

**SEÇMENLERİN BELEDİYE SEÇİMLERİNDE OY
VERME EĞİLİMLERİNE YÖNELİK BİR
ARAŞTIRMA: MERSİN BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ
ÖRNEĞİ**

**TENDENCY OF VOTERS FOR THE MUNICIPAL
ELECTIONS: PROVINCE OF MERSİN
METROPOLITAN MUNICIPALITY EXAMPLE**

Mehmet MİMAN*

Betül TAŞTAN MİMAN†

Öz

Mersin ili 2014 Yerel Seçimleri son 3 dönemdir şehri yöneten partiden Büyükşehir Belediyesi'ni değiştirmiştir. Bu çalışma seçim öncesinde gerçekleştirilen bir araştırmaya dayalı olarak seçmenlerin oy verirken önceliklerini ve seçme eğilimlerini araştırmakta olup bulgular seçmenlerin en çok adayın projelerine ve performansına önem verdiklerini bunu adayın partisinin ve liderinin takip ettiğini ortaya koymaktadır. Seçmenlerin demografik özelliklerinden cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, meslek ve bulunduğu ilçesinde seçme eğilimlerini ve önceliklerini de etkilemektedir.

Anahtar Sözcükler: büyükşehir belediyesi seçimleri, oy verme eğilimleri, Mersin

Abstract

2014 Local Election results have changed the party of Mayor of the Metropolitan Municipality from the party that had been governing the city for about 12 years in Mersin. These results indicate the importance of priorities and tendency of voters. This study investigates the tendency of voters when they are voting based on the survey conducted just before the Municipal Elections held in 2014 in Mersin. The result indicates that the first priority of the voters is the candidates' projects and their performance followed by the candidates' party and their leaders. The study also reveals that the demographic characteristics of the voters such as gender, age, education level, occupation, and the province affect their priority when they are voting.

Keywords: Metropolitan municipality elections, tendency of voters, Mersin

> Makale Gönderim Tarihi: 29 Mart 2018.

*Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü,
mmiman@harran.edu.tr

†Bağımsız Araştırmacı, pamulbt@hotmail.com

GİRİŞ

Demokratik toplumların en belirgin özelliği, yönetimde halkın söz sahibi olmasıdır. Halkın demokratik iradesi ya doğrudan-tüm kararlar bizzat halk tarafından alınarak, ya temsili olarak-halkın seçtiği temsilciler aracılığıyla, ya da yarı doğrudan olarak- seçimle gelen yöneticilerle birlikte gerekli durumlarda halkın iradesini referandumla belirtmesiyle ortaya konulabilmektedir (Tunç, 2008:117). Seçim kurumunun her yurttaşın oy hakkına sahip olduğu “genel” ve her yurttaşın tek oy hakkına sahip olduğu “eşit” olarak ortaya çıkması Fransız ihtilalinden sonra 19. yüzyılının ortalarına rastlamaktadır (Alkan, 2006:137).

Yerel yönetim seçimleri, özellikle belediye başkanlığı seçimleri, adayın daha fazla ön plana çıkması bakımından milletvekilliği seçimlerinden farklıdır (Negiz ve Akyıldız, 2012:171). Türkiye’de ilk seçim uygulaması Tanzimat’ın ilanı ile beraber, seçme hakkına sahip kişilerin seçilme yeterliliğine sahip adaylar arasından il meclis üyelerini seçmeleriyle başlayıp (Alkan, 2006:138), 1984 yılında büyükşehir belediyeciliğine geçilmiştir (İzci ve Turan, 2013:118). Günümüzde yurttaşların sadece seçme rolünü oynayıp pasif bir çerçevede tutulduğu “temsili demokrasi” (Teziç, 1996: 217) nin demokratik ve etkili yönetimin temel özelliklerinden biri olduğu konusunda genel bir uzlaşma olup (Çitçi, 1989:18), temsili demokrasinin en belirgin özellikleri de siyasi partilerin mevcudiyetidir. Siyasi partilerin güçlü olduğu ülkelerde adaylar toplumun benimseyeceği, eğitim, yaşı, iş görebilme yeterliliği, ve yönetim deneyimi gibi özellikler göz önünde bulundurularak siyasi partiler tarafından aday gösterilebilmektedir (Canöz, 2010:96).

2023 hedeflerine ulaşmaya çalışırken muhtemel yönetici kadroları hem ulusal hem de yerel düzeyde 2019 yılındaki seçimlerde şekillenecek olur, bu yılda gerçekleştirilmesi planlanan 2019 yerel seçimleri de çok büyük önem kazanmaktadır. Mersin büyükşehir belediyesi 12 yılı aşkın belli bir siyasi parti adayı tarafından yönetilirken 30 Mart 2014 yerel seçimleri ile büyükşehir belediyesi başka bir partili aday tarafından kazanılmıştır. Bartolini ve Mair

(1990:96) seçmen tercihlerindeki hareketliliği partiler arasındaki rekabeti “seçmenin yönlendirmesi” veya “partilerin” yönlendirmesi” olarak iki modelle açıklamaya kalksa da belediye başkanlığı seçimlerinin bu iki modelin dışında adayın sahip olduğu fiziksel, kişisel, eğitim, iletişim becerisi, geleceğe dair projeler, ideoloji, hemşericilik gibi kimi özellikler tarafından yönlendirilebilmektedir (Negiz ve Akyıldız, 2012:172).

