

T.C.
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KAMU YÖNETİMİ VE SİYASET BİLİMİ ANABİLİM DALI
KAMU YÖNETİMİ VE SİYASET BİLİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

SEÇMEN DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE
SEÇMENLERİN İKİNCİ PARTİ TERCİHLERİ

Yüksek Lisans Tezi

Erhan Çelik

Ankara-2021

T.C.
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KAMU YÖNETİMİ VE SİYASET BİLİMİ ANABİLİM DALI
KAMU YÖNETİMİ VE SİYASET BİLİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

SEÇMEN DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE
SEÇMENLERİN İKİNCİ PARTİ TERCİHLERİ

Yüksek Lisans Tezi

Erhan Çelik

Tez Danışmanı

Prof. Dr. İsmail Bircan

Ankara-2021

KABUL VE ONAY

Erhan elik tarafından hazırlanan ‘‘Seçmen Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve Seçmenlerin İkinci Parti Tercihleri’’ başlıklı bu çalışma, 21/01/2021 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi Anabilim dalında Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Halil İbrahim ÜLKER (Başkan)

Prof. Dr. İsmail BİRCAN (Danışman)

Prof. Dr. B. Pınar ÖZDEMİR (Üye)

Enstitü Müdürü
Prof. Dr. Dilaver TENGİLİMOğLU

ETİK BEYAN

Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesi'ne uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasını;

- Akademik ve etik kurallar çerçevesinde hazırladığımı,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir,

Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

21/01/2021

Erhan Çelik

ÖZ

ÇELİK, Erhan. Seçmen Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve Seçmenlerin İkinci Parti Tercihleri, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2021.

Seçmenlerin oy verme davranışları 1900’lü yılların başından itibaren araştırılan bir konudur. Bu konuda yapılan araştırmalar çoğunlukla oy verme davranışını etkileyen faktörler üzerine olmuştur. Bu çalışmanın temel amacı, seçimlerde seçmenlerin oy verme davranışlarını etkileyen faktörlerle birlikte ikinci parti seçimlerinin nasıl olduğunu araştırmaktır. Literatürde seçmenlerin ikinci parti tercihlerinin nasıl şekillendiğine yönelik araştırmayla karşılaşılabilmesi, bu araştırmanın önemini artırmaktadır.

Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Ankara ilinde yaşayan seçmen kitlesi ile anket çalışması yapılmış, elde edilen veriler istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. Yapılan analizler sonucunda seçmenlerin büyük bir çoğunluğunun yeni parti kurulmasına sıcak bakmadığı, buna karşılık partilerin lider değişikliğine gitmelerini gerekli gördüğü tespit edilmiştir. Ayrıca ikinci parti tercihi yapma noktasında seçmenlerin büyük bir çoğunluğunun birinci partilerinin görüşlerine uygun bir başka partiyi ikinci parti olarak gösterdikleri, diğer bir ifadeyle ideolojik yaklaşımlarının parti seçiminde ön planda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ulaşılan önemli sonuçlardan birisi ise seçmenlerin büyük bir çoğunlukla oy verme davranışlarını bilinçli bir şekilde yaptıkları, istedikleri adayın ve benimsedikleri görüşün seçilebilmesi amacıyla oy verdikleri sonucudur.

Anahtar Kelimeler

Seçim, Seçmen, İkinci Parti Tercihi

ABSTRACT

ÇELİK, Erhan. Factors Affecting Voter Behavior and Second Party Preferences of Voters, Master's Thesis, Ankara, 2021.

Voting behavior of the voters has been an issue that has been investigated since the early 1900s. Research on this subject has mostly been on factors affecting voting behavior. The main purpose of this study is to investigate the factors affecting the voting behavior of the voters in the elections together with the second party elections. Lack of research in the literature on how voters' second party preferences are shaped increases the importance of this study.

In this study, in which quantitative research method was used, data were collected by questionnaire method. A survey was conducted with the electorate living in Ankara, and the data obtained were subjected to statistical analysis. As a result of the analysis made, it was determined that the majority of the voters did not lean towards the establishment of a new party, but found it necessary for the parties to change their leaders. In addition, at the point of making a second party preference, it was concluded that the majority of the voters showed another party in line with the views of their first party as the second party, in other words, their ideological approach was at the forefront in party election. One of the important conclusions reached is that the majority of the voters do their voting behavior consciously and they vote in order to choose the candidate they want and the opinion they adopt.

Keywords

Election, Voter, Second Party Preference

TEŞEKKÜR

Lisansüstü eğitim sürecimde ve yapmış olduğum tez çalışmamda, bilgisi ve desteğiyle yol gösteren değerli danışman Hocam İsmail Bircan'a,

Eğitim sürecimize katkıda bulunan Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne ve tüm değerli hocalarına,

Ve beni her koşulda destekleyen, bugünlere gelmemi sağlayan, her zaman yanımda olan annem başta olmak üzere değerli aileme ve eşime minnet ve teşekkür ederim.



İÇİNDEKİLER

ÖZ	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
İÇİNDEKİLER	iv
SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ	vi
TABLolar DİZİNİ	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. LİTERATÜR TARAMASI	7
1.1. Bağımlı Değişken “Seçmen Davranışı”	7
1.2. Bağımsız Değişkenler	8
1.2.1. Cinsiyet	9
1.2.2. Yaş	9
1.2.3. Eğitim	11
1.2.4. Aile	13
1.2.5. Ekonomi	15

İKİNCİ BÖLÜM

2. KURAMSAL ARKA PLAN	19
2.1. Seçmen Davranışları	19
2.1.1. Oy verme davranışının sosyolojik modeli (Columbia Okulu)	22
2.1.2. Oy verme davranışının psikososyal modeli (Michigan Okulu)	24
2.1.3. Oy verme davranışının rasyonel seçim modeli (Rochester Okulu)	25
2.2. Seçmenlerin İkinci Parti Tercihleri	27
2.3. Türkiye’de Seçmen Davranışlarını Etkileyen Faktörler	29

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. UYGULAMA	32
3.1. Araştırmanın Yöntemi.....	32
3.2. Evren ve Örneklem	32
3.3. Varsayımlar ve Sınırlılıklar.....	33
3.4. Veri Toplama Aracı.....	33
3.5. Analizler ve Bulgular	34

3.5.1.	Demografik özellikler	34
3.5.2.	Siyasal ve sosyokültürel özellikler.....	37
3.5.3.	İkinci parti tercih eğilimleri	44
3.5.4.	Dini eğilimler ve yaşam memnuniyeti	53
3.5.5.	Oy verme davranışları	58
3.5.6.	Kurumlara güven.....	61

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	65
-------------------------------	-----------

KAYNAKÇA	71
-----------------------	-----------

EKLER.....	79
-------------------	-----------

TURNITIN RAPORU.....	87
-----------------------------	-----------

ÖZGEÇMİŞ.....	91
----------------------	-----------

SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ**Kısaltmalar**

AB

ABD

AKP

BBP

CHP

DİB

HDP

MHP

TBMM

TSK

Açıklamalar

Avrupa Birliği

Amerika Birleşik Devletleri

Adalet ve Kalkınma Partisi

Büyük Birlik Partisi

Cumhuriyet Halk Partisi

Diyanet İşleri Başkanlığı

Halkların Demokratik Partisi

Milliyetçi Hareket Partisi

Türkiye Büyük Millet Meclisi

Türk Silahlı Kuvvetleri

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1: Demografik Değişkenlere Göre Dağılımlar.....	34
Tablo 2: En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformu.....	36
Tablo 3: Kayıtlı Olunan Siyasi Parti	37
Tablo 4: Siyasi Partiye Üye Olma Aşamasındaki Aracılar	38
Tablo 5: Siyasi Yelpazedeki Konum.....	39
Tablo 6: Siyasal / Kültürel Kimlik	40
Tablo 7: Siyasal Alandaki Gelişmeler/Olaylar Karşısındaki Pozisyon.....	41
Tablo 8: Oy Vermenin Önemi.....	42
Tablo 9: Türkiye’de Çözülmesi Gereken En Önemli Sorun.....	43
Tablo 10: Üyesi Olunan Parti Dışında Ülke Sorunlarını Bilen ve Çözebilme Yeteneği Olan Parti Seçimi.....	45
Tablo 11: Üyesi Olunan Partinin Seçimlere Girememesi Durumunda Oy Verilecek İkinci Parti Tercihi	46
Tablo 12: Kesinlikle Oy Vermenin Düşünülmediği Parti.....	47
Tablo 13: Üyesi Olunan Partiden Önce Desteklenen Siyasi Parti	48
Tablo 14: Yeni Bir Siyasi Partiye İhtiyaç Olma Durumu	49
Tablo 15: Yeni Bir Lidere İhtiyaç Olma Durumu.....	49
Tablo 16: Üyesi Olunan Partinin Liderinin Başka Bir Partiye Lider Olması Durumunda Oy Verme Tercihinin Değişmesi	50
Tablo 17: Üyesi Olunan Partinin Lideri Dışında Beğenilen Diğer Lider	51
Tablo 18: Liderlere Duyulan Güven	52
Tablo 19: Dindarlık Durumu.....	53
Tablo 20: Yaşamdan Memnuniyet Durumu.....	54
Tablo 21: Gelecekte Ümitli Olma Durumu.....	55
Tablo 22: Türkiye’de Son Zamanlarda Ekonomik Kriz Yaşandığını Düşünme Durumu	56
Tablo 23: Türkiye’de Son Zamanlarda Ekonomik Kriz Yaşandığını Düşünenlerin Krizden Etkilenme Durumu	56
Tablo 24: İşsiz Kalanların Sayısının Artma Durumu	57
Tablo 25: Türkiye’deki Sorunların Ekonomik veya Siyasi Kaynaklı Olma Durumu.....	57

Tablo 26: Oy Verme Kararının Ne Zaman Şekillendiği	58
Tablo 27: Seçmenlerin Sosyo-psikolojik Değerleri	59
Tablo 28: Kurumlara Duyulan Güven.....	61



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: Siyaset-Ekonomi Etkileşim Süreci.....	18
--	----



GİRİŞ

Tarihi; Antik Yunan'a kadar dayanan demokrasi kavramı; yüzlerce yıldır üstüne düşünülen, geliştirilmesi için çalışılan bir kavramdır. Antik çağlarda ilk Atine devletinde görülen demokrasi 1215'te imzalanan Magna Carta antlaşması ile belli bir aşamaya gelmiş, 1450'de modern matbaanın icat edilmesiyle demokrasi düşüncesi yayılmaya başlamış, 1789 Fransız İhtilaliyle günümüzdeki demokrasi anlayışının temelleri atılmıştır. Dünyada yaşanan bu gelişmeler Osmanlı İmparatorluğunu da etkilemiş 1808 yılında ilk demokratikleşme hareketi olarak Sened-i İttifak antlaşması yapılmış ardından 1839 Tanzimat Fermanı ve 1856 Islahat Fermanı ilan edilmiştir. 1876 yılında 1. Meşrutiyet ile ilk meclis kurulmuş 1908'de de 2. Meşrutiyet ile demokrasinin gelişimi devam etmiştir. Osmanlı İmparatorluğunun yıkılıp yerine yeni Türk Devleti kurulmasıyla 23 Nisan 1920'de meclis açılmış 29 Ekim 1923'de de Cumhuriyet ilan edilmiştir.

Antik Yunandan günümüze kadar süregelen demokrasinin gelişim sürecinde demokrasi, meclis, seçim, iktidar ve oy vb. kavramlar üzerinden bu gelişimini sürdürmüştür. 1900'lerin başından itibaren bu kavramlar üzerine akademik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Ve bu güne kadar bu konular üzerine binlerce bilimsel araştırmalar yapılmış çok sayıda makale kaleme alınmıştır. Bilimsel araştırma yapılan bu çalışmalarda; seçmen, seçim, seçmen davranışları üzerinde durulmuş seçmenlerin seçmen davranışlarını etkileyen faktörlerin neler olduğu derinlemesine incelenmiştir. Biz de bu çalışmamızda seçmen davranışlarını etkileyen faktörleri inceleyeceğiz ancak bununla beraber seçmenlerin ikinci tercihlerinin nasıl oluştuğu konusuna da değineceğiz. Daha önce yapılan çalışmalarda bu ikinci kısım neredeyse hiç değinilmemiş yalnızca seçmen davranışları konusunun üzerinde durulmuştur.

'Seçmen Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve Seçmenlerin İkinci Parti Tercihleri' isimli çalışmamızda seçmenlerin kendi destek verdikleri siyasi partilerin haricinde destek verebilecekleri yada kendi partilerinin yada liderlerinin seçime katılmaması durumunda destek verebilecekleri siyasi partileri veya liderleri

belirlemeye çalışılmış ve bu tercihlerin oluşmasına sebep olan faktörler derinlemesine incelenmiştir.

Araştırmanın Önemi

Toplumların bir arada yaşamaya başladıkları ilk andan günümüze kadar tarihin her anında bir yönetim sistemi uygulanmıştır. İnsanlık tarihinin şimdiye kadar uyguladığı sistemler içerisinde insana yaraşır en uygun modelin demokrasi olduğu tartışmasız bir genel kabuldür. Demokrasinin ise bir takım temel unsurları ve olmazsa olmazları vardır. Seçimler, seçmenler ve siyasi partiler ise demokrasinin olmazsa olmazlarının başında gelmektedir. Siyaset bilimi alanında ve bu alana yakın farklı alanlarda seçmen davranışları birçok boyutuyla incelenmeye çalışılmıştır. Yapılan okumalarda seçmen davranışlarının siyasi parti üyesi vatandaşların üzerine yoğunlaşmadığı görülmektedir. Siyasi partilerin kurulduğu andan itibaren hedefi ve amacı iktidar olmaktır.

İktidar olabilmek için de ne kadar çok vatandaşa ulaşabilir ve kendini vatandaşlara anlatabilirse o denli başarılı olacaktır. Siyasi propaganda araçlarının çoğaldığı ve belli bir noktadan sonra işlevinin azaldığı görülmektedir. Siyasi propagandanın işlevinin azaldığı bu noktada da devreye siyasi partilerin gönüllü üyeleri girmektedir. Bundan dolayı siyasi partiler gönüllü üyelerini artırmak ve bu üyelerle arasındaki bağlarını güçlendirmek zorundadırlar.

Seçmenlerin tercihlerini etkileyen faktörler ve seçmen davranışları üzerine yapılmış literatürde birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalara örnek olarak Mutlu (2020), Bayır ve Aslan (2019), Teyyare ve Avcı (2016), Baltacı ve Eke (2012), Temizel (2012), Çinko (2006), Akgün (2004), Aydın ve Özbek (2004) tarafından yapılan ulusal çalışmalar sayılabilir. Son yıllarda uluslararası alanda seçmen davranışlarını inceleyen araştırmalara Adida vd. (2019), Yang vd. (2020), Singer ve Tafoya (2020), Gunarto ve Hurriyati (2020) tarafından yapılan çalışmalar örnek olarak verilebilir.

Oylama, çağdaş demokratik siyaset çağında en sık kullanılan terimlerden biridir. Demokratik teori ve pratiğin giderek artan popülaritesi, bu terimi oldukça önemli bir konuma getirmiştir. Demokratik sistemlerde her yetişkin vatandaş, hükümet kararlarını, politikalarını ve programlarını, çeşitli siyasi partilerin politika ve programlarını ve adayın niteliklerini onayladığını veya onaylamadığını ifade etmek için oy kullanır. Oy verme, sınırlı bir şekilde, seçimlerde oy kullanarak temsilci seçme işlevini ifade eder.

Oy verme geniş anlamda altı önemli işlevi kapsar: 1. Bireylerin yönetici seçimini veya büyük hükümet politikalarını içerir; 2. Bireylerin, makam sahipleri ve adaylar ile karşılıklı ve sürekli bir etki değişimine katılmalarına izin verir; 3. Bir bireylerin mevcut anayasal rejime bağlılığının gelişmesine veya sürdürülmesine katkıda bulunur; 4. Seçmenlerin mevcut anayasal rejimden hoşnutsuzluğunun gelişmesine veya sürdürülmesine katkıda bulunur; 5. Bireyler için duygusal önemi vardır; 6. Bazı bireyler için oylamanın herhangi bir işlevi yoktur, yani önemli kişisel duygusal veya politik sonuçlardan yoksun bireyler de oy kullanabilir (Rose ve Massaavir, 1967: 174-179).

Seçmen davranışlarını ve tercihlerini belirlemeye yönelik bilinen ilk sistemli araştırmanın Fransa'da André Siegfried tarafından 1913 yılında seçmen tercihlerinin belirlenmesi üzerine yapıldığı bilinmektedir. Batı Fransa'daki 15 farklı seçim bölgesini kapsayan araştırmada seçmen tercihlerindeki farklılaşmalar incelenmiş, yerel coğrafyanın özgün sosyal yapısı ile seçmenlerin oy verme davranışları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ünal, 2016: 96).

Siyasal iktidarların belirlenme sürecinde siyasi partilerin davranışlarının dışında seçmen davranışı da büyük bir etkidir. Standart iktisat teorisi seçmenlerin oy verme aşamasında siyasal iktidarın geçmişte ve şimdiki dönemde ortaya koydukları performansları değerlendirdiklerini, kendileri için en yüksek faydayı sağlayacak partiye oy vermeyi tercih ettiklerini savunmaktadır. Bu teoriye göre bireyler öncelikli olarak kişisel çıkar amacıyla hareket etmekte, aynı zamanda siyasal iktidarın performans bilgilerine ulaşarak seçimlerini yapmaktadırlar (Fair, 1978: 159). Ancak seçmenlerin siyasal iktidar ve rakip partilere ilişkin bilgi edinme

maliyetlerinin azımsanamayacak kadar yüksek olması, her zaman standart iktisat teorisinin geçerli olamayacağını ileri süren alternatif teorilerin geliştirilmesine yol açmıştır. Bu teorilerden birisi olan *oylama* teorisine göre siyasal iktidar tarafından yakın dönemlerde sergilenen performansın seçmenler tarafından beğenilmesi durumunda, tercihler, mevcut iktidar yönünde kullanılmaya eğilimli olmaktadır (Çinko, 2006: 104).

Çoğu seçim sistemi, seçmenleri seçim zamanında bir veya iki oyla sınırlamaktadır. Reformcular bunu genellikle başarısız olarak görmektedirler. Çünkü seçmenlerin tercihleri, izin verilen seçenek sayısından hem daha geniş hem de daha çeşitlidir. Bu nedenle yeni seçim sistemleri genellikle daha fazla tercihin ifade edilmesine izin vermek üzere kurgulanmıştır (Bowler vd., 2018: 1).

Seçmenlerin birçoğunun herhangi bir siyasal partiye yönelik geçmişten gelen psikolojik sevgi bağı vardır (Çinko, 2006: 110). Fanatik taraftar olarak da adlandırılan bu gruptaki seçmenler için parti kavramı, liderden de önce gelebilmektedir. Seçmenlerin bir partiye karşı duyduğu sevgi ve aidiyeti ifade eden bu yaklaşım, gruplar yerine bireyler üzerinde odaklanmış ve seçmenlerin oy kullanma yaşına gelmeden önce ailesinin ve çevresinin etkisinde kalarak gerçekleşen siyasal sosyalleşme sürecinde edindikleri siyasal tutumlar ve ideolojik yönelimlerin, ilerleyen yaşlarda onların parti tercihi üzerinde son derece etkili olduğunu ortaya koymuştur (Damlapınar ve Balcı, 2005: 60).

Bu araştırmada seçmen davranışları konusunun daha çok siyasi parti üyeleri üzerinde durulacaktır. Daha önceki araştırmalarda gözden kaçan bu kesim araştırmamızın temelini oluşturmaktadır. Şimdiye kadar üzerine çok fazla araştırma yapılmayan bu kesimin üzerine yapılan bu çalışma araştırmamızı önemli hale getirmektedir.

Literatürde seçmen davranışlarına yönelik birçok araştırmanın bulunmasına karşılık, seçmenlerin ikinci parti tercihlerini araştıran çalışma sayısının çok az olması, bu araştırmanın önemini artırmaktadır. İkinci parti seçimini etkileyen

etmenlere yönelik yapılan bu araştırma, bu konuda ileride yapılacak araştırmalar için de bir kaynak olma özelliğini taşımaktadır.

Araştırmanın Amacı

Siyaset biliminde *siyasal davranış* kavramının yaygın bir etki alanı bulunmaktadır. Siyasal davranış bireylerin genel anlamda dünyayla, özel anlamda bireysel yaşamıyla ilgili olaylara, siyasal ve sosyal işleyişlere, kurumlara ve aktörlere yönelmelerinde kullandıkları bir çerçevedir. Davranış veya yönelmeye bireyin geçmiş deneyimleri, kanaatleri, düşünce ve tutumları doğrudan etki eder. Seçmen davranışı, siyaset bilimi alanında çalışma yapanların üzerinde sıklıkla durdukları bir konudur (Temizel, 2012: 6).

Siyasal partiler üyeleriyle var olurlar ve varlıklarını sürdürebilmek için üyelere ihtiyaç duyarlar. Aynı zamanda gönüllü her bir üye sadık bir seçmen olarak değerlendirilebilir. Bu araştırmada siyasi partilerin üyelerinin yani sadık seçmenlerin üzerinde durularak derinlemesine analizleri yapılacaktır. Siyasi parti üyesi olan seçmenlerin seçmen davranışlarına etki eden demografik, sosyo ekonomik unsurlar tespit edilmeye ve yorumlanmaya çalışılacaktır.

Bu araştırmanın temel amacı seçmen davranışlarını etkileyen faktörleri incelemek, seçmenlerin ikinci parti tercihlerini belirleyen etkenleri araştırmaktır.

Araştırmanın Problemi

Bu araştırmanın temel problemi aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

Seçmenler bir siyasi partiye neden üye olurlar, oy verme davranışları hangi durumlarda değişir, partilerinden hangi durumlarda ayrılırlar, partilerinden memnuniyet düzeyleri nedir?

Araştırma Soruları

Bu araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

- Siyasi parti üyesi seçmenlerin siyasal katılımı hangi düzeydedir?
- Siyasi parti üyesi seçmenlerin liderlerine sadakati hangi düzeydedir?
- Siyasi parti üyesi seçmenlerin partilerine sadakati hangi düzeydedir?
- Siyasi partilerin geçmişteki başarı ya da başarısızlıkları siyasi parti üyesi seçmenin davranışını etkiler mi?
- Siyasi parti üyesi seçmenin seçmen memnuniyeti ile demografik özellikleri arasında ilişki var mıdır?
- Sahip olunan ideoloji ile siyasi parti seçmeninin parti ve lidere sadakati arasında bir farklılık var mıdır?
- Siyasi parti üyesi seçmenlere göre ülkede en önemli sorunlar nelerdir?
- Siyasi parti üyesi seçmenlerin üye oldukları siyasi partiden beklentileri nelerdir?
- Siyasi parti üyesi seçmenlerin dindarlık düzeyleri nelerdir?
- Siyasi parti üyesi seçmenlerin eğitim durumları ile seçmen davranışları arasında bir ilişki var mıdır?
- Siyasi parti üyesi seçmenlerde ideolojik ayrım devam etmekte midir?

BİRİNCİ BÖLÜM

1. LİTERATÜR TARAMASI

1.1. Bağımlı Değişken “Seçmen Davranışı”

Demokrasi halkın kendisini yönetecek kişileri kabul veya reddetme olanağına sahip olması anlamına gelir (Heywood, 2014: 291). Demokratik yönetimlerin egemen olduğu toplumlarda seçimler önemli bir yere sahiptir. Demokrasilerin olmazsa olmazı seçimlerdir (Akgün, 2007). Seçimler demokrasinin uygulanmaya konmasıdır ve kamu makamlarına yönetici seçmek için yapılır. Bu nedenle iktidarın belirlenmesinde seçmen davranışı en önemli faktördür.

