

ÖZGÜN ARAŞTIRMA / ORIGINAL ARTICLE



Copyright@Author(s) - Available online at [dergipark.org.tr/en/pub/igusbd](http://dergipark.org.tr/en/pub/igusbd). Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

## Siyasal Katılma, Oy Verme Davranışı ve Liderlik: Oy Verme ve Liderlik Çalışmaları Üzerine Bir Değerlendirme

### Political Participation, Voting Behavior and Leadership: An Assessment on Voting and Leadership Studies

<sup>1</sup>B. Mert DEMİR 

<sup>2</sup>Eylem ÖZDEMİR 

#### Öz

Bu çalışmada siyasal katılım ve liderlik arasındaki ilişkinin nasıl incelendiği üzerine uluslararası ve ulusal literatür taranarak bir değerlendirme yapılmıştır. Siyasal katılımın en önemli araçlarından biri olan oy verme davranışında siyasal liderlik etkisinin literatürde doğrudan konu edilmediğinin tespit edildiği bu çalışmada, siyasal katılım çalışmalarında siyasal liderlik üzerine hem kuramsal hem ampirik olarak daha çok yer vermesi gerektiği ileri sürülmüştür. Siyasal katılım ve liderlik çalışmaları ayrı ayrı değerlendirilmiş ve liderlik kuramlarının siyaset sosyolojisi alanındaki Weber gibi bazı kaynaklara başvurarak bugüne uyarlamalar yaptıkları gözlenmiştir. Siyasal katılım kuramlarının ise liderlik etkisini dışarıda bırakan kavramsallaştırmalar yaptığı görülmektedir. Ampirik açıdan da seçmen davranışı üzerinde parti liderliğinin etkisi bağlamında sınırlı sayıda araştırma olduğu anlaşılmaktadır. Dünyadaki ve Türkiye'deki çalışmalar taranarak siyaset bilimi bağlamında uluslararası literatürdeki liderlik çalışmalarının eksikliği ve diğer alanlardan devşirilen liderlik teorilerinin analizlerde yarattığı problemler ile ulusal literatürde hem oy verme davranışı hem de siyaset bilimi bağlamında liderlik literatürüne yönelik eksiklikler tespit edilmiş ve seçmen davranışı üzerinde siyasal liderlik etkisini araştırmanın önemi vurgulanmıştır.

#### Anahtar Kelimeler

Siyaset, Siyasal Katılma, Oy Verme, Oy Verme Davranışı, Liderlik

#### Abstract

This study examines how the relationship between political participation and leadership has been analysed by putting under scrutiny the international and national scholarship. The study, which shows that the effect of political leadership on voting behaviour is not sufficiently discussed in the scholarship, puts forward that the

<sup>1</sup>Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye.  
✉ mertfe@hotmail.com

<sup>2</sup>Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye.  
✉ ozdemire@istanbul.edu.tr

Geliş/Received: 19.01.2023  
Kabul/Accepted: 14.02.2023

studies on political participation should be, both theoretically and empirically, more focused on leadership. The paper distinctively analyses the studies on political participation and leadership and displays that the theories of leadership have made certain analyses of present times by referring to the sources in the field of political sociology such as Weber. It is also demonstrated that political participation theories seem to make conceptualisations that exclude the effect of leadership. The study further shows that there is, from an empirical point view, a limited number of studies which analyse the impact of party leadership on voter behaviour. By putting under scrutiny the scholarship of political science via examining the international and national studies, the study not only demonstrates that there is a significant gap in the scholarship in terms of the studies on leadership but also the problems occurring in the analyses because of the borrowed concepts from the theories of leadership in other fields. The study also shows the scholarship of leadership is lacking both in terms of voting behaviour and political science. Last but not least, the study emphasises that the scholarship should focus more on the importance of the impact of political leadership on voter behaviour.

### Keywords

Politics, Political Participation, Voting, Voting Behavior, Leadership

## 1. Giriş

Seçmenler oy kullanırken, siyasal partilere mi yoksa siyasal partilerin liderlerine mi oy vermektedir? Dünyada demokrasi tarihine bakıldığında oy hakkının çetin mücadeleler sonucunda toplumsal sınıflarca elde edildiği açıkça görülebilir. Oy kullanmak, yani seçim yapabilmek demokrasilerde olmazsa olmazların başında gelir. Temsili demokrasilerde siyasal katılımın en önemli ayağı oy verme olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde siyasal katılım, yönetim gibi kavram ve uygulamaların yaygınlaşmasıyla ve de toplumsal hareketlerin yükselişiyle sadece oy verme davranışı ile sınırlı olmasa da genel seçimlerde oy kullanmak vatandaşların hala siyasal anlamda katılımını en üst düzeyde sağladıkları siyasal etkinliklerin başında gelmektedir. Genel seçimlerde siyasal partiler açısından, siyasi partinin lideri önemli bir figürdür. Hatta genel seçimler dışında yerel seçimlerde de karizmatik liderliğin makbul görüldüğü toplumlarda yerel seçimlerde bile siyasi parti liderleri oy verme kararında rol oynar. Bu sebeple siyasal katılım ve liderlik literatürünü birlikte düşünmek ve seçmenlerin oy kararı üzerinde siyasi parti liderlerinin etkisini soruşturmak önemlidir. Bu çalışmada da siyasal katılım literatürünün siyasal liderlik faktörünü ne kadar ve hangi biçimlerde içerdiği, literatür taramasıyla incelenmektedir. Siyasal katılım literatüründe özellikle oy verme davranışı ile siyasal liderlik arasındaki ilişkinin kuramsal ve ampirik incelemesine ihtiyaç olduğunu vurgulayan bu çalışmada, dünyadaki ve Türkiye'deki çalışmalara bakılmaktadır. Özellikle uluslararası literatürde anaakım siyaset biliminin de etkisiyle siyasal davranışın incelenmesi üzerine oldukça geniş bir birikim olduğu halde, siyasal katılım ve liderlik literatürlerinin farklı güzergahlarda seyrettiği ve siyasal katılım çalışmalarında seçmen davranışı ile siyasal liderlik ilişkisini doğrudan mesele edinen çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Bu inceleme için, önce siyasal katılma kavramı tanımlanacak, daha sonra oy verme davranışı ve liderlik üzerine yapılan çalışmalar ve kuramlar genel hatları ile ele alınacaktır. Son olarak ise söz konusu literatüre ilişkin olarak öne çıkan çalışmalar ve literatürün birbirinden ayrık olması ile Türkiye özelindeki durum değerlendirilecektir.

## 2. Siyasal Katılma

Katılma kavramı günlük dilde pek çok farklı anlamda kullanılmaktadır. Siyaset bilimi bağlamında siyasal katılma kavramının içeriği oldukça geniş olduğu gibi sınırları da muğlaktır. Oy verme, dilekçe hakkı, toplantı ve gösteri yürüyüşü, kamusal alan işgalleri ve oturma eylemi gibi siyasal aktivitelerin siyasal katılma kapsamında değerlendirilmesinde bir tartışma olmasa da özellikle gelişen teknoloji ve bunun insan davranışlarının içerisine girmesiyle siyasal katılmada anlam karmaşası söz konusu olabilmektedir. Tweet atmak, hastag oluşturmak gibi internet tabanlı faaliyetlerin siyasal katılımın yeni bir biçimi olup olmadığı bugün önemli tartışma konularından biridir (Tüfekçi, 2017: 8-10).

Verba ve Nie (1987:2) siyasal katılmayı vatandaşların kendilerini yönetecek kişileri seçmeleri ve seçilen kişilerin eylemlerini doğrudan veya dolaylı olarak etkilemek amacıyla gerçekleştirdikleri

eylemlerin tamamı olarak görmektedir. Meyer (1991:11) de benzer bir görüşü benimseyerek siyasal katılmayı vatandaşların ve vatandaşların oluşturduğu çıkar gruplarının temsilci seçimleri ile kamu politikasının oluşturulması ve sonuçlarına ilişkin etkileme faaliyetleri olarak tanımlamaktadır. Turan da (1977:67-69) Meyer ile benzer bir tanımlama yaparak siyasal katılmayı, bireylerin ve bireylerin meydana getirdikleri örgütlerin kendilerini yönetecek kişileri seçme ve seçtikleri kişilerin kararlarını etkileme süreci olarak ifade etmekte ve tanımlamasında ayrıca güven duygusu da önemli bir yer tutmaktadır. Literatürde birbirinden farklı siyasal katılma tanımlamaları da vardır. Ancak bunlar temel bazı noktalarda ortaklaşmaktadır. Her şeyden önce siyasal katılmanın merkezinde vatandaş yer almaktadır. Yani siyasal katılma vatandaşları ilgilendiren bir konudur. Diğer yandan siyasal katılma bir eylemlilik halindedir. Siyasal katılma eylem olmadan sadece düşünsel bir düzeyde var olamaz. Sandıkta ve meydanlarda gerçekleşen bir eylemdir. Eylemden kastedilen kimi zamanda protesto etmek ve tepki göstermek için harekete geçmemek de olabilir. Ayrıca siyasal katılmada gönüllülük esastır. Zorlayıcı normlar ile vatandaşların sandık başlarına gitmeye mecbur bırakılıp, seçenezsiz pusulalarda oy kullanması gerçek anlamda siyasal katılma değildir. Siyasal katılma bu açıdan özgürlükle de ilişkili bir kavramdır. Son olarak da siyasal katılma sadece oy verme gibi eylemler ile sınırlı değildir. Siyasal katılmayı yalnızca oy verme eylemine indirgemek doğru değildir. Siyasal katılma sistemin tamamı ile ilişkilidir (Deth, 2001: 5). Zaten 20. yüzyıla damgasını vuran demokrasi, katılım ve meşruiyet krizlerinin temelinde de siyasal katılmaya karşı indirgemeci tutum yer almaktadır. Bu sebeple siyasal katılma sadece seçmenlerin seçim dönemlerinde verdikleri oya ve eylemlerine indirgenmemelidir. Siyasal katılma sisteme karşı duyulan basit bir meraktan başlayıp, iktidar değişimleri hatta sistemi tümünden değiştiren olaylara ve eylemlere kadar uzanan geniş bir yelpazede değerlendirilmelidir (Kapani, 1995: 131).

