

Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışları: 2014 Yerel Seçimleri ve Zonguldak İli Örneği

Yrd. Doç. Dr. Erdoğan TEYYARE

Abant İzzet Baysal Üniversitesi İİBF

Maliye Bölümü

erdoganteyyare@ibu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Mehmet AVCI

Bülent Ecevit Üniversitesi İİBF

Maliye Bölümü

mehmetavci@beun.edu.tr

Özet

Seçmen davranışları sosyolojik, psikolojik ve rasyonel tercih modelleri ile açıklanmaktadır. Sosyolojik yaklaşım seçmen davranışlarının temelde toplumdaki sosyal ayrışmalar ve farklılıklar tarafından belirlendiğini ifade ederken psikolojik yaklaşım ise algı, baskı ve bağımlılığın seçmen davranışları üzerinde etkili olduğunu ifade etmektedir. Rasyonel tercih yaklaşımında ise seçmenler çıkarları doğrultusunda davranırlar. Çalışma, 2014 yerel seçimlerinde Zonguldak ili merkezde seçmenlerin oy tercihlerinde etkili olan faktörlerin tespitini amaçlamaktadır. Veri elde etme tekniği olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma bulgularında seçmen tercihlerinin daha çok rasyonel tercih yaklaşımı ile ilişkili olduğu, sosyolojik yaklaşımın ise çok da etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Seçmen davranışları, oy tercihleri, yerel seçimler, Zonguldak.

Local Voting Behaviour In Local Elections: The Case Of 2014 Local Elections And Zonguldak City

Abstract

Voting behaviours are explained with sociological, psychological and rational choice models. Sociological approach claims that voting behaviour essentially determined by decomposition of society and disparity while psychological approach claims that perception, pressure and dependence are important facts for voter's behaviour. In rational choice approach, voters behave towards their benefits in election. In study, it is aimed to identify which factors were influence on the voting behaviours for 2014 local elections in Zonguldak. A questionnaire technique is preferred to obtain data. In research findings it is established that voting behaviour mostly corresponding to rational choice approach while sociological approach is not effective for voter preferencess.

Keywords: Voting behaviours, voting preference, local elections, Zonguldak.

Jel Classification Code: D72.

GİRİŞ

Demokratik toplumların en temel özelliklerinden biri olan seçme ve seçilebilme hakları çeşitli yönleri ile sosyal bilimler tarafından sıkça irdelenen bir konu olma özelliği taşımaktadır. Bireylerin seçme haklarını oy vererek kullanmaları, kamu maliyesi/ekonomisinde ise karar alma sürecinde oylama mekanizmasının önemi, seçimler ve seçmen davranışlarının maliye disiplini içerisinde de incelenmesine neden olmaktadır. Zira hangi mali politikaların (harcama ve vergi) uygulanıp uygulanmayacağına seçim sonucunda oluşan yönetimler (yerel, federal ya da merkezi düzeyde) karar vermektedir.

Bununla birlikte seçmen davranışlarının kültürel, dinsel, ekonomik, politik, sosyolojik ve psikolojik yönden araştırılması gereken birçok yönü bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle, seçmen davranışını etkileyen ve yönlendiren pek çok faktör mevcuttur. Bunlar; siyasal ürün (siyasi partinin lideri, adayları, ideolojisi vb.), psikolojik etmenler (ait olma, yakınlık duyma vb.) ve referans gruplarının (kişinin tutumlarını, fikirlerini, değer yargılarını ve davranışlarını doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen bir insan topluluğu) etkileri olarak sayılabilir. (Aydın ve Özbek, 2004: 140-155). Literatürde seçmenlerin oy tercihi üzerinde etkili olan faktörler genelde üç yaklaşım ile açıklanmaktadır. Bunlar rasyonel tercih, sosyolojik ve psikolojik yaklaşımdır.

İnsanlar, demokratik katılım imkânları içerisinde hem ülkeyi yönetecek temsilcilerini hem de mahalli düzeyde yönetim yapacak temsilcilerini seçer. Yerel seçimler, katılım oranları, seçmen eğilimleri, sonuçları ve ilgilileri bağlamında genel seçimlerden çeşitli noktalarda ayrılmaktadır. Demokrasinin temeli esasında yerel yönetimlere dayandırılmaktadır. Günümüzde yerel yönetimler demokrasinin temel kurumları olarak görülmektedir. Yerel yönetimler halkın yönetime katılmasını sağlayan ve halka kendi kendilerini yönetme imkânı kazandıran en önemli yönetim birimleri olmalarının yanında, demokrasinin en etkin bir şekilde hayata geçirildiği birimlerdir. Yerel yönetimler düzeyinde temsilciler ile seçmenler arasındaki coğrafi ve toplumsal uzaklığın, ulusal düzeye oranla daha az olmasının, demokrasi kuramının öngördüğü hem “gerçek bir seçme süreci”nin hem de etkili bir halk denetiminin gerçekleşmesini sağladığı ileri sürülmekte (Doğan ve Göker, 2010:160) ve yerel yönetimlerin bir demokrasi okulu olduğu belirtilmektedir (Üskül, 1993: 337).

Çalışmada, 30 Mart 2014 yerel seçimlerinde Zonguldak ili merkez ilçesi seçmenleri ana kütle olarak seçilmiş, anket yöntemi ile 19 mahallede 881 seçmenle yüz yüze görüşme yapılarak veriler elde edilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak seçmenlerin tercihlerinde etkili olan faktörleri açıklayan yaklaşımlar teorik açıdan ele alınmaktadır. İkinci olarak seçmen davranışları üzerinde etkisi olan faktörlerin, seçmen davranışları üzerinde ne kadar etkili olduğu yapılan analizler çerçevesinde değerlendirilmektedir. Son olarak sonuç ve bulgulara yer verilmektedir.

1. Seçmen Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Teoride seçmen davranışlarını etkileyen üç yaklaşım bulunmakta olup, bu başlık altında söz konusu yaklaşımlar incelenmektedir.

1.1. Ekonomik Yaklaşım (Rasyonel Tercih Modeli)

Seçmen davranışlarını açıklayan teorilerden ilki Ekonomik Yaklaşım ya da Rasyonel tercih modelidir. Bu model iktisatta sıkça kullanılan rasyonel birey varsayımından yola çıkarak seçmen davranışlarını açıklamaktadır. Bilindiği gibi iktisat biliminin temel varsayımlarından olan bireylerin rasyonel olduğu anlayışı onların ekonomik hayatta davranışlarını sergilerken faydalarını en üst seviyeye, maliyetlerini de en alt seviyeye indirecek şekilde hareket ettiklerini varsaymaktadır. Seçmen davranışına ekonomik olarak yaklaşanların temel varsayımı ise; bireylerin kendi çıkarlarını iyi bilmeleri, çıkarlarına en iyi şekilde hizmet edecek aday veya partiyi değerlendirmeleri ve bunun sonucunda en uygun aday veya partiye oy kullanmaları yönündeki düşüncedir.

Bu yaklaşımın temelini Downs'ın 1957 yılında yayınlanan Demokrasinin Ekonomik Teorisi adlı eserinde yer verilen, “kişiler oyunu, kendisine diğer bütün partilerden daha fazla fayda sağlayacağına inandığı partiye verir” anlayışı oluşturmaktadır. Seçmen kendine en çok fayda sağlayacağını düşündüğü partinin kazanma şansı varsa, o partiye oy verecektir. Aksi takdirde seçmen eğer oy verdiği veya vereceği partinin yetersizliğini görürse siyasi tercihini kolayca değiştirebilir (Bennett ve Salisbury, 1987; Downs, 1957:49-50; Kalender, 2000:51; Antunes, 2010:157). Bu varsayım çerçevesinde şekillenen rasyonel tercih modelinin oy verme davranışını açıklarken genel olarak toplumsal grupların davranışlarından ve sosyalleşmeden ziyade bireye dikkat çektiği görülmektedir. Bir başka ifade ile oy verme işlemi, seçmenlerin kendi faydalarını maksimize etmek için parti seçimi yaptığı rasyonel bir eylem olarak görülmektedir. Modelde oy

verme işlemi psikolojik yaklaşımın oy verme davranışını açıklamada kullandığı sevgi, bağlılık ve taraftar olmanın dışında, bir hedefe ulaşmak için (fayda maksimizasyonu) kullanılan temel bir araç olarak görülmektedir. Dolayısıyla bu modelde oy verme işlemi, hem iktidardaki partinin geçmişe dönük yorumu ve bu partinin gösterdiği performansın vatandaşların tercihlerini nasıl etkilediğinin bir göstergesi olarak görülürken, hem de seçmeni mevcut siyasi seçenekler arasından bir tercih yapan tüketici olarak görmektedir (Temizel, 2012: 36; Heywood, 2007:352; Edlin vd., 2005:2).