Çok büyük öneme sahip olan 2019 yerel seçimlerine ışık tutabilecek 30 Mart 2014 tarihinde gerçekleştirilen yerel seçimlerin tahminine ve analizine yönelik literatürde siyasette kadın temsili (Anbarlı Bozatan ve Kutlu, 2014:131-156), partilerin sosyal medya kullanımı (Oğuzoğlu ve Öztay, 2016:53-65), aday imajı (Çağlar ve Gelir, 2014:27-50), seçmen tercihlerine etkileyen faktörler (Çakır ve Bıçer, 2015:98-112) vb. birçok konuda yapılmış çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmada 30 Mart 2014 büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinden önce rast gele örnekleme ile seçilen 3097 seçmenle yüzyüze görüşme ile gerçekleştirilen anket verilerinin onların demografik özelliklerinin (cinsiyet, yaş, meslek, anket yapılan yer, anket yapılan ilçe) oy tercihlerinde etkili olan en önemli unsurlara (adayın partisi ve lideri, adayın projelerine ve performansına, seçim kampanyasına ve diğer belirtilmeyen hususlara) etkisi araştırılmakta, böylece Mart 2019 yerel seçimler öncesi gerçekleştirilmesi düşünülen anketler ve adaylar için bunlara yol gösterebilecek bulgulara ulaşılacak amaçlanmaktadır.

Bu çalışmanın geri kalanı, ilk olarak literatürde bugüne kadar seçmen davranışını ve yerel seçimlerde oy verme eğilimlerini etkileyen unsurların incelenmesi; araştırmanın modeli, amaç ve yönteminin ortaya konulması; analizler ve yorumları; son olarak da bulguların vurgulanıp tartışıldığı sonuç olarak organize edilmiştir.

1. Seçmen Tercihini Etkileyen Faktörler Ve Yerel Seçimler

Seçmen davranışını ve tercihini etkileyen çok çeşitli faktörler olmasına karşın, Sezgin (2007:36) ülkenin ekonomik şartları ile seçmenin içinde bulunduğu kişisel ekonomik durumun seçmen davranışını etkileyen en önemli faktörlerden biri

olduğunu ve seçmenin olumsuz ekonomik durumlara karşı daha duyarlı olduğunu ortaya koyarken; partizanlık, ideolojik ve kültürel faktörlerin daha çok etkili olduğunu belirten çalışmalar da mevcuttur (Akgün, 2000:89). Herhangi bir partinin üyesi olmayan seçmen kitlesi için partilerin politikaları oy verme tercihlerinde en önemli etken görülmektedir (Çaha ve Diğ., 2002:141).

Bununla birlikte seçmenler genel olarak destekleyecekleri adayları yakından tanımak isteyip (Özsoy, 2009:51), bundan ötürü görseli bol ve adayın kişisel özelliklerini ön plana çıkararak seçim kampanyalarının önemi artmaktadır (Dündar, 2011:43). Seçmenin yaşı, cinsiyeti, mesleği ve geliri gibi demografik özellikleri oy verme davranışlarını etkileyebilmekle birlikte (Kalaycıoğlu, 1993:252-266) seçim dönemlerinde yapılan kamuoyu araştırmalarının seçmenlerin eğilimlerini öğrenmekle birlikte onları yönlendirme amacı da taşımaktadır (Doğan ve Göker, 2010:165). Yerel seçimlerde milletvekilleri seçimlerinden farklı olarak adaylar daha fazla ön plana çıkabilmekte, bu yüzden seçmenler belediye başkanlığı seçimlerinde partiyi beğenmediği halde de partiden bağımsız olarak adaya oy verebilmektedir (Butler ve Collins, 1994:24). Bu kapsamda partilerin aday tercihlerinin de etkisi büyüktür (Yıldırım, 2014:31).

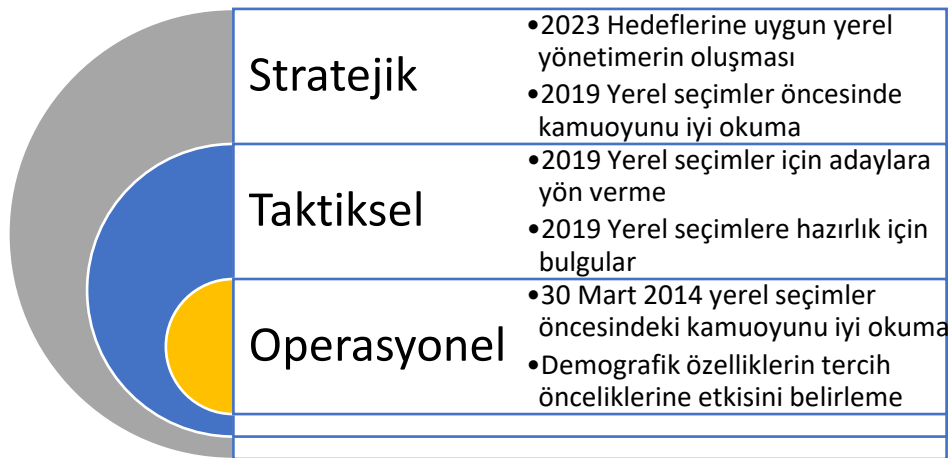
Genel olarak, seçmen davranışı ile ilgili teorik çalışmalar sosyolojik yaklaşım, sosyo-psikolojik (partiyle özdeşleşme) yaklaşım ve ekonomik yaklaşım (rasyonel tercih) olmak üzere üç kategoride değerlendirilebilir (Akgün, 2007:27). Sosyal yaklaşım seçmenlerin kullandığı oyu bireylerin ait olduğu sosyal kimliklerin tercihlere yansımaları olarak görürken (Akgün, 2007:27), sosyo-psikolojik yaklaşım bireylerin siyasal sosyalleşme süreci içinde kazandıkları siyasal tutunlar ve yönelimlerin etkisi (Akgün, 2007:29) görüp bir çeşit “psikolojik sevgi bağı” olarak belirtir (Çinko, 2006:110). Ekonomik yaklaşım ise kişilerin kendi çıkarlarına hizmet edecek bir aday veya partiye oy kullandığı görüşündedir (Kalender, 2005:50).

