

# 31 MART'A DOĞRU SEÇİM ANKETLERİNİN GÜVENİLİRLİĞİ SORUNU

FATMA ZEHRA ÖZDEMİR

SETA | ANALİZ

MART 2024 · SAYI 414







# 31 MART'A DOĞRU SEÇİM ANKETLERİNİN GÜVENİLİRLİĞİ SORUNU

FATMA ZEHRA ÖZDEMİR



COPYRIGHT © 2024

Bu yayının tüm hakları Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları (SETA) Vakfı'na aittir. SETA'nın izni olmaksızın yayının tümünün veya bir kısmının elektronik veya mekanik [fotokopi, kayıt ve bilgi depolama vd.] yollarla basımı, yayımı, çoğaltılması veya dağıtımı yapılamaz. Kaynak göstermek suretiyle alıntı yapılabilir.

Bu yayındaki fikirler tamamen yazarına aittir ve SETA Vakfı'nın yayın politikasını yansıtmayabilir.

SETA Yayınları

ISBN: 978-625-6583-36-8

Uygulama: Said Demirtaş

Baskı: Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş., İstanbul

#### **SETA | SİYASET, EKONOMİ VE TOPLUM ARAŞTIRMALARI VAKFI**

Nenehatun Cd. No: 66 GOP Çankaya 06700 Ankara TÜRKİYE

Tel: +90 312 551 21 00 | Faks: +90 312 551 21 90

www.setav.org | info@setav.org | @setavakfi

#### **SETA | İstanbul**

Defterdar Mh. Savaklar Cd. Ayvansaray Kavşağı No: 41-43

34050 Eyüpsultan İstanbul TÜRKİYE

Tel: +90 212 395 11 00 | Faks: +90 212 395 11 11

#### **SETA | Washington D.C.**

1025 Connecticut Avenue, N.W., Suite 410

Washington D.C., 20036 USA

Tel: 202 223 98 85 | Faks: 202 223 60 99

www.setadc.org | info@setadc.org | @setadc

#### **SETA | Berlin**

Kronenstraße 1, 10117 Berlin GERMANY

berlin@setav.org

#### **SETA | Brüksel**

Avenue des Arts 6, 1000 Bruxelles BELGIUM

Tel: +32 2 313 39 41

## İÇİNDEKİLER

ÖZET	7
GİRİŞ	8
ANKETLER NEDEN VE NASIL YANILIR?	8
2023 SEÇİMLERİ SÜRECİNDE ANKETLER	10
31 MART'A DOĞRU İSTANBUL ANKETLERİ	13
SONUÇ	15

**FATMA ZEHRA ÖZDEMİR**

2017’de Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Felsefe Bölümü’nden ve 2022’de Anadolu Üniversitesi Sosyoloji Bölümü’nden mezun olmuştur. Yüksek lisans eğitimini Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Felsefe Bölümü’nde tamamlamıştır. Aynı üniversite ve bölümde doktora eğitimine devam etmektedir. Çalıştığı konular arasında siyaset felsefesi, siyasi ideolojiler ve gençlik sosyolojisi bulunmaktadır. 2019’dan beri SETA Siyaset Araştırmaları bünyesinde çalışmalarını sürdürmektedir.

## ÖZET

Bu analizde seçim anketlerinin neden ve nasıl yanıldığı sorusu ele alınmış ve bu bağlamda sıklıkla karşılaşılan metodolojik sorunlar, anket şirketlerinin kamuoyuyla paylaştığı seçim sonuçları ile uyumsuz veriler ve ortaya çıkan tartışmalar incelenmiştir.

31 Mart Mahalli İdareler Genel Seçimleri yaklaştıkça birçok araştırma şirketi anket sonuçları açıklamaktadır. Açıklanan her anket sonucu, güvenilirliği ve doğruluğu bakımından kamuoyunda çeşitli tartışmalara sebep olmaktadır. Bu tartışmaların yaşanmasında yakın dönemde gerçekleştirilen cumhurbaşkanı ve milletvekili genel seçimlerinin önemli bir payı bulunmaktadır. Zira 2023 seçimlerinin sonuçları anket şirketlerinin büyük oranda yanıldığını göstermiştir.

Bu analizde seçim anketlerinin neden ve nasıl yanıldığı sorusu ele alınmıştır. Bu bağlamda sıklıkla karşılaşılan metodolojik sorunlar, anket şirketlerinin kamuoyuyla paylaştığı seçim sonuçları ile uyumsuz veriler ve ortaya çıkan tartışmalar incelenmiştir. Analizde 2023 cumhurbaşkanı ve milletvekili genel seçimlerinde açıklanan anketler ile seçim sonuçları karşılaştırıldıktan sonra 31 Mart'a doğru İstanbul özelinde gerçekleştirilen seçim anketleri mercek altına alınmıştır.

## GİRİŞ

Her seçim döneminde olduğu gibi 31 Mart Mahalli İdareler Genel Seçimleri sürecinde de birçok anket sonucu gündeme gelmektedir. Farklı firmalar tarafından açıklanan anketler hem ana akım hem de sosyal medyada geniş şekilde yer bulmakta ve tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Ancak söz konusu anketler eş zamanlı gerçekleştirilmiş olmalarına rağmen birbirinden oldukça farklı sonuçlar sunması bakımından seçim tartışmalarına konu olmaktadır. Bu durum ise anketlerin ne ölçüde doğru olduğu ve gerçeği ne kadar yansıttığı sorularını akıllara getirmektedir.