Genel olarak rasyonel oy kullanma yaklaşımının içerisinde ele alınan diğer bir durum da *konuya oy verme* yaklaşımıdır. Kalender (2005: 57), seçmenin gündemindeki konuları göz önünde bulundurmasının ve bu doğrultuda oy kullanmasının rasyonel bir davranış olduğunu vurgulamaktadır. Bu çerçevede adaylar ve seçmenlerin birbirleri hakkında tam bilgiye sahip oldukları varsayılır. Adaylar seçmenlerin veya grupların spesifik taleplerini değil, genel tercihlerini yansıtmak amacıyla hareket ederler. Dolayısıyla adayın seçmen tercihlerini ilgili platformlara taşıma olasılığı bu durumda yüksektir, çünkü genel kanaati anlamak ve ona göre hareket etmek zor değildir. Burada adayın başarısı salt oyun kastettiği anlamı doğru çözümesine bağlıdır. Seçmenler adayın kişisel niteliklerini değerlendirirken mutlaka sonuçta kendi çıkarlarını düşünmektedirler, ancak aynı zamanda adayların kamu faaliyetlerini başarıyla yürütebileceklerine dair inanç da karar verme sürecinin etkenlerinden biridir. Diğer taraftan adayların karakteristik davranışları seçmenlerin beklentilerine göre değişiklik gösterecektir (Bartels, 1996:194-230; Temizel, 2012:40-42).

Anthony Downs (1957) tarafından temelleri atılan bu modelde, ekonomik faktörlerin (işsizlik oranı, enflasyon oranı, büyüme oranı gibi) seçimlerin geleceğini etkilediği tartışılmaz bir gerçek olarak kabul edilmektedir. Yapılan araştırmaların pek çoğu ekonomik faktörlerin seçmenlerin oy verme davranışı üzerinde belirli bir etki yaptığını kabul etmektedir. Ancak bu etkinin derecesi büyük ölçüde, ülkenin içinde bulunduğu olağan veya olağanüstü şartlar, insanların hükümetin icraatlarını algılama biçimi, iktidardaki ve muhalefetteki siyasetçilerin ülkenin gündemine getirdikleri konular, ekonominin önceki yıllara göre durumu tarafından belirlenmektedir (Sitembölükbaşı, 2001:9). Seçmen için oy verme davranışını etkileyen en önemli faktör, seçim sonuçları ile kamu hizmetlerinden en yüksek faydayı sağlayabilmesidir (Downs, 1957:36).

1.2. Sosyolojik Model

Sosyoloji bilimi toplumsal olayları, toplumsal olguları kısacası içerisinde yaşadığımız toplumu inceleyen bir bilim olarak tanımlanabilir. İnsanın birey olarak gösterdiği her türlü davranışında içerisinde yaşadığı toplumdan etkilenmemesi düşünülemez. Esasen sosyolojik model seçmen davranışını açıklarken, seçmenlerin içerisinde yaşadıkları toplumdan etkilendikleri noktasından hareket etmektedir.

Seçmen tercihlerini sosyolojik açıdan değerlendirenler, ekonomik ve psikolojik yaklaşımın özellikle vurguladığı bireyseliği reddetmekte ve grup temelleri konusuna eğilmektedirler. Kişilerin tutum ve değer sistemleri oy verme davranışında önem ifade etmemekte ve bu modelde daha çok din, sosyo-ekonomik statü, yaşanan coğrafya parçası, mensup olunan grup vb. faktörler ön plana çıkmaktadır (Kalender, 2000:51). Örneğin, seçmenin sosyo-ekonomik statüsü (eğitim, gelir, din ve sınıf) ve yerleşim yeri (kent ya da kır) durumu onun nasıl oy verme davranışında bulunacağını belirleyen nedenler arasında sayılabilir. Bu bilgilerin hepsi seçmenin siyasal eğilimlerinin göstergeleri arasında yer almakta ve kolektif hareket tarzlarının yönlerini de yansıtmaktadır (Temizel, 2012:45)

Columbia üniversitesindeki bir grup araştırmacı tarafından başlatıldığı için Columbia ekolu olarak da bilinen sosyolojik modelde, seçmen davranışının temelde toplumdaki sosyal bölünmüşlük (sosyal ayrışma) tarafından belirlendiği iddia edilmektedir (Akgün, 2000:77). Lazarsfeld vd., (1968) tarafından sosyolojik yaklaşım, kişilerin bireysel olarak değil, gruplar halinde oy verme davranışı sergiledikleri sonucundan yola çıkarak ele alınmaktadır. Buna göre birlikte yaşayan ve çalışan kişilerin aynı partilere oy verme olasılıklarının yüksek olduğu ve grupların homojen bir siyasal duruş sergilediği ileri sürülmüştür (Lazarsfeld vd., 1968:137-142).

Bu yaklaşım politik eğilimlerin ortaya çıkmasında seçmenin içinde bulunduğu toplulukların sosyo-ekonomik statüleri, dinsel bağlılıkları ve yerleşmiş olduğu coğrafi alanın etkili olduğu, anılan faktörlerin seçmenlerin siyasal eğilimlerinin şekillenmesini sağladığı ifade edilmektedir. Sosyolojik yaklaşımın açıklamalarına göre seçmen tercihlerinde aile faktörü de ön plana çıkmaktadır. Örneğin eşlerin oy tercihlerinin birbirleri üzerinde ve çocukların ebeveynlerinin tercihlerine yakın eğilimde bulunması görüşü bu kapsamda değerlendirilebilir (Lazarsfeld vd., 1968:137-142). Dolayısıyla bu modelde, ekonomik sorunlar vs. seçmen tercihlerinde direkt etkili değildir.

Aynı şekilde, ideolojiler ya da adayların nitelikleri de siyasal tercihlerin belirlenmesinde doğrudan etkili değildir. Siyasal eğilimlerin kaynağını sosyal gruplara olan üyelikler ve bağımlılıklar oluşturmaktadır. Bu çerçevede sosyolojik modelin temel konusunu seçmenler değil, gruplar ve partiler, temel problemini de *niçin oy veriyorlar* sorusuna cevap aramak şeklinde ifade etmek mümkündür (Kalender, 2000: 51-52).

Sosyolojik yaklaşıma Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK) seçmen tercihleri üzerindeki etkileri de dâhil edilebilmektedir. STK'ların önemini toplumsal sorumluluk ve bilinçlendirme kampanyalarındaki rolleri ve etkileri daha da arttırabilmektedir. Macdonald (1997:195) ulusal ve uluslararası düzeyde etkilere sahip STK'ların; ekonomik, dini, çevresel, eğitim ve sağlık vb. gibi sosyal alanlarda faaliyet gösteren dernek, vakıf, cemaat, sendika, konfederasyon, meslek odaları, kooperatif ve yerel birlik gibi isimler altında birleşebildiğini ve seçmen tercihinde etkili olabildiğini ifade etmektedir. STK'lar çeşitli özellikleri ve baskı araçları ile de sosyolojik bir unsur olarak seçmen davranışlarını belirlemede rol almaktadır (Macdonald 1997:195 ; Brown vd., 2007:127).