Bu geniş kapsamından dolayı siyasal katılmanın kapsadığı eylemler, olağan katılma ve olağandışı katılma olarak iki grup altında toplanmaktadır. Olağan siyasal katılma, oy verme, aday olma, başkaları ile siyasal konularda konuşma, adayların mitinglerine katılma veya kampanyalara bağışta bulunmak gibi eylemleri kapsarken, olağandışı siyasal katılma ise gösteri yürüyüşü yapmak, grev, boykot, işgal, sivil itaatsizlik ve devrime girişimleri gibi daha pek çok eylemi kapsamaktadır (Turan, 1977: 69-73). Ayrıca özellikle 21. yüzyılda internetin yaygınlaşması ve dijital araçların da insan davranışları ve ilişkileri üzerindeki etkileri de internet tabanlı çeşitli eylemlerin siyasal katılma kapsamında değerlendirilebileceğine dair görüşleri arttırmaktadır.

Siyasal katılma üzerine çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır. Bu sınıflandırmalarda en bilinenlerden biri Dahl (1963: 56-57) tarafından yapılandır. Ona göre siyasal katılma öncelikle siyasete duyulan ilgili ile başlar, bu ilgi artarak önemsemeye dönüşür. Kişi, önemseme noktasında kişisel basit bir ilgiden daha fazlasına sahip olarak siyasal kararlar hakkında kendi hayatından da yola çıkarak fikirler geliştirmeye başlar. Bilgi aşamasında ise kişisel siyasal bilgileri arttırmak için basın yayın organları takip edilmeye başlar ve bilgi arttırılmaya çalışılır. Eylem aşamasında bireyler siyasal olaylara bilfiil dahil olmaya başlar. Dahl'ın dörtlü sınıflandırmasına karşılık Milbrath ve Goel (1977: 11-21) üçlü bir sınıflandırma yaparak Roma'dan esinlenerek siyasal katılmayı kayıtsızlar, izleyiciler ve gladyatörler olmak üzere üç farklı düzeyde ele alır. Sonrasında ise bu analizlerini biraz daha genişleterek gladyatör faaliyetleri konvansiyonel ve konvansiyonel olmayan katılım sağlayanlar gibi alt katılım tiplerine ayırırlar. Milbrath (1965: 18) izleyici ve gladyatör faaliyetler arasında geçiş faaliyetleri olarak adlandırdığı basit konvansiyonel biçimleri koyar. Bu bakımdan dörtlü başlık altında sınıflandırmasını toplasa da kayıtsızlar siyasal katılma sağlamadığı için bir siyasal katılma biçimi olarak görülmez ve üçlü sınıflandırma izleyici, geçiş ve gladyatör faaliyetlerden meydana gelir.

Geleneksel siyasal katılım sınıflandırmaları ve siyasal katılım üzerine çalışmalar günümüzde de geçerliliğini korumaktadır. Özellikle gelişen teknoloji, internetin ve sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşması ile siyasal katılımda kullanılan araçlar değişse de katılımın özü aynı kalmakta ve sadece katılım için yeni araçlar gündeme gelmektedir. Siyasal katılımın içeriğinin değiştiğine ilişkin bazı yorumlamalar aşırı tekno determinizm olarak görülüp eleştirilmektedir (Fuchs, 2016: 52, 95). Diğer yandan ise siyasal katılım kavramının içeriğinin genişlediği ve yeni alanların siyasal katılım kavramının çeperlerini esnettiğine ve özel alan kamusal alan ayırımının silikleştiğine yönelik yorumlar da literatürde kendisine yer bulmaktadır (Papacharissi, 2010: 164; Tüfekçi, 2017: 26).

### 3. Seçmenlerin Oy Verme Davranışları

Seçmen davranışı üzerine yapılan çalışmalarda üç ana ekol göze çarpmaktadır. Bunlar sosyolojik yaklaşım, psikolojik yaklaşım ve rasyonel yaklaşımdır. Bu ekoller içinde sosyolojik yaklaşım, seçmenlerin oy verme davranışı üzerine yapılmış ilk çalışma olduğu için öncü sayılabilir. Lazarsfeld öncülüğündeki Columbia Üniversitesi araştırmacıları tarafından geliştirilen bu ekol, Columbia ekolu olarak da adlandırılmaktadır. Bu ekole göre seçimlerde kullanılan oy aslında bireylerin ait olduğu sosyal kimliklerin siyasal tercihlere yansımından ibarettir. Buna göre oy verme davranışı, bireysel bir tutum değil, grup dinamiğinden doğan bir tercihtir (Lazarsfeld vd. 1968: 56-60; Cwalina vd., 2008: 9-16). Oy verme kararı seçimlerden önce, mensup olunan etnik, dini veya başka türlü sosyal grubun ekonomik, demografik ve sosyal dinamiklerine göre belirlenmektedir (Cwalina vd., 2012: 262). Bu yaklaşımın spesifik bir bireysel oy verme davranışı tanımlamamış olması, oy vermeyi kollektif bir eylem olarak ele alması yaklaşıma getirilen en önemli eleştirilerin başında gelmektedir. Yaklaşım bireylerin durumlarını statik olarak ele alıp, bireylerin mensup oldukları grupları değiştirebileceğini görmezden gelmektedir. Yaklaşımın sosyo-demografik özelliklerin süreklilik arz edeceği varsayımının geçerliliği oldukça sorgulanabilir durumdadır (Cwalina vd., 2008: 9-10). Diğer yandan sosyolojik yaklaşım ekseninde çalışan araştırmacıların, siyasal kampanyaların ve medya araçlarının seçmen tercihleri üzerinde önemli bir etkisi bulunmadığına ilişkin görüşü de geçerliliği sorgulanabilecek başka bir iddiadır (Çinko, 2006: 109).

Seçmenlerin oy verme davranışları üzerine ikinci yaklaşım Angus Campbell ve Michigan Üniversitesi araştırmacıları tarafından geliştirilen Psikolojik Yaklaşımdır. Sosyolojik yaklaşımın aksine Psikolojik yaklaşım oy verme davranışını bireysel tercihlerin şekillendireceği üzerine durur. Ancak bireysel tercihlerin oy verme davranışını şekillendirilmesinde sosyolojik yaklaşımın öne sürdüğü grup dinamiklerini yani sosyal yapıyı ihmal etmez (Campbell vd. 1971: 84-87). Yani Psikolojik Yaklaşım, sosyolojik yaklaşımın tüm önermelerini yok saymamaktadır. Ancak oy verme davranışını sosyolojik yaklaşımdan farklı olarak birey temelinde incelemektedir (Campbell vd., 1960: 13). Ayrıca partizanlık ve partiyle özdeşleşme gibi konularda da psikolojik yaklaşım, sosyolojik yaklaşımdan farklı olarak çeşitli önermeler getirmektedir. Partiyle özdeşleşme modeline göre birey içinde yetiştiği sosyal çevre ile siyasal sosyalleşme etkileşimi yaşayarak siyasal tutumlar kazanmakta, bu tutumlar bireye ileride sergileyeceği oy verme davranışına ilişkin görüşler kazandırmaktadır (Campbell vd., 1960: 10-12). Ayrıca bu yaklaşım seçmenler üzerinde bir çözümlenme getirerek seçmenleri, aday odaklı, konu odaklı ve parti odaklı olarak tasnif etmektedir. Bu tasnife göre aday odaklı seçmenler doğrudan adaylara ve lidere bakarak oy verirken, parti odaklı seçmenler partinin temsil ettiği değerlere bakmaktadır. Konu odaklılık ise seçmenlerin değer verdiği konuların adaylar, liderler veya partiler tarafından temsil edilip edilmediğine ilişkindir. Seçmen bu temsiliyete göre karar vermektedir (Campbell vd., 1971: 86-87). Yaklaşımın seçmenlerin oy verme kararlarında parti dışında adayı da göz önünde bulundurduğunun tespiti seçmen davranışı çalışmalarına önemli bir katkı sunmuştur. Bu sebeple Psikolojik yaklaşım aday ve lidere ilişkin sorgulamaların yapıldığı ilk yaklaşım olması nedeniyle önemlidir (Damlapınar ve Balcı, 2005: 62). Psikolojik yaklaşımın oy verme davranışını birey üzerinden incelemesi gibi, parti dışında lider ve adaylara yönelik bireyi esas alan bakış açısına da sahip olması tutarlı bir yaklaşımdır.

