



**T. C.  
HARRAN ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**DOKTORA TEZİ**

**BELEDİYE HİZMETLERİ VE SEÇMEN DAVRANIŞI İLİŞKİSİ:  
ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ**

**GÜLBEN ÇELİK BOZKAYA**

**KAMU YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI**

**Şanlıurfa  
2025**



**T. C.  
HARRAN ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**DOKTORA TEZİ**

**BELEDİYE HİZMETLERİ VE SEÇMEN DAVRANIŞI İLİŞKİSİ:  
ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ**

**GÜLBEN ÇELİK BOZKAYA**

**KAMU YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI  
Tez Danışmanı: DOÇ. DR. ABDULVAHAP ULUÇ**

**Şanlıurfa  
2025**

## TEŞEKKÜR

Bu tez çalışması, yoğun bir öğrenme sürecinin, sabrın ve özverinin bir yansımasıdır. Çalışma süreci, pandemi, deprem ve sel gibi olağanüstü koşulların yaşandığı zorlu bir dönemde yürütülmüştür. Bu süreçte desteklerini ve katkılarını esirgemeyen aileme, yakınlarıma ve çalışmanın tamamlanmasına emeği geçen tüm kişi ve kurumlara içten şükranlarımı sunarım.

Doktora tezimin hazırlanma sürecine sağladığı bilimsel katkılar, yönlendirme ve destekleri için değerli danışmanım Doç. Dr. A. Vahap Uluç'a teşekkür ederim.

İlmi birikimiyle bana yol gösteren Prof. Dr. İrfan Yeşilnacar'a, azmi, kararlılığı ve akademik duruşuyla benim için rol model olan Prof. Dr. Esra Siverekli'ye, kıymetli katkı ve desteğini esirgemeyen Prof. Dr. İsmail Sevinç'e, akademik ve insani duruşuyla bana rehberlik eden Prof. Dr. Sedat Benek'e, benim için bir ağabey gibi olan Prof. Dr. Adem Bayar'a, yol gösterici, destekleyici tavrıyla bana ışık tutan Prof. Dr. Mithat Arman Karasu ve Prof. Dr. Ahmet İlyas'a en derin teşekkürlerimi sunarım.

Destek ve teşviklerini her zaman hissettiğim bölüm başkanımız Doç. Dr. Ahmet Kayan'a, kıymetli Doç. Dr. Hasan Turkal'a, kıymetli katkılarıyla benim için bir ağabey kadar değerli olan Doç. Dr. Kemalettin Eryeşil'e ve Doç. Dr. Hikmet Salahaddin Gezici'ye teşekkür ederim.

Yardımsaver tutumlarıyla desteğini esirgemeyen Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Burak Çelebi'ye, Doç. Dr. Soner Akın'a, Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk Bilbay'a, çok kıymetli hocam ve dostum Dr. Zarf Songül Göksel'e, istatistik sürecinde desteğini esirgemeyen Dr. Öğr. Üyesi Erkan Nur'a, değerli dostum Dr. Öğr. Üyesi Mine Bayar'a, SMMM Mustafa Karadağ'a destekleri için teşekkür ederim.

Hayatım boyunca maddi ve manevi destekleriyle her zaman yanımda olan, 38 yıllık eğitimci olarak bana ilmin ve eğitimin kıymetini öğreten babam Ahmet Çelik'e, ismi gibi sevgisini ve dualarını hiçbir zaman eksik etmeyen annem Sevgi Çelik'e ve her daim destek olan kardeşim Serbülent Muhammed'e en içten şükranlarımı sunarım.

Bu süreçte en büyük desteği, sevgisi ve sabrıyla her zaman yanımda olan, varlığıyla bana güç veren kıymetli eşim Dr. Öğr. Üyesi Aydın Bozkaya'ya özel teşekkür borçluyum. İlmi yolculuğumda en büyük motivasyon kaynağım olan, sevgisini, anlayışını ve desteğini hiçbir zaman eksik etmeyen eşim; Hz. Mevlânâ'nın "cancıgazım" diye ifade ettiği, yani gönülden bağlı olunan, cana can katan hakiki bir yol arkadaşıdır. İyi ki onunla aynı yolda yürümeyi seçmişim.

Hayatımın en kıymetli hediyeleri olan evlatlarım Mustafa Mirhan ve Muhammed Miraç, bu süreçte sevgileri, sabırları ve varlıklarıyla bana güç vermiş, her daim şükür sebebim olmuşlardır. Onlara duyduğum sevgi tarif edilemez.

Bu tez çalışmasının her aşamasında emeği, duası ve katkılarıyla yanımda olan herkese gönülden teşekkür ederim.

**Gülben ÇELİK BOZKAYA**  
**Şanlıurfa, 2025**

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	iii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	v
ÇİZELGELER DİZİNİ .....	vii
1. GİRİŞ .....	1
1.1. Genel Bilgiler .....	1
1.2. Seçmenin Oy Verme Davranışını Açıklayan Kavramsal Ve Kuramsal Çerçeve.....	5
1.2.1. Kavramsal Çerçeve .....	5
1.2.1.1. Seçim Kavramı.....	6
1.2.1.2. Seçmen Kavramı .....	8
1.2.1.3. Siyaset Kavramı .....	10
1.2.1.4. Siyasal Kültür.....	11
1.2.1.5. Siyasal Davranış.....	15
1.2.1.6. Seçmen Davranışı .....	16
1.2.1.7. Belediye Hizmeti Kavramı.....	19
1.2.2. Seçmen Davranışını Açıklayan Kuramsal Çerçeve .....	22
1.2.2.1. Seçmen Davranışı Teorileri .....	22
1.2.3. Kuramsal Yaklaşımlara Göre Seçmen Davranışını Etkileyen Değişkenler .....	36
1.2.3.1. Sosyolojik Ve Sosyo-Psikolojik Yaklaşımların Değişkenleri.....	36
1.2.3.2. Rasyonel Yaklaşımın Değişkenleri .....	52
1.2.3.3. Siyasal Pazarlama Yaklaşımının Değişkenleri .....	60
1.3. Belediye Hizmetleri Ve Seçmen Davranışı İlişkisi.....	67
1.3.1. Türkiye’de Belediyeler Ve Belediye Hizmetlerinin Tarihsel Gelişimi .....	70
1.3.1.1. Cumhuriyet Dönemi (1923 Ve Sonrası) Belediyecilik.....	70
1.3.1.2. 2005- Sonrası Dönemi Belediyecilik .....	73
1.3.2. Belediyelerin İşlevleri Ve Hizmet Alanları .....	77
1.3.3. Belediye Hizmetlerinin Sınıflandırılması .....	78
1.3.3.1. Kent Planlama Hizmetleri .....	78
1.3.3.2. Kent Altyapı Hizmetleri .....	79
1.3.3.3. İskân Hizmetleri .....	80
1.3.3.4. Çevre Koruma Hizmetleri .....	81

1.3.3.5. Kent İçi Trafik Ve Ulaşım Hizmetleri .....	82
1.3.3.6. Kamu Düzeni Ve Güvenlik Hizmetleri .....	83
1.3.3.7. Kamu Sağlığı Hizmetleri .....	84
1.3.3.8. Eğitim Kurumlarına Destek Hizmetleri .....	84
1.3.3.9. Turizm, Kültür Ve Sanat Hizmetleri.....	87
1.3.3.10. Rekreasyon Ve Spor Hizmetleri .....	89
1.3.3.11. Sosyal Yardım Hizmetleri .....	90
1.3.3.12. Diğer Belediye Hizmetleri .....	93
1.4. Şanlıurfa'nın Sosyo-Ekonomik Durumu Ve Şanlıurfa'da Seçmen Davranışı. 94	
1.4.1. Şanlıurfa İle İlgili Genel Bilgiler .....	94
1.4.1.1. Nüfus .....	94
1.4.1.2. Şanlıurfa'nın ekonomik yapısı .....	97
1.4.1.3. Şanlıurfa'nın Sosyolojik Yapısı.....	99
1.4.2. Şanlıurfa'da Seçmen Davranışı .....	101
1.4.2.1. Şanlıurfa'nın Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışı (2012-2024).....	102
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR .....	117
3. GEREÇ VE YÖNTEM .....	126
3.1. Araştırmanın Amacı .....	126
3.2. Araştırmanın Önemi ve Literatüre Katkısı.....	127
3.3. Araştırma Modelinin Belirlenmesi ve Hipotezlerin Geliştirilmesi.....	129
3.4. Araştırmanın Yöntemi.....	132
3.4.1. Araştırmanın Evreni Ve Örneklem Süreci .....	132
3.4.2. Veri Toplama Araçları .....	133
4. BULGULAR .....	136
4.1. Katılımcıların Sosyo - Demografik Özelliklerine, Sosyo-Kültürel/Dini Kimlik Ve Eğilimlerine Ve Siyasal Eğilimlere Yönelik Sorulara İlişkin Frekans Analiz Bulguları.....	136
4.2. Araştırmada Kullanılan Ölçüm Araçlarının Geçerlilik Ve Güvenilirlik Analizlerine İlişkin Bulgular .....	143
4.3. Değişkenlere İlişkin Normallik Analizi Bulguları.....	148
4.4. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	151
4.5. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Analizi Bulguları.....	152
4.6. Sosyolojik, Sosyo-Psikolojik, Siyasal Pazarlama Ve Sezgisel Faktörlerin Belediye Hizmetlerini Yordamasına İlişkin Regresyon Analizine Ait Bulgular ..	157

4.7. Demografik Değişkenlere Göre Farklılıkların İstatistiksel Olarak Değerlendirilmesi .....	160
4.7.1. Bağımsız Örneklem T-Testi Bulguları .....	160
4.7.2. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Bulguları.....	161
5. TARTIŞMA .....	176
6. SONUÇLAR .....	187
7. ÖNERİLER .....	190
KAYNAKLAR.....	192
ÖZGEÇMİŞ .....	214
EKLER.....	214

## ÖZET

## DOKTORA TEZİ

**BELEDİYE HİZMETLERİ VE SEÇMEN DAVRANIŞI İLİŞKİSİ:  
ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ****GÜLBEN ÇELİK BOZKAYA****HARRAN ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
KAMU YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI****Tez Danışmanı: Doç. Dr. ABDULVAHAP ULUÇ****Yıl: 2025, Sayfa:222**

Yerel yönetimlerin sunduğu hizmetler, seçmenlerin günlük yaşamını doğrudan etkileyen ve siyasi tercihlerini şekillendiren önemli bir faktördür. Bu bağlamda, seçmen davranışı yalnızca partilerin politikaları veya oy oranları ile tam olarak açıklanamayabilir; hizmet kalitesi, erişilebilirlik ve vatandaş algısı da oy tercihlerini belirleyen temel bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışma, Şanlıurfa ilinin merkez ilçeleri olan Haliliye, Eyyübiye ve Karaköprü’de ikamet eden seçmenlerin oy verme davranışlarını, yerel yönetimlerin sunduğu belediye hizmetleri bağlamında analiz etmeyi amaçlamaktadır. Şanlıurfa örneği, genç nüfusun yoğunluğu ve geleneksel yapılarla kentleşmenin iç içe geçmesi nedeniyle hem teorik hem de uygulamalı açıdan çalışmayı özgün kılmakta, seçmen davranışının farklı boyutlarını inceleme imkânı sunmaktadır. Seçmenlerin oy verme davranışları, yerel hizmetlerle ilişkilendirilerek değerlendirilmiş; Türkiye’de çoğunlukla partilerin oy oranları ve seçim başarıları üzerinden ele alınan seçmen davranışına yönelik ampirik çalışmaların sınırlı olduğu göz önünde bulundurulmuştur. Araştırma, kuramsal olarak seçmen davranışını açıklayan üç temel yaklaşımı temel almakta; sosyolojik yaklaşım bireyin sosyal çevresi ve kimlik yapılarına, sosyo-psikolojik yaklaşım parti kimliği ve duygusal bağlılıklara, rasyonel tercih modeli ise bireyin kendi çıkarlarını maksimize etmeye yönelik karar süreçlerine odaklanmaktadır. Belediye hizmetleri, özellikle rasyonel tercih modeli bağlamında, seçmenin algıladığı faydaya göre oy tercihlerini şekillendiren temel bir unsur olarak değerlendirilmiştir. Yüz yüze anket yöntemiyle 838 kişiden veri toplanmış; kontrol soruları ve uç değer analizleri sonrasında 787 geçerli anket değerlendirmeye alınmıştır. Veriler SPSS 27 programıyla analiz edilmiş, hipotez testleri ve değişkenler arası anlamlılık analizleri uygulanmıştır. Araştırma, hangi belediye hizmetlerinin seçmen davranışını daha fazla etkilediğini ve hizmet kalitesi ile oy tercihi arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ortaya koyarak, hizmet temelli siyaset anlayışının seçmen nezdindeki yansımalarını değerlendirmektedir. Ayrıca, teorik yaklaşımların yerel düzeydeki geçerliliğini test ederek literatüre

bütünleyici katkı sunmakta; elde edilen bulguların hem kuramsal hem de uygulamalı düzeyde yerel yönetimlerin seçmenle daha etkili iletişim kurmalarına ve hizmet önceliklerini seçmen beklentilerine göre şekillendirmelerine rehberlik etmesi beklenmektedir. Çalışma, yerel yönetimlerin daha katılımcı, şeffaf ve etkin bir yönetim anlayışı geliştirmesine imkân tanıyacak veriler sunmakta; Şanlıurfa örneği üzerinden seçmen ile yerel yönetimler arasındaki etkileşimi güçlendirecek, demokratik katılım temelli uygulamalara zemin hazırlayacak nitelikte katkılar sağlamaktadır.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Seçmen Davranışı, Seçim, Seçmen, Belediye Hizmetleri, Şanlıurfa.



**ABSTRACT****DOCTORATE THESIS****MUNICIPAL SERVICES AND VOTERS' BEHAVIOR RELATIONSHIP:  
THE CASE OF ŞANLIURFA PROVINCE****GÜLBEN ÇELİK BOZKAYA****HARRAN UNIVERSITY****INSTITUTE OF GRADUATE EDUCATION****DEPARTMENT OF PUBLIC ADMINISTRATION****Thesis Supervisor: Assoc. Prof. Dr. ABDULVAHAP ULUÇ****Year: 2025, Pages:222**

Local government services are significant factors that directly affect voters' daily lives and shape their political preferences. In this context, it is evaluated that voters' behavior cannot be explained solely by party policies or vote shares; the quality of services, accessibility, and citizens' perceptions also play a role in determining voting preferences. This study aims to analyze the voting behavior of voters residing in the central districts of Şanlıurfa Haliliye, Eyyübiye, and Karaköprü within the framework of municipal services provided by local governments. Şanlıurfa case is considered unique both theoretically and practically due to the high proportion of young population and the interweaving of traditional structures with urbanization, offering an opportunity to examine different dimensions of voters' behavior. Voters' electoral behavior was evaluated in relation to local services; it was noted that empirical studies examining the impact of citizens' perceptions of local services on voting behavior are limited in Turkey, where voters' behavior is mostly assessed through party vote shares and electoral success. The research is theoretically based on three main approaches explaining voters' behavior: the sociological approach focuses on the individual's social environment and identity structures; the socio-psychological approach emphasizes party identification and emotional attachments; and the rational choice model concentrates on decision-making processes aimed at maximizing individual benefits. Municipal services, especially within the scope of the rational choice model, are considered a fundamental factor shaping voters' preferences according to the perceived benefits. Data were collected through face-to-face surveys with 838 participants; following control questions and outlier analyses, 787 valid surveys were included in the evaluation. The data were analyzed using SPSS 27 and hypothesis testing and significance analyses among variables were conducted. The study identifies which municipal services have a greater impact on voters' behavior and examines whether there is a significant relationship between service quality and voting preferences, evaluating the reflection of service-based political practices in voters'

perceptions. Additionally, it provides a comprehensive contribution to the literature by testing the applicability of theoretical approaches at the local level; the findings are expected to guide local governments in establishing more effective communication with voters and in shaping service priorities according to citizens' expectations. The study offers data that can enable local governments to develop a more participatory, transparent, and effective governance approach and provides contributions that strengthen the interaction between voters and local governments through the Şanlıurfa case, laying the groundwork for democratic participation-oriented practices.

**KEYWORDS:** Voters' Behavior, Election, Voter, Municipal Services, Şanlıurfa.

**ŞEKİLLER DİZİNİ**

<b>Şekil 1.1.</b> Sosyolojik Oy Verme Modeli .....	24
<b>Şekil 1.2.</b> Sosyo-Psikolojik Oy Verme Modeli .....	28
<b>Şekil 1.3.</b> Şanlıurfa'nın Yıllara Göre Nüfus Değişimi.....	97
<b>Şekil 1.4.</b> Şanlıurfa Nüfusunun Yıllara Göre Şehir-Kır Dağılımı.....	97
<b>Şekil 1.5.</b> 2014 Yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimlerinden Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	104
<b>Şekil 1.6.</b> 2014 yılı Mahalli İdareler Seçimlerinde Şanlıurfa İlçe Belediyeleri'nin Partilere Göre Dağılımı .....	105
<b>Şekil 1.7.</b> 2014 Yılı Haliliye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	106
<b>Şekil 1.8.</b> 2014 Yılı Eyyübiye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	107
<b>Şekil 1.9.</b> 2014 Yılı Karaköprü İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	108
<b>Şekil 1.10.</b> 2019 Yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimlerinden Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	109
<b>Şekil 1.11.</b> 2019 yılı Mahalli İdareler Seçimlerinde Şanlıurfa İlçe Belediyeleri'nin Partilere Göre Dağılımı .....	110
<b>Şekil 1.12.</b> 2019 Yılı Haliliye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	111
<b>Şekil 1.13.</b> 2019 Yılı Eyyübiye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	112
<b>Şekil 1.14.</b> 2019 Yılı Karaköprü İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	113
<b>Şekil 1.15.</b> 2024 Yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimlerinden Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	114
<b>Şekil 1.16.</b> 2024 yılı Mahalli İdareler Seçimlerinde Şanlıurfa İlçe Belediyeleri'nin Partilere Göre Dağılımı .....	115
<b>Şekil 1.17.</b> 2024 Yılı Haliliye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	116
<b>Şekil 1.18.</b> 2024 Yılı Eyyübiye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	117
<b>Şekil 1.19.</b> 2024 Yılı Karaköprü İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri .....	118
<b>Şekil 3.1.</b> Araştırmanın Modeli.....	132

**Şekil 4.1.** Seçmen davranışları ile faktörler arasındaki ilgileşim grafiği..... 159

**ÇİZELGELER DİZİNİ**

<b>Çizelge 1.1.</b> 2023 Yılı Sonunda Şanlıurfa İli ve İlçelerinin Yerleşim Yeri ve Nüfusla İlgili Sayısal Bilgileri .....	94
<b>Çizelge 3.1.</b> İlçelere Göre %95 Güven Düzeyi ve %5 Hata Payı ile Hesaplanan Hedef Örneklem Sayıları ve Araştırmaya Dahil Edilen Örneklem Sayısı .....	135
<b>Çizelge 4.1.</b> Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Analiz Bulguları.....	139
<b>Çizelge 4.2.</b> Katılımcıların Sosyo-Kültürel/Dini Kimlik ve Eğilimlerine İlişkin Frekans Analiz Bulguları.....	139
<b>Çizelge 4.3.</b> Katılımcıların Siyasal Eğilimlerine Yönelik Frekans Analiz Bulguları .....	143
<b>Çizelge 4.4.</b> Belediye Hizmetleri ölçeğine ilişkin Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) Sonuçları.....	146
<b>Çizelge 4.5.</b> Seçmen davranışları ölçeğine ilişkin AFA Sonuçları.....	148
<b>Çizelge 4.6.</b> Araştırmada Kullanılan Ölçüm Araçlarının Güvenilirlik Analizi Bulguları .....	149
<b>Çizelge 4.7.</b> Belediye Hizmetleri Ölçeğinin ve Maddelerinin Basıklık Çarpıklık Değerleri.....	151
<b>Çizelge 4.8.</b> Sosyolojik Faktörler, Sosyo-Psikolojik Faktörler, Siyasal Pazarlama Faktörleri ve Sezgisel Faktörler Ölçeklerine ve Ölçek Maddelerine İlişkin Basıklık Çarpıklık Değerleri .....	152
<b>Çizelge 4.9.</b> Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler .....	153
<b>Çizelge 4.10.</b> Araştırmada yer alan değişkenlere ilişkin korelasyon analizi bulguları .....	155
<b>Çizelge 4.11.</b> Seçmenlerin sosyolojik, sosyo-psikolojik, siyasal pazarlama ve sezgisel faktörleri benimseme düzeyinin belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisinin belirlenmesine yönelik regresyon analizi.....	160
<b>Çizelge 4.12.</b> Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Anlamlılık Düzeylerinin Bağımsız Örneklem t-Testi ile Analizi .....	163
<b>Çizelge 4.13.</b> Medeni Durum Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği .....	164
<b>Çizelge 4.14.</b> Medeni Durum Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığı Belirlemeye Yönelik Anova Testi Analizi .....	165
<b>Çizelge 4.15.</b> Medeni Durum Grubu ile Değişkenlere Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Scheffe Testi Analizi) .....	165
<b>Çizelge 4.16.</b> Yaş Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği .....	166
<b>Çizelge 4.17.</b> Yaş Durumu Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığı Belirlemeye Yönelik Anova Testi Analizi .....	166

<b>Çizelge 4.18.</b> Eğitim Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği .....	167
<b>Çizelge 4.19.</b> Eğitim Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığı Belirlemeye Yönelik Welch Testi Analizi.....	168
<b>Çizelge 4.20.</b> Eğitim Grubu ile Değişkenlere Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Games-Howell Testi Analizi).....	168
<b>Çizelge 4.21.</b> Meslek Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği .....	169
<b>Çizelge 4.22.</b> Meslek Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığı Belirlemeye Yönelik Anova ve Welch Testi Analizleri .....	170
<b>Çizelge 4.23.</b> Meslek Grubu ile Değişkenlere Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Games-Howell Testi Analizi).....	170
<b>Çizelge 4.24.</b> Gelir Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği .....	169
<b>Çizelge 4.25.</b> Gelir Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığı Belirlemeye Yönelik Anova Testi Analizi .....	172
<b>Çizelge 4.26.</b> Gelir Grubu ile Değişkenlere Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Scheffe Testi Analizi).....	172
<b>Çizelge 4.27.</b> İkamet Edilen İlçe Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği.....	173
<b>Çizelge 4.28.</b> İkamet Edilen İlçe Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığı Belirlemeye Yönelik Anova Testi Analizi .....	173
<b>Çizelge 4.29.</b> İkamet Edilen İlçe Grubu ile Değişkenlere Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Scheffe Testi Analizi) .....	174
<b>Çizelge 4.30.</b> Geliştirilen Hipotezlerin Sonuç Tablosu.....	173

## 1. GİRİŞ

### 1.1. Genel Bilgiler

Kentler, siyasal, idari, ekonomik ve toplumsal alanlarda vatandaşların yaşamını sürdürdüğü yerlerdir ve bu kentlerin idaresi günümüzde yerel yönetim kuruluşlarından biri olan belediyeler aracılığıyla gerçekleştirilir. 2005 yılında yürürlüğe giren 5395 sayılı Belediye Kanunu'na göre, belediyeler, “mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçları karşılamak amacıyla oluşturulan kamu tüzel kişilikleridir”. Dolayısıyla belediyeler, sınırları içinde yaşayan vatandaşların sosyal, ekonomik ve kültürel farklılıklarına uygun olan tüm ortak ihtiyaçları karşılama görevine sahiptir. Ayrıca, belediyeler coğrafi olarak yerinden yönetim yapısına sahip olup vatandaşların yaşamlarıyla ilgili kararlar alır, yüksek yaşam standartlarına ulaşmaları için çalışır ve hizmetlerini en yakından sunan kuruluşlardır (Yücel, 2022, 1).

Belediyeler, yerel hizmetler sunarak yerel sakinlerin gereksinimlerini karşılamakla yükümlü yerel yönetimlerdir. Belediye hizmetleri belediyelerin öncelikli görevlerinden olmakla beraber bir sonraki yerel seçimlerde vatandaşların tercihini kazanarak iktidarlarını sürdürebilmeleri için “belediye hizmetlerini” başarılı bir şekilde sunmaları da belediyelerin bu hizmetlere ayrı önem atfetmesine neden olmaktadır (Kavas, 2017, s. 108-109). Bahsedilen belediye hizmetleri, “bir bölgenin veya yerel topluluğun ihtiyaçlarını karşılayan, ulusal düzeyde olmayan hizmetler” olarak tanımlanır. Başka bir deyişle, belediye hizmetleri, yerel halkın hayatlarını rahat bir şekilde sürdürebilmesi için gerekli olan iskân, kanalizasyon, altyapı ve itfaiye gibi yerel ortak kullanım gereksinimlerini karşılayan hizmetlerdir (Özel vd., 2009, 35). Vatandaşlar aldıkları bu hizmetlerin değerlendirmesini her beş yılda bir karşılama çıkan yerel seçimlerde yapmaktadırlar.

Ülkemizde beş yılda bir gerçekleştirilen belediye seçimleri her ne kadar yereli ilgilendiriyor gibi görünse de ülkemizin siyasi yapısı gereği vatandaşların belediye seçimlerinde tercihte bulunurken sadece belediye hizmetlerini dikkate almadıkları, başka faktörleri de dikkate alarak siyasi bir tutum sergiledikleri söylenebilir (Aydın, 2011; Balcı vd., 2020; Boyraz, 2016; Canöz, 2010; Coşkun ve Çetin, 2019; Çağlar ve Gelir, 2014; Kiriş ve Gül, 2008; Koçak, 2011; Negiz ve Akyıldız, 2012; Yıldırım, 2014). Vatandaşların göstermiş olduğu bu siyasi davranış, geniş bir siyasal davranış

kavramının içinde yer alır ve siyaset bilimciler için önemli bir araştırma alanıdır. Seçmen davranışı, siyasetin temel çalışma alanlarından birini oluşturur. Seçmen davranışının ve tutumlarının ayrıntılı bir şekilde incelenmesi, vatandaş ile yönetim arasındaki ilişkilerin anlaşılmasına yardımcı olur (Gül vd., 2015, 26). Vatandaşların oy verme davranışlarına ilişkin literatürde üç temel teorik yaklaşım ön plana çıkmaktadır. Bu teoriler, birçok akademik çalışmanın temelini oluşturmuştur.

Bu yaklaşımlardan birincisi, Columbia ekolü olarak bilinen sosyolojik yaklaşımdır. Sosyolojik yaklaşım, seçmen davranışlarını inceleyen teorik bir yaklaşımdır ve seçmenin bireysel özelliklerinden ziyade ait olduğu sosyal grup, sosyo-ekonomik durumu, ikamet ettiği bölge ve dini inançlar gibi faktörlere odaklanır (Öztürk-Küçük ve Toklu, 2020, 4547). Bu yaklaşım, aynı zamanda “Columbia Ekolü” olarak da adlandırılır ve 1930 yılında Lazarsfeld tarafından geliştirilmiştir. Sosyolojik yaklaşıma göre, seçmenler, katıldıkları sosyal grupların davranışlarından etkilenebilirler. Seçmenlerin kararları, birincil veya ikincil sosyal gruplarla etkileşim içinde olmaları nedeniyle politik bağlılıklarının oluşumuna da katkı sağlayabilir (Antunes, 2010, 146-147).