1.3. Psikolojik Model

Seçmen tercihlerine teorik yaklaşımlardan bir diğeri de, psikolojik yaklaşım ya da literatürde kullanılan bir diğer ismiyle partiyle özdeşleşme modelidir. Partiyle özdeşleşme modeli ahlaki öğüt ve tavsiyelerden çok davranışla ilgili kuralları ortaya koymakta ve sosyolojik yaklaşımı reddetmektedir (Pomper 1992: 114). Bu modelin özünde, seçmenin herhangi bir partiye duyduğu sevgi, bağlılık ve taraftarlık bulunmaktadır. Burada bahsedilen taraftarlık bir futbol takımı tutma gibi değerlendirilebilir. Modelde seçmenin partiyle özdeşleşebilmesi için, özdeşleşeceği partiyle herhangi bir hukuki bağının bulunması zorunluluğu yoktur. Bu modelde esas olan, seçmenin herhangi bir partiye karşı psikolojik bağlılık duymasıdır (Kalender, 2000:57). Seçmen davranışlarını açıklamada kullanılan psikolojik yaklaşımın, alan araştırmalarının yaygınlık kazanması ve buna bağlı olarak bireysel düzeyde elde edilen verilerin artışıyla literatürde ağırlık kazandığı söylenebilir (Akgün, 2000:77-78).

Psikolojik yaklaşım *siyasal partiye yakınlığın oyları etkilediği* ilkesine dayandığı için, kolay anlaşılabilir bir model olarak kabul edilmektedir. Model, Campbell ve arkadaşları tarafından 1960 yılında yayınladıkları Amerikan Seçmeni (*The American Voter*) adlı kitaplarında ele alınmıştır. Bu

araştırmacılar çalışmalarında, Amerikalıların siyasi kimliklerinin temelinde partizanlığın bulunduğunu ileri sürmüştür. Bu partizanlık doğal olarak partiye özdeşleşme pozisyonunu da ortaya çıkarmaktadır (Temizel, 2012: 49; Campbel 1960: 58).

Psikolojik oy verme davranışına göre, seçmenlerin çoğunda bir partiye yönelik yerleşiklik kazanan (geçmişe dayalı) *psikolojik sevgi bağı* vardır. Bu bağın oluşumu çocukluk yıllarına kadar uzanır. Parti kimliği şeklinde somut olarak ifade edilen bu bağlılığın, adeta dinsel bir bağlılığı andırđıđı ileri sürülmüştür (inko, 2006:110). Psikolojik yaklaşımı bir baskı unsuru olarak da vurgulayan anlayış mevcuttur. Buna göre herhangi bir durum karşısında kişinin sergileyeceği tutum ve göstereceği davranış, onun dış dünyayı algılayışına ve yorumlayışına yani psikolojik yapısına bağlıdır. Genellikle kişiler seçimlerini korku, bencillik, otoriterlik, saldırganlık vb. gibi dürtü ve psikolojik baskılar altında yaparlar. Psikolojik dürtüler oy vermede rasyonellik ilkesinin işlemesini engeller. Yapılan birçok araştırma, seçmenin tercihini parti programları arasında değil, parti imajları arasında yaptđını ortaya koymuştur. Burada partinin objektif nitelikleri değil, seçmenin onu algılayışı, o partiye ilişkin ön yargısı belirleyici faktör olmaktadır (Gülmen, 1979:41).

2. Ampirik Literatür

Çalışmanın bu kısmında yerel seçimlerde seçmen davranışlarını etkileyen faktörler üzerine Türkiye’de yapılmış çalışmaların özellikle son dönemde olanlarına ilişkin bilgi verilmiştir.

Arklan (2015) 30 Mart 2014 yerel seçimlerine ilişkin seçim kampanyalarının seçmen tercihi üzerindeki etkisini araştırmıştır. Örneklem olarak Sivas merkezinin seçildiği çalışmada veri elde etme tekniği olarak anket yöntemi tercih edilmiş olup, yapılan analizler ile seçim kampanyalarının yerel seçimler için gerekli bir eylem olarak değerlendirildiği ve seçmen tercihleri üzerinde de önemli bir etkisinin bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Avcı (2015) Ankara örneğinde yapmış olduğu araştırmada 2014 yerel seçimlerinde seçmen davranışlarını belirleyen faktörlerden parti liderinin etkisini incelemiştir. Anket yapılarak elde edilen verilerin analizi ile seçmen davranışları üzerinde sırasıyla parti liderinin, aday ve parti faktörlerinin en önemli etkide bulunan faktörler olduğu tespit edilmiştir.

2014 yerel seçimleri ile ilgili bir diğer çalışma da Kayseri ilinde gerçekleştirilmiştir. Çakır ve Biçer (2015) söz konusu çalışmada seçmen davranışları üzerinde etkili olan faktörleri anket yöntemi ile araştırmıştır. Elde edilen bulgularda adayın proje ve vaatleri, lider ve aday faktörlerinin seçmen davranışları üzerinde en etkili unsurlar olduğu ve seçmenlerin oy davranışlarının rasyonel tercih modeli ve konuya oy verme modellerine dayandığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Canöz ve Bakan (2015) eğitimli seçmenlerin oy tercihleri üzerine etki eden faktörleri araştıran çalışmasında Konya Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine 2014 yerel seçimlerine ilişkin anket uygulamıştır. Elde edilen bulgularda, seçmenlerin oy tercihinde en çok proje, gündem ve hizmet faktörü, kampanya faktörü ve parti lider faktörünün etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Çağlar ve Gelir (2014) 2014 yerel seçimleri öncesinde Isparta ilinde aday imajı üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Anket yöntemi kullanılarak elde edilen verilerin analizi sonucunda oy tercihlerinde aday imajına yönelik; adayın kişisel özellikleri (tecrübe, dürüstlük, çalışkanlık ve güvenilirlik), dış görünüşü, iletişimi becerisi ve sosyo-kültürel kimliği gibi faktörlerin önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Oy tercihlerine etkisi açısından aday imajını ele alan bir diğer çalışma Gümüşhane ili örnekleminde 2012 yılında anket tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Söz konusu çalışmada Güllüpınar (2013) aday imajına ilişkin beş faktör belirlemiştir. Elde edilen bulgularda faktörlerin etkisi bakımından sıralama sosyal, hitabet, konu, siyasal ve görsel faktörler şeklinde ortaya çıkmıştır.

Aydın Kılıç (2013) seçmen tercihleri üzerinde siyasal parti ve aday imajı faktörlerinin etkisini karşılaştırmalı bir analiz ile incelemiştir. Ankara ili örneklem olarak seçilirken veri elde etme tekniği olarak da anket yöntemi tercih edilmiştir. Elde edilen bulgularda seçmenin aday imajına ilişkin görüşlerinin parti imajına ilişkin görüşlerini aynı yönde etkilediği sonucu tespit edilmiştir.

Seçmen tercihi üzerinde aday imajının etkisinin araştırıldığı bir diğer çalışma Negiz ve Akyıldız (2012) tarafından Uşak ilinde gerçekleştirilmiştir. Anket yönteminin tercih edildiği çalışmada yapılan analizler ile aday imajını açıklayan (fiziksel özellik, kişisel özellik, eğitim düzeyi, geleceğe dair projeler, ideoloji ve hemşehrilik) faktörler ile katılımcıların demografik özellikleri (yaş, eğitim, cinsiyet, meslek, gelir düzeyi) arasında mukayese yapılmış ve anlamlı farklılığın bulunduğu sonuçlar yorumlanmıştır.

Doğan ve Göker (2010) Elazığ ili merkezde seçmen tercihlerini belirleyen faktörleri 2009 yerel seçimlerine ilişkin anket tekniği ile araştırmıştır. Elde edilen genel bulgu, seçmenlerin oy tercihlerinin yerel seçimlerde genel seçimlere göre farklı unsurlardan etkilendiği şeklinde ortaya çıkmıştır. Ayrıca, seçmenlerin yerel seçim sürecinde aile, arkadaş ve kanaat önderi gibi yakın çevresinden etkilendiği ve oy tercihinde yerel faktörlere ve siyasal iletişim faaliyetlerine önem verdiği tespit edilmiştir.