Üçüncü yaklaşım ise Downs tarafından 1957 yılında ileri sürülen ve temelde iktisatta "homo economicus" olarak tanımlanan bireyin, siyasal davranışlarının da "homo economicus"un varsayımları tarafından şekillendirileceği üzerine oluşturulan rasyonel yaklaşımdır (Downs, 1957: 4-5). Rasyonel yaklaşımda psikolojik yaklaşıma benzer bir şekilde incelemeyi birey üzerinden gerçekleştirir. Rasyonel tercih yaklaşımında seçmenler, geleceğe bakarak değil, geçmiş üzerine değerlendirmede bulunarak oy kullanmaktadırlar. Seçmenler özellikle iktidar partisinin geçmişte yaptığı faaliyetleri değerlendirip, iktidar partisinin faaliyetlerinin kendisine sağladığı yararları hesaba katarak oy vermektedir. Gerçekçi olmayan vaatlerin ve iyi hatipler tarafından kullanılan cezbedici sözlerin seçmen nezdinde değeri yoktur (Downs, 1957: 38-40). Bu yaklaşıma göre seçmenler, seçim propagandalarından ve vaatlerden çok, iktidar partisinin ve diğer partilerin önceki dönemlerde yaptıkları icraatlardan etkilenerek oy kullanmaktadır. (Özkan, 2007: 91). Yani seçmenler oy verme davranışları konusunda tutucu değillerdir, bir sonraki seçimlerde oy verme davranışlarını, yaptıkları değerlendirmeler sonucunda değiştirebilirler.

Rasyonel yaklaşım siyaseti partilerin ve seçmenlerin karşılıklı fayda elde etmesine dayalı olarak kurgulamaktadır. Ancak bu yaklaşım, ideoloji ve partizanlık tutumlarını açıklamada, seçmen davranışına sadece fayda odaklı baktığı için yetersiz görülmektedir. Yine de rasyonel yaklaşım seçmen davranışı literatürüne önemli kavramlar kazandırmıştır. Bunların en önemlisi taktiksel oy verme davranışdır. Seçmen kendi görüşlerine uygun bulunduğu parti ve adayı desteklemektedir ve seçimini buna göre yapar. Ancak kendi desteklediği partinin veya adayın seçimi kazanamayacağına inanıyorsa, sevmediği partinin ve adayın seçimi kazanmasını engellemek için, sevmediği adayı ve partiyi engelleyecek aday ve partilere oy verecektir (Downs, 1957: 49-50). Bu davranış seçmenin fayda maksimizasyonu sağlayamayacağı durumlarda faydasını optimize etmeye çalışacağını ifade etmektedir.

Ayrıca seçmen davranışı literatürünü 1970 sonrası dönemde iktisadi davranışı pazarlama odaklı inceleyen araştırma alanlarının da etkilediğinden bahsetmek gerekir. ABD gibi bazı ülkelerde seçim kampanyaları adeta reklam kampanyalarına dönüşmekte, hatta bu alanlardaki uzmanlar, adayların seçim kampanyalarını şekillendirmektedir. Siyasal pazarlama yaklaşımı da bu nedenle daha çok ABD gibi ülkelerde kullanılan ve analizlerde sıklıkla yer verilen bir yaklaşımdır (Cwalina vd., 2004, Cwalina vd., 2008, Cwalina vd., 2012, Newman, 2017, Less-Marshment, 2009 ). Türkiye’de de bu alanda çalışmalar özellikle son 20 senede artmıştır. Ancak Türkiye özelinde, psikolojik modelin bakış açısı temel alınarak analiz yapmak, bir yandan bireyciliğin arttığı diğer taraftan ise kolektivist bakışın da halen sürdürüldüğü ikircikli toplumsal dinamiklerimiz açısından daha uygun görünmektedir (Hofstede Araştırması, 1967<sup>1</sup>). Psikolojik model hem bireyler üzerinden seçmen davranışını analiz etmesi, hem de bunu yaparken sosyolojik yaklaşımın sosyal grupların seçmen davranışı üzerindeki etkilerini de varsayımlarına ve analizlerine dahil etmesi ayrıca aday ve lidere ilişkin sorgulamaların da psikolojik model tarafından seçmen davranışı literatürüne kazandırılması sebebiyle Türkiye için önemli analizler yapma imkânı vermektedir.

#### 4. Liderlik Yaklaşımları

Burns’a göre liderlik; politik, ekonomik veya bunlara benzer başka bir güç ve değerler kullanarak belirli amaçlara ulaşmak için takipçilerin harekete geçirilmesidir (Burns, 1978: 425). Liderliği doğası gereği tanımlamak zordur. Liderliğin tanımlanmasının zorluğuna yönelik olarak Bennis liderliği güzelliğe benzeterek, tanımlanmasının zor olduğunu ancak karşılaşıldığında da hemen anlaşılabileceğini ifade etmektedir (Bennis, 2009: xxx). Ancak liderlik her ne şekilde tanımlanırsa tanımlansın, seçmenlerin oy verme tercihinde oy verdikleri partilerin liderleri veya doğrudan oy verilen kişinin liderlik özelliklerinin oy verme kararında etkili olduğu, yapılan çalışmalarda elde edilen önemli sonuçlardır (Pancer vd. 1999: 346)

Liderlik çalışmaları 20. yüzyılın başında şekillenmeye başlamıştır. Liderlik çalışmaları gerçekleştirenler ilk başlarda liderliğin doğuştan gelen bir özellik olduğunu düşünerek “Büyük Adam Teorisi”ni oluşturmuşlardır (Bass ve Bass, 2008: 48-49). Ancak liderliğin genetik gibi bir doğumdan gelen özelliklerle bağlantılı olduğunun düşüncesi pek çok kişi tarafından da kabul görmemiştir. Bu sebeple kendinden sonra gelişen Özellikler Teorisi’nde liderlik özelliklerinin kişinin doğumundan sonra da kazanabileceği üzerinde durulmaktadır. Özellikler teorisine göre liderler çevrelerinden ve takipçilerinden sahip oldukları çeşitli fiziksel, zihinsel, kişisel nitelikler ve kabiliyetler ile ayrılmaktadırlar (Yukl, 2013: 159). Özellikler Teorisi de liderliği salt liderin sahip olduğu özelliklere indirgemesi, bunun dışında lider davranışlarına yer vermemesi, özellikler listesinin sonsuz olması, özelliklerin tanımlanması ve ölçümünün güç olması gibi noktalardan eleştiri almıştır. Sonrasında da bu eleştiriler karşısında Davranışsal Teori bu eleştirilere cevap olmuştur.

Davranışsal Teori üniversiteler bünyesinde gerçekleştirilen farklı çalışmalardan beslenen bir teori olmuştur. Ohio State Üniversitesi bünyesinde gerçekleştirilen çalışmada farklı disiplinlerden bir araya gelen araştırmacılar liderlerin çeşitli durum, ortam ve gruplarda sergiledikleri davranışların analiz edilmesi için bir ölçek geliştirmişlerdir. Stogdill bu anket formunu kısaltıp nihai halini vermiştir (Stogdill vd., 1963: 128-129). Bu çalışmada yapıyı harekete geçirme ve takipçilerine ilgi gösterme faktörünün davranış üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Davranışsal Teori’ye bir diğer katkı

<sup>1</sup>Türkiye’nin kültürel yapısının, farklı ülkelerle karşılaştırılmasında önemli bir uluslararası kaynak olarak, Hofstede National Culture - Hofstede Insights, <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/> e.t.23.12.2022

ise Michigan Üniversitesi bünyesinde gerçekleştirilen çalışmalarla yapılmıştır. Bu çalışmaların başında da Likert yer almıştır. Çalışmaları dört yönetim sisteminde kavramsallaştırılmış ve Sistem 1-4 olarak literatürde yerini almıştır. Sistem 1 daha baskıcı bir liderlik tarzını vurgularken Sistem 4'e giden bir yelpazede liderlik giderek daha demokratik ve katılımcı bir tarza evrilmektedir (Likert, 1967: 3-10). Bu çalışmalara ek olarak Iowa Üniversite'sinde Lewin tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda da liderlik davranışları otokratik, demokratik ve laissez-faire olarak üçlü bir formda sınıflandırılmıştır. Yaptıkları deneyde ulaştıkları en önemli bulgu ise liderlik tarzı ile takipçilerin verimlilikleri arasındaki ilişkinin tespiti olmuştur (Lewin vd., 1939, 271-274). Davranışsal Teori'yi oluşturan bu çalışmalar daha sonra Yönetim Tarzı Matrisi'ni meydana getirmişlerdir (Blake ve Mouton, 1964: 8-14). Aynı şekilde McGregor da bir tarafta otokratik, bir tarafta ise demokratik bir liderliği koyduğu X-Y Teorisi ile (1960: 33-57) Davranışsal Teori'ye önemli katkılar sunmuştur.