Seçimler nihayete erdiğinde ve seçim sonuçları ile öncesinde açıklanan anket verileri karşılaştırıldığında aslında anketler özelinde yaşanan sorunun ne denli büyük olduğu görülmektedir. Zira bu karşılaştırma neticesinde anket sonuçları arasında çok büyük farklar olduğu ortaya çıkmaktadır. Söz konusu durum ise anketlerin güvenilirliğini büyük oranda zedelemektedir.

## ANKETLER NEDEN VE NASIL YANILIR?

Hem dünyada hem de ülkemizde seçim süreçleri araştırma şirketlerini, çeşitli kamuoyu araştırmalarını ve seçim anketlerini sürekli olarak gündemde tutmaktadır. Zira bu süreçlerde anket sayılarında büyük bir artış yaşanırken söz konusu anketlerin ise hem seçmen hem de partiler üzerinde etkili olduğu bilinmektedir. Ancak seçim sonuçları anket şirketlerinin büyük oranlarda yanıldığını ve seçim sonuçlarını doğru tahmin eden verilerin oldukça sınırlı olduğunu göstermektedir. Bu durum ise anketlerin güvenilirliğini büyük oranda zedelerken söz konusu yanılığın sebeplerini de düşündürmektedir.

Ülkemizde yapılan anket ve kamuoyu araştırmalarının başlıca problemleri anketlerde sıklıkla tercih edilen veri toplama ve örnekleme yöntemi ile hatalı soru yapısı gibi metodolojik sorunlardır. Bir diğer önemli sorun anket şirketlerinin siyasi partiler ve/veya aktörler ile ön plana çıkan ticari ilişkileridir. Bunlara ek olarak kamuoyu ile paylaşılan anketlerin yeterince şeffaf olmaması ve anket verileri ile ilgili herhangi bir sivil toplum odaklı denetim sisteminin mevcut olmaması da yaşanan sorunlara uygun zemin hazırlamaktadır.

Kamuoyuna sunulan anketlere dair güvensizlik oluşturan unsurların başında metodolojik problemler gelmektedir. Bu bağlamda özellikle örnekleme ve veri toplama yöntemlerinin tartışmalı olduğunu söylemek mümkündür. Günümüzde Computer Assisted Personal Interviewing (CAPI), Computer Aided Telephone Interview (CATI), Computer Aided Web Interviewing (CAWI) gibi birden fazla anket yöntemi mevcuttur.<sup>1</sup> Anket şirketlerinin en çok tercih ettiği

<sup>1</sup> Annette Scherpenzeel, "Online Interviews and Data Quality: A Multirait-Multimethod Study", *Draft Paper (MESS Workshop)*, 22-23 Ağustos 2008.



uygulama ise daha uygun bir maliyet sunması sebebiyle CATI'dır. CATI, bilgisayar destekli telefonla yapılan anket sistemidir. Bu yöntemde yaşanan sorunların başında “cevap vermeme hatası” gelmektedir.<sup>2</sup> Yüz yüze gerçekleştirilen anketlerde dahi katılımcının anketlere katılmak istememesi ve/veya yanıtlarını düşündüğü haliyle vermemesi önemli bir sorundur.<sup>3</sup> CATI ile yapılan anketlerde ise bu sorunun arttığını söylemek mümkündür. Zira bu yöntemde katılımcılar çoğunlukla anket görüşmelerini reddetmektedir. Ayrıca belirtmek gerekir ki aranan kişilerin iletişim bilgileri büyük oranda katılımcıların bilgi ve onayı dahilinde elde edilmemektedir. Bu da katılımcının ankete katılma ve/veya sorulara yanıt verme oranını düşürmektedir.<sup>4</sup>

Öte yandan katılımcılar ankete katılmayı kabul etse dahi telefon üzerinden düşüncelerini paylaşma konusunda endişe yaşayabilmekte ve bu sebeple düşüncelerini olduğu gibi aktaramama durumu ortaya çıkmaktadır. CATI yönteminin esas sorunu ise telefonla iletişime geçilen kişilerin buldukları yerin bilinme imkanının olmamasıdır. Özellikle cep telefonları üzerinden gerçekleştirilen bu anket yöntemi çoğunlukla örneklemin hatalı olması ile sonuçlanmaktadır. Bu da ciddi bir metodolojik sorunu ifade etmektedir.

Örnekleme seçimi ve araştırma tasarımı anketler için hayati öneme sahip unsurlardır. Örnekleme, bir evrenin veya popülasyonun temsilcisi olarak seçilen ve incelenen alt kümesidir.<sup>5</sup> Dolayısıyla hedef popülasyonu, seçim anketleri için Türkiye nüfusunu temsil edecek bir örnekleme oluşturmak sonuçların doğruluğu açısından

oldukça önemlidir. Örnek vermek gerekirse Ankara özelinde Çankaya CHP'nin ve Pursaklar da AK Parti'nin en yüksek oy aldığı ilçelerden biridir. Örneklemin ağırlıklı olarak Çankaya ilçesinden oluşması durumunda CHP'nin, Pursaklar'dan oluşması durumunda AK Parti'nin oy oranı doğal olarak daha yüksek görünecektir.<sup>6</sup>

