

TÜRKİYE'DE EĞİTİMLİ SEÇMENİN YEREL SEÇİMLERDE OY VERME KRİTERLERİ

Kadir CANÖZ*

Ömer BAKAN**

Özet

En genel tabirle "halkın kendi kendini yönetmesi" anlamına gelen demokrasinin yerel düzeyde tecelli edebilmesi, halkın, kendi geleceğinde söz sahibi olacak temsilcilerini seçim yaparak belirlemesi ile mümkün olabilmektedir. Ancak bu, seçimlerde dikkati çekmek, farklılaşmak ve seçilmeyi başarmak ise; siyasi partileri ve yerel adayları en fazla uğraştıran durumların başında gelmektedir. Siyasi partiler ve yerel adaylar, seçmenin dikkatini çekerek seçilmeyi başarabilmek için kampanyalarında, kendilerine göre önemli gördükleri, farklı konuları gündeme getirirler. Ancak hangi konunun seçmenler tarafından ne kadar önemsendiği ise, araştırılması gereken bir durumdur. Bu durumun araştırma verilerine dayalı, bilimsel bir temele oturtulması için çalışmamızda, eğitilmiş seçmenlerin yerel seçimlerde oy verme kriterlerinin neler olduğu üzerinde durulmuştur. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinden 455 kişi üzerinde yüz yüze anket gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları üniversite öğrencisi seçmenlerin yerel seçimlerde oy kullanırken en çok önem verdikleri faktörlerin "Proje, Gündem ve Hizmet Faktörü", "Kampanya Faktörü" ve "Parti, Lider Faktörü" olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler

Demokrasi, Seçim, Yerel Seçim, Oy verme davranışı, Oy verme kriterleri.

VOTING CRITERIA OF EDUCATED VOTERS IN LOCAL ELECTIONS IN TURKEY

Abstract

In order for the democracy, which in the most general terms means the people's self-government, to be manifested in local level, people must determine the representatives to have a say in their future through elections. On the other hand among the hardest situations for local candidates are to manage to draw attention, to differ from others and to be elected. Political parties and local candidates make some different topics considered important for them a current issue to draw attention of the voters so as to be elected. But, what is considered

* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi, kcanoz@selcuk.edu.tr.

** Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi, obakan@selcuk.edu.tr.

important by voters and to what extent are questions that need answering and researched. In our research aiming to place this situation on a scientific basis based on research data , the voting criteria of educated voters in local elections are emphasized. A face to face survey was conducted on 455 students from Selcuk University Communication Faculty. The research results indicate that the most important factors according to the voters from university students when they vote in local elections are "Project, Agenda and Service Factor", "Campaign Factor" and "Party, Leader Factor".

•

Key Words

Democracy, Election, Local Election, Voting Behavior, Voting Criteria.



GİRİŞ

Halkın kendi kendini yönetmesi anlamına gelen demokrasi Doğrudan Demokrasi, Temsili Demokrasi, Yarı Doğrudan Demokrasi, Katılımcı Demokrasi ve Radikal Demokrasi gibi modellere sahiptir (Dursun 2004:184-193). Bu demokrasi modelleri içerisinde, ülkemizde de uygulananı, Temsili Demokrasi'de toplumu kimin yöneteceği, iktidar erkini kimin kullanacağı, kuralları ve şartları önceden belirlenmiş seçimler aracılığıyla belirlenmektedir.

Halkın kendisini yönetecek temsilcileri oyuyla belirlemesi olarak tanımlanan seçimler (Aliefendioğlu 2005:71-72); değişik alternatifler arasından birisini tercih etmeyi gerektirmektedir. Bu tercih işlemi ise, oy ile belirtilmektedir. Seçimlerde oy kullanılması kişinin serbest iradesi ile tercih belirlemesi ve siyasal etkinlik işidir. Yani bireylerin siyasal sistemin işleyişinde etkili olarak sistemi kendi yararlarına çalıştırabileceklerine olan inanç ve duygularının yansımasıdır (Turan 2013:199). Demokrasilerde, birey, seçimlerde oy kullanarak, karar alma sürecine katılmakta ve aynı zamanda teorik demokrasiyi pratiğe geçirmektedir (Akgün 2002:1).

Bireyler oy kullanırken, farklı nedenlerle farklı kriterleri dikkate alarak oy kullanmaktadırlar. Ancak, bu nedenlerin ve kriterlerin neler olduğu sorusu, siyaset sosyolojisi alanında çalışan araştırmacıları uzun zamandır meşgul eden en önemli konuların başında gelmektedir. Seçmenlerin karar verme sürecine eğilerek oy verme gerekçelerini ortaya koymaya çalışan Boiney ve Paletz (1991:3-4) bu nedenleri; partiyle özdeşleşme, konu, aday imajı, seçmen grup üyeliği ve geçmişi değerlendirme şeklinde sıralamaktadır. Kalender (2005:39) ise, mevcut teorik ve ampirik yaklaşımlardan hareketle bunları biraz daha kategorize ederek "sosyolojik yaklaşım", "psikolojik yaklaşım" ve "rasyonel tercih yaklaşımı" şeklinde sınıflamaktadır.

Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet gibi Columbia Üniversitesi'ndeki bir grup araştırmacı tarafından başlatıldığı için "Columbia Ekolü" olarak da bilinen sosyolojik yaklaşım (Boiney ve Paletz 1991: 5); "ferdin tutum ve tercihlerinin ilişkide olduğu insanlardan etkileneceği" tezinden hareket eder. Kişilerin sosyal çevresi olarak kabul edilen aile, sosyo-ekonomik statü, ikamet, ait olunan grup, dini bağlılık ve seçimlere gösterilen ilgi düzeyi gibi değişkenler karar vermede etkili olabilmektedir (Damlapınar ve Balcı 2005:59). Yani seçmenler, içerisinde buldukları cemaati, beraber yaşadıkları eşlerini, yakın

komşularını, iş yerindeki arkadaşlarını, hatta mensubu oldukları taraftar gruplarını takip etme veya izleme eğiliminde bulunarak oy kullanmaktadırlar.

20 yüzyılın ortalarına doğru alan araştırmalarının yaygınlık kazanması bireysel düzeyde verilerin elde edilmesini sağlarken “psikolojik yaklaşım” veya diğer ismiyle “partiyle özdeşleşme modelinin” de ortaya çıkmasına neden olmuştur (Akgün 2002:26). Bu model ilk defa Michigan Üniversitesi’nden Campbell, Converse, Miller ve Stokes tarafından geliştirilmiştir (Campbell ve ark. 1976:10). Michigan Üniversitesi araştırmacıları Psikolojik Yaklaşım (Partiyle Özdeşleşme Modeli) çerçevesinde; seçim davranışının psikolojik ve sosyolojik temellerini araştırmışlardır. Ortaya koydukları modelde seçmenlerin seçim tercihini; adaylar, politikalar ve partiler ile toplumsal gruplar arasındaki bağlantıların biçimlendirdiğini belirlemişlerdir (Harrop ve Miller 1987:131). Modellerinde, gruplar üzerinde değil bireyler üzerinde odaklanmışlardır. Seçmenlerin küçük yaşlarda ailelerinin ve çevrelerinin etkisi altında gerçekleşen siyasal sosyalleşme süreciyle kazandıkları siyasal tutumlar ve ideolojik yönelimlerin güçlenerek hayat boyu devam ettiğini, ileri yaşlarda onların parti tercihi üzerinde son derece etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu modele göre seçmenler, belli bir seçim kampanyasından etkilenerek başka bir partiye oy verseler bile, daha sonraki dönemde parti bağlılıklarını yeniden kazanarak eski partilerini desteklemeye devam etmektedirler.

Seçmen davranışıyla ilgili temel yaklaşımlardan bir tanesi de akılcı yaklaşım da diyebileceğimiz rasyonel teori ya da bir başka ifadeyle ekonomik yaklaşımdır. Bu yaklaşımın (teorinin) temel varsayımı; seçmenin kendi çıkarlarını iyi bilmesi, bu çıkarlarına en iyi şekilde hizmet edecek bir aday veya partiyi değerlendirmesi ve bunun sonucunda en uygun aday ya da partiye oyunu kullanmasıdır (Kalender 2005:50). Rasyonel Tercih Yaklaşımı’nın savunucularından Antony Downs’un varsayımına (aktaran Kalender 2005:52) göre; “kişi mevcut hükümet altında devlet aktivitelerinden elde ettiği hizmet akışıyla, diğer muhalefet partilerinin hükümette olması durumunda elde edebileceği hizmet akışını karşılaştırarak aradaki farkı bulacaktır; bu fark da onun rakip partiler arasındaki tercihini oluşturacaktır. Yani, bir seçimde her bir vatandaş oyunu, kendisine en fazla fayda sağlayacağına inandığı parti veya aday lehinde kullanacaktır. Yine seçmen, değerlendirmede bulunurken eğer tuttuğu partinin seçimi kazanma şansını yeterli görmüyorsa, o zaman sevmediği parti ya da adayın iktidara gelmesini engelleme şansına sahip olan, diğer en güçlü partiye oy verecektir”.

