

TÜRKİYE'DE SEÇMEN DAVRANIŞININ BOYUTLARI: ETKİ ALANLARI EKSENİNDEKİ ÖRÜNTÜLER VE İLİŞKİSELLİKLER

Dimensions of Voter Behavior in Turkey: Patterns and Relationalities
in the Axis of the Areas of Influence

H. İbrahim Kılıç*

Geliş Tarihi / Received :22 Şubat 2023

Kabul Tarihi / Accepted : 9 Şubat 2024

Kılıç, H. İbrahim (2024) "Türkiye'de Seçmen Davranışının Boyutları: Etki Alanları Eksenindeki Örüntüler ve İlişkiselilikler", Eğitim Bilim Toplum Dergisi, Cilt 21, Sayı 84, (Güz 2023) ss: 54-87

54

Öz

1960'lı yıllardan günümüze dek farklı araştırmaların ortaya koyduğu gibi seçmen davranışı incelemeleri, seçmen davranışı üzerinde farklı toplumsal, psikolojik, ekonomik etmen ve süreçlerin etkisini tartışmıştır. Toplumsal boyutlarıyla girift bir yapıya sahip olan seçmen davranışı, tek bir etmeden çok zamana bağlı olarak farklı kaynakların bir arada etkisiyle inşa olmaktadır. Dini inanç, hayat tarzı, etnik kimlik, aile görüşleri, ekonomik durum ve siyasal değerlerin seçmen davranışı üzerindeki etkilerinin incelendiği bu çalışma Türkiye'de seçmen davranışlarının farklı etki alanlarının kesişiminde belirlendiğini öne sürmektedir. Araştırma kapsamında yapılan faktör analizi, seçmen davranışının iki boyutu olduğunu ortaya koymaktadır. Bu boyutların biri din, aile ve etnik kimliğin rolü ile oluşurken, bir diğer boyutu hayat tarzı, siyasal değerler ve ekonomik durumun rolü ile oluşmaktadır. Buna karşın, toplumsal uzamda farklı sosyodemografik kümeler ile oy verme davranışları arasında ilişkisellikler ve örüntüler de mevcuttur. Çoklu mütakabiliyet analizi, toplumsal gruplar ile seçmen davranışı türleri arasında geçişkenlikler ve örüntüler olduğunu kanıtlamaktadır. Bu bağlamda, Türkiye yetişkin nüfusu temsiliyetine sahip olan bu araştırma, seçmen davranışının kolektif bir eylem olduğunu ve farklı toplumsal grupların etkisiyle inşa edildiğini öne sürmektedir.

Anahtar Sözcükler: Seçmen davranışı, siyasal katılma, Columbia ekolü, seçim, ilişkisellik, çoklu mütakabiliyet analizi

* Dr., İstanbul Üniversitesi, kilichibrahim@gmail.com, Orcid Numarası: 0000-0003-2042-5981
Dr., Istanbul University, kilichibrahim@gmail.com, Orcid Number: 0000-0003-2042-5981

Abstract:

Voter behavior studies have discussed the effects of different social, psychological, economic factors and processes on voter behavior, as revealed by different studies from the 1960s to the present. Voter behavior, which has an intricate structure with its social dimensions, is constructed by the combined effect of different sources depending on time rather than a single factor. This study, which examines the effects of religious belief, lifestyle, ethnic identity, family views, economic situation, and political values on voter behavior, argues that voter behavior in Turkey is determined at the intersection of different areas of influence. Factor analysis conducted within the scope of the research reveals that voter behavior has two dimensions. While one of these dimensions is formed by the role of religion, family and ethnic identity, the other dimension is formed by the role of lifestyle, political values and economic situation. On the other hand, there are relationships and patterns between different socio-demographic clusters and voting behaviors in the social space. Multiple correspondence analysis proves that there are transitions and patterns between social groups and types of voter behavior. In this context, this research, which is representative of the adult population of Turkey, argues that voter behavior is a collective action and is constructed by the influence of different social groups.

Key Words: Voting behavior, political participation, Columbia school, election, relationality, multiple correspondence analysis

Giriş

Temsili demokrasilerde siyasal meşruiyetin kaynaklarından biri olan seçimlere katılmalarıyla “seçmen” kimliğini edinen yurttaşların, seçim sürecinde nasıl bir tavır alacağı ve bu tavrın hangi faktörlerle belirleneceği siyaset biliminin en temel tartışmaları arasında yer almaktadır. Siyaset bilimi literatürü, toplumsal gruplar ve psikolojik bağlılığın etkileri ile ekonomik güdülerini, bu davranışın en temel kaynakları arasında saymaktadır. Sosyolojik olarak seçmen davranışının en çok hangi kaynaklar ve etki alanlarıyla belirlendiği ise şüphesiz toplumdan topluma, kültürden kültüre değişmektedir. Türkiye’de 1960’lı yıllardan bu yana yapılan seçmen davranışı araştırmaları, eğitim, sosyo-ekonomik statü, din, etnisite ve ideolojik yönelim gibi belli başlı faktörlerin seçmen davranışlarını belirleyen etmenler olduğunu tartışmıştır. Bununla birlikte, seçmen davranışının farklı sosyo-demografik etmenlere bağlı olarak değişmekle beraber farklı etki alanlarının ortak etki ve ağırlığıyla belirlenip, bir örüntü biçiminde geliştiği de öne sürülebilir.

Bu çalışma, Türkiye’de seçmen davranışlarını belirleyen etki alanları ve bu etki alanlarının boyutları ile ortaya çıkan örüntüleri çözümlemeyi amaçlamaktadır. Çalışmayla seçmen davranışı literatüründeki ilişkisel çözümleme çalışmalarına bir katkı gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir. Araştırmada, KONDA Araştırma’nın Barometre siyasal ve toplumsal araştırma serisinin Kasım’21 ayı verisine başvurulmuştur. 3738 kişiyle yüz yüze görüşülerek gerçekleştiren araştırmanın veri seti ile Türkiye’de seçmen

davranışı eğilimlerinin birbirinden nasıl ayrıştıkları incelenmiştir. Seçmen davranışı eğilimleri, KONDA Kasım’21 Barometresi’nde altı yargı ile likert ölçeğinde ölçülmüştür. Seçmen davranışlarını belirleyen etki alanlarını ifade eden bu yargılar şu şekildedir:

- Dini inancım oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.
- Hayat tarzım oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.
- Etnik kimliğim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.
- Hanemin ekonomik durumu oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.
- Siyasal değerlerim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.
- Ailemin görüşleri hangi partiye oy vereceğim konusunda önemli bir etkiye sahip olacaktır.

Bu bağlamda, bu çalışmada Türkiye’de dini inanç, hayat tarzı, etnik kimlik, ekonomik durum, siyasal değerler ve aile görüşlerinin seçmen davranışları üzerindeki belirleyici etkisi araştırılmıştır. KONDA’nın niceliksel araştırma tasarımında yer alan ön kabullerinin din, hayat tarzı, etnik kimlik ve aile görüşlerinin sosyolojik oy verme davranışını, ekonomik durumun ekonomik oy verme davranışını, siyasal değerlerinse ideolojik yönelimi yansıtması bakımından sosyo-psikolojik oy verme davranışını temsil ettiği yönünde olduğu düşünülebilir. Çalışmanın metodolojik temelini faktör analizi oluşturmaktadır. Faktör analizi ile iki boyuta indirgenen seçmen davranışı eğilimleri, bağımsız örneklem t-testi ile cinsiyet ve etnik kimlik değişkenleri üzerinden; varyans analizi (ANOVA) ile yaş, eğitim seviyesi, yerleşim türü, ekonomik sınıflar, dindarlık, hayat tarzı kümesi ve siyasi parti tercihleri değişkenleri üzerinden incelenmiştir. Bu değişkenlerin seçmen davranışları üzerindeki ayrıştırıcı potansiyelinin incelenmesinin ardından faktör analizi sonucu elde edilen iki faktörün temel alındığı bir kümeleme analizi gerçekleştirilmiştir. Kümeleme analizi sonucunda da seçmen davranışlarını modelleyen iki küme elde edilmiş ve bu kümelerin birbirinden nasıl ayrıştıkları araştırmada kullanılan dokuz değişken üzerinden frekans analizi ile incelenmiştir. Son olarak, araştırmada kullanılan dokuz değişken ile birlikte seçmen davranışı kümeleri ve oy tercihlerinde belirleyici olarak görülen kimlikler, mütekalibiyet analizi (multiple correspondence analysis - MCA) ile incelenerek, seçmen davranışı eğilimlerinin toplumsal uzamda birbirinden uzaklıkları, benzerlik ve farklılık eğilimleri incelenmiştir.

SEÇMEN DAVRANIŞI VE SEÇMEN DAVRANIŞI MODELLERİ

Bir siyasal katılma biçimi olan seçmen davranışı türlerinden oy verme davranışı, alışlagelmiş siyasal katılma biçimlerinden biridir (Almond, 1974: 59). Seçmenler, oy kullanma yoluyla destekledikleri siyasi partilerin iktidar olmasını sağlamaktadırlar. Öyle ki tarihsel süreç içinde verilen mücadeleler, iktidarı belirleyecek olan yetkinin halka verilmesiyle, halkı siyasal meşruiyetin kaynağı olarak tanımlamıştır (Sartori, 1996: 31). Temsili demokrasilerde bunun yolu ise seçimler ve genel oy hakkı olmaktadır.

Seçimlerde oy verecekleri partiyi belirleme süreçleri bakımından seçmenlerin davranışlarını belirleyen faktörler ise ağırlıklı olarak ampirik araştırmalar yoluyla tartışılmıştır. Seçmen davranışı literatüründe yer alan çalışmaların ilk örneklerinden biri, seçmenlerin sandığa gidip gitmemelerini belirleyen etmenler arasında hükümetin politikalarının etkisini sayarken (Lipset ve Lazarsfeld, 1954: 362); oy verme tercihinin belirleyen faktörler arasındaysa toplumsal yapı ve süreçlerin bulunduğunu öne sürmüştür (Lipset ve Lazarsfeld, 1954: 362). Bununla birlikte siyaset bilimi literatüründe seçmen davranışlarıyla ilgili üç temel yaklaşım bulunmaktadır.

Seçmen davranışıyla ilgili yaklaşımların ilki Columbia Ekolü olarak da bilinen sosyolojik yaklaşım, ikincisi Michigan Ekolü ya da parti kimliği yaklaşımı olarak da bilinen sosyo-psikolojik yaklaşımdır. Üçüncü ve son olarak seçmen davranışı analizlerinde başvurulan bir yaklaşım da seçmenlerin yönelimindeki ekonomi-politik dinamikleri ele alan rasyonel tercih yaklaşımıdır. Sosyolojik yaklaşım, seçmen davranışı üzerinde toplumsal grupların etkisinin olduğunu öne sürerek, seçmen davranışını kolektif bir eylem olarak ele alırken, sosyo-psikolojik yaklaşım ile rasyonel tercih teorisi seçmen davranışını bireysel bir eylem olarak incelemektedir.