Davranışsal Teori'den sonra ise Durumsallık Yaklaşımı hâkim hale gelmiştir. Durumsallık Yaklaşımı savunucularına göre ideal bir liderlik tarzı yoktur. İdeal olan liderliği içinde bulunduğu duruma göre şekillenmesidir. Durumsallık Yaklaşımı da bir dizi çalışma sonrasında inşa edilmiştir. Bu çalışmalardan başlıcaları House ve Evans tarafından geliştirildiği kabul edilen Yol-Amaç Kuramı ödülleri ve motivasyon ile liderlerin kabul edilmesi arasında bağlantı kurarken, talimat veren, destekleyici, katılımcı ve başarıya yönelik olmak üzere dört tip liderlik sınıflandırmasına yer verir (Evans, 1970: 282; House: 1971: 323-324, House ve Mitchell, 1975: 8-13, House, 1996: 326-327). Fiedler'in Yaklaşımı da Durumsallık Yaklaşımı'nda önemli bir yer tutmaktadır. Ona göre bir lider için en önemli olan şey takipçileri tarafından kabul görmesi ve kilit astları ile arasındaki psikolojik mesafeyi muhafaza etmesidir. Bu yaklaşımda liderin yönetim tarzı da üç durumla bağlantılıdır. Bunlar yerine getirilecek işin veya ulaşılabilecek amacın niteliği, lider ve takipçileri arasındaki ilişkiler ve liderin pozisyonuna dayanan otoritesinin gücüdür (Fiedler, 1958: 42-43). Hersey ve Blanchard'ın Yaşam Döngüsü (Life Cycle) Teorisi de Durumsallık Yaklaşımı içerisinde kendisine önemli bir yer bulmuştur. Bu teoride liderlik tarzı ile astların olgunlukları arasında bir ilişki vardır. Başkalarının performansını arttırmak için sergilenen davranışlar liderliği oluşturur. Onlara göre astların olgunluk seviyeleri dörde ayrılmaktadır. Astların olgunluk seviyesi arttıkça emir vermeden (1), ikna etmeye (2), karara katmaya (3) ve yetki vermeye (4) uzanan farklı bir lider davranışı gözlemlenmektedir. Bu teorileri sonrasında kendileri tarafından revize edilerek tek taraflı liderlik bakışından vazgeçilmiş ve liderlik "insanlara yapılan" bir şey olma düşüncesi yerine "insanlarla yapılan" bir forma evrilmiştir (Hersey ve Blanchard, 1996: 44-45).

Yakın dönemde ise liderlik literatüründe ağırlıklı olarak Burns tarafından ortaya konulan ve Bass tarafından geliştirilen Dönüşümcü Liderlik ve Etkileşimci Liderlik yaklaşımları kendilerine yer bulmaktadır. Burns'un teorisi geliştirirken hareket noktası ise Max Weber'in ünlü karizmatik liderlik modeli olmuştur. Burns'a göre liderin gücü sadece kendisinden veya mevkisinden kaynaklı değildir. Astlar lideri güçlendirir. Arzulanan amaçlara ulaşmada hem astların gücü, hem de liderin gücü önemlidir (Burns, 1978: 18-20). Etkileşimci ve Dönüşümcü liderlik birbirlerinden tamamen ayrılmış değildir. Dönüşürücü liderler belirli amaçlar için takipçilerini bir araya getiren, onların amaç ve değerlerini değiştirip, şekillendirebilen liderlerdir. Bu tarz liderler takipçileri üzerinde yüksek düzeyde motivasyon ve moral yaratabilir. Etkileşimci liderler ise daha bürokratik liderlerdir. Etkileşimci liderler için esas olan kurallara bağlı kalarak amaçlara ulaşmak iken, Dönüşümcü liderler daha fazla özgürlük ve adalet gibi vurgular yaparlar. (Burns, 1978: 425-426). Bass karizmatik özelliklere sahip olmanın dönüştürücü liderlik için yeterli olmadığını öne sürer ve motivasyon, ortak hedefe yönlendirme gibi unsurları vurgular (Bass, 1985: 20-21). Liderlik literatürü bu şekilde her dönem eleştirilere ve eksikliklere karşı yeni teoriler ortaya koyan bir özellik göstermektedir. Ancak bu teoriler ağırlıklı olarak yönetim bilimi literatürü altında geliştirilmiş teorilerdir. Bu sebeple de siyaset bilimine bu teorilerin kavramlarının devşirilmesi siyaset bilimi analizleri için problemlidir. Siyaset bilimi çatısı altında da liderlik teorilerine yönelik çalışmaların artırılması gerekmektedir.

## 5. Oy Verme Davranışı, Liderlik ve Siyasal Liderlik Üzerine Literatür Taraması

Siyasal davranış ve oy verme davranışı geniş bir açıdan bakıldığında siyasal katılımın bir türüdür. Cho ve Rudolph'a göre (2008: 273) siyasal katılma, halk ile yönetenler arasındaki bağlantıyı sağlayan, halkın talep, istek, beklenti ve endişelerinin doğrudan veya dolaylı olarak yönetenlere iletilmesine



imkân veren bir süreci ifade etmektedir. Özbudun (1975: 1-4) siyasal katılmayı vatandaşların merkezi veya yerel yöneticileri seçmek veya onların kararlarını etkilemek için gerçekleştirilen eylemlerde bulunmaları şeklinde tanımlamaktadır. Ancak tarihsel olarak siyasal katılma her zaman böyle geniş bir perspektiften ele alınmamıştır. Lazarsfeld vd. (1968: 1) daha erken tarihlerde yaptıkları tanımlarda oy verme davranışının tarihsel olarak siyasal katılmanın hemen hemen bütününe denk geldiğini ifade etmektedir. Siyasal katılma zamanla bir alan genişlemesi yaşamıştır ve oy verme dışında politik kararların etkilenmesine yönelik olarak gerçekleştirilen eylem bütününe kapsar hale gelmiştir. Ancak yine de pek çok toplumda oy verme siyasal katılımın en önemli biçimi olarak görülmekte ve bu görüş geçerliliğini korumaktadır.

ABD’de 1950’lerde siyaset biliminde gerçekleşen davranışsalci-pozitivist devrim (Köker, 2013: 9) sonrası, siyasal katılmanın en önemli ayaklarından birini oluşturan seçmenlerin oy verme davranışı üzerine nicel araştırma ekseninde çalışmalar hız kazanmıştır. Seçmenlerin Oy Verme Davranışları bölümünde de ifade edildiği gibi bu çalışmaların en göze çarpanları günümüzde de geçerliliğini koruyan 3 ana ekolü ortaya çıkarmıştır. Birinci ekol, Lazarsfeld ve diğer Columbia Üniversitesi araştırmacıları tarafından yapılan çalışmalar sonucunda oluşturulan sosyolojik yaklaşımdır. İkinci ekol ise Angus Campbell ve Michigan Üniversitesi araştırmacıları tarafından geliştirilen psikolojik yaklaşımdır. Üçüncü ekol ise Downs tarafında geliştirilen rasyonel yaklaşım modeli olmuştur.

Diğer yandan liderlik literatüründe de Weber’den günümüze kadar pek çok çalışma yapılmıştır. Çalışmaların büyük kısmı günümüz yönetim literatürünü oluşturmuştur. Weber’in liderliği, liderliğin dayandığı meşruiyet kaynaklarına göre üç ana başlık altında sınıflandırması literatürde hala önemini korumaktadır. Genelde liderlik üzerine yapılan çalışmalar Weber’in geleneksel, rasyonel ve karizmatik liderlik (Weber, 2017: 48-50) tipolojileri üzerindeki farklı kurgulardan ilerlemektedir. Weber’in literatüre sunduğu en büyük katkı Karizmatik Liderlik yaklaşımıdır. Weber’in sınıflandırmasını temel alsada da Weber’in otorite tipleri üzerine yaptığı analizleri ileri götüren ve liderlik tiplerini derinlemesine irdeleyen, liderliği motivasyon, zorlayıcı güç gibi kavramlarla ilişkilendirerek tipolojiler oluşturan pek çok çalışma mevcuttur. Bass (1981: 16, 31) Stogdill’in liderlik çalışması üstüne yaptığı çalışmasını revize ederek liderliği motivasyonla ilişkilendirmektedir. Bu yaklaşım yönetici-lider ayrışmasına dayanır. Buna göre, liderlerin yönetmekten ziyade astlarını, siyasal anlamda ise seçmenlerini motive eden özellik ve tutumlarının bulunması önemlidir. Cook vd. (1997: 463) liderlik üzerine yaptıkları çalışmalarında, zorlayıcı güç ve otokratik liderlik odaklı çalışmalara karşı, lidere karşı gönüllü bir bağlılığın olacağını öne sürmüşlerdir. Weber gönüllü bağlılığı, rasyonel-yasal meşruluk tipolojisinde, meşru hukuk düzeni bağlamında ele almıştır (Weber, 2017: 50-54). Weber’e göre lidere meşruluğu sağlayan en önemli nokta hukukilik ve lidere duyulan inançtır. Weber inanç boyutunu da analizlerine katar, çünkü bir şeyin hukuki olması, onun takipçiler tarafından meşru görüleceği anlamını taşımaz.