3. Ampirik Analiz

Bu kısımda çalışmanın metodolojisine ve bulgularına yer verilmektedir.

3.1. Metodoloji

Seçmen tercihlerine etki eden faktörleri araştıran çalışmada veri elde etme tekniği olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Demografik bilgiler ve sıralamaya dayalı soruların yanında beşli Likert ölçeğine göre hazırlanmış 25 sorunun bulunduğu anket, 2014 yerel seçimleri sonrasında Zonguldak ilinde Merkez'de oy kullanan seçmenler ile yüz yüze yapılmıştır. Söz konusu seçimde YSK'ya göre Zonguldak Merkez'de kayıtlı olan seçmen sayısı

92309'dur. Sosyal bilimler açısından 100000 kişilik bir evren için 383 örneklemin uygun olduğu kabul edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015:128). Bu çalışmada anket uygulanan kişi sayısı ise 860 kişi olup, bu sayı kabul edilen örnekleme sayısından daha fazla bir örnekleme ifade etmektedir.

Anket verilerinin analizinde SPSS paket programı kullanılarak frekans analizi, tek örnek t testi, varyans analizi (Tek Yönlü Anova) ve t testi uygulanmıştır.

Frekans analizi ile katılımcıların demografik özelliklerinin yanı sıra sorulara verilen yanıtların sıklık derecesi ortaya koyulmaktadır. Tek örnek t testi ile seçmenlerin verdikleri yanıtların genel olarak ne yönde olduğu tespit edilmektedir. Buna göre test değeri 3 olarak belirlenmiş olup, bu değer altındaki olan değer olumsuz üstünde olan değerler ise olumlu bir bakış açısını ifade etmektedir. Tek örnek t testi için 25 sorunun her birisi için oluşturulan hipotezler şöyledir:

H₀: Ortalama ile belirlenen test değeri (=3) arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H_a: Ortalama ile belirlenen test değeri (=3) arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Varyans analizi ve t testi ile ise demografik değişkenlere göre sorulara verilen yanıtlar arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığı araştırılmaktadır.

Varyans analizinde (Tek Yönlü Anova) ise hipotezler şu şekilde oluşturulmaktadır:

H₀: $\mu_1 = \dots = \mu_m$ (m tane grup için)

H_a: Grup ortalamalarının en az ikisi arasında fark vardır.

Tek yönlü Anova'da grupların varyanslarının homojen olması gerekmektedir. Anova testi sonucunda anlamlı farklılıkların bulunduğu durumlarda farklılığın kaynağı Tukey testi ile araştırılmıştır. Anova testinde gruplar içindeki kategori sayısının 3 veya daha fazlası olması gerekmektedir. Eğer kategori sayısı 2 ise (örneğin cinsiyet değişkeninde iki kategori erkek veya kadın şeklinde bulunmaktadır) bu durumda t testinin kullanılması gerekmektedir. T testine ilişkin hipotezler ise aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır.

H₀: İki grubun ortalaması arasında fark yoktur.

H_a: İki grubun ortalaması arasında fark vardır.

3.2. Ampirik Bulgular

Bu kısımda öncelikle demografik bulgulara sonrasında ise temel istatistikler ile tek örnek t testi ve varyans analizi sonuçlarına yer verilmektedir.

3.2.1. Demografik Bulgular

Çalışma kapsamında yer alan seçmenlerin demografik bilgileri cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir durumu, ikamet durumu ve üyelik değişkenleri çerçevesinde incelenmiştir. Bu bağlamda söz konusu değişkenlere ilişkin bulgular Tablo 1’de topluca gösterilmektedir.

Tablo 1: Demografik Profil

Değişken	Grup	Sayı	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	301	35.0
	Erkek	559	65.0
Yaş	18-24	239	27.8
	25-39	330	38.4
	40-54	198	23.0
	55-69	80	9.3
	70 ve üzeri	13	1.5
Medeni durum	Evli	425	49.4
	Bekâr	435	50.6
Eğitim durumu	Okuryazar değil	4	0.5
	İlkokul	119	13.8
	Ortaokul	89	10.3
	Lise	267	31.0
	Ön lisans	58	6.7
	Lisans	289	33.6
	Yüksek lisans	29	3.4
	Doktora	5	0.6
Meslek	İşçi	113	13.1
	Serbest meslek	129	15.0
	Ev hanımı	67	7.8
	Memur	76	8.8
	Emekli	79	9.2
	Öğrenci	204	23.7
	Esnaf	101	11.7
	Diğer	91	10.6
Gelir durumu	500 tl ve altı	165	19.2
	501-1000 tl	244	28.4
	1001-1500 tl	232	27.0
	1501-2500 tl	142	16.5
	2501-4000 tl	60	7.0
	4001 tl ve üzeri	17	2.0
İkamet durumu	Aile ile birlikte	665	77.3
	Yalnız	115	13.4
	Yurtta kalmak	51	5.9

Değişken	Grup	Sayı	Yüzde (%)
Üyelik	Diğer	29	3.4
	Evet	140	16.3
	Hayır	720	83.7

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların %35'i kadın iken %65'i ise erkektir. Buna göre erkek katılımcıların kadın katılımcıların yaklaşık iki katı olduğu görülmektedir. Kadınlar ile erkeklerin arasındaki siyasi farklılıkların açıklanmasında; cinslere tahsis edilen farklı rolleri esas alan durumsal yaklaşım (Sistembölükbaşı, 2001:63) önemli bir etmendir. Toplumsal ve kültürel gelenekler kadın ve erkeğin toplumdaki rolünü belirlemede olup, söz konusu belirlemede genelde kadınlar aile içine dönük role sahip olurken erkekler aile dışına dönük role sahip olmaktadır. Bu durum erkeğin dış dünya ile ilgi ve bilgisinin artmasında etkili olurken, kadının ise kısır bir döngü içerisinde kalmasında etkili olabilmekte ve bu da siyasal tercihlere yansımaktadır. Siyasal konulara ilişkin yapılan anket çalışmalarında bilmiyorum veya fikrim yok şeklinde yanıtların genelde kadınlar tarafından verilmesi de bu durumu desteklemektedir (Gündoğmuş, 2014:54). Literatürde erkeklerin kadınlara göre siyasi konularda daha ilgili ve bilgili olduğu varsayımı çerçevesinde, katılım düzeyinde erkeklerin daha fazla olmasının daha sağlıklı sonuçların ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülebilir.

Katılımcıların yaş faktörü bakımından dağılımı incelendiğinde ise %38.4'ünün 25-39 yaş; %27.8'inin 18-24 yaş; %23.0'ünün 40-54 yaş; %9.3'ünün 55-69 yaş aralığında ve %1.5'inin ise 70 yaş ve üstünde olduğu görülmektedir. Katılımcıların daha çok genç ve orta yaş grubunda yer aldığını söylemek mümkündür. Yaş değişkeni açısından yaşça büyük olanların siyasi konularda daha ilgili ve bilgili olması beklenmektedir. Bu bağlamda ele alındığında genç ve orta yaş katılımcının fazla olması olumsuz bir gösterge olarak değerlendirilebilir.

Medeni durum çerçevesinde incelendiğinde katılımcıların %49.4'ü evli iken %50.6'sı ise bekârdır. Buna göre grupların birbirine yakın olduğu söylenebilir. Medeni durum özellikle sosyolojik yaklaşım çerçevesinde seçmen tercihleri değerlendirildiğinde önemli görülmektedir.

Bir diğer demografik bilgi eğitim d¼zeyi ile ilgili olup, katılımcıların %33.6'sı lisans mezunu iken, %31'i lise mezunudur. Bunları takiben %13.8 ile ilkokul mezunu olan katılımcıların varlığı gör¼lmektedir. Lisansüst¼ eğitim açısından sayının oldukça düşük olduğu gör¼lmekte ve yüksek lisans ile doktora mezunu olanların sayısı tüm katılımcıların %4'üne denk gelmektedir. Bu sonuçlara göre katılımcıların daha çok lisans mezunu olduğu ancak lise mezunlarının da lisans mezunu sayısına yakın olduğu söylenebilir.