**Anketlerin yanılmasının metodolojik sorunlar, örnekleme yöntemlerindeki hatalar, anket tasarımındaki eksiklikler, maddi imkanların kısıtlı olması, uzman ve nitelikli personel eksikliği gibi farklı birçok sebebi vardır.**

Örnekleme seçiminde siyasal tercihlerin yanı sıra sosyal, kültürel, ekonomik vb. farklılıkların yansıtılması da gereklidir. Aksi halde örnekleme Türkiye nüfusunu temsil etmekten uzak olacaktır. Yanlış örnekleme seçimi veya örnekleme büyüklüğü ve yapısındaki yetersizlikler sonuçların yanıltıcı olmasına neden olmakta, aynı zamanda anket sonuçlarının manipüle edilmesine de olanak sağlamaktadır. Bununla birlikte belirtmek gerekir ki örneklemin büyüklüğü ve anketin güvenilirliği arasında doğru orantı kurulması hatalıdır. Zira belirtildiği gibi güvenilirliği artıran husus örneklemin ne kadar büyük olduğu değil hedef popülasyonu ne kadar yansıtılabildiğidir.<sup>7</sup>

Soru tasarımı da sonuçlar üzerinde etkili olan bir diğer önemli husustur. Her şeyden önce araştırma sorularının ve belirlenen şıkların anlaşılır, açık ve tek tip olarak tasarlanması önemlidir. Soruların olumsuz ifadelerle sorulmaması, herhangi bir ön yargı içermeden nötr bir şekilde

2 Baki Laleoğlu, “Anketler Nasıl ve Neden Yanılır?”, *Kriter*, Cilt: 7, Sayı: 78, (2023).

3 Arlene G. Fink, *How to Sample in Surveys*, (Sage Publications, Londra: 2002), s. 27.

4 Laleoğlu, “Anketler Nasıl ve Neden Yanılır?”.

5 Fink, *How to Sample in Surveys*, s. 1-10.

6 Fatma Zehra Özdemir, “Seçimlerde Anketler Neden Yanılır?”, *Kriter*, Cilt: 8, Sayı: 80, (2023).

7 Fink, *How to Sample in Surveys*, s. 26.

sorulması gerekmektedir.<sup>8</sup> Aksi halde sorular katılımcıları belli bir yanıtı yönlendirecek şekilde dizayn edilebilmektedir. Bu durumda anketi uygulayan kişi veya kurumlar basit yönlendirmelerle görmek istedikleri sonuçları zorlanmadan elde edebilme imkanına sahiptir. Bir başka deyişle anket sonuçlarını manipüle etmek sadece örneklem seçimi, araştırma ve soru tasarımı üzerinden dahi mümkündür.

Ayrıca belirtmek gerekir ki birçok araştırma şirketinin en önemli müşterisini siyasi partiler ve/veya aktörler oluşturmaktadır. Dolayısıyla anket şirketlerinin birlikte çalıştıkları siyasi parti lehine sonuçları manipüle ettiği iddiası sıklıkla tartışılan bir durumdur. Anket çalışmalarının şeffaf bir şekilde paylaşılması da manipülasyon iddialarını güçlendirmektedir. Öte yandan anket çalışmaları ile ilgili yasal bir düzenlemenin ve/veya denetim sisteminin mevcut olmaması da bahsi geçen tüm bu sorunların önüne geçilmesini güçlendirmektedir.

## 2023 SEÇİMLERİ SÜRECİNDE ANKETLER

Anket manipülasyonunun son örneğini 14 Mayıs 2023 cumhurbaşkanı ve milletvekili genel seçimlerinde net bir şekilde görmek mümkündür. 14 Mayıs seçimleri gerek ulusal gerekse uluslararası medya kuruluşları tarafından Türkiye'nin ve hatta 2023'ün en kritik seçimleri olarak nitelendirilmektedir.<sup>9</sup> Hem yabancı medya kuruluşları hem de muhalefet; mevcut ekonomik durumun ve "asrın felaketi" olarak bilinen 6 Şubat depremlerinin oluşturduğu yıkımın iktidarı zayıflattırken muhalefeti ise güçlendirdiği kanısındaydı. Bu

süreçte farklı firmalar tarafından açıklanan anket verileri de söz konusu kanıyı büyük oranda güçlendirmişti. Zira açıklanan anketlerin önemli bir kısmı Kemal Kılıçdaroğlu'nu önde göstermekteydi. Milletvekili seçimleri özelindeki anketlerde ise AK Parti ve MHP'nin oy oranlarında dikkate değer bir düşüş; CHP'nin ve bazı anketlerde İYİ Parti'nin oy oranlarında ise yükseliş olduğu dikkat çekmekteydi.

Seçimlerin nihayetinde ise anketlerin büyük oranda yanıldığı görüldü. Cumhurbaşkanı seçimi ikinci tura kalmış olsa da Recep Tayyip Erdoğan yüzde 49,52 ve en yakın rakibi Kemal Kılıçdaroğlu yüzde 44,88 oy aldı. Diğer aday Sinan Oğan'ın oy oranı ise yüzde 5,17 oldu. Milletvekili seçimlerinde de AK Parti yüzde 35,6 oy oranı ile 268; MHP yüzde 10,1 ile 50 ve Yeniden Refah Partisi yüzde 2,8 oy ile 5 milletvekili çıkardı. Böylece Cumhur İttifakı toplam 323 sandalye ile Mecliste çoğunluğu oluşturdu. Toplam 212 milletvekiline sahip olan Millet İttifakı'nda ise CHP yüzde 25,3 ile 169 ve İYİ Parti yüzde 9,7 ile 43 vekil kazandı. Öte yandan Emek ve Özgürlük İttifakı toplam yüzde 10,6 oy oranı ile 65 sandalye alabildi. Paylaşılan anket verileri ise bu sonuçlardan büyük oranda farklılaşmaktaydı.