Liderliğe ilişkin kuramlar 1950’lere kadar Klasik Yönetim düşüncesi anlayışı üzerine kuruludur. 1950’lerden sonra ise McGregor’un X-Y Teorisi, Likert’in Sistem Yaklaşımı ve Argyris’in İnsan Modelleri yaklaşımı liderlik literatüründe önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. Otokratik liderlik modeline karşı olarak yeni modeller ortaya koymuşlar ve günümüz liderlik literatüründeki Dönüşümcü (Transformasyonel) Liderlik ve Etkileşimci (Transaksyonel-İşlemsel) Liderlik (Burns, 1978, Bass, 1981) gibi farklı yaklaşımların önünü açmışlardır. Liddle ve Mujani (2007: 832) gibi araştırmacılar ise liderlik literatürü ve seçmen davranışı literatürünü ortaklaştırarak seçmen davranışında parti liderlerinin etkileri üzerine çalışmalar yaparken, Lipset ve Schneider (1973) gibi isimler ise politik sosyoloji boyutunu literatüre kazandırmıştır. Ancak salt siyaset bilimi çerçevesi içerisinde yer alan ve üzerinde hemfikir olunan bir liderlik yaklaşımı ise mevcut değildir. Bunun yerine çeşitli kuramlardan ve kaynaklardan kavramları ödünç alan melez bir literatür mevcuttur (Cottam vd., 2018: 66-67)

Türkiye’de ise seçmen davranışında liderliğin rolü üzerine çalışmaların sayısı çok az olduğu gibi kapsamı genelde bölgesel veya yerel düzeyde olduğu için literatürde eksiklik göze çarpmaktadır. Damlapınar ve Balcı (2005) aday imajları konusunda 2004 yerel seçimleri üzerine bir alan araştırması yaparken, Ünnü (2009) ise otantik liderliğin siyasal pazarlama içindeki rolünü incelemiştir. Komsuoğlu’nun (2008) Süleyman Demirel üzerine yaptığı çalışması, Gaytancıoğlu’nun Politik Liderlik ve Bülent Ecevit (2014) ve Türk Siyasal Yaşamında Hüsamettin Cindoruk (2020) çalışmaları da liderlik kuramlarına yer vermekle birlikte daha çok lider hayatı üzerine odaklanan biyografik çalışmalar olmuş ve seçmen davranışı faktörüne yönelmemiştir. Kalaycıoğlu’nun (2002) ANAP üzerine gerçekleştirdiği

çalışmasında, partinin bir karizmatik lider partisi olması durumu irdelenmiştir, ancak seçmen davranışı kuramları çalışmada yer almamıştır.

Seçmen davranışları üzerine bahsedilen modelleri kullanan ve Türkiye üzerinde araştırmalar yapan çeşitli çalışmalar da vardır. Özsoy (2002) ve Çaha (2008) seçmen davranışını Türkiye üzerinden analiz etmiş ve bahsedilen üç ekol ile uyumlulukları ve farklılıkları üzerine çalışmalar yapmışlardır. Çaha çalışmasında daha çok merkez sağ seçmenin oy verme davranışına yer verirken, Özsoy daha geniş bir perspektiften Türkiye'deki seçmenlerin oy verme davranışına yer vermiş ve seçmen-siyasetçi arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Çarkoğlu ve Hinich (2006) çalışmalarında oy verme davranışı ile mekânsal konumu ilişkilendirmişlerdir. Akay (2012) ve Aziz (2011) siyasal iletişim konusuna odaklanarak, partilerin ve adayların seçmenler ile kurduğu siyasal iletişimin seçmenlerin oy verme davranışlarına ne tür etkileri olduğu noktasında çeşitli yaklaşımlar geliştirmişlerdir. Literatürdeki niceliksel yoğunluk siyasal pazarlama alanındadır. Tan (2002), Polat vd. (2004), Tokgöz (2010) gibi araştırmacılar ise siyasal pazarlama ve siyasal reklam alanında çalışmalar ortaya koymuşlar, siyasi partilerin veya adayların potansiyel seçmenleri nasıl kazanabileceklerine yönelik çeşitli öneriler ve önermeler öne sürmüşlerdir. Çatı ve Aslan (2003), Doğan ve Göker (2010) ise yaptıkları alan araştırmalarıyla seçmenlerin tercihlerinde etkili olan faktörleri ortaya koymuşlardır. Akgün (2000) de yaptığı çalışmasında oy verme ekolleri üzerine önemli tespitlerde bulunsa ve analizine ekonomi, partiye yönelik tutumlar ve ideolojiyi dahil etmiş olsa da liderlik boyutu çalışmasında yer almamıştır. Kalaycıoğlu (2014) çalışmasında 2009 ve 2014 seçim sonuçlarına ilişkin toplanan anket verileri ve seçim sonuçlarını analiz ederek, Türkiye'deki seçmenlerin parti tercihlerinde sosyo-kültürel, ideolojik, siyasi ve ekonomik faktörlerin etkisine bakmaktadır. Çarkoğlu, Vitiello ve Moral (2012) yaptıkları çalışmada seçmenlerin kendilerine en yakın partiyi veya adayı bulmalarına yardımcı olan VAA (Voting advice application) ve sonuçları üzerine bir çalışma yapmışlardır. Ancak söz konusu çalışmada da liderliğe yer vermekten ziyade seçmenlerin ideolojik konuları ve medya üzerine tespitler yapılmıştır. Aytaç, Çarkoğlu ve Elçi (2020) yaptıkları çalışmada popülizm ekseninde parti liderlerine yer vermişlerdir ancak liderlerin tutumlarının liderlik tipolojileri bağlamında bir değerlendirmesini yapmamışlardır. Aytaç ve Çarkoğlu (2017) kamuoyunun şekillendirilmesinde liderlerin etkili olduğuna yönelik tespitlerini yaptıkları çalışmalarında, liderlerin söylemlerinin toplumdaki karşılıklarını incelemişlerdir ancak bu inceleme söylem üstünden şekillenmiş ve liderlik ekollerine yer verilmemiştir.

Gerek seçmen davranışı gerekse liderlik yaklaşımlarına ilişkin bu çalışmalar, seçmen davranışı ile liderlik konularını ayrı ayrı işlemiştir. Psikolojik yaklaşım, bireysel boyutta seçmen davranışı analizi yaptığı için kısmen parti liderlerinin seçmenlerin oy verme davranışına etkisi noktasında çeşitli çalışmalara kapı aralasa da seçmen davranışı ve liderlik literatürünü ortaklaştıran çalışmalar genelde bölgesel ve yerel düzeylerde konuyu ele almıştır. Türkiye'deki literatürde ise seçmen davranışı üzerine yapılmış çalışmalar liderlik boyutuna değinmemiş veya alt başlıklar içinde yüzeysel olarak konuyu işlemiştir. Siyasal pazarlama alanında yapılan birkaç çalışma ise oy verme davranışında liderlik boyutunu işlese de bu çalışmalar da liderlik imajı gibi pazarlama literatüründen doğan kavramlara spesifik olarak odaklanmıştır. Ancak Türkiye'de literatürde seçmenlerin oy verme davranışları üzerinde parti liderlerinin etkisini inceleyen çalışmalar konusunda eksiklik olduğu gözlenmektedir. Siyasi liderlik üzerine sınıflandırmaya yönelik çalışmalar uluslararası literatürde artarken, Türkiye'de bu literatürde eksiklik göze çarpmaktadır.