Meslekler incelendiğinde ise katılımcıların %23.7'sinin öęrenci², %15'inin serbest meslek sahibi, %13.1'inin işçi, %11,7'sinin esnaf olduğu gör¼lmektedir. Memur olanların oranı ise %8,8'iken emeklilerin oranı %9.2'dir. Ayrıca katılımcıların %7,8'i ev hanımıdır.

Katılımcıların gelir durumlarına ilişkin bulgularda; daha çok 501 ile 1000 tl arasında gelire sahip olanların varlığı gör¼lmekte olup, bu kişilerin oranı %28,4'dür. Katılımcıların %27'si ise 1001-1500 tl arasında bir gelire sahiptir. Bunları, %19,2 ile 500 tl altında gelire sahip olanlar, %16.5 ile 1501-2000 tl arası gelire sahip olanlar, %7 ile 2501-4000 tl arasında gelire sahip olanlar ve %2 ile 4001 tl üzerinde gelire sahip olanlar takip etmektedir. Katılımcıların genelde asgari ücret ve etrafında bir gelire sahip olduğunu ifade etmek mümkündür.

Bir diğer demografik değişken olarak ikamet faktörü ele alındığında ise katılımcıların %77,3'ünün aile ile %13,4'ünün yalnız ve %5,9'nun ise yurtdışı ikamet ettiği gör¼lmektedir. Ayrıca herhangi bir üyeliklerinin bulunup bulunmadığına ilişkin sorulara ise katılımcıların %83,7'si hayır %16,3'ü ise evet yanıtı vermiştir.

3.2.2. Temel İstatistikler ve Tek Örnek T test Bulguları

Bu kısımda öncelikle sorulara ilişkin frekans değerleri ve temel istatistikler verilmektedir. Sonrasında ise tek örnek t test ile katılımcıların sorulara verdikleri yanıtların ne yönde olduğu; olumlu veya olumsuz yönde olmak üzere değerlendirilmektedir. Elde edilen bulgular toplu bir biçimde Tablo 2'de verilmektedir.

² Öğrencilerin sayısal olarak diğerlerine göre daha fazla olmasında daha kolay ulaşılabilmek olmaları etkili olmakla birlikte, yapılan anketlerde katılımcıların 2014 yerel seçimlerinde Zonguldak merkezde oy kullanmış olmasına şartına dikkat edilmiştir.

Tablo 2: Oy Davranışını Belirleyen Faktörlere İlişkin Temel İstatistikler ve t-testi Sonuçları

Faktörler	Frekanslar*					Ort.	Std. Sapma	t-değeri	Sig	Karar (H ₀)
	1	2	3	4	5					
1. Fiziksel özellik	377	200	28	180	75	2.274	1.421	-14.971	0.000	Red
2. Kişisel özellik	68	74	36	386	296	3.893	1.196	21.884	0.000	Red
3. İletişim becerisi	34	33	35	362	396	4.224	0.980	36.624	0.000	Red
4. Eğitim düzeyi	56	69	33	277	425	4.100	1.196	26.964	0.000	Red
5. Tecrübe	35	50	41	283	451	4.238	1.056	34.386	0.000	Red
6. Gençlik	186	230	111	219	114	2.819	1.373	-3.848	0.000	Red
7. Vizyon	44	61	45	382	328	4.033	1.085	27.929	0.000	Red
8. Hemşehri olma	419	204	54	99	84	2.098	1.371	-19.264	0.000	Red
9. Siyasi geçmiş	30	23	29	220	558	4.457	0.946	45.146	0.000	Red
10. Meslek	242	207	81	205	125	2.725	1.453	-5.536	0.000	Red
11. Etnik kimlik	241	144	58	215	202	2.991	1.575	-0.152	0.880	Kabul
12. İnanç ve değer yargısı	156	122	45	249	288	3.454	1.514	8.806	0.000	Red
13. İdeoloji	56	61	105	324	314	3.905	1.161	22.865	0.000	Red
14. Yönetim ekibi	26	34	51	325	424	4.264	0.956	38.772	0.000	Red
15. Projeler	29	28	19	254	530	4.427	0.943	44.386	0.000	Red
16. İcraatlar	35	42	28	295	460	4.282	1.024	36.698	0.000	Red
17. Parti	188	152	41	256	223	3.202	1.532	3.872	0.000	Red
18. Merkezi iktidar partisi	269	193	61	166	171	2.740	1.549	-4.909	0.000	Red
19. Seçim kampanyası	242	199	71	233	115	2.744	1.449	-5.177	0.000	Red
20. Aile	482	195	35	102	46	1.877	1.242	-26.483	0.000	Red
21. Çalışma arkadaşları	504	221	57	127	47	1.726	1.099	-33.955	0.000	Red
22. STK	408	221	57	127	47	2.051	1.273	-21.845	0.000	Red
23. Mahalle	485	229	38	77	31	1.767	1.112	-32.485	0.000	Red
24. Medya	424	241	42	111	42	1.960	1.223	-24.909	0.000	Red
25. Bireysel çıkar	372	191	45	139	113	2.337	1.484	-13.096	0.000	Red

***Frekanslar:** 1: kesinlikle katılmıyorum, 2: katılmıyorum, 3: ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4: katılıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum.

Gözlem:860

Tablo 2, ortalama değerler üzerinden incelendiğinde en yüksek ortalamanın 4.457 değeri ile *adayın siyasi geçmişi* değişkenine ait olduğu görülmektedir. Bunu 4.427 değeri ile *adayın projeleri* ve 4.224 değeri ile de *adayın geçmiş icraatları* değişkenleri takip etmektedir. En düşük ortalama değeri ise 1.726 değeri ile *çalışma arkadaşları* değişkenine aittir. Söz konusu değeri 1.767 ile *mahalle* ve 1.877 ile *aile* değişkenleri takip etmektedir. Genel ortalama değerleri dikkate alındığında katılımcıların oy tercihlerinde; sosyolojik faktörleri çok önemli görmediği buna karşın rasyonel tercih kapsamında değerlendirilebilecek faktörleri ise önemseydiği ifade edilebilir.

Ortalama değerlerin belirlenen test değeri ile mukayesesi anlamında t testi bulguları incelendiğinde ise sadece *adayın etnik kimliği* faktörüne ilişkin oluşturulan H_0 hipotezi kabul edilmiş olup, diğer faktörler açısından H_0 reddedilerek alternatif hipotezler³ kabul edilmiştir. Katılımcılar oy tercihinde bulunurken adayın etnik kimliği faktörüne genel olarak ne katılıyorum ne de katılmıyorum şeklinde yanıt vermiştir. Söz konusu faktöre ilişkin oy tercihine etkisi bakımından olumlu veya olumsuz yönde bir yorum yapabilmek mümkün değildir.

Test sonuçları incelendiğinde oy tercihinde; 12 faktörün olumlu 12 faktörün ise olumsuz yönde etkisinin olduğu görülmektedir. Buna göre seçmenlerin oy tercihinde; kişisel özellik, iletişim becerisi, eğitim düzeyi, tecrübe, vizyon, siyasi geçmiş, inanç ve değer yargısı, ideoloji, yönetim ekibi, proje, geçmiş icraat ve parti faktörlerinin olumlu yönde bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bir başka ifade ile söz konusu faktörler adayların tercih edilmesinde genel olarak göz önünde bulundurulacak faktörlerdir.

Seçmenlerin oy tercihlerinde dikkate almadığı ya da önemli görmediği faktörler ise; fiziki özellik, gençlik, hemşehrilik, meslek, iktidar partisi olma⁴, seçim kampanyası, aile, çalışma arkadaşı, STK, mahalle, medya ve bireysel çıkar şeklinde tespit edilmiştir.