Bireylerin seçimler için oy kullanmasında nelerin etkili olduğu Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri’nde eskiden beri yoğun olarak araştırılan;

Türkiye’de de yeni yeni araştırılmaya başlanan siyasal iletişim konularının başında gelmektedir. Türkiye’de özellikle, yerel seçimlere yönelik, üniversiteli seçmenlerin davranışlarının konu edildiği araştırmalar neredeyse hiç yok denecek kadar azdır. İşte bu çalışmanın en temel amacı, söz konusu alandaki boşluğu doldurma yönünde bir başlangıç oluşturmak ve yerel seçimlerde üniversiteli seçmenlerin Lider Faktörü, Parti Faktörü, İdeoloji Faktörü, Aday Faktörü, Proje Faktörü, Gündem Faktörü, Alınan Hizmetler Faktörü, Kampanya Faktörü gibi faktörlerden hangisine daha fazla önem atfederek oy kullandıklarını ortaya koymaktır. Bu amaçla öncelikle konuyla ilgili teorik bilgilere; sonra da Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan bir alan araştırması bulgularına yer verilmektedir.

Çalışmada seçmenlerin oy verme kriterleriyle oy verme davranışlarını ortaya koymak amacıyla, konu hakkında daha önce yazılmış olan literatürler taranmış ve elde edilen bilgiler doğrultusunda alan araştırması yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmanın evrenini Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Yerel seçimlerde oy verecek seçmen durumundaki 2., 3. ve 4. sınıflardaki öğrenciler arasından amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak örneklem belirlenmiştir.

Türkiye’de yerel seçimlerde oy kullanan üniversiteli seçmenlerin oy verme kriterlerini ortaya koyan çalışmaların endemik olması ve hatta hiç yapılmamış olması ise çalışmayı önemli kılmaktadır.

I. DEMOKRASİLERDE SEÇİMLER

“Halk” (demos) ile “egemen olmak, yönetmek” (kratein) sözcüklerinin birleşiminden oluşan demokrasi, halk egemenliği, halkın iktidarı kullanması veya çoğunluğun egemenliği olarak tanımlanmaktadır (Erdoğan 2001:232).

Demokrasi, siyasal toplumun birliğini ilgilendiren konularda her bir üyenin karar vermek açısından herkesle eşit derecede nitelikli sayıldığı, herkese eşit muamelenin edildiği ve herkesin temel konulara katılma hakkının garanti altına alındığı siyasal bir sistemdir (Turan 2013:249). Ancak hem idealde hem de uygulamada, farklı anlayışlar ve farklı uygulamalar nedeniyle tek bir demokrasiden söz etmek mümkün olamamaktadır. Beş farklı demokrasi modelinin varlığı kabul edilmektedir. Bunlar (Dursun 2004:184-193); Doğrudan Demokrasi, Temsili Demokrasi, Yarı Doğrudan Demokrasi, Katılımcı Demokrasi ve Radikal Demokrasidir.

Doğrudan demokrasi, halkın doğrudan katılımı, çoğunluk yönetimi ve siyasal eşitlik ilkelerine dayalı bir siyasal rejim olarak tanımlanabilir. Kökleri Antik Yunan'da bulunan doğrudan demokrasi günümüzde katılımcı demokrasi olarak da adlandırılmaktadır. Yurttaşların belli meselelere ilişkin doğrudan karar verdiği referandum, yurttaşların dilekçe yapmak suretiyle yasal veya anayasal değişiklik önerisinde bulunduğu inisiyatif ve karar alma yetkisinin merkezden daha yerel birimlere aktarıldığı ademi merkezizetçilik gibi uygulamalar, katılımcı demokrasi modeliyle örtüşmektedir (Kahraman ve Evre, 2008: 65). Doğrudan Demokraside halk, kendisini arada herhangi bir temsilci olmadan yönetmektedir. Halkın yönetime katılımı ve siyasal iktidarı kullanması, oy kullanma hakkına sahip halkın oluşturduğu halk meclisleri aracılığıyla gerçekleşmektedir. Demokrasi açısından en saf ve en ideal örnektir. Ancak ülkelerde coğrafi alanların genişlemesi ve nüfusun hızla artması uygulamada sorunlar yaşanmasına neden olmakta, hatta uygulamayı mümkün olmayan hale dönüştürmektedir.

Toplumların sayısal ve coğrafi olarak büyümesi neticesinde doğrudan demokrasinin uygulanmasında karşılaşılan imkânsızlık ve doğurması muhtemel sakıncalar, "Temsili Demokrasi" anlayışının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Temsili Demokrasi, nicelik bakımından büyüyen toplumlarda iktidar yetkisinin temsilciler aracılığıyla kullanılması durumudur (Turan 2013:260). Bu demokraside bireyler, siyasal iktidarın işleyişindeki kendi yetkilerini kullanmak üzere temsilciler seçmekte ve onlara iktidarı kendi adlarına kullandırmaktadırlar. Seçilen temsilciler ise, kendilerini seçenlere karşı değil, vatandaşların bütününe ifade eden "millele" karşı sorumlu olduklarını kabul etmektedirler.

Yarı Doğrudan Demokrasi, doğrudan demokrasi ile temsili demokrasinin karmasından oluşmaktadır. Bu demokraside vatandaşlar yine adil, dürüst ve düzenli seçimlerle kendi temsilcilerini seçmekte ve onların oluşturduğu meclis egemenliğinin en üst tecellisi olan yasa koyma yetkisine haiz olmaktadır. Ancak temsili demokraside görülen bazı sakıncaların önüne geçmek amacıyla, bu meclis çalışma dönemi içinde kendi başına bırakılmayıp, yer yer halkın da yasama faaliyetine katılması sağlanmaktadır (Demir 1998:14). Yarı doğrudan demokraside halk, "referandum", "halk girişimi" ve "halk vetosu" gibi yollarla meclisin yasama faaliyetine ortak olabilmektedir.

Katılımcı Demokrasi, en genel anlamda halkın çeşitli hususlarda siyasi karar alma sürecine iştirak etmesi ve görüş bildirmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Özen ve Yontar 2009:280). Halkın siyasal yönetim sürecine, seçim dışında da aktif şekilde katılımının sağlanması gerektiği düşüncesine

dayanmaktadır. Katılımcı demokrasi, oy kullanma hakkına sahip olanların çerçevesini genişleterek, vatandaşların sadece seçimlerde oy kullanmayla ve siyasal partilerdeki faaliyetlerle yetinmeyip kamusal işlerle ilgili olarak konuşmalarını, ifade beyan etmelerini, siyasal faaliyetlerinin sürekli bir etkinlik halini almasını, karar vermeye katılmalarının yaygınlaşmasını ve yoğunlaşmasını istemektedir (Dursun 2004:191-192).

Radikal Demokrasi, modernizmi eleştiren post-modernizmle ortaya çıkmıştır. Temsili demokrasinin post-modern duruma göre yeniden üretilmesi ihtiyacından doğmuştur. Temsili demokrasinin gerçekten demokratikleştirilmesi gerektiğini savunur. Ona göre “Ortak ilkeler ve değerler” üzerinde kurulmuş temsili demokrasinin öznesi olan vatandaş-bireyler, belli hak ve özgürlüklere sahip, aralarındaki farklılıkları içinde eritmiş, “aynı”lık tablosu oluşturmaktadırlar. Oysa farklılıkların ayrıcalık haline getirilmeden tanınması, farklı kimlikler arasında oluşturulan diyalog etrafında kamusal alanın kurulması, gerçek demokrasinin vücut bulması demektir. Radikal demokrasinin temel hedefi, toplumu oluşturan farklı grupların karşılıklı olarak birbirlerini tanıyacakları, kendilerini siyasal alanda özgürce ifade edebilecekleri, farklılıklarını koruyarak uzlaşabilecekleri demokratik bir sistem oluşturulabilmektir (Özdemir 2013:75).

Her türden demokratik siyasal düzende meşruluğun, ülkeyi yönetme yetkisinin, siyasal katılımın (Kapani 1998:85), temsilin, hoşgörü ve uzlaştırmanın en somut ve yaygın biçimini seçimler oluşturmaktadır. Belirli aralıklarla tekrarlanan seçimlerle halk, hem kendi yöneticilerini belirleyip onları iş başına getirmekte; hem de onları denetleyip, görevlerini sürdürme veya yönetimden uzaklaştırma kararını vermektedir.