2. Büyükşehir Seçimlerinde Mersin Seçmeni Saha Araştırması

2.1. Amaç ve Önem

Yerel seçimler gerek işleyiş açısından gerekse sonuçları itibari ile seçmenlerin tercihte bulunma ve oy verme sürecine kadar geçen her aşamada yerel unsurların devreye girdiği seçimlerdir. 2023 yılı hedeflerini yakalamada yerel yönetimlerin sahip olduğu imkanlar ve gördükleri işlevler açısından çok büyük önemi olup, bu süreçte yönetim kadrosunu oluşturacak ve 2019 yılında yapılacak yerel seçimlerinde etkisi göz ardı edilemez. Bu seçimler öncesinde gerek kamuoyunu bilgilendirmek gerekse partilere belirleyecekleri adaylar konusunda yardımcı olmak amacıyla 2014 yerel seçimlerine kadar son üç dönemdir (1999-2004-2009) seçimleri kazanarak büyükşehir belediyesinin tek bir kişinin yönettiği ve Mart 2014 seçimleriyle büyükşehir belediyesinin hem parti hem başkan olarak değiştiği 30 Mart 2014 Mersin büyükşehir belediyesi seçimleri seçim öncesindeki anket verileri doğrultusunda seçmenlerin oy kullanırken tercih eğilimlerine demografik faktörlerinin (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek yaşadıkları yer ve ilçe) etkilerini incelenmek üzere analiz edilmektedir. Şekil 1 çalışma amaçlarını kompakt olarak spesifikten genele doğru göstermektedir.

Şekil 1. Çalışmanın Hedefleri



Ülkemizde yerel seçimler öncesinde seçmenlerin oy verme tercihlerinin ortaya konduğu bilimsel araştırmaların azlığı düşünüldüğünde, seçmen tercihlerinde etkili olabilecek demografik faktörlerin ve etkilerinin ortaya konulması açısından literatürdeki boşluğu doldurma gayreti açısından da ayrı bir öneme sahiptir. Mersin çok kültürlü, kozmopolitik yapısıyla analiz için ayrı bir değere sahip olup 2019'daki yerel seçimler öncesi gerçekleştirilen/gerçekleştirilecek çalışmalarla uyumlu olması açısından en son gerçekleştirilen 2014 seçimleri öncesindeki kamuoyu araştırmasının seçmen tercihlerine demografik özelliklerinin etkisi bakımından incelenmesi, gerek partilerin adaylarını belirlemede, seçim kampanyalarında gerekse adayların seçmenle yürüttüğü çalışmalarda yol gösterici bir nitelik taşımaktadır.

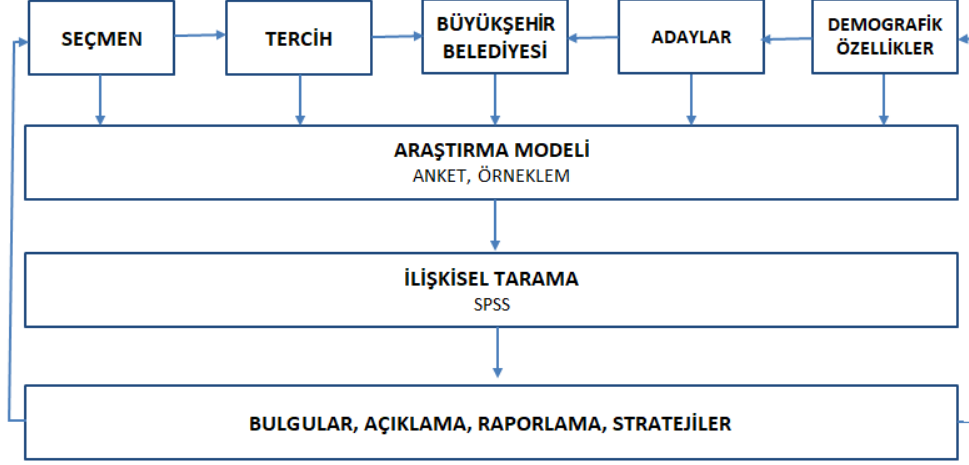
2.2. Araştırmanın Problemi

Araştırmada “büyükşehir belediye seçimlerinde seçmenin oy tercihe/ onun oy verme eğilimine hangi faktörler etki etmektedir?” sorusuna çözüm aranmakta bu kapsamda seçmenin cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, yaşadığı bölge ve ilçe gibi demografik özelliklerinin adaya oy verme eğiliminde önceliğine (parti-lider, projeler, kampanya, diğer) etkisi araştırılmaktadır.