³ Çalışmanın metodoloji kısmında da belirtildiği üzere tek örnek t test için oluşturulan hipotezler 25 sorunun her birisi için uyarlanmıştır.

⁴ Nitekim 2014 yerel seçim sonuçları bunu desteklemektedir. Buna göre Zonguldak ilinde muhalefet partisinden belediye başkanı seçilmiştir.

3.2.3. Gruplar Arası Farklılıklar

Katılımcıların demografik bilgileri ile verilen yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın bulunup bulunmadığı grup sayısına göre t testi veya Anova testi ile araştırılmış olup, elde edilen bulgular aşağıda tartışılmaktadır.

3.2.3.1. Oy Tercihinde Cinsiyet Faktörü

Cinsiyet faktörü ile katılımcıların verdikleri yanıtlar arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığı t testi ile araştırılmış olup, yirmi beş sorunun yedisinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Buna ilişkin bulgu Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3: Cinsiyet ve Oy Verme Davranışı

Faktör	Grup	Gözlem	Ortalama	Bağımsız t testi	
Fiziksel özellik	Kadın	301	2.076	t=-3.012, p=0.03	df=858,
	Erkek	559	2.381		
Etnik kimlik	Kadın	301	3.142	t=2.067, p=0.39	df=858,
	Erkek	559	2.910		
İdeoloji	Kadın	301	4.139	t=4.375, p=0.00	df=858,
	Erkek	559	3.780		
Yönetim ekibi	Kadın	301	4.176	t=-1.981, p=0.48	df=858,
	Erkek	559	4.311		
Geçmiş icraatlar	Kadın	301	4.385	t=2.164, p=0.31	df=858,
	Erkek	559	4.227		
Çalışma arkadaşları	Kadın	301	1.627	t=-1.937, p=0.53	df=858,
	Erkek	559	1.780		
Bireysel çıkar	Kadın	301	2.508	t=2.488, p=0.13	df=858,
	Erkek	559	2.245		

Tablo 3 incelendiğinde kadın ve erkek katılımcılar arasında oy vermede adayın; fiziksel özellikleri, etnik kimliği, ideolojisi, yönetim ekibi, geçmiş icraatlarının yanında bireyin çalışma arkadaşlarının ve bireysel çıkarlarının etkisi bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde oy verme davranışında kadınlar erkeklere göre adayın ideolojisini ve geçmiş icraatlarını daha fazla önemsemektedir. Adayın etnik kimliği açısından konu ele alındığında ise oy tercihinde erkeklerin etnik kimliği genel olarak önemsemediği görülmekteyken kadınların bu konuda kararsız kaldığı ifade edilebilir.

3.2.3.2. Oy Tercihinde Yaş Faktörü

Yaş faktörü ile verilen yanıtlar arasında bir farklılığın bulunup bulunmadığı Anova testi ile analiz edilmiş olup, farklılıkların bulunduğu faktörler Tablo 4’de verilmektedir.

Tablo 4: Oy Tercihinde Yaş Faktörü

Hipotez	Varyansların Homojenliği		Tek Yönlü Anova		Karar
	Levene Test	Sig	F	Sig	
Adayın genç olması kriterine göre oy verme tercihi, yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermez.	2.298	0.57	5.079	0.000	Red
Adayın mesleği kriterine göre oy verme tercihi, yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermez.	1.177	0.319	3.151	0.014	Red
Adayın seçim kampanyaları kriterine göre oy verme tercihi, yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermez.	1.201	0.309	5.621	0.000	Red

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların yaşları ile sorulara verilen yanıtların ortalamaları arasında anlamlı farklılığın bulunduğu 3 faktör tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların oy tercihlerinde adayın genç olmasının, mesleğinin ve seçim kampanyalarının etkisi yaş gruplarına göre değişmektedir.

Gruplar arasındaki farklılığın kaynağına bakıldığında ise 55-69 yaş aralığında bulunan katılımcıların oy tercihinde adayın genç olma özelliğini diğer gruplara göre daha fazla önemseydiği ifade edilebilir. Buna göre 18-54 yaş aralığında bulunanlar daha üst yaş gruplarına göre genç olmayı daha az önemli bulmaktadır.

Adayın seçim kampanyaları açısından incelendiğinde 18-24 yaş aralığındaki katılımcıların 25-39 ve 40-54 yaş gruplarından farklılaştığı söylenebilir. Buna göre oy tercihlerinde; 18-24 yaş aralığındaki katılımcılar seçim kampanyalarını diğerlerine göre daha çok önemsemektedir.

3.2.3.3. Oy Tercihinde Medeni Durum Faktörü

Katılımcıların medeni durumları ile vermiş oldukları yanıtların ortalamaları arasındaki farklılığa ilişkin bulgular Tablo 5’de verilmektedir.

Tablo 5: Medeni Durum ve Oy Verme Davranışı

Faktör	Grup	Gözlem	Ortalama	Bağımsız t testi
Tecrübe	Evli	425	4.3200	t=2.249, df=850.305, p=0.025
	Bekâr	435	4.1586	
İdeoloji	Evli	425	3.7671	t=-3.484, df=858, p=0.001
	Bekâr	435	4.0414	
Seçim kampanyası	Evli	425	2.5812	T=-3.278, df=856.285, p=0.001
	Bekâr	435	2.9034	
Çalışma arkadaşları	Evli	425	1.8471	t=3.188, df=858, p=0.001
	Bekâr	435	1.6092	
Mahalle	Evli	425	1.8635	t=2.511, df=858, p=0.012
	Bekâr	435	1.6736	
Bireysel çıkar	Evli	425	2.1106	t=-4.475, df=858, p=0.000
	Bekâr	435	2.5586	

Tablo 5 incelendiğinde oy tercihinde adayın tecrübesi bekârlara göre evliler açısından daha önemli görülmekteyken adayın ideolojisi ise bekârlar tarafından evlilere göre daha önemli görülmektedir. Bekârlar adayın seçim kampanyalarını evlilere göre daha önemli görmektedir. Oy verme tercihinde sosyal birer unsur olarak çalışma arkadaşları ve mahallenin oy tercihlerindeki etkisi bakımından incelendiğinde ise bekârlar söz konusu iki faktörü daha önemsiz görmektedir. Bu tespit, bekârların daha bireysel hareket ettiğini söylemeyi mümkün kılmaktadır. Benzer bir bulgu oy tercihinde bireysel çıkarlar açısından da ortaya çıkmaktadır. Bekârların oy tercihlerinde bireysel çıkarlarının daha önemli olduğu ifade edilebilir. Bu sonuçta evlilerin evlilik hayatından dolayı daha diğerkam davranış sergilemelerinin etkili olduğu söylenebilir. Elde edilen bulgular, bekârların oy tercihlerinde daha çok rasyonel tercih modelinin özelliklerini yansıttığını göstermektedir.

3.2.3.3. Oy Tercihinde Eğitim Faktörü

Katılımcıların eğitim düzeylerine göre verilen yanıtlar arasında anlamlı farklılığın bulunduğu dört faktör söz konusu olup, buna ilişkin bilgi Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6: Oy Tercihinde Eğitim Faktörü

Hipotez	Varyansların Homojenliği		Tek Yönlü Anova		Karar
	Levene Test	Sig	F	Sig	
Adayın iletişim becerisi kriterine göre oy verme tercihi, eğitime göre anlamlı bir farklılık göstermez.	1.033	0.406	2.856	0.006	Red
Adayın partisi kriterine göre oy verme tercihi, eğitime göre anlamlı bir farklılık göstermez.	1.702	0.105	4.902	0.000	Red
Adayın seçim kampanyaları kriterine göre oy verme tercihi, eğitime göre anlamlı bir farklılık göstermez.	1.923	0.063	3.432	0.001	Red
Ailenin etkisi kriterine göre oy verme tercihi, eğitime göre anlamlı bir farklılık göstermez.	0.920	0.490	3.740	0.001	Red

Eğitim düzeyine göre katılımcıların adayın iletişim becerisi, adayın mensubu olduğu parti, adayın seçim kampanyaları ve oy tercihinde ailenin etkisi konularında farklı düşündükleri görülmektedir. Farklılıkların kaynaklarına inildiğinde lisans mezunu olanların ilkokul mezunu olanlara göre oy tercihinde adayın iletişim becerisine sahip olmasını daha fazla önemsendiği tespit edilmiştir. Adayın partisine ilişkin tespitlerde ise eğitim düzeyi azaldıkça adayın partisinin önemsendiği sonucuna varılmıştır.