Genel seçimler, ara seçimler ve yerel seçimler olmak üzere üç tür seçim vardır (Aliefendioğlu 2005:74-76):

Genel seçim, temsilcilerin (milletvekillerinin) ülke genelindeki seçmenlerin özgür istençleriyle belirlenmesi eylemidir. Bu durum T.C. Anayasa’sının “**MADDE 75.**– Türkiye Büyük Millet Meclisi genel oyla seçilen beşyüzelli milletvekilinden oluşur.” ve “**MADDE 77.**– Türkiye Büyük Millet Meclisinin seçimleri dört yılda bir yapılır.” ibareleriyle ifade edilmektedir. TBMM ve Cumhurbaşkanı bazı özel durumların oluşması durumunda, bu sürenin dolmasını beklemeden seçimin yenilenmesine karar verebilmektedirler.

Ara seçim, seçim dönemi içerisinde ölüm ya da istifa gibi nedenlerle boşalan temsilcilerin yerine yenilerinin seçilmesi için yapılan seçimdir. Bu durum T.C. Anayasa’sının 78. Maddesinde; Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeliklerinde boşalma olması halinde, ara seçime gidilir. Ara seçim, her seçim

döneminde bir defa yapılır. Ancak, boşalan üyeliklerin sayısı, üye tamsayısının yüzde beşini bulduğu hallerde, ara seçimlerin üç ay içinde yapılmasına karar verilir şeklinde ifade edilmektedir. Ayrıca Anayasa'nın Ek : 27.12.2002 - 4777/2 maddesine göre "bir ilin veya seçim çevresinin, Türkiye Büyük Millet Meclisinde üyesinin kalmaması halinde, boşalmayı takip eden doksan günden sonraki ilk Pazar günü ara seçim yapılır." hükmü de bulunmaktadır.

Yerel seçim, yerel yöneticilerin ve yerel meclislerin belirlendiği seçimlerdir. Belediye başkanı, belediye meclis üyeleri, il genel meclisi üyeleri ve muhtarlar gibi yerel karar organlarının oluşturulması için yapılırlar.

Anayasa'ya göre, yerel idare seçimleri, Anayasa'nın öngördüğü seçimlerin temel ilkelerine göre (m. 67'e göre) beş yılda bir yapılır. Ancak, milletvekili genel veya ara seçiminden önceki ya da sonraki bir yıl içinde yapılması gereken yerel idare seçimleri, milletvekili genel veya ara seçimleriyle birlikte yapılır (m. 127). Yasa, büyük yerleşim merkezleri için özel yönetim biçimleri getirebilir.

II. YEREL SEÇİMLER VE OY VERME DAVRANIŞLARI

Türkiye'de ilk seçimler 1876 Birinci Meşrutiyet Anayasasıyla gündeme gelmiştir. 5 Kasım 1876'da çıkartılan geçici "Muvakkat Talimat" adlı talimatla da ilk Milletvekili Genel Seçimi 1877 yılında, iller bazında, gizli seçimle yapılmıştır (Yozgat ve Zabun 2009:74). O günlerden bu günlere doğru gelindiğinde seçimlerin şekli ve oy kullananların özellikleri değişikliğe uğramıştır.

1982 T.C. Anayasasının 67. Maddesi "Vatandaşlar, kanunda gösterilen şartlara uygun olarak, seçme, seçilme ve bağımsız olarak veya bir siyasî parti içinde siyasî faaliyette bulunma ve halkoylamasına katılma hakkına sahiptir.

Seçimler ve halkoylaması serbest, eşit, gizli, tek dereceli, genel oy, açık sayım ve döküm esaslarına göre, yargı yönetim ve denetimi altında yapılır... Onsekiz yaşını dolduran her Türk vatandaşı seçme ve halkoylamasına katılma haklarına sahiptir." demektedir. Ülkede yapılacak genel ve ara seçimlerdeki seçme, seçilme ve siyasi faaliyette bulunma kriterlerini belirleyen bu madde yerel seçimi de kapsamaktadır.

Yerel seçimler, demokrasinin 'eşitlik ilkesi' gereği, halkın yönetimde sözcü sahibi olması ve yerel düzeyde yasama-yürütmenin cereyan etmesi amacıyla yapılmaktadır. Aslında genel seçimlerin yerel düzeyde yapılanı, prototipi de denilebilir. Genel seçimlerden en bariz farklılığı beş yılda bir yapılması ve

belirli bir yaşam alanıyla sınırlı olmasıdır. Yerel seçimlerde belediye başkanı, belediye meclis üyeleri, il genel meclisi üyeleri ve muhtarlar seçilmektedir.

Yerel seçimler, yerel iktidarın belirlenmesi ve seçmenlerin kimler tarafından yönetilmeyi istediğinin ortaya konması bakımından önemlidir. Bu süreçte seçmenin karar verme sürecini etkileyen faktörler önemli bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla yönetime talip olan siyasi partiler veya kişiler seçmenlerin desteğini alabilmek için, kampanya çalışmalarında seçmenin karar verme süreçlerine odaklanmaktadır (Güllüpunar, Diker ve Aslan 2013:2).

Seçmenlerin karar verme süreçleri ve oy verme davranışları ile ilgili olarak yapılan çalışmalar, seçmen tercihini etkileyen temel faktörleri sosyolojik, psikolojik ve rasyonel yaklaşımlar olarak temelde üç kategoride sınıflandırmaktadır.

Kalender (2005:76) ise, seçmen tercihini etkileyen temel faktörleri beş ana kategoride sınıflandırmaktadır. Bunlar:

- Siyasal Parti ile ilgili faktörler
- Adayla ilgili faktörler
- Seçmenle ilgili faktörler
- Gündem (konu) faktörleri
- Propaganda ve iletişim faktörleridir.

Yerel seçimlerde seçmen tercihini etkileyen temel faktörlerin ne olduğuyula ilgili yapılan çalışmalarda ise belirtilen bu beş faktöre

- Proje Faktörü,
- İdeoloji Faktörü

-Alınan Hizmetler Faktörleri de ilave edilerek faktör sayısı sekize çıkarılmaktadır. Biz de bu çalışmada, eğitimli seçmenin yerel seçimlerde oy kullanırken en fazla dikkate aldığı temel faktörleri belirlemek amacıyla bu sekiz faktörü çalışmamızda esas olarak araştırmada kullanmaktayız.

3. YÖNTEM

3.1.Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Üniversite öğrencisi seçmenlerin yerel yöneticileri seçerken oy verme kriterlerini ortaya koymak amacıyla Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri üzerinde bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada 18 yaş ve üzeri seçmenlerden oluşan bireyler arasından örneklem seçilirken amaçlı örnekleme kullanılmıştır. Bu amaçla İletişim Fakültesi'ne kayıtlı, ankete katılmayı kabul eden 2., 3. ve 4. Sınıf öğrencileri ile anket yapılmıştır. Saha

araştırmasına esas olan veriler 501 kişi ile yüz yüze anket tekniği ile elde edilmiştir. Bu anketlerin ön incelemelerinin sonucunda 455 anket analize tabi tutulmuştur.

3.2. Veri Toplama Araçları

Üniversite öğrencisi seçmenlerin yerel yöneticileri seçerken oy verme kriterlerini, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri üzerinden belirlemek amacıyla 3 bölümden oluşan anket formu hazırlanmıştır. Bu çalışmada anketin güvenilirliği (Cronbach's α) 0.92 olarak hesaplanmıştır. Anketin ilk bölümünde Üniversite öğrencisi seçmenlerin yerel yönetimler için oy kullanırken dikkate aldıkları özelliklerin önem düzeylerini belirlemek amacıyla 5'li likert tipinde Hiç Önemli Değil (1), Önemli Değil (2), Fikrim Yok (3), Önemli (4) ve Çok Önemli (5) aralıklarında sorulara yer verilmiştir.

Anketin ikinci bölümünde, üniversite öğrencisi seçmenlerin Konya Büyük Şehir Belediyesi ve Merkez İlçe belediyeleri hakkındaki yargılarını elde etmek amacıyla çoktan seçmeli sorulara yer verilmiştir.

Anketin üçüncü bölümü ise; katılımcıların yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi ve kendisinin aylık ortalama geliri gibi sosyo-demografik özelliklerini ortaya koyacak sorulardan oluşturulmuştur.

Oluşturulan anket formu sahada uygulanmadan önce iki ayrı uzmana yüzey geçerliliği için incelenmiş ve onların önerileri doğrultusunda gerekli düzenlemelere tabi tutulmuştur. Ayrıca anket formunun anlaşılabilirliğinin gözlemlenmesi ve sahada karşılaşılabileceği diğer sorunları önceden görebilmek açısından 50 kişi üzerinde pre-teste (ön-teste) tabi tutulmuş ve son kontroller yapıldıktan sonra da uygulamaya hazır hale getirilmiştir.