Demokrasinin kalbi seçimlerdir (Heywood, 2014). Seçimlerin merkezinde ise seçmenler ve seçmenlerin sergilediği davranışlar vardır.

Seçmen kısaca seçimde oy verme hakkına sahip olan kimsedir. Seçmen vatandaş olmasının kendisine sağladığı bir hak olarak vatandaşı olduğu ülkenin yönetici kadrosunu belirleyen kişidir. Kişinin bu kadroyu belirlediği süreçte ki davranışları ve nihai sonucu da seçmen davranışına girer (Gülmen, 1979).

En dar anlamıyla seçmen davranışı seçmenin vatandaşı olduğu ülkesinin yönetici kadrosunu seçim sırasında adaylar ve siyasi partiler arasında yapmış olduğu seçme işlemidir (Gülmen, 1979).

Seçmen davranışı farklı zamanlarda, farklı yazarlar tarafından farklı çalışmalarda birçok kez ele alınmış ve tanımlanmıştır. Seçmen davranışı kişinin vatandaş olduğu ülkesinde gerçekleştirilen seçimlerde ülkeyi belirli bir dönem için yönetici kadroları belirlemek için oy kullanarak katılımında bulunduğu davranış şeklidir (Baltacı ve Eke, 2012).

Bir toplumu yönetecek kişileri seçmek için oy kullanma hakkına sahip olan bireyler ve bu bireylerin sergilediği davranışlar seçmen davranışdır (Yıldız, 2013).

Seçmen davranışı seçmenlerin seçimlerde, seçimlerden önce ve sonra sergiledikleri çeşitli faktörlerin etkisiyle şekillenen seçmenin seçime katılıp katılmama durumunda tercih yapma, seçimin ardından bu tercihini devam ettirme ya da değiştirme gibi şekillerde somutlaşan siyasal davranış şekli olarak tanımlanabilir (Kiriş, 2005).

Seçim, bireyin birden fazla seçenek içinden birisini hiç bir baskı altında kalmadan kendi iradesiyle tercih etme işidir. Bir davranışa tercih diyebilmek için ise birden fazla seçenek olmalı ve seçecek kişi üzerinde onun iradesini etkileyecek herhangi bir baskı olmaması gerekir. Siyaset bilimi açısından ise seçim vatandaşların kendilerini yönetecek kadroyu demokratik bir yöntemle belirlemesi durumudur (Akgün, 2007).

Seçmen davranışı siyaset biliminde ortaya çıkan ortak anlamı ise seçmenlerin dünya görüşlerine ve kendi değerlerine göre hangi iktidar tarafından yönetilmek istiyorsa bunu gerçekleştirmek için sergilediği davranış olarak tanımlanabilir (Çaha, 2008).

Seçmen oy verirken ilk etapta bireysel faydasını düşünür ve kendi faydasını maksimize etmeye çalışır (Aktan ve Dileyici, 2001) ancak seçmenlerin oy verirken baktıkları tek kıstas kendi şahsi çıkarları değildir. Çalışmamızda bağımlı değişken olarak seçmen davranışını etkileyen diğer faktörlerde incelenecektir.

1.2. Bağımsız Değişkenler

Cinsiyet, yaş, eğitim vb. gibi etkenler bireyin toplumsal konumunu ve siyasal davranışını etkileme ölçütleri olarak siyaset bilimi araştırmalarında önemle üzerinde durulan ölçütlerdir. Bu ölçütler, çalışmada 'seçmen davranışı' kavramını etkileyen bağımsız değişkenler olarak ele alınıp incelenecektir.

1.2.1. Cinsiyet

Seçmen davranışının oluşmasında ve akabinde oy tercihinin belirlenmesinde cinsiyet faktörü belirleyici bir özelliktir. Kadın ve erkeklere siyasal alanda eşit haklar verildikten sonra cinsiyet faktörü siyasal davranışın oluşmasında anlamlı bir faktör haline gelmiştir. Cinsiyet faktörünün belirleyici bir hale gelmesinin ardından yapılan bir araştırmada kadın ve erkeğin ilgi alanları, yetenekleri, eğilimleri, becerileri gibi çeşitli alanlarda birbirilerinden farklı oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Koç, 2007).

Bu farklılıkların seçmen davranışının oluşumunda belirleyici olma ihtimalini yükseltmiştir (Sitembölükbaşı, 2001).

Toplumda mevcut bulunan ataerkil ataerkil düşünce yapısında göre siyaset erkek işi olarak görülmekte ve siyaset ile kadının birbiriyle örtüşmediği belirtilmektedir. Kadın ve erkeklerin sahip oldukları farklı özelliklerine göre siyasette, siyasal alanda ve seçmen davranışında farklılıklar görülmektedir (Kışlalı, 1995).

Kadınlar ülkemizde siyasal alanda düşüncelerin erkekler kadar ifade edememektedir ve erkeklere göre daha az etki alanına sahiplerdir. Aynı zamanda kadınların erkeklere nazaran siyasete katılmaları daha azdır (Duran, 2005). Kadınların erkeklere oranla oy verdiği partiyi daha az benimsediği görülmüştür (Köroğlu, 2017). Kadınların parti liderine daha çok önem verdiği (Tan ve Baydaş, 2017) siyasi parti adayının ve siyasi partinin vaatlerine erkeklere göre daha çok önem verdikleri tespit edilmiştir (Manav, 2016)

1.2.2. Yaş

Bir siyasal davranış biçimi olan seçmen davranışında yaş belirleyici bir özelliktir (Negiz, 2007). İnsan yaşamının her anında yeni bilgiler edinir. Tecrübeler kazanır ve bunları yaşamında uygular. İnsanın yaşam boyunca öğrendiği tecrübe edip uygulamaya koyduğu davranış türlerinden bir tanesi seçmen davranışdır.

Siyasal davranışın öğrenilmesi ve uygulanması bireylerin yaşlarına göre farklılık gösteren bir süreçtir. Bu süreçteki yaş faktörünü ‘gençlik’, ‘orta yaş’ ve yaşlılık (Negiz, 2007) ve bunlara ek olarak çocukluk şeklinde gruplara ayırabiliriz.

Bireyler çocukluk döneminde ailelerinden etkilenebilmektedirler. Siyasete ilgili olan bir ailenin çocuklarında da siyasete karşı ilgi görülmektedir (Alkan, 1989). Çocukluktan başlayan bu ilginin yaş grupları değiştikçe değiştiği gözlemlenmiştir.

Siyasal yaşama katılım açısından en aktif dönem gençlik dönemidir. Yaşın ilerlemesiyle yani orta yaş ve yaşlı grubuna girilmesiyle bireyin sorumluluklarının artması rollerinin çeşitlenmesiyle siyasal davranışlarının farklılaşması, katılım düzeyinin değişmesi önemli bir etkidir. Sosyal yaşamda artan sorumluluklar ve çeşitlenen rollere paralel olarak bireyi siyasal katılım sürecinde belirgin şekilde bir azalmak görülmektedir. Siyasal katılımı bir eğriye benzetecek olursak gençlikle artan ve yaşlılıkla alçalan bir seyir gözlemlenilebileceği olası bir durumdur (Negiz, 2007). Siyasal katılımında gençlerin orta yaşlılara göre daha aktif, yaşlıların gençlere göre daha tutucu olmalarını bireylerin yaşlandıkça daha otoriter oldukları (Alkan, 1989) ve daha fazla muhafazakârlaştığı (Sitembölükbaşı, 2001) gözlemlenmektedir. Gençler yaşlılara nispeten daha çok yenilik yanlısıdır (Kışlalı, 1999). Gençlerin siyasal katılımının diğer yaş gruplarına göre daha fazla olmasının sebebi, gençlerin daha dinamik olmaları yeterli zamanlarının olması aile sorumluluklarının bulunmaması gibi gerekçelerle açıklanabilir (Kalaycıoğlu, 1983).

Seçmen davranışı araştırmalarında yaşlı grubuna dâhil edebileceğimiz bireylerin siyasal görüşleri genç grubuna dâhil edebileceğimiz gruba göre daha az değiştirdikleri görülmüştür. Aynı zamanda gençlerin yaşlılara göre toplumsal olaylardan daha fazla etkilendikleri gözlemlenmiştir.

Toplumların sosyo ekonomik özelliklerinin farklı olmasından dolayı toplumlarda yaşayan bireylerinde bundan etkileneceğini göz önünde bulundurursak diğer tüm sosyo ekonomik faktörlerde olduğu gibi seçmen davranışını etkileyen ‘yaş’ faktörünün toplumdan topluma farklılık gösterdiği ve evrensel bir kategorilendirme ve tanım yapılamamaktadır.

1.2.3. Eğitim

Eğitim bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri ve toplumda yer edinebilmeleri için edinilen bilgi, beceri ve anlayış değişikliğine denir. Eğitim geniş anlamda, insanların toplum standartlarını inançlarını ve yaşamayı kolaylaştıracak yolların kazanılmasında etkili olan tüm sosyal süreçlerdir. Kısaca 'istenilen davranışı geliştirme ve pekiştirme süreci olarak da tanımlanabilir. Aynı zamanda eğitim bireylerin sosyal statülerini yükselten, örgütsel ve siyasal faaliyetleri için önemli unsurları belirlemeye etki eden bir süreç' olarak da tanımlanabilir (Kalaycıoğlu, 1983). Eğitimin bir başka anlamı da toplumda mevcut bulunan değerlerin bilgilerin, yeteneklerin yeni kuşaklara aktarılması ve kazandırılması sürecini de ifade etmektedir (Gümüş, 2006). Bireyin ilk eğitimi ailesinden başlar ailenin çocuğun seçmen davranışı üzerindeki etkisini araştıran çeşitli çalışmalara göre; aile ile çocuk arasında belirli bir siyasal etkileşim vardır. Fakat siyasal parti seçimi dışındaki etkileşimler istatistiksel olarak çok önemli değildir. Ailenin etkisini sınırlandıran en önemli faktör ise zamandır. Aile çocukluğun ilk yıllarında son derece etkili olabilmekte, ancak yaşın ilerlemesiyle eğitim kurumlarının, arkadaş gruplarının etkisiyle aileden alınan eğitimin etkisinin azaldığı gözlenmektedir. Çocuğun yaşına, ailenin sınıfsal kökenine ve toplumun gelişmişlik düzeyine bağlı olarak ailenin etkisi değişmektedir (Alkan, 1989).

Eğitim bireyin toplumsallaşması açısından etkili olan en önemli araçlardan birisidir. Toplumsallaşma, siyasal toplumsallaşmayı da içerdiği için eğitimin bireylere siyasal değerler kazandırılmasında doğrudan etkili olduğu söylenebilir. Bundan dolayı eğitim gören insan siyasal katılmanın istenilen davranış olduğunu öğrenecek siyasal sistem hakkında bilgi edinecek ve siyasal etkinliklerde bulunmak için kendini hazır hissedecektir (Turan, 1991).

Eğitimin üstlendiği üç önemli görev vardır. Bunlardan biri bireyde davranıl oluşturma, diğerleri ise bireyin davranışını geliştirme ve değiştirmedir. Hem davranış oluşturma hemde davranış geliştirme ve değiştirme bir süreç içerisinde ve belli prensipler çerçevesinde belli amaç ve hedefe yönelik yapılardır (Arslantürk ve Amman, 1999).

Siyasal davranışta eğitim değişkeni en güçlü sosyal değişkendir. Eğitim, bireylerin siyasal yaşamda etkin olmalarını kolaylaştırır ve siyasal davranışın ön koşulunu hazırlar. Eğitim bireye çevresini değiştirme becerisini kazandırır sosyo-ekonomik statü sağlayarak dolaylı yünden siyasi davranışı etkiler. Eğitim seviyesi yüksek bireyler siyasal katılmayı yurttaşlık görevi olarak görür, soyut ve genel kavramlarla düşünmeyi öğrenirler ve siyasi olayları daha geniş açıdan değerlendirebilir, çevreye ve dış dünyaya duyarlı olurlar ve toplumsal yaşantıya daha kolay uyum sağlarlar (Çukurçayır, 2000). Eğitimin siyasal davranış açısında bir diğer önemi de düşünce özgürlüğü sağlamasıdır. Bir toplumda bireylerin büyük bir kısmı öğretim olanağından yoksun ise orada fikir ve düşünce özgürlüğünün ön koşulu mevcut değildir (Aksoy, 1970). Eğitim siyasal davranışın tek belirleyicisi olmasa da oy verme açısından eğitim düzeyi yüksek olanların, düşük eğitimlilere oranla siyasal davranışlarını daha bilinçli sergileyeceklerdir (Unat, 1965).

Eğitimin siyasal davranış üzerindeki etkisi açısından birçok araştırmacının hem fikir olduğu nokta, eğitim seviyesinin yükselmesi ile siyasal konulardaki bilgilerin artması, siyasal olayları düşünme, sorgulama ve çözüm önerileri getirebilmede siyasal becerilerin artmasına rasyonel davranışlarda bulunabilmede bireye meslek ve statü kazandırmada önemli bir etkiye sahiptir (Alkan, 1989).

Yapılan araştırmalar göstermiştir ki eğitime sahip olanlar olmayanlara oranla siyasal yaşama katılma konusunda daha derin bir görev duygusu geliştirmektedirler. Yani daha fazla eğitim görenler için siyasal katılma adeta bir yurttaşlık görevidir veya yurttaşlık görevinin ayrılmaz bir parçası olmaktadır (Kalaycıoğlu, 1983). Siyasal katılma açısından siyasal davranış ile eğitim arasında doğru bir orantı olduğu görülmüştür (Özer ve Meder, 2008). Eğitim düzeyinin yükselmesi ile siyasal katılmanın yoğunlaşmasını beklemek için haklı nedenler bulunmaktadır. Eğitim gören birey siyasal katılmanın istenilen bir davranış olduğuna inanır, siyasal sistem hakkında daha çok bilgiye sahip olması, dolayısıyla da siyasal faaliyette bulunmak için kendini hazır hisseder.

Eğitilmiş bireyler seçimlerde oy kullanırken tercihlerini somutlaştırmada program ve politikalara ilgi gösterirler buna karşılık eğitimsiz olanlar, lider veya

semboller gibi algılanması daha kolay imgelere göre hareket etmektedirler (Kiriş, 2005). Lisans ve lisansüstü mezunlar için parti programı ve parti ilkelerinin çok daha önemli olduğu, eğitim seviyesi düştükçe parti lideri öneminin arttığı görülmüştür. Eğitim seviyesi düştükçe bilgi araştırmasının azaldığı daha çok grupça hareket edildiği görülmüştür (Manav, 2016). Eğitim ile siyasal davranış arasında olumlu bir bağlantının varlığı yani bir kimsenin eğitim seviyesi artışı ile birlikte siyasal davranış ortaya koyma seviyesinin de artacağı yapılan birçok araştırmada gözlemlenmiştir (Temizel, 2012).

1.2.4. Aile

Seçmen davranışının oluşması aşamasında seçmen davranışı birçok faktörden etkilenir. Seçmenin oy verme sürecini etkileyen faktörlerden biri referans gruplarıdır. Bu referans gruplarının içerisinde en etkili olanı ise aile kurumudur. Aile bireyi etkilemektedir (Aydın ve Özbek, 2004).

Birey toplum içine çıkmadan, sosyalleşmeden önce ilk olarak aile içerisinde sosyalleşmektedir. Bireyin sosyal hayat içinde karşılaşacağı problemlerle ilk önce aile içerisinde karşılaşmakta ve bireyin sosyal hayat ile ilgili ilk temelleri ailede atılmaktadır. Birey otorite, iktidar, ödül ceza gibi kavramlarla anne babasının vasıtasıyla ilişki kurmaktadır (Çetin, 2003).

Toplumsal yapı içerisinde aile müessesesi çok önemli bir yere sahiptir. Birey ilk eğitimini aile içinde alır ilk sosyalleşme imkânına aile içinde olanak bulur. Dolayısıyla seçmen davranışının belirlenmesinde ve seçmenin oy tercihinde aile faktörünün etkisi büyüktür, çünkü birey sosyal hayata aile içerisinde başlamakta vaktini aile bireyleriyle geçirmektedir. Bundan dolayı anne ve babasının etkisinde kalıp seçmen davranışının oluşmasında ebeveynlerin rol oynaması doğal bir sonuçtur. Aile kendi sahip olduğu siyasal değerleri, hassasiyetleri bilinçli olarak çocuğa aktarabilmektedir ve bireyin düşünce sisteminin oluşmasında etkili olabilmektedir (Uysal, 1984).

Ailenin çocuğuna başarı ile aktarabildiği, öğretebildiği düşünce ve görüş siyasal alanla ilgili alandır. Çocuklara aktarılan bu görüşlerin çocuğun siyasal görüşü olma olasılığı yüksektir (Alkan ve Ergil, 1980).

Aileler siyasal görüşlerini çocuklarına bilinçli olarak empoze edebildikleri gibi hiçbir çaba sarf etmeden aile içerisinde çocuk kendiliğinden de etkilenebilmektedir (Türkkahraman, 2000).

Bireylerin siyasi partiye özdeşleşmeleri küçük yaşlarda başlar. Bireyle çocukluklarından itibaren ailenin ve yakın çevrenin etkisiyle bir siyasi ideoloji ve siyasi partiye yakınlıkdüyar bu bağlılık bireyin büyümesiyle güçlenir ve hayat boyu devam edebilir (Gökçe vd., 2002; Kalender, 2005).

Ailenin içerisinde aile bireylerinin sahip oldukları ideolojilerin aynı veya benzer olması çocukların anne ve babalarının ideolojilerine sahip çıkmalarının ve hayat boyu bu ideolojiyle yaşamalarını etkiler (Barut, 2005).

Ebeveynlerin eğitim düzeylerinin yüksek olması ve aynı ideolojiye sahip olmaları çocuğunda aynı ideolojiye sahip olma ihtimalini kuvvetlendirir. Aksi durumda aile ile birey farklı siyasal görüşlere sahip olabilir (Aydın ve Özbek, 2004; Kalaycıoğlu ve Sarıbay, 2000; Kışlalı, 1999).

Bu tanımların aksine farklı düşünceler de mevcuttur. Bu konuda ortaya atılan görüşlerden bazıları seçmen davranışının oluşmasında aileyi çok önemli görürken bazı görüşlerde bu etkinin sınırlı olduğunu ifade etmişlerdir. Zaman ve yaş faktörü bu etkiyi sınırlandıran en belirgin faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyin yaşı ilerledikçe ailenin birey üzerindeki etkisi azalmakta bu aşamada diğer toplumsal etmenler devreye girmektedir (Dursun, 2019).

Aydın ve Özbek'in Kocaeli merkezinde yaptıkları araştırmanın sonucuna göre bireylerin seçmen davranışlarının oluşmasında ailelerinden etkilenme düzeyleri; cinsiyetlerine, yaş gruplarına, eğitim düzeylerine, iş hayatlarına, sosyal hayatlarına,

evli-bekâr olmalarına, kiminle yaşadıklarına göre farklılık göstermektedir (Aydın ve Özbek, 2004).

Seçmen davranışında aile içerisinde sosyal durumda dikey bir değişme olmadığı sürece çocuklar ailenin siyasal görüşünü benimsemektedir (Yücekök, 1987).

Bu tanımlar çerçevesinde seçmen davranışının oluşmasının, belirlenmesinin temelinde aile faktörünün olduğu görülmektedir. Siyasal davranışın başlangıç noktası ailede belirlenmektedir. Bireyin daha sonra aldığı eğitim, içerisinde bulunduğu sosyal ortam, iş hayatı, gelir düzeyi gibi etmenler ailenin başlangıcını yaptığı, temelini attığı görüşler üzerinde değişmekte ya da pekişmektedir.

1.2.5. Ekonomi

Bireylerin seçmen davranışlarının oluşmasında eğitim, yaş, cinsiyet meslek gibi sosyal değişkenlerin yanında ekonomik faktörler bu davranışın oluşmasında etkili olan faktörlerden biridir.

Seçmen davranışının temelinde bireyin oy vermesi vardır. Birey oy kullanarak siyaset sahnesinde ki partileri kullandığı oy ile cezalandırabilir ya da ödüllendirebilir. Beğenisini ya da öfkesini oy vererek yansıtır (Canakay, 2004).

Bireylerin oy verme kararlarının sık ve aniden değişmesinin temelinde ekonomik faktörler vardır. Ülkenin içinde bulunduğu şartlar, seçmenlerin iktidarın eylemlerini algılama şekilleri ülkedeki siyasetçilerin tamamının gündeme getirdikleri konular, ekonominin daha önceki yıllara kıyasla bulunduğu durumlar (Sitembölükbaşı, 2001) seçmen davranışının oluşmasında ekonominin hangi ölçüde etkileyeceğini belirlemektedir (Abadan ve Yücekök, 1966).

Ekonomi faktörünün diğer sosyal olaylardan ve olgulardan bağımsız tek başına değerlendirilmesi doğru sonuca ulaştırmaz. Ekonominin seçmen davranışı üzerindeki etkisi değerlendirilirken diğer faktörlerinde incelenmesi gerekir.

Türkiye’de seçmen davranışlarının belirlenmesinde ekonomik faktörlerin ön plana çıkmasının sebebi yaşamın her anında bireylerin karşısına çıkan sorunlardan kaynaklanmaktadır.

1970’li yıllardan günümüze kadar devam eden ekonomik problemler, sürekli devam eden ekonomik krizler seçmenlerin en büyük problemlerin başında ekonomik problemler olmasına sebep olmuştur. Bundan dolayı seçmenler, seçmen davranışlarını oluştururken ekonomi faktörünü ön planda tutmuşlardır (Özbudun, 2003).

Bu alanda yapılan çalışmalar seçmen davranışının oluşmasında ekonomik faktörlerin ön planda olduğunu kanıtlar niteliktedir (Çarkoğlu ve Toprak, 2006).

Siyasi partiler iktidara geldiklerinde seçmenlerin iktidardan ilk beklentisi ekonomik problemleri çözmesidir. İktidarın problemleri çözmede ki başarı ya da başarısızlığı mevcut iktidarın iktidarda kalma sürünce belirleyici rol oynar (Sitembölükbaşı, 2001).

İktidarla, iktidarda oldukları sırada ekonomiyi seçmenin beklediği ölçüde iyiye götüremez, ya da iktidarı devraldığından daha kötü duruma getirip seçmene beceriksizliğini yansıtırsa, seçmen mevcut iktidarı görevde tutmaz (Turan, 2004). Ancak tersi durumlarda, ekonominin iyiye gittiği, seçmenin refah artışını hissettiğinde seçmen iktidarı ödüllendirir (Özkan, 2004).

İktidarlar aldıkları oy oranını bir sonraki seçimde de muhafaza etmek ve artırabilmek için ekonomik büyümeyi sağlamak, refahı artırmak zorundadır (Bulutay ve Yıldırım, 1968).

Seçmenler bireysel gelirlerini artırmak, mevcut düzeylerini muhafaza etmek için kendi çıkarlarını en üst düzeye çıkararak siyasi partiyi tercih etme eğilimindedir (Altan, 2011). Kendi çıkarını gözeterek seçmen aday, parti ya da ideoloji ayrımı yapmaksızın faydacı bir yaklaşımla yalnızca kendi menfaati doğrultusunda tercih yapmaktadır (Akgün, 2007).

Seçmen davranışının oluşmasının yanında siyasal katılımında ekonomi ile yakından ilgisi vardır. Siyasal katılımın en net göstergesi olan oy vermede, en yüksek oranın en düşük gelirliler tarafından sergilendiği gözlemlenmiştir (Tokgöz, 1979).