Sosyo-psikolojik yaklaşım olarak da bilinen Michigan ekolü, seçmenin bir partiye yönelik geçmişe dayalı bir bağlılık geliştirdiğini öne sürer. Bu bağlılık, genellikle çocukluk dönemlerine dayanan bir parti kimliği olarak ifade edilir (Kristensen ve Solhaug, 2017, 51). Ayrıca, bu model parti kimliği modeli olarak da adlandırılır ve sosyolojik yaklaşımın aksine, seçmen davranışlarını kişisel bağlılık, parti taraftarlığı ve duygusal ilişkilerle açıklar. Seçmenler, oy verdikleri partiye kendilerini ait hissederler, bu partiye özdeşleşirler ve genellikle bu partiye sürekli destek verirler. Bireyler, çocukluk dönemlerinden itibaren aileleri ve yakın çevrelerinin etkisi altında belirli bir partiye yakınlık geliştirirler ve bu bağlılık zamanla güçlenerek bir parti kimliği haline gelir, yaşamları boyunca sürer. Bu nedenle, bu bireylerin genellikle aynı partiye oy vermeleri beklenir (Norris, 2004, 126-127).

Oy verme davranışlarına ilişkin üçüncü yaklaşım ise ekonomik yaklaşım modeli olarak bilinen rasyonel yaklaşımdır. Rasyonel Yaklaşım, 1957 yılında Downs tarafından geliştirilmiştir. Bu teori, seçmenin kendi çıkarlarını düşünerek ve bir maliyet-fayda analizi yaparak karar verdiğini öne sürer. Bir başka deyişle, bir ürün



veya hizmet satın alırken nasıl düşünüyorsa, oy kullanırken de aynı mantığı kullanır (Dean ve Croft, 2009, 130-131). Bu yaklaşıma göre, seçmenler kendi çıkarlarını çok iyi anlarlar ve bu çıkarlarını en iyi şekilde temsil edeceğine inandıkları parti ve adaylar arasından bir seçim yaparlar, bu seçim sonucunda oy kullanırlar. Başka bir ifade ile bireyler kendilerine en fazla fayda sağlayacağına inandıkları partiye oy verirler. Ayrıca, bu kişiler, beklentileri karşılanmadığında kolayca tercihlerini değiştirebilirler (A. Alkan, 2021, 61-62). Bu yaklaşıma sahip seçmenler, gelecekteki seçimlerde beklentilerini karşılayan partiye ödül verirken, beklentilerini karşılayamayan partiye ceza verir. Bu yaklaşımda, rasyonel bir eylem söz konusudur (De Sousa ve Moriconi, 2013, 475).

Bu üç teorik yaklaşımın üzerine birçok ampirik araştırma gerçekleştirilmiştir. ABD (Oliver ve Ha, 2007) ve Belçika (Marien, Dassonneville ve Hooghe, 2015) gibi batı ülkelerinde, sosyo-psikolojik yaklaşımın yaygın olduğu görülmektedir. Arap topluluklarında (Ben-Bassat ve Dahan, 2010) ise sosyolojik yaklaşımın ağırlıkta olduğu gözlenir. Türkiye'deki araştırmaların çoğunluğuna bakıldığında ise rasyonel ve sosyo-psikolojik yaklaşımın daha baskın olduğu belirtilir (Koroğlu, 2017; Miman ve Taştan Miman, 2018; Teyyare ve Avcı, 2016). Bu çalışmanın ana konusunu oluşturan Şanlıurfa özelinde ise seçmen davranışları üzerine sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Bu çalışmaların sonuçlarına göre, seçmenlerin oy tercihlerini açıklarken üç yaklaşımın etkili olduğu görülmektedir (Beren, 2013; Kavas, 2017). Bu yüzden, Şanlıurfa seçmeninin oy verme tercihinin açıklanmasında hangi modelin daha uygun olduğunun belirlenmesiyle ilgili daha fazla akademik çalışmaya ihtiyaç duyulduğu ifade edilebilir.

Kamuoyu oluşum süreci içinde birçok faktör, seçmen davranışı üzerinde etkiye sahiptir. Seçmen davranışı; rasyonel, sosyal, sezgisel, sosyo-psikolojik ve siyasi pazarlama faktörlerince şekillenir. Bu faktörler seçimler sırasında seçmenin kararlarını etkiler ve farklılıkları beraberinde getirebilir. Özellikle yerel seçimler, genel seçimlerden farklılık gösterir, bu nedenle yerel dinamikler seçmen davranışının belirlenmesine etki eder. Yerel seçimlerde; i) adayın sahip olduğu özellikler (fiziksel, kişisel, eğitim, iletişim becerileri, ideoloji vb.) ii) seçim vaatlerine yansıyan projeler ve iii) önceki dönemde sunulan yerel hizmetler, seçmen tercihlerini etkileyen yerel koşullardan bazılarıdır. Bu bağlamda, “belediye hizmetleri” de yerel koşullardan

biridir ve vatandaşların ihtiyaçlarına yönelik önemli bir faktördür (Kavas, 2017, 77). Belediye hizmetleri esas olarak rasyonel model içinde sayılabilecek faktörlerdendir. Çünkü belediye hizmetlerinden memnun kalma durumuna göre oy veren seçmenin kendi çıkarları doğrultusunda oy tercihinde bulunduğu ve rasyonel bir karar aldığı ifade edilebilir. Bu açıdan, belediye hizmetlerinin seçmen tercihlerinde etkili bir faktör olduğu yerde seçmen tercihlerinin rasyonel modele uygun olduğu söylenebilir.

Bu çalışma kapsamında da belediyeler tarafından sunulan hizmetlerin seçmen tercihlerinde etkili olup olmadığı, belediyeler tarafından sunulan hizmetlerin seçmenlerin oy verme tercihlerini etkilemesi durumunda, hangi hizmetlerin seçmenin oy verme davranışı üzerinde etkili olduğu sorularına Şanlıurfa ili örneği üzerinden cevap aranmıştır. Dolayısıyla araştırmanın konusunu, belediyeler tarafından sunulan belediye hizmetlerinin, seçmenin oy verme davranışı üzerindeki etkisinin araştırılması oluşturmaktadır. Belediye hizmetlerinin seçmen davranışını belirlemedeki yeri, önemi ve boyutları ve dolayısıyla araştırmaya dahil edilen seçmenlerin oy verme tercihinin hangi modele uygun olup olmadığına saptanması bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde, seçmenin oy verme davranışını açıklayan kavramsal ve kuramsal bilgilere yer verilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak, seçim, seçmen, siyaset, siyasal kültür, siyasal davranış, seçmen davranışı ve belediye hizmeti kavramları ayrıntılı olarak açıklanmıştır. İkinci olarak, seçmen davranışını açıklayan kuramsal teorilere yer verilmiştir. Bu kapsamda, sosyolojik yaklaşım, sosyo-psikolojik yaklaşım, rasyonel yaklaşım, sezgisel oy verme yaklaşımı ve siyasal pazarlama yaklaşımına değinilmiştir. Üçüncü olarak, kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde seçmen davranışı üzerinde etkili olan değişkenler üç başlık altında ele alınmıştır. Bu kapsamda, sosyodemografik değişkenlere (cinsiyet, eğitim, meslek, gelir, yerleşim yeri, adayın imajı, parti imajı), sosyolojik ve sosyo-psikolojik yaklaşımların değişkenlerine (aile, din, mezhep, ideoloji, etnik kimlik), rasyonel yaklaşımın değişkenlerine (ekonomi, konu, hizmetler) ve siyasal pazarlama yaklaşımının değerlerine (seçim kampanyaları, siyasal propaganda araçları, kamuoyu araştırmaları, ikna edici mesaj stratejileri, kitle iletişim araçları) yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde, belediye hizmetleri ve seçmen davranışları ilişkisiyle ilgili kuramsal bilgiler yer almaktadır. Bu kapsamda ilk olarak belediye hizmetlerine ve belediyelerin

işlevlerine yer verilmiştir. İkinci olarak, belediye hizmetlerinin sınıflandırılması ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Bu kapsamda, kent planlama hizmetleri, kent altyapı hizmetleri, iskân hizmetleri, çevre koruma hizmetleri, kent içi trafik ve ulaşım hizmetleri, kamu düzeni ve güvenlik hizmetleri, kamu sağlığı hizmetleri, eğitim kurumlarına destek hizmetleri, turizm, kültür ve sanat hizmetleri, sosyal yardım hizmetleri ve diğer belediye hizmetlerine yer verilmiştir. Üçüncü olarak, yerel siyasi tercih ve seçmen davranışına ilişkin kuramsal bilgilere yer verilirken, Türkiye’de belediye hizmetleri ve seçmen davranışı üzerindeki etkisine yönelik yapılan araştırmalara yer verilerek ikinci bölüm sonlandırılmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde, Şanlıurfa’nın sosyo-ekonomik durumu ve Şanlıurfa’da seçmen davranışıyla ilgili kuramsal bilgilere yer verilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak, Şanlıurfa’nın sosyolojik ve ekonomik yapısı ele alınmıştır. İkinci olarak, Şanlıurfa’nın yerel seçimlerde seçmen davranışı 2012 ve 2024 yılları arası için değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, 30 Mart 2014 Mahalli İdareler Seçimi, 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Seçimi ve 31 Mart 2024 Mahalli İdareler Seçimi sonuçlarıyla birlikte ayrıntılı olarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde, Şanlıurfa’da belediye hizmetleri ve seçmen davranışı ilişkisini ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilen alan araştırması yer almaktadır. Bu bölümde, ilk olarak, araştırmanın yöntemine yer verilmiştir. Bu kapsamda, araştırmanın modeli, evren ve örneklem, veri toplama araçları, verilerin toplanma süreci ve verilerin analizine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. İkinci olarak, verilerin analiz edilmesiyle ulaşılan bulgulara yer verilmiştir. Son olarak, elde edilen bulgular literatür çerçevesinde tartışılmıştır. Çalışmanın sonuç bölümünde ise, araştırmadan elde edilen sonuçlarla birlikte, konuyla ilgilenele, yetkililere ve araştırmacılara öneriler sunulmuştur.

## **1.2. Seçmenin Oy Verme Davranışını Açıklayan Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve**

Çalışmanın bu kısmında, seçmenin oy verme davranışı kavramsal ve kuramsal boyutlarıyla ele alınmıştır. Öncelikle temel kavramlar tanımlanmış, ardından bu kavramları açıklayan teorik yaklaşımlar değerlendirilmiştir.

### **1.2.1. Kavramsal Çerçeve**

Bu bölümde, seçmen davranışının anlaşılmasını sağlayan temel kavramlar ele alınmıştır. Buna göre, seçim kavramı, seçmen kavramı, siyaset kavramı, siyasal

davranış kavramı, seçmen davranışı kavramı ve belediye hizmetleri kavramına ilişkin bilgiler sunulmuştur.

#### *1.2.1.1. Seçim Kavramı*

Günlük hayatımızda sürekli olarak kararlar alır ve bu kararların sonuçlarıyla yüzleşiriz. Hayatımızın toplamı, yaptığımız seçimlerin birikimidir. Seçim, gündelik hayatta iki veya daha fazla seçenek arasında yapılan bir tercihi ifade eder. Ancak siyasal bilimler bağlamında seçim, daha özel bir anlam taşır. Türk Dil Kurumu'na (2023) göre, seçim “kanunlar, yönetmelikler uyarınca bir veya daha çok aday arasından belli birini veya birkaçını seçme, intihap” olarak tanımlanmaktadır. Seçimler, demokratik bir yaşamın vazgeçilmez bir parçası olup, seçmenlerin siyasal tercihlerini belirledikleri temel aşamayı oluşturur.

Demokratik sistemlerde, seçim, siyasal otoritenin meşruiyetini sağlayan önemli bir olaydır, çünkü bu süreç basit bir şekilde, yönetilenlerin kendilerini yönetecek aktörleri belirlemelerini sağlar (Ojo, <2006, 6). Akgün (2007), seçimleri genel olarak kişinin kendi özgür iradesiyle birçok seçenek içinden, bu seçeneklerden birini tercih etme eylemi olarak tanımlarken, siyaset bilimi yönüyle ise demokratik bir yöntem olarak yönetilenlerin kimler tarafından yönetileceklerini belirleme eylemi olarak tanımlamaktadır. Güvenç'e (2021, 149) göre, seçimler, ülkeyi yöneten siyasal iktidarın barışçıl bir şekilde değiştirilmesini mümkün kılan yöntemler arasında öne çıkmaktadır. Klasik demokrasi anlayışına göre, seçim, vatandaşların siyasal alana katılımının ve siyasal sistem üzerinde etkili olan kararların alınması sürecinde etkili olmalarının sağlanması amacıyla yapılmaktadır (Zengin, 2013, 278).

Demokratik rejimlerin önemli bir unsuru olan seçim, bir ülkenin vatandaşlarının anayasal düzende belirlenen seçme ve seçilme haklarını kullanarak düşüncelerini ifade ettiği bir sistemdir. Seçimler, temel hak ve özgürlükler çerçevesinde kullanılan oylar aracılığıyla vatandaşların iradesini yansıtmaktadır. Modern dünyada, eski çağlardaki formuyla benzerlik göstermese de, birçok ülke tarafından benimsenmiş ve kabul görmüştür. Seçimler, temsili demokrasinin merkezinde yer alır ve siyasi iktidara bağlılığın büyük bir kısmı genellikle seçimlerle sağlanır. Aynı zamanda seçimler, adayların ve siyasi partilerin destek bulduğu bir platformdur. Bu süreç, devletlerin kendi anayasalarına tabi olarak periyodik olarak

tekrarladığı işlemler olarak tanımlanabilir (Gökçe, 2022, 21). Seçimler, siyasilerin, adayların ve liderlerin millete ulaşmasını sağlar, milletin iradesini devletin temel kurumlarında tezahür ettirir ve siyasi meşruiyet kazandırır. Seçimler aynı zamanda demokrasiyle yönetilen ülkelerde temel hak ve özgürlüklere saygı gösterilmesine katkıda bulunur (Yayla, 2018, 194-195). Bu bağlamda seçimler, kamusal alanlardan şirketlere kadar geniş bir yelpazede önemli bir rol oynamaktadır. Geleneksel toplumlardaki iktidar kabul yöntemlerinden farklı olarak, günümüz demokratik rejimlerinde ve özellikle ülkemizde, seçimler siyasal iktidarı yasal bir zemine taşıyarak yönetilenlerle yöneticiler arasında bir köprü oluşturur. Seçimler, demokratik amaçları gerçekleştirmek için önemlidir, ancak sistemi manipüle etme veya seçim kurallarını çığneme girişimleri, demokrasinin sağlıklı işleyişini tehlikeye atabilir. Ayrıca, seçimlerin bir başka boyutu da, kullanılan oyların yasama meclislerinde ve parlamentolarda sandalyelere dönüşerek seçmenin temsilini sağlamaktır (Hague vd., 2016, 270).

Seçim kavramı işlevsel bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde, genel olarak birey ve siyasal sistem olmak üzere iki temel boyutta ele alınabilir. Birey açısından seçimin olumlu işlevleri arasında, eşitlik ilkesinin pratikte hayata geçirilmiş olması, bireyin oy kullanma hakkını kullanmasıyla vatandaşlık görevini gerçekleştirmesi ve bu şekilde mevcut siyasal rejime olan bağlılığını ifade etmesi bulunmaktadır. Bu olumlu işlevler, bireyin demokratik sürece katılımını güçlendirebilir. Ancak, seçimin bireysel düzeyde olumsuz işlevleri de vardır, örneğin bireyin siyasal sisteme karşı duyduğu soğuma ve güven kaybı, olumsuz bireysel sonuçlardan bazıları olarak belirtilebilir. Siyasal sistem yönüyle de seçimler, ülkeyi yönetecek olan siyasal iktidarın barışçıl bir şekilde seçilmesini sağlamasının yanında, siyasal iktidarın ve rejimin meşruiyetini oluşturur ve yöneticilerin düzenli bir denetime tabi tutulmasını sağlayan kritik bir kontrol mekanizması olarak işlev görür (Akgün, 2007, 15-16).

Modern bir devlet anlayışının temelini oluşturan ilkelerden biri, etkin siyasal makamların demokratik bir süreç olan seçimlerle belirlenmesidir. Ancak seçimlerin demokrasi açısından yeterli olabilmesi için birden çok ilkenin benimsenmesi ve uygulanması gerekmektedir. Bu nedenle seçimler, demokrasinin kalbi olarak kabul edilse de tek başına demokrasiyi temin etmez. Günümüzde, serbest oy, genel oy, eşit

ve gizli oy, açık sayım gibi ilkelere uygun bir seçim olmadan demokratik bir süreçten söz etmek mümkün değildir (Heywood, 2012, 292).

Seçim olgusu, tarih boyunca farklı dönemlerde ve coğrafyalarda çeşitli değişikliklere uğramıştır. Ancak seçimlerin temel amacı, halkın kendisini yönetecek liderleri belirlemesi veya bu yönetimde kısmi bir katılıma sahip olabilmesidir. Doğrudan demokrasi anlayışının temsili demokrasiyle değişmesindeki ana nedenler, Antik Yunan şehir devletlerinin çöküşü ve daha büyük devletlerin ortaya çıkmasıdır (Özdemir ve Nişancı, 2019, 77).

Antik Çağ'da seçme ve seçilme hakkına sahip olan bireylerin sayısı sınırlı olsa da Modern dönemde özellikle Fransız İhtilali'nin etkisiyle seçme ve seçilme hakları genişlemiş, demokratik hakların kullanımı daha adil bir hale gelmiştir (Akkurt, 2019, 8-9). Bu nedenle Fransız İhtilali, seçim olgusunun daha adil hale gelmesinde önemli bir dönemeçtir. Demokrasi ve seçim kavramları Antik Yunan ve Avrupa'da şekillenmiş olmasına rağmen, Antik Çağ'da doğu toplumlarında da benzer kavramlara rastlanabilir. Antik Türk devletlerinde, yönetim kararlarının meclis veya kurultaylarda alınması gibi bazı demokratik özellikler bulunsa da, liderin Tanrı tarafından seçildiğine inanılırdı (Niyazi, 2006, 69-72).

Sonuç olarak, seçme ve seçilme hakkının bir göstergesi olan seçimler Antik Çağ'da başlamış, zaman içinde çeşitli evrelerden geçerek Modern döneme ulaşmıştır.

#### *1.2.1.2. Seçmen Kavramı*

Tarihsel bir bakış açısıyla, demokrasi kavramı ilk olarak antik Yunan şehir devletlerinde ortaya çıkmıştır. Bu dönemdeki demokratik anlayış, günümüz demokrasilerinden farklı olarak doğrudan demokrasiye örnek teşkil etmektedir. Doğrudan demokrasi modeline göre, teorik olarak tüm yurttaşlar, mecliste oy kullanma ve görüş belirtme hakkına sahiptir. Ancak, bu tanım günümüzdeki uygulamalardan farklı olarak yalnızca özgür erkekleri içerirken; kadınlar, köleler ve yerleşik yabancılar seçme ve seçilme hakkına sahip değillerdi (Yıldırım, 2019, 26-29).

Orta Çağ'da İngiltere'de Magna Carta'nın imzalanması ve 18. yüzyılın sonlarındaki Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirisi ile Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi, demokrasinin gelişimi için iki temel kilometre taşı olmuştur. Halk lehine

egemenlik hakkının gelişmesi ve Avrupa'da elde edilen temel haklar, yönetimi soya, tanrıya dayalı monarşilerden ve teokrasilerden alarak kendi temsilcileriyle yönetimi sağlamıştır. İslam tarihinin ilk dönemlerinde de uygulanan yönetim biçimi, soya dayalı bir sistem değildir ve başa gelen ilk devlet başkanları seçkinler tarafından belirlenmiştir (Geçit, 2016). Ancak, doğrudan demokrasi modeli, tüm vatandaşların her karara katılmasını gerektirdiğinden sosyal, kültürel, politik ve uygulama zorlukları nedeniyle terk edilmiş ve günümüzde uygulanan demokrasi modeli genellikle temsili demokrasi olarak adlandırılmaktadır. Bu modelde seçmenler, her kararı etkilemek yerine belirli aralıklarla gerçekleşen seçimlerde kendilerini gösterirler. Siyasal partilerin iş başına gelmesini etkilemek için kararlarını etkilemek zorunda olduğu seçmenler, yönetimde meşruiyetin temel kaynaklarından biridir. Seçmenler, siyasi alanda etkili olabilir ve seçim dönemlerinde oy kullanarak etkilerini ortaya koyabilirler (Güvenç, 2021, 147-149).

Demokrasinin temel unsuru olan seçim, demokratik sürecin merkezi ve seçmenler ise bu sürecin can damarı olarak kabul edilmektedir (Hague vd., 2016, 287). Seçmenler, bir ülkenin vatandaşları olarak tanımlanmakta olup her biri kendi siyasi görüşleri, çevresi ve etkilendiği siyasi ortamıyla özdeşleşir. Bu bireysel siyasi düşünceler, sosyal ortamla etkileşime girerek siyasal katılıma dönüşebilir, bu da vatandaşların sadece oy kullanmakla kalmayıp aynı zamanda siyasi partilere destek vermek, aday olarak katılmak gibi çeşitli şekillerde siyasete dâhil olmalarını sağlar. Seçmenlik, ülkelerin kendi yönetim sistemleri ve yasalarına göre düzenlenir ve ülkemizde büyük bir vatandaşlık görevi olarak kabul edilir; ülkemizde seçimlere katılım oranları diğer birçok ülkeye kıyasla yüksektir.

Seçmenler, siyasi pazarda tüketiciler gibi düşünülmektedir; sunulan hizmetlerin nihai kullanıcılarıdır. Her seçmen, kendine özgü bir hizmet alma talebi belirler ve bu talebin siyasi mekanizma tarafından karşılanmasını bekler; ancak bu talebin bir tolere edilebilirlik sınırı vardır ve her seçmenin bu sınırı kişisel olarak belirlenir. Seçmenlerin beklentisi, iktidarların bu tolere sınırını aşmamasıdır; aksi takdirde, seçmenler başka siyasi partilere yönelebilirler (Schwarzkopf, 2010, 14-15).

Seçmenler, tıpkı tüketiciler gibi karar verme süreçlerinde etkileşimde bulunur; arkadaş grupları, aileler, iş ortamları, sivil toplum kuruluşları gibi çeşitli ortamlardan

etkilenirler. Bu nedenle, sosyo-kültürel ve sosyal sınıf açısından seçmenler arasında farklılıklar gözlemlenir ve siyasal pazarlama alanındaki aktörler, bu farkları analiz etme yoluyla süreci yönetirler (Okumuş, 2007, 163). Siyasi oluşumlar, benzer pazarlama stratejilerini kullanmalarına rağmen, seçmenlerle tüketiciler arasında davranışsal ve bilişsel farklılıklar olduğu fark edilmektedir. Peng ve Hackley'in (2009, 172) belirttiğine göre, siyasal pazarlama ile ticari pazarlama arasındaki ince çizgi, bu farklılıkların seçmenler ve tüketiciler arasında mikro düzeyde daha belirgin hale gelmesiyle ortaya çıkmaktadır.

Günümüz demokrasilerinde, seçmen olmada veya oy kullanmada yaş, engellilik, hükümlü, tutuklu, belirli meslek gruplarına mensup olma gibi dar kısıtlamalar getirilmiştir. Örneğin, Türkiye'de 298 sayılı Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanun'un 7. maddesine göre, silah altındaki erler, onbaşılar, kıta çavuşları, askeri öğrenciler ve ceza infaz kurumlarında hükümlü olanlar oy kullanamaz. Bu sınırlamalara uyan seçmen sayısı, 14 Mayıs 2023 Genel Seçimlerin de 64.145.504 olarak belirlenmiş, oy kullanan seçmen sayısı ise 55.833.153 olmuştur.

### *1.2.1.3. Siyaset Kavramı*

Siyaset kelimesinin kökeni Arapça'dır ve "seyislik, at idare etme" anlamına gelir; ancak Osmanlı İmparatorluğu öncesinde, İslam kültüründe, hükmetme ve yönetme sanatı anlamında kullanılmıştır (Taşkın, 2014, 26). Genel olarak siyaset, devleti yönetme işi olarak tanımlanabilir ve devlet işlerine dair birçok konuyu içerir. Yunanca kökenli "politika" kelimesi ise kent-devleti anlamına gelen "polis" kelimesinden türetilmiş olup, "politikos" olarak kent ve devlet işlerine dair her şeyi ifade eder. Bu kelime, Yunanca'dan Latinceye "politicus" olarak geçmiş ve İngilizce ve Fransızcaya da "politics" ve "politiques" olarak yansımıştır (Heywood, 2014, 24).

"Siyaset nedir?" sorusuna verilecek cevaplar, insanların siyasetle olan ilişkilerine ve deneyimlerine bağlı olarak olumlu veya olumsuz anlamlar içerebilir. Bu kavramın değeri, insanların günlük hayatta karşılaştığı ihtiyaçları karşılayabilme düzeyine, politikacıların problem çözme becerilerine, yöneticilerin halk içindeki algısına ve toplumun beklenti ve ideolojilerine nasıl cevap verdiklerine bağlıdır. Toplum içindeki tüm değerlerin dağılımı üzerinde hak sahibi olan yöneticilere, bu değerleri üreten bireylerin paylarını artırmak için yöneticilere baskı kurulması



kaçınılmazdır (Öztekin, 2018, 3). Bu nedenle siyaset, insanlar arasındaki çıkar çatışmaları ve iş birliğiyle karmaşık bir bağlantı içindedir (Heywood, 2014, 22). Bazıları siyaseti, değerlerin paylaşılmasındaki mücadele olarak görürken, diğerleri toplumdaki bireylerin “ortak iyiyi bulma” süreci olarak tanımlar. Bu nedenle siyaset, çatışma ve iş birliği olgularını içeren karmaşık bir bağlantıya sahiptir.

Siyaset kavramı, günlük dilde bir dizi terimi içererek geniş bir anlam yelpazesi sunar; örneğin, “siyasi, siyasal, siyasetçilik, parti, seçim.” Bu kavram genellikle devlet yönetimi ile ilişkilendirilir ve çeşitli çağrışımlara neden olur. Siyaset, siyasileri, siyasi partileri ve siyasi kararları düşündüğümüzde devlet kurumları, yönetim, örgütsel yapılar ve eylemler akla gelir. Bu durum, bir kavramın zihinlerde birden çok temsil ve çağrışım oluşturabilmesi özelliğine örnek teşkil eder (Aslan, 2023, 28). Ancak, bu zenginlik, siyasetin sabit ve durağan bir olgu olarak ele alınmasını zorlaştırır. Siyaset, insan ve toplumla bağlantılı olarak karmaşık ve istikrarsız bir yapıya bürünür, bu nedenle literatürde siyaset kavramıyla ilgili çeşitli tanımlamalar bulunmaktadır (Kayapınar, 2022, 3). Laswell'a (1936, 1174-1175) göre siyaset, “kim neyi, ne zaman ve nasıl alır” şeklinde tanımlanabilir ve bu kavram, faydaların dağıtımı, karar alma süreçleri ve çatışma analizi gibi önemli unsurları içerir. Öztekin (2018, 1), siyaseti, siyasi iktidarın ele geçirilmesine yönelik tüm eylemler olarak tanımlarken, Heywood (2012, 12), siyaseti en geniş anlamıyla, insanların ortak yaşamını mümkün kılan genel kuralları oluşturma, koruma veya değiştirme etkinliği olarak tanımlar.