3.3. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Alan araştırması 30 Mart 2014 Mahalli İdareler Genel Seçimleri öncesinde 17 – 21 Mart 2014 tarihleri arasında Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne kayıtlı 2., 3. ve 4. Sınıf öğrencileriyle yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, SPSS 15.0 istatistik programı kullanılarak elektronik ortamda işlenmiştir.

Verilerin analizinde sırasıyla; ankete katılanların cevaplarının yüzdelik dağılımlarını ortaya koymak amacıyla frekans analizi; veriler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla Chi-square (ki kare) analizi; cinsiyet gibi iki sıklı bağımsız değişkenlerde ise Bağımsız Örneklem T-testi (*Independent Samples T-Test*) analizi kullanılmıştır. Chi-square (ki kare) ve T-testi'nde anlamlılık düzeyi

$p=0.05$ 'e eşit ve daha küçük olanlar değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla corelasyon; yerel seçimlerde tercih edilmeye etkili olan faktörlerin önem düzeylerini belirlemek amacıyla da Aritmetik Ortalama (A.O.) analizi yapılmıştır.

Çalışmanın temel soruları şunlardır:

Soru 1: Üniversiteli seçmenler nezdinde Konya'daki en başarılı belediye hangisidir?

Soru 2: Üniversiteli seçmenlerin yerel seçimlerde oy kullanırken dikkate aldıkları en önemli faktörler nelerdir?

Soru 3: Yerel seçimler için oy kullanılırken dikkate alınan faktörler cinsiyete göre değişiklik gösterir mi?

4.BULGULAR VE YORUM

Üniversiteli seçmenlerin yerel yönetimler için oy verirken dikkate aldıkları kriterleri belirlemeyi hedefleyen bu çalışma, 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri öncesinde Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencisi seçmenler üzerinde yapılan anket verilerinden elde edilen sonuçları içermektedir. Elde edilen verilerin yorumlanması neticesinde bir sonuca varmak hedeflendiğinden katılımcıların özellikleri ve anket sorularına vermiş oldukları cevaplar değerlendirmeye tabi tutulmaktadır

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların özelliklerine ilişkin betimleyici istatistik sonuçları aşağıda sıralanmıştır: Araştırmaya katılanların yaş dağılımı verilerine bakıldığında (N=455), katılımcıların yüzde 12.1'i 18-20 yaş aralığında, yüzde 74.5'i 21-23 yaş aralığında, yüzde 11.9'u 24-26 yaş aralığında, yüzde 0.9'u 27-29 yaş aralığında, yüzde 0.7'si de 30 ve üzeri yaş grubunda yer aldıkları görülmektedir.

Katılımcıların cinsiyet dağılımı oranlarına bakıldığında, araştırmaya katılanların (N=455) cinsiyet bakımından yüzde 46.6'sı kadın, yüzde 53.4'ü erkektir. Elde edilen bu oranlar cinsiyet bakımından karşılaştırmanın yapılabileceği bir düzeyi göstermektedir.

Eğitim durumu açısından katılımcıların (N=455) yüzde 38.9'u ikinci sınıf olduklarını ifade ederken; yüzde 36.3'ü üçüncü sınıf ve yüzde 24.8'i de dördüncü sınıf olduklarını belirtmişlerdir. Ortaya çıkan oranlara bakıldığında katılımcıların eğitim açısından dengeli bir dağılıma sahip oldukları görülmektedir.

Araştırma sorularındaki cevaplarda katılımcıların (N=455) aylık ortalama gelirlerine ilişkin betimleyici istatistik sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların yüzde 13.2'sinin 300 TL'den az, yüzde 42.9'unun 301-600 TL arası, yüzde 22.4'ünün 601-900 TL arası, yüzde 10.3'ünün 901-1200 TL arası, yüzde 3.7'sinin 1201-1500 TL arası ve yüzde 7.5'inin de 1501 TL ve üzerinde gelire sahip oldukları görülmektedir. Ortaya çıkan bu sonuçlar katılımcıların çoğunluğunun (%56.1'inin) alt gelir gurubuna sahip olduklarını göstermektedir.

4.2. Konya'da En Başarılı Belediye ve Memnuniyet Sıklığı

Üniversite öğrencisi seçmenlerin Konya belediyelerinden hangisini en başarılı bulduklarını belirlemek amacıyla "Konya'nın en başarılı belediyesi sizce hangisidir?" sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya; katılımcıların yüzde 20.7'si cevap vermezken, yüzde 48.8'i Selçuklu Belediyesi'ni, yüzde 20.0'si Büyük Şehir Belediyesi'ni, yüzde 8.8'i Meram Belediyesi'ni ve yüzde 1.8'i de Karatay Belediyesi'ni en başarılı belediye bulduklarını belirtmişlerdir. Elde edilen cevaplara göre üniversiteli seçmenler nezdinde Konya Belediyeleri içerisinde en başarılı belediyenin (%48.8) Selçuklu Belediyesi olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Konya'nın en başarılı belediyesi.

	Frekans	Yüzde
Cevapsız	94	20,7
Büyük Şehir Belediyesi	91	20,0
Selçuklu Belediyesi	222	48,8
Karatay Belediyesi	8	1,8
Meram Belediyesi	40	8,8
Toplam	455	100,0

Konya belediyelerini memnuniyet açısından değerlendirmeleri istendiğinde Büyük Şehir Belediyesi için katılımcıların yüzde 5.1'i değerlendirmede bulunmamışlar; yüzde 6.6'sı "hiç memnun değilim", yüzde 10.3'ü "memnun değilim", yüzde 28.4'ü "biraz memnunum", yüzde 29.7'si "memnunum", yüzde 20.0'si de "çok memnunum" cevabını vermişlerdir. Elde edilen cevaplara bakıldığında üniversiteli seçmenlerin büyük çoğunluğunun (%78.1'i) çeşitli düzeylerde olmak kaydıyla Konya Büyük Şehir Belediyesi'nden memnun oldukları görülmektedir.

Tablo 2: Büyük Şehir Belediyesi'nden memnuniyet düzeyi

	Frekans	Yüzde
Cevapsız	23	5,1

Hiç memnun değilim	30	6,6
Memnun değilim	47	10,3
Biraz memnunum	129	28,4
Memnunum	135	29,7
Çok memnunum	91	20,0
Toplam	455	100,0

Büyük Şehir Belediyesi'nden hizmet alan seçmenlerin eğitim düzeyiyle memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymak açısından Chi-square analizi yapılmıştır. Yapılan analize ilişkin tabloya bakıldığında eğitim düzeyiyle "Biraz Memnunum" diyenler ile "Memnunum" diyenlerde anlamlı ilişkinin varlığı ortaya çıkmaktadır ($p \leq .05$). Buna göre Konya Büyük Şehir Belediyesi'nden hizmet alan üniversiteli seçmenlerin eğitim düzeyi yükseldikçe "Biraz memnunum" diyenlerle "Memnunum" diyenlerin oranı düşmektedir. "Biraz memnunum" diyenlerin %48.1'i ikinci sınıf, %35.7'si üçüncü sınıf, %16.3'ü de dördüncü sınıf; "Memnunum" diyenlerin %37.0'si ikinci sınıf, %32.6'sı üçüncü sınıf, %30.4'ü dördüncü sınıf öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmanın verilerine göre, üniversiteli seçmenlerde eğitim seviyesi yükseldikçe Konya Büyük Şehir Belediyesi'nden "Biraz memnun" olanlarla "Memnun" olanların oranı düşmektedir.

Tablo 3: Eğitim durumuna göre Konya Büyük Şehir Belediyesi'nden memnuniyet düzeyi.

Eğitim Düzeyi	Büyük Şehir Belediyesi						Toplam
	Cevapsız	Hiç Memnun Değilim	Memnun Değilim	Biraz Memnunum	Memnunum	Çok Memnunum	
2. Sınıf	7	9	16	62	50	33	177
	4,0%	5,1%	9,0%	35,0%	28,2%	18,6%	100,0%
	30,4%	30,0%	34,0%	48,1%	37,0%	36,3%	38,9%
3. Sınıf	12	18	22	46	44	23	165
	7,3%	10,9%	13,3%	27,9%	26,7%	13,9%	100,0%
	52,2%	60,0%	46,8%	35,7%	32,6%	25,3%	36,3%
4. Sınıf	4	3	9	21	41	35	113
	3,5%	2,7%	8,0%	18,6%	36,3%	31,0%	100,0%
	17,4%	10,0%	19,1%	16,3%	30,4%	38,5%	24,8%

Toplam	23	30	47	129	135	91	455
	5,1%	6,6%	10,3%	28,4%	29,7%	20,0%	100,0%
Toplam Yüzde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

($X^2=31.694$; s.d=10; p=0.000)

Memnuniyet açısından değerlendirmeleri istendiğinde Selçuklu Belediyesi için ise, katılımcıların yüzde 4.0'ü değerlendirmede bulunmamışlar; yüzde 4.2'si "hiç memnun değilim", yüzde 5.7'si "memnun değilim", yüzde 22.0'si "biraz memnunum", yüzde 32.5'i "memnunum", yüzde 31.6'sı da "çok memnunum" cevabını vermişlerdir. Elde edilen cevaplar, Selçuklu Belediyesi'nden hizmet alan üniversiteli seçmenlerin büyük çoğunluğunun (%86.1'i) çok büyük oranda memnun olduklarını göstermektedir.