1940'lı yılların başında Columbia Üniversitesi'ndeki bir grup araştırmacının yaptığı çalışmalarla şekillenen sosyolojik yaklaşım, seçmen davranışlarının belirlenmesinde bireysel karar alma süreçleri yerine bu davranışların toplumsal gruplar içinde oluştuğunu öne sürmüştür. Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet'in 1940 yılında Ohio ve Erin Country'de gerçekleştirdiği araştırmalar, seçmenlerin oy verirken aile ve iş ortamı gibi toplumsal gruplarla birlikte hareket ettiğini göstermiştir (Lazarsfeld vd., 1948: 138-140). Lazarsfeld ve arkadaşlarının *The People's Choice* (Halkın Seçimi) adlı çalışmalarındaki saptamasına göre, toplumsal grupların etki ve baskısıyla belirlenen bireylerin siyasal eğilimleri üzerinde en etkili olan etmenler sosyo-ekonomik statü, din ve yerleşim yeridir. Bireyin toplumsal olarak politikleşmesi ve dahil olduğu toplumsal grupların

etkisiyle parti tercihini belirlemesi, seçmen davranışını bireysel bir tercihten çok bir grup deneyimi kılmaktadır (Lazarsfeld vd., 1948: 139-140). Berelson ve arkadaşlarının 1954 yılında yaptıkları bir başka araştırma da seçmenlerin oy verirken siyasal eğilimlerini belirleme süreçlerinde grup dinamikleri, sosyo-ekonomik statü, dinsel bağlılıklar, aile deneyimleri ve yerleşim yerinin etkisini göstermiştir. Tüm bu etmenler ile seçmenler siyasi eğilimlerini belirlemekte, bu eğilimler ile parti veya aday tercihlerinde bulunmaktadır (Berelson vd., 1954: 88-108). Çalışma ayrıca, ailenin seçmen davranışı üzerindeki etkisini incelerken eşler ve çocuklar ile ebeveynleri arasındaki eğilim benzerliklerini de ele alarak, parti tercihlerinin belirlenmesinde aile görüşlerinin büyük ölçüde belirleyici olduğunu saptamıştır (Berelson vd., 1954: 89-91,103). Seçmen davranışına dair sosyolojik çözümlemelerden biri de siyasal partilerin de ortaya çıkışını açıklamada kullanılan sosyal bölünme yaklaşımıdır. Seymour M. Lipset ve Stein Rokkan’ın çalışmaları, yerel ve fonksiyonel olmak üzere iki boyutlu bir sosyal bölünme saptamaktadır (Lipset ve Rokkan, 1967: 10). Buna göre, yerel eksenin iki ucunda merkez ve çevre bulunur ve çevrede merkezin baskıları karşısındaki dinsel azınlıklar ve kültürel tehdit altındaki topluluklar yer alırken, merkezde de ulusal elit içindeki iç çatışmalar yer alır. Sosyal bölünmenin fonksiyonel ekseninin özgül çıkar çatışmaları ucunda işçi-işveren, üretici-tüketici benzeri çatışmalar yer alırken, ideolojik çatışmalar ucunda biz-onlar ve dost-düşman gibi aidiyet unsurları ağır basan çatışmalar bulunur (Lipset ve Rokkan, 1967: 10-11).

Seçmen davranışında bireysel güdülerin rolüne ağırlık veren yaklaşımlarsa sosyo-psikolojik yaklaşım ile rasyonel tercih teorisidir. Parti kimliği yaklaşımı olarak da bilenen sosyo-psikolojik yaklaşım, seçmen davranışında seçmenlerin oy verdikleri parti ile kurdukları bağlılık ilişkisine vurgu yapmaktadır. Campbell ve arkadaşlarının *The American Voter* (Amerikan Seçmeni) adlı çalışmasında, seçmenlerin oy tercihinin aile ve arkadaş ortamı gibi referans grupların etkisiyle belirledikleri, parti aidiyeti duygularını bu ortamlarda geliştirdikleri ve sandığa gittiklerinde bu güdüyle oy kullandıkları saptanmıştır. Partizanlık bağının oy tercihinde belirleyici olduğu bu modelde, bireylerin bir partiye olan bağlılıklarını sosyalleşme süreci içinde geliştirdikleri ve uzun süre boyunca aynı partiye bağlı kaldıkları kabul edilmektedir. Campbell ve arkadaşları ABD’de 1948 ve 1952 seçimlerine ilişkin seçmen davranışı incelemelerinde meslek, din, etnisite ve diğer sosyal karakteristiklerin iki seçim arasındaki oy verme davranışlarında çok az etkili değişimler yarattığını öne sürmüştür. Bunun yerine etkili olan partizanlık bağıyla bağlılıklardır (Campbell vd., 1980: 65). Sosyo-psikolojik yaklaşımda partiye ilişkin kimliklenmenin oy tercihine dönüşmesi siyasal eğilimlerin belirlenmesi, grup çıkarlarının gözetilmesi ve

adaya ilişkin tutumların belirlenmesi süreçleriyle gerçekleşmektedir (Evans, 2004: 26). Rasyonel tercih teorisi de seçmen davranışını bireysel bir eylem olarak görse de bu davranışı toplumsal grupların etkisi ve sosyalleşme dinamiklerinin dışında ele almaktadır. Bu bakımdan rasyonel tercih teorisine göre oy verme davranışı, bireylerin kendi çıkarını gözettiği rasyonel bir eylemdir (Heywood, 2015: 275). Antony Downs'un 1957 yılında yayınladığı *An Economic Theory of Democracy* (Demokrasinin Ekonomik Teorisi) adlı çalışmasıyla temellenen rasyonel seçmen davranışı yaklaşımı, seçmenlerin kendisine diğer bütün partilerden daha fazla fayda sağlayacağına inandığı partiye oy verdikleri yaklaşımını öne sürmüştür (Downs, 1957: 36). Bu bağlamda Downs, seçmenlerin bir seçimde kendi çıkarlarını gözeterek oy verme alternatiflerini modellemiştir. Buna göre, çok partili siyasal sistemlerde seçmenler, son seçimde oy verdikleri partinin yeniden seçilme şansının olması halinde yeniden o partiye oy verme eğiliminde olurlar. Destekledikleri partinin kazanma şansı az ise bir başka partinin kazanmasını engellemek için stratejik oy kullanabilirler. Seçmenlerin uzun vadeli düşündükleri durumlarda da destekledikleri partinin kazanma şansının az olması halinde de gelecek seçimlerde alternatifleri geliştirmek adına yine aynı partiye oy verme ihtimalleri bulunmaktadır (Downs, 1957: 49-50). Downs siyasal partilerin politikalarının seçmen davranışına göre belirlendiğini modellediği bir uzamsal yaklaşım da geliştirmiştir. Bu yaklaşıma göre iki partili sistemlerde, seçmenlerin politik spektrumdaki pozisyonlanmaları ve seçmenlerin spektrumdaki yığılmalarına göre partiler arası rekabet ve ideolojik yakınsamalar oluşmaktadır (Downs, 1957: 115-116). Uzamsal yaklaşım, politik spektrumda seçmenlerin eşit bir biçimde yayılması, medyan noktada yığılması, iki uç noktada yığılması gibi varsayımlara göre siyasal partilerin daha fazla sayıda seçmeni kazanmaları için spektrumdaki hareket yönünü, dolayısıyla parti politikalarını belirlediklerini öne sürmektedir (Downs, 1957: 117-122). Bu yaklaşıma göre seçmenlerin politik spektrumda eşit bir biçimde yayılması halinde partiler orta noktaya doğru hareket ederek en yüksek sayıda seçmene ulaşmayı amaçlarken ideolojik olarak yakınsamaktadırlar. Seçmenlerin spektrumun iki uç noktasında kutuplaştığı durumlardaysa partiler buldukları konumu korumakta ve partiler arası ideolojik farklar da derinleşmektedir.

Türkiye'de seçmen davranışlarını ele alan çalışmaların büyük bir kısmı da ampirik çalışmalardan elde edilen bulgularla seçmen davranışlarının kaynaklarını ve eğilimlerini saptamaya çalışmıştır. Türkçe siyasal davranış literatürünün ilk örneklerinden olan Nermin Abadan'ın çalışmaları, seçmen davranışlarındaki sosyolojik örüntüleri çözümlemeyi amaçlamıştır. Abadan'ın 1965 seçimlerinin ardından yaptığı araştırmalar, oy verme davranışında gelir

durumunun en önemli belirleyici etmen olduğunu göstermiştir (Abadan, 1965; Abadan ve Yücekök, 1966). Benzer şekilde Muzaffer Sencer’in araştırması da oy verme davranışında sosyo-ekonomik statülerin belirleyiciliğini kanıtlamıştır (Sencer, 1974). Literatürün bir diğer ilk örneklerinden olan Deniz Baykal’ın *Siyasal Katılma* adlı çalışması ise oy verme davranışında eğitim düzeyinin etkisine dikkat çekmiş (Baykal, 1970: 53); aynı zamanda seçmen davranışında en önemli belirleyici etmenin kır ve kent yerleşimleri ayrımında eğitim, meslek, gelir düzeyi ve kitle iletişim araçlarına erişim olduğunu saptamıştır (Baykal, 1970: 66). Ergun Özbudun ise 1975 yılında yayınlanan *Türkiye’de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma* adlı çalışmasında, seçmen davranışında kentleşmenin önemini vurgulamıştır. Özbudun’un araştırmalarının bulgusuna göre, kentleşmeyle birlikte cemaat temelli siyasal katılma eğiliminin azalmasına karşın, sınıf ve yurttaşlık temelinde ulusal siyasal katılımın oranı yükselmektedir (Özbudun, 1975: 11). Baykal’ın saptamasına benzer olarak Özbudun da kentleşmenin kitle iletişim araçlarına erişimi kolaylaştırması ile siyasal bilinç düzeyi üzerindeki olumlu etkinin seçmen davranışını belirlediğini öne sürmüştür. Türkiye’de seçmen davranışının eğitim ve kentleşme ile ilişkisi Ersin Kalaycıoğlu’nun araştırmalarında da tartışılmıştır. Kalaycıoğlu da 1980’li yıllardan itibaren yaptığı çalışmalarda, gelir düzeyinin belirleyiciliğine dikkat çekerek, alt gelir grubunda yer alan kişilerin ekonomik oy verme davranışı eğilimlerine vurgu yapmıştır (Kalaycıoğlu, 1983: 125). Yılmaz Esmer ise seçmen davranışındaki farklı bir davranış türünü mercek altına alarak protesto oyu verme davranışını incelemiş, geniş halk kesimlerinin elit kesimlerin pozisyonlarına karşı tepkisel bir eylem olarak protesto oya yönelebileceğini belirtmiştir (Esmer, 2002). Ali Çarkoğlu ve Gamze Avcı’nın araştırması ise Türkiye’de seçmen davranışında merkez-çevre ayrımının etkili olduğunu ve sistem karşıtı partiler ile ana akım siyasi partilerin oy potansiyellerinin coğrafi ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeylerine göre farklılaştığını öne sürmüştür. (Çarkoğlu ve Avcı, 2002). Türkiye’de seçmen davranışını ele alan pek çok çalışmada yukarıda bahsedilen sosyal bölünme yaklaşımının izine rastlamak mümkündür. İlk olarak Şerif Mardin’in 1973 tarihli makalesinde tartışılan Türkiye toplumundaki sosyal bölünmeler, Osmanlı’nın ilk dönemindeki kentliler-göçebeler bölünmesinden Cumhuriyet döneminde bürokrasi-yerel güçler bölünmesine dek sürmüştür; merkez yerel güçleri çağdaşlaşma projesi karşısında bir engel olarak görmüştür (Mardin, 1973: 170-182). Seçmen davranış çalışmalarındaki coğrafi, sosyo-ekonomik ve kentleşmenin belirleyici etkisine işaret eden çalışmaların da temel olarak sosyal bölünme okumasını benimsediğine dikkat çekilmelidir.

Seçmen davranışı konusunda yakın dönemde yapılmış çalışmalar da ampirik bulgular ışığında oy verme davranışının kaynakları üzerine tartışmalar yürütmüştür. Örneğin, oy verme davranışı üzerinde ailenin etkisini araştıran Aydın ve Özbek (2004), aile kurumunun bireylerin siyasi parti tercihlerinde belirleyici bir rol oynadığını öne sürmüştür. Bu çalışmalardan biri de 2002, 2007 ve 2011 seçimleri döneminde yapılan saha çalışmalarına dayanılarak Ali Çarkoğlu (2012) tarafından kaleme alınmıştır. Çarkoğlu (2012), seçmen davranışının konjonktüre bağlı olarak değiştiğini öne sürerken, ideolojik ve ekonomik güdülerin farklı seçim dönemlerinde oy verme davranışında öne geçebileceğini savunmuştur. Temizel (2012) ise seçmenlerin oy verme tercihlerinde rasyonel kararların daha öncelikli olduğunu, din ve kültürün ekonomik problemleri çözeceğine inanılan partiye oy vermeyi tercih etmede geri planda kaldığını öne sürmektedir. Güllüpunar ve arkadaşları (2013) da seçmen davranışında parti kimliğinin önemli olduğunu ancak parti kimliği edinmenin ideolojik güdülerden çok ekonomik nedenlerle temellendiğini öne sürmüştür. Başarır'a (2016) göre de ekonomik oy verme davranışı, psikolojik ve sosyolojik gerekçelerin önüne geçerek, rasyonel karar almayı oy tercihinde geçerli kılmaktadır. Bu çalışmalar dışında kalan bazı araştırmalar da oy verme davranışını, kır-kent dinamikleri bağlamında yerleşim yerleri ve başta gençler olmak üzere kuşaklar arası oy verme dinamikleri bakımından ele almıştır (Kayaoğlu, 2017; Burak vd., 2019; Yıldırım, 2020).