3.2.3.3. Oy Tercihinde Meslek Faktörü

Oy tercihinde katılımcıların meslek türleri itibarıyla anlamlı farklılıkların bulunduğu sorulara ilişkin bilgi Tablo 7'de verilmektedir.

Tablo 7: Oy Tercihi ve Meslek

Hipotez	Varyansların Homojenliği		Tek Anova	Yönlü	Karar
	Levene Test	Sig	F	Sig	
Adayın etnik kimliği kriterine göre oy verme tercihi, mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermez.	1.617	0.127	3.920	0.000	Red
Adayın yönetim ekibi kriterine göre oy verme tercihi, mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermez.	1.686	0.109	2.414	0.019	Red
Adayın seçim kampanyaları kriterine göre oy verme tercihi, mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermez.	1.209	0.295	3.105	0.003	Red

Tablo 7 incelendiğinde katılımcıların meslekleri itibariyle adayın etnik kimliği, yönetim ekibi ve seçim kampanyaları ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre oy tercihinde adayın etnik kimliği ile ilgili olarak işçilerin memur ve emeklilere göre adayın etnik kimliğini daha çok önemseydiği ifade edilebilir. Öte yandan emeklilerin serbest meslek sahiplerine göre oy tercihinde yönetim ekibi faktörüne daha fazla önem verdikleri tespit edilmiştir. Seçim kampanyaları açısından incelendiğinde ise; öğrencilerin işçilere ve esnaflara göre oy tercihinde seçim kampanyalarına daha fazla önem verdiği sonucuna varılmıştır.

3.2.3.4. Oy Tercihinde Gelir Faktörü

Katılımcıların gelir türü ile verilen yanıtlar arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığına ilişkin bulgular Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8: Oy Tercihi ve Gelir

Hipotez	Varyansların Homojenliği		Tek Anova	Yönlü	Karar
	Levene Test	Sig	F	Sig	
Adayın iletişim becerisi kriterine göre oy verme tercihi, gelire göre anlamlı bir farklılık göstermez.	0.919	0.468	2.286	0.044	Red

Gelir değişkenine göre oy tercihleri arasında istatistiksel olarak anlamlılık adayın iletişim becerisi kriterine göre tespit edilmiştir. Ancak Tukey test sonuçları incelendiğinde hangi gelir grupları arasında farklılığın bulunduğuna dair bir sonuç elde edilememiştir.

3.2.3.5. Oy Tercihinde İkamet Faktörü

Katılımcıların ikamet farklılıkları ile verilen yanıtlar arasında yapılan Anova test sonuçlarında anlamlı farklılığın tespit edildiği bulgular Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 9: Oy Tercihi ve İkamet

Hipotez	Varyansların Homojenliği		Tek Yönlü Anova		Karar
	<i>Levene Test</i>	<i>Sig</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>	
Adayın tecrübesi kriterine göre oy verme tercihi, ikamete göre anlamlı bir farklılık göstermez.	1.511	0.210	3.134	0.025	Red
Adayın hemşehri olma kriterine göre oy verme tercihi, ikamete göre anlamlı bir farklılık göstermez.	1.166	0.322	3.043	0.028	Red
Adayın seçim kampanyaları kriterine göre oy verme tercihi, ikamete göre anlamlı bir farklılık göstermez.	0.329	0.804	3.296	0.020	Red
Bireysel çıkar kriterine göre oy verme tercihi, ikamete göre anlamlı bir farklılık göstermez.	0.129	0.943	3.635	0.013	Red

Oy tercihinde adayın tecrübesi, hemşehri olması ve seçim kampanyaları ile bireysel çıkar faktörlerinde ikamet faktörü arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre yurttan yaşayanlar; aile ile birlikte ve yalnız yaşayanlara göre oy tercihinde adayın tecrübesi faktörüne daha fazla önem vermektedir. Buradan adayın tecrübesi faktöründe birlikte yaşanan kişi sayısı arttıkça söz konusu faktöre verilen önemin de arttığı söylenebilir. Bir diğer önemli tespit, yalnız yaşayanların aile ile birlikte yaşayanlara göre oy tercihinde adayın seçim kampanyalarına daha fazla önem verdiği şeklinde ortaya çıkmaktadır. Öte yandan yurttan yaşayanlar, aile ile birlikte yaşayanlar ve yalnız yaşayanlara göre oy tercihinde bireysel çıkarlara daha fazla önem vermektedir.

3.2.3.6. Oy Tercihinde Üyelik Faktörü

Katılımcıların herhangi bir topluluğa üyeliği ile oy tercihi arasındaki ilişki T testi ile incelenmiş ve anlamlı farklılığın tespit edildiği bulgular Tablo 10'da paylaşılmıştır.

Tablo 10: Üyelik ve Oy Verme Davranışı

Faktör	Grup	Gözlem	Ortalama	Bağımsız t testi
Fiziki özellik	Üye	140	2.500	t=1.996, df=191.731, p=0.047
	Üye değil	720	2.230	
Merkezi iktidar partisi	Üye	140	3.485	t=2.398, df=858, p=0.017
	Üye değil	720	3.147	
Seçim kampanyası	Üye	140	3.100	t=3.229, df=199.006, p=0.01
	Üye değil	720	2.675	
Çalışma arkadaşları	Üye	140	1.964	t=2.804, df=858, p=0.005
	Üye değil	720	1.680	

Tablo 10 incelendiğinde katılımcılardan herhangi bir topluluğa üyeliği bulunanların, oy tercihinde adayın fiziki özelliğine, adayın partisinin merkezi iktidar partisi ile aynı olmasına, adayın seçim kampanyalarına ve çalışma arkadaşlarının fikirlerine üyeliği bulunmayanlara göre daha fazla önem verdiği tespit edilmiştir.

SONUÇ

Çalışmada Zonguldak ilinde 2014 yerel seçimlerinde seçmen davranışları üzerinde etkili olan faktörlerin neler olduğu teorik yaklaşımlar çerçevesinde tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular çerçevesinde ortalamalar dikkate alındığında seçmen davranışlarının daha çok rasyonel tercih yaklaşımı kapsamında gerçekleştiği ifade edilebilir⁵. Bu çerçevede seçmen tercihlerinin belirlenmesinde adayın siyasi geçmişinin, projelerinin⁶ ve geçmiş icraatlarının etkili olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan anket sonuçlarının değerlendirilmesinden seçmenlerin oy verme tercihlerinde;

⁵ 2014 yerel seçimler sonrasında Kayseri'de Çakır ve Biçer (2015) tarafından yapılan çalışmada da seçmenlerin oy davranışının rasyonel tercih modeline uyduğu tespit edilmiştir. Söz konusu çalışmada da rasyonel tercih modelini temsil eden değişkenlere ilişkin ortalama değerlerin 4 üzerinde yer aldığı görülmektedir.

⁶ 2014 yerel seçimleri ile ilgili yapılan bir diğer çalışmada (Canöz ve Bakan, 2015) da benzer bir şekilde projelerin oy davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

adayın sadece siyasi ve icraatları anlamında geçmişini değil, ayrıca geleceğe dönük projeleri ve hedeflerini de diğer faktörlere göre daha önemli gördükleri anlaşılmaktadır. Zira tercihlerinde ilk üç sırada söz konusu faktörlerin yer aldığı tespit edilmiştir.