#### *1.2.1.4. Siyasal Kültür*

Kültür, bireylerin toplum içindeki ilişkileri ve çeşitli örgütlerle etkileşimleri sonucunda geliştirdikleri değerler, inançlar ve tutumlar temelinde çok yönlü bir kavramdır (Kemaloglu-Er, 2022, 240-241). Bu çok yönlülük, kültürün farklı disiplinler tarafından incelenmesine olanak tanımaktadır. Davranış kültürü, sosyal kültür, kent kültürü ve köy kültürü gibi alt kültürler arasında siyasal kültür de yer almaktadır. Siyasal kültür, genel kültürün bir parçası olarak, bireylerin siyasi konulara karşı sergiledikleri tepkilerden ziyade uzun bir süreç içinde oluşan değerlere dayalı bir olgudur (Öztürk, 2023, 257). Siyasal kültür, toplumsal, ekonomik ve siyasal değişimlerle birlikte evrim geçirir ve içeriği, toplumsal, ekonomik ve siyasal alanlardaki değişikliklere bağlı olarak şekillenir. Bu nedenle siyasal kültürün

incelenmesi, toplumsal değişimi, siyasal sisteme duyulan destekleri, bireylerin siyasal sistemle etkileşim biçimlerini ve siyasetin nasıl anlaşıldığını anlamak açısından kritik öneme sahiptir (Turan, 2016, 479). Kent yaşamı da siyasal kültür açısından önem ihtiva etmektedir, bu doğrultuda, kentin kırdan farklı olarak dar alanda çok sayıda ve kültürde insanın bir arada yaşamasıyla birlikte beraberindeki yoğunluk farklı davranış biçimlerinin gelişmesine sebep olur, kalabalık ortam ise insanların siyasal ve kültürel etkileşimini zorunlu hale getirmektedir (Uluç ve Karasu, 2015, 203).

Siyasal kültür, bir toplumun genel kültüründen bağımsız olarak ele alınamaz. Bu bağlamda, bir ülkenin siyasal kültürünü değerlendirmek için öncelikle o ülkedeki genel kültürün incelenmesi gerekmektedir (Kahraman, 2011, 28). Siyaset, toplumsal bir olgu olarak kabul edilmekte ve bu nedenle en az kültür kadar önemli kabul edilmektedir (Şentürk, 2008, 200). Bir topluma ait siyasal kültür, o toplumdaki bireylerin duygu, düşünce, gelenek ve eğilimlerinin genel bir yansımasıdır (Yolcu, 2019, 103-104). Siyasal kültür, toplumsal hayatın kültürel yönlerini düzenler ve kültürel eğilimleri etkisizleştirmektedir. Bu etkileşim, bastırma, dışlama veya sistemden soğuma gibi farklı şekillerde olabilmektedir (Atılğan, 2014, 191).

Siyaset ile kültür ve arasında bulunan ilişki çok yönlüdür. Bu ilişkiyi, toplumların kültürel mirası, siyasal kurumları ve inançları etkilemektedir. Bu bağlamda, kültürün, siyaseti biçimlendirmeci etkisi nedeniyle son yıllarda siyaset bilimiyle ilgili çalışmalarda kültür ve özellikle “siyasal kültür” kavramı büyük önem kazanmıştır (Durdu, 2018, 578). Siyasal kültür, genellikle “siyasal davranışın vuku bulunduğu durumu tanımlayan anlamlı semboller, ampirik inançlar ve değerler sistemidir” (Roskin vd., 2018, 148). Wilson (2000, 263), siyasal kültürü, insanların yaşadıkları topluluk veya toplumun yönetimiyle ilgili bilgi, algı, ilgi, eylem ve değerlerini, özellikle otorite sembolleri ve meşruluk ölçütlerini ve bunları etkileyen maddi ve manevi şartları içeren bir kavram olarak tanımlamaktadır.

Siyasal kültür, bir toplumun siyasal sistemi ile ilgili bilgi, görgü, alışkanlıklar, yaklaşımlar, tutumlar ve davranışları içeren kapsamlı bir kavramdır (Öztekin, 2018, 239). Bir toplumun siyasal kültürü, siyasal alana yansıyan ve bu alana dair kanaatleri, inançları, tutumları ve davranışları içerir (Da Silva vd., 2016, 1). Gelenekler, tarih,

duygular, normlar ve semboller gibi faktörler, siyasal kültürü belirleyen genel siyasal davranış eğilimleri olarak ortaya çıkar (Roudgar, 2021, 7).

Siyasal kültür, toplumun tarihî tecrübesi, kurumlarının ruhu, vatandaşların ortak çıkarları ve liderlerinin siyasal duruşunun anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde uyumlu olmasıyla oluşur (Uslu, 2012, 32). Bireyler, siyaset bilimi çalışmalarına göre, dünyayı, olayları, siyasal eylemleri, kurumları ve değer sistemlerini belirli değerler penceresinden değerlendirir ve bu çerçevede yaşanan olaylara anlam yüklerler. Bu bağlamda, siyasal kültür, bireyin zihninde canlandırdığı siyasi imgelerin bütünüdür; özel olarak ise bireyin toplum ile siyasi ilişkiler düzeyi ve bu ilişkinin derinliğini belirleyen davranış kalıplarıdır (Çaha, 2008, 1-2). Başka bir deyişle, siyasal kültür, bireyin siyasal sistemi benimseme şeklini belirleyen içselleştirilmiş tutum ve davranışlardan oluşur (Çelebi, 2016, 219).

Her toplum, kendi değer yargılarını oluşturur ve bu değer yargıları aracılığıyla siyasal nesnelere ve olaylara farklı anlamlar yükler. Bu normlar ve değerler, siyasal sistemin işleyişi konusunda fikirler içerir ve bir ülkenin siyasal kültürünü oluşturur. Bu temel değerler, bir milletin tarihî, ekonomik ve kültürel özelliklerinden kaynaklanır ve siyasal kültür, bir tür kolektif siyasal hafıza olarak işlev görür (Roskin vd., 2018, 147-148). Siyasal kültür, bir toplumun siyasal kimliği, ideolojisi, rolleri ve değerleri hakkında daha derin bir anlayış elde etmek ve incelemek amacıyla ortaya atılmış bir kavramdır. Bu nedenle, siyasal kültür terimi, siyasal sistemleri tanımlamak, sınıflandırmak ve siyasal olguları analiz etmek için kullanılır (Balcı, vd., 2013, 28). Siyasal kültür, bireylerin siyasal algılamalarını eleştirmekte ve siyasi hayata katılım biçimlerini belirleyerek siyaseti etkilemektedir. Siyasi ilgi, siyasi kararlara katılım, fikir alışverişinde bulunma ve kamu kurumlarına yönelik beklentiler gibi unsurlar, siyasal kültür tarafından biçimlendirilmiş davranışlardır (Küçük, 2020, 48).

Almond ve Verba (1963, 17-21), toplumlardaki insan tutumlarını ve siyasi katılımı temel alarak, siyasal kültürü, paroksiyel (yerel, mahalli), uyrukluk ve katılımcı olmak üzere üç farklı siyasal kültür türünü sınıflandırmışlardır. Paroksiyel kültür, bireylerin politik süreçlere ve merkezi hükümete karşı sınırlı bir ilgi ve bağlılık gösterdiği bir kültür tipini ifade eder. Bir başka deyişle, bireyler bu kültürde genellikle yerel meselelere odaklanırken, merkezi hükümet veya genel politik süreçlere karşı

daha az ilgi gösterirler. Konuyla ilgili siyasal kültür ise vatandaşların merkezi hükümet kararlarının farkında olduğu ve bu kararlardan etkilendiği, ancak karşıtlık için sınırlı bir alan bulunduğu bir politik kültür tipini ifade eder. Bu kategoride bireyler, politik olayları aktif bir şekilde takip edebilir, hükümetin eylemlerinin farkında olabilir ve politik kararların hayatları üzerindeki etkisini hissedebilirler. Ancak, politik katılım ve etkileşim düzeyi, “Katılımcı” kategorisine kıyasla daha sınırlı olabilir. Katılımcı kültürde ise vatandaşlar, hükümet kararlarıyla yakından ilgilenir ve aktif bir şekilde yönetim üzerinde etkili olmaya çalışırlar. Almond ve Verba'nın (1963) politik kültür tanımı, bir milletin politik sistemine ve çeşitli bileşenlerine yönelik tutumları; bireyin bu sistem içindeki rolüne dair tutumları ve bir milletin politik amaçlarına yönelik yönelim kalıplarının özel dağılımını içeren bir şekilde yapılmıştır.

1950'li yılların sonları ve 1960'lı yılların başlarında siyaset bilimi literatürüne giren siyasal kültür kavramı, Gabriel Almond tarafından 1956 yılında öne sürülmüş ve 1960'lı yıllar içerisinde akademik çalışmalarda sıkça kullanılan bir model haline gelmiştir. Bu kavram, siyasetin toplumsal boyutunu göz ardı eden bir yaklaşımla, mevcut teorik yaklaşımların açıklayamadığı süreçleri ve ilişkileri anlamak amacıyla siyaset bilimine girmiştir. Siyasal kültür yaklaşımı, bireylerin siyasal sisteme yönelik tutumlarının, düşüncelerinin ve değerlerinin, siyasal sistemin özellikleriyle doğrudan ilişkili olduğunu öne sürmüştür (Gökçe ve Turan, 2016, 163).

Siyasal kültür, demokrasi kavramı ile sıkı bir bağa sahiptir ve demokrasi çalışmalarının teorik arka planını oluşturur. Bir toplumun demokratik işleyişi ve siyasal sürecinin anlaşılabilmesi için siyasal kültürün incelenmesi gereklidir. Demokratik sistemi destekleyen bir siyasal kültür olmadan demokrasinin yaşama şansının düşük olduğu belirtilmiştir (Çelebi, 2016, 222). Bu bağlamda, demokratik bir siyasal kültürün varlığı, toplumsal hoşgörü, işbirliği yeteneği, siyasal ve toplumsal kurumlara güven ve siyasal etkinlik duygusu gibi öğelerle ilişkilendirilmiştir. Bu unsurlar, demokrasinin güçlenmesine ve istikrarlı bir şekilde işlemesine katkıda bulunmaktadır. Toplumun siyasi tarihine ve kültürel özelliklerine bağlı olarak, siyasal kültürün belirleyici bir etkisi olduğu ve bireylerin siyasete katılım biçimlerini büyük ölçüde siyasal kültür normlarına göre şekillendirdiği vurgulanmıştır (Çer, 2020, 1635).

### 1.2.1.5. Siyasal Davranış

Davranış, insanların sosyal olaylara tepki gösterme biçimi ve bu davranışları destekleyen inançların genel adıdır. Öztekin'e (2018, 217) göre, bu bağlamda siyasal davranış, bireylerin ve kuruluşların siyasi olayları nasıl algıladıkları ve siyasi katılımı nasıl buldukları şeklinde tanımlanır. Günlük yaşamlarında bazı insanların davranışları, politikanın gerçekleştiği siyasi toplum, politik kurumlar ve politik güç dinamikleri tarafından etkilenir (Dursun, 2017, 581). Bu süreçte, insanların siyasi faaliyetleri dış etkenlere verdikleri tepkilere göre şekillenir. Bu nedenle, İlbek'e (2021, 6-7) göre, toplumun kaynaklarının otoriteye dayalı olarak dağıtılması, siyasal davranış diğer davranış türlerinden ayıran en önemli faktördür.

Siyasal davranış kavramıyla ilgili çalışmalar, normatif çalışmalar ve tarihsel betimlemelere karşı ortaya çıkmış ve siyasal davranış alanında yapılan çalışmaların önemi, 1920'li yılların son bölümlerinde yapılan baskı gruplarının 'grup davranışları'nın belirlenmesi, siyasal tutum oluşumları ve kamuoyu araştırmalarına yönelik çalışmalarla daha fazla anlaşılmuştur. İkinci Dünya Savaşı sonrasında bu yaklaşım daha da güçlenmiş ve özellikle 2000'li yıllardan sonra daha fazla önem kazanmıştır (Özer ve Heder, 2008, 5).

Davranışçı siyaset bilimi yaklaşımı, siyasal davranışçılık olarak adlandırılır ve genellikle davranışsal siyaset biliminin çağdaş ve geleneksel olaylarının, odağa insanın alınmasıyla incelemesini gerektirir (Öztekin, 2018, 216). Bu bağlamda, davranışçılık akımı, siyasal yaşamın özellikle 'katılanlar' açısından incelenmesini vurgular. Siyasal davranış araştırmaları, bireysel olarak değil, bir grubun, topluluğun, bir kitle hareketinin ya da örgütün açıklanmasını ve betimlenmesini amaçlar. Bu çalışmalar, siyasal toplumsallaşma, siyasal düşünceler, oy verme davranışı, kamuoyu ve oluşumu, gibi siyasal katılım boyutları üzerine odaklanmaktadır (Berkenpas, 2016, 159-160).

Siyasal davranış, bireysel ve toplumsal düzeyde önemli bir rol oynar ve genellikle siyasal kültürün ve toplumsallaşmanın bir yansıması olarak görülür. Bu davranış biçimi, bireyin kişisel deneyimleri, çevresi ve gelecek beklentileri ile siyasal toplumsallaşma sürecinde edindiği bilgi ve görüşlerin bir araya gelmesiyle şekillenir. Örneğin, bir bireyin siyasi tercihleri, ailesinin veya çevresinin siyasi tutumlarından

etkilenebilir. Ayrıca, medya, eğitim ve toplumsal normlar da siyasal davranışı etkileyen önemli faktörler arasındadır. Bu bağlamda, siyasal davranışın karmaşık ve çok yönlü bir olgu olduğu söylenebilir, çünkü bireyin siyasi katılımı ve tercihleri, kişisel, sosyal ve kültürel faktörlerin etkileşimiyle şekillenir. Bu nedenle, siyasal davranışın anlaşılması, bireyin içinde bulunduğu sosyal ve kültürel bağlamı da dikkate almayı gerektirir (Polat, 2010, 125).

Filiz'e (2019) göre, her ülkenin kendi sosyal ve ekonomik yapılarına göre farklı siyasal davranış modelleri bulunmaktadır. Ancak, genel olarak siyasal davranışı belirleyen çeşitli kalıplar mevcuttur. Bu kalıplar şu şekilde sıralanabilir:

1. Siyasal örgütlere katkıda bulunma: Bu, siyasi parti veya baskı gruplarına katılımı içerir ve genellikle seçim kampanyaları sırasında çalışma veya farklı faaliyetlere destek verme şeklinde ortaya çıkar.
2. Siyasal örgütlere üyelik: Bireylerin belirli bir siyasi partiye veya örgüte üye olmaları, siyasal katılımın bir şekli olarak görülür.
3. Siyasal örgütleri destekleme: Zaman zaman bu örgütlerin faaliyetlerine katılım gösterme, toplantılara katılma veya maddi destek sağlama gibi şekillerde ifade edilebilir.
4. Siyasal görüş sahibi olma: Bireylerin siyasi meselelere ilgi göstermesi, bu konularda okuma yapması, tartışmalara katılması, haber kaynaklarını takip etmesi ve nihayetinde oy kullanması gibi eylemler, siyasal davranışın bir parçası olarak değerlendirilir.

Bu kalıplar, toplumların siyasi katılım ve etkileşimlerinin çeşitli yönlerini yansıtırken, siyasal davranışın çeşitliliğini ve karmaşıklığını da göstermektedir. Örneğin, siyasal örgütlere katkıda bulunma veya üyelik, bireylerin siyasi süreçlere aktif katılımını teşvik ederken, siyasal görüş sahibi olma ise bireylerin siyasi konularda bilinçlenmesini ve etkileşimde bulunmasını sağlar. Bu nedenle, siyasal davranışın incelenmesi, farklı toplumsal dinamikleri ve siyasi kültürü anlamak için önemli bir araçtır.

#### *1.2.1.6. Seçmen Davranışı*

Seçmen, bir ülke vatandaşı olarak demokratik haklarından doğan bir yetki ve sorumluluğa sahip birey olarak tanımlanır. Bu hak ve sorumluluklar, seçmenin ülkeyi

yönetecek yönetici kadronun seçimine katılma yetkisiyle birlikte gelir. Bu bağlamda, seçmen davranışı, seçmenin bu hak ve sorumlulukları kullanma biçimini ifade eder (Gülmen, 1979, 18). Seçmen olmanın önemli bir yönü, seçme olmakla beraber gelen görev, yetki, sorumluluk ve haklardır. Seçmen, kendisine yasal olarak tanınmış olan oy kullanma hakkının sorumluluğunu üstlenir. Seçmen, iradesini kullanarak iktidarı belirleme, yetkilerin yenilenmesi veya geri alınması gibi kararları seçimler aracılığıyla gerçekleştirebilir (Millican, 2015, 111).

Araştırmacıların seçmen davranışına ilgi duymaları, genel ve gizli oy ilkelerinin benimsenmesiyle başlamıştır. Ancak, bu alandaki sistematik çalışmaların tarihi, ilk zamanlarda sınırlı olup 1910'lardan sonra hızla gelişmiştir. II. Dünya Savaşı sonrasında davranışçılık akımı ve matematiksel istatistiksel tekniklerin kullanımıyla seçmen davranışı üzerine yapılan çalışmalarda büyük ilerlemeler kaydedilmiştir. Bu çalışmalar, genelde toplu verilere dayanarak yapılan analizlerden, anket tekniğinin kullanımına ve daha spesifik grupların davranışsal niteliklerinin açıklanmasına yönelmiştir (Madubuegwu vd., 2022).

1950'lerden itibaren Amerika'da yapılan ampirik araştırmalar, “An Economic Theory of Democracy”, “The American Voter” ve “The People’s Choice” gibi temel kaynaklara dayanmıştır. Bu teoriler, sosyolojik, sosyo-psikolojik ve rasyonel tercih yaklaşımlarını içerir. Seçmen davranışının önemi, demokratik sistemlerde oy vermenin toplumun duygularını ifade etme, eşit haklara sahip olma, gizlilik ve sorumluluktan muafiyet gibi temel siyasal eylemlerden biri olmasıdır (Filiz, 2019, 13).

Seçmen davranışını diğer siyasal davranışlardan ayıran önemli özellikler arasında, demokratik sistemlerde yaygın olarak görülmesi, nicel ve nitel değerlerle açıklanabilir olması ve seçimlerin siyasal sisteme önemli fonksiyonlar katması yer almaktadır (Gülmen, 1979). Bu özellikler, seçmen davranışını araştırmacılar için diğer siyasal davranışlardan daha çekici ve karşılaştırmalı analizler yapma imkânı sunan bir alan haline getirmektedir.

Seçmen davranışı, bireylerin yöneticileri seçme ve kamusal politikaların belirlenmesine etki etme amacıyla katıldıkları bir faaliyeti ifade eder. Bu faaliyet, bir ülke vatandaşı olarak seçmenin, ülkenin yönetici kadrosunu seçme hakkını kullanması ve bu eylemi gerçekleştirmesiyle ortaya çıkar (Özer ve Heder, 2008, 30). Seçmenlerin

siyasetle ilgili kararları karmaşık etkiler altında şekillenir, bireyin genel kişiliği ve çevresiyle etkileşimi tarafından belirlenir. Bu kararlar belli bir süreç sonunda siyasal eğilimlere dönüşür. Bu siyasal eğilimler, siyasi oluşumların kararlarını etkilemeyi amaçlayan siyasal katılma eylemleri olarak ortaya çıkar (Falcao vd., 2023, 13).

Siyasetin niteliği, bir ülkedeki seçmenlerin eğitimi ve genel kültür düzeyiyle doğrudan bağlantılıdır. Bu nedenle, seçmen davranışı analizinin anlamlı olabilmesi için üzerinde çalışma yapılan ülkenin ve bölgenin sosyal, kültürel ve ekonomik özelliklerinin dikkatlice ele alınmasını gerekir (Kim, 2023, 447).

Her ülkede farklı siyasal eğilimler ve bunlara bağlı siyasal partiler aktif olarak yer almaktadır. Seçmenler, kendi önceliklerine göre bu siyasal alternatifler arasından bir tercihte bulunur. Seçmenin bu tercihi siyasal sisteme yönelik bir tutum anlamına gelmekte ve aynı zamanda siyasal sistemi yönlendirmektedir (Özer ve Heder, 2008, 31). Siyasal faaliyetlerin yoğunlaşmasıyla birlikte ekonomik, sosyal ve siyasal olguların kurumsallaşması süreci başlar. Siyasal partilerin ana hedefi iktidara gelmek, iktidarın bir parçası olmak veya hiç olmazsa iktidar üzerinde baskı unsuru olup iktidarı yönlendirebilmektir. Bu süreç boyunca siyasal partiler kendilerine oy veren seçmen adına temsil ettikleri çıkarların en büyük savunucularıdır. Seçmen, tercihini belirlemek için önce ihtiyaçlarını ve taleplerini belirlemeli ve hangi partiye en iyi şekilde uygun olduğunu değerlendirmelidir. Bu süreç, seçmenin siyasal tercihlerini ve tutumlarını çapraz baskılara karşı direnç, düzenlilik ve yeterli haber kaynağına sahip olma yeteneği üzerinden şekillendirir (Filiz, 2019, 15).

Seçmenlerin karar verme sürecinde karmaşık ilişkilerin rol oynadığı bir gerçektir. Lau ve Redlawsk (2006, 22), seçmenlerin karar alma sürecinde içsel ve dışsal faktörlerin rol oynadığını ifade etmektedir. Siyasal kültür, bireyin kişisel özellikleri ve deneyimleri, bilgi süreci ve kampanyalar gibi içsel ve dışsal faktörler, seçmenin oy tercihini belirler.

Erdoğan'a göre, (2004), ideoloji, ekonomik faktörler, baskı/çıkar grupları ve medya seçmen davranışları üzerinde etkilidir. Ekonomik faktörler arasında büyüme, enflasyon ve işsizlik gibi değişkenler bulunur. İdeolojik faktörler bakımından, seçmenlerin kendilerine benzer ideolojilere sahip siyasi partilere oy verme eğilimi içinde oldukları söylenebilir. Çıkar/baskı ve medya ise seçmenin bilgi edinme sürecini



ve çeşitli çıkarların etkisini yansıtarak kararlarını etkiler (Erdoğan, 2004, 6). Genel olarak, seçim öncesinde her bireyin kendi öncelikleri olacaktır ve oy verme davranışı bu öncelikleri mümkün olduğu kadar sağlamaya yönelik olacaktır. Bu süreçte, seçmenler kendi çıkarlarını maksimize etmeyi amaçlarken, bürokrasi bütçe maksimizasyonu, baskı/çıkarcı grupları rant maksimizasyonu ve siyasi partiler de oy maksimizasyonu doğrultusunda tercihlerini belirlerler (Özsoy, 2007, 86).

#### *1.2.1.7. Belediye Hizmeti Kavramı*

Kamu hizmetleri, devlet erki tarafından siyasal ve kamusal alanda gerçekleştirilen faaliyetleri ifade eder ve bu hizmetler, vatandaşların hak ve özgürlüklerinden yararlanabilmesi ve değerlerini artırabilmesi için kamu yararının gözetilmesiyle beraber idare tarafından sağlanması gereken yararlı ve zorunlu işler olarak tanımlanır. Toplumsal ihtiyaçları karşılamak amacı ile ortaya konan kamu hizmetleri, çeşitli yöntemler ve örgütlenmeler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. 20. yüzyılın ortalarında refah devleti anlayışının değişmesiyle beraber, devletin sunduğu kamu hizmetlerinin çeşitlenerek arttığı görülmüştür. Bu dönemde, merkezi yönetim birimleri, var olan yapıları ve bütçeleriyle vatandaşın beklentilerini karşılayacak nitelikte hizmet sunamaz hale gelmişlerdir. Sosyal devlet anlayışının getirdiği ağır yük ve mali bunalım, 1980'li yıllardan itibaren devletleri zorlamıştır. Kentlerdeki iletişim, bilgi ve teknolojik olanakların artışıyla birlikte nüfusun artması, kamu hizmetlerine talebin artmasına ve yeni yöntem arayışlarına neden olmuştur (Karahanoğulları, 2002, 55-65).

Küreselleşme sürecinin hız kazanması ve neo-liberal politikaların benimsenmesi, devletin küçültülmesi ve etkinleştirilmesi tartışmalarını beraberinde getirmiştir. Desantralizasyon politikaları, yerel yönetimlerin kent hizmetlerini daha etkin, verimli, ekonomik ve hızlı bir şekilde sunması nedeniyle yerel yönetimler önemli hale gelmiştir. Bu bağlamda, yerel yönetim birimi olan belediyelerin yasal çerçeveler kapsamında daha etkin olacak şekilde yapılandırılmasını amaçlayan çalışmalar hız kazanmıştır. Yerelleşmeyi güçlendirme anlamlarındaki bu değişim, yerel hizmet ve kamu hizmeti kavramlarını yapısal ve işlevsel anlamda etkilemiştir (Sezel ve Vural, 2010, 204). Avrupa Birliği'ne üyelik süreci içinde yaşanan kamu yönetimi anlayışındaki dönüşüm ve yerel yönetimlerin fonksiyonları konusundaki

değişiklikler, Türkiye'nin iç dinamikleri ve dünya genelinde kamu hizmeti-yerel hizmet ilişkisini yeniden ele almayı zorunlu kılmıştır (Ökmen ve Çağatay, 2014, 79).

1982 Anayasası'nın 127. maddesi kapsamında yerel yönetimler, bir başka deyişle belediyeler, vatandaşa en yakın ve genel politikaların doğrudan vatandaşın günlük yaşamını etkileyen önemli bir yönetim birimidir. Bu sebeple, belediyeler demokrasi anlayışının gelişimi ve doğrudan vatandaş ihtiyaçlarına odaklanan yerel hizmetlerin sağlanması bakımından son derece önemli kurumsal yapılar olarak kabul edilmektedir.

Belediye kelimesi, Arapça kökenli bir terim olup, “şehir” anlamına gelen “belde” kelimesinden türemiştir. Bu terim, Arapça'nın ve Doğu dillerinin etkisiyle Tanzimat döneminden itibaren günümüzdeki anlamını kazanmıştır (Devellioglu, 2010, 130). Türk Dil Kurumu (2023) belediye şu şekilde tanımlanmıştır: “İl, ilçe, kasaba, belde vb. yerleşim merkezlerinde temizlik, aydınlatma, su, toplu taşıma ve esnafın denetimi gibi kamu hizmetlerine bakan, başkanı ve üyeleri halk tarafından seçilen, tüzel kişiliği olan örgüt; uray, şehremaneti”.

Belediye kavramı, 19. yüzyıldan beri kullanılmakta olup, “bir beldeye ilişkin kuruluş veya yönetim” anlamını içermektedir. Belediye, genellikle belde sakinlerinin kendi kendilerini yönetme yetkisine sahip, tüzel kişilik taşıyan ve kentsel ağırlıklı bir idari birimdir. 5393 sayılı Belediye Kanunu'na göre, belediye “belde sakinlerinin mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisi” olarak tanımlanmıştır. 1982 Anayasası'nın 127. maddesine göre ise belediye, “halkın mahallî müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere kuruluş esasları kanunla belirtilen ve karar organları, yine kanunda gösterilen seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişiliği” şeklinde tarif edilmiştir (Demirel vd., 2013, 34-35).

Belediye, yerel nitelikteki ihtiyaçları karşılayan bir idaredir ve genellikle şehir veya kasaba ölçeğindedir. Belediye yönetimi Demokratik bir seçimle belirlenir ve belde sakinlerinin katılımına açıktır. Bu bağlamda, 1580 sayılı Kanun'un 13. maddesi “her Türk, nüfus kütüğüne yerli olarak yazıldığı beldenin hemşerisidir. Hemşerilerin belediye işlerine rey, intihap, belediye idaresine iştirak ve belde idaresinin devamlı

yardımlarından istifadeye hakları vardır” şeklinde ifade bulmaktadır (Sezgin, 2007, 47-49).