Son yıllarda Türkiye’de seçmen davranışını ele alan çalışmalar genellikle bu davranışın ekonomik ve din, aile ve kültür gibi kurumların etkileri bakımından sosyolojik boyutlarını ele almış, seçmen davranışını tek boyutlu olarak incelemiştir. Oysa seçmen davranışı birden fazla kaynaktan etkilendiği gibi, bu kaynaklar seçmen davranışında örüntüler ortaya çıkarmakta, bu örüntüler toplumsal gruplarla da etkileşime girmektedir. Bu çalışma, seçmen davranışını ele alan diğer çalışmalardan farklı olarak seçmen davranışının birden fazla etki alanının ilişkiselliklerini incelerken, toplumsal gruplar arasındaki bu ilişkiselliklerin nasıl örüntüler ortaya çıkardığını da ele almaktadır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Türkiye’de seçmen davranışı eğilimlerinin incelendiği bu çalışmada, KONDA Kasım’21 Barometresi verilerine başvurulmuştur. KONDA’nın 6-7 Kasım 2021 tarihlerinde gerçekleştirdiği saha araştırması, 15 yaş üstü yetişkin Türkiye nüfusunu temsil etmekte olup, 12 bölgenin esas alındığı bir örnekleme dayanmaktadır. “Araştırma kapsamında, 31 ilin merkez dahil 116 ilçesine bağlı 198 mahalle ve köyünde 3738 kişiyle hanelerinde yaş ve cinsiyet

kotası uygulanarak yüz yüze görüşülmüştür. Araştırmanın bulgularının hata payı, yüzde 95 güven aralığında +/- 1,7, yüzde 99 güven aralığında yüzde +/- 2,3’tür” (KONDA, 2021).

Seçmen davranışı eğilimlerini çözümlenmeyi hedefleyen sorular, bir soru seti ile katılımcılara “1-kesinlikle yanlış, 2-yanlış, 3-ne doğru ne yanlış, 4-doğru, 5-kesinlikle doğru” şeklindeki likert ölçeğinde yöneltilmiştir. Bu çalışmada altı ifade üzerinden gerçekleştirilen korelasyon, faktör ve kümeleme analizleri ile seçmen davranışlarındaki eğilimler birbirinden ayrıştırılmıştır. Faktör analizinin ardından seçmen davranışı eğilimleri, ortaya çıkan iki faktörünün cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, yerleşim türü, ekonomik sınıflar, etnik kimlik, dindarlık durumu, hayat tarzı ve siyasi parti tercihleri kategorileriyle girdiği ilişkiyi saptamak amacıyla bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir. Ardından faktör analizinin ayrıştırdığı iki faktörün temel alındığı bir kümeleme analizi gerçekleştirilmiş ve iki kümenin özellikleri de frekans analiziyle incelenmiştir. Son aşamada ise seçmen davranışı kümeleri ile oy tercihinde öncelikli görülen kimlikler, analizde kullanılan dokuz değişken ile birlikte çoklu müteakabiliyet analizi ile incelenmiştir. Bu analiz, seçmen davranışı örüntülerini değerlendirmede önemli bulgular ve çıkarımlar sağlamaktadır.

İstatistikte faktör analizi, bir grup değişken arasındaki ilişkiyi korelasyonları üzerinden ayrıştırıp, faktör olarak adlandırılan daha az sayıdaki değişkene indirgemeyi amaçlayan bir analiz yöntemidir. Bir boyut indirgeme yöntemi olan faktör analizi, faktörleştirme sürecinde faktörleri azaltmayı, faktörler arasındaki ilişkisizliği sağlamayı ve faktörleri anlamlı kılmayı hedeflemektedir (Tabachnick ve Fidell, 2001: 660-664). Bu anlamda faktör analizi, az sayıda değişken üzerinden anlamlı örüntüler bulmayı hedeflemektedir. Çok sayıda değişkeni daha az sayıda değişkene indirgeme sürecini ifade eden faktörleştirmede sıklıkla kullanılan yöntemlerin başında temel bileşenler analizi (PCA) gelmektedir. Bu çalışmada da başvurulan bu yöntem, veri setinde yer alan değişkenlerin kombinasyonuna dayanarak yeni değişkenler yaratmaya yönelik bir boyut indirgeme tekniği olup, veri setindeki değişkenlerin özelliklerini koruyabilen bir istatistiksel analiz yöntemidir. Analiz sonucunda oluşan temel bileşenler, mevcut değişkenlerin doğrusal bir bileşimidir. Birbirinden bağımsız olarak türetilen temel bileşenler birbirleriyle ilişkisizdir ve faktör analizi modelleri ve kümeleme analizi için kullanışlı boyut ve eksenler üretmektedir.

Kümeleme analizi ise birbirine benzerliği yüksek düzeyde olan değişkenleri aralarındaki uzaklıklar en az olacak şekilde, birbirinden farklı olan değişkenleri de aralarındaki uzaklıklar en fazla olacak şekilde kümeler oluşturulmasını amaçlamaktadır. Kümeleme analizi sonucu kaç kümenin elde edileceği ise verinin birbirine olan benzerliğinin büyüklüğüne göre belirlenmektedir. Bu çalışmada başvurulan hiyerarşik olmayan kümeleme tekniklerinden biri olan k-ortalama kümeleme analizi ise n adet veri nesnesinden oluşan bir veri kümesini önceden belirlenen küme adedine bölümlenmeyen bir algoritmaya dayanmaktadır. İlk kez 1967’de Mc Quenn tarafından kullanılan bu algoritma, kümelemenin sürekli olarak yenilediği ve en uygunun bulunmasına dek devam ettiği döngüsel bir algoritmaya dayanmaktadır. Bu algoritma ile küme içi benzerliklerin maksimum olması, kümeler arası benzerliklerin ise minimum düzeye indirilmesi sağlanmaktadır (Silahtaroglu, 2013).

Çalışmada seçmen davranışlarının bir örüntü olarak incelenmesi, kümeler ve oy tercihlerindeki önceliklerin sosyo-demografik kümelerle olan ilişkiselliklerinin çözümlenmesindeyse çoklu mütakabiliyet analizine başvurulmuştur. Çoklu mütakabiliyet analizi, analize dahil edilen değişkenlerin çok boyutlu bir düzlemde birbirleriyle olan ilişkilerini değerlendirmeye imkân tanımaktadır. Çoklu mütakabiliyet analizinde değişkenler, bağımlı ve bağımsız değişkenler olarak ayrıştırılmazlar ve bu da yöntemi bir tümevarım yöntemi olarak tanımlar (Le Roux and Rouanet, 2004). Analizde bağımlı ve bağımsız değişken ayırımına gidilmez; ele alınan değişken ve kategorilerin birbirlerine olan uzaklıkları ve dolayısıyla ilişkisellikleri ile örüntüleri açığa çıkarılır. Pierre Bourdieu’nün ifadeleriyle, bu analiz yönteminde tekil ilişkilerin ötesinde ilişkiler sisteminin bütünü kavranmaktadır:

“Sosyal olgular, bağımlı ve bağımsız değişken olarak kategorize edilerek analiz edildiğinde, ‘cinsiyet, yaş, din, hatta eğitim seviyesi, gelir, meslek gibi bağımsız değişken denilen değişkenlerle, bağımlı bir değişken arasındaki tekil ilişkiler, bu türden özel bağıntılarda saptanmış olan etkilerin özgün gücü ve biçiminin asıl ilkesini oluşturan ilişkiler sistemi bütününe gizlemeye meyillidir. Bağımsız değişkenlerin en bağımsız bile, şu veya bu görüş ve pratikle sürdürdüğü ilişki içinde gizliden gizliye varlığını sürdüren bütün bir istatistiki ilişki ağını’ saklamaktadır” (Bourdieu, 2015: 160).

Değişkenlerin koordinat düzleme yerleştiği çoklu mütakabiliyet analizinde, her biri bir koordinata yerleşen değişkenlerin birbirine yakınlaşması, iki değişken arasındaki ilişkiyel gücü yansıtmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmanın da amacı, sosyo-demografik özellikler bakımından oy tercihlerinin etki

alanlarının birbirlerine olan yakınlık-uzaklık dinamikleri ile oluşan seçmen davranışı örüntülerini çözümlenmektedir. Çalışmada çözümlenmesi hedeflenen araştırma soruları şu şekildedir:

- 1.Türkiye’de seçmen davranışlarının belirlenmesinde dini inanç, hayat tarzı, etnik kimlik, ekonomik durum, siyasal değerler ve aile görüşlerinin etkisi ne düzeydedir? Bu etki alanlarının sosyo-demografik yapısı nasıl şekillenmektedir?
- 2.Seçmen davranışına dair etki alanları, Türkiye’de seçmen davranışlarını kaç boyuta indirgemektedir? Bu boyutların sosyo-demografik yapısı nasıl şekillenmektedir?
- 3.Seçmen davranışının boyutları arasındaki ilişki ne düzeydedir?

ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada seçmen davranışı eğilimleri ve örüntüleri incelenirken dokuz sosyo-demografik değişken ile analizler gerçekleştirilmiştir. Bu sosyo-demografik değişkenler cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, yerleşim türü, ekonomik sınıflar, etnik kimlik, dindarlık durumu, hayat tarzı kümesi ve siyasi parti tercihleridir. Tablo 1’de araştırma katılımcılarının söz konusu sosyo-demografik değişkenler bakımından özelliklerine yer verilmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların yaklaşık yarısı kadınlardan, yarısı erkeklerden oluşmaktadır. Katılımların %3,1’i 15-17 yaş, %17,1’i 18-32 yaş, %49,7’si 33-48 yaş, %21,7’si 49-64 yaş grubunda, %8,4’ü 65 yaş ve üzerinde yer almaktadır. Katılımcıların %46,3’ü lise altı eğitime sahipken, %31,6’sı lise, %22,1’i üniversite mezunudur. Katılımcıların %6,2’si kırsal kesimde yaşarken, %39,2’si kent merkezlerinde, %54,6’sı metropollerde yaşamaktadır. Araştırmanın katılımcılarının %18,9’u alt gelir grubuna, %29,9’u alt orta sınıfa, %31,3’ü yeni orta sınıfa, %19,9’u üst gelir grubuna mensuptur.¹ Araştırmaya katılanların %81,3’ü etnik kimliğini Türk olarak, %18,7’si Kürt olarak beyan etmektedir. Dindarlık durumları incelendiğinde, katılımcıların %2,7’sinin ateist, %3,5’inin inançsız, %35,4’ünün inançlı, %45,3’ünün dindar, %13,1’inin sofı olduğu gözlemlenmektedir.² Katılımcıların kendi beyanlarıyla dahil oldukları hayat tarzı kümeleri incelendiğindeyse %31,8’inin modern, %45,4’ünün geleneksel muhafazakâr, %22,7’sinin dindar muhafazakâr kümede yer aldığı görülmektedir.³ Son olarak, katılımcıların siyasi parti tercihleri yüzde 22,8’inin AKP, yüzde 18’inin CHP, yüzde 10’unun İyi Parti, yüzde 8,8’inin HDP, yüzde 6,8’inin MHP’yi tercih ettiğini ve yüzde 26,6’sının o tarihte kararsız olduğunu, yüzde 7’sinin de oy kullanmayacağını beyan ettiğini göstermektedir.