2.3. Yöntem

Araştırma betimsel ve açıklayıcı (Cooper ve Schindler, 2014:404) nitelikte olup, ilişkisel tarama modelinde tasarlanmıştır. Betimsel modeller, geçmişte olan veya halen var olan bir olayı ya da bir durumu olduğu gibi betimlemeyi amaçlayan bir araştırma yaklaşımıdır. İlişkisel tarama ise değişkenler arasındaki farklılıkların derecesini belirler (Karasar, 2015:77). Bu taramayla seçmenlerin büyükşehir belediyesi için oy kullanırken öncelikleri ile onların demografik özellikleri arasındaki ilişkiler incelenirken, oy verme eğilimlerine etkili faktörler açıklanmaktadır (Şekil 2).

Şekil 2. Araştırma Yapısı



Seçmenlerin büyükşehir belediye seçimleri için adaylara oy vermede tercihlerine etki eden demografik faktörlerin belirlenmesine yönelik uygulama 30 Mart 2014 yerel seçimleri öncesinde anket tekniğine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Kamuoyu nabzını tutmak üzere temel literatür ve uzman görüşlerine göre hazırlanan anket seçmenin oy verme eğilimlerini, aday ve partilere yaklaşımını belirlemek üzere toplamda 21 soru ve demografik özelliklerden oluşturulmuş, yüzyüze görüşme yöntemi ile mersin ilçelerinin nüfus oranlarıyla rast gele seçilen 3097 seçmene uygulanmıştır. Bu çalışma da seçmenin oy vermede önceliklerini ve oy verme eğiliminde etkili olan parti/lider, proje ve kampanyanın değerlendirilmesine onların demografik özelliklerinin etkisi (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, bulunduğu bölge ve ilçe) SPSS v22 istatistiksel programı ile ilişkisel olarak incelenmiş, herhangi bir aday veya partiye karşı tutumlarına siyasi bir polemik oluşturmamak için değinilmemiştir. Böylece bilimsel olarak elde edilen bulguların analiz ve sonuçlarının hem kamuoyu hem de 2019 seçimlerinde yarışmayı düşünen bütün aday ve partiler tarafından stratejilerini belirlemede değerlendirmeleri için açıklanması düşünülmüştür.

Araştırmanın sınırları kapsamında, seçmenlerin oy verecekleri aday tercihlerini (parti-lider, adayın projeleri, kampanya vb..) belirlerken etkilendikleri faktörler ile demografik değişkenler (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, bölge, ilçe) arasındaki ilişki Ki Kare (χ^2) testi ile belirlenmiştir. Gerçekleştirilen ki-kare testlerinde

ilişkileri ifade eden çapraz tablolarda her bir gözdeki beklenen değer 5'ten büyükse Pearson ki-kare testi; herhangi bir gruptaki beklenen değer 5'ten küçükse Fisher kesin ki-kare testi kullanılmıştır (Boyacıoğlu ve Güneri, 2006:37).

2.4. Araştırmanın Hipotezleri

Yukarda belirtilen amaç ve yöntem çerçevesinde araştırma probleminin çözümü için aşağıdaki hipotezler incelenmektedir:

Hipotez 1: Seçmenlerin cinsiyetleri büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Hipotez 2: Seçmenlerin yaşı büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Hipotez 3: Seçmenlerin eğitimi büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Hipotez 4: Seçmenlerin mesleği büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Hipotez 5: Seçmenlerin yaşadıkları bölge büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Hipotez 6: Seçmenlerin yaşadıkları ilçe büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Yapılan bütün testlerde anlamlılık seviyesi olarak $p < 0.05$ kabul edilmiş olup, istatistiksel analizler SPSS v22.0 ile gerçekleştirilmiştir.

2.5. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 30 Mart 2014 yerel seçimlerinde Mersin Büyükşehir Belediyesi seçimlerinde oy kullanabilecek kayıtlı seçmenler oluşturmaktadır. Yüksek Seçim Kurulu Başkanlığı verilerine göre (ysk.gov.tr 10.01.2018); Mersin Büyükşehir Belediyesi seçimleri için kayıtlı seçmen sayısı 1,185,988'dir. Bir saha araştırması olan bu çalışmada, basit rastlantısal örneklem yöntemi ile seçmenlerle yüz-yüze görüşmeye dayalı anket tekniği uygulanmıştır.