Belediye hizmetleri, kamu kurum ve kuruluşları aracılığıyla yürütülen düzenli faaliyetlerle, vatandaşların ortak ihtiyaçlarını karşılamayı ve kamu yararını sağlamayı amaçlar. Zamanla değişen nüfus artışı, kentleşme ve çağın gereksinimleriyle birlikte, kamunun sunulan hizmetleri revize etme düşüncesini beraberinde getirmiştir (Erdoğan, 2010, 22-23). Küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan rekabet ortamı, ülkeleri kamu hizmetlerini gözden geçirmeye yönlendirmiştir. Yerel yönetimler, vatandaşa en yakın kamu kuruluşları olarak, değişime ayak uydurmak ve hizmet kalitesini artırmak amacıyla stratejiler geliştirmiştir. Yeni kamu yönetimi prensiplerine bağlı olarak, katılımcı, şeffaf, halka yakın, etkin, verimli, duyarlı ve kaliteli bir belediye sistemi oluşturulması hedeflenmektedir. Yerel yönetim birimlerinin oluşturulmasındaki temel amaç, kent sınırları içinde yaşayan halkın talep ve ihtiyaçlarını karşılamaktır. Yerel hizmetler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektörün kamu yararı için faaliyet göstermeleri olarak tanımlanabilir ve bu faaliyetler ilgili yerel yönetim birimleri tarafından denetlenmektedir. Belediye hizmeti ise, yerel halkın ortak ihtiyaçlarını karşılamak ve kamu yararını sağlamak amacıyla gönüllü örgütler veya özel sektör kuruluşları aracılığıyla sürekli ve düzenli olarak yürütülen faaliyetlerin, belediyelerin sorumluluğu ve denetimi altında gerçekleştirilmesini ifade eder. Yeni kamu yönetimi yaklaşımıyla birlikte, belediye hizmet sunumlarında özel sektör iştirakleri kullanımı ön plana çıkmıştır (Kundakçı, 2022, 38).

Türkiye’deki belediyelerin yerel hizmet sunumları, 6360 sayılı “On Dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” ile getirilen son düzenlemeler çerçevesinde; il ve ilçe belediyeleri açısından 5393 sayılı Belediye Kanunu, büyükşehir belediyeleri açısından ise 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu kapsamında yürütülmektedir.

Türkiye’de belediye hizmetleri, 5393 Sayılı Belediye Kanunu’nun 14. maddesinde ve 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu’nun yedinci maddesinde detaylı bir şekilde belirtilen “Belediyelerin Görev ve Sorumlulukları” başlıkları altında düzenlenmektedir. Ancak, Türkiye’de belediyelerin hizmetlerinin türlerine göre

sınıflandırılmasına dair yapılan çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Yapılan araştırmalara göre, belediyelerin sunmakla yükümlü olduğu hizmet alanları 10 temel başlık altında sıralanabilir: kentsel planlama, kentsel altyapı, iskân, çevre koruma, kamu düzeni ve güvenlik, şehir içi trafik ve ulaşım, sosyal yardım, eğitime destek, toplum sağlığı ve diğer hizmetlerdir (Kavas, 2017, 84).

## **1.2.2. Seçmen Davranışını Açıklayan Kuramsal Çerçeve**

### *1.2.2.1. Seçmen Davranışı Teorileri*

Bu bölümde, seçmen davranışı teorileri altında sosyolojik yaklaşım, sosyo-psikolojik yaklaşım, rasyonel yaklaşım, sezgisel yaklaşım ve siyasal pazarlama yaklaşımına ilişkin bilgiler verilmiştir.

#### *1.2.2.1.(a). Sosyolojik Yaklaşım*

Sosyolojik yaklaşım, 1940'lı yıllarda Columbia Üniversitesi'nde Gaudet, Lazarsfeld ve Berelson başta olmak üzere onlar gibi düşünen bir grup sosyal bilimler araştırmacısı tarafından başlatılmış olup, bu sebeple Columbia Ekolü olarak da adlandırılmaktadır (Gümüş, 2009, 24). Bu ekol, Ohio ve Erie County'de yürütülen araştırma sonuçlarına dayanarak, bireylerin oy verme davranışlarını bireysel değil, grup halinde sergilediklerini ortaya koymuştur. Aynı sosyal çevrede yaşayan veya çalışan bireylerin benzer siyasal tercihler gösterdiği ve oluşturdukları grupların siyasi duruşlarının homojen olduğu savunulmuştur (Lazarsfeld vd., 1948, 38).

Seçmen davranışını sosyolojik yaklaşıma göre inceleyen araştırmacılar özellikle cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, yerleşim birimi ve meslek gibi faktörlerin seçmen tercihleri üzerindeki etkilerine odaklanmışlardır. Columbia Ekolü, rasyonel tercih ve bireysellik vurgularını reddetmekte ve seçmen davranışlarının seçmenin ait olduğu sosyal gruplardan etkilendiği yaklaşımını savunmaktadır (Ross ve Spencer, 2019, 669). Sosyal gruplara üyelik, sosyo-ekonomik statü, dinsel tutumlar, ailevi deneyimler ve coğrafi konum gibi faktörlerin, bireyin siyasal eğilimlerini şekillendirmede önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir. Bu nedenle, seçmen tercihleri aday nitelikleri, ideolojiler veya ekonomik meselelerle değil, sosyal gruplara üyelik ve bağımlılıklarından kaynaklanmaktadır (Musa, 2023, 85-86).

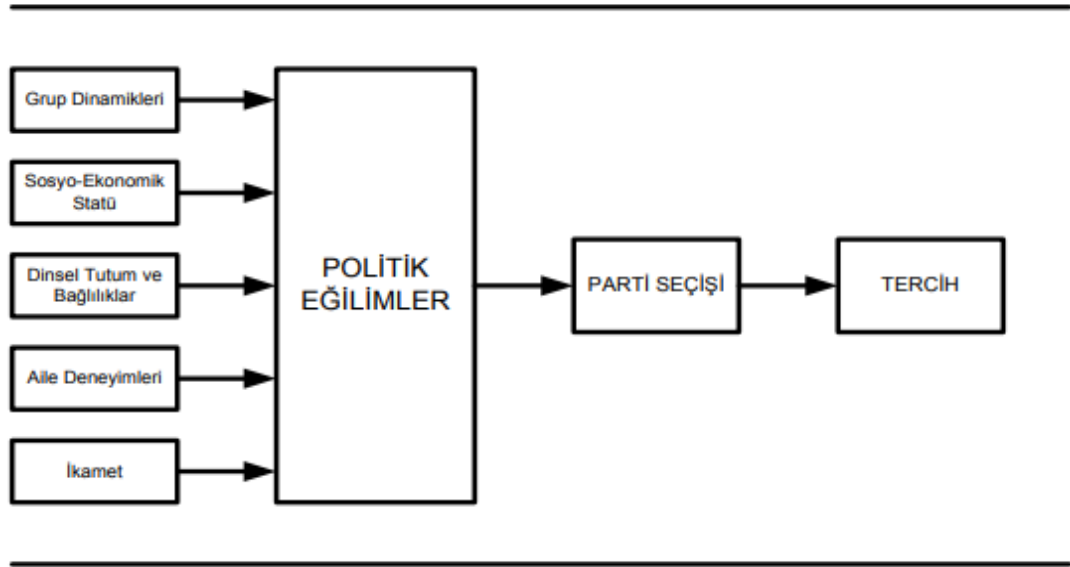
Sosyolojik yaklaşıma göre, seçmenler genellikle üye oldukları grupların siyasal tercihlerine uygun şekilde oy kullanırlar. Bu şekilde grup sadakatine dayalı oy kullanma anlayışı, bireyin bağımsız bir şekilde rasyonel karar alma yeteneğini köreltir (Filiz, 2019, 22). Bu anlayışa göre, seçmenlerin siyasal tercihleri, dini bağlılık ve değişmez alışkanlıklar gibi tanımlanmakta ve kullandıkları oy ait oldukları gruptan kaynaklanan kimliğin bir teyidi olarak kabul edilmektedir (Akgün, 2007, 25). Dolayısıyla sosyolojik yaklaşıma göre, seçmenlerin oy verme davranışı, sahip oldukları sosyal gruplar ve sosyo-ekonomik durumlarıyla ilişkilidir denebilir (Heywood, 2012, 351).

Sosyolojik bakış açısına göre, toplumdaki etnik, mesleki ve dinsel farklılıklar, seçmen tercihlerini etkileyen önemli faktörlerdir (Aktaş, 2021, 940-941). Toplumsal bölünmelerin ve gerilimlerin, cinsiyet, inanç, sınıf, etnik köken ve bölge temelli ayrışmaların seçmen tercihlerine önemli ölçüde etki ettiği ifade edilir (Heywood, 2012, 351). Bu bağlamda, siyasal partilerin seçim kampanyalarının etkisi sınırlıdır ve seçmenler siyasal tercihlerini sosyal kimliklerini ifade edilmek amacıyla bir araç olarak değerlendirmektedirler denilebilir (Berelson vd., 1954, 113).

Sivil toplum kuruluşları tarafından yapılan bilinçlendirme ve toplumsal sorumluluk kampanyalarının, seçmenlerin oy verme davranışı üzerinde etkili olduğu ve bu etkinin sosyolojik yaklaşım çerçevesinde ele alınabileceği ifade edilir. Sivil toplum kuruluşlarının ekonomi, din, eğitim, sağlık gibi farklı sosyal alanlarda faaliyet göstererek ulusal ve uluslararası düzeyde etkili olabildiği belirtilir (Brown vd., 2007, 126-138).

Dini ve sosyo-ekonomik faktörlerin seçmenlerin karar verme davranışını etkilemesi, bireylere ait sosyal özelliklerin parti tercihini etkilemesi, oy vermekle kendini bir gruba ait hissetme duygusu, bireylerin içinde buldukları sosyal grubun çoğunluğunun tercihi yönünde kullanmaları sosyolojik modelin ortaya koyduğu genellemelerdir (Kalender, 2005, 43-44). Oy verme davranışı temelde bir grup deneyimi olarak kabul edilir ve aynı ortamda yaşayan insanların benzer siyasi tercihlere sahip olması muhtemeldir. Bireyin siyasi tercihlerini şekillendiren en önemli faktörler sosyo-ekonomik durum, dini inanç ve ikamet yeridir. Aile, kişinin doğduğu ve oy verme davranışı üzerinde önemli etkisi olan temel sosyal yapıdır. Çocukların ve

eşlerin oy tercihleri benzerlik gösterir. Oy verme sürecinde, bireyin bulunduğu grup doğrultusunda oy kullanmasıyla birlikte çapraz baskıların da rol oynadığı ifade edilir (Lazarsfeld vd., 1948, 139). Sosyolojik oy verme yaklaşımına ilişkin model Şekil 1.1’de sunulmuştur (Temizel, 2012, 46).



Şekil 1.1. Sosyolojik Oy Verme Modeli

Şekil 1.1’de görüldüğü üzere, bireyin sosyo-ekonomik statüsü, dinsel tutumları, aile geçmişi ve yaşadığı coğrafi alan gibi faktörler, siyasal eğilimlerinin oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu siyasal eğilimlere bağlı olarak, birey parti tercihini belirlemekte ve bu tercihi yansıtmaktadır. Dolayısıyla, bu modelde meseleler doğrudan seçmen tercihlerini etkilemez. Aynı şekilde, ideolojiler veya aday nitelikleri de siyasal tercihlerin belirlenmesinde doğrudan etkili değildir. Siyasal eğilimler, temel olarak sosyal grup üyelikleri ve bağımlılıklarından kaynaklanmaktadır. Ancak, bu model, sosyal grupların neden farklı göründüklerini açıklamaktan ziyade, aileden veya sosyal grup üyeliklerinden kaynaklanan tercihlerin, üyelerin görüşlerini ifade etmeden belirli bir yöne doğru hareket etmesini açıklamaktadır (Berelson vd., 1954, 112).

Sosyolojik model, seçmenlerin değil, grupların ve partilerin odak noktasına yerleştirir ve “niçin oy veriyorlar” sorusunu ele alır (Kalender, 2005, s. 40). Bu yaklaşım, seçmen davranışının esasen toplumdaki sosyal bölünmeler tarafından belirlendiğini iddia eder (Akgün, 2007, 77). Bu bakış açısına göre, seçmenlerin parti tercihleri, neredeyse dini bir sadakat veya değişmez alışkanlıklar gibi nitelendirilir ve

her seçimde kullanılan oy, bu sabit kimliğin bir teyidi olarak algılanır (Gökçe vd., 2002, 7). Bu kontekste, sosyolojik model, seçmenlerin içinde buldukları sosyal ve ekonomik durumu yansıtan bir oy verme modeli geliştirmeye meyilli olduklarını, grup üyeliği ile oy verme davranışını ilişkilendirir. Aile tabanlı psikolojik bağlılık yerine, bu model, toplumdaki çeşitli bölünmeleri ve gerilimleri vurgulayarak toplumsal bağlılığın önemini vurgular. Bu bölünmeler arasında sınıf, cinsiyet, etnisite, inanç ve bölge gibi temel farklılıklar bulunmaktadır. Sosyalleşmenin etkileri bu modele göre hala geçerli olabilir, ancak toplumsal temelli açıklamalar, grup çıkarlarının partiye duyulan bağlılıkları şekillendirmede rasyonelliğe izin verir (Heywood, 2007, 351).

Sosyolojik model, grupların belirli normlarına uyulması gerektiğini ve bu normlara uymamanın üyelerin çeşitli şekillerde cezalandırılmasını içeren genel bir önermeden yola çıkarak, oy verme davranışının temel motivasyonlarını açıklamaya çalışmaktadır. Bu çerçevede, bireylerin sosyal politikleşme süreci içinde oldukları ve sosyal özelliklerinin parti tercihlerini belirlediği genelleme yapılabilir. Oy verme, temel olarak bir grup deneyimi olarak kabul edilir, aynı çevrede yaşayan ve çalışan insanların aynı adaya oy verme olasılıkları yüksektir. Politik eğilimlerin, sosyo-ekonomik statü, dinsel bağlılık ve ikamet gibi faktörlere dayandığı ve bu faktörlerin bireylerin karar verme süreçlerinde önemli bir rol oynadığı belirtilir. Ailenin oy vermedeki önemli bir rolü vurgulanır; eşler birbirlerinin tercihlerine benzer oy kullanırken, çocukların tercihleri ile ebeveynlerin tercihleri arasında büyük bir benzerlik bulunmaktadır. Seçimlere gösterilen ilginin, karar verme zamanını etkilediği ve yüksek ilgi gösteren bireylerin daha erken karar verebildiği ifade edilir. Bireylerin mensup oldukları gruplara yönelik oy verme eğilimleri ve bu süreçte çapraz baskıların önemli bir rol oynadığı belirtilir (Lazarsfeld, 1948, 139).

Bu modelde, oy verme davranışı, gruplara bağımlı olarak düşünmeden gerçekleştirilen bir uyum davranışı olarak ele alınmaktadır. Grup normlarına uymamak birey tarafından istenmeyen bir durum olarak kabul edilir ve çevre tarafından beklenmez. Bu istenmeyen durumdan kaçınılmak için referans grupları belirleyici bir role sahiptir, çünkü bu gruplar seçmenin karar verme sürecinde önemli bir etken olarak ortaya çıkar (Aydın ve Özbek, 2004, 140-155). Sosyolojik oy verme modeli, büyük ölçüde bu referans gruplarına odaklanarak oy verme davranışını analiz etmiştir. Örneğin, aile, bu referans grupları içinde en önemlilerinden biridir. Siyasal

sosyalleşme sürecinde ailelerin rolünü inceleyen birçok akademisyen, ebeveynlerin siyasal görüşlerini çocuklarına aktardıkları konusunda bilgi elde etmiş ve araştırmalarında ailelerin ve çocukların oy verdiği siyasal partiler arasında yüksek bir ilişki bulmuştur. Bu durum, psikolojik oy verme davranışında da kendini gösterir, çünkü psikolojik olarak oy kullanan seçmenler de ailelerinden bazı davranışları miras alırlar. Ancak, sosyolojik oy verme modeli açısından durum daha çok apolitik olarak ve sadece bir uyum davranışı olarak değerlendirilir. Eşlerin birbirleri üzerindeki etkisi, aile içindeki siyasal tercihlerin yanı sıra, bu konuda başka bir boyutu temsil eder. Bazı çalışmalar ayrıca, eşlerin büyük oranda aynı siyasal partiye oy verdiklerini göstermektedir (Barut, 2005, 315).

Ülkemizde, özellikle bu çalışmanın konusunu oluşturan Şanlıurfa ilinde en önemli referans gruplarından biri aşiretlerdir.

#### *1.2.2.1.(b). Sosyo-Psikolojik Yaklaşım*

1950'lerde Michigan Üniversitesi'nde oluşturulan Ulusal Seçim Araştırmaları Merkezi'ndeki araştırmacı grubu (Campbell, Converse, Miller ve Stokes) tarafından yayımlanan ve "The American Voter" adlı eser, seçim araştırmalarında önemli bir dönemi başlatmıştır. Bu model, bireylerin gruplar yerine odaklanılmasıyla, seçmenlerin genç yaşlarda aile ve çevre etkisi altında kalarak siyasi açıdan sosyalleştiklerini açıklamıştır. Ayrıca, bu sosyal etkinin kazanılan siyasi tutumlar ve ideolojik eğilimler aracılığıyla gelecekteki siyasi parti tercihlerini etkilediği belirlenmiştir (Bartels, 2008, 7).

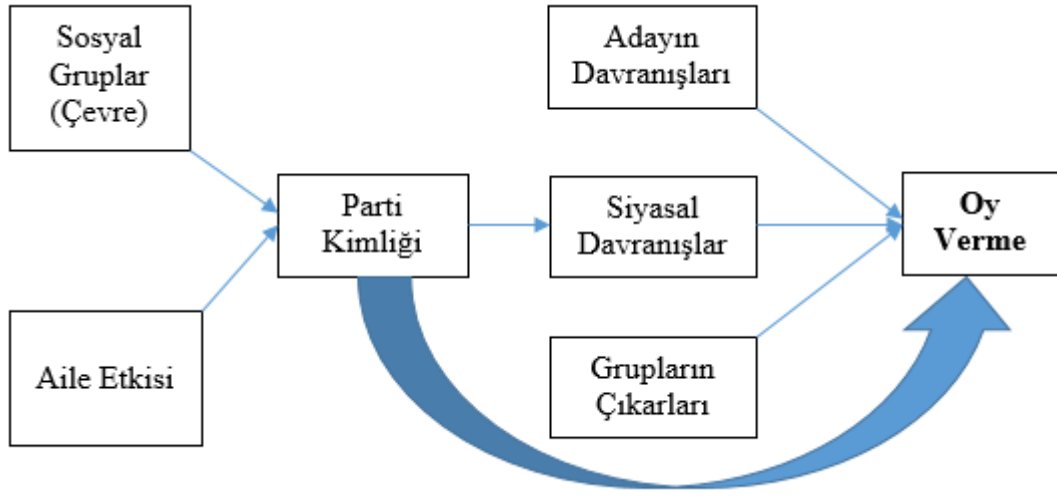
Seçmen davranışlarını anlamada önemli bir yaklaşım olan sosyo-psikolojik yaklaşım, literatürde psikolojik yaklaşım ve partiyle özdeşleşme modeli olarak da bilinmektedir. Seçmenlerin oy verme davranışlarını açıklamada etkili olan "Michigan Yaklaşımı ve Modeli" adlı sosyo-psikolojik yaklaşım, seçmenlerin kimliklerini ve siyasi partilere olan bağlılıklarını etkileyen temel unsurları açıklar. Bu yaklaşım, araştırmacılara kendi teorilerini ve modellerini geliştirmeleri için bir temel sağlar ve seçmenlerin sosyal profillerini ve ulusal düzeydeki tutumsal eğilimlerini bir dizi zaman dilimi veya seçim dönemi boyunca değerlendirerek dinamik bir süreç olarak ele alır (Evans, 2004, 23-24).



Parti kimliği modeli, seçmen davranışlarının önemli bir teorisi olarak, bireylerin partilere olan psikolojik bağımlılık hissi üzerine odaklanır. Bu modelde, seçmenler siyasi partiyi kendi partileri olarak tanımlayan, partinin sürekli destekçileri ve kendilerini partiyle özdeşleştiren bireyler olarak görülür. Oy verme davranışı, kişilikler, kampanyalar ve medya etkisi gibi faktörlerden ziyade partizanlık ifadesi olarak değerlendirilir. Seçmenler ile siyasi parti arasındaki psikolojik yakınlık, değişmez ve sürdürülebilir bir ilişkiye dayanır ve bu ilişki, aile içinde edinilen değerler ve fikirlerin, sosyal çevre ve aynı mesleğe sahip bireyler arasındaki davranışlardan etkilenmesiyle şekillenir. Bu model, erken dönem siyasal sosyalleşmeye büyük vurgu yapmaktadır (Heywood, 2012, 312).

Demirtaş'a (2015,136) göre, parti ile özdeşleşme, bir bireyin belirli bir siyasi partiye karşı sürekli duygusal bağlılığını ifade eder. Bu duygusal bağlılık, bireyler arasında farklılık gösterir ve siyasi partiye olan destek derecesini etkiler. Parti ile özdeşleşme seviyesi, seçmenlerin belirli bir siyasi partiye yönelik tercihlerinde temel bir rol oynar. Ancak, siyasi partilerin seçim stratejilerinde, bu bağlılık düzeyini güçlendirmeye yönelik çabalar sarf etmeleri gereklidir. Bu nedenle, siyasi partiler, seçmenlerle sürekli iletişim kurarak bilgilendirici faaliyetlerde bulunmalı ve siyasi partiye duyulan ilgiyi canlı tutmalıdır.

Campbell ve diğerlerinin (1960, 9) ortaya koyduğu Sosyo-Psikolojik yaklaşımın temel varsayımları, seçmenlerin partizan tercihlerinin, psikolojik bir güç alanını kapsayan unsurların yönü ve gücüne bağlı olduğudur. Şekil 1.2'de görüldüğü gibi, oluşan psikolojik güç alanı, çeşitli faktörlerin etkisi altında şekillenir. Bu nedenle, bireylerin sosyal grup üyelikleri ve çevresi, aile etkisi parti kimliğinin oluşumunu etkiler. Oluşan parti kimliği, bireylerin aday tutumları, siyasal davranışlar ve grup çıkar ilişkilerinin değerlendirilmesini sağlar ve sonuç olarak oy verme tercihini belirler.



Şekil 1.2. Sosyo-Psikolojik Oy Verme Modeli (Evans, 2004, 26; Harrop ve Miller, 1987, 132)

Harrop ve Miller'ın (1987, 133-134) açıkladığı bu model üzerine yaptığı çalışmalardan sonra şu sonuçları elde etmiştir: Birçok seçmen, siyasi tercihlerini belirlemede geçmişten gelen bir bağlılık hissiyle hareket eder ve bu bağlılık genellikle aile içindeki siyasi iletişim ve örnek alma süreçlerinden kaynaklanır. Bu nedenle, birçok seçmen ömür boyu belirli bir partiye sadık kalma eğilimindedir. Bu bağlılık, parti kimliği olarak adlandırılan ve seçmenin siyasi bilgileri işleme sürecinde önemli bir rol oynayan bir kavramla yakından ilişkilidir. Parti kimliği, seçmenlerin politikaları, adayları ve siyasi partileri değerlendirirken sosyal gruplarla olan ilişkilerini de dikkate almalarına yardımcı olur. Partizan kimlik, bireylerin bir siyasi partiyi destekledikleri dönem boyunca güçlenir ve genellikle coğrafi ve sosyal hareketlilikle değişen grup üyeliklerinin oy verme davranışlarını yansıtır. Özellikle belirli bir siyasal kampanyadan etkilenen seçmenler, genellikle kendi tanımladıkları siyasi partiye oy verme eğilimindedirler ve bu, kendi partizan durumlarını koruma isteklerinden kaynaklanır. Ancak, partizan seçmenler arasındaki oy dağılımı genellikle siyasi partilerin toplam oy almasını etkileme eğilimindedir, ancak bu değişiklikler genellikle seyrek ve sadece belirli seçimlerde etkilidir. Bir seçmenin bir siyasi partiye olan bağlılığı daha güçlü ise, büyük olasılıkla kendi partizan kimliğine daha uygun olan bir siyasi partiye oy verme eğiliminde olacaktır.

Sosyo-Psikolojik yaklaşım modeli günümüzde önemli bir geçerlilik kaybına uğramıştır, çünkü 1990'lı yıllarda siyasi partiler arasındaki belirgin farkların azalması

ve merkeze yakın politikalar benimsemeleri temel bir etken olmuştur. Genel olarak, dış ilişkilerden ekonomiye, azınlık haklarından sivil haklara kadar birçok konuda siyasi partiler, daha fazla oy almak amacıyla uç politikalar üretmekten kaçındıkları için, siyasi yelpazede belirgin bir ayrım göstermemektedir. Bu durum, seçmenlerin bir partiye özdeşleşmesini ve partizanlık bağı kurmasını engellemiştir. Güçlü siyasi parti kimliklerinin eksik olduğu dönemlerde, rasyonel oy verme teorisi günümüzde daha çok referans alınan bir model haline gelmiştir, çünkü bu teori, seçmenlerin kendi çıkarlarını ve ekonomik durumlarını değerlendirerek oy kullandıklarını açıklamaktadır (Aydoğan-Ünal, 2016, 103-104).

#### 1.2.2.1.(c). Rasyonel Yaklaşım

Rasyonel yaklaşım modeli, sosyo-psikolojik yaklaşımın seçmen davranışlarını açıklanmasında yetersiz kalması sonucunda 1970'li yıllarda popülerlik kazanmış ve seçmen tercihlerini anlamak için farklı bir perspektif sunmuştur. Bu teori, özellikle, sosyo-psikolojik yaklaşımın partiler arası oy akışkanlığını tam anlamıyla açıklayamaması üzerine ortaya çıkmıştır ve bu teorinin temel prensibine göre seçmenler, rasyonel tüketiciler gibi en az çaba harcayarak maksimum fayda sağlayacak parti veya adaya yönelirler, beklentileri ise kendi çıkarlarını en üst düzeye çıkarmalarıdır (Öztürk-Küçük ve Toklu, 2022, 2-3). Bu modele göre, seçmenler toplumsal baskı, psikolojik durum veya telkinlerle değil, tamamen bireysel çıkarlar ve beklentilerle hareket ederler ve kendi çıkarlarını en üst seviyede gerçekleştirecek aday veya partiye yönelirler (Heinisch ve Werner, 2023, 868). Bu, sosyolojik yaklaşımın seçmen davranışını toplumsallaştırma yaklaşımına karşı bir duruş sergiler ve liberal bir bakış açısı ile seçmen davranışlarını açıklar. Model, seçmenlerin geçmiş ve gelecek arasında bir fayda/çıkar hesabı yaparak siyasal tercihlerini belirlediğini savunur (Tokgöz, 2008, 180). Rasyonel yaklaşım modelinin temel iddialarından biri, seçmenlerin seçimlerle ilgili tam bir bilgiye sahip olduklarını varsayması ve seçmenin tercihlerinin bu bilgiye ve bireysel yorumuna dayalı olduğunu öne sürmesidir. Seçmenin oy kullanması veya kararsız kalması, elde ettiği bilgi ve bireysel yorumuna tamamen bağlıdır. Seçmen, çıkarlarını korumayacağına inandığı aday veya partilerden oy desteğini çekebilir veya çıkarlarına uymadığını düşündüğü parti yerine, çıkarlarını en iyi şekilde sağlayacağına inandığı başka bir aday veya partiye geçebilir. Rasyonel

yaklaşımına göre, iktidar partisi genellikle geçmişiyile değerlendirilirken, muhalefet partileri seçmenin ilgisini daha çok gelecek vaatleriyle çekebilirler (Yıldız, 2023, 21).