Tablo 1'de seçim arifesinde açıklanan on sekiz farklı araştırma şirketinin cumhurbaşkanı seçimi özelinde yaptığı ve kamuoyuna açıkladığı son seçim anket sonuçlarına yer verilmiştir. İstisnalar olmasına rağmen paylaşılan anket verilerinin büyük oranda seçim sonuçlarından farklılaştığı görülmektedir. Örneğin tabloda yer alan anketleri KONDA 6-7 Mayıs, Metropoll 9-10 Mayıs ve İstanbul Ekonomi Araştırma Anketi (İEA) de 12 Mayıs'ta gerçekleştirmiştir.

Cumhurbaşkanı seçimine yönelik anket verilerinin yer aldığı tabloda 18 farklı verinin 14'ünde Erdoğan'ın oy oranının Kılıçdaroğlu'nun gerisinde yer aldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra tablodaki 8 araştırma şirketi Kılıç-

8 Arlene Fink, *The Survey Kit: How to Ask Survey Question*, (Sage Publications, Londra: 2003).

9 Bobby Ghosh, "The World's Most Important Election in 2023 will be in Turkey", Bloomberg, 9 Ocak 2023; Nektaria Stamouli, "2023's Most Important Election: Turkey", *Politico*, 17 Nisan 2023.

TABLO 1. ANKETLERE GÖRE 2023 CUMHURBAŞKANI SEÇİMİ

	ERDOĞAN	KILIÇDAROĞLU	OĞAN
<b>14 MAYIS SONUÇLARI</b>	<b>49,52</b>	<b>44,88</b>	<b>5,17</b>
KONDA	43,7 [-5,8]	49,3 [+4,4]	4,8 [-0,4]
OPTİMAR	50,4 [+0,9]	44,7 [-0,1]	3,4 [-1,7]
TEAM	44,4 [-5,1]	47,4 [+2,6]	2,1 [-3,0]
MAK	45,4 [-4,1]	50,9 [+6,0]	2,0 [-3,2]
METROPOLL	46,9 [-2,6]	49,1 [+4,2]	2,7 [-2,5]
İEA	45,6 [-3,9]	50,5 [+5,6]	3,9 [-1,3]
ORC	44,2 [-5,3]	51,7 [+6,8]	2,8 [-2,4]
ARTIBİR	44,6 [-4,9]	50,1 [+5,2]	2,3 [-2,9]
PIAR	45,3 [-4,2]	51,3 [+6,4]	2,6 [-2,6]
ALF	44,7 [-4,8]	51,2 [+6,3]	2,5 [-2,7]
SAROS	46,0 [-3,5]	51,0 [+6,1]	2,9 [-2,3]
AVRASYA	44,2 [-5,3]	51,3 [+6,6]	3,1 [-2,1]
GENAR	53,3 [+3,7]	44,6 [-0,3]	1,1 [-4,1]
ADA	50,6 [+1,0]	44,8 [-0,1]	2,9 [-2,3]
AREA	46,1 [-3,4]	49,1 [+4,2]	3,5 [-1,7]
YÖNEYLEM	44,4 [-5,1]	49,5 [+4,6]	4,7 [-0,5]
AKSOY	45,6 [-3,9]	47,9 [+3,0]	5,7 [+0,5]
SONAR	48,8 [-0,7]	44,1 [-0,8]	3,5 [-1,7]
<b>ORTALAMA</b>	<b>-3,1</b>	<b>+4,0</b>	<b>-2,0</b>

Kaynak: Tablo yazarın *Kriter* dergisinde yayımlanan yazısındaki verilerden derlenerek hazırlanmıştır. Bkz. Özdemir, "Seçimlerde Anketler Neden Yanıldı?".

daroğlu'nun yüzde 50'nin üzerinde oy oranına sahip olduğunu ve seçimin ilk turda Kılıçdaroğlu lehine bittiğini göstermektedir. Erdoğan'ı Kılıçdaroğlu'nun önünde gösteren ise yalnızca 4 anket bulunmaktadır. Bunların 3'ünde Erdoğan seçimi ilk turda kazanırken 1'inde seçim ikinci tura kalmaktadır.

Tabloda yer alan anketlerde Erdoğan 14 Mayıs'ta aldığı oy oranından ortalama 3,1 puan eksik ve Kılıçdaroğlu ise ortalama 4 puan fazla gösterilmiştir. Anketlerde Erdoğan'ın aldığı en düşük oy oranı yüzde 43,7 ve en yüksek oy oranı ise yüzde 53,3'tür. Kılıçdaroğlu'nun ise en düşük oyu yüzde 44,1 ve en yüksek yüzde 51,7 olarak verilmiştir. Bununla birlikte belirtmek gerekir ki

her ne kadar Tablo 1'de seçim öncesindeki son anket verileri kullanılmış olsa da paylaşılan bu verilerden önce yapılan araştırmalarda da Kılıçdaroğlu'nun oy oranı bunlara nispetle çok daha yüksek seviyelerde gösterilmiştir. Örneğin PİAR Araştırma'nın Mart 2023'te yaptığı ankette Kılıçdaroğlu'nun oy oranı yüzde 57,1 olarak verilmiştir.<sup>10</sup> Seçimler yaklaştıkça bu oranın kademeli bir şekilde düşürüldüğü görülmüştür.