3. Analizler ve Yorumlar

Araştırmanın örneklemini oluşturan 3097 katılımcının oy-verme tercihlerindeki öncelikler üzerine etkileri araştırılan demografik faktörlere göre dağılımları Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Araştırma Örnekleminin Özellikleri

Cinsiyet	f	%	Meslek	f	%	İlçe	f	%
Erkek	2351	75.9	Memur	116	3.7	Akdeniz	476	15.4
Kadın	746	24.1	İşçi (Kamu)	101	3.3	Mezitli	287	9.3
			İşçi (Özel)	315	10.2	Toroslar	465	15.0
Yaş	f	%	Ev Hanımı	292	9.4	Yenişehir	383	12.4
18-35	1218	39.3	Esnaf	561	18.1	Anamur	123	4.0
36-55	1213	41.4	Serbest meslek	413	13.3	Aydıncık	27	0.9
56+	598	19.3	Öğrenci	374	12.1	Bozyazı	64	2.1
			Emekli	424	13.7	Çamlıyayla	64	2.1
Eğitim	f	%	İş adamı	22	0.7	Erdemli	228	7.4
Okur-yazar değil	84	2.7	Çiftçi	252	8.1	Gülнар	63	2.0
İlköğretim	1343	39.3	İşsiz	115	3.7	Mut	117	3.8
Lise	1281	41.4	Diğer	112	3.6	Silifke	220	7.1
Üniversite	602	19.4				Tarsus	580	18.7
Yer	f	%						

İlçe merkezi	2421	78.2
Belde, köy	676	21.8

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, erkeklerin kadınların yaklaşık üç katı kadar olduğu, ekseriyetinin Y kuşağından oluştuğu (geleceği şekillendirmesi beklendiğinden önemli), lise mezunu seviyesinde, esnaf, ilçe merkezlerinde yaşayan ve Tarsus'a kayıtlı olduğu görülmektedir.

Tablo 1'de belirtilen seçmen özelliklerin (cinsiyet, yaş, eğitim, yer, meslek, ilçe) oy verme önceliklerine (parti lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkisi Pearson Ki Kare testi ile incelenmiş olup, sonuçlar Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Seçmen Demografik Özelliklerinin Oy Kullanım Önceliğine Etkisi: Ki Kare Test Sonuçları

p-Değeri	Faktör					
	Cinsiyet	Yaş	Öğrenim	Meslek	Yer	İlçe
	0,003 ^{a**}	0,048 ^{b*}	0,004 ^{b**}	0,012 ^{b*}	0,589 ^a	0,000 ^{b**}

*p<0,05; **p<0,01, anlamlı ilişki
a: Person Ki-Kare testi ile elde edilmiştir
b: Fisher's Exact Ki-Kare testi ile elde edilmiştir

Yapılan Pearson Ki-Kare Testleri sonucunda seçmenlerin demografik faktörlerinden cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, meslek, ve ilçenin seçmenlerin oy kullanımındaki önceliği %5 anlamlılık seviyesinde etkilediği görülmektedir. Bu durum hipotez 5 (seçmenin yaşadığı bölge türü) dışındaki diğer hipotezlerin araştırma da anlamlı bulunduğunu göstermektedir. Araştırmanın hipotezlerine yönelik ulaşılmış olunan bu bulgularla seçmen oy kullanma tercihi ve demografik özellikleri arasındaki ilişkilerin kapsamına dair detaylı bilgiler Tablo 3- Tablo 7'de belirtilen çapraz tabloların incelenmesiyle ortaya çıkabilmektedir.

Tablo 3. Cinsiyet * Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu

		Oyunuzu kullanırken hangisine öncelikle önem verirsiniz?					Toplam	
		Cevapsız	Adayın partisine ve liderine	Adayın projelerine ve performansına	Seçim kampanyasına	Diğer		
Cinsiyet	Erkek	Sıklık	18	1127	1141	26	39	2351
	%	0,8%	47,9%	48,5%	1,1%	1,7%	100,0%	
Kadın	Sıklık	6	313	394	20	13	746	
	%	0,8%	42,0%	52,8%	2,7%	1,7%	100,0%	
Toplam		Sıklık	24	1440	1535	46	52	3097
		%	0,8%	46,5%	49,6%	1,5%	1,7%	100,0%

Cinsiyet*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu incelendiğinde Erkek ve Kadın seçmenlerin oy kullanırken önceliği öncelikle Adayın projelerine ve performansına (%49,6) ve daha sonra Adayın Partisine ve liderine (%46,5) verdikleri görülmektedir. Cevapsızlar, Seçim Kampanyası ve Diğer Unsurlar yok denecek kadar azdır. Kadın seçmenler yüzde olarak erkeklerden daha az oranda Adayın partisine ve liderine önem verirken (sırasıyla %42,0 ve %47,9), onlar için adayların projeleri ve performansları daha önemli görülmektedir (oranlar sırasıyla %52,8 ve %48,5).