Heywood'un (2012, 313) rasyonel yaklaşım, seçmen davranışlarını toplumsal grup davranışları ve sosyalleşme yerine bireyleri öne çıkararak açıklamaktadır. Bu modele göre, oy verme eylemi, seçmenlerin kendi çıkarları doğrultusunda siyasi parti seçimi yaptığı rasyonel bir davranış olarak değerlendirilir. Oylama, bağlılık ve sadakatin geniş bir ifadesi yerine bireylerin hedeflerine ulaşmak için temel bir araç olarak kabul edilir.

Rasyonel yaklaşım modeli, seçmenlerin oy verme davranışlarını, iktidardaki siyasi partinin geçmiş icraatları ve performansının vatandaşları nasıl etkilediğiyle ilgilenir ve seçmeni bir tüketici olarak değerlendirir. Bu modele göre, seçmenler gelecekle ilgilenmeksizin, geçmişini dikkatlice değerlendirerek oy verme davranışlarını sergilerler. Seçmenler, özellikle iktidar partisinin geçmiş icraatlarını değerlendirir ve bu icraatlardan ne kadar yarar sağladıklarına bakarak oy tercihlerini belirlerler. Siyasal pazarlama iletişimi faaliyetleri bağlamında, seçmenler, siyasi partilerin veya adayların çekici sözlerinden çok elde edilen sonuca odaklanırlar. Ayrıca, memnun olmayan seçmenler, seçim döneminde siyasi partilerin veya adayların yürüttüğü ikna çabalarından etkilenmezler (Doğan, 2017, 81). Bireylerin performans beklentileri, geçmiş deneyimlerle şekillenen oy verme davranışı olarak adlandırılır ve rasyonel yaklaşım, seçmenlerin ekonomik çıkarları ve hedefleri doğrultusunda oy kullanma durumunu açıklar. Bu nedenle, hükümetler beklenen refahı sağladıklarında popülerlik kazanırken, sağlayamadıklarında eleştirilirler (Johnston ve Pattie, 2001, 470).

Lau ve Redlawsk'a göre (2006, 8) rasyonel yaklaşım modelinin varsayımları bilgi arama, karar verme yöntemi, karar verme motivasyonu ve tercih faktörleri olmak üzere dört başlık altında incelenebilir. Bilgi arama varsayımına göre, seçmenlerin sadece seçim günü oy kullanmakla sınırlı olmayan bir bilgi arama sürecine girdiği gözlemlenir. Seçmenler, mümkün olduğunca fazla bilgiye ulaşma çabasındadırlar, ancak bu bilgiyi elde etmek de maliyetlidir. Karar verme yöntemi olarak, her bir alternatifin açık ve bilinçli bir şekilde değerlendirilmesi, seçmenin kendi çıkarını iyi bilmesini ve çıkarlarına en uygun siyasi partiyi veya adayı seçmesini içerir. Bu süreçte, çevresel faktörlerin göz ardı edilip siyasi amaçlara odaklanılması önemlidir. Karar

verme motivasyonu varsayımında, seçmenin kendi çıkarlarına odaklandığı ve bunda bilgi edinme ile oy kullanma maliyetlerinin düşüklüğünün etkili olduğu ifade edilmektedir. Tercih faktörleri varsayımında, Siyasi partilerin ve adayların geçmiş icraatlarının değerlendirilmesi, ekonomik gidişata göre tercih yapma eğilimi ve seçmenlerin güvenilirlik algılarına dayalı olarak tercihlerini belirlemeleri, seçim sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu varsayımlar, seçmenin gelecekteki çıkarlarını düşünerek bir gelecek yatırımı olarak oy kullanma motivasyonunu şekillendirmektedir.

Rasyonel yaklaşım modelinin öncülerinden kabul edilen Anthony Downs'a (1957, 49-50) göre, seçmen tam bilgilendirildiği takdirde, bu modelin varsayımları şu şekilde tanımlamaktadır: Seçmenler, mevcut hükümetin faaliyetleriyle beraber ulaştığı hedefler ile çeşitli muhalefet partilerinin iktidarda olması durumunda ulaşacağına inandığı hedefleri karşılaştırarak, mevcut siyasi partiler arasındaki farklılıkları belirler ve böylece tercihini oluşturur. İki partili sistemde seçmenler, tercih ettikleri partiye oy verirken, çok partili sistemde diğer seçmenlerin tercihlerini tahmin ederek, sevdiği partiye oy verme şansının makul görünüp görünmediğine bağlı olarak stratejik bir oy kullanma yaklaşımı benimserler. Ayrıca, seçmenler, tercih sıralamasında en az bir muhalefet partisiyle iktidar partisinin birincilik için rekabet ettiği durumlarda farklı tepkiler gösterirler; siyasi partilerin farklı platformlara veya politikalara sahip olduğu durumlarda çekimser kalabilirler, aynı platformlara sahip olmaları durumunda ise iktidardaki partinin performansını değerlendirir ve geçmişteki performansına göre oy kullanma eğiliminde olurlar.

Rasyonel yaklaşıma ilişkin varsayımlar değerlendirildiğinde, Rasyonel yaklaşım modelinin perspektife göre seçmen davranışı, siyasi partilerin eylemlerini ve liderlerini değerlendirme temellidir. Bu bağlamda, seçmenler, siyasi partilerin icraatları ve liderlerin politikalarının kendi çıkarlarıyla uyumlu olduğu durumlarda bu partiye yönelmekte, aksi durumda ise oy vermekten kaçınmaktadırlar (Sarsık, 2019, 29). Bununla birlikte, rasyonel yaklaşım modeli seçmen davranışlarını açıklamadaki varsayımlarıyla ilgili bazı eleştirilerle de karşılaşmaktadır. Bu eleştirilerin birincisi, modelin seçmenleri neredeyse tamamen ekonomik çıkarlar üzerinden değerlendirdiği ve ekonomi dışındaki diğer faktörleri ihmal ettiği yönündedir. Diğer bir eleştiri ise, modelin seçmenlerin adaylar, partiler veya seçimler hakkında tam bilgiye sahip olduğu

varsayımını içermesidir. Ancak, bu varsayım genellikle mümkün olmayan bir durumu öne sürmektedir (Turan ve Temizel, 2015, 58).

#### *1.2.2.1.(d). Sezgisel oy verme yaklaşımı*

Sezgisel model yaklaşımı, rasyonel tercih yaklaşımına yöneltilen eleştirileri tamamlayıcı bir rol oynayarak rasyonel tercih modelinin kısıtlılıklarını gidermeye yöneliktir. Bu perspektife göre, seçmenlerin karar alma sürecinde sadece çıkarları değil, aynı zamanda sezgileri, beğenileri, duyguları ve düşünceleri de etkili bir şekilde rol oynamaktadır. Rasyonel tercih modeli, seçmenlerin adaylar veya partiler hakkında tam bilgiye ulaşmakta zorlandığına işaret etmektedir. Sezgisel model yaklaşımı ise seçmenin, doğru bilgiyi edinme, olayları analiz etme ve problemleri çözme sürecinde sezgisel yeteneklerini kullanabileceği bir model sunar. Bu yetenekler, seçmenin hislerini analiz etme ve çevresel etkilere karşı direnme yeteneği olarak ifade edilir. Seçmen, karar alma sürecinde çeşitli faktörlerden etkilenir ve bu faktörler arasında geçiş yaşayabilir. Sonuç olarak, sezgisel model yaklaşımı, bilgi eksikliğini giderme amacını taşır ve seçmenin bilgiye ulaşma sürecini mali zorluklar olmadan tamamlamayı hedefler (Kavas, 2017, 81; Yaşlıoğlu, 2007, 17-18). Ancak, bu yaklaşım eleştirilere maruz kalmıştır, çünkü seçmenin eksik bilgiyi diğer etkenlerle birleştirmesiyle rasyonel olmayan sonuçlara ve hatalı tercihlere yol açabileceği belirtilmiştir. Araştırmacılar, seçmenin basın, yayın organları, partiler ve adaylar gibi kaynaklardan yeterli bilgi edinmemesi durumunda sezgisel model yaklaşımının yanıltıcı ve hatalı tercihlere neden olabileceğine dikkat çekmişlerdir (Yılmaz, 2021, 31-32).

Rasyonel modelin temel iddiası, seçmenlerin konular hakkında eksiksiz bilgiye sahip oldukları ve tercihlerini kusursuz bir şekilde yansıttıklarıdır. Ancak, bu modelin önemli bir kusuru, bu bilgilere erişim konusunda eksiklik yaşayan ve seçmenlerin büyük bir bölümünü oluşturanları göz ardı etmesidir. Bu seçmenler, bilgiye ulaşmanın hiçbir maliyetine katlanmadan, sadece evlerinde oturarak kanaatlerini yansıtabilirler. Ancak, rasyonel tercihin öngördüğü gibi bilgi maliyetleri düşerse, bu model, hiçbir maliyete katlanmak istemeyen seçmen davranışlarını açıklamak için yetersiz kalır (Sniderman, Brody ve Tetlock, 1991, 135). Bir diğer temel sorun, seçmenlerin tutumlarını tutarlı bir şekilde organize etme öngörüsünün yetersiz olmasıdır. İnsanlar,

meselelere sadece rasyonel beklentileriyle yaklaşmazlar; aynı zamanda sosyalizasyon süreçlerinin etkisi altında kalarak önyargılı bir tutum sergileyebilirler. Seçmenler, meseleye rasyonel bir bakış açısından ziyade içgüdüsel olarak da yaklaşabilirler. Sezgisel yaklaşım, insanların içgüdüsel davranışlarıyla minimum seviyede tatmin hedeflerini anlamaya çalışır. Bu bağlamda, seçmen davranışlarını anlamak için rasyonel modelin tek başına yetersiz olduğunu görmekteyiz. Seçmenlerin bilgiye erişimdeki eşitsizlikleri ve sosyal etkileşimlerin rolü, seçim kararlarını daha derinlemesine anlamak için dikkate alınması gereken önemli faktörlerdir. Bu nedenle, siyasi davranışın anlaşılması için daha kapsamlı ve çoklu bir yaklaşım benimsenmelidir (Popkin, 1994, 47).

Sezgisel modelin savunucularına göre seçmenin karar alma süreci çok boyutludur. Seçmen karar alımını yönlendiren pek çok dış etken olmasına rağmen tercihlerinde rasyonel davranması beklenmektedir fakat asıl önemli olan seçmenin beğenileri ve hisseleridir. Bu nedenle, seçmenler siyasal tercihlerini hislerine göre belirleyecektir. Sezgisel modelin savunucularına göre, seçmenlerin siyasal tercihleri grup davranışlarına dayalıdır (siyahlar, muhafazakârlar, liberaller, vb.). Ancak, Sniderman ve diğerleri, sezgilere dayanarak kanaat oluşturulmasında farklı boyutlar bulunduğunu ve seçmenler arasında önemli farklılıklar bulunduğunu ileri sürer. Sezgilerin kullanımı sosyo-kültürel karakteristiklere ve bilgi seviyelerine bağlıdır. Bu durum, toplumdaki eğitilmiş kesimlerin daha ideolojik ve bilgiye dayalı olarak hareket ederken, eğitimsiz ve bilgi edinmenin maliyetine katlanmayanların daha çok sezgisel davranabileceği anlamına gelir (Sniderman vd., 1991,143).

Sezgisel modelin destekçileri, adayların siyasi performanslarının değerlendirilmesinin, sadece politik platformlarda gösterdikleri performansla sınırlı kalmaması gerektiğini öne sürmektedirler. Bilgi toplamanın maliyetinin yüksek olması veya seçmenlerin düşük maliyetli bilgiye ulaşmak konusundaki isteksizliği durumunda, adayların performansının değerlendirilmesi siyaset dışı unsurlara dayanacaktır. Bu noktada, adayların siyasi olmayan yaşamları, inançları, etnik kökenleri, tutumları ve tarzları gibi faktörler, oy verme davranışını etkileyen önemli unsurlar olarak ortaya çıkacaktır. Bu, seçmenlerin adayları değerlendirirken sadece politik söylemlerini değil, aynı zamanda kişisel niteliklerini ve diğer sosyal faktörleri de dikkate aldıklarını göstermektedir. Dolayısıyla, siyasetin dışındaki yaşam ve

tutumlar, seçmenlerin tercihlerini şekillendirmede önemli bir rol oynar (Bartels, 1996, 194-230; Kenney ve Rice, 1992, 267-276).

Sezgisel modele göre, seçmenler sadece oy kullanmakla kalmaz, bazıları aktif olarak politik hayata katılmak ister. Bu durum, taleplerin doğru bir şekilde tahmin edilmesini zorlaştırabilir, çünkü politika yapmak kamusal bir maldır ve bedavacılık sorununu beraberinde getirir. Bu nedenle, seçmenlerin birinci önceliği politika ile ilgilenmek olmayabilir. Buna ek olarak, seçmenlerin taleplerini politik karar alma sürecinde tam olarak yansıtmamalarına neden olacak stratejik davranışlar veya bedavacılık güduları ortaya çıkabilir (Demir, 2006, 133-204).

Sonuç olarak, seçmenlerin görüşlerinin, eksik bilgi, siyaset dışı etkilerin yanıltıcılığı ve bazen irrasyonel tutumlar gibi faktörler nedeniyle oluştuğu varsayımı, bu tutumların ölçülmesini zorlaştırabilir ve yanılma payını artırabilir. Seçmenler, bazı durumlarda, tercih ettikleri aday yerine kazanmasını istemedikleri bir alternatif veya kazanmasını daha az istemedikleri başka bir alternatif için oy kullanarak yanlış tercihlerde bulunabilirler. Bu durum, politik karar alma sürecinde taleplerin tam olarak yansıtılmamasına ve sosyal refahın maksimize edilememesine yol açabilir. Bu bağlamda, seçmenlerin tercihlerini şekillendiren faktörlerin karmaşıklığını ve bazen mantıksız görünen kararlarını anlamak, politika yapıcılar için önemlidir. Böylece, daha kapsamlı politika stratejileri ve daha etkili politika kararları alınabilir (Temizel, 2012, 54).

#### *1.2.2.1.(e). Siyasal Pazarlama Yaklaşımı*

Siyasal pazarlama yaklaşımı, Shama'ya (1976, 771) göre, seçim öncesi dönemde seçimle ilgili çalışmaların yürütülmesini öngören satış odaklı bir yaklaşımı içermekte olup, pazarlama odaklı yaklaşımda ise seçmen dinamiklerinin sürekli olarak anlaşılması için araştırmanın seçim öncesi ve sonrasında devamlılığının esas olduğunu belirtir. Bu bağlamda, siyasal pazarlamanın seçmeni çok boyutlu ve sürekli bir perspektifle değerlendirmek üzere iki temel özelliğe sahip olduğu ifade edilebilir.

Siyasal pazarlama yaklaşımı, ticari pazarlamanın temel unsurlarından faydalanarak ortaya çıkmıştır, bu da tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması gerekliliğini vurgular. Pazarlama, değişimi gerçekleştiren bir süreç olarak tanımlanabilir (Gürbüz ve İnal, 2004, 7). Siyasal pazarlama yaklaşımı seçmenleri



müşteri görünümünde odak noktasına alır ve bu doğrultuda gereksinimlerini tespit eder, seçmenlerin ihtiyacı doğrultusunda ürünler oluşturur ve siyasi pazara satışa sunar. Bu süreçte elde edilmeye çalışılan gaye ticaretten elde edilecek kâr değildir, siyasal açıdan oluşan kâra karşılık yer alacak siyasal pazarın hâkimiyetinin oluşumudur (Uluç, Demir, Çelik, Yöney ve Serin, 2023, 12). Siyasal pazarlama yaklaşımında, partiler ve adaylar ile seçmenler arasında bir etkileşim ve değişim süreci gözlenir. Bu süreç, seçim öncesi, seçim sırası ve seçim sonrasında bütünsel bir perspektifte ele alınabilir. Siyasal pazarlama, seçmen taleplerinden başlayarak uygun siyasal ürünlerin geliştirilmesini, etkili bir tanıtımın yapılmasını ve seçmenlere en uygun iletişim kanalları aracılığıyla ulaşılmasını içerir. Siyasal partiler, seçmen odaklı programlarla pazarda rekabet avantajı elde etmeye çalışarak performanslarını artırır ve kampanya sürecinde daha başarılı olma şansını yakalar (O’Cass 2001, 1006). Siyasal pazarlama yaklaşımı genellikle iletişim sürecini vurgular, seçmenlerin taleplerini belirleyip, onlara uygun ürünleri sunma stratejilerini içerir. Pazarlama, rekabet aracı olarak değerlendirildiğinde, siyasal partiler ve adaylar rekabet avantajı sağlamak için pazarlama stratejilerinden yararlanırlar. Siyasal pazarlama yaklaşımında, seçmenlerin gereksinim ve beklentilerini anlamak, pazar odaklı bir yaklaşım benimsemek ve bu doğrultuda uygun stratejileri geliştirmek önemlidir (Lees-Marshment, 2001, 695).

Siyasal pazarlamada, geleneksel olarak ürün ve satış odaklı yaklaşımlara sahip siyasi partilerin, seçmenlerin siyasi sadakat ve ideolojik bağlılıklarında azalma yaşandıkça seçmen davranışını etkileyen faktörlerin değiştiğine dikkat çekmektedir. Bu değişim, seçmenlerin artık sadece “ne ve neden” değil, doğrudan ve giderek artan bir şekilde “ne ve nasıl” ideolojilerine tepki verdikleri gerçeğine dayanmaktadır. Bu durum, siyasal pazarlamada yeni açıklayıcı faktörlere olan ihtiyacı belirginleştirir, çünkü seçmenler artık sadece siyasi ideolojiye değil, aynı zamanda siyasetin nasıl yapıldığına, iletişim kurulduğuna ve politikacıların liderlik tarzlarına da dikkat etmektedirler. Bu bağlamda, siyasal pazarlama, siyasal hayatı ticari dünyadaki kavramlarla benzeterek ve ilgili araçları kullanarak daha açıklayıcı bir şekilde anlatmayı amaçlar. Bu, siyasi partilerin seçmenlere ulaşma ve onları etkileme stratejilerini şekillendirirken daha geniş bir perspektif sunmayı gerektirir (Akyüz, 2014, 131).

Siyasal pazarlama yaklaşımı, seçmenin siyasal bir tüketici olarak ele alınması gerektiğini vurgular. Seçmen davranışı, tıpkı tüketici davranışı gibi, belirli bir eylemle ilişkilidir (oy verme, satın alma) ve bu eylemin öncesini ve sonrasını içeren bir karar verme sürecini içerir. Siyasal pazarlama yaklaşımı, seçmenlerin karar verme sürecindeki etkenleri geniş bir kapsamda değerlendirir ve paydaş ilişkisi çerçevesinde, parti içi ve dışındaki tüm paydaşların ihtiyaç ve isteklerine duyarlı bir şekilde yaklaşmanın başarısının anahtarı olduğunu savunur (Ormrod, 2005, 49–51). Bu anlayış, kampanyalara sürekli bir nitelik kazandırırken, aynı zamanda siyasal pazardan elde edilen pazarlama istihbaratıyla sürekli olarak veri toplamanın, pazarın dinamiklerini izlemeyi kolaylaştırdığını öne sürer. Bu da siyasi aktörlerin, seçmenlerin değişen taleplerine ve beklentilerine hızla adapte olabilmesine ve etkili stratejiler geliştirmesine olanak tanır. (Lees-Marshment, 2001,701). Sonuç olarak, siyasal pazarlama yaklaşımı, demokratik ülkelerde siyasi partilerin iktidar olma ve büyüme çabalarında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Siyasi partiler, profesyonel örgütlerden destek alarak seçmenle daha etkili iletişim kurar ve hizmet anlayışını vurgularlar. Günümüzde siyasal pazarlamanın önemi, yoğun rekabet ortamında seçmenlerin kararsızlığı ve parti sadakatinin azalmasıyla daha da artmıştır (Öcal vd, 2011, 401-403).

### **1.2.3. Kuramsal Yaklaşımlara Göre Seçmen Davranışını Etkileyen Değişkenler**

Bu bölümde, seçmen davranışını açıklamak amacıyla geliştirilen sosyolojik ve sosyo-psikolojik, rasyonel ve siyasal pazarlama yaklaşımlarına göre seçmen davranışı üzerinde etkili olan değişkenlere ilişkin bilgiler yer almaktadır.

#### *1.2.3.1. Sosyolojik ve Sosyo-Psikolojik Yaklaşımların Değişkenleri*

Sosyolojik ve sosyo-psikolojik yaklaşımlara göre seçmen davranışı üzerinde etkili olan değişkenler aile, mezhep ve din, ideoloji, etnik kimlik ve bazı sosyodemografik (cinsiyet, eğitim, meslek, yaş, gelir, yerleşim yeri) değişkenlerdir.

##### *1.2.3.1.(a). Aile*

Seçmenlerin tercihlerini belirlemede önemli bir faktör, referans gruplarının etkisidir. Bu gruplar, aile, sosyal çevre, iş arkadaşları, dernekler, kulüpler ve etkilendiği bilim insanları, politikacılar, iş adamları gibi çeşitli unsurlardan oluşur.

Ailenin özellikle çocuk yaşlardaki kararlar ve geleceğe yönelik davranışların oluşmasında etkili bir referans grup olduğu kabul edilmektedir. Aile, çocuğun politik tercihlerinin şekillenmesine katkı sağlarken, aynı zamanda belli karar verme kalıplarını da öğretir. Bu nedenle, ailenin çocuk yaşlarda hem politik tercihlerin oluşumunda hem de bu tercihlerin davranışa dönüşümünde etkili olduğu düşünülmektedir (Aydın ve Özbek, 2004, 147).

Aile, sosyolojik ve sosyo-psikolojik yaklaşımların temel kesişim faktörünü oluşturur. Sosyolojik yaklaşım, ailenin bireyin siyasal toplumsallaşma sürecinde önemli bir etken olduğunu vurgular. Sosyo-psikolojik yaklaşım ise aile içinde siyasi konularda bilgi alışverişi yapılmasının, çocukların henüz oy verme yaşına erişmeden siyasal partiler hakkında fikir sahibi olmalarını ve bunun gelecekte parti seçimlerini kolaylaştırdığını belirtmektedir. Genellikle ailenin desteklediği parti, çocuğun tercihinde belirleyici olabilir. Yapılan araştırmalar, bu etkileşimi destekler niteliktedir (Kavas-Urul, 2017, 53-54).

Ailenin çocuğun politik tercihleri üzerindeki etkileri ülkeden ülkeye farklılıklar gösterebilir. Örneğin, Fransa'da yapılan bir araştırmaya göre, aile içinde siyasal bilgi alışverişi düşük olduğu için gençlerin seçimlerde belirli bir partiye net bir destekleri olmazken, ABD'de ise ailelerle uyumlu siyasal tercihlerin oranı daha yüksek bulunmuştur (Karakoç, 2000, 39). Türkiye'de ise ailenin çocuğun politik tercihlerinde etkili olduğu gözlemlenmiştir. Ancak, bu konuda yapılan doğrudan çalışmalar sınırlıdır. Örneğin, Aydın ve Özbek (2004) tarafından gerçekleştirilen çalışma sonucunda, seçmenlerin parti tercihlerinde ailelerinden etkilenme düzeyinin, yaş, cinsiyet, çalışma durumu, eğitim düzeyi ve medeni durum gibi faktörlere göre değişebileceğini ortaya koymuştur. Bu durum, ailenin tek başına seçmen tercihinde belirli olmadığını fakat diğer değişkenlerle beraber etkili olduğunu göstermektedir. Yakın zamanda, Nas (2020) tarafından gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise katılımcıların %24,8'i ailesinin siyasi tercihlerini belirlemede etkili olduğunu belirtmiştir. Buna göre, ülkemizde, özellikle ilke kez oy kullanan seçmenlerin politik tercihlerinde ailenin etkisinin oldukça önemli olduğu ifade edilebilir.

*1.2.3.1.(b). Din ve mezhep*

Din, toplumun temel bir bileşeni olarak kabul edildiğinden, toplumsal yapı içinde hem etkileyen bir unsur hem de etkilenen bir obje durumundadır. Dolayısıyla, siyasetle dinin keskin bir şekilde ayrıldığı düşüncesi tamamen doğru değildir, çünkü modernleşme ve sekülerleşme gibi faktörlerin etkisiyle dinin siyasi alandaki etkisi azalsa da tamamen sona ermemiştir (Turan, 2015, 104-105).

Seçmen davranışını açıklamak amacıyla geliştirilen temel yaklaşımlar, dinin seçmen tercihleri üzerindeki etkilerini ele alırken genellikle iki farklı perspektifi desteklemektedirler. Sosyolojik yaklaşım, sosyal bölünme veya sosyal bağın seçmen davranışının belirleyicisi olduğunu savunarak, dinin aile faktörü gibi seçmen tercihlerinin açıklanmasında önemli bir etken olduğunu ileri sürmektedir. Diğer bir perspektif olan sosyopsikolojik yaklaşım ise dinsel ve siyasal inançların psikolojik dürtülerden kaynaklandığını ve bu inançların oy verme ve parti kimliği oluşturmada etkili olduğunu vurgular. Bu nedenle, bu iki yaklaşım da dinin seçmenin oy tercihinde etkili bir faktör olduğunu öne sürer. Ancak, eksik bilgiye sahip olan seçmenin çıkarlarının yanı sıra duyguları ve tercihleri de hesaba katan sınırlı rasyonel yaklaşım, esasen dini faktörü vurgulamasa da duyguların ve tercihlerin oluşumunda dini düşünceyi dışlamaz. Bu nedenle, bu üç yaklaşım da seçmen üzerindeki dinin etkisini belirli kalıplar içinde öne çıkarır. Rasyonel tercih teorisi ise din, ideoloji veya sosyal bağlar gibi faktörlerin, seçmenin maddi ve somut çıkarlarıyla uyumlu olmadığını ve dolayısıyla seçmenin kararını oluştururken etkili olmadığını savunur (Kavas-Urul, 2015, 58-59).

Din ile siyaset arasındaki ilişki, dünya çapında farklı toplumların din anlayışı, toplumsal yapısı, tarihi evrimi ve kültürüne bağlı olarak değişiklik gösterir. Bu yüzden, dinin seçmen davranışı üzerindeki etkisinin, mevcut siyasi ve toplumsal yapıya bağlı olarak çeşitlilik gösterdiği ifade edilebilir. Bir toplumun dinine olan bağlılık seviyesi, dini uygulamalar ve algılamaları, bireylerin siyasi düşüncelerini, görüşlerini, beklentilerini ve siyasi faaliyetlere katılım tarzını etkiler (Filiz, 2019, 41).