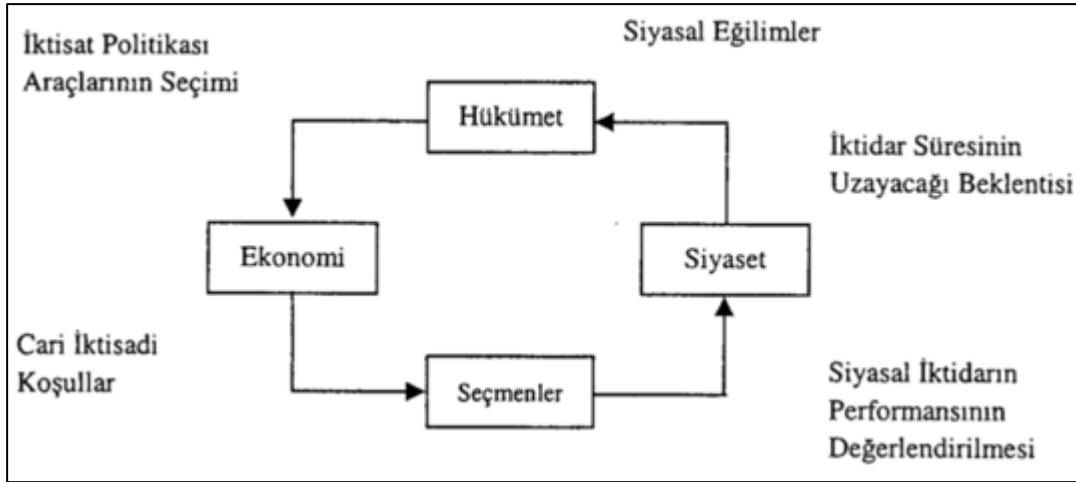
Ekonominin seçmen davranışında ilginç bir tespit vardır, toplumun en düşük ekonomik düzeye sahip bireyleriyle, en yüksek ekonomik düzeye sahip bireyleri iktidarın belirlenmesinde benzer davranışlar sergilemektedirler (Ercins, 2007).

Ekonomik düzeyi düşük olan birey, kendi gelirinin artacağı ümidiyle seçme davranışını belirlerken, yüksek ekonomik düzeye sahip olan birey ise kendi seviyesinin korunması ve imkanlarının daha da artması için düşük ekonomik düzeydeki bireyle aynı yönde seçmen davranışı sergilemektedir (Abadan ve Yücekök, 1966).

Siyasal katılıma oy verme yönünden ele alacak olursak ekonomik düzeyi yüksek olan bireyler düşük olan bireylere göre daha az katılıma sağlamaktadırlar (Turan, 2004). Ancak yüksek gelire sahip bireylere temsil noktasından baktığımızda, yüksek gelire sahip bireyle düşük gelire sahip bireylere göre daha aktif bir siyasal katılıma göstermektedir (Turan, 1991). Yüksek gelire sahip bireyler siyasal partilerde aktif katılım sağlayarak seçmenlerin tamamının yönlendirilmesinde aktif rol oynamaktadırlar (Çukurçayır, 2000).

Seçmen davranışının oluşmasında ekonominin etkisini Şekil 1'de de görüldüğü gibi önemli bir rol oynamaktadır. Ekonomi faktörü incelenmeden seçmen davranışını belirleyen faktörler tam anlamıyla incelenemez.

Şekil 1: Siyaset-Ekonomi Etkileşim Süreci



Kaynak: Telatar, 2004

Buraya kadar yaptığımız açıklamalar ve tanımlar doğrultusunda ekonominin hem seçmen davranışını hemde siyasal katılımı etkileyen temel faktör olduğu görülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. KURAMSAL ARKA PLAN

Oylama, çağdaş demokratik siyaset çağında en sık kullanılan terimlerden biridir. Demokratik teori ve pratiğin giderek artan popülaritesi, bu terimi oldukça önemli bir konuma getirmiştir. Demokratik sistemlerde her yetişkin vatandaş, hükümet kararlarını, politikalarını ve programlarını, çeşitli siyasi partilerin politika ve programlarını ve adayın niteliklerini onayladığını veya onaylamadığını ifade etmek için oy kullanır. Oy verme, sınırlı bir şekilde, seçimlerde oy kullanarak temsilci seçme işlevini ifade eder.

Oy verme geniş anlamda altı önemli işlevi kapsar: 1. Bireylerin yönetici seçimini veya büyük hükümet politikalarını içerir; 2. Bireylerin, makam sahipleri ve adaylar ile karşılıklı ve sürekli bir etki değişimine katılmalarına izin verir; 3. Bir bireylerin mevcut anayasal rejime bağlılığının gelişmesine veya sürdürülmesine katkıda bulunur; 4. Seçmenlerin mevcut anayasal rejimden hoşnutsuzluğunun gelişmesine veya sürdürülmesine katkıda bulunur; 5. Bireyler için duygusal önemi vardır; 6. Bazı bireyler için oylamanın herhangi bir işlevi yoktur, yani önemli kişisel duygusal veya politik sonuçlardan yoksun bireyler de oy kullanabilir (Rose ve Massaavir, 1967: 174-179).

2.1. Seçmen Davranışları

Seçmen davranışlarını ve tercihlerini belirlemeye yönelik bilinen ilk sistemli araştırmanın Fransa'da André Siegfried tarafından 1913 yılında seçmen tercihlerinin belirlenmesi üzerine yapıldığı bilinmektedir. Batı Fransa'daki 15 farklı seçim bölgesini kapsayan araştırmada seçmen tercihlerindeki farklılaşmalar incelenmiş, yerel coğrafyanın özgün sosyal yapısı ile seçmenlerin oy verme davranışları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ünal, 2016: 96).

Seçmen davranışının, bireysel seçmenin sosyal ve kültürel çevresinin yanı sıra, psikolojik özelliklerinden de etkilendiği varsayılmaktadır (Books ve Prysby,

1988: 211). Psikolojik bakış açısını değerlendiren araştırmacılar, seçmen davranışının temel belirleyicisinin, seçmenin kişisel özellikleri ve değer sistemi olduğuna inanmaktadır. Seçmenler, korku, saldırganlık ve bencillik gibi psikolojik güçler altında içgüdüsel olarak seçimler yapmaktadır. Psikolojik dürtüler, oy verme davranışında rasyonalitenin kullanılmasını engeller. Seçmen davranışının bu psikolojik belirleyicilerinden biri kişiliktir. (Aldemir ve Bayraktaroğlu, 2004: 130).

Kişilik, bir kişinin çevresine nasıl tepki verdiğini belirleyen ve yansıtan içsel psikolojik özellikler olarak tanımlanabilir. Kişilik kişisel kimlik duygusunu korurken, bireysel ve kolektif hedeflere ulaşmaya yönelik bilişsel, duyuşsal ve motivasyonel süreçlere rehberlik eden kendine özgü özdenetim mekanizmaları ve yapılarını içerir (Caprara vd., 1997: 493, Mischel ve Shoda, 1995: 247). Kişilik, çevresel uyaranlara karşı tutarlı tepkiler olarak da tanımlanmaktadır.

Siyasal iktidarların belirlenme sürecinde siyasi partilerin davranışlarının dışında seçmen davranışı da büyük bir etkidir. Standart iktisat teorisi seçmenlerin oy verme aşamasında siyasal iktidarın geçmişte ve şimdiki dönemde ortaya koydukları performansı değerlendirdiklerini, kendileri için en yüksek faydayı sağlayacak partiye oy vermeyi tercih ettiklerini savunmaktadır. Bu teoriye göre bireyler öncelikli olarak kişisel çıkar amacıyla hareket etmekte, aynı zamanda siyasi iktidarın performans bilgilerine ulaşarak seçimlerini yapmaktadırlar (Fair, 1978: 159). Ancak seçmenlerin siyasi iktidar ve rakip partilere ilişkin bilgi edinme maliyetlerinin azımsanamayacak kadar yüksek olması, her zaman standart iktisat teorisinin geçerli olamayacağını ileri süren alternatif teorilerin geliştirilmesine yol açmıştır. Bu teorilerden birisi olan oylama teorisine göre siyasal iktidar tarafından yakın dönemlerde sergilenen performansın seçmenler tarafından beğenilmesi durumunda, tercihler, mevcut iktidar yönünde kullanılmaya eğilimli olmaktadır (Çinko, 2006: 104).

Mevcut iktidar tarafından uygulanan politikalarla veya alternatif partilerin uygulayacakları politikalara yönelik bilgi edinme imkanlarının sınırlı olması, seçmenlerin çoğunlukla katı ideolojik yönelimlere doğrultusunda hareket etmelerine neden olmaktadır. Ancak seçim dönemlerinde ideolojik tercihlerin ekonomik

koşulların gerisinde kaldığı, seçmenlerin kendileri için daha önemli gördükleri makro ekonomik göstergelerin etkisiyle oy kullandıkları söylenebilir. İdeolojik eğilimler dışında enflasyon, işsizlik ve reel artış gibi temel ekonomik göstergeler, seçmen tercihlerine etki etmektedir. Seçmen davranışlarının ekonomik performansla ilişkisini inceleyen araştırmalarda üç temel hipotez üzerinde durulmaktadır (Çinko, 2006: 105:107):

- Sorumluluk Hipotezi: Siyasal iktidarların popüleriği ile ekonomik koşullar arasındaki ilişkinin teorik temeline dayanan bu hipoteze göre bireyler, piyasalardaki ekonomik koşullarla ilgili sorumluluğun siyasal iktidarda olduğu düşüncesiyle hareket ederler (Toros, 2011: 2). İşsizliğin arttığı ve yüksek enflasyonun olduğu durumlarda siyasal iktidara ceza kesilirken, aksi durumlarda ödül verilmektedir. Başka bir ifadeyle siyasal iktidarın ekonomik performansı oy kaybına veya kazancına dönüşmektedir (Bloom ve Price, 1975: 1244). Berganza (2000: 166)'ya göre seçmenler, oylama sürecinde makro ekonomik koşullar dışında bireysel gelir düzeylerinde yaşadıkları değişimleri de göz önünde bulundurarak karar verirler.
- Müvekkil Hipotezi: Swank (1993)'ün ortaya attığı bu hipotez, yüksek işsizlik oranlarında sol partilerin, yüksek enflasyon oranlarında ise sağ partilerin popüleriğinin arttığını savunmaktadır. Sol ve sağ ideolojilere yakın partilerin iktisat politikaları birbirlerinden farklıdır. Seçmenler açısından bakıldığında bir kısmı düşük işsizlik oranını tercih ederken diğer bir kısmı ise düşük enflasyon yönünde tercihini kullanacaktır. Bu konularda eğilimlerini belirleyen seçmenler, seçim öncesinde oy verecekleri partiyi belirlemektedir (Hibbs, 1994: 24).
- Temel Hedef Hipotezi: Powell ve Whitten (1993) tarafından ortaya atılan bu hipoteze göre seçmenler siyasal iktidarlara, önceden vaat ettikleri hedeflere ulaşabilme durumuna göre destek vermektedirler. Seçmenlerin sol ve sağ ideolojilere yönelik ölçütleri de farklılık göstermektedir. Merkez ve sol partilerin iktidarda olma süreçlerinde işsizliğe, sağ

partilerin iktidarında ise enflasyonla mücadeledeki başarılarına bakmaktadırlar. Sergilenen zayıf performansa bağlı olarak seçmenlerin iktidara destekleri azalmaktadır.

Seçmen tercihlerine ve oy verme davranışına ilişkin bilimsel çalışmalar üç büyük araştırma okuluna dayanmaktadır. Bunlardan ilki Columbia Okulu olarak tanımlanan sosyolojik modele ve sosyal faktörlerin etkilerine odaklanan çalışmalardır. Lazarsfeld, Belerson ve Gaudet (1944) tarafından yayınlanan *The People's Choice* (Halkın Seçimi) kitabının yayınlanmasıyla başlayan bu model, Columbia Üniversitesi Uygulamalı Sosyal Araştırmalar Bölümü tarafından yoğun ağırlıklı çalışıldığı için Columbia Okulu olarak adlandırılmaktadır. İkinci olarak Michigan Okulu çalışmaları gelmektedir. Campbell, Converse, Miller ve Stokes tarafından 1960 yılında Amerikan seçmenleri üzerine yapılan çalışmanın referansı olan Michigan Okulu, psikososyal model ve parti özdeşleşmesinin seçmen davranışlarının arkasındaki ana faktör olduğunu varsaymaktadır. Üçüncü sırada Rochester Okulu bulunmaktadır. Anthony Downs'un 1957'de yayınladığı *An Economic Theory of Democracy* (Demokrasinin Ekonomik Teorisi) adlı çalışmaya dayanan ve rasyonel seçim teorisi olarak bilinen bu grupta seçim, belirsizlik ve bilgi gibi rasyonel değişkenlere vurgu yapılmaktadır. Seçmen tercihleri üzerine bir dönüm noktası olarak kabul edilen rasyonel seçim teorisi, aynı zamanda ekonomik oylama modeli olarak da anılmaktadır (Antunes, 2010: 146).

2.1.1. Oy verme davranışının sosyolojik modeli (Columbia Okulu)

1939 yılında Paul Lazarsfeld ve Columbia Üniversitesi'ndeki diğer meslektaşları, 1940 yılı başkanlık seçimlerine yönelik New York Eyaleti'nin Erie bölgesinde sistematik bir çalışma planladıklarında, psikoloji disiplini seçim çalışmaları alanına girmiştir. Bireylerin oy verme kararlarını etkileyen faktörleri açıklayan bu öncü çalışma, anket yöntemlerine dayanan ilk çalışma özelliğini taşımaktadır. Çalışma sonuçları *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign* (Halkın Seçimi: Bir Başkanlık Kampanyasında Seçmen Nasıl Karar Veriyor) başlıklı bir kitap biçiminde derlenerek yayınlanmıştır. Columbia Üniversitesi'nin Uygulamalı Sosyal Araştırma bölümündeki

akademisyenler tarafından yürütülen bu çalışma, sonuçta Columbia Modeli oylama davranışı olarak da bilinen sosyolojik oylama davranışı modelinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu modelin temel varsayımları üç ana eserde açıklanmıştır: *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign* (Halkın Seçimi: Bir Başkanlık Kampanyasında Seçmen Nasıl Karar Veriyor), *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign* (Oylama: Başkanlık Kampanyasında Fikir Oluşumunun İncelenmesi) ve *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* (Kişisel Etki: Kitle İletişimi Akışında İnsanların Oynadığı Rol) (Antunes, 2010: 146).

Bu oylama davranışı teorisi, bireye ve bireyi çevreleyen sosyal yapıya odaklanır. Böylelikle oyları sosyal bağlamda yerleştirir ve ardından sosyal sınıf, din, milliyetçilik, dil ve kırsal-kent ayrımı gibi değişkenlerin etkilerini inceler (Antwi, 2018: 15). Bu teoriye göre, bireyler ait oldukları grubun siyasi yönelimlerine karşılık gelen partiye oy verme eğilimi göstermektedirler (Aiba, 2003: 284).

Columbia araştırma ekibi, seçimlerden önce yedi kez mülakat yaptıkları 600 kişiden oluşan bir örneklem grubu oluşturmuştur (Mahsud ve Amin, 2020: 66). Araştırmanın amaçlarından biri, kitle iletişim araçlarının seçmenlerin karar alma süreci üzerindeki etkisinin tespit edilmesidir. Ankete katılan 600 kişiden 546'sı, kampanya başlamadan önce bile oylama kararlarını vermiş olduğunu belirtmiştir. Bu sonuçtan hareketle araştırma ekibi, analizinde dış faktörlere, özellikle seçmenler üzerinde birincil grupların etkisine daha fazla vurgu yapmıştır. Çalışmanın bulgularına göre oylama kararları, sosyal güçler tarafından belirlenmektedir. Araştırmacılar, sosyal grupların aktif üyelerinin (kanaat önderleri) medya içeriği ile sosyal grupların üyeleri arasına girdiğini ve böylece medya mesajlarını daha az dahil olan (daha az aktif) grup üyelerine siyasi standartlara uygun bir şekilde yaydığını ortaya çıkarmıştır. Ayrıca seçmenlerin kendi fikirleriyle çelişen propagandayı filtrelemek için medya mesajlarını seçici olarak inceledikleri ve bu nedenle siyasi partilerin seçim kampanyaları yoluyla seçmenleri kendilerine çekmeleri yönteminin çok etkili olmadığı tespit edilmiştir (Visser, 1994: 444-45). Araştırmacılar, oy verme davranışı ile seçmenlerin sosyal grupları arasındaki ilişkinin çok güçlü olduğunu, seçmenlerin tercihlerinin yalnızca din, sosyo-ekonomik sınıf veya statü ve ikamet

yeri olmak üzere üç öğeye odaklanarak açıklanabileceğini ileri sürmüşlerdir. Bu üç öğenin birleşimi Siyasi Öngörü Endeksi (Index of Political Predisposition) olarak adlandırılmıştır.

Sosyal bölünmeler, farklı din, sınıf veya etnik gruplardan insanlar tarafından sahip olunan sosyal ve politik değerlerdeki farklılıklara atıfta bulunur. Bu, bireylerin siyasi tercihlerini etkileyebilir. Bu modelin savunucularına göre ailenin, çocukların politik sosyalleşmesi ve belirli bir partiye bağlanmaları üzerinde derin bir etkisi vardır. Sosyolojik modele göre, yaşamın erken döneminde edinilen değerler ve normlar yaşam boyunca önemli bir rol oynamakta ve bireylerin tutum ve davranışlarını etkilemektedir. Bu model ayrıca partizanlığın seçmenler tarafından sosyalleşmelerinin bir parçası olarak öğrenildiğini ve oy verme kararlarının da siyasi sosyalleşmeden büyük ölçüde etkilendiğini savunmaktadır (Mahsud ve Amin, 2020: 66).

2.1.2. Oy verme davranışının psikososyal modeli (Michigan Okulu)

Psikososyal modelin kökeni, 1948 ABD başkanlık seçimleri sırasında Michigan Üniversitesi'ndeki Anket Araştırma Merkezi tarafından yürütülen çalışmalara dayanmaktadır (Antunes, 2010: 153). Michigan Üniversitesi'nden Campbell, Kahn, Gurin, Miller, Converse ve Stokes gibi araştırmacılar tarafından 1948, 1952 ve 1956 Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanlık seçimleri üzerine yapılan çalışmalar sonucunda Michigan modeli oy verme davranışı geliştirilmiştir. Bu çalışmaların sonuçları *The People Elect a President* (Başkan Seçen İnsanlar), *The Voter Decides* (Seçmen Karar Verir) ve *The American Voter* (Amerikan Seçmeni) adlarıyla kitap haline getirilmiştir (Mahsud ve Amin, 2020: 68). Bu araştırmaların anketleri ve veritabanları, ABD'de yürütülen çoğu seçim çalışmasında referans niteliğindedir (Antunes, 2010: 153).

Psikososyal model, oy verme davranışının belirleyicileri olarak siyasi faktörlere odaklanır. Model, oy verme kararlarını seçmenlerin parti kimlikleri ve adaylara yönelik tutumları gibi psikolojik yatınlıklarıyla ilişkilendirir. Modele göre seçmenlerin karar verme sürecini etkileyebilecek altı psikolojik faktör vardır. Bu

faktörler “parti kimliği”, “sorunlarla ilgili endişeler – konu yönelimi”, “adaylara kişisel bağlılık – aday yönelimi”, “grup standartlarına uygunluk”, “etkinlik duygusu” ve “oy kullanma yükümlülüğü duygusu” olarak adlandırılmıştır. Bu altı faktörden parti belirleme, aday yönelimi ve konu yönelimi en önemlileri olarak kabul edilmektedir (Aiba, 2003: 24). Parti kimliği, bir kişinin belirli bir siyasi partiye psikolojik bağlılığı anlamına gelir. Konu yönelimi, seçmenlerin seçim kampanyası sırasında vurgulanan konulara yönelik tutumu anlamına gelirken, aday yönelimi, seçmenlerin belirli bir adayın kişisel nitelikleri ve performansına yönelik tutumları anlamına gelir (Akhter ve Sheikh, 2014: 106).

Psikolojik model, sosyal faktörlerin önemini de kabul ederken, belirli bir popülasyondaki sosyal özelliklerin çok yavaş ve uzun bir süre içinde değiştiğini, ancak oy verme modellerindeki değişikliklerin bir seçimden diğerine gerçekleştiğini savunur. Bu modele göre, seçim sonuçlarında kısa sürede meydana gelen bu salınımlar, oy verme modellerinde büyük dalgalanmaların yaşandığı dönemde hemen hemen aynı kalan bağımsız değişkenlere (sosyal faktörler) atfedilemez. Bu nedenle psikolojik model, kısa sürede değişen sorunlar ve adaylar gibi siyasi faktörlerin bir sonucu olarak oy verme eğilimindeki bu değişime bakmaktadır (Mahsud ve Amin, 2020: 68).

Bu modele yönelik eleştiriler de bulunmaktadır. İlk eleştiri, bu modelin seçim seçiminde partizanlığın rolünü aşırı vurgulaması ve bu süreçte, belirli bir seçimde seçmen tercihini etkileyebilecek diğer faktörleri göz ardı etmesidir. Bazı kişiler, belirli bir seçimde görevdeki veya diğer partilere karşı protesto olarak bir partiye oy verebilir (Bratton vd., 2012: 39). Ayrıca bu yaklaşım, kişinin oy tercihini etkilemesi muhtemel olan uzun vadeli ve kısa vadeli faktörler arasında net bir ayrım sağlayamamaktadır (Aiba: 2003: 24).

2.1.3. Oy verme davranışının rasyonel seçim modeli (Rochester Okulu)

Oy verme davranışının üçüncü ve son modeli, bireylerin oy verme davranışını ekonomik terimlerle açıklamaya çalışan Rasyonel Seçim modelidir. Bu model, bireylerin oy verme davranışının maliyet-fayda analizinin bir sonucu olduğunu iddia

etmektedir. Modele göre seçmenler, oy kullanmadan önce, vurgulanan konuları ve çeşitli siyasi partiler ve adaylar tarafından desteklenen politikaları eleştirel bir şekilde değerlendirmektedir (Antunes, 2010: 157).

Rasyonel Seçim Teorisini seçim araştırmalarına en etkili şekilde tanıtan ekonomistler Anthony Downs, Duncan Black ve Kenneth Arrow'dur. Anthony Downs'un An Economic Theory of Democracy adlı kitabı, oy verme davranışının incelenmesinde Rasyonel Seçim Modeli'ni devreye sokmanın temel çalışması olarak kabul edilmektedir (Klingelhofer, 2010: 1). Bu kitapta Downs, seçmenlerin adayları ve seçim platformlarını değerlendireceğini ve yerine getirmek için verdiği sözlere dayanarak partiye oy vereceğini savunmaktadır. Bu modelin savunucuları, seçmenlerin her seçimde siyasi partilere olan bağlarını, ekonomik koşulları ve siyasi partilerin onlara yaklaşımını göz önünde bulundurarak ayarladığını savunmaktadır (Antunes, 2010: 158). Ayrıca seçmenlerin, siyasi konumları kendilerine en yakın olan partiler ve adaylar (seçmenler) için oy kullandığı iddia edilmektedir. Bu nedenle seçmenler, bir partiye veya adaya oy vermeye karar verirken kendi çıkarlarını göz önünde bulundurmaktadır. Bu çıkarlar kişisel olabileceği gibi aile, sınıf veya gruplarla ilgili de olabilmektedir (Mahsud ve Amin, 2020: 71).

Modelin işleyişı üç temel öncüle dayanmaktadır: (1) Tüm kararlar (seçmenler ve siyasi partiler tarafından alınan kararlar) rasyoneldir, yani kişisel çıkarlara göre yönlendirilir ve eylemin faydasını maksimize etme ilkesine göre uygulanır; (2) Demokratik siyasi sistem, seçmenler ve siyasi partiler tarafından alınan kararların sonuçlarına ilişkin tahminleri destekleyen bir tutarlılık düzeyi anlamına gelir, temsilcileri (seçmenler, partiler ve hükümet) sorumlu ve güvenilirlerdir, bu da farklı seçimlerden kaynaklanan sonuçlar hakkında tahminlerde bulunmayı mümkün kılar; (3) Demokratik sistem (önceki maddede belirtilen tutarlılığa rağmen) farklı seçeneklere izin verecek kadar önemli olan bir belirsizlik düzeyi olduğunu varsayar (Antunes, 2010: 158).