Yaş*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu incelendiğinde 18-35, 36-55 ve 56 yaş ve üzeri seçmen gruplarının oy kullanırken önceliği öncelikle Adayın projelerine ve performansına (%51,8; %47,5 ve %49,5) ve daha sonra Adayın Partisine ve liderine (sırasıyla %44,9; %48,2 ve %46,2) verdikleri görülmektedir. Cevapsızlar ve Diğer Unsurlar yok denecek kadar azdır. Gençlerin ve yaşlı seçmenlerin yaşam standartlarını daha çok düşündüğünden olsa gerek büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde oy kullanırken adayın projeleri ve performansının en büyük etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Yaş*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu

		Oyunuzu kullanırken hangisine öncelikle önem verirsiniz?					Toplam	
		Cevapsız	Adayın partisine ve liderine	Adayın projelerine ve performansına	Seçim kampanyasına	Diğer		
Yaş	18-35	Sıklık	6	547	631	22	12	1218
		%	0,5%	44,9%	51,8%	1,8%	1,0%	100,0%
	36-55	Sıklık	10	617	608	18	28	1281
	%	0,8%	48,2%	47,5%	1,4%	2,2%	100,0%	
	56 ve üzeri	Sıklık	8	276	296	6	12	598
	%	1,3%	46,2%	49,5%	1,0%	2,0%	100,0%	
Toplam		Sıklık	24	1440	1535	46	52	3097
		%	0,8%	46,5%	49,6%	1,5%	1,7%	100,0%

Tablo 5'e göre seçmenlerin öğrenim durumu okur-yazar olmamaktan üniversiteye doğru arttıkça seçimlerde adayın projelerine ve performansına öncelik verenlerin oranı da artmaktadır (% 36,9'dan %52,7'ye).

Tablo 5. Öğrenim*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu

		Oyunuzu kullanırken hangisine öncelikle önem verirsiniz?					Toplam	
		Cevapsız	Adayın partisine ve liderine	Adayın projelerine ve performansına	Seçim kampanyasına	Diğer		
Öğrenim	İlköğretim	Sıklık	7	663	628	18	27	1343
		%	0,5%	49,4%	46,8%	1,3%	2,0%	100,0%
	Lise	Sıklık	9	468	559	19	13	1068
		%	0,8%	43,8%	52,3%	1,8%	1,2%	100,0%
	Üniversite	Sıklık	7	262	317	5	11	602
	%	1,2%	43,5%	52,7%	0,8%	1,8%	100,0%	
	Okur-yazar değil	Sıklık	1	47	31	4	1	84
	%	1,2%	56,8%	36,9%	4,8%	1,2%	100,0%	
Toplam		Sıklık	24	1440	1535	46	52	3097
		%	0,8%	46,5%	49,6%	1,5%	1,7%	100,0%

Tablo 6. Meslek*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu

		Oyunuzu kullanırken hangisine öncelikle önem verirsiniz?					Toplam
		Cevapsız	Adayın partisine ve liderine	Adayın projelerine ve performansına	Seçim kampanyasına	Diğer	
Meslek	Memur	Sıklık 3 2,6%	48 41,4%	59 50,9%	4 3,4%	2 1,7%	116 100,0%
	Kamuda işçi	Sıklık 0 0,0%	55 54,5%	45 44,6%	0 0,0%	1 1,0%	101 100,0%
	Özel sek. İşçi	Sıklık 2 0,6%	142 45,1%	169 53,7%	2 0,6%	0 0,0%	315 100,0%
	Ev hanımı	Sıklık 3 1,0%	137 46,9%	139 47,6%	7 2,4%	6 2,1%	292 100,0%
	Esnaf	Sıklık 5 0,9%	261 46,5%	278 49,6%	5 0,9%	12 2,1%	561 100,0%
	Serbest meslek	Sıklık 5 1,2%	187 45,3%	210 50,8%	6 1,5%	5 1,2%	413 100,0%
	Öğrenci	Sıklık 2 0,5%	160 42,8%	197 52,7%	8 2,1%	7 1,9%	374 100,0%
	Emekli	Sıklık 4 0,9%	215 50,7%	190 44,8%	6 1,4%	9 2,1%	424 100,0%
	İş adamı	Sıklık 0 0,0%	10 45,5%	11 50,0%	0 0,0%	1 4,5%	22 100,0%
	Çiftçi	Sıklık 0 0,0%	101 40,1%	144 57,1%	3 1,2%	4 1,6%	252 100,0%
	İşsiz	Sıklık 0 0,0%	70 60,9%	44 38,3%	1 0,9%	0 0,0%	115 100,0%
	Diğer	Sıklık 0 0,0%	54 48,2%	49 43,8%	4 3,6%	5 4,5%	112 100,0%
	Toplam	Sıklık 24 0,8%	1440 46,5%	1535 49,6%	46 1,5%	52 1,7%	3097 100,0%

Meslek gruplarına göre oy kullanma öncelikleri değerlendirildiğinde memur, özel sektörde işçi, ev hanımı, esnaf, serbest meslek sahibi, öğrenci, iş adamı ve çiftçi çalışma gruplarının çoğunun (sırasıyla %50,9; %53,7; %47,6; %49,6; %50,8; %52,7; %50,0 ve %57,1) oy tercihlerinde ilk önceliğinin adayın projeleri ve performansı olduğu görülmektedir. Kamuda işçi, emekli, işsiz ve diğer olanların çoğu (sırasıyla %54,5; %50,7; %60,9; ve %48,2) oy vermede adayın partisine ve liderine daha fazla öncelik verdiklerini belirtmektedirler.