Türkiye'de dinin seçmen davranışı üzerindeki etkisini araştıran bazı çalışmalar çelişkili sonuçlar ortaya koymaktadır. Örneğin, Kastamonu ilinde gerçekleştirilen bir araştırmada, dinin seçmen davranışı üzerinde tek başına etkili bir faktör olmadığı

sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada, seçmenlerin kendilerini dindar olarak tanımlamalarına rağmen, dinin siyasi kimlik olarak benimsenmediği gözlemlenmiştir (Turan, Şen ve Aydile, 2015, 116-117). Ayrıca, Niğde ilinde yapılan bir başka çalışma, seçmenlerin dinin oy tercihleri üzerinde temel şekillendirici bir faktör olmadığını, bunun yerine siyasal parti programları, politikaları ve liderlerine göre tercih yaptıklarını göstermiştir; Turan ve Temizel, 2015, 98). Benzer şekilde, Denizli ilinde yapılan bir çalışmada din veya dindarlığın seçmenin oy davranışında belirleyici bir faktör olmadığı ortaya çıkmıştır (Polat, 2009, 282). Bununla birlikte, özellikle 1950'den günümüze kadar sağda yer alan siyasi partiler, söylemlerini büyük ölçüde dini veya Türkiye'ye özgü İslami değerler üzerinden şekillendirmiş ve seçmeni dini duygularla etkilemeyi başarmışlardır. 2014 yılında gerçekleştirilen bir araştırma, Türkiye'de kendini dindar olarak tanımlayanların toplumun %60'ını oluşturduğunu ve bu dindar bireylerin %60'ının sağdaki ideolojik partilere destek verdiğini göstermiştir (KONDA, 2014). Sonuç olarak, dinin seçmen davranışı üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi, dinin temel belirleyici faktörlerden biri olmasa da toplumsal yapının önemli bir ögesi olması nedeniyle seçmen tercihlerini belirlemede belli bir rol oynadığı sonucuna varılabilir.

Dinin yanı sıra, o dine bağlı olan mezhepler de seçmen davranışını etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır. Dinin seçmen tercihleri üzerindeki etkisini değerlendiren birçok araştırma, aynı dine mensup olduğunu söylemelerine rağmen farklı mezheplere aidiyet duyan seçmenlerin farklı seçmen davranışında bulunabileceğini göstermektedir. Ancak, Türkiye'deki mezhepsel farklılaşmalar aynı zamanda kendisini sağcı veya solcu olarak tanımlayan seçmen gruplarındaki oy tercihlerindeki farklılaşmanın bir sebebini oluşturmaktadır. Özellikle Sünnilik ve Alevilik arasındaki farklılıklar, siyasal konjonktürdeki değişikliklerle birlikte, seçmen davranışlarına yansımıştır. Ayata'nın (1991) çalışmasına göre, 1965 sonrasında Alevi Müslümanlar, mezhepsel değerlere dayanarak sol ideolojideki partileri desteklemeye başlamışlardır. Aynı dönemde Sünni nüfusun çoğunlukta olduğu bölgelerde ise sağ ideolojiye daha fazla destek verildiği gözlemlenmiştir. Bu durum, Türkiye'nin seçim coğrafyasında mezhepsel nitelikli oy vermenin sağ oyların yoğunlaştığı bölgelerde belirgin olduğunu göstermektedir. Örneğin, 2014 yerel seçimlerinde yapılan bir

çalışma, Alevi Müslümanların %69'unun CHP'ye, Sünni Müslümanların ise %45'inin AKP'ye oy verdiğini ortaya koymuştur (KONDA, 2014).

Sonuç olarak, din ve dine bağlı mezheplerin seçmen tercihlerinde önemli bir rol oynadığı açıktır. Kendini dindar olarak tanımlayan seçmen grupları, oy tercihlerini kendi dinin değer yargılarına dayanarak belirlemekte ve liderleriyle, parti programlarıyla ve söylemleriyle uyumlu olan partilere öncelik vermektedirler.

#### *1.2.3.1.(b). İdeolojiye Oy Verme*

İdeoloji, düşünsel, toplumsal veya siyasal bir öğreti olarak kabul edilen ve kişi ve kurumların davranışlarını yönlendiren bir düşünce sistemidir. Bu terim, siyasal ve toplumsal öğretileri, düşünce sistemlerini ve inançları içerir, aynı zamanda siyasal ve toplumsal eylemleri yönlendirir, toplumsal durumu yansıtır (Kaya, 2022, 1203). İdeoloji, seçmen davranışlarını etkileyen önemli faktörlerden biridir, ancak bu etkiyi açıklamak için ideoloji kavramının hangi yaklaşımın temel değişkeni olduğu konusunda uzun süredir devam eden bir tartışma bulunmaktadır. Columbia Okulu temsilcileri (sosyolojik yaklaşım), sosyo-psikolojik kuramcılar, rasyonel tercih kuramcıları ve sezgisel yaklaşımı savunanlar arasında bu konuda tartışmalar yaşanmıştır. Columbia Okulu'nun çalışmalarına göre, ideoloji sosyolojik bir değişken değildir ve bu terim sosyolojik bir yaklaşımda ele alınamaz. Rasyonel tercih teorisyenleri, ideolojinin seçmenlerin bilgi eksikliğini azaltmak için başvurdukları bir strateji olduğunu öne sürmüş ve bu nedenle ideolojinin kendi kuramları için bir değişken olmadığını belirtmişlerdir. Sınırlı rasyonel teorisyenler ise (sezgisel yaklaşım), ideolojinin kendi kuramları için bir değişken olduğunu, ancak sosyo-psikolojik yaklaşımla karıştırılabileceğini ve geçerli ve güvenilir bir şekilde ölçülmesinin kolay olmadığını ifade etmişlerdir. Sosyo-psikolojik yaklaşımın temsilcileri ise ideolojinin parti kimliği oluşturmada etkili bir faktör olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca, ideolojinin sol ve sağ gibi pozisyonlarda kendini konumlandıran seçmenler için kritik bir rol oynadığı belirtilmiştir (Kavas-Urul, 2017, 64-65).

Bazı siyaset bilimciler ise ideolojiyi bağımsız bir değişken olarak ele almış, seçmen davranışındaki ideolojik etkinin, seçmenin sosyo-demografik özellikleri, yetiştirilme şekli ve benzeri faktörlere bağlı olarak değişebileceğini ve uzun dönemli

etkiler yaratabileceğini savunmuşlardır. Özellikle, adayların imajı ve temel sorunlara karşı tutumun kısa dönemli etkiler yarattığı, ancak parti imajı, ideoloji gibi unsurların daha uzun süreli etkiler doğurduğu ifade edilmiştir. İdeolojinin etkisi, seçmenlerin demografik özellikleri, hayat standartları, genel sorunlar ve toplumsal değişimlere bağlı olarak değişebilmektedir. Az gelişmiş ülkelerde veya Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ideolojinin seçmen davranışları üzerindeki etkisinin daha güçlü ve belirleyici olduğu belirtilmiştir. Gelişmiş ülkelerde ise ideolojinin etkisinin diğer faktörlere oranla daha az olduğu ifade edilmiştir.

Özellikle Türkiye'de ideolojinin seçmen davranışı üzerindeki etkisinin 1990'lı yıllardan itibaren arttığı görülmüştür. Gelişmekte olan ülkelerde ideolojinin seçmen davranışlarını etkileyen önemli bir faktör olduğu vurgulanmıştır. Akgün (2000) çalışmasında, ideoloji ile oy verilen parti arasında korelasyon katsayısının 0,54 olarak hesaplanmış ve bunu ideoloji ve oy verilen parti arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu şeklinde yorumlamıştır. 2014 yerel seçimlerinin ardından, KONDA araştırma firması tarafından 33 il ve bu illere bağlı 173 mahallede toplam 3 bin 67 kişiyle gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerin sonuçlarına göre, yerel seçimlerde ideoloji, seçmen davranışını önemli ölçüde etkileyen ve özellikle muhalefet partisine oy veren seçmenin kararını belirleyen temel faktörlerden biri olarak belirlenmiştir. 2014 yılında MHP ve CHP seçmenleri için ideoloji, seçmenin kararını belirleyen en etkili faktör olarak saptanmıştır. Ak Parti için ise, ideoloji, aday imajı ve liderlikten sonra oy verme davranışını belirlemede üçüncü sırada etkili olmaktadır. Türkiye genelinde ise ideoloji, 2014 seçimlerinde seçmenin kararında %26 oy oranıyla en etkili faktör olarak öne çıkmıştır (KONDA, 2014).

Sonuç olarak, ideolojik olarak oy verme davranışının seçmen tercihlerini etkileyen önemli bir faktör olduğu ancak sosyo-ekonomik statüsü daha düşük olan ülkelerde ideoloji değişkeninin seçmen davranışı üzerinde daha belirleyici bir etkisi olduğu söylenebilir. Bu nedenle, ideolojinin seçmen davranışındaki rolü, ülkenin gelişmişlik düzeyine, demografik özelliklerine ve sosyo-kültürel dinamiklerine bağlı olarak değişiklik gösterebilir.

*1.2.3.1.(c). Etnik Kimlik*

Etnik terimi Yunanca “ethos” kelimesinden türetilmiş ve genel olarak bir insan topluluğu veya kabile anlamına gelmektedir. Etnik kimlik, kendini ve diğerleri tarafından tanınmayı içeren, ortak kültürel geleneklere dayanan ve gerçekte fiziksel ve kültürel olarak belirgin farklı davranış özellikleri olan bir kimlik kategorisi olarak kabul edilir. Etnik kimlik, bir grup içindeki sosyal kimliği temsil eder ve her grup üyesi tarafından içselleştirilir (Ökeli-Ulusoy, 2017, 169).

Etniklik genellikle kültürel ve siyasi etniklik olmak üzere iki bölümde incelenir. Kültürel etniklik, aynı gruptaki insanların kültürel unsurlara verdiği önemi temsil ederken; siyasi etniklik, bir etnik grup içindeki insan topluluğunun siyasi değerlerini, bilincini ve endişelerini ifade eder. Siyasi ve kültürel etniklik, etnik bir gruba mensup bireylerin farklılık bilincine sahip olmasıdır (Ulu, 2012, 4). Etnik aidiyet belirli bir ırka mensup olmaktan kaynaklanabileceği gibi, siyasal veya kültürel faktörlerden de beslenebilir (Kavas-Urul, 2017, 69).

Etnik gruplar genellikle nüfusun çoğunluğuna göre azınlıkta oldukları için literatürde “etnik azınlıklar” terimi de sıkça kullanılır. Etnik azınlık grupları, sayıca az olduklarından güçlü bir aidiyet ve dayanışma duygusuna sahip olurlar. Başka insanlar tarafından ayrımcı tutumlar görmeleri etnik grup üyelerinin birbirlerine olan bağlılıklarını artırabilir (Turper-Alışık, 2022, 296). Bu gruplar, ayrımcı tutumlar nedeniyle belirli bölgelerde veya şehirlerde yaşamayı tercih edebilirler. Azınlıklar, kendi kültürel kimliklerini korumak için bazen aynı etnik gruptan biriyle evlenmeyi tercih edebilirler. Etnik gruplar, sahip oldukları toplumsal ve fiziksel özelliklerinden dolayı genel nüfustan farklıdır (Giddens, 2012, 535-538).

Sosyolojik yaklaşıma göre, seçmen davranışını açıklayan farklı etnik kimliğe sahip olma, farklı etnik azınlık gruplarından veya sosyo-kültürel yapılardan gelmek siyasi davranışı etkileyebilen önemli etkenler arasında kabul edilir. Son zamanlarda farklı etnik kimlik sahibi seçmenlerin seçim sonuçlarını etkileme kapasitesi üzerinde tartışmalar mevcuttur. Tartışmalar sonucunda, genellikle benzer kültürden gelen kişilerin benzer siyasi davranışlar sergileyebileceği ancak aynı etnik gruba mensup bireylerin her zaman aynı partiye oy vermedikleri gibi genel bir kuralın olmadığı konusunda fikir birliğine varılmıştır (Ergül-Güvendi, 2022, 280)



Türkiye gibi 23 farklı etnik grubun yer aldığı ve nüfusun %30'unu oluşturduğu bir ülkede, etnik grupların seçmen davranışlarına ilişkin eğilimlere bakıldığında, 1950-1990 döneminde yapılan yerel ve genel seçimlerde, gerçek anlamda etnik kökenlere dayalı oy verme davranışının belirgin olmadığı görülmüştür. Bu dönemde seçmen davranışları, dar bir siyasi ideolojik zeminde devam etmiştir. Ancak 1990'larda Halkın Emek Partisi'nin (HEP) kurulması gibi siyasi temelli bir Kürt hareketinin ortaya çıkması, etnik temelli siyaset yapan örgütlenmelerin ortaya çıkmasına ve siyasi alanda etnik kimlik üzerinden seçim yarışlarının artmasına yol açmıştır. Etnik grupların oy verme davranışlarında etnik meselelere dayalı bir eğilim sergilemeleri, özellikle 1990'ların başından itibaren etnik kökenlere dayalı oy vermenin önemli hale gelmesine sebep olmuştur (Çelik, 2009).

#### *1.2.3.1.(d). Sosyo-Demografik Değişkenler*

##### *1.2.3.1.(d).(i). Cinsiyet*

Kadınların siyasi katılımı, geçmişten günümüze geniş bir şekilde tartışılan bir konudur. Toplumun tümünü ilgilendiren karar alma süreçlerine katılım haklarına sahip olan kadın seçmenler, siyasi yaşamın önemli bir parçasını oluştururlar. Ancak, ülkeler arasında gelişmişlik düzeylerindeki farklılıklar göz önüne alındığında, kadınların farklı siyasi düzeylerde daha sınırlı ve pasif bir siyasi rol üstlendikleri görülmüştür (Ara, 2019, 7).

Cinsiyet rolleri, sadece genel siyasi katılım faaliyetlerini değil, aynı zamanda oy verme davranışını da önemli ölçüde etkiler. Kentleşmenin artmasıyla birlikte, kentlerde yaşayan kadınların siyasi kültürleri ve ilgilerinin kırsal kesimde yaşayan kadınlara göre arttığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, kadın ve erkek seçmen davranışları arasındaki farklılıkların azalmaya başladığı ifade edilmektedir (Dursun, 2006, 214).

Kadınların, erkeklere oranla ekonomik, sosyal, eğitim ve siyasi açıdan yaşadığı eksiklikler, kadınları çevrelerinden daha fazla etkilenen bir konumda bırakmıştır. Bu eksikliklerin etkisiyle, kadınlar genellikle daha korumacı bir tavır sergilemektedir. Bu durum, kadınları otoriter yönetimlere veya mevcut yönetimi korumaya yönelik oy tercihinde bulunmaya itmiştir (Sitembölükbaşı, 2001, 68). Örneğin, sistem ve düzen yanlısı eğilim gösteren kadınlar, Adalet ve Kalkınma Partisi'nin siyasi sahneye çıktığı

dönemde daha çok Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), Anavatan Partisi (ANAP), Doğru Yol Partisi (DYP) gibi partilere destek verdikleri gözlemlenmiştir. Adalet ve Kalkınma Partisi'nin sistemle yaşadığı çatışmalar, kadınları bu partiye başlangıçta mesafeli tutmuştur (Şentürk, 2008, 28). İlerleyen yıllarda ise Adalet ve Kalkınma Partisi'nin iktidarını pekiştirmesiyle birlikte kadınların Adalet ve Kalkınma Partisi'ne oy verme oranlarda artış olduğu görülmektedir. Bu durumda, kadınlar genellikle iktidarda bulunan partiyi destekler hipotezini desteklemektedir.

#### *1.2.3.1.(d).(ii). Eğitim*

Eğitim, toplumda edinilen bilgi, değer ve birikimin aktarıldığı, bireyin sosyalleşmesini sağlayan bir süreçtir. Eğitimin seçmen davranışlarına etkisi iki temel şekilde değerlendirilebilir. Birincisi, bilişsel, duygusal, siyasal ve kültürel unsurların bireye aktarılması aşamasında yardımcı olarak siyasal tutumun şekillenmesine katkıda bulunur. İkinci olarak, bireyin bilgi düzeyinin daha yüksek olmasını sağlayarak siyasi olayla ve durumları daha doğru anlamasına ve yorumlamasına katkıda bulunur (Eser, 2005, 12-13). Eğitim düzeyinin artmasıyla birlikte, bireylerin siyasal tercihler konusunda daha bilinçli olmaları ve dış etkenlerden daha az etkilenmeleri beklenir (Görücü, 2021, 166).

Berinsky ve Lens'e (2010, 371) göre, eğitim kişilere siyasal olaylar hakkında bilgi edinme, bu bilgileri yorumlama ve siyasal katılım eğilimlerini artırma konusunda yardımcı olur. Bu bağlamda, eğitim ve statünün artışının yabancılaşmayı azalttığı belirtilmiştir. Eğitim seviyesi daha yüksek olan bireylerin siyasal olaylara daha fazla ilgi gösterdiği, siyasal gelişmeleri diğer insanlara göre daha yakından takip ettiği ve bu konularda daha çok tartışmalara katıldığı ifade edilmiştir (Sitembölükbaşı, 2001, 36). Önder ve Karabulut (2017, 81-82) ise Ankara'da yaşayan ve yaşları 18-37 arasında değişen 693 katılımcı ile yaptıkları araştırmada, eğitim düzeyi yükseldikçe bireylerin seçmen davranışlarının sosyal medyadan etkilenme düzeyinin arttığını belirlemişlerdir.

Mayer'e (2011, 633) göre eğitim, bireylerin siyasal davranışları üzerinde iki temel etkiye sahiptir. Birincisi, eğitim, siyasal kültürün bilişsel ve duygusal içeriğini bireye aktararak tutum ve inançlarını güçlendirebilir. İkinci olarak, bireylerin eğitim düzeyi arttıkça siyasal olayların arka planındaki gerçekleri daha iyi anladıklarını ve

kendilerini siyasal olarak daha etkin bir aktör olarak görmeye başladıklarını belirtmektedir. Çukurçayır'a göre (2002), eğitim düzeyinin artması bireylerin siyasal katılımı yurttaşlık görevi olarak algılama olasılığını arttırmaktadır.

Yıldız'a göre, (2023, 24-25) eğitimin seçmenlere etkisinin iki yönü vardır. İlki seçmenlerin siyasal katılımını arttırdığı noktasındadır. İkincisi ise seçmenlerin eğitimle ilgili siyasal sistem hakkında artan bilgisi ile belli tip partilerde yoğunlaştığıdır. Buna göre eğitim düzeyi arttıkça işçi hakları, eşitlik ve adil gelir dağılımı gibi değerlerin temel alındığı sol eğilimli partilerin oyu artmaktadır. Öte taraftan merkez sağ partilerin orta düzey eğitimlilerden daha çok oy aldığı yüksek ve düşük eğitimlilerden ise görece daha az oy aldığı ifade edilmiştir.

Bu bağlamda, eğitim ile siyasal katılım arasındaki ilişkiye bakıldığında, daha yüksek bir eğitim düzeyinin daha fazla siyasal katılım anlamına geldiği söylenebilir. Eğitim, siyasal değerlerin aktarılmasında önemli bir araç olup, eğitim düzeyi daha yüksek olan bireylerin siyasal davranış gösterme eğilimi, bilgi düzeyi, kabiliyeti ve özgüveni daha yüksektir.

#### *1.2.3.1.(d).(iii). Meslek*

Sosyo-ekonomik faktörler arasında seçmen davranışını etkileyebilecek önemli bir unsur da meslek statüsüdür. Meslek, bireyin hayata dair bakış açısını belirlemede ve sosyal çevreyle etkileşimde önemli bir rol oynar. Birey, sahip olduğu meslek kapsamında belirli bir çevrenin bir parçası olur ve sahip olduğu bu meslek çevresiyle ilişki içinde olan sosyal gruplarla iletişime geçer ve bu sahip olduğu bu çevrenin onaylayacağı davranış kalıplarını benimser (V. Alkan, 2021, 2). Meslek, bireyin siyasal roller üstlenmesinde etkili olabilir, meslek içinde edinilen yetenekler ve beceriler siyasal rolleri etkiler, iletişimi güçlendirir ve siyasal ilgi düzeyini artırabilir (Erdinç 2020, 23).

Sosyal statüyü belirlemede önemli bir ölçüt olan meslek, bireyin kamusal politikalara olan ilgi düzeyini artırabilir. Yüksek sosyal statüye sahip meslek sahipleri, karmaşık katılım biçimlerine daha fazla dâhil olabilir ve siyasal süreçte etki sağlayarak çevrelerini ve ülkelerini değiştirebileceklerine inanabilirler (Duran, 2005, 5). Meslek, bireylerin siyasal katılım düzeyini belirlemede etkili bir parametre olarak kabul edilir. Bu bağlamda, daha yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip bireylerin siyasal katılım

isteği ve fiili katılımı daha yüksek olabilir. Bu durum, yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip bireylerin siyasal olayları kendi çıkarları doğrultusunda etkilemeye ve yönlendirmeye çalışarak mevcut statülerini koruma arzusundan kaynaklanabilir (Yüksel, 2021, 42-43).

Memurlar, avukatlar, serbest meslek sahipleri gibi yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip meslek grupları, genellikle daha yüksek eğitim düzeyine ve daha fazla siyasal ilgiye sahiptirler. Bu grupların siyasal katılım düzeyi genellikle yüksektir ve çeşitli siyasal etkinliklere daha sık katılım gösterirler. Diğer taraftan, çiftçiler, el emekçileri ve ev kadınları gibi daha düşük sosyo-ekonomik statüye sahip meslek grupları arasında siyasal katılımın daha sınırlı olduğu gözlemlenmektedir (Filiz, 2019, 31). Tüm bunlara rağmen, meslek ile seçmen davranışı arasındaki ilişkiyi açıklamak zordur, çünkü meslek, kişilikle bütünleşmiş bir özellik değildir ve mesleğin sosyal değeri ve bireylerin bu mesleklere verdiği değer toplumdaki topluma değişebilir.

#### *1.2.3.1.(d).(iv). Gelir*

Demokratik sistemlerde seçimler sadece seçmenlerle siyasal partiler arasındaki bir ilişki olmanın ötesinde; sosyolojik, ekonomik, hukuki ve psikolojik bir sürecin ürünüdür. Bu süreçte hükümetin uyguladığı ekonomik politikaların, seçimlere doğrudan ve güçlü bir şekilde etki ettiği belirtilmektedir (Park, 2023, 856). Geçmişten günümüze gelir düzeyi ile siyasal katılım arasında bir ilişki olduğu kabul edilmiş ve gelir arttıkça siyasal ilgi ve dolayısıyla katılımın artacağı varsayılmıştır (Filiz, 2019, 27).

Yapılan araştırmalar, genel olarak gelir düzeyi ile siyasal davranış eğilimi arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Yüksek gelir düzeyine sahip toplum kesimlerinde siyasal davranış gösterme eğiliminin daha yüksek olduğu, düşük gelir düzeyine sahip bireyler arasında ise bu eğilimin azaldığı ve hatta ortadan kalktığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, daha iyi ekonomik koşullara sahip bireylerin, eğitim seviyeleri ne olursa olsun, siyasal olarak daha etkin oldukları ifade edilmektedir. Düşük gelir seviyesine sahip toplum kesimlerinin genellikle oy kullanma şeklinde siyasal katılım gösterdiği, yüksek gelir gruplarının ise çeşitli siyasal katılma türlerini deneyimlediği belirtilmektedir (Aytaç vd., 2020; Dalton, 2017; Gallego, 2015; Marx ve Nguyen, 2018; Pacheco ve Plutzer, 2008)

Öte yandan, halkın ekonomik gelişmeleri doğrudan etkilenen bir özne olarak, hem olumlu hem de olumsuz ekonomik durumları hükümete yüklediği gözlemlenmiştir. İlk araştırmalarda, gelir düzeyindeki artışın oy kullanma eğilimini artırdığı görülmüş olsa da, daha sonraki çalışmalar bireylerin gelir düzeyi arttıkça oy verme eğilimlerinin her zaman ve her yerde artmayabileceğini ortaya koymuştur (Jungkunz ve Marx, 2021, 19-20).

Türkiye'de yapılan araştırmalarda da hükümet partilerinin aldığı oyların enflasyon oranlarına bağlı olarak değişebildiği ve siyasal tercihler ile ekonomik göstergeler arasında bir ilişkinin bulunduğu belirtilmiştir (Akgün, 1999; Kışlalı, 2000). Ancak, bu ilişkinin her zaman geçerli olmadığına dair bulgular da mevcuttur. Doğan (2010) ve Tüner (2021) gibi araştırmacılar, Türkiye'de gelir düzeyi ile siyasal tercihler arasında zayıf bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak, seçmenlerin ekonomik duruma duyarlılığının, negatif ekonomik gelişmelere daha fazla tepki gösterme eğiliminde olduğu ve bu nedenle ekonomik krizlerin siyasal partilerin oy dağılımını daha fazla etkileyebileceği vurgulanmaktadır (Kapusızoğlu, 2008, 60-64). Ancak, bireylerin ekonomik koşullara verdiği tepkilerin genel bir kural oluşturmadığı ve bu etkinin zaman ve yer bağlamında değişebileceği unutulmamalıdır.

#### *1.2.3.1.(d).(v). Yaş*

İnsanların doğumundan ölümüne kadar olan süreçte, bireylerin fikir dünyası sürekli bir değişim içerisinde. Yaşamın farklı evrelerinde, insanların düşünce yapıları evrilebilir ve belirli yaş gruplarında, bireylerin siyasal katılım konusundaki tepkileri benzer eğilimler gösterebilir. Örneğin, seçmenlerin koalisyon partilerinin uzlaşmaz politikalarına tanıklık etmeleri, daha sonraki siyasal tercihlerinde koalisyon hükümetlerine karşı olumsuz bir duruş sergilemelerine neden olabilir. Ancak, bu durumun yaş değişkeninin etkisinden daha çok yaşanan siyasal atmosfer ve etkilerle yakından ilişkili olduğu unutulmamalıdır (Dursun, 2004, 241). Buna ek olarak, genç kuşaklar ile daha yaşlı kuşaklar arasında oy verme davranışı açısından belirgin farklı tutumlar ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, gençlerin enerjik yapısı, ideolojik bağlılıkları, siyasete duydukları ilgi ve değişime olan inançları, daha yenilikçi siyasi partilere yönelmelerine yol açabilirken, ileri yaş gruplarındaki seçmenlerin daha

tutucu ve muhafazakâr partilere yönelme eğiliminde oldukları gözlemlenmektedir. Genç seçmenlerin siyasal tutum ve görüşleri daha esnek ve değişime açıkken, ileri yaş gruplarındaki bireylerin bu siyasi fikirleri daha istikrarlı bir şekilde korudukları ifade edilmektedir (Yıldız, 2023, 26)

Yapılan ampirik ve sosyolojik araştırmalar, genç ve yaşlı kuşaklar arasında siyasal tercihlerde ve katılım eylemlerinde belirgin farklılıklar olduğunu göstermektedir. Örneğin, gençlerin geleneksel siyasal katılım faaliyeti olan oy verme davranışına düşük bir eğilim gösterdikleri belirtilmektedir (Çavuşoğlu ve Pekkaya, 2016, 32). Yaş ilerledikçe bireylerin siyasal tercihlerini netleştirmeleri ve düzenli bir şekilde siyasal katılım göstermeleri beklenirken, yaşın bireyin sahip olduğu mesleki ve sosyo-ekonomik statüyle de doğrudan ilişkili olduğu ifade edilmektedir (Kışlalı, 2016). Siyasal yaşama katılımın genç yaşlarda yoğun, orta yaşlarda yüksek ve ileri yaşlarda azaldığı yönündeki gözlemler, bireylerin yaşlarına bağlı olarak siyasal tutumlarını değiştirdiği ve geliştirdiği karar alma davranışlarının farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır (Filiz, 2019, 36; Pülüsür, 2021, 166). Araştırmalar, gençlerin değişim ve yeniliklere daha açık olduğunu, yaşlıların ise bu değişimlere uyum sağlamakta daha zorlandığını göstermektedir (Özer ve Heder, 2008, 21).