2.2. Seçmenlerin İkinci Parti Tercihleri

Çoğu seçim sistemi, seçmenleri seçim zamanında bir veya iki oyla sınırlamaktadır. Reformcular bunu genellikle başarısız olarak görmektedirler. Çünkü seçmenlerin tercihleri, izin verilen seçenek sayısından hem daha geniş hem de daha çeşitlidir. Bu nedenle yeni seçim sistemleri genellikle daha fazla tercihin ifade edilmesine izin vermek üzere kurgulanmıştır (Bowler vd., 2018: 1).

Özbudun (1995: 523) Avustralya'da uygulanan alternatif oy sisteminde seçmenlerin ikinci oylarının önemini ve seçim sisteminde nasıl kullanıldığını belirtmektedir. Bu sistemde seçmenler tercih sıralarına göre adayları numaralandırmakta, birinci tercihlere göre mutlak çoğunluğun sağlanamadığı durumlarda en düşük oranda birinci tercihte yer alan aday elenerek ona verilen oylardaki ikinci tercihler sahiplerine dağıtılmaktadır. Bu işlem, adaylardan biri mutlak çoğunluğu sağlayana kadar devam etmektedir. Özbudun'a göre alternatif oy sistemi ile seçmenlerin ikinci tercihleri de önem kazanmakta, ikinci tur oylama yapma gerekliliğini ortadan kaldırmaktadır.

Seçmenlerin ikinci tercihlerinin önem taşıdığı bir diğer seçim sistemi, İrlanda ve Malta'da uygulanan devredilebilir tek oy sistemidir. Bu sistemde seçmenler partilerin listesine değil, bireysel adaylara oy vermekte, adayları tercih sırasına göre dizmektedir. Kazanmak için gereken asgari oy kotasını elde eden adayların ihtiyaçları olmayan artık oylar, oy pusulasındaki ikinci tercihlere devredilmekte veya en zayıf aday elenerek ona verilen oylar, tercih sırasına uygun şekilde diğer adaylara dağıtılmaktadır (Özbudun, 1995: 524).

Seçimlerde partilerin ittifak kurarak birlikte seçime girmeleri, alternatif oy veya devredilebilir tek oy sistemlerinden daha yaygın bir uygulamadır (Norris, 1997: 298). Alternatif oy veya devredilebilir oy sisteminden farklı olarak bu sistemde ittifak kuran partiler, seçmenlerinin ikinci oy tercihlerini birbirlerine yönlendirebilmektedir (Miş ve Duran, 2018: 9). Seçimlerde ittifakların kurulması ve seçim katılımı ilişkisine yönelik iki ana nokta bulunmaktadır. Bunlardan birincisi nispi seçim sistemlerinin geçerli olduğu ortamlarda ittifaklar, seçmenlerin oy

kullanma motivasyonlarını artırmaktadır. İkincisi de ittifakların küçük partilere ve bunların seçmenlerine önem kazandırması, oylarının kilit rol kazanmasıdır (Blais ve Dobrzynska, 1998: 242).

Norris (1997: 300-302) seçmenlerin ikinci tercihlerinin başkanlık sistemlerinde yapılan iki türlü seçimlerde büyük önem taşıdığını belirtmektedir. Kendi adaylarının kazanma ihtimalinin çok düşük olduğu küçük partiler, bu tarz seçimlerde çoğunlukla büyük partilere eklenmekte, ana partiler etrafında birleşmektedir. Çünkü seçimin ikinci tura kalması durumunda kendi partilerinin çıkarlarını maksimize edebilecek, doğrudan veya dolaylı olarak başkanlık seçimlerine etki edebileceklerdir.

Çoğunluğa dayalı sistemlerin ayırt edici özelliği, en çok oyu alan adayın kazanmasıdır. Burada adayların oyların mutlak çoğunluğunu alması gerekmemektedir. Seçmenler, doldurulacak koltuk sayısı kadar oya sahiptir ve en yüksek oyu alan adaylar, gerçekte elde ettikleri oy yüzdesine bakılmaksızın pozisyonları doldururlar. Buna karşılık Avustralya alternatif oyu ve Fransız iki tur sistemi gibi çoğunluk sistemleri, kazanan adayın mutlak çoğunluğu (yani %50'nin üzerinde) almasını sağlamaya çalışmaktadır. Her bir sistem, özünde, ilk tur oylamadan çıkmazsa, çoğunluk kazananı elde etmek için seçmenlerin ikinci tercihlerini kullanmaktadır (Reynolds vd, 2008: 18).

Özbudun (1995: 538) ikinci tercihin demokratik sistemlerdeki önemini aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:

Daha az sayıda seçmenin birinci tercihini topladığı halde daha çok sayıda seçmenin ikinci tercihi olan bir parti, birinci tercihi daha çok fakat ikinci tercihi çok daha az olan bir partiye oranla, toplumun daha geniş kesimlerinin daha kabul edilebilir gördüğü bir partidir. Seçmenlerin yüzde 25'inin birinci tercihi olmasına rağmen hiç kimsenin ikinci tercihi olmayan bir partiye oranla, yüzde 20 birinci tercih ve yüzde 40 ikinci tercih alan bir partinin kamuoyunu daha iyi temsil ettiği iddia edilebilir.

2.3. Türkiye’de Seçmen Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Türkiye’deki seçmenlerin davranışlarına etki eden faktörleri inceleyen araştırmalar, bu faktörlerin siyasi parti, liderler, adaylar, gündemdeki konular, siyasi propagandalar, kitle iletişim araçlarının kullanımı, kamuoyu araştırma sonuçları, din, aile, çıkar grupları, kamuoyu liderleri ve ekonomik politikalar olmak üzere 12 temel başlıkta ele alınabileceğini göstermektedir (Akgün, 2004; Çinko, 2006; Bayır ve Aslan, 2019; Ünal, 2020).

Seçmen davranışlarını yakından etkilediği bilinen pek çok unsurun dağılımı yerleşim birimine bağlı olarak değişmektedir. Kent ve köy ayrımı, hem oralarda yaşayanların kişisel nitelikleri bakımından hem de onları çevreleyen şartlar bakımından derecesi ülkeden ülkeye değişen bir farklılığa dayanmaktadır (Temizel, 2012: 105).

Seçmenlerin birçoğunun herhangi bir siyasal partiye yönelik geçmişten gelen psikolojik sevgi bağı vardır (Çinko, 2006: 110). Fanatik taraftar olarak da adlandırılan bu gruptaki seçmenler için parti kavramı, liderden de önce gelebilmektedir. Seçmenlerin bir partiye karşı duyduğu sevgi ve aidiyeti ifade eden bu yaklaşım, gruplar yerine bireyler üzerinde odaklanmış ve seçmenlerin oy kullanma yaşına gelmeden önce ailesinin ve çevresinin etkisinde kalarak gerçekleşen siyasal sosyalleşme sürecinde edindikleri siyasal tutumlar ve ideolojik yönelimlerin, ilerleyen yaşlarda onların parti tercihi üzerinde son derece etkili olduğunu ortaya koymuştur (Damlapınar ve Balcı, 2005: 60).

Akgün (2005) tarafından yapılan çalışmada sadece ideolojik ve sınıf temelli açıklamaların yetersiz kaldığı, buna karşılık partizan tutumların ve ideolojinin oy vermede oldukça önemli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ekonomik faktörlerin, yaşın, cinsiyetin ve kentsellik gibi değişkenlerin de oy vermede ve parti tercihinde etkili olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. UYGULAMA

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Olgu ve olayları nesnelleştirerek gözlemlenebilir, ölçülebilir ve sayısal olarak ifade edilebilir bir şekilde ortaya koyabilmek için nicel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Nicel araştırmada gözlem, ölçme, anket vb. yöntemlerle elde edilen sayısal veriler analiz edilerek bir takım sonuçlara ulaşılmaya çalışılmaktadır. Nicel araştırmanın temel amacı gözlemlenen olayı sayısal verilerle ölçebilmektir. Nicel araştırma yöntemlerinden betimsel yöntem, mevcut durumun araştırılması ve belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmalarda kullanılan bir yöntemdir. Gözlemlenen grubun genel evrenle ilgili tutumlarının belirlenmesine yönelik çalışmalarda, betimsel yöntem kullanılmaktadır (Gurbetoğlu, 2015).

Bu araştırmada, seçmenlerin davranışlarını ve ikinci parti seçimlerini etkileyen etmenlerin incelenmesi amacıyla nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Anket yöntemi ile veriler toplanmış, SPSS programı ile veriler analiz edilmiş ve nicel sonuçlara ulaşılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Soruları cevaplamak için ihtiyaç duyulan verilerin elde edildiği canlı ya da cansız varlıklardan oluşan büyük grup evren olarak tanımlanmaktadır. Araştırmada toplanacak verilerin analizi ile elde edilecek sonuçların geçerli olacağı, yorumlanacağı grup olarak da tanımlanabilir. Özellikleri hakkında bilgi toplamak için çalışılan evrenden seçilen onun sınırlı bir parçası ise örneklem olarak tanımlanmaktadır. Örneklem ise evrenin özelliklerini belirlemek, tahmin etmek amacıyla onu temsil edecek uygun örnekleri seçmeye yönelik süreci ve bu süreçte gerçekleştirilen tüm işlemleri tanımlar (Büyüköztürk vd. 2015: 80-81).

Araştırmanın evreni Türkiye'deki seçmenlerdir. Örneklem olarak Ankara ilinde ikamet eden seçmenlerden rasgele örneklem belirleme yöntemiyle 634 kişi seçilmiştir. 2020 yılının Mart ayından itibaren bütün dünyayı etkisi altına alan Corona virüs salgını ve pandemi nedeniyle anket formu internet ortamına yüklenmiş, mail ve telefon ile bilgilendirilen katılımcılardan anket formunu doldurmaları istenmiştir. Toplam 700 kişiyle temas kurulmuş, elde edilen formlardan geçerli olan 634'ü analizlerde kullanılmıştır.

3.3. Varsayımlar ve Sınırlılıklar

Araştırmanın varsayımları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

- Anket maddelerinin araştırmaya uygun sonuçlara ulaşmayı sağlayacak içerikte olduğu ve katılımcıların soruları rahat bir şekilde anladıkları varsayılmıştır.
- Katılımcıların anket maddelerine açık ve dürüst şekilde yanıt verdikleri varsayılmıştır.

Araştırma, maliyet ve zaman sınırlılıkları yüzünden Ankara ili ile sınırlı tutulmuştur.

3.4. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak Temizel (2012) tarafından "Türkiye'de Seçmen Davranışlarında Sosyopsikolojik, Kültürel ve Dinsel Faktörlerin Rolü: Kuramsal Ve Ampirik Bir Çalışma" adıyla yapılan Doktora Tezi çalışmasındaki sorular baz alınarak hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Temizel tarafından hazırlanan ölçeğin Crombach's Alpha değeri 0,9062 olarak hesaplanmış ve yüksek düzeyde güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır.

Hazırlanan ankete, seçmenlerin ikinci parti tercihlerinin nasıl oluştuğunu belirleyebilmek üzere yeni maddeler eklenmiş, eklenen maddelerle ilgili uzman görüşleri alınmıştır.

Anketin ilk bölümü demografik verileri içermektedir. Bu bölümde takip edilen sosyal medya platformuna ilişkin bir madde de bulunmaktadır. İkinci bölüm seçmenlerin siyasi yaklaşımlarını belirlemeye yönelik çoklu seçenekler içeren maddelerden oluşmaktadır. Bu bölümde siyasi liderlere güvenme, dini yaklaşımlar, gelecekle ilgili beklentiler gibi ölçüm yapılabilecek maddeler dışında siyasal tercihleri etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik 5’li Likert tipi maddeler de bulunmaktadır. Anketin en sonunda kurumlara güvenirlilik durumunu belirleyecek bir madde yer almaktadır.

3.5. Analizler ve Bulgular

3.5.1. Demografik özellikler

Katılımcıların cinsiyet, mezuniyet durumu, yaş, meslek ve gelir düzeyi dağılımları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Demografik Değişkenlere Göre Dağılımlar

Değişken	Açıklama	n	%
Cinsiyet	Erkek	420	66,2
	Kadın	214	33,8
Eğitim Durumu	İlkokul	26	4,1
	Lisans	276	43,5
	Lise	149	23,5
	Ortaokul	39	6,2
	Önlisans	79	12,5
	Yüksek Lisans ve üstü	65	10,3
Yaş	18-25	128	20,2
	26-30	86	13,6
	31-40	214	33,8
	41-55	172	27,1
	56-65	30	4,7
	65 ve üstü	4	0,6

Tablo 1 (Devam): Demografik Değişkenlere Göre Dağılımlar

Değişken	Açıklama	n	%
Gelir Düzeyi	2000 ve altı	157	27,8
	2001-3000	110	17,4
	3001-5000	181	28,5
	5001-7000	102	16,1
	7001 ve üstü	84	13,2
Meslek	Emekli	55	8,7
	Esnaf	48	7,6
	Ev Kadını	42	6,6
	İşçi	123	19,4
	İşsiz	43	6,8
	Memur	65	10,3
	Mühendis	7	1,1
	Öğrenci	112	17,7
	Sağlık personeli	6	0,9
	Sanayi / Tüccar vb.	21	3,3
	Serbest Meslek	112	17,6
Toplam		634	100,0

Anket çalışmasına katılan örneklem grubunun %66,3'si erkek, %33,8'i kadındır. Ataerkil toplumlarda erkekler, kadınlara göre siyasete daha fazla ilgi göstermekte ve yakınlık duymaktadır. Bu nedenle örneklem grubunda erkek sayısının kadınlara göre fazla olması, toplumsal açıdan seçmen yaklaşımlarını daha iyi belirlemeyi sağlayacaktır. Mezuniyet durumuna göre örneklem grubuna bakıldığında ilk sırada %43,5 ile lisans düzeyi mezunların grubunun yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada %23,5 ile lise mezunları gelmektedir. Araştırmanın pandemi nedeninden dolayı internet üzerinden yapıldığı düşünüldüğünde, katılımcıların eğitim durumlarının beklenenden daha yüksek olması kabul edilebilir bir durum olarak yorumlanmıştır. Yaş grupları dağılımında ilk sırada %33,8 ile 31-40 yaş grubu gelmektedir. Bu grupta ikinci sıraya %27,1 oran ile 41-55 yaş grubu yerleşmiştir. Mesleklerine göre dağılımda ilk sırada %19,4 ile öğrenciler bulunmaktadır. İkinci sıradaki öğrenciler %17,7, üçüncü sıradaki serbest meslek grubundakiler %17,6 ile birbirlerine çok yakın oranda çıkmıştır. Ev kadını olduklarını belirtenler ise %6,6 gibi azımsanamayacak bir orandadır. Gelir düzeylerinde ilk sırada %28,5 ile 3001-5000 arası geliri olanlar yer almaktadır. Bu grupta ikinci sırada %24,8 ile 2000 ve altı grubun yer alması ise önemli bir sonuç olarak görülmüştür. 2000 ve altı gelire sahip bireylerin meslek gruplarında ki dağılım

ile paralel olarak incelediğimizde bu grupta bulunan bireylerin ev kadınları ve öğrenciler olabileceği öngörülmüştür. Araştırmaya katılanların yarıya yakının gelir durumunun 2001-3000 ve 3001-5000 arasında gelir grubuna sahip olan bireylerin olduğu görülmüştür. Yaklaşık olarak her dört katılımcıdan biri, asgari ücretin altında gelir düzeyine sahip olduğunu ve yaklaşık her dört katılımcıdan birinde 5000 üstünde gelire sahip olduğunu belirtmiştir.

Araştırmanın sonuçlarına göre araştırmaya katılanlar arasında ciddi bir gelir farkı olduğu gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılanların dörtte biri asgari ücretin altında gelire sahipken yine ankete katılanların dörtte biri asgari ücretin üç katından daha fazla gelire sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların en çok kullandıklarını belirttikleri sosyal medya platformları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformu

Platform	n	%
Facebook	119	18,7
Instagram	106	16,7
Twitter	382	60,3
YouTube	17	2,7
Kullanmıyor	10	1,6
Toplam	634	100,0

Araştırmaya katılanlara en çok takip ettikleri sosyal medya platformu sorulmuştur. Takip edilen sosyal medya platformlarından Twitter, %60,3 ile ilk sırada çıkmıştır. Twitter platformunun diğer platformlara göre daha siyasi içerikli olması, katılımcıların siyasetle daha fazla iç içe olduklarını göstermesi adına önemli bulunmuştur. Takip edilen sosyal medya platformlarında Facebook %18,7 ile ikinci sırada, Instagram ise %16,7 ile üçüncü sırada çıkmıştır.

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine baktığımızda %60’ından fazlasının 40 yaş altı gruba dahil olduğu gözlemlenmiştir. Araştırmamızda en çok takip edilen sosyal medya platformunun twitter çıkması demografik özelliklerle

karşılaştırıldığında birbiriyle örtüştüğü görülmektedir. Genç ve orta yaşlıların daha çok kullandığı sosyal medya platformunun twitter olduğu ve bu sosyal medya platformunun diğer platformlara göre daha çok siyasi içerik bulundurduğu gözlemlenmiştir.

3.5.2. Siyasal ve sosyokültürel özellikler

Katılımcılara hangi siyasi partiye üye oldukları sorulmuş, bu soruya verilen yanıtların dağılımı Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3: Kayıtlı Olunan Siyasi Parti

Parti	n	%
AKP	167	26,3
CHP	138	21,8
MHP	41	6,5
İYİ PARTİ	40	6,3
HDP	41	6,5
Diğer Partiler	20	3,2
Bir partiye üye değilim	187	29,5
Toplam	634	100,0

Kayıtlı olunan siyasi parti sorusuna katılımcıların %29,5’i “bir partiye üye değilim” şeklinde yanıt vermiştir. Bu durum yaklaşık olarak her beş seçmenden ikisinin bir siyasi partinin kayıtlı üyesi olmadığını göstermektedir. Bir siyasi partiye kayıtlı olduğunu belirtenler arasında en yüksek oran %26,3 ile AKP’ye kayıtlı olanlar grubunda yer almaktadır. İkinci sırada yer alan CHP’ye kayıtlı olanların oranı %21,8’dir. Araştırmanın yapıldığı dönem itibarı ile AKP’nin iktidar partisi, CHP’nin ana muhalefet partisi olması açısından elde edilen sonuç, hayatın olağan akışına uygun bir sonuç olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmaya katılanların yaklaşık %70’inin siyasete en azından bir siyasi partiye üye olarak katıldıklarını göstermesi açısından önemli bir bulgudur. Araştırmamızı sosyal medya mecraları üzerinden yaptığımızdan dolayı siyasete ilgilenen bireylerin normale göre yüksek çıkması beklenen bir sonuçtur.

Katılımcılara üyesi oldukları siyasi partiye kimin aracılığı ile üye oldukları sorulmuş, bu soruya verilen yanıtların dağılımı Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4: Siyasi Partiye Üye Olma Aşamasındaki Aracılar

Aracı	n	%
Aile (Anne/Baba)	83	13,1
Akraba	15	2,4
Arkadaş	67	10,6
Parti üyesi tanıdıklar	112	17,7
Diğer	88	13,9
Eş	14	2,2
İş Arkadaşı	20	3,2
Medya	48	7,6
Bir partiye üye değilim	187	29,5
Toplam	634	100,0

Tablo 4’deki sonuçlar incelendiğinde, herhangi bir partiye üye olmadığını belirtenler dışında, bir siyasi partiye üye olma aşamasında en çok parti üyesi tanıdıkların etkin olduğu görülmektedir. Bu grup %17,7 ile ilk sırada yer almıştır. Bir siyasi partiye üye olma aşamasında ailenin etkisi (%13,1) ile *Diğer* etkenlerin aracı olduğunu belirtenlerin (%13,9) oranı birbirine çok yakın çıkmıştır. Eş (%2,2), İş Arkadaşı (%3,2) ve Akraba (2,4) etkisinin bir siyasi partiye üye olma aşamasında çok düşük düzeyde olduğu ilginç bir sonuç olarak değerlendirilmiştir.

Siyasi partiye üye olma aşamasında eş, iş arkadaşı ve akrabanın etkisinin düşük çıkması araştırmamıza katılanların %60’ından fazlasının önlisans, lisans ve yüksek lisans mezunu bireyler olmasından kaynaklanmaktadır. Bireylerin eğitim seviyeleri yükseldikçe eş, akraba vb. etkenlerin etkilerinden sıyrılarak kendileri bağımsız bir şekilde karar vermekte ve seçimde bulunmaktadırlar.

Katılımcılara kendilerini siyasal yelpazenin neresine konumlandıklarını sorulmuş, bu soruya verilen yanıtların dağılımı Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5: Siyasi Yelpazedeki Konum

Konum	n	%
Aşırı Sağ	43	6,8
Sağ	144	22,7
Merkez	177	27,9
Sol	200	31,5
Aşırı Sol	17	2,7
Fikrim Yok	53	8,4
Toplam	634	100,0

Katılımcıların kendilerini siyasi yelpazede konumlandıkları yere bakıldığında ilk sırada %31,5 ile *sol* düşünceye sahip olduklarını belirtenlerin geldiği görülmektedir. Bunu ikinci sırada %27,9 ile *merkez*, üçüncü sırada %22,7 ile *sağ* düşünceye sahip olduklarını belirtenler izlemektedir. Türkiye'nin genel seçmen yapısına bakıldığında *merkez* konumda olduklarını belirtenlerin seçimlerde *sağ*, *merkez sağ*, *liberal* düşünce tarzlarına daha yoğun eğilimleri olduğu söylenebilir. Bu bağlamda siyasi yelpazenin *sağında* yer aldığını belirtenlerin üçüncü sırada çıkması şaşırtıcı bir sonuç olarak değerlendirilmemiştir. *Solda* yer aldığını belirtenlerin ilk sırada çıkması da katılımcıların eğitim düzeylerinin yüksekliği, twitter sosyal medya platformunun en çok kullanılan platformlar arasında ilk sırada çıkması ile açıklanabilir.