Tablo 6. İlçe*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu

		Oyunuzu kullanırken hangisine öncelikle önem verirsiniz?					Toplam	
		Cevapsız	Adayın partisine ve liderine	Adayın projelerine ve performansına	Seçim kampanyasına	Diğer		
Anket yapılan ilçe	Akdeniz	Sıklık	2	247	212	11	4	476
		%	0,4%	51,9%	44,5%	2,3%	0,8%	100,0%
	Mezitli	Sıklık	0	108	166	4	9	287
		%	0,0%	37,6%	57,8%	1,4%	3,1%	100,0%
	Toroslar	Sıklık	5	237	215	2	6	465
		%	1,1%	51,0%	46,2%	0,4%	1,3%	100,0%
	Yenişehir	Sıklık	4	127	239	6	7	383
		%	1,0%	33,2%	62,4%	1,6%	1,8%	100,0%
	Anamur	Sıklık	3	56	55	6	3	123
		%	2,4%	45,5%	44,7%	4,9%	2,4%	100,0%
	Aydıncık	Sıklık	1	10	16	0	0	27
		%	3,7%	37,0%	59,3%	0,0%	0,0%	100,0%
	Bozyazı	Sıklık	2	28	34	0	0	64
		%	3,1%	43,8%	53,1%	0,0%	0,0%	100,0%
	Çamlıyayla	Sıklık	1	25	34	0	4	64
		%	1,6%	39,1%	53,1%	0,0%	6,3%	100,0%
	Erdemli	Sıklık	4	119	91	1	13	228
	%	1,8%	52,2%	39,9%	0,4%	5,7%	100,0%	
Gülнар	Sıklık	0	19	43	1	0	63	
	%	0,0%	30,2%	68,3%	1,6%	0,0%	100,0%	
Mut	Sıklık	1	32	83	1	0	117	
	%	0,9%	27,4%	70,9%	0,9%	0,0%	100,0%	
Silifke	Sıklık	0	141	73	3	3	220	
	%	0,0%	64,1%	33,2%	1,4%	1,4%	100,0%	
Tarsus	Sıklık	1	291	274	11	3	580	
	%	0,2%	50,2%	47,2%	1,9%	0,5%	100,0%	
Toplam	Sıklık	24	1440	1535	46	52	3097	
	%	0,8%	46,5%	49,6%	1,5%	1,7%	100,0%	

İlçeler bazında oy verme öncelikleri dikkate alındığında Akdeniz (%51,9), Toroslar (%51,0), Anamur (%45,5), Erdemli (%52,2), Silifke (%64,1), Tarsus (%50,2) ilçelerinde bulunan seçmenlerin oy kullanırken öncelikle adayın partisine ve liderine önem verdikleri, diğer ilçelerde (Mezitli-%57,8-; Yenişehir-%62,4-; Aydıncık-%59,3-; Bozyazı-%53,1-; Çamlıyayla-%53,1-; Gülнар-%68,3-

ve Mut-%70,9-) yaşayan seçmenlerin çoğunun oy kullanırken öncelikle adayın projelerine ve performansına önem verdikleri görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında ise seçmenlerin çoğunun (%49,6) oy vermede ilk öncelik olarak adayın projelerine ve performansına yer verdikleri bunu %46,5 oranında adayın partisi ve liderinin takip ettiği görülmektedir. Seçim kampanyasının ise önemi yok derece kadar azdır (%1,5).

SONUÇ

Bu çalışma Mersin İl'inde 3097 seçmen üzerinde yapılan 2014 yerel seçimler anketine dayalı olarak seçmenlerin oy kullanım önceliklerinin (Adayın partisi ve lideri, adayın projeleri ve performansı, seçim kampanyası, ve diğer) seçmenin demografik özelliklerinden (cinsiyet, yaş, öğrenim, meslek, yer ve ilçe) nasıl etkilendiğini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Genel sonuçlara bakıldığında oy verme önceliğini etkileyen en önemli unsurların sırasıyla adayın projeleri ve performansı ve adayın partisi ve lideri olduğu görülmekte olup bu iki kriterden birinin diğerine baskın olarak üstün gelmediği görülmektedir. Partilerin yerel seçimlerde başarı sağlayabilmeleri için öncelikle çıkardıkları adaya ve geliştirdikleri projelere önem vermeleri gerekmele birlikte partinin genel imajı ve liderinin de sonuçlarda önemli bir etkisi görülmektedir. Seçim kampanyalarının önceliği yok denecek kadar az bulunmaktadır.

Daha detaylı olarak seçmen demografik yapıları göz önüne alındığında erkek ve kadınların; genç ve yaşlı seçmenin; lise ve üzeri öğrenim görmüşlerin; memur, özel sektörde işçi, ev hanımı, esnaf, serbest meslek sahibi, öğrenci, iş adamı ve çiftçilerin; yerleşim merkezi ile köy ve belde yaşayanların;Mezitli, Yenişehir, Aydıncık, Bozyazı, Çamlıyayla, Gülnar ve Mut ilçelerinde yaşayanların çoğu oy kullanırken öncelik olarak adayın projelerine ve performansına öncelik vermektedirler. Yapılan bu çalışmanın sonuçları, partilerin sahip oldukları kaynaklarını kullanmada, seçim beyannamelerini oluşturmada ve adaylarını belirlemede kullanılabilir ve elde edilen bulgular önümüzdeki 2019 yerel seçimlere ışık tutabilir.