Öte yandan anketlerin Sinan Oğan'ın oy oranları konusunda da büyük oranda yanıldığı görülmektedir. Tablo 1'de yer alan anketlerde Oğan'ın yüzde 5,17 olan oy oranı ortalama 2

<sup>10</sup> PİAR Araştırma, Twitter (X), <https://x.com/PiarArastirma/status/1634234492469616640?s=20>, (Erişim tarihi: 14 Mart 2024).

TABLO 2. ANKETLERE GÖRE 2023 MİLLETVEKİLİ SEÇİMLERİ

	AK PARTİ	MHP	CHP	İYİ PARTİ	YSP/DEM PARTİ
<b>14 MAYIS SONUÇLARI</b>	<b>35,61</b>	<b>10,07</b>	<b>25,33</b>	<b>9,69</b>	<b>8,82</b>
<b>KONDA</b>	35,0 (-0,6)	8,0 (-2,1)	27,3 (+2,0)	12,4 (+2,7)	10,5 (+1,7)
<b>TEAM</b>	35,9 (+0,3)	7,5 (-2,6)	27,6 (+2,3)	11,5 (+1,8)	11,2 (+2,4)
<b>OPTİMAR</b>	38,0 (+2,4)	8,7 (-1,4)	27,7 (+2,4)	8,4 (-1,3)	8,1 (-0,7)
<b>MAK</b>	36,9 (+1,3)	6,6 (-3,5)	30,1 (+4,8)	12,6 (+2,9)	10,4 (+1,6)
<b>METROPOLL</b>	40,1 (+4,5)	5,1 (-5,0)	24,6 (-0,7)	9,6 (-0,1)	12,8 (+4,0)
<b>ORC</b>	34,5 (-1,1)	7,3 (-2,8)	28,4 (+3,1)	13,7 (+4,0)	10,6 (+1,8)
<b>ARTİBİR</b>	32,3 (-3,3)	6,4 (-3,7)	31,4 (+6,1)	10,2 (+0,5)	11,9 (+3,1)
<b>PIAR</b>	30,8 (-4,8)	7,1 (-3,0)	32,3 (+7,0)	8,3 (-1,4)	11,6 (+2,8)
<b>ALF</b>	35,5 (-0,1)	7,8 (-2,3)	27,8 (+2,5)	12,3 (+2,6)	10,8 (+2,0)
<b>SAROS</b>	36,7 (+1,1)	6,1 (-4,0)	26,5 (+1,2)	10,5 (+0,8)	12,3 (+3,5)
<b>AVRASYA</b>	35,1 (-0,5)	7,9 (-2,2)	33,0 (+7,7)	8,6 (-1,1)	9,7 (+0,9)
<b>GENAR</b>	40,7 (+5,1)	7,6 (-2,5)	23,1 (-2,2)	7,0 (-2,7)	10,8 (+2,0)
<b>YÖNEYLEM</b>	35,5 (-0,1)	7,8 (-2,3)	30,4 (+5,1)	9,6 (-0,1)	10,2 (+1,4)
<b>AKSOY</b>	34,7 (-0,9)	6,8 (-3,3)	32,1 (+6,8)	9,0 (-0,7)	9,6 (+0,8)
<b>ORTALAMA</b>	<b>+0,2</b>	<b>-2,9</b>	<b>+3,4</b>	<b>+0,6</b>	<b>+2,0</b>

Kaynak: Tablo yazarın *Kriter* dergisinde yayımlanan yazısındaki verilerden derlenerek hazırlanmıştır. Bkz. Özdemir, "Seçimlerde Anketler Neden Yanıldı?".

puan eksik gösterilmiştir. Ancak burada Muharrem İnce'nin seçimlere çok az bir süre kala adaylıktan çekilmesinin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Zira İnce'nin adaylıktan çekilmesiyle ona oy verecek seçmenin önemli bir kısmının Oğan'a yöneldiği ve bu sebeple oy oranlarında artış yaşandığı ifade edilmektedir.<sup>11</sup>

Bunların yanı sıra seçim öncesinde milletvekili seçimleri özelinde yapılan son anketlere baktığımızda ortaya şu tablo çıkmaktadır: Milletvekili seçim anketlerinde AK Parti'nin en düşük oyu yüzde 30,8 ve en yüksek oyu 40,7'dir. Aynı ayda ve birbirine yakın günlerde farklı anket şirketleri tarafından yapılan iki araştırma arasında yaklaşık 10 puanlık farkın olması dikkat çekmektedir. Bu durum aynı zamanda metodolojik açıdan açıklanması güç bir durumu teşkil etmektedir.

<sup>11</sup> "Sinan Oğan: Muharrem İnce'nin Tabanı Bize Gelecek", NTV, 12 Mayıs 2023.