Tablo 4: Selçuklu Belediyesi

	Frekans	Yüzde
Cevapsız	18	4,0
Hiç memnun değilim	19	4,2
Memnun değilim	26	5,7
Biraz memnunum	100	22,0
Memnunum	148	32,5
Çok memnunum	144	31,6
Toplam	455	100,0

Selçuklu Belediyesi'nden hizmet alan seçmenlerin eğitim düzeyiyle memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığına bakıldığında eğitim düzeyiyle "Memnunum" diyenler ile "Çok Memnunum" diyenlerde anlamlı ilişkinin varlığı ortaya çıkmaktadır ($p \leq .05$). Buna göre Selçuklu Belediyesi'nden hizmet alan üniversiteli seçmenlerin eğitim düzeyi yükseldikçe "Memnunum" diyenlerin oranı düşmekte; "Çok Memnunum" diyenlerin oranı artmaktadır. "Memnunum" diyenlerin %49.3'ü ikinci sınıf, %29.1'i üçüncü sınıf, %21.6'ı da dördüncü sınıf; "Çok Memnunum" diyenlerin %25.7'si ikinci sınıf, %34.0'ü üçüncü sınıf, %40.3'ü dördüncü sınıf öğrencilerden oluşmaktadır. Ortaya çıkan verilere göre, Selçuklu Belediyesi'nden hizmet alan üniversiteli seçmenlerin eğitim seviyesi yükseldikçe "Çok Memnuniyet" oranı artmakta, hatta zirve yapmaktadır denilebilir.

Tablo 5: Eğitim durumuna göre Selçuklu Belediyesi'nden memnuniyet düzeyi.

Eğitim Düzeyi	Selçuklu Belediyesi						Toplam
	Cevapsız	Hiç Memnun Değilim	Memnun Değilim	Biraz Memnunum	Memnunum	Çok Memnunum	
2. Sınıf	7	7	10	43	73	37	177
	4,0%	4,0%	5,6%	24,3%	41,2%	20,9%	100,0%
	38,9%	36,8%	38,5%	43,0%	49,3%	25,7%	38,9%
3. Sınıf	9	10	11	43	43	49	165
	5,5%	6,1%	6,7%	26,1%	26,1%	29,7%	100,0%
	50,0%	52,6%	42,3%	43,0%	29,1%	34,0%	36,3%
4. Sınıf	2	2	5	14	32	58	113
	1,8%	1,8%	4,4%	12,4%	28,3%	51,3%	100,0%
	11,1%	10,5%	19,2%	14,0%	21,6%	40,3%	24,8%
Toplam	18	19	26	100	148	144	455
	4,0%	4,2%	5,7%	22,0%	32,5%	31,6%	100,0%
Toplam Yüzde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

($\chi^2=39,647$; s.d=10; p=0.000)

Karatay Belediyesi'ni memnuniyet açısından değerlendirmeleri istendiğinde, katılımcıların yüzde 9.5'i değerlendirmede bulunmamışlar; yüzde 13.0'ü "hiç memnun değilim", yüzde 24.8'i "memnun değilim", yüzde 34.7'si "biraz memnunum", yüzde 13.2'si "memnunum", yüzde 4.8'i de "çok memnunum" cevabını vermişlerdir. Elde edilen cevaplara bakıldığında Karatay Belediyesi'nden hizmet alan üniversiteli seçmenlerin yarısından biraz fazlası (%52.7'si), çeşitli düzeylerde olmak kaydıyla memnun olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 6: Karatay Belediyesi

	Frekans	Yüzde
Cevapsız	43	9,5
Hiç memnun değilim	59	13,0
Memnun değilim	113	24,8
Biraz memnunum	158	34,7
Memnunum	60	13,2
Çok memnunum	22	4,8
Toplam	455	100,0

Karatay Belediyesi hakkında değerlendirmede bulunan seçmenlerin eğitim düzeyiyle memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığına bakıldığında eğitim düzeyiyle “Memnun Değilim” diyenler ile “Biraz Memnunum” diyenlerde anlamlı ilişkinin varlığı ortaya çıkmaktadır ($p \leq .05$). Buna göre Karatay Belediyesi hakkında fikir beyan eden üniversiteli seçmenlerin eğitim düzeyi yükseldikçe “Memnunum Değilim” ve “Biraz Memnunum” diyenlerin oranı düşmektedir. “Memnun Değilim” diyenlerin %37.2’si ikinci sınıf, %33.6’sı üçüncü sınıf, %29.2’si de dördüncü sınıf; “Biraz Memnunum” diyenlerin %44.9’u ikinci sınıf, %28.5’i üçüncü sınıf, %26.6’sı dördüncü sınıf öğrencilerden oluşmaktadır. Ortaya çıkan verilere göre, Karatay Belediyesi’nden hizmet alan üniversiteli seçmenlerin eğitim seviyesi yükseldikçe “memnun olmayanların” ve “biraz memnun olanların” oranı düşmektedir.

Tablo 7: Eğitim durumuna göre Karatay Belediyesi’nden memnuniyet düzeyi.

Eğitim Düzeyi	Karatay Belediyesi						Toplam
	Cevapsız	Hiç Memnun Değilim	Memnun Değilim	Biraz Memnunum	Memnunum	Çok Memnunum	
2. Sınıf	15	15	42	71	26	8	177
	8,5%	8,5%	23,7%	40,1%	14,7%	4,5%	100,0%
	34,9%	25,4%	37,2%	44,9%	43,3%	36,4%	38,9%
3. Sınıf	21	36	38	45	17	8	165
	12,7%	21,8%	23,0%	27,3%	10,3%	4,8%	100,0%

	48,8%	61,0%	33,6%	28,5%	28,3%	36,4%	36,3%
4. Sınıf	7	8	33	42	17	6	113
	6,2%	7,1%	29,2%	37,2%	15,0%	5,3%	100,0%
	16,3%	13,6%	29,2%	26,6%	28,3%	27,3%	24,8%
Toplam	43	59	113	158	60	22	455
	9,5%	13,0%	24,8%	34,7%	13,2%	4,8%	100,0%
Toplam Yüzde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

($\chi^2=26,278$; s.d=10; p=0.003)

Meram Belediyesi'ni memnuniyet açısından değerlendirmeleri istendiğinde ise, katılımcıların yüzde 8.8'i değerlendirmede bulunmamışlar; yüzde 7.9'u "hiç memnun değilim", yüzde 12.7'si "memnun değilim", yüzde 32.3'ü "biraz memnunum", yüzde 25.5'i "memnunum", yüzde 12.7'si de "çok memnunum" cevabını vermişlerdir. Elde edilen cevaplara bakıldığında Meram Belediyesi'nden hizmet alan üniversiteli seçmenlerin önemli çoğunluğu (%70.5'i), çeşitli düzeylerde olmak kaydıyla memnun olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 8: Meram Belediyesi

	Frekans	Yüzde
Cevapsız	40	8,8
Hiç memnun değilim	36	7,9
Memnun değilim	58	12,7
Biraz memnunum	147	32,3
Memnunum	116	25,5
Çok memnunum	58	12,7
Toplam	455	100,0

Meram Belediyesi hakkında değerlendirmede bulunan seçmenlerin eğitim düzeyiyle memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığına bakıldığında ise, eğitim düzeyiyle memnuniyet düzeyi arasında anlamlı ilişki ortaya çıkmamaktadır ($p > .05$); bu nedenle değerlendirmeye tabi tutulmamıştır.

Katılımcıların yaşı ve aylık geliri gibi bağımsız değişkenleri ile en başarılı bulunan belediye arasında da anlamlı ilişkinin varlığını ortaya koymak için

Chi-square testi; cinsiyetle memnuniyet düzeyi arasındaki ilişkinin varlığını ortaya koymak için de bağımsız örneklem T-testi yapılmıştır. Ancak anlamlı bir ilişkinin varlığına rastlanmadığı için ($p > .05$) değerlendirmeye tabi tutulmamıştır.