Araştırmanın sonuçlarında sol ve aşırı solu beraber, merkez, sağ ve aşırı sağda beraber değerlendirdiğimizde ve sonuçları üye olunan partilerle karşılaştırdığımızda birbiriyle örtüştüğü gözlemlenmektedir. Siyasi hayatımızda sol ve sağ ayrımının geçerliliğini halen muhafaza ettiğinin de göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Katılımcılara kendilerini hangi siyasal / kültürel kimlikle tanımlayabilecekleri sorulmuş, liste halinde verilen siyasal / kültürel kimliklerden en fazla üç tanesini işaretlemeleri istenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Siyasal / Kültürel Kimlik

Siyasal/Kültürel Kimlik	1. Tercih		2. Tercih		3. Tercih	
	n	%	n	%	n	%
Aşırı Solcu	9	1,4	3	0,5	1	0,2
Atatürkçü	30	4,7	42	6,6	148	23,2
Demokrat	1	0,2	0	0,0	0	0,0
Diğer	10	1,6	0	0,0	0	0,0
Dindar	6	0,9	23	3,6	37	5,8
İslamcı / Şeriatcı	4	0,6	1	0,2	14	2,2
Kürt İslamcı	6	0,9	4	0,6	3	0,5
Kürt Milliyetçisi	6	0,9	6	0,9	10	1,6
Laik	139	21,9	35	5,5	8	1,3
Liberal Demokrat	16	2,5	14	2,2	10	1,6
Muhafazakar – Dindar	22	3,5	30	4,7	24	3,8
Muhafazakar - Milliyetçi	47	7,4	40	6,3	22	3,5
Sağcı	129	20,3	0	0,0	0	0,0
Solcu	55	8,7	52	8,2	1	0,2
Sosyal Demokrat	47	7,4	81	12,8	18	2,8
Türk Milliyetçisi	100	15,8	73	11,5	0	0,0
Ülkücü	7	1,1	21	3,3	32	5,0
Ulusalıcı	0	0,0	0	0,0	24	3,8
Boş Bırakanlar	0	0,0	209	33,0	282	44,7
Toplam	634	100,0	634	100,0	634	100,0

Katılımcıların siyasal/kültürel kimliklerine yönelik sonuçlar incelendiğinde bütün katılımcıların en az bir tercih yaptıkları görülmektedir. İlk sırada seçilen siyasal/kültürel kimlik tanımlamalarında ilk sırada %21,9 ile *Laik*, ikinci sırada %20,3 ile *Sağcı* ve üçüncü sırada %15,8 ile *Türk Milliyetçisi* bulunmaktadır. Bu sonuçlar, siyasi yelpazedeki konumda ulaşılan sonuçlarda *merkez* konumda olduğunu belirtenlerin genellikle *sağ* eğilimli oldukları yorumu ile örtüşmektedir. Siyasal/kültürel kimlik konusunda 209 kişi (%33,0) ikinci tercihi boş bırakmıştır. Üçüncü tercihi boş bırakanların sayısı ise 282 kişi (%44,7) olmuştur. İkinci tercihler arasında ilk sırada %12,8 ile *Sosyal Demokrat* olduğunu belirtenler yer almaktadır. *Türk Milliyetçisi* olduğunu belirtenler, ikinci tercihlerde %11,5 ile ikinci sırada yer

almıştır. Üçüncü tercihlerde siyasal/kültürel kimliğini *Atatürkçü* olarak belirtenler %23,2 ile ilk sıradadır.

Katılımcılara siyasal alandaki gelişmeler/olaylar karşısında kendilerini en iyi tanımlayacakları pozisyon sorulmuş, alınan yanıtların dağılımı Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Siyasal Alandaki Gelişmeler/Olaylar Karşısındaki Pozisyon

Pozisyon	n	%
Siyasal olaylarla hiç ilgilenmem.	63	9,9
Siyasal olayları T.V./ yazılı basın aracılığıyla yakından takip ederim.	420	66,2
Siyasal faaliyetlere toplantı / miting gibi yöntemlerle katılıyorum	62	9,8
Desteklediğim siyasal partinin propaganda faaliyetlerinde aktif olarak görev alırım.	59	9,3
Seçimlerde bizzat aday olurum, partide görev alırım.	21	3,3
Toplam	634	100,0

Tablo 7’deki sonuçlar incelendiğinde yaklaşık her üç seçmenden ikisinin (%66,2) siyasal olayları televizyondan veya yazılı basın aracılığı ile yakından takip ettiği görülmektedir. Siyasal olaylarla hiç ilgilenmediğini belirtenler %9,9 ile ikinci sırada yer almıştır. Seçimlerde bizzat aday olan veya partide aktif görev aldığını belirtenlerin oranı %3,3 ile son sırada çıkmıştır.

Araştırmanın sonuçlarına göre siyasal olayları yakından takip edenler, propaganda faaliyetlerinde görev alanlar ve bizzat aktif görev alanların oranı herhangi bir siyasi partiye üye olanlarla örtüşmektedir. Bu sonuca göre siyasi hayatın takip eden veya bizzat içinde bulunanlar içerisinde buldukları siyasi partinin programlarını takip ettiği mitinglerine katıldığı gözlemlenmektedir.

Katılımcılara oy vermenin kendileri için nasıl bir önem taşıdığı sorulmuş, yanıtların dağılımı Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8: Oy Vermenin Önemi

Oy vermenin önemi	n	%
Siyasal olaylarla hiç ilgilenmem.	27	4,3
Bir partiye oy vererek bazı kişisel işlerimi ilgili partilere daha kolay yaptırabiliyorum.	33	5,2
İstedğim partinin / kişilerin yönetime gelmesini sağlayarak ülkemin / bölgemin iyi yönetilmesine katkıda bulunuyorum.	351	55,4
Dünya görüşüme / ideolojime hizmet ediyorum	150	23,7
Gerçekte kullandığım oyun pek faydası yok. Yasal zorunluluktan dolayı kullanıyorum.	60	9,5
Henüz oy kullanmadım.	5	0,8
Boş bırakanlar	8	1,3
Toplam	634	100,0

Oy vermenin önemine yönelik sonuçlar incelendiğinde %55,4 oranda katılımcıların yarısından fazlasının oy vermenin demokratik yönüne dikkat çektikleri, istedikleri parti ve kişilerin yönetime gelmesini sağlayarak daha iyi bir yönetime katkı sağladıklarını düşündükleri görülmektedir. Bu sonuç, çoğunluğun demokrasinin bir gereği olarak oy vermeye bilinçli yaklaştıklarını göstermesi adına önemli bulunmuştur. Oy vererek kendi dünya görüşlerine ve ideolojilerine hizmet ettiğini belirtenler, %23,7 ile ikinci sırada yer almıştır. Oy kullanmanın bir faydası olmadığını düşünen ve sadece yasal zorunluluktan dolayı oy kullandığını belirtenlerin oranının %9,5 gibi yüksek bir oranda çıkması da değerlendirilmesi gereken bir sonuç olarak görülmüştür.

Katılımcılara kendilerine göre Türkiye’de çözülmesi gerekli en önemli sorunun hangisi olduğu sorulmuş, verilen seçeneklerden en fazla üç tanesini işaretlemeleri istenilmiştir. Katılımcıların tercih sıralarına göre işaretledikleri sorunlar Tablo 9’da listelenmiştir.

Tablo 9: Türkiye’de Çözülmesi Gereken En Önemli Sorun

Sorun	1. Tercih		2. Tercih		3. Tercih	
	n	%	n	%	n	%
AB ile İlişkiler	0	0,0	0	0,0	4	0,6
Adalet Sistemi	18	2,8	72	11,4	107	16,9
Ahlaki Yozlaşma	7	1,1	25	3,9	21	3,3
Anadilde Eğitim	14	2,2	8	1,3	1	0,2
Çevre	0	0,0	0	0,0	5	0,8
Demokratikleşme	2	0,3	10	1,6	44	6,9
Dış Politika	4	0,6	11	1,7	7	1,1
Eğitim	39	6,2	86	13,6	58	9,1
Ekonomik Sorunlar	96	15,0	87	13,7	48	7,6
Gelir Adaletsizliği	2	0,3	10	1,6	55	8,7
Hayat Pahalılığı	1	0,2	3	0,5	20	3,2
İnanç Özgürlüğü	11	1,7	11	1,7	5	0,8
İnsan Hakları	2	0,3	2	0,3	52	8,2
İşsizlik	218	34,4	0	0,0	0	0,0
Kadına şiddet	12	1,9	29	4,6	27	4,3
Kıbrıs Sorunu	0	0,0	0	0,0	3	0,5
Kürt Sorunu	8	1,3	17	2,7	19	3,0
Rüşvet ve Yolsuzluk	44	6,9	45	7,1	35	5,5
Sağlık	0	0,0	4	0,6	8	1,3
Sosyal Güvenlik	1	0,2	4	0,6	5	0,8
Suriyeliler / Mülteci Sorunu	65	10,3	77	12,1	16	2,5
Şeffaflık	7	1,1	9	1,4	6	0,9
Terör / PKK	71	11,2	53	8,4	0	0,0
Yönetim	0	0,0	0	0,0	1	0,2
Hepsi	7	1,1	0	0,0	7	1,1
Boş bırakanlar	6	0,9	71	11,2	80	12,6
Toplam	634	100,0	634	100,0	634	100,0

Türkiye’nin çözülmesi gereken en önemli sorununa yönelik anket çalışmasına katılan kişilerin 1. tercihleri arasında ilk sırada %34,4 ile *işsizlik* sorunu yer

almaktadır. İkinci sırada %11,2 ile *Terör / PKK* sorunu, üçüncü sırada ise %10,3 ile *Suriyeliler / Mülteciler* sorunu bulunmaktadır. Bu sonuçlar, seçmenlerin Türkiye'deki günlük yaşama ve siyasi/sosyal olaylara büyük ölçüde hakim olduklarını göstermektedir. İşsizlik, özellikle pandemi süreci ile birlikte daha da büyük bir sorun haline gelmiş, birçok kişi işini kaybetmiş veya işyeri kapalı olduğu için çalışamaz duruma gelmiştir. Bu nedenle işsizlik sorunun ilk sırada çıkması, beklenen bir sonuç olarak yorumlanmıştır. Özellikle Türkiye'nin Doğu ve Güneydoğu Bölgelerinde yıllardan beri devam eden terör ve bölücü örgüt sorunu, örneklem kitlesi tarafından en önemli ikinci sorun olarak belirtilmiştir. 2011 yılında Suriye'de başlayan iç savaştan kaçarak Türkiye'ye sığınan ve araştırmanın yapıldığı dönem itibarı ile sayıları 4 milyonun üzerine çıkan Suriyeliler ve Mülteciler sorunun da çözülmesi gereken sorunlar arasında ilk sıralarda yer alması önemli bir sonuç olarak yorumlanmıştır.

Türkiye'nin en önemli sorunlarına yönelik yapılan 2. Tercihlere 71 (%11,2), 3. Tercihlere 80 (%12,6) kişi yanıt vermemiştir. 2. Tercihler arasında ilk sırada yer alan *Ekonomik Sorunlar* %13,7 orana sahiptir. İkinci sıradaki *Eğitim* ise %13,6 oran ile ilk sıradaki orana yaklaşık bir oranda çıkmıştır. Üçüncü sırada %12,1 ile yine *Suriyeliler / Mülteciler* sorunu yer almaktadır. 3. Tercihlerde ilk sırayı %16,9 ile *Adalet Sistemi*, ikinci sırayı %9,1 ile *Eğitim*, üçüncü sırayı %8,7 ile *Gelir Adaletsizliği* almıştır.

İşsizliğin ve ekonominin temel problem olarak görüldüğü bu sonuçlar bireylerin oy kullanma nedenlerinde zorunluluktan dolayı kullandıkları sonuçlarla birarada değerlendirdiğimizde, ekonominin bozulduğu işsizliğin arttığı kriz dönemlerinde bireylerin siyaset kurumundan beklentilerinin azaldığını ve bunu oy kullanma esnasında bir davranış olarak sergilediklerini ortaya koymaktadır.

3.5.3. İkinci parti tercih eğilimleri

Katılımcılara üyesi oldukları parti dışında Türkiye'deki sorunları bilen ve bu sorunlara çözüm getirebilecek iyi bir kadrosu bulunan partinin hangisi olduğu sorulmuştur. Bu soru ile katılımcıların, kendi partileri dışında bir partiyi çözüm

üretici olarak görüp görmedikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10: Üyesi Olunan Parti Dışında Ülke Sorunlarını Bilen ve Çözebilme Yeteneği Olan Parti Seçimi

Parti	n	%
AKP	54	8,5
BBP	4	0,6
CHP	120	18,9
DEVA PARTİSİ	56	8,8
GELECEK PARTİSİ	7	1,1
HDP	39	6,2
İYİ PARTİ	140	22,1
MHP	100	15,8
SAADET PARTİSİ	24	3,8
VATAN PARTİSİ	1	0,2
Diğer	9	1,4
Hiçbiri	38	6,0
Boş bırakanlar	42	6,6
Toplam	634	100,0

Partilerin alfabetik sırayla verildiği Tablo 10'daki sonuçlara göre seçmenlerin ülke sorunlarını çözebilecek iyi bir kadroya sahip olduklarını düşündükleri ikinci partiler arasında ilk sırada %22,1 ile İYİ PARTİ bulunmaktadır. İkinci sırada %18,9 ile CHP, üçüncü sırada ise %15,8 ile MHP bulunmaktadır. Bu sonuçlara genel olarak bakıldığında, merkez ve sağ düşünceye sahip seçmen kitlesinin ikinci parti tercihlerinin de aynı görüş doğrultusunda şekillendiği söylenebilir. Soruya %6 oranında *Hiçbiri* diyenlerin ve %6,6 oranında boş bırakanların oranları da azımsanamayacak yükseklikte görülmüştür. Ayrıca yeni kurulan partiler içerisinde DEVA Partisinin %8,8'lik oy oranı da dikkat çekici bulunmuştur.

Katılımcılara üyesi oldukları partinin herhangi bir nedenle seçimlere katılamaması durumunda oylarını hangi partiye verecekleri sorulmuştur. Bu soru da

seçmenlerin ikinci parti tercihlerinin nasıl şekillendiğini belirlemeye yönelik bir sorudur. Soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11: Üyesi Olunan Partinin Seçimlere Girememesi Durumunda Oy Verilecek İkinci Parti Tercihi

Parti	n	%
AKP	35	5,5
BBP	5	0,8
CHP	107	16,9
DEVA PARTİSİ	56	8,8
GELECEK PARTİSİ	4	0,6
HDP	50	7,9
İYİ PARTİ	163	25,7
MHP	113	17,8
SAADET PARTİSİ	22	3,5
VATAN PARTİSİ	2	0,3
Kararsızım	5	0,8
Diğer	7	1,1
Hiçbiri	25	3,9
Boş bırakanlar	40	6,3
Toplam	634	100,0

Üyesi olunan partinin herhangi bir nedenle seçime girememesi durumunda oy verilecek ikinci parti oranlarına bakıldığında, bir önceki soruda olduğu gibi İYİ PARTİ'nin %25,7 ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bir önceki sorudaki sıralamaya göre bu soruda ikinci ve üçüncü sıra yer değiştirmiştir. İkinci sırada %17,8 ile MHP, üçüncü sırada ise %16,9 oranı ile CHP yer almaktadır. Ancak her iki sonuç birlikte değerlendirildiğinde de benzer bir durum ortaya çıkmakta, *merkez* ve *sağ* eğilimli kitleler, zorunlu kaldıklarında da oylarında kendi eğilimlerine uygun partilere yönelmektedirler. Bu soruda *Kararsızım* (%0,8), *Diğer* (%1,1), *Hiçbiri* (%3,9) yanıtını verenler ile soruyu boş bırakanların (%6,3) toplamı (%12,1), önemli oranda yüksek çıkmıştır.

Katılımcılara kesinlikle oy vermeyi düşünmeyecekleri parti sorulmuş, böylece hiçbir şart altında farklı bir eğilim gösterilmeyecek durumlar belirlenmeye çalışılmıştır. Soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12: Kesinlikle Oy Vermenin Düşünülmediği Parti

Parti	n	%
AKP	303	47,8
BBP	2	0,3
CHP	67	10,6
Diğer	1	0,2
HDP	195	30,8
MHP	35	5,5
VATAN PARTİSİ	17	2,7
Hiçbiri	2	0,3
Kararsızım	1	0,2
Boş bırakanlar	11	1,7
Toplam	634	100,0

Tablo 12’deki sonuçlar incelendiğinde, katılımcıların yarısına yakınının %47,8 gibi büyük bir oranla AKP’ye hiçbir şart altında oy vermeyeceklerini belirttikleri görülmektedir. Bu sonuç, 2002 yılından beri iktidarda olan AKP’nin seçmen kitlesi gözünde yıprandığını göstermesi adına önemli bulunmuştur. Ayrıca son dönemlerde ve özellikle pandemi süreciyle birlikte artan işsizlik ve artan ekonomik sorunların da bu sonuca etkisi olduğu düşünülmektedir. Yaklaşık her üç seçmenden birisinin %30,8 gibi bir oranda HDP’ye hiçbir şart altında oy vermeyeceklerini belirtmesi de, Türkiye’nin önemli sorunları arasında görülen *Kürt Sorunu / PKK* ile ilişkilendirilebilecek bir sonuçtur. CHP’ye zorunlu kalsa bile oy vermeyeceklerini belirtenlerin %10,6 gibi bir oranda çıkması, ulaşılan bir başka önemli sonuç olarak kaydedilmiştir.

Katılımcılara, üyesi oldukları siyasi partiden önce hangi siyasi partiyi destekledikleri sorulmuştur. Bu soru ile önceki siyasi düşüncesi ile şimdiki arasında

bir ilişkinin olup olmadığının da belirlenebileceği varsayılmıştır. Soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13: Üyesi Olunan Partiden Önce Desteklenen Siyasi Parti

Parti	n	%
AKP	98	15,5
BBP	16	2,5
CHP	123	19,4
Diğer	39	6,2
HDP	39	6,2
İYİ PARTİ	4	0,6
MHP	133	21,0
SAADET PARTİSİ	33	5,2
VATAN PARTİSİ	1	0,2
Hiçbiri	36	5,7
Boş bırakanlar	112	17,7
Toplam	634	100,0

Tablo 13’deki sonuçlarda ilk olarak soruyu boş bırakanlar dikkati çekmektedir. %17,7 oranında katılımcı bu soruya yanıt vermemiştir. Bu sonuç, katılımcıların daha önce bir partiyi desteklemedikleri şeklinde yorumlanabileceği gibi, önceden destekledikleri siyasi görüşü açıklamak istememelerinden de kaynaklanmış olabilir. Ayrıca AKP’nin 18 yıldır iktidarda olması, yaşı 20’lerde olanlar için *önceki parti* kavramının olmamasına da yol açmış olabilir. Tablodaki önceden desteklenen parti oranlarında ilk sırada %21.0 ile MHP’nin, ikinci sırada %19,4 ile CHP’nin ve üçüncü sırada %15,5 ile AKP’nin yer almış olması da ayrı ayrı önemli sonuçlar olarak görülebilir. Her üç partiyi de daha önceden desteklediklerini, ancak şimdi başka bir partiye yöneldiklerini belirten seçmenler, bu oranlarla ilgili partilere önemli bir uyarıda bulunmaktadır. Bu uyarı da kendi çizgilerini devam ettiremedikleri şeklinde yorumlanabileceği gibi seçmen davranışlarına büyük etkisi olan *verilen sözlerin tutulmaması* üzerinden değerlendirilebilir.

Katılımcılara Türkiye’deki halen faaliyetlerini yürüten siyasi partilerin dışında yeni bir siyasi partinin kurulmasına ihtiyaç olup olmadığı sorulmuştur. Bu soru ile seçmenlerin farklı bir siyasi parti arayışlarının olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 14’de verilmiştir.

Tablo 14: Yeni Bir Siyasi Partiye İhtiyaç Olma Durumu

Yeni Partiye İhtiyaç Var Mı?	n	%
Evet	250	39,4
Hayır	340	53,6
Fikrim Yok	36	5,7
Boş bırakanlar	8	1,3
Toplam	634	100,0

Tablo 14’deki sonuçlar, seçmenlerin yarısından fazlasının yeni bir siyasi partiye ihtiyaç olmadığını düşündüğünü göstermektedir. Bu soruya %53,6 oranında *Hayır* yanıtı verilmiştir. Yeni bir siyasi oluşuma ihtiyaç olduğunu düşünenlerin %39,4 gibi yüksek bir oranda olması da değerlendirilmesi gereken önemli bir sonuçtur. Bu sonuçta, iktidar partisinden ayrılarak yeni siyasi parti kuranlara yakınlık duyanların etkisi olduğu düşünülmektedir. Fikri olmayanların ve soruyu yanıtızsız bırakanların çok düşük oranda olması, bu konuya yönelik yaklaşık olarak herkesin bir fikri olduğunu da ortaya koymaktadır.

Katılımcılara Türkiye’de yeni bir lidere ihtiyaç olup olmadığı sorulmuştur. Bu soru ile seçmenlerin halen faaliyetlerini yürüten parti liderlerine bakışları belirlenmeye çalışılmıştır. Soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 15’de verilmiştir.

Tablo 15: Yeni Bir Lidere İhtiyaç Olma Durumu

Yeni Partiye İhtiyaç Var Mı?	n	%
Evet	404	63,7
Hayır	195	30,8
Fikrim Yok	25	3,9
Boş bırakanlar	10	1,6

Toplam	634	100,0
---------------	------------	--------------

Tablo 15'deki sonuçlar, Tablo 14'dekiler ile karşılaştırıldığında ortaya önemli bilgileri koymaktadır. Katılımcıların %63,7'si Türkiye'de yeni bir lidere veya liderlere ihtiyaç olduğunu belirtmekte, buna karşılık Tablo 14'deki sonuçlara göre yeni siyasi parti ihtiyacının da olmadığını ifade etmektedirler. Bu sonuç seçmenlerin büyük bir çoğunlukla partilerde lider değişiklikleri istediğini ortaya koymaktadır. Yaklaşık her üç seçmenden ikisi, yeni liderlere ihtiyaç olduğu yönünde görüş bildirmiştir.

Katılımcılara üyesi olduğu siyasi parti liderinin başka bir partiye lider olarak geçmesi durumunda kendisinin de yeni partiye oy verip vermeyeceği sorulmuştur. Bu soruyla seçmenlerin parti ideolojisine mi, lidere mi daha yakın olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16: Üyesi Olunan Partinin Liderinin Başka Bir Partiye Lider Olması Durumunda Oy Verme Tercihinin Değişmesi

Liderin geçtiği partiye oy verir misiniz?	n	%
Evet	186	29,3
Hayır	427	67,4
Boş bırakanlar	21	3,3
Toplam	634	100,0

Tablo 16'daki sonuçlar, seçmen kitlelerinin büyük bir oranda liderden çok parti ideolojisine bağlı olduğunu göstermesi açısından önemli görülmüştür. Katılımcıların %67,4'ü, üyesi oldukları partinin liderinin başka bir siyasi partiye lider olması durumunda da yine kendi üyesi olduğu partiye oy vereceğini, başka bir ifadeyle lideri takip etmeyeceğini belirtmiştir. Lideri takip edeceğini belirtenlerin oranı %29,3'de kalmıştır. Bu sonuçlar, Tablo 15'deki sonuçlarla da örtüşmektedir. Seçmenler büyük bir çoğunlukla lider değişimi istediklerini belirtmekte, bu da liderin parti değiştirmesi durumuna yönelik sonuçlara yansımaktadır.

Katılımcılara üyesi oldukları siyasi parti liderinden sonra en çok beğendikleri ikinci lider sorulmuştur. Bu soruyla seçmenlerin diğer liderlere bakış açıları ile Türkiye'nin sorunlarını çözebilecek kendi liderleri dışında kimi gördükleri belirlenmeye çalışılmıştır. Soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 17'de verilmiştir.

Tablo 17: Üyesi Olunan Partinin Lideri Dışında Beğenilen Diğer Lider

Liderin geçtiği partiye oy verir misiniz?	n	%
Ahmet Davutoğlu	5	0,8
Ali Babacan	47	7,4
Devlet Bahçeli	62	9,8
Ekrem İmamoğlu	64	10,4
Fatih Erbakan	3	0,5
Kemal Kılıçdaroğlu	34	5,4
Mansur Yavaş	206	32,9
Meral Akşener	42	6,7
Recep Tayyip Erdoğan	76	12,1
Selahattin Demirtaş	37	5,9
Temel Karamollaoğlu	14	2,2
Diğer	14	2,2
Hiçbiri	7	0,01
Boş bırakanlar	23	3,6
Toplam	634	100,0

Tablo 17'deki sonuçlar, liderlerin adlarına göre alfabetik sırada verilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde herhangi bir partinin lideri pozisyonunda olmayan, tez çalışmasının yapıldığı dönemde Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı olarak görev yapan Mansur Yavaş'ın %32,9 oranında oyla ve büyük bir farkla ilk sırada yer aldığı görülmektedir. CHP üyesi olan Mansur Yavaş'ın, gerek önceden MHP üyesi olarak

görev yaptığı Beypazarı Belediye Başkanlığı döneminden gerekse Ankara’da göreve başladıktan sonra yaptığı icraatlardan dolayı büyük bir beğeni kazandığı, her iki eğilime yatkın seçmen kitlesi tarafından desteklendiği söylenebilir. Ortaya çıkan sonuç, parti liderlerinin değişmesine yönelik istekle de örtüşen bir sonuçtur. Tablodaki sıralamada Recep Tayyip Erdoğan %12,1 ile ikinci sırada yer alırken üçüncü sıraya yine herhangi bir partinin lideri olmayan, halen İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı görevini yapan Ekrem İmamoğlu, %10,4 ile yerleşmiştir. Sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde insanların büyük bir çoğunlukla lider değişimi istedikleri söylenebilir.