Siyasi liderler hukuka dayalı olarak inşa edilmiş modern devletlerde seçime dayalı olarak işbaşına gelmektedirler. Güçlerini hukuktan alırlar. Anayasa ve yasalar çerçevesinde hareket edebilirler (Morell ve Hartley, 2006: 484). Siyasi liderlik üzerine yapılan çalışmaların sadece liderler ve seçmenler arasındaki ilişkiyi değil, aynı zamanda liderler ve diğer siyasi liderler arasındaki ilişkileri ve potansiyel liderleri de kapsamı gerekmektedir. Aynı zamanda liderin içinde bulunduğu durumsal değişkenler de bu kapsamda yer almalıdır (Edinger, 1972: 216-217). Günümüz siyasal liderliğinde en önemli güç liderin karizması olarak görülmektedir. Ayrıca yeni liderlik anlayışında değişimin öncüsü olan liderlikten ziyade değişimle birlikte değişen bir anlayış hâkim hale gelmektedir. Yeni siyasal liderlik anlayışı katı politikaları savunmaktan çok esneklik üzerine kuruludur. Ayrıca liderliği ve kendisini seçmenlere sunuşu da oldukça kişiselleşmiş şekildedir. Bu da karizmatik liderlik boyutunu öne çıkaran bir durumdur (Yıldız, 2012: 126 -129). Bu sebeple liderlik çalışmalarında Weber'in öncü çalışmaları hala geçerliliğini korumaktadır. James Barber'in siyasal liderler üzerine yaptığı çalışmaları önemlidir. Barber, ABD



başkanlarından yola çıkarak siyasi liderlerin her birinin şahsına münhasır olmadığını, siyasi liderlik tarzlarının sınıflandırılabilirliğini öne sürmektedir. Ayrıca yine tek bir evrensel liderlik modelinin de olmadığını ortaya koymuştur. Barber liderlik rolünü yerine getirmede aktiflik ve pasiflik, faaliyetlere yönelik olumlu-olumsuz duygu gibi iki değişkeni bir araya getirerek dörtlü bir sınıflandırma yapmıştır. Ayrıca liderlerin tarzlarına etki eden retorik, işe karşı tutum ve kişisel ilişkiler gibi üç faktörü öne çıkartmaktadır (Barber, 1972: 85-88). Barber'in çalışması literatürde oldukça önemli olmakla birlikte siyasal liderlerin oy kararına etkisine bakmamıştır. Kellerman (1986) ise yaptığı çalışmada pek çok farklı bilim insanının çalışmalarını liderlik perspektifinden sınıflandırmıştır. Lasswell, Schumpeter ve Hamilton'un çalışmalarını demokratik, Arendt'in çalışmalarını totaliter, Brinton'un çalışmalarını devrimci, Weber'in ve Willner'in çalışmalarını yasal, geleneksel ve karizmatik, Lewis'in çalışmalarını girişimci ve Tucker'in çalışmalarını ise anayasal olmayan liderlik tipolojileri altında sınıflandırmıştır. Ancak bu çalışmanın da oy verme modelleri ile kaynaşan bir yönü mevcut değildir. Morell ve Hartley (2006) diğer liderlik çalışmalarından farklı olarak, siyasal liderliği kapsayan ve model önerisi sunan bir çalışma ortaya koymuştur. Dean (2004) yaptığı çalışmada İngiltere'deki seçmenlerle görüşerek oy verme tercihlerine odaklanmıştır. Bu çalışmada oy verme kararında oy verdiği partinin liderinin güçlü ve karizmatik olması gibi detayların önemli olduğu tespit edilmiştir (Dean, 2004: 259).

Türkiye'deki literatürde ise Çaha vd (2008: 93-103) yaptıkları çalışmada yerel düzeyde siyasi parti üyelerinin siyasal katılma sebeplerine ilişkin bir araştırma yürütmüşlerdir. Araştırmada partiler ve siyasi görüşler bazında ayrışma olsa da lider faktörünün partiye üyelik ve partide siyaset yapma kararında önemli bir faktör olduğu tespit edilmiştir. Hatta çalışmada üye olduğu parti lideri, başka bir partinin lideri olsaydı liderin üye olduğu partiyi mi desteklerdiniz gibi orijinal bir soru da araştırma kapsamında irdelenmiştir. Katılımcıların yüzde 50'sinden fazlası da destekleyeceğini belirtmiştir. Avcı (2015) Ankara ilinde yaptığı çalışmada seçmenlerin oy kararında parti lideri, parti aidiyeti ve aday etkisini tespit etmek için 600 kişi ile tesadüfi örnekleme yoluyla görüşmüştür. Çalışmanın sonucunda sol eğilimli seçmenlerde partiye ve adalara bağlılık düzeyinin yüksek olduğunu buna karşılık lidere bağlılık düzeyinin zayıf olduğu, sağ eğilimli seçmenlerde ise liderlere bağlılık düzeyinin yüksek olduğu, partiye ve adalara bağlılık düzeyinin zayıf olduğunu tespit etmiştir (Avcı, 2015: 176). Ancak tesadüfi örnekleme yolu ile ve Ankara özelinde bir çalışma olduğu için Türkiye'deki tüm seçmen grubuna genelleme yapmak olanaksızdır. Kalaycıoğlu (2013: 489) yaptığı çalışmada siyasi ideoloji, parti kimliği, liderin popüler imajı ve ekonominin hükümet tarafından yönetilmesinden memnuniyet ya da memnuniyetsizlik gibi faktörleri de analizine dahil etmiştir. Türkiye'deki oy kullanma davranışı hakkında teoriler geliştirme amacı da olan bu çalışma, parti liderliğini analizine dahil etmesi sebebiyle de önemlidir.

Dünyada sürekli yeni çalışmalarla seçmen davranışı ve liderlik etkileşimi arasındaki ilişkiye odaklanan literatür zenginleşirken, Türkiye'de literatürdeki eksiklik, Çarkoğlu (2016: 211-212) tarafından da ifade edilmiştir. Çarkoğlu'na göre Türkiye'deki oy verme davranışı çalışmaları siyaset biliminin güncel yazınıyla ya tutarlı değildir ya da karşılaştırma yapmak için uygun değildir. Ona göre seçmen davranışı literatürünün bu kadar kısıtlı kalmasının üç nedeni vardır. Bunlardan ilki Türkiye'de demokrasinin sallantılı olması ve odağı seçmenlerden daha çok seçkinlerin mücadelesine kaydıran askeri müdahalelerdir. Ne politikacıların ne de siyaset bilimcilerin bu sebeple oy verme davranışı birincil önceliği olamamıştır. İkinci olarak Türkiye'deki siyaset bilimi camiası üzerindeki davranışsal yaklaşımların sınırlı etkisidir. Üçüncüsü ise Türkiye'de siyaset bilimi alanında veri analiziyle ilgili metodolojik uzmanlığın eksik olmasıdır. Ayrıca Türkiye'de gerek askeri müdahaleler gerekse başka koşullarda devamlı parti kapatmalar söz konusu olduğu için geçmişten bugüne sürekli var olmuş bir parti yoktur. Bu sebeple parti ile özdeşleşmekten ziyade politik bir duruş ile özdeşleşmek daha mümkündür ve bu da seçmen davranışı çalışmalarını kısıtlamaktadır. Partiyle özdeşleşmemeye gibi faktörler de Michigan modelini Türkiye için daha uygun hale getirmektedir (Çarkoğlu, 2016: 214-215). Kalaycıoğlu da benzer bir değerlendirmeye, liderliğin seçimlerde partilere verilen oylarda oynadığı rolün üstüne herhangi bir sistematik ampirik analiz yapılmamasını eksiklik olarak görmektedir (Kalaycıoğlu, 2013: 488). Türkiye'deki liderlik anlayışı Machiavelli ve Weber arasında sıkışmıştır. Sürekli olarak geçmiş literatür tekrarlanmakta, liderlere Machiavelli ve Weber'in rolleri atfedilmekte ve güncel uluslararası literatüre uyum sağlanamamış gözükmektedir. Yıllardan beri süregelen siyasal sistem, seçim sistemi gibi gerek akademik gerekse toplumsal tartışmalarda parti liderleri boyutunun göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

## 6. Sonuç

Siyasal katılma üstüne yapılan çalışmalar her geçen gün artmaktadır. Bunun temel sebebi toplumsal hareketlerin, dijital araçları da siyasal katılma talepleri için kullanmaya başlamasıyla daha geniş kitlelere ve coğrafyalara yayılma potansiyelinin artmış olmasıdır. Siyasal katılma geniş bir yelpazede basit bir oy verme davranışından çok daha komplike bir şekilde devrimlere kadar uzanan bir dizi eylemi kapsamaktadır. Ancak pek çok coğrafyada siyasal katılmanın en yoğun olarak gerçekleştiği faaliyet seçimlerde oy kullanma olarak kendisini göstermektedir. Oy verme davranışı külliyatı uluslararası literatürde oldukça önemli bir hacimde kendisine alan yaratmıştır. Sosyolojik bir yaklaşım olarak Columbia ekolü, psikolojik yaklaşım olarak Michigan Okulu ve “homo economicus”un varsayımlarının oy davranışına da uyarlandığı Rasyonel Yaklaşım en çok bilinen üç ekol olarak literatürde karşılaşılmaktadır. Bu yaklaşımlar güncelliğini koruduğu gibi ayrıca 1970 sonrasında giderek büyüyen siyasal pazarlama külliyatı da oy verme davranışına farklı bir model getirmiştir. Türkiye’de de ağırlıklı olarak seçmen davranışına ilişkin çalışmalar siyasal pazarlama alanı odaklı olarak çalışılmaktadır.