4.3.Yerel Seçimlerde Oy Vermeyi Etkileyen Faktörler

Seçmenlerin yerel seçimler için oy kullanmasında veya tercih yapmasında etkili olan faktörlerin neler olduğuyula ilgili yapılan araştırmada farklı sekiz faktör ortaya çıkmaktadır. Bunlar; Lider Faktörü, Parti Faktörü, İdeoloji Faktörü, Aday Faktörü, Proje Faktörü, Gündem Faktörü, Alınan Hizmetler Faktörü ve Kampanya Faktörü şeklinde sıralanmaktadır. Her birisi ayrı ayrı alt ayıtlardan oluşan bu faktörlerin seçmenler tarafından ne kadar önemsendiğini, tercih yapmada ne kadar dikkate alındığını ortaya koymak amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ise üniversite öğrencisi seçmenler nezdinde üç faktörün etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunların birincisi “Proje, Gündem ve Hizmet Faktörü”, ikincisi “Kampanya Faktörü”, üçüncüsü de “Parti, Lider Faktörü” dür (Bkz. Tablo 9).

“Proje, Gündem ve Hizmet Faktörü” içerisinde seçmenlerce en önemli görülen ve birinci sırada değerlendirilen özellik, adayın “Alt yapı çalışmalarına önem vermesi” gelmektedir. Onu sırasıyla adayın, “Trafik düzenlemelerine önem vermesi” ve “Vatandaşın istek ve şikâyetlerinden haberdar olması” takip etmektedir. Bu faktör içerisinde en az önemli görülen iki özellik ise; “Projelerinin yeniliği ve yaratıcılığı” ile “Sosyal tesisler yaptırması” olarak sıralanmaktadır.

“Kampanya Faktörü” içerisinde önemli görülen özelliklerin en başında ise, “Kampanya için afişler bastırılması” gelmektedir. Sonra sırasıyla “Kampanya süresince seçim büroları açılması” ve “Adayların kampanya boyunca TV programlarına katılması” takip etmektedir. Bu faktör içerisinde en az önemli görülen iki özellik ise; “Adayın ve partinin internet ve sosyal medyayı kullanması” ile “Seçim kampanyasında dikkat çekici müzik kullanması” şeklinde sıralanmaktadır.

“Parti, Lider Faktörü” içerisinde ise, önemli görülen özelliklerin en başında “Partinin logosu” ilk sırayı alırken; onu sırasıyla “Partinin ismi” ve “Partinin kullandığı renkleri” takip etmektedir. Bu faktör içerisinde en az önemli görülen iki özellik ise; “Genel Başkanın yaşı” ve “Genel Başkanın görüntüsü” şeklinde sıralanmaktadır.

Ortaya çıkan bu veriler üniversiteli seçmenlerden oy alabilmek için yerel seçimlerde aday olacakların Alt yapı çalışmalarına, Trafik düzenlemelerine

önem verdiğini vurgulaması; Kampanya için afişler bastırması, Seçim büroları açması ve Partinin logosu ile Partinin ismini sık sık kullanması gerektiğini göstermektedir.

Tablo 9: Yerel seçimlerde oy kullanan seçmenlerin dikkate aldığı özelliklerin önem düzeyi

	Component		
	1	2	3
Alt yapı çalışmalarına önem vermesi	,790		
Trafik düzenlemelerine önem vermesi	,786		
Vatandaşın istek ve şikâyetlerinden haberdar olması	,767		
Vatandaşın istek ve beklentileri doğrultusunda hizmet üretmesi	,738		
Temizlik hizmetlerine önem vermesi	,730		
Projelerinin hayati kolaylaştırması	,705		
İmar ve çevre düzenlemesine önem vermesi	,704		
Sportif etkinliklere destek vermesi	,700		
Projelerinin uygulanabilirliği	,698		
Projelerinin yarar sağlayacak niteliklerde olması	,693		
Projelerinin katma değer yaratacak nitelikte olması	,687		
Önceki yönetimlerden daha iyi hizmet sunacak olması	,675		
Kültürel etkinliklere destek vermesi	,674		
Projelerinin gelişmeci olması	,664		
Toplu ulaşım önem vermesi	,618		
Projelerinin yeniliği ve yaratıcılığı	,589		
Sosyal tesisler yaptırması	,567		
Kampanya için afişler bastırılması		,775	
Kampanya süresince seçim büroları açılması		,755	
Adayların kampanya boyunca TV programlarına katılması		,744	
Adayın kampanya sürecinde Araç konvoyları düzenlemesi		,723	
Adayın ev ve kahvehane toplantılar düzenlemesi		,680	
Adayın kampanya sürecinde mitingler düzenlemesi		,661	
Adayın, esnaf ve pazar yeri ziyaretlerinde bulunması		,658	
Adayın kampanya sürecinde seçmenlere telefon açması		,644	
Adayın ve partinin internet ve sosyal medyayı kullanması		,633	
Seçim kampanyasında dikkat çekici müzik kullanılması		,564	
Partinin logosu			,833
Partinin ismi			,753
Partinin kullandığı renkleri			,749
Partinin amblemi			,731
Partinin müziği			,671
Partinin el işaretleri			,605
Parti teşkilatlarının dizaynı (Mescit, kafeterya vb.)			,597

Partinin teknolojik araç gereç kullanımı			,425
Genel Başkanın karizması			,420
Genel Başkanın konuşma şekli			,417
Genel Başkanın yaşı			,405
Genel Başkanın görüntüsü			,388

Seçmenlerin cinsiyetleri ile oy kullanırken önemsedikleri özellik değişkenlerine verdikleri önem bakımından farklılaşmaları ortaya koymak amacıyla bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Elde edilen verilere göre seçmenlerin "Parti, Lider Faktörü" değişkenine verdikleri önem bakımından cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma vardır ($t= 3.24$, $p \leq .05$). Bu değişkene, kadınlar (A.O.= 3.47) erkeklere (A.O.= 3.24) göre daha fazla önem atfetmektedirler.

Öte yandan yerel seçimlerde oy kullanırken önemsenen değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini tanımlamak açısından korelasyon analizi yapılmıştır. Bu analizin sonuçları incelendiğinde "proje, hizmet faktörü" ile "kampanya faktörü" ve "parti lider faktörü" arasında pozitif yönde zayıf ilişki yaşandığı dikkat çekmektedir ($r= .233$, $r= .203$, $p < .01$). Bir başka anlatımla yerel seçimlerde proje, hizmet faktörüne önem veren seçmenler aynı zamanda kampanya faktörüne ve parti lider faktörüne de önem vermektedirler. Yani proje hizmet faktörüne önem veren seçmenler partilerin ve adayların kampanyaları ile partinin ve liderin özelliklerini de önemsemektedirler.

Yerel seçimlerde oy kullanmada önemsenen faktörlerin değerlendirmesinde "kampanya faktörü" değişkenine önem veren katılımcılar, pozitif yönde zayıf düzeyde "proje hizmet faktörü" değişkenine ($r= .233$, $p < .01$); pozitif yönde orta düzeyde de "parti, lider faktörü" değişkenine önem atfetmektedirler ($r= .424$, $p < .01$). Yani "kampanya faktörü" değişkenine önem veren katılımcılar partilerin ve adayların proje ve hizmetleri ile partinin ve parti liderinin özelliklerini de oy verme tercihinde önemli görmektedirler.

Diğer taraftan yine yerel seçimlerde oy kullanmada önemsenen faktörlerin değerlendirmesinde "parti lider faktörü" ne önem veren seçmenler pozitif yönde zayıf düzeyde "proje hizmet faktörü" ne ($r= .203$, $p < .01$) ve pozitif yönde orta düzeyde "kampanya faktörüne" de önem vermektedirler ($r= .424$, $p < .01$) (Bkz. Tablo 10).

Tablo 10: Oy kullanırken önemsenen faktörler arasındaki ilişkinin düzeyi.