Tablo 1. Araştırma Katılımcılarına Dair Değişkenlerin Frekans Analizi

	Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	1875	49,3
Erkek	1926	50,7
Yaş		
15-17 yaş	119	3,1
18-32 yaş	650	17,1
33-48 yaş	1891	49,7
49-64 yaş	828	21,7
65+ yaş	319	8,4
Eğitim seviyesi		
Lise altı	1759	46,3
Lise	1200	31,6
Üniversite	840	22,1
Yerleşim türü		
Kır	238	6,2
Kent	1499	39,2
Metropol	2088	54,6
Ekonomik sınıflar		
Alt gelir	616	18,9
Alt orta sınıf	972	29,9
Yeni orta sınıf	1017	31,3
Üst gelir	648	19,9
Etnik kimlik		
Türk	2873	81,3
Kürt	662	18,7
Dindarlık durumu		
Ateist	103	2,7
İnançsız	131	3,5
İnançlı	1332	35,4
Dindar	1706	45,3
Sofu	493	13,1
Hayat tarzı kümesi		
Modern	1198	31,8
Geleneksel Muhafazakâr	1710	45,4
Dindar Muhafazakâr	855	22,7
Siyasi parti tercihleri		
AKP	830	22,8
CHP	654	18,0
İyi Parti	365	10,0
HDP	319	8,8
MHP	247	6,8
Kararsız	968	26,6
Oy kullanmaz	255	7,0

Tablo 2’de, seçmen davranışı eğilimlerini yansıtan eğilimlerin ölçüldüğü altı ifadenin frekans analizi bulgularına yer verilmektedir. Frekans analizi bulgularına göre,⁴ Türkiye yetişkin nüfusunu temsil eden araştırma katılımcılarının %31,8’i dini inancının, %61,8’i hayat tarzının, %36,6’sı etnik kimliğinin, %27,9’u ailesinin görüşlerinin, %61,6’sı hanesinin ekonomik durumunun, %64,7’si siyasi değerlerinin oy tercihinin temel belirleyicisi olduğunu söylemektedir.

Tablo 2. Seçmen Davranışı Sorularının Frekans Analizi Bulguları

	Frekans (N)	Yüzde (%)
Dini inancım oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.		
Kesinlikle yanlış	1010	27,2
Yanlış	923	24,9
Ne doğru ne yanlış	599	16,1
Doğru	807	21,7
Kesinlikle doğru	376	10,1
Hayat tarzım oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.		
Kesinlikle yanlış	224	6,1
Yanlış	438	11,9
Ne doğru ne yanlış	740	20,1
Doğru	1645	44,7
Kesinlikle doğru	630	17,1
Etnik kimliğim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.		
Kesinlikle yanlış	768	21,0
Yanlış	828	22,6
Ne doğru ne yanlış	726	19,8
Doğru	999	27,3
Kesinlikle doğru	339	9,3
Ailemin görüşleri hangi partiye oy vereceğim konusunda önemli bir etkiye sahip olacaktır.		
Kesinlikle yanlış	1116	30,3
Yanlış	952	25,9
Ne doğru ne yanlış	583	15,8
Doğru	781	21,2
Kesinlikle doğru	247	6,7
Hanemin ekonomik durumu oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.		
Kesinlikle yanlış	300	8,2
Yanlış	489	13,3
Ne doğru ne yanlış	620	16,9
Doğru	1449	39,4
Kesinlikle doğru	817	22,2
Siyasal değerlerim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.		
Kesinlikle yanlış	174	4,8
Yanlış	371	10,2
Ne doğru ne yanlış	745	20,4
Doğru	1573	43,1
Kesinlikle doğru	790	21,6
Oy tercihinizde hangi kimliğiniz daha belirleyicidir?		
Ekonomik durumum	1461	39,6
Siyasal değerlerim	892	24,2
Hayat tarzım	627	17,0
Dinim / Mezhebim	360	9,8
Etnik kimliğim	193	5,2
Ailemin görüşleri	159	4,3

Oy verme davranışlarını değerlendirebilmek adına araştırma katılımcılarına sorulan sorulardan biri de “Oy tercihinizde hangi kimliğiniz daha belirleyicidir?” sorusudur. Katılımcıların tek bir seçeneği seçerek, oy tercihlerindeki öncelikli kimliklerini belirttikleri bu soruya verilen yanıtlarda %39,6 oranıyla “ekonomik durumum” diyenler ilk sırada yer almaktadır. Bunu, %24,2 oranıyla “siyasal değerlerim”, %17 oranıyla “hayat tarzım”

yanıtlarını verenler izlemektedir. Altı tercih arasından “dinim / mezhebim” yanıtını seçenlerin oranı %9,8, “etnik kimliğim” diyenlerin oranı %5,2 düzeyindedir. Altı tercih arasında bir seçim yapmak durumunda olduklarında katılımcıların %4,3’ü “ailemin görüşleri” yanıtını vermektedir.

Seçmen davranışını tespit etmek amacıyla değerlendirilen altı ifade korelasyon analizi ile incelendiğinde, en yüksek düzeyde korelasyonun aile görüşleri ile dini inanca dair ifadeler ($r=.364, p<0.01$) arasında olduğu gözlemlenmektedir. Bir başka deyişle, katılımcılar aile görüşleri ile dini inanca dair yargılara aynı yönde yanıt verme eğilimi sergilemiştir. Bunu, etnik kimlik ve dini inanca dair yargılar arasındaki korelasyon takip etmektedir ($r=.351, p<0.01$). Aile görüşleri ve etnik kimliğe dair yargılar ($r=.328, p<0.01$); siyasal değerler ile hayat tarzına dair yargılar ($r=.326, p<0.01$) arasındaki korelasyon da nispeten yüksektir. Hanenin ekonomik durumunun oy tercihi üzerindeki etkisine dair yargı, diğer yargılarla daha düşük seviyede korelasyona girmektedir. Altı yargı arasında en az düzeyde ilişkili olan iki yargımsa dini inancın oy tercihi üzerindeki etkisi ile hanenin ekonomik durumunun oy tercihi üzerindeki etkisine dair yargılar arasında olduğu gözlemlenmektedir ($r=.010, p<0.01$).⁵

Tablo 3. Seçmen Davranışı Sorularının Korelasyon Analizi Bulguları (Pearson r)

	Dini inancım...	Ailemin görüşleri...	Etnik kimliğim...	Siyasal değerlerim...	Hayat tarzım...	Hanenin ekonomik durumu...
Dini inancım oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	1	.364	.351	.102	.186	.010
Ailemin görüşleri hangi partiye oy vereceğim konusunda önemli bir etkiye sahip olacaktır.	.364	1	.328	.064	.110	.144
Etnik kimliğim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	.351	.328	1	.165	.235	.075
Siyasal değerlerim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	.102	.064	.165	1	.326	.200
Hayat tarzım oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	.186	.110	.235	.326	1	.203
Hanenin ekonomik durumu oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	.010	.144	.075	.200	.203	1

$p<0.01$

Verilerin, faktör analizi için uygun olup olmadığı Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett küresellik testi ile incelenmiştir. SPSS uygulaması üzerinden yapılan analiz sonucunda KMO katsayısının 0.658 olduğu ve Bartlett testi sonucunun $p=0.00$ düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, veride yer alan seçmen davranışı ile ilgili soru setinin KMO katsayısı ve Bartlett küresellik testi bakımından faktör analizi uygulaması için yeterli düzeyde olduğu saptanmıştır. Varimax rotasyonlu matrisin dikkate alındığı faktör analizi sonucunda seçmen davranışı eğilimlerini yansıtan iki faktör tespit edilmiştir. Tablo 4’te görüldüğü üzere rotasyonlu bileşen matrisi, dini inanç, aile görüşleri ve etnik kimlik etkilerini bir faktör; siyasal değerler, hayat tarzı ve hanenin ekonomik durumu etkilerini bir diğer faktör olarak ayırmıştır. Buna göre, temel bileşenler analizi temel alınarak üretilen faktör analizi, deneklerin dini inanç, aile görüşleri ve etnik kimliğe dair yargılara yanıt verme eğilimi ile siyasal değerler, hayat tarzı ve ekonomik duruma dair yargılara yanıt verme eğilimi arasında benzerlik, bir diğer deyişle bu değişken grupları arasında korelasyon tespit etmektedir. Aşağıdaki tabloda da görüldüğü gibi altı siyasal davranış türü, faktör yükleri bakımından iki farklı faktör ile ilişkilendirilmektedir. Çalışma boyunca iki seçmen davranışı faktörü temel alınarak bu faktörlerin sosyo-demografik ve siyasal değişkenlere göre nasıl farklılaştığı incelenecektir.

Tablo 4. Faktör Analizi Matrisi

Seçmen Davranışı Faktörleri	1	2
Dini inancım oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	.784	
Ailemin görüşleri hangi partiye oy vereceğim konusunda önemli bir etkiye sahip olacaktır.	.743	
Etnik kimliğim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	.705	.202
Siyasal değerlerim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.		.750
Hayat tarzım oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	.219	.700
Hanemin ekonomik durumu oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.		.635

Aritmetik ortalaması 5 puan üzerinden 2,64 düzeyinde hesaplanan Faktör 1, seçmen davranışında dini inanç, aile görüşleri ve etnik kimliğin etkisine işaret etmektedir. 5’li likert ölçeğinde, 5 üzerinden 2,63 düzeyinde ölçülen “Dini inancım oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır” eğilimi Faktör 1’de faktör yükü en yüksek olan değişken olarak yer almaktadır. “Ailemin görüşleri hangi partiye oy vereceğim konusunda önemli bir etkiye sahip olacaktır” önermesini onaylama düzeyi ise $\bar{X}=2.48$ düzeyinde ölçülmektedir. Bu değer, seçmen davranışı soru seti içinde en az etkili olan seçmen davranışı türünü oluştururken, Faktör 1’i belirleyen etkili bir değişken olduğu gözlemlenmektedir (faktör yükü=0.743).

Aritmetik ortalaması 5 puan üzerinden 3,59 düzeyinde hesaplanan Faktör 2 ise seçmen davranışında siyasal değerler, hayat tarzı ve hanenin ekonomik durumunun etkisine işaret etmektedir. Bu faktörde, “Siyasal değerlerim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır” değişkeni ($\bar{X}=3,67$) faktör yükü en yüksek olan değişken olarak gözlemlenmektedir. Hayat tarzının ve hanesinin ekonomik durumunun oy tercihinin temel belirleyicisi olarak görme eğilimi de Türkiye yetişkin nüfusu içinde daha yüksek düzeydedir. Her iki eğilimin ortalama değeri de $\bar{X}=3.5$ düzeyinin üzerinde ölçülmektedir.

Tablo 5. Seçmen Davranışı ile İlgili Değişkenlere Yönelik Bulgular

Seçmen Davranışı Faktörleri	\bar{X}	SD	Faktör Yüğü
Faktör 1			
Dini inancım oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	2.63	1.349	.784
Ailemin görüşleri hangi partiye oy vereceğim konusunda önemli bir etkiye sahip olacaktır.	2.48	1.298	.743
Etnik kimliğim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	2.81	1.294	.705
Faktör 2			
Siyasal değerlerim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	3.67	1.069	.750
Hayat tarzım oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	3.55	1.093	.700
Hanemin ekonomik durumu oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	3.54	1.204	.635

Kadınlar ve erkeklerin seçmen davranışı eğilim farklarını ortaya koymak için bağımsız örneklem t-testi kullanılmıştır. Tablo 6’da görüldüğü gibi faktörler cinsiyet değişkeniyle anlamlı bir ilişkiye girmektedir. Faktör 1 için $t=1.977$, $p=0.048$; Faktör 2 için $t=-3.197$, $p=0.001$ düzeyindedir. Bu bağlamda, her iki faktörün ortaya çıkardığı seçmen davranışı eğiliminde de cinsiyetin ayrıştırıcı bir etkisi görülmektedir. Betimsel istatistik bulguları, Faktör 1’de kadınların ($\bar{X}= 2.67$), Faktör 2’de erkeklerin ($\bar{X}= 3.63$) etkisinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Dini inanç, aile ve etnik kimliğin belirleyici etkisinin ağırlıkta olduğu Faktör 1 erkeklere göre kadınların, siyasal değerler, hayat tarzı ve ekonomik durumun etkisinin ağırlıkta olduğu Faktör 2 ise kadınlara göre erkeklerin seçmen davranışında daha belirleyici etkiye sahip olmaktadır.