#### *1.2.3.1.(d).(vi). Yerleşim Yeri*

Yerleşim yerlerinin, siyasal katılım ve tercihlerle ilişkilendirildiği konusunda iki zıt görüş bulunmaktadır. Birinci görüşe göre, yerleşim yerindeki nüfus yoğunluğunun artması, seçmenlerin sağlık, eğitim, kültürel ve sosyalleşme olanaklarının arttığını ve bu olanaklarla beraber siyasal katılımını yüksek tuttuklarını savunmaktadır (Dursun, 2004, 247). Bu bakış açısına göre, kentlerde siyasal katılımın yüksek olmasının yanı sıra, yerleşim yerinin büyümesiyle birlikte sol eğilimli partilerin seçmenlerce daha fazla tercih edileceği düşünülmektedir (Altan, 2011). Diğer görüş ise küçük kırsal alanlarda az sayıda insan arasında sosyal iletişimin daha yüksek olduğunu iddia etmektedir. Bu bağlamda, kırsal alandaki siyasal baskının artacağı ve dolayısıyla kırsal alanda siyasal katılımın daha yüksek olacağı öne sürülmektedir. Kırsal alanlarda etkili olan eşraf tarafından desteklenen siyasal motivasyon, insanların seçimlere daha fazla katılımını teşvik etmektedir. Araştırmalar,

kırsal kesimdeki seçmenlerin genellikle muhafazakâr özelliklere sahip olduğunu ve sağ partilere yönelim gösterdiklerini ortaya koymaktadır (Altan, 2011).

Bu iki farklı görüşten hareketle, kentleşmenin siyasal katılım üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler yaratması, genel bir varsayım oluşturmayı zorlaştırmaktadır. Köy yerleşim yerleri, siyasal katılımı olumsuz etkileyen sosyo-ekonomik özelliklere sahip olmalarına rağmen, yoğun oy kullanma eğilimleri ile yüksek siyasal katılım göstermeleri, siyasal katılım teorisine karşı çelişkili görünebilir. Ancak, bu durumu açıklamak mümkündür, ancak literatürde bu durumdan kaynaklanacak sınırlılıkları kabul ederek ve siyasal katılımı açıklayan temel varsayımları tehlikeye atmadan. Bu eğilim, gelir, meslek gibi siyasal katılımı etkileyen temel değişkenlerin ülkenin tamamında değil, bazı alt gruplarda geçerli olduğunu kabul etmeyi gerektirir. Yapılan araştırmalar, bu değişkenlerin şehir ve köyler içinde ayrı ayrı geçerli olduğunu çürütmemiş, bu nedenle ülkenin ekonomik, toplumsal ve siyasal bütünleşme koşullarına bağlı olarak bazı durumlarda iki grubu ayrı ayrı incelemenin daha sağlıklı olabileceğini göstermiştir (Filiz, 2019, 39-40).

#### *1.2.3.1.(e). Adayın İmajı*

Seçmenlerin siyasi tercihlerini şekillendiren önemli unsurlardan biri, yerel ve genel seçimlerde siyasi partilerin adaylarının sergilediği genel özelliklerdir. Adayların genel özellikleri, aday imajı olarak adlandırılır ve seçmenin oy verme kararını etkileyen önemli faktörlerden biri olarak kabul edilir. Aday imajı, seçimlerde aday olan kişinin seçmen zihninde bıraktığı izlenimleri ifade eder (Dündar, 2014, 43-44). Bu izlenim, adayın kişisel özellikleri, fiziksel görünüşü, yaşam algısı, güncel sorunlara yaklaşımı, vaatleri gibi çeşitli değişkenlerden oluşur. Aday imajını anlamak için dört temel değişken belirlenmiştir. Bunlar, adayın kişisel özellikleri, adayın konumu, adayın çevresi ve adayın partisi ve ideolojisidir (Yıldırım, 2014, 15-38). Adayın kişisel özellikleri, sosyo-demografik özelliklerini, parti üyeliğini, sözsüz iletişimini, karakterini, çekiciliğini, birikimini, deneyimini ve yeterliliğini içerirken, adayın mevcut konumu, güncel sorunlara yaklaşımını ve çözüm önerilerini içermektedir. Adayın çevresi, çalışma arkadaşları ve sosyal gruplarından oluşurken, adayın partisi ve ideolojisi ise adayın parti üyeliği ve siyasi görüşü anlamına gelir (Negiz ve Akyıldız, 2012, 178-179).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde siyasi partiler, seçmenin ideal aday imajını oluşturmak ve seçimleri kazanmak için büyük çaba sarf ederler. Bu çabalar genellikle iki partili seçim sistemine sahip ülkelerde, özellikle ABD'de Başkanlık seçimlerinde daha belirgin hale gelir (Doğan ve Göker, 163). Türkiye'de geçmişte sadece yerel seçimlerde aday imajı önemli iken 2017 yılında geçilen yeni sistem ile genel seçimlerde de cumhurbaşkanı adayları konusunda aday imajı önemli bir etken olmuştur.

Güllüpinar (2010) yılında örneklemini Gümüşhane Belediyesi sınırları içerisinde ikamet eden 757 seçmenin oluşturduğu çalışmada büyükşehir ve ilçe belediye başkanlığı seçimlerinde aday imajının seçmen tercihi üzerindeki etkisini araştırmıştır. Bu çalışma kapsamında aday imajını belirleyen değişkenler altı ana başlık altında toplanmıştır: görsellik, parti ve siyasal eğilim, konu ve güven oluşturma, sosyallik, hitabet ve adayın sosyo-demografik özellikleri. Katılımcılardan, kendi oy tercihlerini etkileyen değişkenleri 1'den 5'e kadar olan bir ölçekte sıralamaları istenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, Gümüşhane seçmeni için belediye başkanlık seçimlerinde aday imajının özellikle adayın fiziksel görünüşü ve bu görünüşü destekleyen özellikler üzerindeki etkisi, diğer beş faktöre kıyasla daha düşük bir tercih sebebi olmuştur. Ankete katılanlar arasında en fazla önem verilen faktör, adayın projeleri ve konu hakkındaki görüşleri olmuştur. Bu kapsamda, adayın belediyecilik deneyimi, hizmet sunma yetenekleri gibi genel belediyecilik başlıkları, seçmenin adayın imajında en çok üzerinde durduğu özellikler olarak belirlenmiştir. Başka bir deyişle, adayın taahhütleri, projeleri, hizmetleri ve belediye yönetimi hakkındaki bilgisi ile bunları başaracağına dair seçmene bıraktığı güven izlenimi, katılımcılar arasında en yüksek puanı almıştır. Gülpınar'a göre, Gümüşhane seçmeni, adayın sosyal özellikleri, hitabet yeteneği ve konu hakkındaki görüşleri gibi nitelikleri, adayın parti ve siyasal eğilimleri ile fiziksel özelliklerinden daha ön planda tutmaktadır.

Sonuç olarak, aday imajı, özellikle yerel seçimlerde seçmen kararlarını etkileyen önemli bir faktördür. Ancak, 2017 yılından itibaren yeni geçilen sistemde Cumhurbaşkanlığı Seçimleri de aday odaklı olduğu için aday imajının bu seçimlerde de etkili olduğu ifade edilebilir.



*1.2.3.1. (f). Parti İmajı*

Parti imajı, seçmenin zihninde parti hakkındaki izlenimleri şekillendiren önemli bir faktördür, özellikle parti kimliğinin oluşmasında ve oy verme davranışının gelişmesinde etkili bir rol oynar. Bu bağlamda, parti imajı aday imajıyla benzer özelliklere sahiptir ve genellikle sosyo-psikolojik yaklaşım altında, bireyin parti kimliğini oluşturması ve partiyle özdeşleşmesi açısından kritik bir rol oynar. Parti imajı, alt değişkenleri arasında parti lideri, parti ideolojisi, parti programı, parti söylemi ve vaatleri, parti kadrosu ve partinin seçmenle ilişkileri bulunmaktadır (Kavas-Urul, 2017, 94).

Özellikle parti ideolojisi, seçmenin parti tercihlerini belirlemede ve partiyle ilk bağlantı kurmada önemli bir faktördür (Eroğlu ve Bayraktar, 2010, 205). Parti lideri ise parti imajının belirgin unsurlarından biridir ve partiyi yöneten kişinin sahip olduğu liderlik özellikleri, partinin genel imajını etkileyebilir. Parti liderinin karizması da bu bağlamda önemli bir kavramdır; liderin toplum üzerinde yarattığı çekicilik ve psikolojik etki, seçmenin partiye yönelik tutumunu etkileyebilir (Çaha, Toprak ve Dalmış, 2008, 93). Avcı (2015a, 175-176) tarafından ifade edildiğine göre, sol eğilimleri benimseyen seçmen grubunun siyasi partiye olan bağlılığı daha yüksektir, ancak siyasi parti liderine karşı duydukları bağlılık zayıftır. Diğer bir deyişle, sol görüşlü seçmenler siyasi partilerine güçlü bir bağlılık gösterirken, liderleriyle olan bağlılıkları daha sınırlıdır. Aksine, sağ görüşlü seçmen kitlesi siyasi parti liderine karşı yüksek bir bağlılık sergilese de, siyasi partiye olan bağlılıkları daha düşüktür.

Parti programı, partinin temel vizyonunu yansıtan, iktidara gelmesi durumunda çözüm yollarını belirten ve seçmenlerin beklentilerine cevap veren somut bir eylem planıdır. Parti programları genellikle seçmenlerin genel beklentilerine uygun olarak partinin izleyeceği politikaları ifade eder (Armutçu ve Tan, 2023, 2023). Filiz'in (2019, 113) çalışmasına göre, aşırı sol eğilim gösteren seçmenler için desteklenen partinin parti programı ve politikalarına duyulan özdeşleşmenin son derece kritik olduğu tespit edilmiştir. Benzer bir bulgu, ortanın solu kategorisinde de görülmüştür; ancak bu grupta, katılımcıların %5'i bu özdeşleşimin önemli olmadığını ifade etmiştir. Ortanın sağ kategorisinde bu özdeşleşmenin önemli olmadığını düşünenlerin oranı %15 iken, aşırı sağ kategorisinde bu oran neredeyse %10'a yakındır. Aktaş'ın (2021) çalışmasında ise,

katılımcıların %13,6'sı parti programını oy verme davranışını etkileyen birinci faktör olarak ifade etmiştir.

Yurt dışında ve Türkiye'de yapılan birçok çalışmada parti imajının seçmen davranışları üzerinde önemli bir faktör olduğu ortaya konulmuştur. Örneğin, Aydın (2011) Ankara'da yerel seçimlerde seçmen davranışını etkileyen siyasi faktörlere ilişkin çalışmasında aday imajı, parti imajı ve bilgilendirme kaynakları değişkenlerinin yerel seçmen davranışını şekillendirdiğini ortaya koymuştur. Ayrıca, Cwalina ve diğerleri (2008, 352) çalışmasında, seçmenlerin kafasında oluşturdukları aday veya siyasi parti imajının, seçmen davranışını belirleyen önemli bir faktör olarak olduğunu saptamıştır.

#### *1.2.3.2. Rasyonel Yaklaşımın Değişkenleri*

Bu bölümde, rasyonel yaklaşım modelinin seçmen davranışını etkilediğini öne sürdüğü değişkenler olan ekonomik oy verme, konuya göre oy verme ve sunulan hizmetlere göre oy vermeye ilişkin bilgiler yer almaktadır.

##### *1.2.3.2.(a). Ekonomik Oy Verme*

Rasyonel yaklaşım modeline göre, seçmenlerin oy verme davranışını etkileyen en önemli değişkenlerden biri ekonomidir. Seçmen davranışları ile ekonomik performans arasındaki ilişkileri inceleyen araştırmalar incelendiğinde, asıl olarak üç hipotez karşımıza çıkmaktadır. Bunlar, sorumluluk hipotezi, müvekkil hipotezi ve temel hedef hipotezidir (Carlsen, 2000, 141).

Oy verme davranışı, takdir veya öfkenin somut bir ifadesidir ve fayda maksimizasyonunu hedefleyen iktisadi birimler, makroekonomik koşullar olumlu olduğunda mevcut hükümeti ödüllendirmeyi, olumsuz durumlar ortaya çıktığında ise cezalandırmayı amaçlar. Bu bağlamda, Sorumluluk Hipotezi, ekonomik koşullar ile siyasal iktidarın popülerliği arasındaki ilişkiyi inceleyen önemli hipotezlerden biridir. Sorumluluk hipotezine göre, bireyler piyasada oluşan ekonomik koşullara ilişkin sorumluluğu siyasal iktidarlarına yüklerler. Seçmenler, işsizlik ve enflasyon gibi ekonomik göstergelerdeki olumsuz durumları iktidardaki partiyi cezalandırarak, olumlu durumları ise ödüllendirerek yansıtırlar (Çinko, 2006, 106). Örneğin, Armutçu ve Tan (2021) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye'de 1990-2019 yılları arasında

siyasi partilerin oyları ile kişi başı gayri safi yurt içi hasıla, işsizlik ve enflasyon oranları arasındaki ilişkiyi incelenmiştir. Araştırmanın bulgularına göre, kişi başı gayri safi yurt içi hasılanın siyasi partilerin oy oranını kısa dönemde olumlu yönde etkilediği, ancak uzun dönemde enflasyonun siyasi partilerin oy oranını olumsuz etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca, enflasyon ile siyasi partilerin oy oranı arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi saptanmıştır. Bu bulguya göre, enflasyon oranındaki artışın Türkiye'de siyasi partilerin oy oranlarını azalttığı gözlemlenmektedir. Diğer önemli bir bulgu ise, işsizlik oranının siyasi partilerin oy oranları üzerinde etkili olmadığıdır.

Sorumluluk hipotezi savunucularına göre, seçmenlerin oy verme sürecinde ekonomik performansın belirleyici olduğu, ancak bu performansın hangi göstergeler üzerinden değerlendirildiği konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Enflasyon, gayri safi yurt içi hasıla (GSYİH), büyüme oranı ve işsizlik oranı gibi değişkenlerin seçmen davranışı üzerinde etkili olduğu birçok ülke tarafından deneyimlenmiştir. Ancak, sorumluluk hipotezi taraftarlarına göre, hangi göstergenin öncelikli olduğu fark etmeksizin, ekonomik performansın seçmenlerin oy tercihlerinde temel bir değişken olduğu düşünülmektedir (Donduran, 2017, 5-6). Seçmenlerin genel makro ekonomik performansı ve kişisel çıkarlarını nasıl değerlendirdikleri sorusu ortaya çıktığında, Markus (1988, 151-152), seçmenleri kişisel çıkar ve ulusal çıkar kriterlerine göre tasnif etmenin zor olduğunu belirtmiştir. Ona göre, kişisel çıkar güdüsü ile hareket eden seçmenler “cüzdan seçmenleri” olarak adlandırılır ve bu hipoteze göre, seçmenlerin siyasal iktidara ya da partilere desteklerini kişisel mali durumları belirler. Ancak, diğer bir hipoteze göre, seçmenlerin politik yargıları kişisel çıkarlar yerine ulusal ekonomik performans değerlendirmeleri tarafından belirlenir (Nadeau ve Lewis-Beck, 2001). Sonuç olarak, seçmen davranışlarının karmaşıklığı, ekonomik, sosyolojik ve psikolojik faktörlerin etkileşimine dayandığından, tek bir belirleyici güdünün tespiti zordur.

Swank (1993, 340) tarafından geliştirilen müvekkil hipotezine göre, yüksek işsizlik oranları sol partilerin, yüksek enflasyon oranları ise sağ partilerin popülaritesini artırır, çünkü bu partiler farklı iktisadi politikalar benimserler. Seçmenler, genellikle düşük enflasyon oranını ya da işsizlik oranını tercih ederler, bu eğilimlerini seçimlerden önce belirlerler. Swank'a (1993, 341) göre, Amerikan

ekonomisi için bu bakış açısı temel bir model oluşturur; seçmenler, iktisadi büyüme performansındaki olumlu gelişmeleri memnuniyetle karşılarken, enflasyonist eğilimlere tepki göstermezler. Amerikan seçmenleri, Demokrat Parti'nin önceliğinin iktisadi büyüme olduğunu, Cumhuriyetçi Başkanların ise enflasyonla mücadeleye öncelik verdiğini bilirler ve bu gerçekten etkilenerek politik desteklerini belirlerler. Verstyuk'un (2004) ABD'nin İkinci Dünya Savaşı sonrası verilerini incelediği bir çalışma da benzer sonuçları ortaya koymaktadır; seçmen davranışlarını belirleyen temel faktörler enflasyon ve işsizlik beklentileridir. Yüksek enflasyon beklentileri sağ partilere, yüksek işsizlik beklentileri ise sol partilere daha fazla destek sağlar. Bu bulgular, politika yapıcılarının genel yeterlilik düzeylerinin yanı sıra politik önceliklerinin de seçim sonuçlarını etkilediğini göstermektedir. Oy verme eğiliminin ekonomik sorunlara ilişkin beklentilere dayanması, iktidarların ekonomik sorunlara karşı politika belirlerken dikkatli olmalarını gerektirir; örneğin, sadece işsizlikle mücadele eden bir sol parti, enflasyonist eğilimlere göz yuman bir politika izleyerek gelecek seçimlerde şansını azaltabilir.

Powell ve Whitten (1993) tarafından ortaya atılan temel hedef hipotezi, 1969-1988 yılları arasında on dokuz ülkede gerçekleşen yüzden fazla seçimin analizine dayanmaktadır ve modern demokrasilerde “ekonomik oylama” konusuna katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Hipoteze göre, siyasal iktidara olan destek, önceden vaat edilen hedeflere ulaşıldığı ölçüde devam eder. Seçmenler, tercihlerini belirlerken sol ve merkez partilerin işsizlikle mücadele başarılarını, sağ partilerin ise enflasyonla mücadeledeki performansını değerlendirirler. Bu bağlamda, sol ve merkez partilerin işsizlikle, sağ partilerin ise enflasyonla mücadeledeki zayıf performansı, mevcut iktidara olan destekte azalmaya neden olur. Temel hedef hipotezi, iktidar süresinin devamını, partilerin temel hedeflerine ulaşma başarısına bağlar, bu da seçmenlerin her zaman ideolojik önyargılarla hareket etmeyecekleri sonucunu doğurur.

Sonuç olarak, ekonomik faktörlerin seçmen tercihinine doğrudan etki ettiği görülmektedir. Seçmenler, genellikle olumlu ekonomik gelişmeleri değerlendirerek tercihlerini belirlerken, olumsuz ekonomik verilerin partilere ceza verme potansiyeli taşıdığı gözlemlenmiştir. Ekonomik durumun, seçmen davranışları üzerinde belirleyici bir faktör olduğu ve siyasi partilerin ekonomi politikalarının seçmenlerin tercihlerini etkilediği söylenebilir.

*1.2.3.2.(b). Konuya Göre Oy Verme*

Oy verme davranışını etkileyen bir faktör, seçmenlerin partiler ve adaylar hakkında bağımsız, tarafsız veya kararsız bir tutum sergiledikleri durumlarda devreye giren konuya göre oy verme etkenidir. Bu durum, bir hizmet veya politika önerisi, ya da gündemi etkileyen bir soruna yönelik olarak parti ve adayların sunduğu çözüm önerilerini içermektedir. Bu öneriler genellikle ekonomi politikaları, çevre, insan hakları, kadın, enerji, güvenlik sorunları, sağlık ve eğitim hizmetlerine yönelik talepler gibi genel konuları kapsar. Seçmenler, bu değişkende partilerin ve parti adaylarının konulara ve sorunlara yaklaşımlarına göre oy tercihlerini belirlerler (Kavas, 2017, 82).

Konuya göre oy verme yaklaşımı, ideolojik veya düşünsel temele dayanmaksızın, önerilen çözümler ve gündemdeki konular temelinde oy kullanma eğilimini ifade eden bir durumu ifade eder. Bu, partiyle özdeşleşme gibi diğer oy verme biçimlerinden farklıdır ve siyasi partinin diğer alanlardaki düşünce yapısının seçmen tarafından reddedilebileceği bir durumu içerebilir. Ancak, gündemdeki konular üzerine odaklanan bir siyasi partinin ortaya koyduğu fikirler benimsenerek, o siyasi parti lehine oy verme eğilimi ortaya çıkabilir (Gökçe, 2022, 100). Konuya göre oy verme yaklaşımının temel varsayımı, seçmenlerin öncelikle gündemdeki belirli konulara odaklanarak siyasi partileri ve adayları değerlendirmeleridir. Bu şekilde seçmenler, gündemdeki konuyla ilgili görüşlerini siyasi partilerin veya adayların görüşleriyle karşılaştırabilir ve kendilerine yakın olan görüşü savunanlara oy verebilir. Bu yaklaşım genellikle tüketici modeline benzetilir ve bu çerçevede seçmenler, hangi siyasi parti veya adayın yaklaşımının kendileri için çekici olduğuna bağlı olarak oy verme davranışını şekillendirebilirler (Kalender, 2000, 68-69).

*1.2.3.2.(c). Sunulan Hizmetlere Göre Oy Verme: Geçmiş, Mevcut Durum ve Gelecek Perspektifi*

Kamu hizmetlerinin kalitesi ve niteliği, seçmen davranışını şekillendiren en önemli yapısal unsurlardan biridir. Özellikle yerel seçimlerde, seçmenler tercihlerini yalnızca ideolojik ya da partisel sadakat ekseninde değil, aynı zamanda kamu yöneticilerinin hizmet üretim kapasitesi, kaynak kullanımı ve toplumsal sorunlara çözüm üretme becerisi çerçevesinde oluşturmaktadır (Eroğlu, 2012; Kelleci, 2019). Bu çerçevede, hizmete dayalı oy verme davranışı üç temel boyutta ele alınabilir:

geçmiş dönemde sunulan hizmetler, mevcut hizmet durumu ve geleceğe yönelik vaat edilen hizmetler. Her bir boyut, seçmenin zaman perspektifi içindeki değerlendirme türünü yansıtmaktadır.

➤ *Geçmişte Sunulan Hizmetler (Retrospektif Oy Verme Davranışı)*

Retrospektif oy verme yaklaşımı, seçmenin mevcut siyasi tercihlerini, yönetimin geçmiş performansına ilişkin değerlendirmelerine dayandırdığı bir davranış modelidir. Bu yaklaşım, seçmenin siyasi aktörlerin geçmişte gerçekleştirdiği icraatları göz önünde bulundurarak, “ödüllendirme” ya da “cezalandırma” yönünde bir karar aldığı varsayımına dayanır (Fiorina, 1981). Özellikle yerel yönetim düzeyinde, hizmetlerin doğrudan vatandaşın gündelik yaşamına etkisi daha görünür olduğu için retrospektif değerlendirmeler daha somut ve ölçülebilir biçimde ortaya çıkmaktadır (Cutler, 2008).

Bu bağlamda seçmenler, belediyelerin önceki dönem faaliyetlerini; örneğin yol yapımı, altyapı projeleri, çevre düzenlemeleri, sosyal yardımlar, temizlik hizmetleri, park-bahçe çalışmaları gibi hizmetlerin hem niceliksel hem de niteliksel düzeyde başarısını dikkate alarak siyasi tercihte bulunmaktadır (Kelleci, 2019; Küçük, 2011). Bu tür hizmetler, yalnızca fiziksel çıktı olarak değil, aynı zamanda yönetimin etkinliği, liyakati ve vatandaş odaklılığı hakkında da seçmene bilgi sunar.

Retrospektif modelin teorik temelleri, Key’in (1966) “responsible electorate” (sorumlu seçmen) kavramsallaştırmasına kadar gitmektedir. Key’e göre seçmen, bilinçli ve akılcı bir şekilde geçmişteki yönetsel performansı değerlendirir ve gelecek seçimlerde siyasi iktidarı buna göre ödüllendirir veya değiştirir. Benzer biçimde Lewis-Beck ve Stegmaier (2000), retrospektif oy verme davranışını "siyasi iktidarın performansına dair bir halk oylaması" olarak tanımlar.

Yerel düzeyde yapılan araştırmalar da bu yaklaşımı destekler niteliktedir. Örneğin, Kavas (2017) tarafından Ankara'nın Altındağ ve Yenimahalle ilçelerinde yürütülen alan araştırmasında, Yenimahalle ilçesinde seçmenlerin geçmiş hizmetlerden duyduğu memnuniyetin, oy tercihini önemli ölçüde etkilediği belirlenmiştir. Özellikle çevre düzenlemeleri, yeşil alan yatırımları ve sosyal belediyeçilik hizmetleri, seçmenlerin olumlu geri bildirimlerde bulunduğu hizmet

alanları olarak öne çıkmıştır. Öte yandan, Altındağ ilçesinde hizmetlerden ziyade partisel kimlik ve lidere olan bağlılık gibi ideolojik faktörlerin daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, retrospektif değerlendirmelerin parti aidiyetiyle de etkileşimli olduğunu göstermektedir.

Gerek ulusal gerekse yerel düzeyde retrospektif değerlendirmeler, yalnızca hizmetlerin sunulup sunulmadığına değil; aynı zamanda hizmetin adil dağılımına, vatandaş memnuniyetine, erişilebilirliğe ve etkinliğe ilişkin unsurlara da dayanmaktadır (Anderson, 2007; Eroğlu, 2012). Vatandaşın hizmete kolay erişememesi ya da hizmetin yalnızca belirli kesimlere yönelik sunulması, seçmen nezdinde adaletsizlik algısı yaratmakta ve bu durum, iktidar partisi için oy kaybına yol açabilmektedir (Mutluer, 2018).

Retrospektif oy verme davranışı aynı zamanda, siyasi sistemin demokratik hesap verebilirlik mekanizmasını da güçlendirmektedir. Başarısız ya da halkın ihtiyaçlarına cevap veremeyen yöneticilerin görevden uzaklaştırılması, demokratik rejimlerin sağlıklı işleyişine katkı sağlar (Powell ve Whitten, 1993). Bu yönüyle retrospektif değerlendirmeler, sadece bireysel tercihler bağlamında değil, aynı zamanda yönetsel denetim aracı olarak da ele alınabilir. Ayrıca, retrospektif oy verme davranışının işleyebilmesi için seçmenin bilgi düzeyinin yeterli olması ve kamu hizmetlerinin performansına ilişkin şeffaf, karşılaştırılabilir ve güvenilir verilere erişebilmesi önemlidir (Tavits, 2007). Şeffaflık, hesap verebilirlik ve medya erişimi gibi unsurlar, seçmenin geçmiş performansa dair sağlıklı değerlendirme yapabilmesini mümkün kılar.

➤ *Mevcut Hizmet Durumu (Anlık ve Algısal Değerlendirme)*

Seçmen davranışı yalnızca geçmişe dönük performans değerlendirmesine değil, aynı zamanda seçimin gerçekleştiği dönemdeki mevcut hizmetlerin algılanış biçimine de dayanmaktadır. Özellikle yerel düzeyde, belediye hizmetlerinin sürekliliği, görünürlüğü ve günlük yaşam üzerindeki etkisi, seçmenin karar verme sürecini doğrudan şekillendirebilmektedir (Savaş, 2016). Bu bağlamda, mevcut hizmet durumu, seçmen açısından hem gözleme dayalı pratik deneyimi hem de algısal memnuniyet düzeyini içeren çok katmanlı bir değerlendirme alanıdır.