		ProjeHizmet Faktors	KampanyaFaktors	PartiLiderFaktors
Proje Hizmet Faktors	Pearson Correlation	1	,233(**)	,203(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	455	455	455
Kampanya Faktors	Pearson Correlation	,233(**)	1	,424(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	455	455	455
Parti Lider Faktors	Pearson Correlation	,203(**)	,424(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	455	455	455

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4.4. Yerel Seçimlerde Oy Vermeye Etki Eden Unsurların Önem Düzeyleri

Seçmenlerin yerel yöneticilerini seçerken oy verme tercihlerine etki eden bir takım unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar adayın kişilik yapısıyla ilgili olabildiği gibi, aday olduğu partisi, ortaya koymuş olduğu projeleri, yürütmüş olduğu kampanyası gibi çok çeşitli değişkenleri kapsayabilmektedir. Ancak bunların bazıları seçmenlerce çok daha fazla önemsenirken bazıları daha az düzeyde önemsenmektedir. Aşağıda tablo 11’de seçmenlerin düşüncelerine göre oy vermeye etki eden maddeler önem düzeylerine göre aritmetik ortalamaları alınarak sıralanmıştır. Buna göre seçmenlerin en fazla önemsendiği ilk on maddenin ilk sırasını, adayın “Vatandaşın istek ve beklentileri doğrultusunda hizmet üretmesi” (A.O.= 4,6527) alırken; sonra önemliden önemsiz doğru sırasıyla “Projelerinin yarar sağlayacak niteliklerde olması” (A.O.= 4,6396), “Vatandaşın istek ve şikayetlerinden haberdar olması” (A.O.= 4,6352), “Genel Başkanın liderlik özellikleri” (A.O.= 4,6286), “Yerel gündemle ilgili olması”(A.O.= 4,6000), “Önceki yönetimlerden daha iyi hizmet sunacak olması” (A.O.= 4,5934), “Projelerinin uygulanabilirliği” (A.O.= 4,5692), “Projelerinin hayatı kolaylaştırması” (A.O.= 4,5648), “Projelerinin katma değer yaratacak nitelikte olması” (A.O.= 4,5407) ve “Genel Başkanın konuşma şekli” (A.O.= 4,5385) almaktadır.

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin görüşlerini yansıtan bu ortalamalar, yerel seçimlerde oy kullanılırken, adayı tercih etmeyi etkileyen en önemli özelliğin “vatandaşın istek ve beklentileri doğrultusunda hizmet üretmek” olduğunu ortaya koyarken; bundan sonraki önemli unsurlar gittikçe azalan ölçüde; yarar sağlayacak projeler, vatandaşın istek ve şikâyetlerinden haberdar olmak, genel başkanın liderlik özellikleri, yerel gündemle ilgili olmak, önceki yönetimlerden daha iyi hizmet sunacak olmak, projelerinin uygulanabilir olması, projelerinin hayatı kolaylaştırması, projelerinin katma değer yaratacak niteliklerde olması ve oy verilecek partinin genel başkanın hitabetinin iyi olması gibi özellikler oluşturmaktadır.

Seçmenlerin oy vermede en az önemsedikleri on madde önem düzeylerine göre aritmetik ortalamaları alınarak sıralanmıştır. Buna göre seçmenlerin en az önemsedikleri “Partinin amblemi” (A.O.= 2,7275) maddesidir. Ondan sonra en önemsizden önemliye doğru olmak kaydıyla sırasıyla; “Adayın tanındık olması” (A.O.= 2,8813), “Adayın kampanya sürecinde seçmenlere telefon açması” (A.O.= 2,9209), “Partinin logosu” (A.O.=2,9319), “Adayın kampanya sürecinde araç konvoyları düzenlemesi” (A.O.= 2,9363), “Parti teşkilatlarının dizaynı (Mescit, kafeterya vb.)” (A.O.= 2,9912), “Adayın etnik kökeni” (A.O.= 3,0505), “Partinin müziği” (A.O.= 3,0813), “Partinin el işaretleri” (A.O.= 3,0923) ve “Genel Başkanın yaşı” (A.O.=3,1648) yer almaktadır.

Buna göre siyasi partilerin hemen her yerel seçimde ısrarla üstünde durdukları ve seçim sürecinde en ön şartlardan birisi olarak gördükleri; partinin amblemi, adayın tanındık olması, adayın kampanya sürecinde seçmenlere telefon açması, partinin logosu, adayın kampanya sürecinde araç konvoyları düzenlemesi etkinliklerinin aslında seçmenlerce sanıldığı gibi pek de önemsenen özellikler olmadıkları görülmektedir.

Tablo 11: Oy Vermeye Etki Eden Unsurların Önem Düzeyleri

Maddeler	A.Ort.	S.Sap.	Min.	Max.
1 Vatandaşın istek ve beklentileri doğrultusunda hizmet üretmesi	4,6527	,58078	1	5
2 Projelerinin yarar sağlayacak niteliklerde olması	4,6396	,59159	1	5
3 Vatandaşın istek ve şikâyetlerinden haberdar olması	4,6352	,64254	1	5
4 Genel Başkanın liderlik özellikleri	4,6286	,71212	1	5
5 Yerel gündemle ilgili olması	4,6000	,63524	1	5
6 Önceki yönetimlerden daha iyi hizmet sunacak olması	4,5934	,66667	1	5
7 Projelerinin uygulanabilirliği	4,5692	,63933	1	5

8	Projelerinin hayati kolaylaştırması	4,5648	,62938	1	5
9	Projelerinin katma değer yaratacak nitelikte olması	4,5407	,70710	1	5
10	Genel Başkanın konuşma şekli	4,5385	,76123	1	5
11	Alt yapı çalışmalarına önem vermesi	4,5297	,68230	1	5
12	Projelerinin gelişmeci olması	4,5209	,69223	1	5
13	Trafik düzenlemelerine önem vermesi	4,5099	,66655	1	5
14	Temizlik hizmetlerine önem vermesi	4,4835	,69869	1	5
15	Projelerinin yeniliği ve yaratıcılığı	4,4791	,75611	1	5
16	Kültürel etkinliklere destek vermesi	4,4659	,70120	1	5
17	Ülke gündemiyle ilgili olması	4,4593	,75238	1	5
18	Genel Başkanın eğitimi	4,4549	,85105	1	5
19	İmar ve çevre düzenlemesine önem vermesi	4,4418	,71208	1	5
20	Adayın eğitimli olması	4,4176	,79461	1	5
21	Toplu ulaşımına önem vermesi	4,4110	,74524	1	5
22	Genel Başkanın ikna kabiliyeti	4,3912	,81339	1	5
23	Sportif etkinliklere destek vermesi	4,3692	,78247	1	5
24	Yerel yönetimler gündemini takip etmesi	4,3582	,70337	1	5
25	Genel Başkanın devlet (yönetim) tecrübesi	4,3495	,93091	1	5
26	Sosyal tesisler yaptırması	4,2989	,82279	1	5
27	Adayın liderlik özellikleri	4,2945	,92271	1	5
28	Adayın konuşması	4,2308	,87648	1	5
29	Dünya gündemiyle ilgili olması	4,2198	,83695	1	5
30	İdeolojisinin demokratlığı	4,1055	,96290	1	5
31	Adayın devlet (yönetim) tecrübesi	4,0879	1,02231	1	5
32	Adayın ve partinin internet ve sosyal medyayı kullanması	3,9780	1,05965	1	5
33	Adayın kampanya sürecinde mitingler düzenlemesi	3,9165	1,00091	1	5
34	Adayın, esnaf ve pazar yeri ziyaretlerinde bulunması	3,8593	1,12735	1	5
35	Partinin teknolojik araç gereç kullanımı	3,8044	1,12402	1	5
36	İdeolojisinin sosyalistliği	3,7934	1,10523	1	5
37	İdeolojisinin milliyetçiliği	3,7846	1,18442	1	5
38	İdeolojisinin liberalliği	3,7626	1,05192	1	5
39	Adayın görüntüsü	3,7385	1,12626	1	5
40	Genel Başkanın görüntüsü	3,7209	1,25543	1	5
41	Genel Başkanın karizması	3,7121	1,19035	1	5
42	Adayın karizmatik olması	3,6901	1,24994	1	5
43	Adayların kampanya boyunca TV programlarına katılması	3,6615	1,19827	1	5
44	Adayın parti değiştirmemiş olması	3,5187	1,27116	1	5
45	Kampanya için afişler bastırılması	3,4440	1,23310	1	5
46	Adayın ev ve kahvehane toplantıları düzenlemesi	3,3912	1,21696	1	5

47	Kampanya süresince seçim büroları açılması	3,3341	1,22314	1	5
48	Partinin ismi	3,2703	1,27993	1	5
49	Seçim kampanyasında dikkat çekici müzik kullanılması	3,2154	1,31820	1	5
50	Adayın yaşı	3,1956	1,17386	1	5
51	Partinin kullandığı renkleri	3,1868	1,28625	1	5
52	İdeolojisinin muhafazakarlığı (dindarlığı)	3,1692	1,37470	1	5
53	Genel Başkanın yaşı	3,1648	1,20994	1	5
54	Partinin el işaretleri	3,0923	1,32256	1	5
55	Partinin müziği	3,0813	1,27323	1	5
56	Adayın etnik kökeni	3,0505	1,42340	1	5
57	Parti teşkilatlarının dizaynı (Mescit, kafeterya vb.)	2,9912	1,24345	1	5
58	Adayın kampanya sürecinde araç konvoyları düzenlemesi	2,9363	1,28970	1	5
59	Partinin logosu	2,9319	1,27574	1	5
60	Adayın kampanya sürecinde seçmenlere telefon açması	2,9209	1,34815	1	5
61	Adayın tanındık olması	2,8813	1,31711	1	5
62	Partinin amblemi	2,7275	1,32263	1	5