Tablo 6. Seçmen Davranışı Faktörlerinde Cinsiyete Göre Farklılıklar

	Cinsiyet	N	\bar{X}	SD	t	Sig.
Faktör 1	Kadın	1794	2.67	0.980	1.977	0.048
	Erkek	1826	2.61	0.993		
Faktör 2	Kadın	1778	3.55	0.787	-3.197	0.001
	Erkek	1807	3.63	0.787		

Yaş değişkeni ise seçmen davranışında belirleyici etki düzeyi olarak iki faktör arasında farklılaştırıcı bir etkiye sahiptir. Yaşın etkisi Faktör 1’de ayrıştırıcı bir etki gösterirken ($p=0.00$), Faktör 2’de bu etkiyi göstermemektedir ($p=0.309$). Faktör 1’de 15-17 yaş grubu haricinde yaşın yükselmesiyle birlikte Faktör 1’in seçmen davranışı üzerindeki etkisinin arttığı gözlemlenmektedir. Bu durum yaşın yükselmesiyle dini inanç, aile ve etnik kimliğin seçmen davranışı üzerindeki belirleyici etkisinin yükseldiğini göstermektedir. Faktör 2’de ise aynı etki gözlemlenmemektedir. Siyasal değerler, hayat tarzı ve ekonomik durumun seçmen davranışı üzerindeki belirleyici etkisi yaşa göre farklılaşmamaktadır. Betimsel istatistik sonuçları da Faktör 2’nin yaş grupları üzerindeki etkisinin 5 puan üzerinden 3,51 ile 3,62 arasında salındığını göstermektedir.

Tablo 7. Seçmen Davranışı Faktörlerinde Yaş Gruplarına Göre Farklılıklar

	Yaş grupları	N	\bar{X}	SD	F	Sig.
Faktör 1	15-17 yaş	114	2.57	0.915	12.717	0.00
	18-32 yaş	619	2.43	0.931		
	33-48 yaş	1818	2.63	0.997		
	49-64 yaş	778	2.78	0.999		
	65+ yaş	293	2.78	0.957		
Faktör 2	15-17 yaş	111	3.54	0.785	1.199	0.309
	18-32 yaş	615	3.62	0.809		
	33-48 yaş	1799	3.58	0.797		
	49-64 yaş	770	3.61	0.752		
	65+ yaş	289	3.51	0.786		

Eğitim durumu da cinsiyet değişkenine benzer şekilde hem Faktör 1 hem Faktör 2’de anlamlı bir ilişkidir. Varyans analizine göre Faktör 1’deki eğitim durumuna göre eğilimler $p=0.01$ düzeyinde anlamlıyken, Faktör 2’de de $p=0.018$ düzeyinde anlamlıdır. Betimsel istatistik bulguları da eğitim seviyesinin yükselmesiyle birlikte Faktör 1’e bağlı eğilimlerin (din/mezhep, aile ve etnik köken) seçmen davranışı üzerindeki etkisinin zayıfladığını göstermektedir (Lise altı eğitim için $\bar{X}=2.90$; lise mezunları için $\bar{X}=2.49$; üniversite mezunları için $\bar{X}=2.30$) Eğitim seviyesinin yükselmesiyle Faktör 2’ye bağlı eğilimlerin (siyasal değerler, hayat tarzı ve ekonomik durum) seçmen davranışı üzerindeki etkisinin sınırlı da olsa güçlendiğini gözlemlenmektedir (Lise altı eğitim için $\bar{X}=3.56$; lise mezunları için $\bar{X}=3.58$; üniversite mezunları için $\bar{X}=3.65$). Bu durum, betimsel istatistik bulguları bakımından Faktör 1 ve Faktör 2 arasında eğitim seviyesinin yükselmesiyle ters yönlü bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir.

Tablo 8. Seçmen Davranışı Faktörlerinde Eğitim Seviyelerine Göre Farklılıklar

Faktör 1	Lise altı	1659	2.90
	Lise	1154	2.49
	Üniversite	802	2.30
Faktör 2	Lise altı	1644	3.56
	Lise	1137	3.58

Yerleşim türlerine göre seçmen davranışı eğilimlerinde anlamlılık düzeyi faktör 1’de ortaya çıkmaktadır. Faktör 1’de $p=0.00$ düzeyinde anlamlı olan ilişki, faktör 2’de $p=0.154$ düzeyinde anlamlı değildir. Bu bakımdan Faktör 1’e dahil olan seçmen davranışı eğilimlerinin kır, kent ve metropol düzeylerinde farklılaştığı ama Faktör 2’ye dahil olan seçmen davranışları eğiliminin bu kısımda farklılaşmadığı gözlemlenmektedir. Dini inanç, aile görüşleri ve etnik kimliğin seçmen davranışı üzerindeki etkisi, betimsel istatistik bulgularına göre metropolleşme ile birlikte azalmaktadır (Kırda $\bar{X}=3.01$; kentte $\bar{X}=2.72$; metropolde $\bar{X}=2.54$).

Tablo 9. Seçmen Davranışı Faktörlerinde Yerleşim Türlerine Göre Farklılıklar

	Eğitim durumu	N	\bar{X}	SD	F	Sig.
Faktör 1	Kır	225	3.01	0.950	30.661	0.00
	Kent	1408	2.72	0.963		
	Metropol	2005	2.54	0.993		
Faktör 2	Kır	220	3.67	0.676	1.875	0.154
	Kent	1401	3.60	0.800		
	Metropol	1982	3.57	0.791		

İki faktör arasındaki eğilimlerde ekonomik sınıflar ise yaş değişkenine benzer bir eğilimi göstermektedir. Ekonomik sınıflar, Faktör 1’de anlamlı bir farklılık ortaya çıkarmaktadır ($p=0.00$). Buna karşın ekonomik sınıflar Faktör 2’ye bağlı seçmen davranışı eğilimlerinde $p=0.13$ düzeyinde anlamlı olmamaktadır. Bu durumda ekonomik sınıflara göre Faktör 2’de kümelenen siyasal değerler, hayat tarzı ve ekonomik duruma bağlı seçmen davranışı eğilimlerinin ayrışmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Dini inanç, aile görüşleri ve etnik kimliğin seçmen davranışı üzerindeki etkisi alt sınıflarda daha yüksektir (alt gelir; $\bar{X}=2.92$).

Tablo 10. Seçmen Davranışı Faktörlerinde Ekonomik Sınıflara Göre Farklılıklar

	Ekonomik sınıflar	N	\bar{X}	SD	F	Sig.
Faktör 1	Alt gelir	583	2.92	0.950	22.728	0.00
	Alt orta sınıf	936	2.60	0.987		
	Yeni orta sınıf	975	2.68	0.965		
	Üst gelir	632	2.48	1.023		
Faktör 2	Alt gelir	583	3.53	0.763	3.612	0.13
	Alt orta sınıf	921	3.57	0.766		
	Yeni orta sınıf	974	3.61	0.775		
	Üst gelir	618	3.67	0.824		

Faktör 1 ve Faktör 2’nin etnik kimliklere göre istatistiksel olarak anlamlılık durumları incelendiğinde, Faktör 1’in Türk ve Kürt kimlikleri ekseninde farklılaştığı, Faktör 2’nin bu ekseninde farklılaşmadığı görülmektedir. Faktör 1’de gruplanan dini inanç, aile görüşleri ve etnik kimliğin seçmen davranışındaki rolü Kürtlerde (\bar{X} =2.89), Türklere (\bar{X} =2.60) göre biraz daha yüksektir.

Tablo 11. Seçmen Davranışı Faktörlerinde Etnik Kimliklere Göre Farklılıklar

	Etnik kimlik	N	\bar{X}	SD	t	Sig.
Faktör 1	Türk	2755	2.60	0.978	-6.783	0.00
	Kürt	635	2.89	0.957		
Faktör 2	Türk	2729	3.59	0.785	-1.265	0.206
	Kürt	626	3.63	0.751		

İki seçmen davranışı faktörü, dindarlık seviyelerine göre birbirinden ayrıışan karakteristikler göstermemektedir. Her iki faktörde de dindarlık seviyeleri oldukça belirleyicidir. Betimsel istatistik bulguları, Faktör 1’de yoğunlaşan seçmen davranışı eğilimlerinin dindarlık seviyesinin yükselmesiyle arttığını göstermektedir. Faktör 2’de dindarlık kümeleri farklılaşan biçimde seçmen davranışı eğilimlerini taşımaktadır.

Tablo 12. Seçmen Davranışı Faktörlerinde Dindarlık Durumuna Göre Farklılıklar

	Dindarlık	N	\bar{X}	SD	F	Sig.
Faktör 1	Ateist	99	1.64	0.797	92.202	0.00
	İnançsız	124	2.13	0.978		
	İnançlı	1278	2.45	0.921		
	Dindar	1631	2.74	0.959		
	Sofu	474	3.17	0.961		
Faktör 2	Ateist	99	3.62	0.927	10.989	0.00
	İnançsız	124	3.84	0.806		
	İnançlı	1268	3.66	0.758		
	Dindar	1609	3.50	0.799		
	Sofu	471	3.64	0.756		

Hayat tarzı kümelerini analize dahil ettiğimizde, yaş ve ekonomik sınıflarda olduğu gibi, hayat tarzı kümeleri ile seçmen davranışı faktörleri arasında Faktör 1 ve Faktör 2’de farklı ilişkiler ortaya çıkmaktadır. Hayat tarzları ile seçmen davranışları arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıyken, faktör 2’de anlamlı olarak farklılaşmamaktadır ($p=0.078$). Faktör 1’de farklılaşma eğilimi, muhafazakarlaşma ile birlikte dini inanç, aile görüşleri ve etnik kimliğin seçmen davranışı üzerindeki belirleyici etkisinin yükseldiğini göstermektedir.

Tablo 13. Seçmen Davranışı Faktörlerinde Hayat Tarzı Kümelerine Göre Farklılıklar

	Hayat tarzı kümesi	N	\bar{X}	SD	F	Sig.
Faktör 1	Modern	1159	2.15	0.866	287.586	0.00
	Geleneksel Muhafazakâr	1627	2.75	0.946		
	Dindar Muhafazakâr	808	3.12	0.931		
Faktör 2	Modern	1142	3.63	0.817	2.549	0.078
	Geleneksel Muhafazakâr	1609	3.56	0.768		
	Dindar Muhafazakâr	807	3.58	0.791		

Varyans analizi ile son olarak siyasi parti tercihlerine göre iki faktörün nasıl şekillendiği incelendiğinde, parti tercihlerinin iki faktör üzerinde de istatistiksel anlamlılık sınırlarında belirleyici olduğu görülmektedir. Cinsiyet, eğitim durumu ve dindarlık değişkenlerinde olduğu gibi parti tercihleri de iki seçmen davranışı faktörünü birbirinden ayırıcı bir karaktere sahip olmamaktadır. Bir başka deyişle, siyasi parti tercihleri iki seçmen davranışı faktörü üzerinde de belirleyici bir etki göstermektedir. Betimsel istatistik bulguları din, aile ve etnik kökenden oluşan seçmen davranışı faktörünün en çok AKP seçmenleri arasında ($\bar{X}=3.16$) kuvvetli olduğunu göstermektedir. Siyasal değerler, hayat tarzı ve ekonomik durumun (faktör 2) seçmen davranışında en etkili olduğu görülen parti seçmen kümeleri ise CHP ve İyi Parti seçmenleridir ($\bar{X}=3.76$ ve $\bar{X}=3.75$).