Katılımcılara siyasi parti liderlerine hangi düzeyde güvendikleri sorulmuş, yanıtları 5’li Likert tipinde (1: Hiç Güvenmiyorum, 2: Güvenmiyorum, 3: Kararsızım, 4:Güveniyorum, 5. Çok Güveniyorum) vermeleri istenmiştir. Bu soruyla parti liderlerine hangi düzeyde güvendikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Liderlerin aldıkları puanların dağılımları Tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 18: Liderlere Duyulan Güven

Lider	Hiç Güvenmiyorum		Güvenmiyorum		Kararsızım		Güveniyorum		Çok Güveniyorum		Boş Burakanlar	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Recep Tayyip Erdoğan	359	56,6	39	6,2	39	6,2	50	7,9	134	21,1	13	2,1
Kemal Kılıçdaroğlu	178	28,1	94	14,8	138	21,8	121	19,1	73	11,5	30	4,7
Meral Akşener	142	22,4	87	13,7	149	23,5	156	24,6	66	10,4	34	5,4
Devlet Bahçeli	369	58,2	44	6,9	41	6,5	88	13,9	62	9,8	30	4,7
Selahattin Demirtaş	315	49,7	67	10,6	92	14,5	58	9,1	61	9,6	41	6,5
Ahmet Davutoğlu	334	52,7	120	18,9	99	15,6	29	4,6	11	1,7	41	6,5
Ali Babacan	266	42,0	110	17,4	120	18,9	72	11,4	24	3,8	42	6,6
Ekrem İmamoğlu	132	20,8	49	7,7	125	19,7	151	23,8	147	23,2	30	4,7
Mansur Yavaş	81	12,8	40	6,3	94	14,8	170	26,8	219	34,5	30	4,7

Tablo 18'deki sonuçlar, liderlere seçmenlerin duydukları güvenin ölçüsünü göstermesi adına önemli sonuçlardır. Güven düzeylerine göre elde edilen sonuçlar aşağıda özetlenerek verilmiştir.

- Hiç Güvenmiyorum: Bu kategoride ilk sırada %58,2 ile Devlet Bahçeli yer almaktadır. Recep Tayyip Erdoğan %56,6 ile ikinci sırada yer alırken Ahmet Davutoğlu %52,7 ile üçüncü sırada bulunmaktadır. Selahattin Demirtaş'a %49,7 oranında hiç güven duyulmadığının belirtilmesi de önemli bir sonuçtur.
- Güvenmiyorum: Bu kategoride ilk sırada %18,9 ile Ahmet Davutoğlu bulunmaktadır. İkinci sırada %17,4 ile Ali Babacan, üçüncü sırada %14,8 ile Kemal Kılıçdaroğlu gelmektedir.
- Kararsızım: Bu kategoride ilk sırayı %23,5 ile Meral Akşener almıştır. İkinci sırada %21,8 ile Kemal Kılıçdaroğlu, üçüncü sırada ise %19,7 ile Ekrem İmamoğlu bulunmaktadır.
- Güveniyorum: Bu kategoride ilk sırada %26,8 ile Mansur Yavaş, ikinci sırada %24,6 ile Meral Akşener, üçüncü sırada %23,8 ile Ekrem İmamoğlu bulunmaktadır.
- Çok Güveniyorum: Bu kategoride ilk sırada %34,5 ile Mansur Yavaş bulunmaktadır. İkinci sırada %23,2 ile Ekrem İmamoğlu yer alırken üçüncü sıraya %21,2 ile Recep Tayyip Erdoğan yerleşmiştir.

Sonuçlara genel olarak bakıldığında iktidarda olan partinin liderine ve iktidar ortağı olan partinin liderine olan güven duygusunun azaldığı, parti lideri olmayan ve Büyükşehir Belediye Başkanlığı yapanlara karşı güven duygusunun arttığı söylenebilir.

3.5.4. Dini eğilimler ve yaşam memnuniyeti

Katılımcılara kendilerini dindarlık açısından nasıl değerlendirdikleri sorulmuş, soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 19'da verilmiştir.

Tablo 19: Dindarlık Durumu

Dindarlık Durumu	n	%
Hiç dindar değilim	110	17,4
Pek dindar değilim	129	20,3
Dindar sayılıyorum	232	36,6
Oldukça dindar sayılıyorum	102	16,1
Çok dindarım	37	5,8
Fikrim yok	15	2,4
Boş bırakanlar	9	1,4
Toplam	634	100,0

Tablo 19'deki sonuçlarda ilk sırayı *dindar sayılıyorum* diyenler %36,6 oranla almıştır. Kendilerini *oldukça dindar sayılıyorum* diye niteleyenlerin %16,1'lik oranı ve *çok dindar* olduğunu belirten %5,8'lik grup birlikte değerlendirildiğinde %58,5 oranına ulaşılmaktadır. Dindar olduğunu belirtenlerin büyük bir çoğunluğunun *merkez* ve *sağ* eğilimlerinin daha yüksek olduğu bilinmektedir. Bu da *merkez* ve *sağ* partilere verilen oyları açıklamaktadır. Kendilerini *hiç dindar değilim* (%17,4) ve *pek dindar değilim* (%20,3) olarak belirtenlerin toplam oranı %37,7 çıkmıştır. Bu sonuç, son zamanlarda sıklıkla tartışılan deizme yönelme konusunun ciddi bir durum haline geldiği şeklinde yorumlanabilir.

Katılımcılara yaşamlarından genel olarak memnun olup olmadıkları sorulmuş, soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 20'de verilmiştir.

Tablo 20: Yaşamdan Memnuniyet Durumu

Yaşamdan Memnuniyet Durumu	n	%
Çok memnunum	66	10,4
Biraz memnunum	243	38,3
Kararsızım	14	2,2
Pek memnun değilim	184	29,0
Hiç memnun değilim	119	18,8
Boş bırakanlar	8	1,3
Toplam	634	100,0

Tablo 20'deki sonuçlar, yaşamlarından *çok memnun* olanların %10,4'de kaldığını göstermesi, hiç memnun olmayanların ise %18,8 çıkması adına büyük önem taşımaktadır. Yaklaşık her on kişiden sadece biri yaşamından çok memnun olduğunu belirtirken yine yaklaşık her on kişiden ikisi yaşamlarından hiç memnun olmadığını belirtmektedir. Yaşamdan memnuniyet durumunda *biraz memnun* olduğunu belirtenler %38,3 ile ilk sırada çıkmış, ikinci sırayı ise %29,0 ile *pek memnun değilim* diyenler almıştır. Genel olarak sonuçlara bakıldığında katılımcıların yarısına yakınının yaşamlarından kısmen de olsa memnun oldukları, yarısından biraz fazlasının ise yaşamlarından pek memnun olmadıkları görülmektedir.

Katılımcılara geleceklerinden ümitli olup olmadıkları sorulmuş, soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 21'de verilmiştir.

Tablo 21: Gelecekte Ümitli Olma Durumu

Gelecekte Ümitli Olma Durumu	n	%
Çok ümitliyim	54	8,5
Ümitliyim	208	32,8
Kararsızım	13	2,1
Pek ümitli değilim	198	31,2
Hiç ümitli değilim	152	24,0
Boş bırakanlar	9	1,4
Toplam	634	100,0

Gelecekte ümitli olma konusunda da yaşamdan memnun olma sonuçlarına benzer sonuçlar çıkmıştır. İlk sırada %32,8 oranla yer alan *ümitliyim* grubu ile ikinci sırada %31,2 oranla yer alan *pek ümitli değilim* grubuna bakıldığında, oranların neredeyse birbiri ile aynı olduğu görülmektedir. Gelecekte *ümitli* ve *çok ümitli* olanların toplam oranı %41,3'de kalırken geride kalan yaklaşık %60'lık bölümün gelecekte çok da ümitli olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Katılımcılara Türkiye'de son zamanlarda bir ekonomik krizin yaşandığını düşünüp düşünmedikleri sorulmuş, soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 22'de verilmiştir.

Tablo 22: Türkiye’de Son Zamanlarda Ekonomik Kriz Yaşandığını Düşünme Durumu

Son Zamanlarda Ekonomik Kriz Yaşandı Mı?	n	%
Evet	546	86,1
Hayır	73	11,5
Fikrim Yok	8	1,3
Boş bırakanlar	7	1,1
Toplam	634	100,0

Anket araştırmasına katılan kişilerin büyük bir çoğunluğu Türkiye’de son zamanlarda ekonomik kriz yaşandığını düşünmektedir. Bu soruya %86,1 gibi yüksek oranda *evet* yanıtı verilmiştir. Türkiye’de bir ekonomik kriz olmadığını düşünenlerin oranı ise sadece %11,5’de kalmıştır. Özellikle pandemi sürecinde insanların gelir düzeylerinin düşmesi ve alım güçlerinin azalması, yaşananların bir ekonomik kriz şeklinde yorumlanmasına yol açmış olabilir.

Katılımcılara Türkiye’de son zamanlarda bir ekonomik krizin yaşandığını düşünüyorlarsa, bu krizden ne kadar etkilendikleri sorulmuş, soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 23’de verilmiştir.

Tablo 23: Türkiye’de Son Zamanlarda Ekonomik Kriz Yaşandığını Düşünenlerin Krizden Etkilenme Durumu

Krizden Etkilenme Durumu	n	%
Çok fazla etkiledi	262	41,3
Biraz etkiledi	256	40,4
Hiç etkilemedi	60	9,5
Fikrim yok	35	5,5
Boş bırakanlar	21	3,3
Toplam	634	100,0

Türkiye’de son zamanlarda ekonomik kriz yaşandığını düşünenlerin %81,7’si, bu krizden çok fazla (%41,3) veya biraz (%40,4) etkilenmiştir. Krizden hiç etkilenmediğini belirtenlerin oranı %9,5’de kalmıştır.

Katılımcılara çevrelerinde işsiz kalanların sayısının artıp artmadığı sorulmuş, soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 24’de verilmiştir.

Tablo 24: İşsiz Kalanların Sayısının Artma Durumu

İşsiz Kalanların Sayısı Arttı Mı?	n	%
Evet	527	83,1
Hayır	73	11,5
Fikrim yok	26	4,1
Boş bırakanlar	8	1,3
Toplam	634	100,0

Türkiye’de son zamanlarda bir ekonomik kriz yaşandığını düşünenler, bu soruda da son zamanlarda işsiz sayısının arttığını düşünmektedirler. Bu soruya *evet* yanıtı verenlerin oranı %83,1 gibi yüksek bir değer olarak hesaplanmıştır. Çevrelerindeki insanlardan işsiz kalanların sayısının artmadığını düşünenlerin oranı %11,5’de kalmıştır.

Katılımcılara Türkiye’deki sorunların kaynağının ekonomik mi, siyasi mi olduğu sorulmuş, soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 24’de verilmiştir.

Tablo 25: Türkiye’deki Sorunların Ekonomik veya Siyasi Kaynaklı Olma Durumu

Türkiye’deki Sorunlar Ekonomik Mi Siyasi Mi Kaynaklıdır?	n	%
Ekonomiktir	93	14,7
Siyasidir	186	29,3
Her ikisi de	302	47,6
Fikrim yok	44	6,9
Boş bırakanlar	9	1,4
Toplam	634	100,0

Tablo 25’deki sonuçlara bakıldığında katılımcıların büyük bir çoğunluğunun sorunların kaynağının hem ekonomik hem de siyasi nedenlere dayandığını düşündüğü görülmektedir. Sorunların ekonomik ve siyasi kaynaklı olduğunu düşünenlerin oranı %47,6 ile ilk sıradadır. Temel sorunların siyasi kaynaklı olduğunu

düşünenler %29,3 ile ikinci sırada yer almıştır. Sorunu sadece ekonomik kaynaklı görenler ise %14,7 ile üçüncü sıradadır.

3.5.5. Oy verme davranışları

Katılımcılara bir siyasi partiye oy verme kararlarının ne zaman şekillendiği sorulmuş, soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 26’da verilmiştir.

Tablo 26: Oy Verme Kararının Ne Zaman Şekillendiği

Oy verme kararınız ne zaman şekillenir?	n	%
Oy vereceğim parti seçim olmasa da önceden bellidir.	333	52,5
Adaylar belirlendikten sonra karar veririm.	145	22,9
Seçim kampanyalarını takip ettikten sonra karar veririm.	102	16,1
Ailem ve arkadaşarımla konuşup tartıştıktan sonra karar veririm.	34	5,4
Son anda sandık başında karar veririm.	5	0,8
Henüz oy kullanmadım.	3	0,5
Boş bırakanlar	21	3,3
Toplam	634	100,0

Tablo 26’deki sonuçlar incelendiğinde seçmenlerin yarısından fazlasının oy verecekleri partiyi seçim olmadan önce belirledikleri görülmektedir. Katılımcıların %52,5’i *oy vereceğim parti seçim olmasa da önceden bellidir* demiştir. Oy verme kararının *adaylar belirlendikten sonra* oluştuğunu belirtenlerin %22,9 gibi yüksek bir oranda çıkması, önemli bir sonuç olarak değerlendirilmiştir. Bu sonuç, adayların kimlik ve kişiliklerinin seçmenler üzerinde önemli bir belirleyici olduğunu göstermesi açısından önemli bulunmuştur. Seçim kampanyalarına bakarak oy verme kararına vardıklarını belirtenler de %16,1 gibi yüksek bir orana sahiptir. Sonuçlara

genel olarak bakıldığında adayların ve seçim kampanyalarının, seçim sonuçları üzerinde önemli bir etkisi olduğu söylenebilir.

Çalışmanın bu kısmında seçmen davranışlarını etkilediği düşünülen sosyopsikolojik faktör değişkenlerine ilişkin deneklerin katılım düzeyleri tanımsal istatistik yöntemiyle analiz edilmiştir. Toplanan verilere ilişkin frekanslar, ortalamalar ve standart sapmalar Tablo 27’de verilmiştir. Sözkonusu bu tabloda elde edilen değerler incelendiğinde, seçmenlerin sosyo-psikolojik değerleri ve bu değerlerin siyasal tercihlerini etkilemeleri hakkında genel bir yargıya varılacaktır.

Tablo 27: Seçmenlerin Sosyo-psikolojik Değerleri

İfadeler	N	Boş	Min.	Max.	Ort.	Std. Sapma
Seçimlerde siyasal tercihim en çok parti programı etkiler.	600	34	1	5	2,94	1,360
Seçimlerde siyasal tercihim en çok parti lideri etkiler.	597	37	1	5	3,44	1,353
Seçimlerde siyasal tercihim en çok partinin adayları etkiler.	588	46	1	5	3,62	1,169
Seçimlerde siyasal tercihim en çok ailem etkiler.	582	52	1	5	2,01	1,150
Seçimlerde siyasal tercihim en çok medya etkiler.	580	54	1	5	1,96	1,100
Seçimlerde siyasal ideolojime bağlı olarak oy veririm.	590	44	1	5	3,85	1,312
Seçimlerde sosyal sorumluluğun bir gereği olarak oy veririm.	587	47	1	5	4,15	1,170
Seçimlerde bireysel çıkarlarım hangi partiye oy vereceğimi belirler.	585	49	1	5	1,94	1,228
Seçimlerde oy verdiğim parti kendisine tam olarak güvendiğim partidir.	588	46	1	5	3,78	1,131
Seçimlerde siyasal tercihim en çok arkadaş çevrem etkiler.	579	55	1	5	1,83	1,101
Seçimlerde partilerin geçmişteki ekonomik başarıları oyumun yönünü belirlemektedir.	579	55	1	5	3,40	1,307
Seçimlerde partilerin geçmişteki siyasi başarıları oyumun yönünü belirlemektedir.	576	58	1	5	3,39	1,363
Seçimlerde partilerin geçmişteki uluslararası siyasetteki başarıları oyumun yönünü belirlemektedir.	569	65	1	5	3,51	1,320
Seçimlerde partilerin propaganda amaçlı ev ziyaretleri oyumun yönünü belirlemektedir.	565	69	1	5	1,92	1,154
Siyasi reklamlar ve kampanya faaliyetleri siyasal tercihim etkilemektedir.	561	73	1	5	2,08	1,259
Tartışma programlarında adayların performansları siyasal tercihim etkilemektedir.	559	75	1	5	3,03	1,364

Siyasi konularda tecrübeli kişilerin fikir ve yorumları siyasal tercihimizi etkilemektedir.	560	74	1	5	3,03	1,291
Siyasi partinin kendi ideolojime yakın bir ideolojiye sahip olması siyasal tercihimizi etkilemektedir.	556	78	1	5	3,88	1,142
Kamuoyu araştırmaları sonuçları siyasal tercihimizi etkilemektedir.	550	84	1	5	1,89	1,083
Siyasi partilerin gündemdeki konulara yaklaşımı siyasal tercihimizi etkilemektedir.	550	84	1	5	3,55	1,255
Siyasal partilerin düzenledikleri etkinliklere katılmaya çalışırım	536	98	1	5	2,65	1,336
Seçimlerde oy kullanmamı engelleyecek bir durum olmadığı sürece oy kullanmayı tercih ederim	544	90	1	5	4,43	1,036
Kendi siyasi düşünceme yakın bir siyasi parti ülke yönetimine gelsin diye oy kullanırım	549	85	1	5	4,03	1,207
Aile geleneklerimiz doğrultusunda oy kullanmayı düşünürüm	547	87	1	5	2,18	1,310
Siyasi partinin aday veya lideri belli olmasa da hangi siyasi partiye oy vereceğimi bilirim	543	91	1	5	3,07	1,471
Kendimi oy vereceğim siyasi partinin seçmeni olarak hissederim	546	88	1	5	3,71	1,283
Oy kullanacağım siyasi partiyi belirlerken partilerin geçmiş icraatlarını değerlendiririm	543	91	1	5	3,90	1,107

Tablo 27 (Devam): Seçmenlerin Sosyo-psikolojik Değerleri

İfadeler	N	Boş	Min.	Max.	Ort.	Std. Sapma
Seçimleri kazanma olasılığı olmayan bir siyasal partiye oy vermem	542	92	1	5	2,77	1,529
Ülkenin mevcut sorunlarını çözeceğine inandığım siyasi partiye oy veririm	544	90	1	5	4,32	1,016
Diğer siyasi partilerden farklı olduğuna inandığım için bir siyasi partiye oy veririm	536	98	1	5	3,81	1,219
Ailemin ve arkadaş çevremın siyasal tercihlerimi tasvip etmesini önemserim	538	96	1	5	2,36	1,397
Üyesi olduğum siyasi partinin toplantılarına katılırım.	534	100	1	5	2,65	1,465
Üyesi olduğum siyasi parti adına seçim dönemlerinde gönüllü olarak çalışırım.	534	100	1	5	2,78	1,515
Benim için asla ikinci bir parti yoktur	536	98	1	5	2,55	1,400

Tablo 27'deki sonuçlar incelendiğinde demokrasi geleneğinin insanlar arasında ciddi bir yer bulduğu görülmektedir. Bu sonuç, *Seçimlerde oy kullanmamı engelleyecek bir durum olmadığı sürece oy kullanmayı tercih ederim* maddesinde $4,43 \pm 1,036$ ortalama ile kendini göstermektedir. İnsanlar oy kullanmaya bir engelleri olmadığı sürece büyük bir oranda katılmaktadır.

Ülkenin mevcut sorunlarını çözeceğine inandığım siyasi partiye oy veririm ifadesi $4,32 \pm 1,016$ ortalama ile ikinci en yüksek ortalama sahiptir. İnsanlar kendi

sorunlarından öncelikle ülkenin sorunlarını ön planda tutmakta, oy verdikleri partinin ülkenin mevcut sorunlarına çözüm üreteceğine inanmaktadırlar. Üçüncü en yüksek ortalama $4,15 \pm 1,170$ ile *Seçimlerde sosyal sorumluluğun bir gereği olarak oy veririm* ifadesine aittir. Bu sonuç da insanların büyük bir çoğunlukla oy vermeyi bir sosyal sorumluluk olarak gördüklerini ortaya koymasından önemli bulunmuştur.

İfadelerde en son sırada *Seçimlerde siyasal tercihim en çok arkadaş çevrem etkiler* ifadesi $1,83 \pm 1,101$ ile yer almaktadır. Bu durum, insanların siyasal tercihlerinde arkadaş çevrelerinden çok fazla etkilenmediğini ortaya koymaktadır. İfadelerde sondan ikinci sırada $1,89 \pm 1,083$ ile *Kamuoyu araştırmaları sonuçları siyasal tercihim etkilemektedir* ifadesi bulunmaktadır. Bu sonuç, Türkiye'deki seçmenlerin kamuoyu araştırmalarına çok fazla güvenmediğini de ortaya koymakta, oy verme tercihlerinde bu araştırmaların çok fazla etkili olmadığını göstermektedir. Sondan üçüncü sırada ise $1,92 \pm 1,154$ ile *Seçimlerde partilerin propaganda amaçlı ev ziyaretleri oyumun yönünü belirlemektedir* ifadesi vardır. Bu sonucun ortaya koyduğu ise kapı kapı dolaşarak insanları etkileme yönteminin, seçmenlerin oy verme kararları üzerinde çok büyük bir etkisinin olmadığıdır.

3.5.6. Kurumlara güven

Katılımcılara hangi kuruma ne kadar güven duydukları sorulmuş, soruya verilen yanıtların dağılımları Tablo 28'de verilmiştir.

Tablo 28: Kurumlara Duyulan Güven

Lider	Hiç Güvenmiyorum		Güvenmiyorum		Kararsızım		Güveniyorum		Çok Güveniyorum		Boş Birakanlar	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Cumhurbaşkanı	310	48,9	60	9,5	35	5,5	62	9,8	117	18,5	50	7,9
Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)	195	30,8	116	18,3	78	12,3	137	21,6	48	7,6	60	9,5
Muhalefet Partileri	136	21,5	96	15,1	139	21,9	156	24,6	44	6,9	63	9,9
Türk Silahlı	113	17,8	68	10,7	103	16,2	155	24,4	139	21,9	56	8,8

Kuvvetleri (TSK)												
Emniyet Teşkilatı	152	24,0	103	16,2	85	13,4	141	22,2	97	15,3	56	8,8
Yargı	273	43,1	104	16,4	87	13,7	80	12,6	35	5,5	55	8,7
Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB)	334	52,7	68	10,7	70	11,0	64	10,1	43	6,8	55	8,7
Medya (Gazeteler, Televizyonlar vb.)	279	44,0	130	20,5	105	16,6	49	7,7	13	2,1	58	9,1
Sosyal Medya	97	15,3	99	15,6	169	26,7	137	21,6	75	11,8	57	9,0

Tablo 28'deki sonuçlar, kurumlara seçmenlerin duydukları güvenin ölçüsünü göstermesi adına önemli sonuçlardır. Güven düzeylerine göre elde edilen sonuçlar aşağıda özetlenerek verilmiştir.