TABLO 3. ANKETLERDE PARTİLERİN EN DÜŞÜK VE EN YÜKSEK OY ORANLARI

	Oran (Yüzde)	Anket Şirketi
<b>AK PARTİ (En Yüksek)</b>	40,7	GENAR
<b>AK PARTİ (En Düşük)</b>	30,8	PIAR
<b>Fark</b>	<b>9,9</b>	
<b>CHP (En Yüksek)</b>	33,0	AVRASYA
<b>CHP (En Düşük)</b>	23,1	GENAR
<b>Fark</b>	<b>9,9</b>	
<b>İYİ PARTİ (En Yüksek)</b>	13,7	ORC
<b>İYİ PARTİ (En Düşük)</b>	7,0	GENAR
<b>Fark</b>	<b>6,7</b>	
<b>YSP (En Yüksek)</b>	12,8	METROPOLL
<b>YSP (En Düşük)</b>	8,1	OPTİMAR
<b>Fark</b>	<b>4,7</b>	
<b>MHP (En Yüksek)</b>	8,7	OPTİMAR
<b>MHP (En Düşük)</b>	5,1	METROPOLL
<b>Fark</b>	<b>3,6</b>	

Tablo 3'te en çok dikkat çeken husus MHP'nin tüm anketlerde olduğundan daha düşük; CHP'nin ve o dönemki adı ile YSP'nin (DEM Parti) ise neredeyse tüm anketlerde olduğundan daha yüksek gösterilmesidir. MHP'in oy oranının son anketlere göre yüzde 5,1'e kadar gerilediği gösterilmiştir. Alabileceği en yüksek oy oranı ise yüzde 8,7 olarak tahmin edilmiştir. Anketlerin ortalaması alındığında MHP'nin yaklaşık 3 puan eksik gösterildiği anlaşılmaktadır. CHP ise birkaçı hariç olmak üzere genel olarak anketlerde olduğundan daha yüksek oy oranında çıkmıştır. Avrasya Araştırma Şirketi, CHP'nin oy oranını yüzde 33'e kadar yükseltmiştir. Bu oran mevcut durumda CHP'nin aldığı oydan 7,7 puan fazladır. CHP'nin anketlerde ortalama 3,4 puan yüksek gösterildiği anlaşılmaktadır. Söz konusu YSP olduğunda ise seçimlerin anket şirketleri için beklenmedik bir sonuç ortaya çıkardığı açıktır.

İYİ Parti'nin en düşük oyu yüzde 7,0 ve en yüksek oyu yüzde 13,7 olarak verilmiştir. Ancak bu noktada tabloda yer almayan fakat açıklandığı dönem büyük tartışmalara neden olan bir anket verisini daha paylaşmakta fayda bulunmaktadır. KONDA'nın Mayıs 2022'de yaptığı anket araştırmasında İYİ Parti'nin oy oranı yüzde 21,7 olarak verilmiştir. AK Parti'nin yüzde 28,7 olarak gösterildiği bu anket hakkında söz konusu veriler sebebiyle "sahte" olduğu yorumları yapılmış ve sonuçlar tartışma konusu olmuştur.<sup>12</sup> Tablo 2'de aynı şirket tarafından yapılan seçim öncesi son ankette ise İYİ Parti'nin oy oranı yüzde 12,4 olarak verilmiştir.

2023 seçimleri anketlerin ne düzeyde yanıldığını göstermesi bakımından oldukça önemlidir. Nitekim 14 Mayıs seçimlerinde yaşanan başarısızlık neticesinde ikinci tur öncesi

yayımlanan anket sayısı oldukça sınırlı olmuştur. Ancak üzerinden geçen zamanın da etkisiyle 31 Mart seçim sürecinde anketler yeniden yoğun bir şekilde paylaşılmaya ve tartışma konusu olmaya devam etmektedir.

Anketlerin metodolojilerinin şeffaf bir şekilde sunulmaması onları manipülasyona oldukça açık hale getirmektedir. Bu sorunun çözümü ise sivil toplum denetim mekanizmalarının inşası ve kamuoyu baskısı ile mümkündür.

## 31 MART'A DOĞRU İSTANBUL ANKETLERİ

Her seçim döneminde olduğu gibi 31 Mart Mahalli İdareler Genel Seçimleri sürecinde de birçok anket yapılmakta ve bu anketler gündemde geniş yer tutmaktadır. Her ne kadar 2023 seçimlerinden sonra anket şirketlerinin neredeyse tamamı büyük bir başarısızlık yaşamışsa da 31 Mart seçimleri sürecinde anketlerin ve bunlar üzerinden gerçekleştirilen tartışmalı anket sonuçlarının tekrar ortaya çıktığı görülmektedir.

31 Mart yerel seçimleri sürecinde bilhassa İstanbul özelinde birçok anket verisi açıklanmış ve açıklanmaya da devam etmektedir. İstanbul hem Türkiye'nin en kalabalık şehri olması hem de 2019 yerel seçimlerinde yönetiminin AK Parti'den CHP'ye geçmesi nedeniyle 31 Mart seçimleri sürecinde ön plana çıkmaktadır. İstanbul'da yarışın AK Parti adayı Murat Kurum ve CHP adayı Ekrem İmamoğlu arasında geçtiğini söylemek mümkündür. Seçim anketlerinin de rekabetin iki aday arasında başa baş olduğu kabul edilen İstanbul'da yoğunlaştığı görülmektedir. Zira daha önce bahsedildiği gibi 2023 seçimleri sürecinde yaşananlar mevcut durumda

<sup>12</sup> Koray Aydın, X, 2 Haziran 2022, <https://x.com/korayaydintr/status/1532415990742515713?s=20>, (Erişim tarihi: 14 Mart 2024).

açıklanan anketlerin güvenilirliğine gölge düşürmektedir. Nitekim geçtiğimiz seçim sürecinde belirli parti ve adayların oy oranlarının yüksek olduğuna dair veriler açıklayan anket şirketi yöneticilerinin daha sonra söz konusu partilerde siyasete başlaması, yaşanan güven sorununu daha da derinleştirmektedir.