Tablo 14. Seçmen Davranışı Faktörlerinde Parti Tercihî Kümelerine Göre Farklılıklar

	Siyasi parti tercihi	N	\bar{X}	SD	F	Sig.
Faktör 1	AKP	797	3.16	.934	5.943	0.00
	CHP	635	2.11	.852		
	İyi Parti	355	2.16	.867		
	HDP	315	2.74	.905		
	MHP	241	2.92	.942		
	Kararsız	903	2.70	.916		
	Oy kullanmaz	235	2.52	1.011		
Faktör 2	AKP	792	3.56	.749	3.00	0.00
	CHP	632	3.76	.795		
	İyi Parti	348	3.75	.717		
	HDP	311	3.66	.767		
	MHP	236	3.50	.837		
	Kararsız	893	3.50	.779		
	Oy kullanmaz	232	3.33	.889		

Bu noktada, Faktör 2 içerisinde yer alan siyasal değerler ve ekonomik durumun oy verme tercihindeki etkisinin siyasal parti tercihleriyle ilişkisine daha detaylı bakmak yararlı olacaktır. Öyle ki bu iki etmen, seçmen davranışı literatüründe oy verme davranışlarının en temel kaynakları arasında sayılan ideolojik ve ekonomik güdü kaynaklı davranış biçimlerini yansıtmaktadır. Siyasal parti tercihlerinin bu iki etmen üzerindeki etkisi betimsel istatistik ve varyans analizi teknikleriyle incelendiğinde, iki etmen üzerinde de parti tercihlerinin belirleyici etkide bulunduğu gözlemlenmektedir. Betimsel istatistik bulgularına göre siyasal değerlerinin oy verme tercihinin temel belirleyicisi olduğunu söyleyenler parti tercihlerine göre önemli derecede ayrılmazken, ekonomik durumunu temel alarak oy verdiğini en az beyan edenler MHP (\bar{X} =3.09) ve AKP (\bar{X} =3.26) seçmenleri olmaktadır. Ekonomik oy verme eğilimi en yüksek olan parti seçmen kümeleriyle sırasıyla İyi Parti (\bar{X} =3.81) ve CHP (\bar{X} =3.78) seçmenleridir.

Tablo 15. Parti Tercihlerine Göre İdeolojik ve Ekonomik Oy Verme Davranışı

	Siyasi parti tercihi	N	X̄	SD	F	Sig.
Siyasal değerlerim oy tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	AKP	801	3.81	.977	19.575	0.00
	CHP	636	3.78	1.124		
	İyi Parti	352	3.78	1.015		
	HDP	317	3.75	1.011		
	MHP	241	3.91	1.033		
	Kararsız	909	3.45	1.048		
	Oy kullanmaz	233	3.24	1.206		
Hanemin ekonomik durumu oy verme tercihimin temel belirleyicisi olacaktır.	AKP	807	3.26	1.195	22.465	0.00
	CHP	637	3.78	1.210		
	İyi Parti	355	3.81	1.137		
	HDP	319	3.68	1.093		
	MHP	240	3.09	1.209		
	Kararsız	914	3.62	1.156		
	Oy kullanmaz	239	3.42	1.292		

Özetle, varyans analizi bakımından iki faktör arasındaki farklılaşmaya yaş, yerleşim türü, ekonomik sınıflar, etnik kimlikler ve hayat tarzı kümesi değişkenlerinde gözlemlenmektedir. Cinsiyet, eğitim, dindarlık ve parti tercihleri iki faktör üzerinde de anlamlı düzeyde farklılaştırıcı etkiye sahiptir. Yaş, yerleşim türü, ekonomik sınıflar, etnik kimlikler ve hayat tarzı kümeleri Faktör 2’de anlamlı düzeyde ayrıştırıcı unsur olmazken, Faktör 1’deki eğilimleri anlamlı düzeyde ayırtmaktadır. Buna göre, yaşın yükselmesi, eğitim seviyesinin düşmesi, kentleşmenin azalması ve hayatın muhafazakarlaşması ile birlikte din, aile ve etnik kimliğin seçmen davranışı üzerindeki etkisi artmaktadır. Kürtlerde de seçmen davranışını bu etki alanlarıyla belirlenme eğilimi Türklere göre daha yüksektir.

Faktör analizi sonucu elde edilen iki faktör üzerinden k-ortalama kümeleme analizi uygulandığında Türkiye yetişkin nüfusunu temsil eden iki seçmen davranışı kümesi ortaya çıkmaktadır. Tablo 14’te görüldüğü gibi, araştırma örnekleminde yer alan kişilerin %53,3’ü Küme 1’e, %46,7’si de Küme 2’ye dahil olmaktadır.

Tablo 16. Seçmen Davranışı Kümelerinin Büyüklükleri

	Frekans (N)	Yüzde (%)
Küme 1	1900	53,3
Küme 2	1666	46,7

Tablo 17, seçmen davranışı kümelerinin faktör analizi bulguları üzerinden profilini göstermektedir. Tabloda, her iki kümenin iki faktöre ait frekans, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır. Buna göre, Küme 1 her iki faktörün birbirine daha yakın ortalama değerlerle benzeştiği bir seçmen davranışı modeline sahipken Küme 2, Faktör 1’in daha zayıf olduğu ($\bar{X}= 1,77$) bir profile sahip görülmektedir. Kümeleri birbirinden ayırıştıran unsur bu anlamda, Küme 1’in her iki faktörden beslenmeye daha açık olmasına karşın, Küme 2’de din, aile ve etnik kimlik temelli oy verme davranışlarının etkisinin daha zayıf olmasıdır.

Tablo 17. Seçmen Davranışı Kümelerinin Faktör Analizi Sonuçları

		N	\bar{X}	SD
Küme 1	Faktör 1	1900	3.40	0.578
	Faktör 2	1900	3.80	0.617
Küme 2	Faktör 1	1666	1.77	0.532
	Faktör 2	1666	3.34	0.885

Tablo 18’de görüldüğü gibi, Küme 1 ve Küme 2 belirli parametrelerde birbirinden sosyo-demografik olarak farklılaşmaktadır. Cinsiyet ekseninde ayırışmayan kümeler, yaş grupları bakımından farklılaşmaktadır. Genel olarak incelendiğinde Küme 2, Küme 1’e göre daha genç, daha eğitilmiş, gelir düzeyi daha yüksek, dindarlık eğilimi daha düşük ve daha modern bir profile sahip görülmektedir. Küme 1’de %17,1 olan 32 yaş altı kişi oranı, Küme 2’de %23,9 olarak ölçülmektedir. Lise altı düzeyinde eğitime sahip olanların oranı Küme 1’de %55,1, Küme 2’de 35,4’tür. Buna karşın üniversite mezunu olanların oranı Küme 1’de %16,9, Küme 2’de %28,5 düzeyindedir. Küme 2, Küme 1’e göre daha metropollü bir profili temsil etmektedir. Küme 1’de %7,7 düzeyinde olan kırdaki yaşayanların oranı Küme 2’de %4,3 düzeyindedir. Küme 1’de %49,7 olan metropollerde yaşayanların oranıysa Küme 2’de %61,3’e çıkmaktadır. Küme 1’de alt gelir grubuna dahil olanların oranı, Küme 2’dekilere göre 7,9 puan daha fazladır. Küme 2’de yer alan Kürtlerin oranı, Küme 1’de yer alanlara göre daha düşüktür. Küme 1’de inançsızların toplam oranı (ateist ve inançsızlar) %3,2 düzeyindeyken, Küme 2’de bu oran %9,7 düzeyindedir. Küme 1’de yer alan kişiler %49,5 oranıyla baskın bir biçimde hayat tarzı bakımından kendini geleneksel muhafazakâr olarak tanımlarken, Küme 2’de yer alan kişilerin %46,7’si hayat tarzı bakımından kendini modern olarak tanımlamaktadır. İki kümenin siyasi parti tercihlerine göre nasıl oluştuğu incelendiğinde, Küme 1’de %30,6 oranıyla AKP, Küme 2’de yüzde 27,1 oranıyla CHP seçmenlerinin ağırlıkta bulunduğu görülmektedir. Buna karşın Küme 1’de yer alan CHP seçmenlerinin oranı %10,9, Küme 2’de yer

alan AKP seçmenlerinin oranı %14,1 düzeyindedir. Ayrıca Küme 1’de yer alan HDP ve MHP seçmenlerinin oranı Küme 2’dekinden daha düşük; aynı şekilde İyi Parti seçmenlerinin oranı Küme 1’de daha yüksektir.

Tablo 18. Seçmen Davranışı Kümelerinin Sosyo-Demografik Özellikleri

	Küme 1		Küme 2	
	Frekans (N)	Yüzde (%)	Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet				
Kadın	962	50,8	797	48,2
Erkek	932	49,2	856	51,8
Yaş				
15-17 yaş	51	2,7	59	3,6
18-32 yaş	274	14,4	335	20,3
33-48 yaş	942	49,7	847	51,2
49-64 yaş	453	23,9	305	18,4
65+ yaş	176	9,3	109	6,6
Eğitim seviyesi				
Lise altı	1039	55,1	586	35,4
Lise	530	28,1	598	36,1
Üniversite	318	16,9	472	28,5
Yerleşim türü				
Kır	146	7,7	72	4,3
Kent	809	42,6	573	34,4
Metropol	945	49,7	1021	61,3
Ekonomik sınıflar				
Alt gelir	373	22,3	201	14,4
Alt orta sınıf	491	29,4	426	30,5
Yeni orta sınıf	508	30,4	452	32,3
Üst gelir	298	17,8	319	22,8
Etnik kimlik				
Türk	1392	77,3	1308	85,9
Kürt	408	22,7	215	14,1
Dindarlık durumu				
Ateist	17	0,9	80	4,9
İnançsız	44	2,3	79	4,8
İnançlı	583	30,9	673	40,8
Dindar	907	48,1	687	41,7
Sofu	337	17,9	130	7,9
Hayat tarzı kümesi				
Modern	366	19,5	769	46,7
Geleneksel Muhafazakâr	929	49,5	664	40,3
Dindar Muhafazakâr	582	31,0	214	13,0
Siyasi parti tercihleri				
AKP	561	30,6	222	14,1
CHP	201	10,9	427	27,1
İyi Parti	130	7,1	213	13,5
HDP	181	9,9	128	8,1
MHP	156	8,5	79	5,0
Kararsız	493	26,9	391	24,9
Oy kullanmaz	114	6,2	113	7,2

Araştırma kapsamında görüşülen kişilerin oy tercihlerindeki kimlik öncelikleri de faktör ve kümeleme analizi bulgularıyla örtüşmektedir. Küme 2’de oy tercihinde ekonomik durum, siyasal değerler ve hayat tarzının öncelikli olarak belirleyici kimliği olduğunu söyleyenlerin oranı toplamda %90,4’tür. Bu oran Küme 1’de toplamda %72,6 düzeyinde ölçülmektedir. Küme 1’de, oy tercihindeki belirleyici kimliğinin din ve mezhep, aile görüşleri ve etnik kimlik olduğunu söyleyenler, Küme 2’dekilere göre daha yüksektir. Küme 1’de yer alanların %14,7’si din ve mezhebinin oy tercihinde belirleyici kimliği olduğunu söylemektedir. Bu oran Küme 2’de %4 düzeyindedir. Aile görüşlerinin belirleyici olduğunu söyleyenler Küme 1’de %6,8, Küme 2’de %1,3; etnik kimliğinin belirleyici olduğunu söyleyenler Küme 1’de %5,9, Küme 2’de %4,3’tür.