Diğer yandan uluslararası ve ulusal ölçekte liderlik literatürü de oldukça zengindir. 20. yüzyılın başında “Büyük Adam Teorisi” ile biyolojik unsurlara dayandırılan liderlik literatürü her yeni çalışma ile kabul değiştirmiş, liderliğin doğuştan değil sonradan kazanılan bir yetkinlik olduğu genel kabul görmüştür. Büyük Adam Teorisi’nin kabul görmemeye başlamasıyla Özellikler Teorisi literatürde hâkim hale gelmiştir. Özellikler teorisinin de liderliğe ilişkin açıklamalarının yetersiz kalması sonrası literatürde Davranışsal Teori ve ardından da tek bir ve ideal liderlik tarzının olmadığını savunan Durumsallık Yaklaşımı hâkim hale gelmiştir. Durumsallık Yaklaşımı sonrası ise Burns ve Bass’a atfedilen Dönüşümcü ve Etkileşimci liderlik yaklaşımları literatürde önem kazanmıştır. Liderlik paradigmasındaki bu dönüşüme rağmen Weber’in üçlü tipolojisi de hala güncelliğini korumaktadır. Ancak liderlik literatürü zengin olsa da siyaset bilimi açısından durum farklıdır. Siyaset biliminde liderlik literatürü uluslararası ve yerel ölçekte problemlidir. Bunun sebebi siyasal liderler üzerine yapılan çalışmaların ya biyografik olması ya da başka disiplinlerden devşirilen kavramlar ile çalışılmasıdır. Disiplinler arası kavram geçişleri normal olmakla birlikte liderlik gibi bir kavramın sadece devşirme bir şekilde siyaset bilimi literatüründe çalışılması önemli bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır. Bu sebeple hem Türkiye’deki siyasal lider literatürü hem de uluslararası literatürde liderlik çalışmalarının artırılması ve modeller geliştirilmesi gerekmektedir.

Çarkoğlu ve Kalaycıoğlu’nun ulusal literatürdeki ampirik çalışmaların eksikliğine ilişkin tespitleri oldukça yerindedir. Ampirik çalışmaların Türkiye’deki literatürdeki eksikliği bir tarafa konursa, hemen hemen tüm çalışmalar sosyo-ekonomik değişkenlerin oy verme etkisini ölçmekte olup, liderlik gibi önemli bir faktörü analiz dışı bırakmaktadır. Ancak Türkiye gibi bir ülkede her dönem seçimlere damgasını vuran karizmatik lider veya liderlerin olduğu bir ülkede liderlik faktörünün seçmen davranışı çalışmalarında odak noktanın dışında tutulması literatürde önemli bir eksiklik yaratmaktadır. Seçmenlerin oy verme davranışlarına yönelik modellerden psikolojik yaklaşımın Türkiye’ye üzerinden sınanması ile sosyolojik ve rasyonel yaklaşımın taktiksel oy verme, grup dinamiği gibi çeşitli katkılarının Türkiye açısından ele alınması için çözüm yollarının geliştirilmesi ve liderlik faktörünün analizlere dahil edilmesi ile Türkiye’deki siyasal davranış ve oy verme davranış literatürü zenginleşebilecektir.

## Kaynaklar

- AKAY, R. A. (2012). *Siyasal iletişim danışmanı*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- AKGÜN, B. (2000). Türkiye’de seçmen davranışı: partizan tutumlar, ideoloji ve ekonomik faktörlerin oy vermeye etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 1 (4), 75-92.
- AVCI, K. (2015). 2014 Ankara yerel seçimlerinde parti lideri faktörünün seçmenin oy verme kararına etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3 (1), 145-179
- AYTAÇ, S. E., ÇARKOĞLU, A. (2017). Presidents shaping public opinion in parliamentary democracies: a survey experiment in Turkey. *Political Behavior*, 40(2), 371–393.
- AYTAÇ, S. E., ÇARKOĞLU, A., ELÇİ, E. (2020). Partisanship, elite messages, and support for populism in power. *European Political Science Review*, 23-39.

- AZİZ, A. (2011). *Siyasal iletişim*. Genişletilmiş 3.Basım. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- BARBER, J. D. (1972). Classifying and predicting presidential styles: two “weak” presidents”. (Ed. Glenn D. Paige). *Political leadership: readings for an emerging field*. (ss.85-114). New York: The Free Press.
- BASS, B. M. (1981). *Stogdill's handbook of leadership, a survey of theory and research*, New York: The Free Press.
- BASS, B.M., BASS, R. (2008), *Handbook of leadership: theory, research, and managerial applications*. 4th edition. New York: Free Press.
- BASS, M. B. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*, New York: The Free Press.
- BENNIS, W. (2009). *On becoming a leader*. New York: Basic Books.
- BLAKE, R., MOUTON, J. (1964). *The managerial grid: the key to leadership excellence*. Houston: Gulf Publishing Co.
- BURNS, J.M. (1978). *Leadership*. New York: Harper & Row.
- CAMPBELL, A., CONVERSE E.P., MILLER, W.E., STOKES D.E. (1960). *The American voter*. Chicago: The University of Chicago Press.
- CAMPBELL, A., GURIN, G., MILLER, W.E (1971). *The voter decides*. New York: Greenwood Press.
- CHO, W. K T., RUDOLPH T. J. (2008). Emanating political participation: untangling the spatial structure behind participation. *British Journal of Political Science*, 38 (2) 273-289.
- COOK, C.W., PHILIP, L., HUNSAKER, R., COFFEY, E. (1997). *Management and organizational behavior*. Second Edition. Chicago: McGraw Hill.
- COTTAM, M. L., MASTORS, E., PRESTON, T., DIETZ, B. (2017). *Siyaset psikolojisine giriş*, (M. Şenol Çev.), Ankara: BB101 Yayınları
- CWALINA W., FALKOWSKI A., NEWMAN B. I. (2008). A cross-cultural theory of voter behavior, New York: Taylor & Francis
- CWALINA W., FALKOWSKI A., NEWMAN B. I. (2012). The macro and micro views of political marketing: the underpinnings of a theory of political marketing. *Journal of Public Affairs*, 11 (4). 254-269
- CWALINA W., FALKOWSKI A., NEWMAN B. I., VERCIC, D. (2004). Models of voter behaviour in traditional and evolving democracies. *Journal of Political. Marketing*, 3(2), 7-30.
- ÇAHA, Ö. (2008). *Türkiye’de Seçmen Davranışı ve Siyasi Partiler*. Genişletilmiş 2.Baskı. Ankara: Orion Kitabevi.
- ÇAHA, Ö., TOPRAK, M., DALMIŞ, İ. (2008). Siyasi parti üyelerinde siyasal katılım düzeyi: Kırıkkale örneği. *Seçmen Davranışı ve Siyasi Partiler* (ed. Ömer Çaha) 2. Baskı. (ss. 53-139), Ankara: Orion Kitabevi.
- ÇARKOĞLU, A. (2016) Oy verme davranışı. *Dünden bugüne Türkiye: tarih, politika, toplum ve kültür*. (ss.211-224). (Der. M. Heper ve S. Sayarı) (K. Tanrıyar Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- ÇARKOĞLU, A., HINICH, M. J. (2006). A spatial analysis of Turkish party preferences, *Electoral Studies*, 25(2), 369-392
- ÇARKOĞLU, A., VITIELLO, T., MORAL, M. (2012). Voter advice applications in practice: answers to some key questions from Turkey, *International Journal of Electronic Governance*. 5(3-4), 298-317
- ÇATI, K., ASLAN, S. (2003). Politik pazarlama açısından seçmen kararlarında: etkili olan faktörler ve Sivas örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(3-4), 255-270.
- ÇINKO, L. (2006). Seçmen Davranışları ile Ekonomik Performans Arasındaki İlişkilerin Teorik Temelleri ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 61 (1), 103-116.
- DAHL, R. A. (1963). *Modern political analysis*, Prentice-Hall New Jersey.