Öte yandan bazı partilerle çalıştığı bilinen araştırma şirketlerinin kamuoyuna açık yayınladığı anketlerde bu partileri yüksek oranda vermesi paylaşılan verilere yönelik güveni sarsmaktadır. Bunların yanı sıra yine seçim sonrası süreçte siyasi partilerin bazı anket şirketlerinden oy oranlarını yüksek göstermesi için para karşılığında “ismarlama anket” talep ettiği iddiaları<sup>13</sup> ise siyasi partiler ile anket şirketleri arasındaki ilişkiyi gözler önüne sermektedir.

Anketlerle ilgili güvensizliği perçinleyen bir diğer açıklama ise yakın dönemde yapılmıştır. Bir araştırma şirketi başkanı yaptıkları anketlerde Kemal Kılıçdaroğlu’nun oy oranının düşük çıktığını, bu sebeple 14 Mayıs seçimlerinden önce Kılıçdaroğlu’nu aday olmaması yönünde “güçlü” bir şekilde uyardığını açıklamıştır.<sup>14</sup> Ancak söz konusu kişinin seçimlerden dört gün önce kamuoyuna açıkladığı anketlerde Kılıçdaroğlu’nun oy oranı yüzde 49,1 ve Erdoğan’ın oy oranı yüzde 46,9 olarak gösterilmiştir.<sup>15</sup> Dolayısıyla anket verisi ile bu ifadeler arasındaki çelişkili durum anketlerin güvenilirliği konusunda tartışma oluşturmuştur.

Öte yandan 2023 seçimlerindeki anketler manipülasyon iddiaları eşliğinde halen tartışılmaya devam ederken 31 Mart yerel seçimleri özelinde birçok anket gerçekleştirilmektedir. Hem seçim sürecinde hem de anketlerde İstan-

bul Büyükşehir Belediyesinin (İBB) ön plana çıktığı görülmektedir.

Tablo 4’te 31 Mart seçimlerine giderken yapılan son İstanbul anketleri yer almaktadır: Tabloda İBB seçimleri özelinde gerçekleştirilen on sekiz ankete yer verilmiştir. Anketlerde İstanbul’daki yarışın Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu arasında geçtiği görülmektedir. Anketlerin bir kısmında ise İmamoğlu önde gösterilmiştir. Kararsızların dağıtılmış olduğu anketlerde Kurum’un en düşük ve en yüksek oy oranları yüzde 37,0 ve yüzde 44,1’dir. Bu oranlar İmamoğlu için yüzde 40,3 ve yüzde 44,5’tir.

Anketlerde iki aday arasında –geçmişte Erdoğan-Kılıçdaroğlu anketlerinde olduğu gibi– açık bir fark olmadığı gözlemlenmektedir. Bu noktada özellikle 2023 seçimlerinde anket şirketlerinin büyük oranda yanılması ve bu yanılığının metodolojik olarak açıklanamaması anketler üzerinde etkili olmuş gibi görünmektedir. Zira artık anketlerin, adayları büyük oranda “hata payı” ile açıklanabilecek sapmalar üzerinden önde veya geride gösterdiği dikkat çekmektedir.

## SONUÇ

Anketlerin güvenilirliği ve doğruluğu konusundaki tartışmalar her seçim döneminde gündeme gelmekte ve seçim sonuçlarıyla karşılaştırıldığında ortaya çıkan farklar söz konusu tartışmaları derinleştirmektedir. Bilhassa 2023 cumhurbaşkanı ve milletvekili genel seçimleri anketlerin ne düzeyde yanıldığını açık bir şekilde ortaya koymuştur.

Anketlerin yanılmasının birçok farklı sebebi olduğu görülmektedir. Metodolojik sorunlar, örnekleme yöntemlerindeki hatalar, anket tasarımındaki eksiklikler, maddi imkanların kısıtlı olması, uzman ve nitelikli personel eksikliği söz konusu sebeplerin birkaçını oluşturmaktadır. Ancak bunların yanı sıra anket şirketlerinin be-

13 “Kemal Özkiraz’dan İYİ Parti İddiası: Akşener Ismarlama Anket için Para Teklif Etti”, *Sabah*, 27 Kasım 2023.

14 Medyascope, YouTube, 7 Mart 2023, <https://www.youtube.com/watch?v=C5acH1q0e2w>, (Erişim tarihi: 15 Mart 2024).

15 “Kılıçdaroğlu’nu Önde Gösteren Anket Şirketleri Sessizliğe Gömüldü”, *Yeni Şafak*, 17 Mayıs 2023.