SONUÇ

Kendi gelecekleriyle ilgili kararların alınmasında söz sahibi olacak yöneticileri seçmek için oy kullanan seçmenler, farklı kriterleri göz önünde bulundurarak bu eylemi gerçekleştirmektedirler. Kimisi partiyi, kimisi lideri, kimisi kampanyayı, kimisi de proje ve gündem konularını dikkate almaktadırlar. Özellikle, eğitimli seçmenlerin yerel seçimlerde, bunlardan hangilerini daha fazla önemsediklerini, dolayısıyla oy vermede dikkate aldıklarını bilmek hem siyasi partilere hem de siyasi adaylara ve kampanyacılar büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Yapılacak propaganda çalışmalarında ve adayların tanıtım çalışmalarında hangi konuları daha fazla ön plana çıkarmaları gerektiği hususunda fikirler vermektedir. Bu amaçla, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri üzerine yapılan alan araştırmasının sonuçlarında ilginç ve önemli bulgulara ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılan deneklerin ifadeleriyle ortaya çıkan bulgulara göre;

- Selçuklu Belediyesi, Konya'nın en başarılı belediyesidir. Onu, azalan düzeyde sırasıyla Konya Büyük Şehir Belediyesi, Meram Belediyesi ve Karatay Belediyesi takip etmektedir.

- Selçuklu Belediyesi, Konya'daki deneklerin en memnun oldukları belediyedir. Onu, azalan düzeyde sırasıyla Büyük Şehir Belediyesi, Meram Belediyesi ve en altta da Karatay Belediyesi takip etmektedir.

Deneklerde eğitim seviyesi yükseldikçe de;

-Konya Büyük Şehir Belediyesi'nden "Biraz memnun" olanlarla "Memnun" olanların;

-Karatay Belediyesi'nden "Memnun Olmayanların" ve "Biraz Memnun" olanların oranı düşmekte;

-Selçuklu Belediyesi'nden "Çok Memnun" olanların oranı ise, artmaktadır.

-Üniversiteli seçmenler yerel seçimler için oy kullanırken birinciye "Proje, Gündem ve Hizmet Faktörü", ikinciye "Kampanya Faktörü", üçüncüye de "Parti, Lider Faktörü" nü dikkate almaktadırlar. Yani seçmenlerin ilgisini çekmek, oylarını alabilmek için aday ve partilerin kampanyalarında en fazla; şehrin alt yapı çalışmalarına, trafik düzenlemelerine önem verdiklerini; vatandaşın istek ve şikâyetlerinden haberdar olduklarını belirtmeleri gerekmektedir. Ayrıca seçim kampanyası için afişler bastırmaları, seçim büroları açmaları, TV programlarına katılmaları, partinin logosunu, partinin ismini ve partinin kurumsal renklerini kullanmaları da gerekmektedir. Seçmenlerin oy vermede en az önemsedikleri özellikler ise, adayın "Projelerinin yeniliği ve yaratıcılığı", "Sosyal tesisler yaptırması", "Adayın ve partinin internet ve sosyal medyayı kullanması", "Seçim kampanyasında dikkat çekici müzik kullanması", Genel Başkanın yaşı" ve "Genel Başkanın görüntüsü" özellikleridir. Kampanya boyunca bu özelliklerin ana gündem konusu yapılması ise, seçmenleri etkileme hususunda istenen sonucun gerçekleşmesine yetmeyecek bir durum oluşturacaktır.

-Parti ve lider faktörü, oy kullanan kadınlar tarafından daha fazla dikkate alınmaktadır. Yani, seçmenlerin cinsiyetleri, oy kullanılırken bazı faktörlerin önemsenmesinde belirleyici olmaktadır.

- Oy kullanmada "proje, hizmet faktörüne" önem veren seçmenler, aynı zamanda "kampanya faktörüne" ve "parti, lider faktörüne" de önem vermektedirler.

- Oy kullanmada "kampanya faktörü" nü önemli gören seçmenler, partilerin ve adayların proje ve hizmetleri ile partinin ve parti liderinin özelliklerini de önemli görmektedirler.

- Oy kullanmada "parti, lider faktörü" nü önemli gören seçmenler, pozitif yönde zayıf düzeyde "proje hizmet faktörüne" ve pozitif yönde orta düzeyde "kampanya faktörüne" de önem vermektedirler.

Araştırma sonucunda ortaya çıkan bu veriler, araştırmamızın temel sorularına da cevap oluşturmaktadır.

Birinci soruda “Üniversiteli seçmenler nezdinde Konya’daki en başarılı belediye hangisidir?” sorusuna karşılık cevap olarak; Üniversiteli seçmenler nezdinde Konya’daki en başarılı belediye Selçuklu Belediyesidir.

İkinci Soruda “Üniversiteli seçmenlerin yerel seçimlerde oy kullanırken dikkate aldıkları en önemli faktörler nelerdir?” sorusuna karşılık cevap olarak; Üniversiteli seçmenlerin yerel seçimler için oy kullanırken dikkate aldıkları en önemli faktörler “Proje, Gündem ve Hizmet Faktörü”, “Kampanya Faktörü” ve “Parti, Lider Faktörü” dür.

Üçüncü Soruda “Yerel seçimler için oy kullanılırken dikkate alınan faktörler cinsiyete göre değişiklik gösterir mi?” sorusuna karşılık cevap olarak; evet oy kullanırken “Parti, Lider Faktörü” kadınlar tarafından erkeklere göre daha fazla önemsenmektedir. Yani oy kullanılırken, parti ve lider, kadınlar tarafından daha fazla dikkate alınmaktadır.

KAYNAKÇA

- AKGÜN, B. (2002). *Türkiye’de Seçmen Davranışı, Partiler Sistemi ve Siyasal Güven*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- ALİEFENDİOĞLU, Y. (2005). “Temsili Demokrasinin ‘Seçim’ Ayağı”, *TBB Dergisi*, S.60, s.71-96.
- BOİNEY, J. and PALETZ, D.L. (1991). “In Search of the Model: Political Science Versus Political Advertising Perspectives on Voter Decision Making”, F Biocca (ed), *Television and Political Advertising*, Vol. 1: Psychological Processes, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, pp. 3-25.
- CAMPBELL A. ve ARK (1976). *The American Voter*, Chicago: The University of Chicago Press.
- DAMLAPINAR, Z. ve BALCI, Ş. (2005). “Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen Etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan Araştırması”, *Seçuk İletişim*, C.4, S.1, s.58-79.
- DEMİR, F. (1998). *Demokrasilerde Hükümet Sistemleri ve Başkanlık Hükümeti Rejimi*, İzmir: EĞİAD Yayını.
- DURŞUN, D. (2004). *Siyaset Bilimi*, İstanbul: Beta Yayını.
- ERDOĞAN, M. (2001). *Anayasal Demokrasi*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- GÜLLÜPUNAR, H., Diker, E. ve Aslan, E.S. (2013). “Oy Verme Yaklaşımları Bağlamında Aday Merkezli Seçmen Tercih Üzerine Deneysel Bir Araştırma”, *Akademik Bakış Dergisi*, <http://www.akademikbakis.org>, S.35, Nisan 2013, s.1-21
- HARROP, M. and MILLER, W.L. (1987). *Elections and Voters: A Comparative Introduction*, London: MacMillan Education Ltd..
- KAHRAMAN, L. ve EVRE, B. (2008). “Türkiye’deki Siyasi Parti Programlarında ‘Demokrasi’ Kavramlaştırmaları: Karşılaştırmalı Perspektifle AKP ve CHP Örnek Olayı”, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C.9, S.1, s.63-80.
- KALENDER, A. (2005). *Siyasal İletişim: Seçmenler ve İkna Stratejileri*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- KAPANİ, M. (1988). *Politika Bilimine Giriş*, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- ÖZDEMİR, G. (2013). “Farklılıkların Kesiştiği Coğrafyalar İçin Bir Öneri: Radikal Demokrasi”, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi*, C.20, S.1, s.73-93.
- ÖZEN, A. ve YONTAR, İ.G. (2009). “Katılımcı Demokrasi Anlayışında Bütçeleme: Katılımcı Bütçeleme” *Maliye Dergisi*, S. 156, Ocak-Haziran 2009, s.280-293.
- TURAN, E. (2013). *Siyaset Bilimine Giriş*, Konya: Palet Yayınları.
- Yazarı Yok (1982). *Türkiye Cumhuriyeti Anayasası*.
- YOZGAT, F. ve ZABUN, S. (2009). “Seçim Sistemleri ve Uygulamaları”, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C.10, S.2, s.73-91.