Tablo 19. Seçmen Davranışı Kümelerinin Beyan Edilen Oy Verme Tercihleri

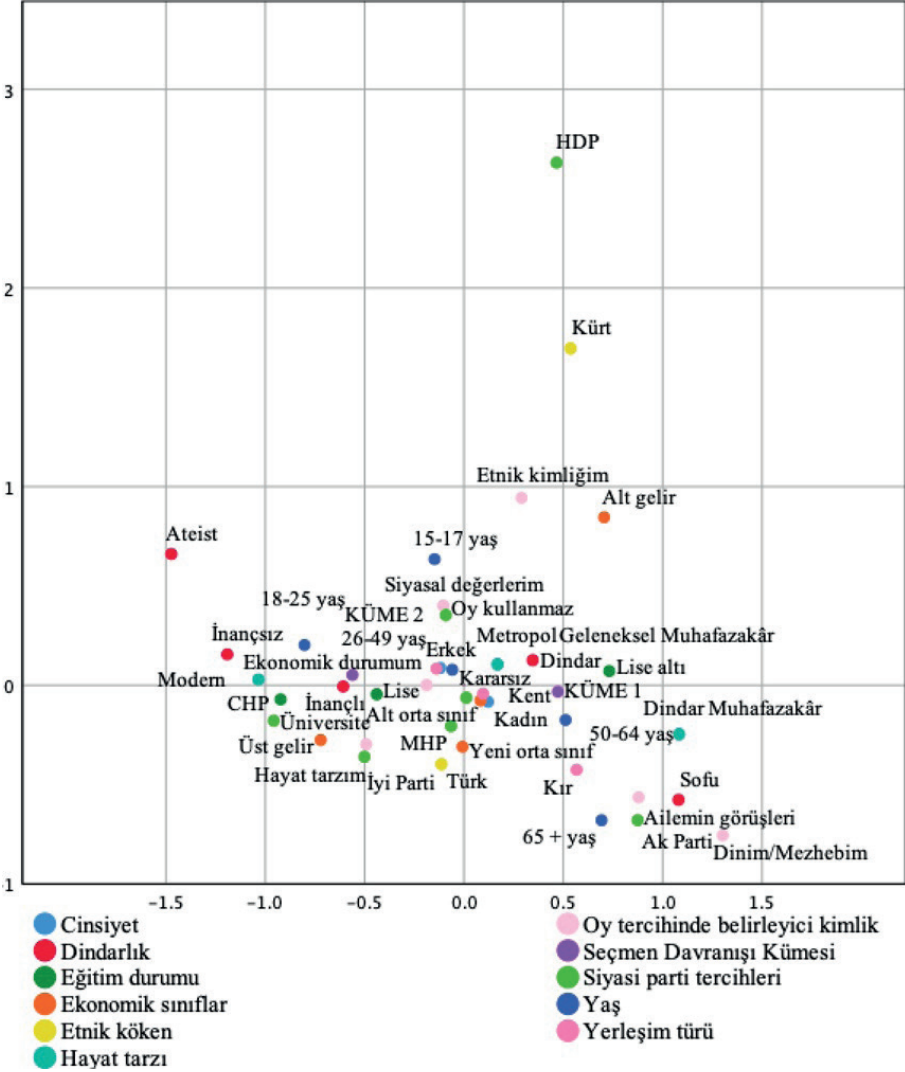
Oy tercihinizde hangi kimliğiniz daha belirleyicidir?	Küme 1		Küme 2	
	Frekans (N)	Yüzde (%)	Frekans (N)	Yüzde (%)
Ekonomik durumum	630	33,8	746	45,7
Siyasal değerlerim	431	23,1	427	26,1
Hayat tarzım	293	15,7	303	18,6
Dinim / Mezhebim	274	14,7	65	4,0
Ailemin görüşleri	127	6,8	21	1,3
Etnik kimliğim	111	5,9	71	4,3

Aşağıdaki diyagram ise kümeleme analizi sonucu ortaya çıkan iki seçmen kümesinin oy tercihlerinde belirleyici görülen kimlikler ile analizlerde kullanılan dokuz sosyo-demografik değişkenin birbirleriyle olan ilişkisini göstermektedir. Çoklu mütekabiliyet analizi yönteminin gerekliliği olarak herhangi bir değişkene ağırlık verilmeyip, bağımlı değişken ve bağımsız değişken ayırımına gidilmediği bu analiz sonucu elde edilen diyagram, seçmen davranışı eğilimlerini iki eksen üzerinde sosyo-demografik kümelerin birbirine olan uzaklık ve yakınlıkları bakımından anlamlandırmaktadır. Mütekabiliyet analizi diyagramı, analize dahil edilen değişkenlerin çok boyutlu bir alandaki görselleştirmesini ifade etmektedir. Burada herhangi bir a-priori kategorilendirme söz konusu değildir ve değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkisi anlamlandırılmaktadır. Uzamsal grafikte yer alan tüm noktalar birer değişkeni temsil eder ve aralarındaki uzaklık ilişkiseliliklerinin boyutunu gösterir. İki noktanın birbirine yakın konumlanması, o noktaların temsil ettiği değişkenlerin diğer değişkenler karşısındaki sosyo-demografik benzerliklerini ve bu çalışmada örneği görüldüğü gibi oy verme davranışı bakımından benzerlik ya da farklılıklarını ifade etmektedir.

Diyagramda görüldüğü gibi Küme 1 ve Küme 2, y-ekseninde aynı hizada yer almakta ve x-ekseninde birbirinden uzaklaşıp, eksenin 0 noktasının farklı yönlerinde konumlanmaktadır. Küme 1'e yakın konumlanan "oy tercihindeki öncelikli kimlikler" aile görüşleri, etnik kimlik ve din/mezhep olmaktadır. Küme 2'ye yakın konumlananlar hayata tarzı, siyasal değerler ve ekonomik durum olmaktadır. Bu durum, Küme 1'de yer alan seçmen kümesinin oy verme davranışını aile görüşleri, etnik kimlik ve din/mezhep faktörleri ile tanımlayan seçmenler ile Küme 2'de yer alan seçmen kümesinin oy verme davranışını hayata tarzı, siyasal değerler ve ekonomik durum ile tanımlayan seçmenler arasındaki yakınlığını ifade etmektedir. Bu bulgu, faktör ve kümeleme analizi bulgularıyla da örtüşmektedir.

Küme 1'e en yakın konumlanan sosyo-demografik kümeler lise altı eğitimliler, alt orta sınıfta yer alanlar, kırsal kesimde yaşayanlar, 50-64 yaş aralığında olanlar olmaktadır. Siyasi parti tercihleri arasında Küme 1'e en yakın konumlananlar AKP ve MHP seçmenleri olmaktadır. Küme 2'ye en yakın konumlanan sosyo-demografik kümeler ise 18-25 yaş ve 26-49 yaş aralığındakiler, metropolde yaşayanlar, inançlılar, modernler ve yeni orta sınıfta yer alanlar olmaktadır. Küme 2'ye en yakın konumlanan seçmen kümeleri ise CHP ve İyi Parti seçmenleri olmaktadır. Ateistler ve inançsızlar ile 15-17 yaş grubunda yer alanlar, Kürtler ve sofular ise seçmen kümeleri ve davranış eğilimleri ile diğer sosyo-demografik kümelerden toplumsal uzamda uzaklaşmaktadırlar. Buradaki örüntü, her iki kümeyle yakın konumlanan toplumsal kümelerin seçmen davranış eğilimlerinin kümelerin genel karakteristiğini temsil eden davranış kodlarıyla ilişkiselliğini ifade etmektedir. Seçmen kümelerine ve davranış eğilimlerine uzaklaşan toplumsal kümelerin konumlarıysa bu kümelerin ortak seçmen davranış rolleri ve davranış türleriyle olan ilişkiselliklerinin zayıflığını göstermektedir.

Tablo 20. Seçmen Davranışı Kümelerinin Mütakabiliyet Analizi Diyagramı



Oy tercihindeki belirleyici olan kimliklerin yoğunlaştığı konumlar da seçmen davranışlarına dair eğilimlerde ayrıca anlamlı düzeyde bulgular ortaya koymaktadır. En dikkat çekici olanı, oy tercihinde din ve mezhebinin belirleyici olduğunu söyleyenlerin, dindar muhafazakâr, 65 yaş ve üstündekiler ve sofular ile ayrı bir noktada kümelenebilir. Aile etkisinde oy tercihlerini

belirleyenlerinse en yakın konumlandığı sosyo-demografik kümeler, lise altı eğitilmişler ve 50-64 yaş aralığındakilerdir. Siyasal değerlerinin oy tercihinin belirleyici kimliği olduğunu söyleyenler en çok Türkler ve metropollerde yaşayanlara yakın konumlanmaktadır. Ekonomik durumunun belirleyici olduğunu belirtenlerse yeni orta sınıflar ve lise mezunlarına daha yakın konumlanmaktadır. Etnik kimliğinin oy tercihinin belirleyici kimliği olduğunu söyleyenlerin en çok dindarlara yakın konumlanması ile kent ve kırdaki yaşayanlar ile Türkler ve Kürtler arasında neredeyse orta noktada konumlanması da dikkat çekmektedir. Ayrıca oy tercihinin belirleyici kimliğinin hayat tarzı olduğunu söyleyenlerin modern, üniversite mezunu ve üst gelir grubunda yer alanlara yakın mesafede konumlandığı gözlemlenmektedir. Oy tercihinde ekonomik durumunu önceleyenlerin CHP, ailesinin görüşleri ile dini/mezhebini önceleyenlerin AKP, etnik kimliğini önceleyenlerin HDP, hayat tarzını önceleyenlerin CHP ve İyi Parti seçmenlerine; siyasal değerlerini önceleyenlerin oy kullanmayanlara yakın konumlandığı da görülmektedir. Bu bağlamda, müteakibiyet analizi ile üretilen diyagramın gösterdiği, Türkiye toplumunda seçmen davranışını belirleyen etmenlerin birbirinden ayrı olarak düşünülemeyeceği ve seçmen davranışı boyutlarının arasında ilişkisellikler, geçişkenlikler ve örüntülerin var olduğudur.

SONUÇ

Türkiye’de seçmen davranışlarını belirleyen faktörler, belirli etki alanlarının etkisi altında seçmenlerin kendi beyanlarına dayanan bir çerçevede incelendiğinde, bu etki alanlarına dair çeşitli ilişki ve örüntülerin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Araştırma bulgularının gösterdiği gibi dini inanç, hayat tarzı, etnik kimlik, aile görüşleri, ekonomik durum ve siyasal değerler arasında araştırma katılımcılarının oy tercihinin en çok etkilediğini belirttikleri kaynak %64,7 oranıyla siyasal değerler, en az etki ettiğini belirttikleri kaynak ise %31,8 oranıyla dini inanç olmaktadır. Bununla birlikte altı etki alanının birbirleriyle olan ilişkileri, seçmen davranışlarının boyutlarını toplumsal uzamda değerlendirebilmek adına önem taşımaktadır. Korelasyon analiziyle incelendiğinde, deneklerin aile görüşleri ve dini inanç, etnik kimlik ve dini inanç, aile görüşleri ve etnik kimlik, siyasal değerler ve hayat tarzının oy verme davranışı üzerindeki etkisine dair yargılara aynı yönde yanıt verdikleri gözlemlenmiştir. Bu durum, seçmenlerin bu etki alanlarından birlikte etkilenecek, seçmen davranışını inşa ettiğinin bir ipucunu vermektedir. Araştırma kapsamında yapılan analizler bir adım öteye taşındığında, seçmen davranışlarının etki alanları arasındaki ilişki ve örüntüler daha net biçimde ortaya çıkmaktadır.

