve Değerler Anketi' **ek'te yer alan şekliyle**; Kurulumuzca uygun bulunmuştur.

Bu bilgiler ışığında; onam formlarının gönüllülere imzalatılarak gerekli bilgilendirmelerin yapılması, veri toplama araçlarının (anket, ölçek, mülakat,...) uygulama izninin gerekli kurumlardan alınması, çalışmada kullanılacak olan veri toplama araçlarını geliştiren kişilerden müsaadelerinin alınmış olması, çalışmada ses/görüntü kaydı alınacaksa katılımcılardan gerekli izinlerin alınması, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında kişisel verilere dikkat edilerek katılımcılardan rızalarının alınması, veri toplamaya etik kurul kararından sonra başlanması ve etik davranış ilkelerine uyulması şartıyla söz konusu araştırmanın yapılmasına toplantıya katılan üyelerin oybirliği ile karar verilmiştir.

*Kurul Üyesi Prof. Dr. Tolga ULUSOY, idari izinli olması sebebiyle toplantıya katılmamıştır.
*Kurul Üyesi Prof. Dr. Kutay OKTAY, idari izinli olması sebebiyle toplantıya katılmamıştır.

Prof. Dr. Muharrem ÇETİN Kurul Başkanı	Prof. Dr. Yavuz UNAT Başkan Yardımcısı	Prof. Dr. Burhan BALTACI Kurul Üyesi
Prof. Dr. Abdullah Çağrı BİBER Kurul Üyesi	Prof. Dr. Selahattin KAYMAKCI Kurul Üyesi	

Ek: İlgili Çalışmanın Başvuru Evrakları

DAĞITIM LİSTESİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kuruluna
Sayın Prof. Dr. Tolga ULUSOY

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Belge Doğrulama Kodu: 4PM7AUU
Belge Takip Adresi: https://www.turkiye.gov.tr/kastamonu-universitesi-ebys

Adres: Kastamonu Üniversitesi Rektörlüğü, Kuzeykent Kampüsü, Merkez/Kastamonu
Telefon No: (0 366) 2801012
Faks No: (0 366) 2801139
e-Posta:
İnternet Adresi: www.kastamonu.edu.tr
Kep Adresi: kastamonuuniversitesi@hs01.kep.tr
Bilgi için : Serdar Durur
Raportör
Telefon No: (0 366) 2801144 - 1144