TABLO 4. ANKETLERE GÖRE 31 MART 2024 İBB SEÇİMLERİ\*, \*\*

		AK PARTİ	CHP	İYİ PARTİ	DEM PARTİ	ZAFER PARTİSİ	YENİDEN REFAH PARTİSİ	KARARSIZ***	DİĞER
ASAL	Ocak	32,8	36,4	3,0	4,4	-	3,8	11,0	8,6
YÖNEYLEM	Ocak	32,9	39,1	2,8	4,8	-	3,6	9,7	6,9
ORC	10-12 Şubat	37,7	36,5	3,6	6,8	3,7	2,9	7,1	1,7
Dİ-EN	16-22 Şubat	41,2	40,8	3,8	5,5	1,7	2,3	-	4,7
TÜSİAR	18-21 Şubat	41,7	40,3	4,0	4,3	-	3,6	-	6,1
OPTİMAR	21-24 Şubat	42,4	42,0	2,2	4,1	3,6	3,4	-	2,3
METROPOLL	21-22 Şubat	40,2	43,5	3,1	6,1	2,5	2,3	-	2,3
ÖZDEMİR	23-24 Şubat	37,0	42,5	4,8	5,6	3,4	4,1	-	2,6
ASAL	23-27 Şubat	40,8	41,9	3,6	4,5	2,5	2,9	-	3,8
SAROS	Şubat	40,2	45,4	4,4	3,4	-	3,7	2,9	-
PİAR	Şubat	31,7	32,9	5,2	5,4	4,6	2,8	6,9	9,5
SER-AR	1-5 Mart	39,4	43,1	2,2	5,1	3,2	5,3	-	1,7
ARTİBİR	4-8 Mart	35,7	38,2	3,4	4,8	-	2,6	10,3	5,0
GEZİCİ	Mart	44,1	43,5	1,7	4,1	3,1	2,3	-	1,2
MAK	Mart	40,0	41,5	4,0	3,0	2,0	2,5	5,0	2,0
HBS	Mart	40,6	42,3	5,1	4,2	2,9	2,5	-	2,4
SPECTRUM HOUSE	15-20 Mart	39,0	43,9	2,6	4,7	3,3	3,7	-	2,8
YÖNEYLEM	16-18 Mart	40,3	44,5	3,0	4,4	2,9	3,6	-	1,3

\* Tabloda yazı kaleme alındığında açıklanan son anketlere yer verilmiştir.

\*\* Tablodaki anketlerin bazıları parti isimleri ile bazıları ise aday isimleri ile gerçekleştirilmiştir. Bütünlük olması açısından tabloda parti isimlerine yer verilmiştir.

\*\*\* Tabloda yer alan anketlerin bazılarında kararsızlar dağıtılmışken bazılarında ise dağıtılmamıştır.

lirli siyasi partilere yakın olması ve bu partilerle çalışması, siyasi amaçlarla yapılan anketlerin sonuçlarını da tartışmalı hale getirmektedir.

Anketlerin toplumsal algıyı etkilediği ve hatta bazı zamanlar biçimlendirdiği de bilinen bir gerçektir. Seçmen davranışlarını, tercihlerini ve eğilimlerini anlamak; siyasi partilerin stratejilerini belirlemek ve medyanın gündemini şekillendirmek için anketler önemli bir veri kaynağıdır. Ancak her seçim döneminde yoğun bir şekilde karşılaştığımız manipülasyon girişimleri

anket verilerinin güvenilirliği ve doğruluğunu şüphe altında bırakmaktadır.

Kamuoyuna açıklanan anketlerin metodolojilerinin şeffaf bir şekilde sunulmaması ve şirketlerin bu tür bir açıklama yapma zorunluluğunun bulunmaması da anketleri manipülasyona oldukça açık hale getirmektedir. Bu sorunun çözümü ise sivil toplum denetim mekanizmalarının inşası ve kamuoyu baskısı ile mümkündür.

# 31 MART'A DOĞRU SEÇİM ANKETLERİNİN GÜVENİLİRLİĞİ SORUNU

FATMA ZEHRA ÖZDEMİR

## SETA | ANALİZ

31 Mart Mahalli İdareler Genel Seçimleri yaklaştıkça birçok araştırma şirketi anket sonuçları açıklamaktadır. Açıklanan her anket sonucu, güvenilirliği ve doğruluğu bakımından kamuoyunda çeşitli tartışmalara sebep olmaktadır. Bu tartışmaların yaşanmasında yakın dönemde gerçekleştirilen cumhurbaşkanı ve milletvekili genel seçimlerinin önemli bir payı bulunmaktadır. Zira 2023 seçimlerinin sonuçları anket şirketlerinin büyük oranda yanıldığını göstermiştir.

Bu analizde seçim anketlerinin neden ve nasıl yanıldığı sorusu ele alınmıştır. Bu bağlamda sıklıkla karşılaşılan metodolojik sorunlar, anket şirketlerinin kamuoyuyla paylaştığı seçim sonuçları ile uyumsuz veriler ve ortaya çıkan tartışmalar incelenmiştir. Analizde 2023 cumhurbaşkanı ve milletvekili genel seçimlerinde açıklanan anketler ile seçim sonuçları karşılaştırıldıktan sonra 31 Mart'a doğru İstanbul özelinde gerçekleştirilen seçim anketleri mercek altına alınmıştır.

[www.setav.org](http://www.setav.org)

ANKARA • İSTANBUL • WASHINGTON D.C. • BERLİN • BRÜKSEL