Araştırma kapsamında yapılan faktör analizi, seçmen davranışlarının kaynakları arasında yer alan altı etki alanına dair veri ve bulguları iki boyuta indirgemektedir. Dini inanç, aile görüşleri ve etnik kimliğin belirleyiciliği Türkiye toplumunda seçmen davranışlarının bir boyutunu oluştururken, bir diğer boyutunu da siyasal değerler, hayat tarzı ve ekonomik durumun etkisiyle belirlenen davranış modeli oluşturmaktadır. Bu iki boyut, istatistiki testler ile incelendiğinde hangi boyutun etkisi altında olursa olsun seçmenlerin cinsiyet, eğitim ve dindarlık durumları bakımından profil ve eğilimleri ayrışmaktadır. Bir başka deyişle, seçmen davranışının iki boyutunun etkisinde yer alan seçmenlerin bu etki alanlarıyla davranışlarını belirleme eğilimi cinsiyet, eğitim ve dindarlık durumlarına göre farklılaşmaktadır. Seçmen davranışının iki boyutu arasındaki farklılık ise yaş, yerleşim türü, ekonomik sınıflar, etnik kimlikler ve hayat tarzları bakımından kaynaklanmaktadır. Dini inanç, aile ve etnik kimliğin etki alanında seçmen davranışını belirleyen seçmenlerin eğilimleri bu kategorilerde farklılaşmakta; siyasal değerler, hayat tarzı ve ekonomik durumun etki alanında seçmen davranışını belirleyen seçmenlerin eğilimleri ise bu kategorilerde ayrışmamaktadır. Bir başka deyişle, yaşı, eğitim durumu, kırdı veya kentte yaşaması, sınıfsal konumu, kendini modern ya da muhafazakâr tanımlaması seçmen davranışını siyasal değerleri, hayat tarzı ve ekonomik durumuyla belirleyen seçmenlerin bu etki alanından beslenme eğilimlerini farklılaştırmamaktadır. Buna karşın yaşın yükselmesi, eğitim seviyesinin düşmesi, kentleşmenin azalması ve hayatın muhafazakarlaşması ile birlikte din, aile ve etnik kimliğin seçmen davranışı üzerindeki belirleyici etkisi artmaktadır. Faktör analizi bulguları ile gerçekleştirilen kümeleme analizi ile saptanan iki seçmen davranışı kümesi de seçmen davranışındaki iki boyutun varlığına işaret etmektedir. Faktör analizi sonucu gerçekleştirilen kümeleme analizi ile saptanan seçmen davranışlarını modelleyen iki küme de seçmen davranışı modellerinin ve profillerinin sosyo-demografik yapılarına dair daha net çıkarımlar yapmamıza imkân tanımaktadır. İki seçmen davranışı kümesi sosyo-demografik olarak farklı yapılara sahiptir. Küme 2, Küme 1’e göre daha genç, daha eğitilmiş, gelir düzeyi daha yüksek, dindarlık eğilimi daha düşük ve muhafazakarlık yerine hayat tarzı bakımından kendini modern olarak tanımlamaya daha meyilli bir yapıya sahiptir.

Seçmen davranışı kümeleri ile sosyo-demografik kümeler, oy tercihinde öncelikli olarak görülen kimlikler ile birlikte çoklu müteakabiliyet analiziyle incelendiğinde, bu küme ve seçmen davranışı eğilimlerinin toplumsal uzamda belli kümelenmeler haricinde birbirinden çok uzaklaşmadığı da görülmektedir. Bu durum, Türkiye toplumunda seçmen davranışlarının iki boyuta sahip olmasına karşın bu boyutlar arasındaki ilişkilerin, geçişkenliklerin ve

örüntülerin varlığına da işaret etmektedir. Her ne kadar müteakabiliyet analizi de Küme 1 ve Küme 2'yi yapısal olarak birbirinden ayırırsa da toplumsal uzamda oy tercihinin belirleyici kimlikleri ile sosyo-demografik kümeler etrafında öbeklenmeler oluşmaktadır. Bunun tek istisnası 65 yaş üzerindeki, sofular ve dindar muhafazakarların, oy tercihinde din ve mezhebini öncelikli kimliği olarak görenlerle toplumsal uzamda ayrı bir noktada kümelenmesidir. Bunun dışındaki etki alanlarındaki ilişkisellik ve geçişkenlik ihtimalleri ise birbirinden çok uzakta konumlanan örneklerinin dışında çok daha yüksektir. Örneğin, etnik kimliğinin oy tercihinde belirleyici olduğunu söyleyenler kırdı ve kentte yaşayanlara neredeyse eşit mesafededir. Benzer şekilde bu etki alanı, Türkler ve Kürtlerin konumlarına da neredeyse eşit mesafededir. Ekonomik durumun etki alanı da bu etki alanının güçlü olduğu Küme 2'ye yakın konumlanmasına karşın, hayat tarzını geleneksel muhafazakâr olarak tanımlayanlara da yakın mesafelenmektedir. Sonuç olarak bu örüntüler, asıl olarak iki boyuta sahip olan seçmen davranışı eğilimlerinin hiçbir durumda tek bir kaynağa sahip olmadığını, etki alanları arasında toplumsal geçişkenlik ihtimallerinin yüksek olduğunu, toplumsal uzamda farklı sosyo-demografik kümeler ile oy verme davranışları arasındaki ilişkiselliklerin varlığını ortaya koymaktadır. Bu bulgu aynı zamanda, Columbia ekolünün temel savı olan seçmen davranışının kolektif bir eylem olduğu ve toplumsal grupların etkisiyle belirlendiği görüşünü de desteklemektedir. Türkiye'de seçmen davranışı konusunda yakın dönemde yapılan çalışmaların dışında bu çalışma seçmen davranışının birden fazla kaynaktan etkilenme eğilimini öne sürmektedir. Seçmen davranışı literatüründeki ilişki sel çözümlene çalışmalarına bir katkı gerçekleştirilmesi hedeflenen bu çalışma, seçmen davranışının birbiriyle ilişkili faktörlerden toplumsal uzamda belirlendiğini öne sürmektedir. Bu konuda ileride yapılacak çalışmalarda da ilişki sel yöntem, birbiriyle ilişkili toplumsal kümeler ve belirleyici faktörlerin oy verme davranışlarına nasıl etki ettiğini farklı nedensellikler ve korelasyonlar üzerinden ele alabilir.

DİPNOTLAR

- 1 Ekonomik sınıfların adlandırması KONDA'ya aittir. Adlandırma ve hesaplama, gelir dilimleri ve otomobil sahipliği temel alınarak gerçekleştirilmiştir.
- 2 KONDA, dindarlık seviyelerinin ölçümünde saha araştırması uygulamasında beş farklı ifade ile bu seviyeleri saptamaktadır. Veri analizi aşamasında bu ifadeler aşağıdaki gibi adlandırılmaktadır. (Ateist: Dini inancı olmayan biri; İnançsız: Dinin gereklerine pek inanmayan biri; İnançlı: İnançlı ama dinin gereklerini pek yerine getiremeyen biri; Dindar:

Dinin gereklerini yerine getirmeye çalışan dindar biri; Sofu: Dinin tüm gereklerini tam yerine getiren dindar biri.

- 3 KONDA’nın görüştüğü kişilere sorduğu “Kendinizi, hayat tarzı bakımından aşağıda sayacağım üç gruptan hangisinde sayarsınız?” sorusu, deneklerin doğrudan bir seçeneği tercih etmeleri ile önemli bir yordayıcı unsur olmaktadır.
- 4 Analiz bulgularını yorumlamayı kolaylaştırmak adına, ifadeler için “doğru ve “kesinlikle doğru” yanıtını verenlerin toplam oranı üzerinden anlatıma devam edilecektir.
- 5 Burada korelasyon analizinin, araştırmada uygulanan sorular arasında katılımcıların aynı yönde yanıt verme eğiliminin olup olmadığını incelemek bakımından ele alındığının, oy verme tercihleri arasındaki nedenselliği yansıtmadığının altı çizilmelidir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde oy verme tercihleri arasındaki ilişki, kesişim ve örüntüler, toplumsal kümeler ve seçmen davranışı faktörlerine göre ele alınacaktır.

KAYNAKÇA

- Abadan, N. (1965), “Ankara Şehir Nüfusunun Siyasi Eğilimlerinden Bazı Örnekler” Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi 26/1: 495-516.
- Abadan, N. ve Yücekök, A. (1966), “1961-1965 Seçimlerinde Büyük Şehirlerde Gelir Durumuna Göre Oy Verme Davranışları” Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi 21/4: 103-117.
- Almond, G. (1974), *Comparative Politics Today: A World View* (Boston: Little)
- Aydın, K. ve Özbek, V. (2004), “Ailenin Seçmen Davranışları Üzerindeki Etkisi” Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 8: 144-167.
- Başarıır, M. (2016), “Seçmenlerin Oy Verme Davranışları ile Liderlerin Hitaplarında Aradıkları İkna Bileşenleri ve Üslup Çeşitleri Arasındaki İlişki” İnif E-Dergi 1(2): 218-233.
- Baykal, D. (1970), *Siyasal Katılma: Bir Davranış İncelemesi* (Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları)

- Berelson; E.B., Lazarsfeld, P.F., McPhee, W.N. (1954), *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign* (Chicago ve London: University of Chicago Press)
- Bourdieu, P. (2015), *Ayırım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi* (Ankara: Heretik Yayınları) (çev. D.F. Şannan ve A.G. Berkkurt)
- Burak Gürel, B., Küçük, B. ve Taş, S. (2019), “The rural roots of the rise of the Justice and Development Party in Turkey” *The Journal of Peasant Studies* 46(3): 457-479.
- Campbell, A., Converse, P.E., Miller, W.E., Stokes, D.E. (1980), *The American Voter* (Chicago ve London: University of Chicago Press)
- Çarkoğlu, A. (2012), “Economic Evaluations vs. Ideology: Diagnosing The Sources of Electoral Change in Turkey, 2002–2011” *Electoral Studies* 31(3): 513–521.
- Çarkoğlu, A. ve Avcı, G. (2002), “An Anaysis of the Electorate from a Geographical Perspective”, S. Sayarı and Y. Esmer (Ed.), *Politics, Parties and Elections in Turkey* (London: Lynne Rienner): 115-136.
- Downs, A. (1957), *An Economic Theory of Democracy* (New York: Harper and Row)
- Esmer, Y. (2002), “At the Ballot Box: Determinants of Voting Behavior”, S. Sayarı ve Y. Esmer (Ed.), *Politics, Parties and Elections in Turkey* (London: Lynne Rienner): 91-114.
- Evans, J. (2004), *Voters and Voting: An Introduction* (London: Sage Publications)
- Güllüpunar, H. vd. (2013), “Oy Verme Yaklaşımları Bağlamında Aday Merkezli Seçmen Tercihi Üzerine Deneysel Bir Araştırma” *Akademik Bakış Dergisi* 35: 1-21.
- Heywood, A. (2015), *Siyaset* (Ankara: Adres Yayınları) (Çev. B.B. Özipek vd.)

Kalaycıoğlu, E. (1983), *Karşılaştırmalı Siyasal Katılma: Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir Araştırma* (İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBF Yayınları)

Kayaoğlu, A. (2017), “Voting Behavior of the Youth in Turkey: What Drives Involvement in or Causes Alienation from Conventional Political Participation?” *Turkish Studies* 18(1): 32-55.

KONDA (2021), *Kasım’21 Barometresi: Siyasal ve Toplumsal Araştırmalar Dizisi* (125).

Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., Gaudet, H. (1948), *The People’s Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign, Legacy Edition* (Columbia: Columbia University Press)

Le Roux, B. & Rouanet, H. (2010), *Multiple Correspondence Analysis* (Thousand Oaks: Sage)

Lipset, B. ve Lazarsfeld, L. (1944), “The Psychology of Voing: An Analysis of Political Behaviour”, *Handbook of Social Psychology* (Cambridge: Addison Wesley Publishing)

Lipset, S. M. ve Rokkan, S. (1967), “Cleavage Structures, Party Systems and VoterAlignments: An Introduction”, S.M. Lipset ve S. Rokkan (Ed), *Party Systems and Voter Alignments* (New York: The Free Press)

Löfgren, K. (2016), “Pierre Bourdieu, Mütekabiliyet Analizi ve İstatistik Eğitimi” G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, Ü. Tatlıcan (Der), *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* (İstanbul: İletişim Yayınları)

Mardin, Ş. (1973), “Center-Periphery Relations: A Key to Turkish Politics?” *Daedalus* 102/1: 169-190.

Özbudun, E. (1975), *Türkiye’de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma*. (Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları)

Sartori, G. (1996), *Demokrasi Teorisine Geri Dönüş* (Ankara: Yetkin Yayınları) (Çev. T. Karamustafaoğlu ve M. Turhan)

- Sencer, M. (1974), Türkiye’de Sınıfsal Yapı ve Seçmen Davranışları (İstanbul: May Yayınları)
- Silahtaroglu, G. (2013), Veri Madenciliği: Kavram ve Algoritmaları (İstanbul: Papatya Yayıncılık)
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2001), Using Multivariate Statistics (Boston: Ally And Bacon)
- Temizel, M. (2012), Türkiye’de Seçmen Davranışlarında Sosyo-Psikolojik. Kültürel ve Dinsel Faktörlerin Rolü: Kuramsal ve Ampirik Bir Çalışma (Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi)
- Yıldırım, K. (2020), “Clientelism and dominant incumbent parties: party competition in an urban Turkish neighbourhood” *Democratization* 27(1): 81-99.