- Hiç Güvenmiyorum: Bu kategoride ilk sırada %52,7 ile Diyanet İşleri Başkanlığı yer almaktadır. İkinci sırada %48,9 ile Cumhurbaşkanı, üçüncü sırada ise %44,0 ile Medya kuruluşları bulunmaktadır. Bu sonuçlar özellikle Diyanet İşleri Başkanlığına duyulan güvenin çok düşmesini göstermesi adına önemlidir. Ayrıca Cumhurbaşkanlığı makamına duyulan güven de düşük çıkmıştır. İnsanların yarısına yakını bu kurumlara hiç güvenmediklerini belirtmiştir.
- Güvenmiyorum: Bu kategoride ilk sırada %20,5 ile medya kuruluşları yer alırken ikinci sırayı %18,3 ile Türkiye Büyük Millet Meclisi, üçüncü sırayı %16,4 ile Yargı almıştır. İlk iki sonuç birlikte değerlendirildiğinde insanların medya kuruluşlarına duydukları güvenin çok alt düzeyde olduğu söylenebilir.
- Kararsızım: Bu kategoride ilk sırayı %26,7 ile sosyal medya almıştır. İkinci sırada %21,9 ile muhalefet partileri bulunurken medya kuruluşları %16,6 ile üçüncü sıraya yerleşmiştir.
- Güveniyorum: Bu kategoride ilk sırada %24,6 ile muhalefet partileri yer almaktadır. Ancak ikinci sırada %24,4 ile bulunan Türk Silahlı Kuvvetleri ile aralarında çok düşük bir fark bulunmaktadır. Türkiye'de Türk Silahlı Kuvvetlerine muhalefet partilerinden daha az güven duyulur duruma gelmesi, önemli bir sonuç olarak kaydedilmiştir. Üçüncü sırada %22,2 ile Emniyet Teşkilatı yer almaktadır.

- Çok Güveniyorum: Bu kategoride ilk sırada %21,90 ile Türk Silahlı Kuvvetleri gelmektedir. Türkiye’de Türk Silahlı Kuvvetlerine her zaman yüksek güven duyulmuştur. Ancak bu güvenin geçmiş yıllarda daha yüksek oranda olduğu, zaman içerisinde bu güvenin de azaldığı söylenebilir. İkinci sırada %18,5 ile Cumhurbaşkanı, üçüncü sırada %15,8 ile Emniyet Teşkilatı bulunmaktadır.





SONUÇ VE ÖNERİLER

Demokrasi ile yönetilen bütün ülkelerde siyasi partilerin birincil hedefi, seçimlerle iktidarı ele geçirmek, ülke yönetiminde söz sahibi olmaktır. Bu hedef doğrultusunda seçmen kitlelerini yönlendirebilmek, kendi siyasi görüşlerine ve dolayısıyla kendi partilerine oy verilmesini sağlamak için bütün partiler, tanıtımdan siyasi kampanyalara, propagandadan medyaya kadar birçok faaliyet yürütürler. Siyasi partiler açısından önemli olan, seçimlerde oy sayılarını artırabilecekleri kadar artırmaktır.

Bu bağlamda seçmenlerin davranışları, birçok sosyal bilim dalının ilgi alanına girmekte, seçmen davranışlarını etkileyen faktörler araştırılmakta ve bilimsel yayın haline getirilmektedir. Seçmen davranışlarının önemine 1900'lü yılların başında varılmış, o dönemlerde yapılan araştırmada coğrafi farklılıkların seçmenlerin oy verme davranışlarıyla ilişkili olduğu ortaya çıkartılmıştır. İlerleyen süreçte sosyolojik ve psikolojik açılarından seçmen davranışları incelenmiş, rasyonel seçim modeli de dahil olmak üzere birçok oy verme davranış modeli üzerinden seçmen davranışları açıklanmaya çalışılmıştır.

Seçmenlerin oy verme davranışlarını sosyolojik model ile açıklayan araştırmacılar bireylere ve bireyi çevreleyen sosyal yapıya odaklanmışlardır. Bu modele göre bireylerin oy verme davranışları sosyal sınıflardan, dilden, dinden, milliyetçilikten gibi birçok faktörden etkilenmektedir. Bireylerin oy verme eğilimleri, ait oldukları siyasi grubun yönelimleri ile paralellik göstermektedir. Psikolojik modelde seçmenlerin oy verme davranışının belirleyicileri olarak siyasi faktörlere odaklanılmıştır. Bu modele göre seçmenlerin oy verme kararları, parti kimliklerine, adaylara yönelik tutumlarına, partiyle psikolojik yakınlığına bağlıdır. Psikolojik model, sosyal faktörlerin önemini de kabul ederken, belirli bir popülasyondaki sosyal özelliklerin çok yavaş ve uzun bir süre içinde değiştiğini, ancak oy verme modellerindeki değişikliklerin bir seçimden diğerine gerçekleştiğini savunmaktadır. Rasyonel seçim modelinde ise oy verme davranışlarının ekonomik gerekçelere dayandığı ileri sürülmektedir. Seçmenler maliyet-fayda analizi yapmakta ve buna göre kararlarını vermektedir. Bu modele göre seçmenler, oy kullanmadan

önce, vurgulanan konuları ve çeşitli siyasi partiler ve adaylar tarafından desteklenen politikaları eleştirel bir şekilde değerlendirmektedir.

Bu çalışmada, literatürde çok fazla değinilmeyen bir konu olan, seçmenlerin ikinci parti tercihleri araştırılmıştır. Seçmenlerin oy verme davranışlarını etkileyen faktörler üzerine birçok araştırma bulunmasına karşılık, hangi durumlarda birinci parti tercihi yerine ikinci partiye oy kullanma kararının verildiğine yönelik bir araştırmanın yapılmamış olması, bu çalışmanın önemini artırmakta ve ulaşılan sonuçlara önemli bir özellik katmaktadır. Benzer araştırmaların olmamasından dolayı, ulaşılan sonuçların karşılaştırılabilme olanağı da bulunamamıştır.

Araştırmanın yapıldığı dönemde yaşanan pandemi dolayısı ile önceden planlanan karşılıklı görüşme ile veri toplama yöntemi kullanılamamış, bunun yerine internet üzerinden anket yapılmıştır. Bu ankete katılımcılar doğrudan telefonla, mesajla, sosyal medya üzerinden ve elektronik posta ile davet edilmiştir. Araştırmaya katılanların %66,3'ünün erkek olması, ataerkil toplumlarda siyasetle daha çok erkeklerin ilgilendiği gerçeğinden hareketle, araştırma sonuçlarının güvenilirliğini artırmıştır. Elde edilen veriler analiz edilmiş ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- Seçmenlerin neredeyse tamamına yakını bir veya birden fazla sosyal medya platformuna üyedir. En fazla kullanılan sosyal medya platformu Twitter olarak tespit edilmiştir.
- Seçmenlerin yaklaşık üçte biri, herhangi bir siyasi partiye üye değildir. Araştırmanın yapıldığı dönem itibarı ile en fazla üyesi olan parti AKP çıkmıştır. CHP'nin üye sayısı bakımından ikinci parti konumunda olduğu görülmüştür. Türkiye'nin geçmiş seçimlerinde *sağ* ve *sol* ideolojilere yönelenlerin dağılımına uygun bir örneklem kitlesi olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca seçmenlerin siyasi yelpazedeki konumları da, parti üyelikleri dağılımı ile benzer bir sonuç vermiştir.

- İnsanları bir siyasi partiye üye olmaya yönlendiren birinci gerekçe, parti üyesi tanıdıklar olmuştur. Medyanın bu konudaki etkisi %7,6 gibi oldukça düşük çıkmıştır.
- Yaklaşık her üç kişiden ikisinin siyasal alandaki gelişmeleri televizyon veya yazılı basın aracılığı ile takip ettiği belirlenmiştir. Aktif olarak siyasi faaliyetlere katılanların, parti organlarında görev yapanların veya seçimlerde aday olmayı düşünenlerin oranları %10'un altında kalmıştır. Seçmenlerin yaklaşık %10 gibi büyük bir kesiminin siyasal olaylarla hiç ilgilenmediklerini belirtmeleri de önemli bir sonuç olarak kaydedilmiştir.
- İnsanların seçimlerde oy vermenin önemine büyük oranda katıldıkları, oy vererek istedikleri siyasi görüşün iktidara gelmesi için üzerlerine düşen görevi yerine getirdiklerini düşündükleri görülmüştür. Ancak yine %10'a yaklaşan bir kesimin kullandığı oyların hiçbir faydası olmadığını düşünüyor olması, bir başka önemli sonuçtur.
- Türkiye'nin en önemli sorunları arasında ilk sıranın işsizlik, ikinci sıranın ekonomik sorunlar olduğu görülmüştür. Pandemi sürecinin de bu sorunların ilk sırada yer almasında belirli bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Aslında birbiri ile doğrudan ilişkili bu sorunlar, seçmenlerin oy verme davranışlarına kısmen yansımaktadır.
- Seçmenlerin ikinci parti tercihleri, ilk parti tercihlerinin ideolojisine uygun şekilde dağılmıştır. Diğer bir ifade ile seçmenlerin büyük bir bölümü, farklı ideolojideki partilere doğrudan *hayır* gözü ile bakmakta, parti programları, vaatler, adayların yeterlilik ve becerileri gibi hiçbir konuyla ilgilenmemektedirler.
- Araştırmada ulaşılan önemli bir sonuç, *merkez* ve *sağ* eğilimli kitlelerin herhangi bir zorunluluk durumunda da kendi eğilimlerine uygun partilere yönlendikleri sonucudur. Bu sonuç, seçmenlerin ikinci parti tercihlerinde

de kendini göstermiştir. Ayrıca kesinlikle oy verilmeyecek parti noktasında da benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

- Bir başka önemli sonuç, seçmenlerin büyük bir çoğunluğunun yeni parti kurulmasına ihtiyaç olmadığını düşünmeleri, buna karşılık siyasi parti liderlerinin değişmesi gerektiği yönünde görüş bildirmeleridir. Liderlerin değişmesi gerektiğini gösteren bir başka durum ise, üyesi olunan partinin liderinin başka bir partiye geçmesi durumunda seçmenlerin büyük bir çoğunluğunun lideri takip etmeyeceğini belirtmesidir. Seçmenler, lider gitse bile üyesi oldukları partiye yollarına devam edeceklerini belirtmişlerdir.
- Beğenilen liderler sıralamasında ise parti liderleri yerine, araştırmanın yapıldığı dönemde Ankara ve İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanları, ciddi oranlarla ilk sıralarda yer almışlardır. Bu durum da partilerde lider değişikliğinin seçmenler tarafından ciddi oranda istenildiğini gösteren önemli bir sonuçtur.
- Parti liderlerine güven düzeylerinde, araştırmanın yapıldığı dönem itibarı ile iktidarda bulunan partinin ve iktidar ortağı partinin liderlerine en alt düzeyde güven duyulduğu tespit edilmiştir. İktidarın yıpratıcı yanı düşünüldüğünde bu sonuçlar, beklenen sonuçlar olarak yorumlanmıştır. Ayrıca çok büyük bir çoğunlukla seçmenlerin son zamanlarda Türkiye’de ekonomik kriz yaşandığını, bu krizden de ciddi olarak etkilendiklerini düşünmeleri de iktidardaki liderlere duyulan güvenin düşük çıkmasında etken olmuştur.
- Araştırmanın ortaya koyduğu bir başka önemli sonuç, seçmenlerin %22,9 gibi büyük bir oranda oy verme kararlarını adaylara bakarak aldıklarını belirtmeleri olmuştur.

- İnsanların yaşamlarından büyük oranda memnun olmadıkları da araştırmada ulaşılan önemli sonuçlar arasındadır. Benzer şekilde yine büyük bir çoğunluğun gelecekle ilgili ümitli olmadığı da tespit edilmiştir.
- Son olarak kurumlara duyulan güven düzeylerinin de seçmenlerin gözünde önemli oranda düştüğü tespit edilmiştir.

Elde edilen sonuçlardan hareketle aşağıdaki önerilerin yapılması uygun görülmüştür:

- Sosyal medya platformları çoğunlukla genç kitleler tarafından kullanılmasına karşılık, azımsanamayacak bir yoğunlukta farklı yaş grupları tarafından da kullanılmaktadır. Bu araştırmada insanları bir siyasi partiye üye olmaya yönlendiren araçlar arasında medyanın sadece %7,6 oranında kalması düşündürücüdür. Siyasi partilerin farklı yaş gruplarına yönelik sosyal medya propagandaları üzerine bilimsel temelleri olan çalışmalar yapmasının, üye sayılarını artırabileceği düşünülmektedir.
- İnsanların yaklaşık %10'u herhangi bir şekilde siyasetle uğraşmamakta, seçimlerde oylarını yasal zorunluluktan dolayı kullandıklarını belirtmektedirler. Bu oran bütün siyasi partiler açısından değerlendirilmesi gereken bir orandır. Toplumsal bir ortamda yaşamını sürdüren insanların neden siyaset dışı kalmayı tercih ettikleri, kullandıkları oyun faydasını görmeyeceklerini düşündükleri araştırılmalı, gerçekçi ve sürdürülebilir çözümler üretilmelidir.
- Seçmenlere göre Türkiye'nin en önemli sorunlarının başında işsizlik, ikinci sırada ekonomik sıkıntılar gelmektedir. Öncelik muhalefet partilerinde olmak üzere bütün partilerin bu sorunların çözümüne yönelik gerçekçi politikalar üretmesi ve insanları bu politikalara inandırmaları önerilebilir.

- Seçmenlerin ikinci parti tercihlerini yönlendirebilmenin bütün siyasi partiler açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Özellikle birinci parti olunamayacak ise en azından ikinci parti olarak seçilmek, olası kararsızlık durumlarında partilerin önemli oranda işine yarayacaktır. Araştırmada ulaşılan sonuç ise insanların farklı ideolojideki partilere doğrudan önyargı ile yaklaştıklarını göstermektedir. Bu nedenle partilerin, seçmenlerdeki önyargıları ortadan kaldıracabilecekleri veya azaltabilecekleri bir takım faaliyetleri programlamaları ve uygulamaya koymaları önerilebilir.
- Araştırma sonuçları, seçmenlerin ciddi bir bölümünün oy verme kararlarını adaylara göre aldıklarını ortaya koymuştur. Bu sonuçtan hareketle siyasi partilerin seçimlerde öne sürecekleri adaylara daha fazla önem vermeleri gerektiği önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Abadan, N., & Yücekök, A. N. (1966). 1961-1965 Seçimlerinde büyük şehirlerde gelir durumuna göre oy verme davranışları. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 103-107.
- Adida, C., Gottlieb, J., Kramon, E., & McClendon, G. (2019). Response bias in survey measures of voter behavior: Implications for measurement and inference. *Journal of Experimental Political Science*, 6(3), 192-198.
- Aiba, J. (2002). Reviewing the theories of voting behaviour. *Memoirs of Nara University*, No 31, 283-304.
- Akgün, B. (2004). Türkiye'de seçmen davranışı: Partizan tutumlar, ideoloji ve ekonomik faktörlerin oy vermeye etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 1(4), 75-92.
- Akgün, B. (2007). *Türkiye'de seçmen davranışı partiler sistemi ve siyasal güven* (2 Baskı). Ankara: Nobel.
- Akhter, Z., & Sheikh, Y. A. (2014). Determinants of voting behaviour in India: Theoretical perspective. *Public Policy and Administration Research*, 4(8), 104-108.
- Aksoy, M. (1970). *Türkiye'de insan hakları*. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Aktan, C., & Dileyici, D. (2001). Kamu ekonomisinde karar alma ve oylam yöntemleri. *Kamu Tercihi ve Anayasal İktisat Dergisi*, (1), 112-128.
- Aldemir, C. ve Bayraktaroğlu, G. (2004). Determining effect of personality traits on voter behavior Using five factor personality inventory. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(2), 129-147.
- Alkan, T. (1989). *Siyasal bilinç ve toplumsal değişim*. Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Alkan, T., & Ergil, D. (1980). *Siyaset psikolojisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.

- Altan, C. (2011). Eğitim-siyasal eğilim ilişkisi: Mersin örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1), 321.
- Antunes, R. (2010). Theoretical models of voting behaviour. *Exedra*, 4, 145-170.
- Antwi, R. B. (2018). How do voters decide? A study of the determinants of voting behaviour in Ghana. (Unpublished Master Thesis). Wright State University, Dayton, USA.
- Arslantürk, Z., & Amman, T. (1999). *Sosyoloji*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
- Aydın, K., & Özbek, V. (2004). Ailenin seçmen davranışları üzerindeki etkisi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), 144-167.
- Baltacı, C., & Eke, E. (2012). Siyasal propaganda araçlarının seçmen davranışı üzerindeki etkisine yönelik seçmen algısı: Isparta örnek olayı. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(1), 115-126.
- Barut, B. (2005). Siyasal reklamcılık özelinde siyasal tutumların oluşması süreci. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 295-317.
- Bayır, O. ve Aslan, E. Ş. (2019). Siyasal lidere duyulan güven bağlamında seçmen davranışı üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 868-901.
- Berganza, J. C. (2000). Two roles for elections: disciplining the incumbent and selecting a competent candidate. *Public Choice*, 105(1-2), 165-194.
- Blais, A., & Dobrzynska, A. (1998). Turnout in electoral democracies. *European Journal of Political Research*, 33(2), 239-261.
- Bloom, H. S., & Price, H. D. (1975). Voter response to short-run economic conditions: The asymmetric effect of prosperity and recession. *The American Political Science Review*, 69(4), 1240-1254.

- Bowler, S., McElroy, G., & Müller, S. (2018). Voter preferences and party loyalty under cumulative voting: Political behaviour after electoral reform in Bremen and Hamburg. *Electoral Studies*, 51, 93-102.
- Bratton, M., Bhavnani, R., & Chen, T. H. (2012). Voting intentions in Africa: Ethnic, economic or partisan? *Commonwealth & Comparative Politics*, 50(1), 27-52.
- Bulutay, T., & Yıldırım, N. (1968). Türk seçmenlerinin oy verme eğilimlerinde iktisadi sebeplerin önemi üzerine bir deneme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 22(4), 7-40.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Geliştirilmiş 19. Baskı, Pegem Akademi, Ankara.
- Canakay, M. (2004). Seçmen davranışlarını etkileyen faktörler ve Çanakkale örneği. Çanakkale: Çanakkale 18 Mart Üniversitesi SBE.
- Caprara, G. V., Barbaranelli, C., & Zimbardo, P. G. (1997). Politicians' uniquely simple personalities. *Nature*, 385(6616), 493-493.
- Çaha, Ö. (2008). *Türkiye'de seçmen davranışı ve siyasi partiler*. Ankara: Orion Kitabevi.
- Çarkoğlu, A., & Toprak, B. (2006). *Değişen Türkiye'de din, toplum ve siyaset*. İstanbul: Tesev Yayınları.
- Çetin, H. (2003). *İnsan ve siyaset: Siyasetin psikolojik temelleri* (1. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çinko, L. (2006). Seçmen davranışları ile ekonomik performans arasındaki ilişkilerin teorik temelleri ve Türkiye üzerine genel bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 61(1), 104-116.
- Çukurçayır, M. A. (2000). *Siyasal katılma ve demokrasi*. Ankara: Yargı Yayınevi.

- Damlapınar, Z. ve Balcı, Ş. (2005). Seçmenin zihnindeki aday imajını belirleyen etkenler: 28 Mart 2004 Yerel seçimleri alan araştırması, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4(1), 58-79.
- Doğan, A. ve Göker, G. (2010). Yerel seçimlerde seçmen tercihi (29 Mart yerel seçimleri Elazığ seçmeni örneği). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 159-187.
- Duran, H. (2005). Siyasal katılmayı etkileyen faktörler üzerine bir araştırma: Tavşanlı - Kütahya örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (13), 131-152.
- Dursun, D. (2019). *Siyaset bilimi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Ercins, G. (2007). Türkiye’de sosyo-ekonomik faktörlere bağlı olarak değişen seçmen davranışı. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 8(2), 25-42.
- Fair, R. C. (1978). The effect of economic events on votes for president. *The Review of Economics and Statistics*, 60(2), 159-173.
- Gökçe, O., Akgün, B., & Karaçor, S. (2002). 3 Kasım seçimlerinin anatomisi: Türk siyasetinde süreklilik ve değişim. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1-44.
- Gunarto, M., & Hurriyati, R. (2020, February). Integrated marketing communication on voter behavior in political campaign: A study of regional head election in Indonesia. In 3rd Global Conference On Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2018) (pp. 76-82). Atlantis Press.
- Gurbetoğlu, A. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemleri*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları.
- Gülmen, Y. (1979). *Türk seçmen davranışı*. İstanbul: A.Ü.H.F. Yayınları.
- Gümüş, B. (2006). Eğitim düzeyinin seçmen davranışındaki rolü ve Antalya örnek olayı. Yüksek Lisans Tezi. Isparta: T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı.

- Heywood, A. (2014). *Siyaset*. Ankara: Adres.
- Hibbs Jr, D. A. (1994). The partisan model of macroeconomic cycles: More theory and evidence for the United States. *Economics & Politics*, 6(1), 1-23.
- Kalaycıoğlu, E. (1983). *Karşılaştırmalı siyasal katılım - Siyasal eylemin kökenleri üzerine bir inceleme*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi.
- Kalaycıoğlu, E. (Tarih Yok). *Çağdaş siyasal bilim*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kalaycıoğlu, E., & Sarıbay, A. Y. (2000). *İlkokul çocuklarının parti tutmasını belirleyen etkenler. Türkiye'de politik değişim ve modernleşme* (s. 496). içinde İstanbul: Alfa Yayınları.
- Kalender, A. (2005). *Siyasal iletişim seçme ve ikna stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Kışlalı, A. T. (1995). *Seçimsiz demokrasi*. Ankara: Çağdaş Yayınları.
- Kışlalı, A. T. (1999). *Siyaset bilimi* (7. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Kiriş, H. M. (2005). *Kent ve köy ayrımının seçmen davranışlarının şekillenmesine etkisi. Isparta kenti ve köyleri örnek olay araştırması*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Klingelhöfer, J. (2010). Models of electoral competition: Three essays on political economics. *Department of Economics*, Stockholm University,.
- Koç, E. (2007). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel* (6 Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları.
- Köroğlu, Y. E. (2017). *Yerel seçimlerde seçmenlerin oy verme davranışlarını etkileyen faktörlere ilişkin bir uygulama: Trabzon Büyükşehir Belediyesi örneği*. Trabzon: Avrasya Üniversitesi.

- Mahsud, N. H. K., & Amin, H. (2020). Theoretical approaches to the study of voting behaviour: A comparative analysis. *SJESR Sir Syed Journal of Education & Social Research*, 3(3), 65-73.
- Manav, İ. (2016). *Kitle iletişim araçlarının seçmen davranışları üzerine etkisi: Kütahya il merkezi örneği*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.
- Mischel, W., & Shoda, Y. (1995). A Cognitive-affective system theory of personality: Reconceptualizing situations, dispositions, dynamics, and invariance in personality structure. *Psychological Review*, 102(2), 246–268.
- Miş, N. ve Duran, H. (2018). *Seçim ittifakları*. SETA Analiz, Sayı: 232.
- Mutlu, N. (2020). Dijitalleşme bağlamında yeni medya ve seçmen davranışı ilişkisi: 23 Haziran 2019 yerel seçimleri Küçükçekmece ve Bağcılar örnekleri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Negiz, N. (2007). Seçmen davranışında sosyo-ekonomik bir faktör: Yaş. *Yerel Siyaset Dergisi*, (23), 52-54.
- Norris, P. (1997). Choosing electoral systems: Proportional, majoritarian and mixed systems. *International Political Science Review*, 18(3), 297-312.
- Özbudun, E. (1995). Seçim sistemleri ve Türkiye. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 44(1), 521-539.
- Özbudun, E. (2003). *Çağdaş Türk politikası, demokratik pekişmenin önündeki engeller*. (A. R. Usul, Çev.) İstanbul: Doğan Kitap.
- Özer, İ., & Meder, M. (2008). *Siyasal katılım ve seçmen davranışı*. İstanbul: Ege Yayınları.
- Özkan, N. (2004). *Türkiye ve dünyadan örneklerle seçim kazandıran kampanyalar* (2. Baskı). İstanbul: MediaCat Yayınları.