- DAMLAPINAR, Z., BALCI, Ş. (2005). Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen Etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan Araştırması. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(1), 58-79.
- DEAN, D. (2004). A Faustian pact? Political marketing and the authoritarian personality. *Journal of Public Affairs*. 4(3), 256-267.
- DOĞAN, A., GÖKER, G. (2010). Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi 29 Mart Yerel: Seçimleri Elâzığ Seçmeni Örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(2), 159-187.
- DOWNS, A. (1957). *An economic theory of democracy*, New York: Harper&Row
- EDINGER, L. J. (1972). *Political science and political biography*. (Ed. Glenn D. Paige) *Political leadership: readings for an emerging field*. (ss.213-239). New York: The Free Press.
- EVANS, M. G. (1970). The Effects of Supervisory Behavior on the Path-Goal Relationship, *Organizational Behavior And Human Performance*, 5 (3), 277-298
- FIEDLER, F. E. (1958). *Leader attitudes and group effectiveness*. Urbana: University of Illinois Press.
- FUCHS, C. (2016). *Sosyal medya eleştirel bir giriş*, (İ. Kalaycı, D. Saraçoğlu Çev.) Ankara: NotaBene Yayınları.
- GAYTANCIOĞLU, K. (2014). *Politik liderlik ve Bülent Ecevit*, Çanakkale: Paradigma Akademi Yayınları
- GAYTANCIOĞLU, K. (2020). *Türk siyasal yaşamında Hüsamettin Cindoruk*, İstanbul: Tekin Yayınevi
- HERSEY, P., BLANCHARD, K. (1996). Great ideas revisited: revisiting the life-cycle theory of leadership, *Training & Development*, 50 (1), 42-47
- HOUSE, R. J. (1971). A path goal theory of leader effectiveness, *Administrative Science Quarterly*, 16 (3), 321-339
- HOUSE, R. J. (1996). Path-goal theory of leadership: lessons, legacy, and a reformulated theory, *Leadership Quarterly*, 7(3), 323-352.
- HOUSE, R. J., MITCHELL, T. R. (1975). *Path-goal theory of leadership*. Seattle: Washington University.
- KALAYCIOĞLU, E. (2002), The Motherland Party: the challenge of institutionalization in a charismatic leader party. *Political Parties in Turkey*, (ss.41-61). (Ed. B. Rubin, M. Heper) New York: Routledge
- KALAYCIOĞLU, E. (2013). Turkish party system: leaders, vote and institutionalization, *Southeast European and Black Sea Studies*, 13(4), 483-502.
- KALAYCIOĞLU, E. (2014). Local elections and the Turkish voter: looking for the determinants of party choice. *South European Society and Politics* 19(4), 583-600
- KAPANI, M. (1995). *Politika Bilimine Giriş*, 7. Baskı, İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- KELLERMAN, B. (1986). *Political leadership: a source book*, Pennsylvania: University of Pittsburgh Press.
- KOMSUOĞLU, A. (2008). *Siyasal yaşamda bir lider Süleyman Demirel*. İstanbul: Bengi Yayınları.
- KÖKER, L. (2013). *İki Farklı Siyaset*. 2. Baskı, Ankara: Dipnot Yayınları.
- LAZARSFELD, P., BERELSON, B., GAUDET, H. (1968). *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. 3rd Edition. New York: Columbia University Press.
- LESS-MARSHMENT, J. (2009). *Political marketing: principles and applications*. New York: Routledge
- LEWIN, K., LIPPITT, R., WHITE, R. K. (1939). Patterns of aggressive behavior in experimentally created "social climates." *The Journal of Social Psychology*, 10(2), 271-299.
- LIDDLE, R. W., MUJANI, S. (2007). Leadership, party, and religion: explaining voting behavior in Indonesia. *Comparative Political Studies*, 40(7), 832-857
- LIKERT, R.(1967). *The human organization: its management and value*. New York: McGraw-Hill
- LIPSET, S. M., SCHNEIDER W. (1973) *Political Sociology*. (Ed. Smelser, N.J.), *Sociology: An Introduction*, 2nd Edition, New York: John Wiley And Sons. 399-491

- MCGREGOR, D. M. (1960). *The human side of enterprise*, New York: McGraw-Hill
- MEYER, G. (1991). Introduction: two European nations in search of participatory democracy. *Political participation and democracy in Poland and west Germany* (ss.7-36) (Ed. Meyer G., Ryszka F.) Warsaw: Osrodek Badan Spolecznych.
- MILBARTH, L. W. (1965) *Political participation. how and why people get involved in politics*. Chicago: Randal McNally.
- MILBARTH, L. W., GOEL, M. L. (1977). *Political participation. how and why people get involved in politics*. Chicago: Randal McNally.
- MORRELL, K., HARTLEY, J. (2006). A model of political leadership. *Human Relations*, 59(4), 483–504
- NEWMAN, B. I. (2017). *Siyasette pazarlama devrimi: son amerikan başkanlık kampanyaları etkili pazarlamaya dair bize ne öğretebilir?*. (E. T. Kocabıyık Çev.), Ankara: Nobel Yaşam
- ÖZBUDUN, E. (1975). *Türkiye’de sosyal değişme ve siyasal katılma*, Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları
- ÖZKAN, A. (2007). *Siyasal İletişim Stratejileri*. İstanbul: Tasam Yayınları
- ÖZSOY, O. (2002). *Türkiye’de Seçmen Davranışları ve Etkin Propaganda*. İstanbul: Alfa Basım Yayım
- PANCER, S. M., BROWN, S. D., BARR, C. W. (1999). Forming impressions of political leaders: a cross-national comparison, *Political Psychology*. 20 (2), 345-368
- PAPACHARISSI, Z. A. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*, Cambridge: Polity Press.
- POLAT, C., GÜRBÜZ, E. İNAL, M.E. (2004). *Hedef seçmen: siyasal pazarlama yaklaşımı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- STOGDILL, R. M., GOODE, O. S., DAY, D. R. (1963) The leader behavior of corporation presidents, *Personnel Psychology*, 16(2), 127–132.
- TAN, A. (2002). *İlke ve uygulamalarıyla politik pazarlama*. İstanbul: Papatya Yayıncılık
- TOKGÖZ, O. (2010). *Seçimler siyasal reklamlar ve siyasal iletişim*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları
- TURAN, İ. (1977). *Siyasal sistem ve siyasal davranış*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları.
- TÜFEKÇİ, Z. (2017). Twitter and tear gas: the power and fragility of networked protest. New Heaven: Yale University Press.
- ÜNNÜ, N. A. (2009). *Politik pazarlamada pazar yönlülük ve otantik liderliğin önemi*. Ege Akademik Bakış Dergisi, 9(4), 1243-1273.
- VAN DETH, W. J. (2001). *Studying political participation: towards a theory of everything?*. Electronic Democracy: Mobilisation, Organisation and Participation via new ICTs. European Consortium for Political Research Workshop.
- VERBA S., NIE, N. H. (1987). *Participation in America: political democracy and social equality*. Chicago: The University of Chicago Press
- WEBER, M. (2017); *Bürokrasi ve otorite*. (B. Akın Çev.). 8.bs. Ankara: Adres Yayınları
- YILDIZ, N. (2012). Yeni zamanlar ve yeni liderlik anlayışı. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 11 (1). 119-134
- YUKL, G. (2013). *Leadership in organizations*. 8th Edition, London: Pearson.

## Summary

*Political participation is one of the most important topics of political science today as it was in the past. There is, historically speaking, a direct relationship between the acquisition of political rights and political participation. Today, the discussions on the expansion of political participation due to the increase of the use of internet and internet applications have an important place in the scholarship of political science. Political participation, however, in its essence includes all actions taken to be*

involved in politics, to elect people who will take political decisions, and to influence the decisions of the elected people. Historically, political participation was initially thought to be limited to voting, but over time the meaning of political participation has expanded and it has come to incorporate all the actions taken to influence politics.

Although political participation includes a wide range of meanings and actions, the most important pillar of political participation is voting. Three major schools stand out in the studies on voting behaviour. These are the sociological approach, the psychological approach and the rational approach. In addition, the approaches developed especially in terms of political marketing after 1970 have an important place in the scholarship of voting behaviour. On the other hand, the scholarship on leadership emerges as a substantial one. The scholarship, which started to be established from the beginning of the 20th century, has updated itself in every period and new theories have been developed against criticisms and deficiencies. However, leadership theories are the theories developed particularly under the scholarship of management science. Therefore, incorporating the concepts produced by these theories into political science is problematic for political science analyses.

After the behaviouralist-positivist revolution in the field of political science in the USA in the 1950s, studies on the voting behaviour of voters, which constitute one of the most significant pillars of political participation, have gained momentum in terms of quantitative research. These studies, as mentioned above, were carried out in the three major schools, which were sociological approach, psychological approach, and rational approach. Although these models provide very important explanations for voter behaviour, each of them has performed their analyses by regarding an important dimension of voter behaviour as constant. The biggest shortcoming of the models and subsequent studies is that they either do not measure the influence of political leaders on voting behaviour or that they borrow concepts from the scholarship of management science. The incorporation of the concepts borrowed from management science into the studies on leadership in the field of political science constitutes a problem.

On the other hand, while the aforementioned complexity still exists within the scholarship in Turkey, there is also a lack of studies which put under scrutiny the effect of party leaders on the voting behaviour of voters in the scholarship. In addition to this shortcoming, the scholarship on voting behaviour in Turkey is lacking compared to the international one. Çarkoğlu shows that this is mainly due to the fact that the political scientists in Turkey mainly focus on the interventions among the elites rather than the electorate, which occurs because of the continuous disruption of democracy in Turkey. Furthermore, behavioural approaches have had a limited impact on the studies of political science in Turkey. There is also a lack of methodological expertise in data analysis in the field of political science in Turkey. This study also points out that such reasons generate the fundamental problems of the studies in behavioural politics in Turkey. It creates a significant gap in scholarship when the studies on voter behaviour exclude the leadership factor or when the empirical studies carried out in terms of voting behaviour are insufficient, especially in a country where there are charismatic leaders or leaders who leave their mark on elections every term. The studies in the field of political behaviour and voting behaviour should focus on these issues more in order to make up for this lack in scholarship.