Öte yandan araştırma bulguları çalışma arkadaş grubu, mahalle, aile, medya ve sivil toplum kuruluşlarının oy tercihlerinde çok etkili olmadığını ortaya koymuştur⁷. Buna göre sosyolojik etkileri bakımından bireylerin en yakınında bulunan grupların etkisinin diğer faktörlerin etkisi bakımından oy tercihinde daha zayıf olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu bulgu aslında sosyolojik yaklaşımların seçimlerde seçmen davranışları bakımından çok da etkili olmadığını göstermektedir.

Psikolojik yaklaşımı temsil eden faktörler açısından bulgular değerlendirildiğinde ise ortalamaların genelde orta düzeylerde gerçekleştiği görülmektedir. Özellikle ideoloji, inanç ve değerler ve temsil edilen siyasi parti gibi psikolojik yaklaşım kapsamında değerlendirilebilecek faktörlere ilişkin ortalama değerlerinin rasyonel tercihe göre daha düşük, sosyolojik yaklaşıma göre ise daha yüksek gerçekleştiği; bir başka anlatımla psikolojik yaklaşımın seçmen tercihlerine etkide bulunan üç yaklaşımın ortasında yer aldığı tespit edilmiştir.

En yüksekte en düşüğe doğru ortalama değerler ele alındığında seçmen tercihlerine etkisi bakımından ilk olarak rasyonel tercih, ikinci olarak psikolojik ve son olarak da sosyolojik yaklaşım çerçevesindeki faktörlerin seçmenler tarafından oy verme tercihlerinde etkili oldukları ifade edilebilir. Yerel yönetimlerin sundukları hizmetlere yerel halkın direkt muhatap olmasının elde edilen bu sonuç da etkili olduğu söylenebilir. Zira adayların siyasi anlamda temiz bir geçmişe sahip olması, geçmişteki icraatları ve geleceğe dair projeleri yerel halkın oy verme tercihleri açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda seçmen davranışlarında söz konusu faktörlerin ön plana çıkması ekonomik yaklaşımın temel argümanı olan rasyonel birey açısından normal bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

⁷ Bu çalışmada elde edilen bulguların aksine, Doğan ve Göker (2010)'in 2009 yerel seçimlerine ilişkin Elazığ'da gerçekleştirdikleri çalışmasında seçmenlerin yerel seçim sürecinde aile, arkadaş ve kanaat önderi gibi yakın çevreden etkilendiği dolayısıyla sosyolojik modeli temsil eden değişkenlerin oy davranışı üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Böyle bir bulgunun sebebi olarak batı kültüründe ailelerin doğu kültürüne göre daha bağımsız bir yaşam biçimine sahip olma görüşü/algısı gösterilebilir. Bir başka ifade ile bölgesel kültürlerdeki farklılıkların oy davranışı üzerinde farklı etkilere yol açtığı söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Akgün, Birol (2000), “Türkiye’de Seçmen Davranışı: Partizan Tutumlar, İdeoloji ve Ekonomik Faktörlerin Oy Vermeye Etkisi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler M.Y.O Dergisi*, Sayı 4, s. 75-92.
- Arklan, Ümit (2015), “Yerel Seçim Kampanyalarının Seçmen Tercihine Etkisi: 30 Mart Yerel Seçimleri Sivas Araştırması”, *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Cilt 10, Sayı 6, s.121-156.
- Avcı, Kemal (2015), “2014 Ankara Yerel Seçimlerinde Parti Lideri Faktörünün Seçmenin Oy Verme Kararına Etkisi”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt 3, Sayı 1, s.145-179.
- Aydın Kılıç, Esra (2013), “Seçmen Tercihinde İmaj Faktörü: Siyasal Parti ve Aday İmajı Karşılaştırmasına Yönelik Bir Alan Araştırması”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 36, s. 46-73.
- Aydın, Kenan ve Volkan Özbek (2004), “Ailenin Seçmen Davranışları Üzerindeki Etkisi”, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 2, s. 140-155.
- Bartels, Larry M. (1996), “Uniformed Voters: Information Effects in Presidential Elections”, *The American Political Science Review*. Volume 40, Issue 1, p. 194–230.
- Bennet, W. Lance and Barts R. Salisbury B.R. (1987), “Rational Choice: The Emerging Paradigm in Election Studies”, *Research in Micropolitics*, Editor: Samuel Long, p.1-30, U.K: JAI Press Inc.
- Brown, David S., Christopher J. Brown and Scott W. Desposato (2007), “Promoting And Preventing Political Change Through Internationally Funded Ngo Activity”, *Latin American Research Review*, Volume 42, Issue 1, p. 126-138.
- Campbell, Angus (1960), *The American Voter*, John Wiley, New York.
- Canöz, Kadir ve Ömer Bakan (2015), “Türkiye’de Eğitimli Seçmenin Yerel Seçimlerde Oy Verme Kriterleri”, *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Sayı 37, s. 483-509.

- Çağlar, Nedret ve Yasemin Gelir (2014), “Yerel Seçimlerde Aday İmajı: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Öncesinde Isparta Seçmeni Üzerine Bir Araştırma”, *AKU Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 16, Sayı 2, s.27-50.
- Çakır, Hamza ve Ahmet Biçer (2015), “Türkiye Yerel Seçimlerinde Seçmen Tercihlerini Etkileyen Kriterler: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Kayseri Örneği”, *Erciyes İletişim Dergisi*, Cilt 4, Sayı 1, s. 98-112.
- Çinko, Levent (2006),“Seçmen Davranışları ile Ekonomik Performans Arasındaki İlişkilerin Teorik Temelleri ve Türkiye Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt 61, Sayı 1, s. 103-116.
- Doğan, Adem ve Göksel Göker (2010), “Yerel Seçimlerde SeçmenTercihi(29MartYerel Seçimleri Elazığ Seçmeni Örneği)”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt 5, Sayı 2, s. 159-187.
- Downs, Anthony (1957), *An Economic Theory of Democracy*, New York: Harper and Row.
- Edlin, Aaron, Andrew Gelman and Noah Kaplan (2005), Voting As A Rational Choice: The Effect of Preferences Regarding The Well-Being of Others, http://www.stat.columbia.edu/~gelman/research/unpublished/rational_final.pdf, 12.10.2015.
- Güllüpnar, Hasan (2013), “Belediye Başkanlığı Aday İmajı Algısı: Gümüşhane Örneği”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 36, s. 29-45.
- Gülmen, Yüksel (1979), *Türk Seçmen Davranışı: 1960-1970*, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Gündoğmuş, Bekir (2014), *Siyasal Tercihler*, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Gürbüz, Sait ve Faruk Şahin (2015), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Heywood, Andrew (2007), *Siyaset*, Adres Yayınları, Ankara.
- Kalender, Ahmet (2000), *Siyasal İletişim-Seçmenler ve İkna Stratejileri*, Çizgi Kitapevi Yayınları, Konya.

- Lazersfeld, Paul, Bernard Berelson and Hazel Gaudet (1968), *The People's Choice: How The Voter Makes up His Mind in A Presidential Campaign*, New York: Columbia University Press.
- MacDonald, Laura (1997), *Supporting Civil Society: The Political Role of Non-Governmental Organizations in Central America*, Newyork: MacMillan Press.
- Negiz, Nilüfer ve Fulya Akyıldız (2012), “Yerel Seçimlerde Seçmenin Tercihi Üzerinde Aday İmajının Etkisi: Uşak Örneği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 15, s. 171-199.
- Pomper, Gerald (1992), *Voters And Parties*, Transaction Publishers, New Brunswick.
- Sitembölükbaşı, Şaban (2001), *Parti Seçmenlerinin Siyasal Yönelimlerine Etki Eden Sosyoekonomik Faktörler*, Nobel Yayınları, Ankara.
- Temizel, Metehan (2012), “*Türkiye’de Seçmen Davranışlarında Sosyo-Psikolojik, Kültürel ve Dinsel Faktörlerin Rolü: Kuramsal ve Ampirik Bir Çalışma*”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Üskül, Zafer (1993), “Yeni bir Demokrasi Arayışı: Yerel Demokrasi”, *Anayasa Yargısı Dergisi*, Sayı 10, s. 333-344.