- Powell Jr, G. B., & Whitten, G. D. (1993). A cross-national analysis of economic voting: Taking account of the political context. *American Journal of Political Science*, 27(2), 391-414.
- Reynolds, A., Reilly, B., & Ellis, A. (2008). *Electoral system design: The new international IDEA handbook*. International Institute for Democracy and Electoral Assistance.
- Rose, R., & Mossawir, H. (1967). Voting and elections: A functional analysis. *Political Studies*, 15(2), 173–201.
- Singer, M. M., & Tafoya, G. R. (2020). *Voter behavior in Latin America*. In Oxford Research Encyclopedia of Politics.
- Sitembölükbaşı, Ş. (2001). *Parti seçmenlerinin siyasal yönelimlerine etki eden sosyo-ekonomik faktörler; Isparta örnek olay araştırması 1995-1999*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Swank, O. H. (1993). Popularity functions based on the partisan theory. *Public Choice*, 75(4), 339-356.
- Tan, A., & Baydaş, A. (2017, Ekim). Seçmen özelliklerinin oy verme davranışı üzerindeki etkileri. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (13), 592-622.
- Teletar, F. (2004). *Politik iktisat politikası*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Temizel, M. (2012). Türkiye’de seçmen davranışlarında sosyopsikolojik, kültürel ve dinsel faktörlerin rolü: Kuramsal ve ampirik bir çalışma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tokgöz, O. (1979). *Siyasal haberleşme ve kadın*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Toros, E. (2011). Forecasting the second party vote share: A model for Turkish elections, ECPR General Conference, University of Iceland, Reykjavik, 25-27 August 2011. <https://ecpr.eu/Events/Event/PaperDetails/7244>

- Turan, A. E. (2004). *Türkiye’de seçmen davranışı - Önceki kırılmalar ve 2002*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Turan, İ. (1991). *Siyasal sistem ve siyasal davranış*. İstanbul: Der Yayınları.
- Türkkahraman, M. (2000). *Türkiye’de siyasal sosyalleşme ve siyasal sembolizm* (1. Baskı). İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Unat, N. A. (1965). *Seçimlerinin tahlili*. Ankara: AÜSBF Yayınları.
- Uysal, B. (1984). *Siyasal katılma ve katılma davranışına ailenin etkisi*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- Ünal, B. A. (2016). Oy verme davranışı modelleri. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (15), 95-119.
- Ünal, B. A. (2020). Türkiye’deki seçmen tercihlerinin coğrafi kümeleme analizi: 24 Haziran 2018 seçimleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 21-32.
- Visser, M. (1994). The psychology of voting action on the psychological origins of electoral research, 1939–1964. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 30(1), 43-52.
- Yang, K. C., Hui, P. M., & Menczer, F. (2020). How twitter data sampling biases US voter behavior characterizations. *arXiv preprint arXiv:2006.01447*.
- Yıldız, Z. (2013). *Politika sözlüğü* (2 Baskı). İstanbul: İletişim.
- Yücekök, A. N. (1987). *Siyaset’in toplumsal tabanı*. Ankara: A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi.

EKLER

SİYASİ PARTİ ÜYELERİNİN İKİNCİ PARTİ TERCİH DURUMLARININ BELİRLENMESİ

Değerli katılımcı,

Bu anket çalışması “Siyasi Parti Üyelerinin İkinci Parti Tercih Durumlarının Belirlenmesi” amacıyla hazırlanmıştır. Bu anket, Yüksek Lisans Tezi amacıyla kullanılacak olup, elde edilen bilgiler herhangi kişi ve kurumla kesinlikle paylaşılmayacaktır. Anket formlarına isim yazmanız gerekmemektedir. Anket sorularını cevaplamada gösterdiğiniz sabır ve samimiyet için teşekkür ederim.

Saygılarımla.

Erhan ÇELİK

BÖLÜM 1. DEMOGRAFİK BİLGİLER

1. Cinsiyet:

Erkek Kadın

2. Mezuniyet Durumu:

İlkokul Ortaokul Lise
 Önlisans Lisans Yüksek Lisans ve üstü

3. Yaş:

18-25 26-30 31-40
 41-50 51 ve üstü

4. Meslek:

Esnaf Memur Emekli İşçi
 Öğrenci Ev Kadını Serbest Meslek Sanayici/Tüccar vb.
 Diğer (.....)

5. Gelir Düzeyi:

2000 ve altı 2001-3000 3001-5000 5001-7000 7001 ve üstü

6. En çok hangi sosyal medya platformunu takip ediyorsunuz?

Twitter Instagram Facebook Tik Tok Diğer

BÖLÜM II. SİYASİ YAKLAŞIM

7. Hangi siyasi partinin kayıtlı üyesisiniz?

- AKP CHP MHP
 İYİ PARTİ HDF DİĞER

8. Üyesi olduğunuz siyasi partiye kimin aracılığıyla üye oldunuz?

- Aile (Anne/Baba) Eş Arkadaş
 Akraba İş Arkadaşı Medya
 Parti üyesi tanıdıklar Diğer (.....)

9. Kendinizi siyasal yelpazenin neresine konumlandırabilirsiniz?:

- Aşırı Sol Sol Merkez Sağ Aşırı Sağ
 Fikrim yok

10. Kendinizi aşağıdaki siyasal kimliklerin hangileriyle tanımlamaktasınız? (En çok 3 tane işaretleyiniz)

- Sağcı Türk Milliyetçisi Muhafazakâr-Milliyetçi
 Muhafazakâr-Dindar Ülkücü Laik
 Solcu Aşırı Solcu Sosyal Demokrat
 Kürt Milliyetçisi Kürt İslamcı Dindar
 İslamcı / Şariatçı Cemaatçi Liberal Demokrat
 Atatürkçü Ulusalçı / Yurtsever Diğer
 (.....)

11. Kendinizi aşağıdaki kültürel / dinsel kimliklerin hangileriyle tanımlamaktasınız? (En çok 3 tane işaretleyiniz)

- Türk Kürt Çerkes Gürcü
 Laz Arap Zaza Kırmanç
 Ermeni Rum Roman Göçmen
 Müslüman Dindar Sunni Alevi
 Cemaat Mensubu Tarikat Mensubu Hıristiyan Musevi
 Ateist Mezhebi Yok Dünya Vatandaşı Diğer
 (.....)

12. Aşağıdaki durumlardan hangisi siyasal alandaki gelişmeler / olaylar karşısında sizin pozisyonunuzu yansıtmaktadır?

- Siyasal olaylarla hiç ilgilenmem.

- Siyasal olayları T.V./ yazılı basın aracılığıyla yakından takip ederim.
- Siyasal faaliyetlere toplantı / miting gibi yöntemlerle katılırım
- Desteklediğim siyasi partinin propaganda faaliyetlerinde aktif olarak görev alırım.
- Seçimlerde bizzat aday olurum, partide görev alırım.

13. Oy vermenin sizin için taşıdığı önem nedir?

- Siyasal olaylarla hiç ilgilenmem.
- Bir partiye oy vererek bazı kişisel işlerimi ilgili partilere daha kolay yaptırabiliyorum.
- İstedğim partinin / kişilerin yönetime gelmesini sağlayarak ülkem / bölgemin iyi yönetilmesine katkıda bulunuyorum.
- Dünya görüşüme / ideolojime hizmet ediyorum.
- Gerçekte kullandığım oyun pek faydası yok. Yasal zorunluluktan dolayı kullanıyorum.
- Henüz oy kullanmadım.

14. Size göre Türkiye'nin çözülmesi gereken en önemli sorunları hangileridir? (En çok 3 tane işaretleyiniz)

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> İşsizlik Sorunu | <input type="checkbox"/> Terör / PKK | <input type="checkbox"/> Suriyeliler / Mülteci |
| <input type="checkbox"/> Ekonomik Sorunlar | <input type="checkbox"/> Rüşvet ve Yolsuzluk | <input type="checkbox"/> Anadilde Eğitim |
| <input type="checkbox"/> İnanç Özgürlüğü | <input type="checkbox"/> Kadına Şiddet | <input type="checkbox"/> Dış Politika |
| <input type="checkbox"/> Eğitim | <input type="checkbox"/> Sağlık | <input type="checkbox"/> Kürt Sorunu |
| <input type="checkbox"/> Ahlaki Yozlaşma | <input type="checkbox"/> Şeffaflık | <input type="checkbox"/> Kıbrıs Sorunu |
| <input type="checkbox"/> Adalet Sistemi | <input type="checkbox"/> Gelir Adaletsizliği | <input type="checkbox"/> Sosyal Güvenlik |
| <input type="checkbox"/> Hayat Pahalılığı | <input type="checkbox"/> Demokratikleşme | <input type="checkbox"/> İnsan Hakları |
| <input type="checkbox"/> AB ile İlişkiler
(.....) | <input type="checkbox"/> Çevre | <input type="checkbox"/> Diğer |

15. Size göre ülke sorunlarını bilen, bu sorunlara çözüm getirebilecek ÜYESİ OLDUĞUNUZ PARTİDEN SONRA en iyi kadroya sahip parti hangisidir?

- | | | | |
|--|--|--|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> AKP | <input type="checkbox"/> CHP | <input type="checkbox"/> MHP | <input type="checkbox"/> HDP |
| <input type="checkbox"/> SP
PARTİ | <input type="checkbox"/> GELECEK PARTİSİ | <input type="checkbox"/> BBP | <input type="checkbox"/> İYİ |
| <input type="checkbox"/> DEVA PARTİSİ | <input type="checkbox"/> HÜDAPAR | <input type="checkbox"/> VATAN PARTİSİ | |
| <input type="checkbox"/> Diğer (.....) | | <input type="checkbox"/> Kararsızım | |

16. ÜYESİ OLDUĞUNUZ parti, herhangi bir nedenle seçime katılmayacak ya da katılmayacak olursa, onun yerine hangi partiye oy verirdiniz?

- | | | | |
|--|--|--|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> AKP | <input type="checkbox"/> CHP | <input type="checkbox"/> MHP | <input type="checkbox"/> HDP |
| <input type="checkbox"/> SP
PARTİ | <input type="checkbox"/> GELECEK PARTİSİ | <input type="checkbox"/> BBP | <input type="checkbox"/> İYİ |
| <input type="checkbox"/> DEVA PARTİSİ | <input type="checkbox"/> HÜDAPAR | <input type="checkbox"/> VATAN PARTİSİ | |
| <input type="checkbox"/> Diğer (.....) | | <input type="checkbox"/> Kararsızım | |

17. Herkesin kesinlikle oy vermem dediği partiler vardır. Sizin de kesinlikle oy vermem dediğiniz parti hangisidir?

- | | | | |
|--|--|--|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> AKP | <input type="checkbox"/> CHP | <input type="checkbox"/> MHP | <input type="checkbox"/> HDP |
| <input type="checkbox"/> SP
PARTİ | <input type="checkbox"/> GELECEK PARTİSİ | <input type="checkbox"/> BBP | <input type="checkbox"/> İYİ |
| <input type="checkbox"/> DEVA PARTİSİ | <input type="checkbox"/> HÜDAPAR | <input type="checkbox"/> VATAN PARTİSİ | |
| <input type="checkbox"/> Diğer (.....) | | <input type="checkbox"/> Kararsızım | |

18. Üyesi olduğunuz siyasi partiden önce hangi siyasi partiyi desteklediniz?

- | | | | |
|--|--|--|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> AKP | <input type="checkbox"/> CHP | <input type="checkbox"/> MHP | <input type="checkbox"/> HDP |
| <input type="checkbox"/> SP
PARTİ | <input type="checkbox"/> GELECEK PARTİSİ | <input type="checkbox"/> BBP | <input type="checkbox"/> İYİ |
| <input type="checkbox"/> DEVA PARTİSİ | <input type="checkbox"/> HÜDAPAR | <input type="checkbox"/> VATAN PARTİSİ | |
| <input type="checkbox"/> Diğer (.....) | | <input type="checkbox"/> Kararsızım | |

19. Sizce, Türkiye’de bugünkü siyasal partilerin dışında, yeni bir siyasal partinin ya da partilerin kurulmasına ihtiyaç var mı?

- | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Evet | <input type="checkbox"/> Hayır | <input type="checkbox"/> Fark etmez | <input type="checkbox"/> Fikrim Yok |
|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|

20. Sizce, bugün, Türkiye’nin yeni bir siyasi lidere ihtiyacı var mı?

- | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Evet | <input type="checkbox"/> Hayır | <input type="checkbox"/> Fark etmez | <input type="checkbox"/> Fikrim Yok |
|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|

21. Üyesi olduğunuz siyasi partinin lideri başka bir partiye lider olarak geçse, liderin siyasi partisine oy verir misiniz?

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Evet | <input type="checkbox"/> Hayır |
|-------------------------------|--------------------------------|

22. Üyesi olduğunuz siyasi partinin liderinden sonra, en beğendiğiniz, Türkiye’nin sorunlarını çözebileceğini düşündüğünüz siyasi lider hangisidir?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Recep Tayyip Erdoğan | <input type="checkbox"/> Kemal Kılıçdaroğlu | <input type="checkbox"/> Devlet Bahçeli |
| <input type="checkbox"/> Meral Akşener | <input type="checkbox"/> Temel Karamollaoğlu | <input type="checkbox"/> Ahmet Davutoğlu |
| <input type="checkbox"/> Ali Babacan | <input type="checkbox"/> Doğu Perinçek | <input type="checkbox"/> Selahattin Demirtaş |
| <input type="checkbox"/> Fatih Erbakan | <input type="checkbox"/> Ekrem İmamoğlu | <input type="checkbox"/> Mansur Yavaş |
| <input type="checkbox"/> Diğer (.....) | <input type="checkbox"/> Hiçbiri | |

23. Aşağıda isimleri belirtilen devlet adamlarına, liderlere ve siyasilere ne ölçüde güvendiğinizi derecelendirir misiniz? (1: Hiç Güvenmiyorum, 2: Güvenmiyorum, 3: Kararsızım, 4:Güveniyorum, 5. Çok Güveniyorum)

S.no	Devlet Adamları	Değerlendirme				
1	Recep Tayyip Erdoğan	1	2	3	4	5
2	Kemal Kılıçdaroğlu	1	2	3	4	5
3	Meral Akşener	1	2	3	4	5
4	Devlet Bahçeli	1	2	3	4	5
5	Selahattin Demirtaş	1	2	3	4	5
6	Doğu Perinçek	1	2	3	4	5
7	Ahmet Davutoğlu	1	2	3	4	5
8	Ali Babacan	1	2	3	4	5
9	Abdullah Gül	1	2	3	4	5
10	Fatih Erbakan	1	2	3	4	5
11	Ekrem İmamoğlu	1	2	3	4	5
12	Mansur Yavaş	1	2	3	4	5
13	Diğer.....	1	2	3	4	5

24. Kendinizi dindarlık açısından nasıl değerlendirirsiniz?

- Hiç dindar değilim Pek dindar değilim Dindar sayılırım
 Oldukça dindar sayılırım Çok dindarım Fikrim yok

25. Genel olarak yaşantınızdan ne kadar memnunsunuz?

- Çok memnunum Biraz memnunum Kararsızım
 Pek memnun değilim Hiç memnun değilim

26. Kendinizin ve ailenizin gelir durumu geçen yıllar ile karşılaştırıldığında önümüzdeki yıllar içinde iyiye doğru mu gidecek, kötüye doğru mu gidecek, yoksa aynı mı kalacak?

- İyiye gidecek Kötüye gidecek
 Aynı kalacak Fikrim yok

27. Geleceğinizden ümitli misiniz?

- Çok ümitliyim Ümitliyim Kararsızım
 Pek ümitli değilim Hiç ümitli değilim

28. Türkiye’de son zamanlarda bir ekonomik krizin yaşandığını düşünüyor musunuz?

- Evet Hayır Fikrim yok

29. 26. Soruya Evet yanıtı verdiyseniz, bu kriz sizi ne kadar etkiledi?

- Çok fazla etkiledi Biraz Etkiledi
 Hiç etkilemedi Fikrim yok

30. Çevrenizde işsiz kalanların sayısının arttığını düşünüyor musunuz?

- Evet Hayır Fikrim yok

31. Sizce Türkiye'nin sorunlarının kaynakları ekonomik midir, siyasi midir?

- Ekonomiktir Siyasidir
 Her ikisi de Fikrim yok

32. Bir siyasi partiye oy verme kararınız ne zaman şekillenir?

- Oy vereceğim parti seçim olmasa da önceden bellidir.
 Adaylar belirlendikten sonra karar veririm.
 Seçim kampanyalarını takip ettikten sonra karar veririm.
 Ailem ve arkadaşlarımla konuşup tartıştıktan sonra karar veririm.
 Son anda sandık başında karar veririm.
 Henüz oy kullanmadım.

Lütfen aşağıdaki ifadelere ilişkin katılım derecelerini belirtiniz.

Soru No	İfade	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
33	Seçimlerde siyasal tercihim en çok parti programı etkiler.					
34	Seçimlerde siyasal tercihim en çok parti lideri etkiler.					
35	Seçimlerde siyasal tercihim en çok partinin adayları etkiler.					
36	Seçimlerde siyasal tercihim en çok ailem etkiler.					
37	Seçimlerde siyasal tercihim en çok medya etkiler.					
38	Seçimlerde siyasal ideolojime bağlı olarak oy veririm.					
39	Seçimlerde sosyal sorumluluğun bir gereği olarak oy veririm.					
40	Seçimlerde bireysel çıkarlarım hangi partiye oy vereceğimi belirler.					
41	Seçimlerde oy verdiğim parti kendisine tam olarak güvendiğim partidir.					
42	Seçimlerde siyasal tercihim en çok arkadaş çevrem etkiler.					
43	Seçimlerde partilerin geçmişteki ekonomik başarıları oyumun yönünü belirlemektedir.					
44	Seçimlerde partilerin geçmişteki siyasi başarıları oyumun yönünü belirlemektedir.					
45	Seçimlerde partilerin geçmişteki uluslararası siyasetteki başarıları oyumun yönünü belirlemektedir.					
46	Seçimlerde partilerin propaganda amaçlı ev ziyaretleri oyumun yönünü belirlemektedir.					
47	Siyasi reklamlar ve kampanya faaliyetleri siyasal tercihim etkilemektedir.					
48	Tartışma programlarında adayların performansları siyasal tercihim etkilemektedir.					
49	Siyasi konularda tecrübeli kişilerin fikir ve yorumları siyasal tercihim etkilemektedir.					
50	Siyasi partinin kendi ideolojime yakın bir ideolojiye sahip olması siyasal tercihim etkilemektedir.					
51	Kamuoyu araştırmaları sonuçları siyasal tercihim etkilemektedir.					
52	Siyasi partilerin gündemdeki konulara yaklaşımı siyasal tercihim etkilemektedir.					
53	Siyasal partilerin düzenledikleri etkinliklere katılmaya çalışırım					
54	Seçimlerde oy kullanmamı engelleyecek bir durum olmadığı surece oy kullanmayı tercih ederim					
55	Kendi siyasi düşünceme yakın bir siyasi parti ülke yönetimine gelsin diye oy kullanırım					
56	Aile geleneklerimiz doğrultusunda oy kullanmayı düşünürüm					
57	Siyasi partinin aday veya lideri belli olmasa da hangi siyasi partiye oy vereceğimi bilirim					
58	Kendimi oy vereceğim siyasal partinin seçmeni olarak hissederim					
59	Oy kullanacağım siyasi partiyi belirlerken partilerin geçmiş icraatlarını değerlendiririm					
60	Seçimleri kazanma olasılığı olmayan bir siyasal partiye oy vermem					
61	Ülkenin mevcut sorunlarını çözeceğine inandığım siyasi partiye oy veririm					

62	Diğer siyasi partilerden farklı olduğuna inandığım için bir siyasi partiye oy veririm					
63	Ailemin ve arkadaş çevremın siyasal tercihlerimi tasvip etmesini önemserim					
64	Seçim dönemlerinde Üyesi olduğum siyasi partinin mitinglerine katılırım.					
65	Üyesi olduğum siyasi partinin toplantılarına katılırım.					
66	Üyesi olduğum siyasi parti adına seçim dönemlerinde gönüllü olarak çalışırım.					
67	Benim için asla ikinci bir parti yoktur					

Lütfen aşağıdaki kurumlara hangi ölçüde güvendiğinizi belirtiniz.

Soru No	Kurum	Hiç Güvenmiyorum	Güvenmiyorum	Kararsızım	Güveniyorum	Çok Güveniyorum
68	Cumhurbaşkanı					
69	Türkiye Büyük Millet Meclisi					
70	Muhalefet Partileri					
71	Türk Silahlı Kuvvetleri					
72	Emniyet Teşkilatı					
73	Yargı					
74	Diyanet İşleri Başkanlığı					
75	Medya (Gazeteler, Televizyonlar vb.)					
76	Sosyal Medya					

TURNITIN RAPORU

celik.erhan

ORJINALLIK RAPORU

% 10	% 9	% 1	% 5
BENZERLIK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	acikerisimarsiv.selcuk.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	% 4
2	dergiler.ankara.edu.tr İnternet Kaynağı	% 1
3	Submitted to Beykent Universitesi Öğrenci Ödevi	% 1
4	mersin.mitosweb.com İnternet Kaynağı	<% 1
5	eprints.sdu.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
6	Submitted to Dumlupinar University Öğrenci Ödevi	<% 1
7	dergipark.gov.tr İnternet Kaynağı	<% 1
8	Submitted to Yildirim Beyazit Universitesi Öğrenci Ödevi	<% 1
9	5 İnternet Kaynağı	<% 1

10	Submitted to Ankara University Öğrenci Ödevi	<% 1
11	Submitted to Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Öğrenci Ödevi	<% 1
12	acikerisim.aku.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
13	Submitted to Kırıkkale University Öğrenci Ödevi	<% 1
14	ÇEMREK, Fatih, BAYKUŞ, Hilal and ÖZAYDIN, Özer. "SOSYAL MEDYA KULLANIM VE DAVRANIŞLARININ KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, 2014. Yayın	<% 1
15	www.pegem.net İnternet Kaynağı	<% 1
16	www.bilmat.org İnternet Kaynağı	<% 1
17	www.ebeargekongresi.com İnternet Kaynağı	<% 1
18	DAMLAPINAR, Zülfikar and BALCI, Şükrü. "Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen	<% 1

Etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan
Araştırması", TUBITAK, 2005.

Yayın

19	documentop.com İnternet Kaynağı	<% 1
20	mafiadoc.com İnternet Kaynağı	<% 1
21	www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1
22	www.muratyakisan.com İnternet Kaynağı	<% 1
23	www.icomep.com İnternet Kaynağı	<% 1
24	toad.halileksi.net İnternet Kaynağı	<% 1
25	www.apikam.org.tr İnternet Kaynağı	<% 1
26	journals.manas.kg İnternet Kaynağı	<% 1
27	dergipark.org.tr İnternet Kaynağı	<% 1
28	www.eyuder.org İnternet Kaynağı	<% 1

alonot.com

29	İnternet Kaynağı	<% 1
30	www.researchgate.net İnternet Kaynağı	<% 1
31	www.scribd.com İnternet Kaynağı	<% 1
32	archive.org İnternet Kaynağı	<% 1
33	josc.selcuk.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
34	www.acarindex.com İnternet Kaynağı	<% 1
35	repositorio.ucv.edu.pe İnternet Kaynağı	<% 1
36	www.korfezdemanset.com İnternet Kaynağı	<% 1

Alıntıları ıkart

zerinde

Eşleşmeleri ıkar

Kapat

Bibliyografyayı ıkart

zerinde

ÖZGEÇMİŞ**Öğrenim Durumu**

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Yüksek Lisans	SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ	ATILIM ÜNİVERSİTESİ	2021
Lisans	ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ	GAZİ ÜNİVERSİTESİ	2015

Yabancı Diller: İngilizce**E-posta:****Telefon:****Tarih:**6/1/2021