Kaynakça

- Akgün, B. (2000). Türkiye’de Seçmen Davranışı: Partizan Tutumlar, İdeolojik ve Ekonomik Faktörlerin Oy Vermeye Etkisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 4, 75-92.
- Akgün, B. (2007). Türkiye’de Seçmen Davranışı, Partiler ve Siyasal Sistem. Ankara: Nobel Yayınları.
- Alkan, M. Ö. (2006). Türkiye’de Seçim Sistemi Tercihinin Misyon Boyutu ve Demokratik Gelişime Etkileri (Siyaset Bilimi ve Sosyolojisi Yaklaşımıyla). Anayasa Yargısı, 23, 133-165.
- AnbarlıBozatan, Ş. ve Kutlu, S. Z. (2014). Siyasette Kadın Temsili Açısından 30 Mart 2014 Yerel Seçimi Sonuçlarının Çanakkale İli Örneğinde Değerlendirilmesi. Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı, 12(16), 131-156.
- Bartolini, S. &Mair, P. (1990). “ElectoralInstabilityand Class-Cleavageimages 1885-1985”, Identity, Competition, andElectoralAvailability: theStabilization of EuropeanElectorates 1885-1985. Cambridge, ABD: Cambridge UniversityPress.
- Boyacıoğlu, H. ve Güneri, P. (2006). Sağlık Araştırmalarında Kullanılan Temel İstatistik Yöntemler. Hacetepe Diş Hekimliği Fakültesi Dergisi, 30(13), 33-39.
- Butler, P. ve Collins, N. (1994). Political Marketing: StructureandProcess. EuropeanJournal of Marketing, 28(1), 19-34.
- Canöz, K.. (2010). Seçmen Tercihinde Aday İmajının Rolü: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri Öncesinde Konya Seçmeni Üzerine Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(2), 95-114.
- Cooper, D. R. & Schindler, P. S. (2014). Business ResearchMethods. 12th Edition. New York, NY, ABD: McGraw-HillIrwin.
- Çağlar, N.ve Gelir, Y. (2014). Yerel Seçimlerde Aday İmajı: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Öncesinde Isparta Seçmeni Üzerine Bir Araştırma. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(2), 27-50.
- Çaha, Ö., Toprak, M. & Dalmış, İ. (2002). “Seçmenlerin Parti Tercihinde Rol Oynayan Faktörler (Kırıkkale Örneği)”, (Der. Ömer Çaha), Seçmen Davranışı ve Siyasal Partiler. İstanbul: Dendaş Yayınları, 116-141.

- Çakır, H. ve Biçer, A. (2015). Türkiye Yerel Seçimlerinde Seçmen Tercihlerini Etkileyen Kriterler: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Kayseri Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi "academia"*, 4(1), 98-112.
- Çinko, L. (2006). Semen Davranışları ile Ekonomik Performans Arasındaki İlişkilerin Teorik Temelleri ve Türkiye Üzerine Genel bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 61(1), 103-116.
- Çitçi, O. (1989). Yerel yönetimlerde temsil: belediye örneği. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.
- 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.
- Dündar, A. (2011). Aday İmajının Seçmen Tercihi Üzerine Etkisi: Yılmaz Büyükerşen Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- İzci, F. ve Turan, M. (2013). Büyükşehir Belediyesi Sistemi ve 6360 Sayılı Yasa ile Büyükşehir Belediyesi Sisteminde Meydana Gelen Değişimler: Van Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 117-152.
- Kalaycıoğlu, E. (1993). Karşılaştırmalı Siyasal Katılma Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme. İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBF Yayınları.
- Kalendar, A. (2005). Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Karasar, N. (2015). Bilimsel Araştırma Yöntemi. 28. Basım. Ankara:Nobel Yayınevi.
- Negiz, N. ve Akyıldız F. (2012). Yerel Seçimlerde Seçmenin Tercihi Üzerinde Aday İmajının Etkisi: Uşak Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(15), 171-199.
- Oğuzoğlu, D. ve Öztay, O. H. (2016). 30 Mart 2014 Yerel Seçimlerde Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanım Analizi: Ankara Büyükşehir Belediyesi Örneği. *Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Akademik Sanat; Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*,1(1), 53-65.
- Özsoy, O. (2019). Seçim Kazandıran Siyasal İletişim. İstanbul: Pozitif Yayınları.

- Sezgin, Ş. (2007). Ekonomik Oy Verme Teorisi:Türkiye Örneği (1998-2003). Amme İdaresi Dergisi, 40(2), 21-38.
- Teziç, E. (1996). Anayasa Hukuku, Genel Esaslar, Gözden Geçirilmiş ve Geliştirilmiş 3. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Tunç, H. (2008). Demokrasi Türleri ve Müzakereci Demokrasi Kavramı. Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 12(1/2), 1113-1132.
- Yıldırım, M.. (2010). Seçmen Tercihinde Aday İmajının Rolü: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri Öncesinde Konya Seçmeni Üzerine Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(2), 95-114.
- Yıldırım, M.. (2014). Parti Aday Tercihlerinin Seçmen Davranışına Etkisi 2009 Yerel Seçimleri Uşak İli Örneği. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17, 15-38.