Seçmenlerin mevcut hizmetler hakkındaki değerlendirmeleri çoğu zaman rasyonel analizlerden ziyade, algısal ve duygusal tepkilere dayanabilmektedir (Lau ve Redlawsk, 2001). Örneğin, belediyenin temizlik, ulaşım, su hizmetleri, çöp toplama gibi temel hizmetleri zamanında ve düzenli şekilde sunması, seçmenin yönetime karşı güven duymasını sağlamakta; tersi durumda ise yönetime ilişkin olumsuz bir kanaat oluşmasına yol açmaktadır. Bu noktada “algılanan hizmet kalitesi” kavramı, hizmetin objektif düzeyinden çok, seçmenin zihnindeki yansımaları ifade etmektedir (Parasuraman vd., 1988). Usta ve Memiş’in (2009) Giresun merkez ilçesinde yürüttükleri çalışma, bu durumu ampirik olarak ortaya koymaktadır. Çalışmanın bulgularına göre, seçmenlerin belediyeye olan bağlılığı ve oy verme davranışı üzerinde etkili olan en önemli faktör, belediyenin vatandaşları bilgilendirmesi ve birey olarak önemsemesidir. Bu bulgu, hizmetin sadece teknik boyutunun değil, aynı zamanda yönetsel iletişim ve vatandaşla kurulan ilişki boyutunun da kritik olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, mevcut hizmet değerlendirmesi seçmen nezdinde yalnızca “ne yapıldığı” değil, “nasıl sunulduğu” ile de ilgilidir. Çaha (2014), yerel düzeyde yönetsel katılımın ve şeffaflığın artırılmasının, hizmete ilişkin memnuniyet algısını güçlendirdiğini ve bunun doğrudan siyasal tercihlere yansıdığını belirtmiştir. Özellikle vatandaşlarla etkileşim içinde sürdürülen hizmet modelleri örneğin çevrimiçi belediye uygulamaları, çağrı merkezleri, anketler ve halk günleri mevcut hizmet performansının seçmen zihninde olumlu yer etmesine katkı sağlamaktadır. Yerel yönetimlerin kurumsal kapasitesi, mevcut hizmet kalitesini belirleyen bir diğer etkidir. Hizmetlerin düzenli ve nitelikli sunumu; belediyenin mali yapısı, insan kaynağı kalitesi, teknolojik altyapısı ve planlama becerisi ile yakından ilişkilidir (Bayraktar, 2015). Ancak bu kapasitenin seçmen tarafından ne kadar fark edildiği ya da nasıl algılandığı, siyasal iletişim stratejilerine ve medyanın rolüne göre değişebilmektedir. Özellikle seçim dönemlerinde medya araçlarıyla yapılan hizmet tanıtımları, seçmenin hizmete dair algısal çerçevesini şekillendirmede önemli rol oynamaktadır (Norris, 2004). Mevcut hizmet durumuna ilişkin değerlendirmeler, aynı zamanda “seçim çevresine” göre farklılaşabilmektedir. Örneğin kırsal ve kentsel seçmenlerin hizmete yükledikleri anlam ve öncelikler değişebilmektedir. Kentsel bölgelerde ulaşım, çevre düzenlemelerine ve sosyal hizmetlere duyarlılık artarken; kırsal alanlarda altyapı, tarımsal destekler ve ulaşılabilirlik gibi konular ön plana



çıkabilmektedir (Aytaç, 2014). Son olarak, seçmenlerin mevcut hizmetler hakkındaki değerlendirmeleri çoğu zaman karşılaştırmalı bir perspektife de dayanabilir. Özellikle farklı siyasi partilerin yönettiği belediyeler arasında hizmet kalitesinin mukayese edilmesi, seçmenlerin değerlendirmesini biçimlendirebilir (Gidengil vd., 2003). Bu bağlamda mevcut hizmet değerlendirmesi, mutlak değil, göreceli bir bakış açısıyla şekillenebilir.

➤ *Geleceğe Yönelik Vaat Edilen Hizmetler (Prospektif Oy Verme Davranışı)*

Seçmen davranışını anlamada geçmişe dönük performans değerlendirmeleri kadar önemli bir diğer boyut, seçmenlerin geleceğe yönelik beklentileridir. Prospektif oy verme modeli, seçmenin oy tercihlerini, siyasi aktörlerin geleceğe yönelik sundukları vaatler, programlar ve vizyonlar temelinde şekillendirdiğini varsayar (Erikson, 1989). Bu modelde seçmen, adayların ve partilerin söz verdikleri politikalar ile yapmayı planladıkları hizmetlere dair umut ve beklentilerini dikkate alır. Özellikle yerel seçimlerde, seçmenlerin yerel yönetimlerden beklentileri genellikle somut ve günlük yaşam kalitesini doğrudan etkileyen hizmetler etrafında şekillenir. Altyapı yatırımları, kentsel dönüşüm projeleri, çevre koruma, sosyal destek programları, kültür-sanat faaliyetleri ve sürdürülebilirlik odaklı politikalar, seçmenlerin gelecek vaatleri doğrultusunda değerlendirdiği temel hizmet alanlarıdır (Kelleci, 2019; Şahin ve Yılmaz, 2016).

Seçmenlerin geleceğe dair vaatlere ilişkin tutumları, sadece vaatlerin içeriğiyle değil, aynı zamanda vaatleri sunan siyasi aktörlerin güvenilirliği, geçmiş performansı ve siyasi bağlamla da ilişkilidir (Finkel, 1995). Örneğin, geçmişte başarılı icraatları olan bir belediye başkanının ya da partisinin sunduğu yeni vaatler, seçmen gözünde daha inandırıcı ve ulaşılabilir olarak algılanmaktadır (Lewis-Beck ve Stegmaier, 2000).

Buna ek olarak, seçmenlerin geleceğe yönelik hizmet beklentileri, yaşadıkları bölgenin sosyo-ekonomik ve demografik özellikleriyle de şekillenmektedir. Genç seçmenler genellikle eğitim ve istihdam odaklı vaatlere önem verirken; yaşlı seçmenler sağlık ve sosyal hizmetlere odaklanabilmektedir (Converse, 1969; Özdemir, 2013). Dolayısıyla, siyasi aktörlerin sundukları vaatlerin seçmen kitlesinin ihtiyaç ve öncelikleriyle örtüşmesi, oy kazanma potansiyelini artırmaktadır. Kavas'ın (2017)

Ankara Yenimahalle ve Altındağ çalışmasında, geleceğe yönelik vaatlerin özellikle Altındağ'da parti liderine olan güven ve bağlılıkla birlikte değerlendirildiği; Yenimahalle'de ise vaatlerin somut hizmet projeleriyle desteklendiğinde seçmenler üzerinde etkili olduğu belirtilmiştir. Bu durum, prospektif oy verme davranışının hem lider karizması hem de vaatlerin içeriğiyle sıkı bağlantılı olduğunu göstermektedir.

Literatürde prospektif oy verme modeli, seçmenlerin rasyonel beklenti oluşturma ve politik aktörlerin vaatlerinin gerçekçi olup olmadığını değerlendirme becerilerine vurgu yapar (Lau ve Redlawsk, 2001; Blais ve Nadeau, 1996). Ancak bu modelin uygulanabilirliği, seçmenin politik bilgi düzeyi, medyanın rolü ve siyasi ortamın şeffaflığı ile doğrudan ilişkilidir (Tavits, 2007).

Sonuç olarak, geleceğe yönelik vaatler, seçmenlerin sadece mevcut sorunları değil, aynı zamanda uzun vadeli vizyonları ve gelişme perspektiflerini de oy tercihlerine yansıttığını göstermektedir. Bu nedenle siyasi aktörlerin, güvenilirlik ve hizmet kalitesiyle desteklenmiş gerçekçi ve ulaşılabilir vaatler geliştirmeleri kritik önemdedir.

#### *1.2.3.3. Siyasal Pazarlama Yaklaşımının Değişkenleri*

Bu bölümde, siyasal pazarlama yaklaşımının seçmen davranışını etkilediğini öne sürdüğü değişkenler olan siyasal propaganda araçları, seçim kampanyaları, kitle iletişim araçları, ikna edici mesaj stratejileri ve kamuoyu araştırmalarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

##### *1.2.3.3.(a). Siyasal Propaganda Araçları*

Siyasal propaganda, seçmen davranışını belirleyen ve seçmen tercihlerini önemli ölçüde etkileyen bir faktördür; bu nedenle siyasal partiler tarafından titizlikle ele alınmaktadır (Çavuşoğlu ve Pekkaya, 2015, 109). Siyasal propaganda genellikle uzun vadeli ve prestij odaklı bir çalışma olmasının yanı sıra, seçim zamanlarında daha yoğun bir şekilde uygulanarak siyasal partilerin örgütsel politikalarına uygun olarak kısa vadeli sonuçlar elde etmeyi hedefler (Aziz, 2007, 75-76).

Siyasal partiler, kitle iletişim araçları, seçim kampanyaları, yüz yüze oy toplama teknikleri, mitingler ve açık hava toplantıları gibi çeşitli araçları kullanarak siyasal propaganda yaparlar. Isparta ilinde yapılan bir araştırmaya göre, siyasal

propaganda araçları, özellikle kararsız seçmenler üzerinde ciddi bir etkiye sahiptir. Ancak güçlü bir kararlılık içinde olan seçmen profili, siyasal propaganda araçlarından daha az etkilenmektedir. Özellikle kararsız seçmenler üzerinde daha etkili olan siyasal propaganda aracı, televizyon olarak belirlenmiştir (Baltacı ve Eke, 2012, 125-126). Günümüzde ise sosyal medyanın siyasal propaganda aracı olarak kullanımı oldukça artmıştır (Karakulle ve Çakır, 2023, 28). Özkan-Davas (2021) tarafından yapılan bir araştırmada ise sosyal medyanın (Twitter, Facebook, Instagram, Youtube) etkili bir siyasal propaganda aracı olduğu ve seçmen davranışı üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Sosyal medyanın siyasal propaganda aracı olarak en önemli etkisinin gündem oluşturma olduğu ve bunun Twitter platformu üzerinden etkili bir şekilde gerçekleştirilebildiği ifade edilmiştir. Sosyal medyanın özellikle genç seçmen olmak üzere tüm seçmen gruplarındaki kararsızlar üzerinde etkili olduğu saptanmıştır.

#### *1.2.3.3.(b). Seçim Kampanyaları*

Siyasal seçim kampanyaları, ülke genelinde ya da belirli bölgelerde gerçekleştirilen seçimlerde, yasama organı üyeleri veya yerel yöneticileri belirlemeyi amaçlayan; siyasal partiler ya da milletvekili ve yerel yönetim adayları tarafından yürütülen, siyasal propaganda çalışmalarında kullanılan yöntem ve tekniklerin bütünüdür. (Aysel, 2011, 111). Diğer bir tanıma göre, siyasal seçim kampanyaları, siyasal partilerin ideolojilerini, programlarını ve adaylarını seçmenlere tanıtmak amacıyla yürütülen faaliyetlerin oluşturduğu süreci ifade etmektedir (Avcı, 2015b, 178-179).

Uztuğ'un belirttiğine göre (2004), siyasal kampanyaların gerçekleştirildiği iletişim araçları, seçmenler ile adaylar arasında bir bağın kurulmasına yardımcı olmaktadır. Seçim kampanyaları, sadece seçmen tercihlerini değiştirme ve pekiştirme özelliğine sahip olmakla kalmaz, aynı zamanda seçmenleri siyasal katılım davranışı sergilemeye teşvik eder. Siyasal aktörlerin seçmenlere tanıtımı seçim kampanyaları aracılığıyla gerçekleşirken, siyasi alandaki farklı görüşlerin seçmenler tarafından görülmesi, tartışılması ve bu değerlendirme sürecinin sonunda seçmen tercihlerinin ortaya çıkması mümkündür.

Seçim kampanyalarının seçmen tercihleri üzerindeki etkisiyle ilgili olarak 'şırınga modeli' ve 'rezonans modeli' olmak üzere iki modelden bahsedilebilir. Şırınga

modeline göre, seçim kampanyalarında kullanılan medya iletişim araçlarıyla seçmenlere enjekte edilen mesajlar, seçmenlerin siyasal tutum ve davranışlarının gelişimini etkiler ve seçmenler bu mesajların etkisi altında oy tercihlerini belirler. Rezonans modeli, şırınga modeliyle benzer görüşlere sahiptir ancak hazırlanan seçim kampanyalarının genel içeriğine ve bu kampanyaların uzun ve kısa vadeli etkilerine vurgu yapmaktadır (Filiz, 2019, 45).

Siyasal seçim kampanyaları, kararlı seçmene yönelik kampanyalar, kararsız seçmene yönelik kampanyalar ve ilgisiz seçmene yönelik kampanyalar olmak üzere üç grupta ele alınabilir (Aziz, 2007, 108). Bu gruplama, 'şekillenenler, yüzergezerler ve parti değiştirenler' olarak üç seçmen profiline paralel olarak ortaya çıkar. Şekillenen seçmenler, başlangıçta oy vermeye eğilimli olmayan ancak seçim kampanyalarının etkisiyle oy kullanmaya yönelenleri ifade eder. Yüzergezer seçmenler, başlangıçta başka bir partiye oy verme düşüncesiyle hareket eden ancak seçim kampanyalarının etkisiyle tekrar kendi partilerine oy veren seçmenleri gösterir. Son grupta kalan seçmenler ise seçim kampanyalarının etkisiyle başka bir partiye oy verebilen seçmenleri ifade eder (Karaçor ve Gözüm, 2012, 411-412).

Siyasal seçim kampanyalarının seçmen davranışı üzerindeki etkisiyle ilgili ilk çalışmalar 1940'lı yıllarda başlamış olup, bu çalışmalar günümüze kadar devam etmiştir ve ilgili alanlarda güçlü bir temel oluşturmuştur (Karakulle ve Çakır, 2023, 32-33). Bu araştırmalar, seçim kampanyalarının oy verme davranışı üzerinde doğrudan çok az etkisi olduğunu ortaya koymakla birlikte, seçmen davranışını temel olarak şekillendirici bir rol üstlenmek yerine pekiştirici bir nitelik taşıdığını göstermiştir (Karahan, 2009, 9-10). Ancak, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve teknolojik gelişmelerin ilerlemesiyle birlikte, günümüzde seçim kampanyalarının seçmen tercihleri üzerinde daha etkili olduğu görüşü de ortaya çıkmıştır (Özdemir ve Taşcıoğlu, 2023, 76).

#### *1.2.3.3.(c). Kitle İletişim Araçları*

Kitle iletişim araçlarının siyasal toplumsallaşma sürecindeki etkisi, özellikle 1970'lerden sonra öne çıkan bir araştırma alanı olmuş ve yapılan çalışmalar, bu araçların siyasal bilgi edinme, siyasal tutum geliştirme ve davranış belirleme süreçlerinde etkili bir rol oynadığını vurgulamıştır. Seçmenler, tercihlerini belirleme

aşamasında öncelikle siyasal partilerin programları ve seçim kampanyaları hakkında bilgi edinme ihtiyacını hisseder ve bu bilgiye genellikle kitle iletişim araçları aracılığıyla ulaşırlar (Göker ve Doğan, 2015, 164). Bu bağlamda, kitle iletişim araçları, siyasal toplumsallaşma sürecinde bireylerin siyasal tutum ve değerlerinin oluşumunda güçlü bir rol oynamaktadır, bu da araştırmalarda vurgulanmıştır (Aziz, 2007, 181). Kitle iletişim araçları toplumsallaştırma oluşumunun önem ihtiva edecek araçlarından olmasına karşın iletişim araçlarını diğer toplumsallaştırıcı araçlardan ayırtıran önemli farklılığı; aile, arkadaş ve okul çevresi gibi toplumsallaşma etki edecek araçların vatandaş nazarındaki etkisi vatandaşın iradesine bağlı olmamaktadır. Bu etki dışardan oluşmaktadır (Uluç, 2007, 92). Bu doğrultuda kitle iletişim araçlarının belirgin özelliği, seçmenlerin yayınlara karşı ilgi duyma ve açık olma algı sürecini güçlendirmesidir. Bu araçlar, bireyin siyasal toplumsallaşma sürecinde hem bilgilendirme sağlayarak siyasal algı ve tutumların gelişimine destek olmakta, hem de siyasal faaliyetlere katılımlarını teşvik etmektedir. Bu bağlamda, kitle iletişim araçlarının seçmen sayısında sayısal bir artışa neden olarak siyasal sisteme daha fazla ilgi ve istekle yaklaşılmasını mümkün kılabileceği söylenebilir (Filiz, 2019, 42). Kitle iletişim araçlarıyla ilgili olarak, seçmen davranışı üzerindeki etkisi hakkında iki teori öne çıkmaktadır. Bunlar, gündem kurma ve suskunluk sarmalı teorileridir. Gündem kurma teorisine göre, kitle iletişim araçlarının gündeminde öne çıkan ve sıkça tekrarlanan konular, izleyiciler tarafından daha fazla önemsenir. Bu nedenle, kitle iletişim araçları belirli bir gündem oluşturma amacını taşır. Suskunluk sarmalı teorisini ortaya atan Mc. Combs ve Shaw ise bireyin kişisel fikirlerinin, başkalarının ne düşündüğüne bağımlı olarak oluştuğunu öne sürer. Bireyler çevrelerini gözlemleyerek, kendi fikirlerinin toplum tarafından ne kadar benimsendiğini anlamaya çalışırlar. Bu süreçte kitle iletişim araçları önemli bir rol oynar (Kalender, 2005, 119-122).

Bu bağlamda, kitle iletişim araçları üzerinden oluşturulan kamuoyu kavramının, toplum içindeki mevcut düşünce ve görüşleri bireylere duyurarak, siyasal hayatın daha iyi anlaşılmasına ve bireylerin siyasal bilinçlenmesine katkı sağladığı belirlenmektedir (Dilber, 2012, 92-93). Bu nedenle, kitle iletişim araçlarının bu işlevlerini dikkate alarak, sunduğu siyasal bilgiler ve haberler aracılığıyla siyasal katılımı teşvik ettiği ve seçmenlerin oy tercihlerini belirleme sürecinde etkin bir rol oynadığı söylenebilir.

*1.2.3.3.(d). İkna Edici Mesaj Stratejileri*

Siyasal kampanya çalışmalarının temel amacı, mevcut görüşleri pekiştirmek, seçmenleri ikna etmek ve var olan görüşleri değiştirmektir. Bu hedeflere ulaşmak için kullanılan kampanya stratejilerinden biri, ikna edici mesaj stratejileridir. Bu stratejiler, yazılı, sözlü metin, görüntü, resim ve şekiller aracılığıyla iletilen bilgi, fikir veya haberden oluşur ve seçmen tercihini etkileme konusunda önemli bir rol oynar. Etkili ve ikna edici mesajlar, seçmenleri bir partiye motive edebilir, kararsız seçmenleri etkileyebilir ve partiye bağlı kişilerin görüşlerini güçlendirebilir (Taşmurat, 2019, 74). Örneğin, muhalefet pozisyonunda ya da yeni bir aday olarak seçime katılan bir kişi, iktidardaki adayla rekabet ediyorsa, seçmenlerin kanaatlerini değiştirmeyi hedefleyen ikna edici iletişim mesajları kullanılmalıdır (Balcı, 2006, 43).

Siyasal iletişim kampanyalarında kullanılan ikna edici tekniklerin temelinde strateji planlaması ve taktik uyarlaması bulunmaktadır. Kampanya stratejileri, siyasi kampanyanın detaylı bir şekilde formüle edilmesini içerir ve bu nedenle daha geniş bir kapsamı ifade eder. Taktik uyarlaması ise basın toplantılarında sorulan soruların cevapları, muhalefetle yapılan tartışmalar, toplantılar, kokteyller ve diğer etkinliklerde bulunmayı, konuşmalarda kullanılacak semboller gibi daha spesifik konuları içerir (Kalender, 2005, 128).

Farklı ikna çalışmalarına rağmen, stratejilerin hazırlanmasında değişmeyen ve sıklıkla kullanılan bazı teknikler bulunmaktadır. Mesaj tekrarı, kapıyı aralama, korku çekiciliği, mizah çekiciliği ve cinsel çekicilik gibi teknikler, siyasi iletişim etkinliklerinde seçmenleri etkilemeye yönelik dört temel mesaj stratejisinin ağırlıklı olarak kullanıldığını göstermektedir. Reklamcılık ve tanıtım alanlarında daha uygun olan cinsel çekicilik ve mizah çekiciliği, siyasi iletişim etkinliklerinde korku çekiciliği, kapıyı aralama ve mesaj tekrarı gibi tekniklerin daha etkili olduğu düşünülmektedir (Özkan, 2007, 138).

Korku çekiciliği tekniği, seçmenleri etkilemek amacıyla kullanılan bir ikna edici mesaj tekniğidir ve bireylerle ilgili önemli bir tehdidin ifade edilmesiyle korku oluşturmayı ve ardından uygun çözüm önerileri sunarak siyasi aktörü desteklemeye yönlendirmeyi amaçlar. Bu teknik, duygusal yönleri hedef alır ve korku uyandırarak belli bir davranışın sonucunda ortaya çıkabilecek zararları vurgular. Korku çekiciliği

genellikle rakip siyasi aktörlerin seçim kazanması durumunda mevcut durumun daha kötüye gideceği mesajını ileterek seçmenleri ikna etmeye çalışır. Bu strateji, seçmen davranışlarına odaklanarak ülkenin durumunun kötüleşeceği, temel hak ve özgürlüklerin kaybedileceği, ekonomik zararların oluşacağı ve birlik-beraberliğin bozulacağı gibi mesajları içerir. Özellikle güncel konulara odaklanarak, siyasi aktörün bu konulardaki etkilerinden bahsederek korku çekiciliği tekniği kullanılır (Öç, 2019, 107).

Bireylerin küçük bir talebi yerine getirmesiyle, daha sonra ileride istenecek daha büyük bir talebi karşılama olasılığı olduğunu savunan “Kapıyı Aralama Tekniği” (Foot in the Door “FITD”) ya da diğer adıyla “Azıcık Yap, Sonra İste” tekniği, siyasi iletişimde sıkça kullanılan bir ikna stratejisidir. Bu teknik, temelde davranışa odaklanarak bireylerin gerçekleştirdikleri bir davranışın ardından olumlu düşünce ve tutumlara sahip olmalarını ve bu olumlu tutumlar doğrultusunda başka bir davranışta bulunmalarını sağlamayı hedefler (Aliyeva, 2022, 121). Ayrıca, “Kapıyı Kapama Tekniği” olarak bilinen diğer bir teknikte, bireylere ilk başta kesinlikle reddedecekleri büyük bir talep yapılması ve daha sonra bu talebin derecesinin azaltılması esas alınır. Her iki tekniğin de temelinde, talebin mantıklı ve düşmanlık uyandırmayan bir niteliğe sahip olması önemlidir (Hogg ve Vaughan, 2011, 242)

Mesaj tekrarı tekniği, ikna sürecinde başarı elde etmek için iletilen mesajın sürekli olarak tekrar edilmesini temel alan bir stratejidir (Özkan, 2007, 138). Özellikle siyasi iletişim bağlamında, seçmenlerin davranışlarını etkilemek amacıyla gönderilen mesajların sıkça tekrar edilmesinin büyük bir etkisi bulunmaktadır. Bir mesajın belirli sınırlar içinde ne kadar sık tekrar edilirse, bu mesaj insanlar tarafından daha iyi algılanmakta, anlaşılmakta ve hafızalarda yer edinmektedir. Mesaj tekrarının etkileri genellikle algıda seçicilik prensipleri içinde işlemekte olup, algıda seçicilik, yönlendirmeye bir engel oluşturduğundan, tekrarlar seçmenlerin dikkatini çekmeyi ve davranışlarında değişim sağlamayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda mesaj tekrarı, mesajın unutulmasını önlemek ve henüz ulaşamayan kişilere de mesajı ulaştırmak amacı güder (Taşmurat, 2019, 76-77).

*1.2.3.3.(e). Kamuoyu Araştırmaları*

Kalender (2005) kamuoyu araştırmalarını, örneklemin elde edildiği evren hakkında genelleme yapmak amacıyla örnekleme yer alan bireylerden tarafsız, bilimsel ve bilgi toplama işlevi olarak tanımlanmaktadır. Bu tür araştırmaları amacı belli bir konu hakkında kamuoyunun genelinde hakim olan genel görüşü ve eğilimin belirlenmesi ve bunun kamuoyuna duyurulmasıdır (Göker ve Doğan, 2019, 685). Diğer bir ifadeyle, kamuoyu araştırmaları sadece halkın belirli bir konuda genel düşünce ve eğilimlerini belirlemekle kalmaz, aynı zamanda halkın bir konu hakkındaki istek ve taleplerini de iktidarın duymasını sağlamış olurlar (Filiz, 2019, 43-44).

Kamuoyu araştırmaları, siyasal açıdan, özellikle adaylar ve siyasal partiler için oldukça önemlidir. Bu tür araştırmalardan elde edilen bilgiler, seçim stratejilerini ve taktiklerini geliştirmek, seçim kampanyalarını hazırlamak için temel oluşturur. Seçmenlerin siyasal tutumları, adaylar, lider ve siyasal parti hakkındaki görüşleri, haber almak için en çok kullandıkları kitle iletişim araçları ve kendileri için önem arz eden ve oy tercihlerini etkileyecek olan konular, kamuoyu araştırmaları sayesinde ortaya çıkarılı ve siyasi partiler kampanyalarında bu bulgulardan faydalanırlar (Kalender, 2005, 96).

Seçmenler açısından, kamuoyu araştırmalarının seçmen tercihleri üzerinde doğrudan ve dolaylı etkileri olduğu belirtilmektedir. Kamuoyu araştırmalarının doğrudan etkisi, seçmenin güçlü olan gruba dâhil olma içgüdüleriyle hareket etme eğiliminden kaynaklanabilir. Bu bağlamda, kamuoyu araştırmalarının sonuçlarına hâkim olan seçmenler, çoğunluğun tercih ettiği partiye yönelik bir oy tercihi yapma eğilimindedirler. Dolaylı olarak ise, seçmen, sempaticanı olduğu partiye ait oyları bölmek adına kamuoyu araştırmalarının sonuçlarını dikkatle takip eder ve tercihini bu doğrultuda şekillendirebilir (Göker ve Doğan, 2015, 165).

Kamuoyu araştırmaları özellikle her seçim dönemi öncesinde oldukça fazla bir şekilde gündeme gelir ve seçmeler tarafından da takip edilir. Çelik (2022) araştırmasında seçmenlerin %35'inin kamuoyu araştırmalarını ciddi bir şekilde takip ettiğini, %30'unu ise bunlardan az da olsa haberdar olduğu bulgusuna erişmiştir. Bu durum seçmenlerin kamuoyu araştırmalarına ilgi gösterdiğini göstermektedir. Fakat kamuoyu araştırmalarına ilgi gösteriyor olmanın seçmenin tercihini etkileyip



etkilemediği konusu tartışmalıdır. Çalışmaların çoğunluğunda kamuoyu araştırmalarının seçmen tercihleri üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmış olsa da (Bektaş, 2018, 237; Çakır ve Biçer, 2015, 105; Çavuşoğlu ve Pekkaya, 2015, 109; Doğan ve Göker, 2010, 174-175) kamuoyu araştırmalarının seçmen tercihlerini etkilemediğini belirten çalışmalar da (Kalender, 2005, 103) bulunmaktadır. Tüm bu çalışmalar birlikte değerlendirildiğinde, kamuoyu araştırmalarının özellikle baraj atında kalma ihtimali olan partilere oy vermeyi düşünen seçmenlerin tercihi üzerinde etkili olduğu, parti aidiyeti olan seçmenlerde ise sadece oy verme motivasyonu üzerinde etkili olduğu ifade edilebilir. Ayrıca, 2017 yılında geçilen yeni sistem kapsamında uygulanan Cumhurbaşkanlığı Seçimleri için düşünülecek olursa kamuoyu araştırmalarının ilk turda seçilme ihtimali düşük olan adaya oy vermeyi düşünen seçmenlerin tercihi üzerinde etkili olabileceği de söylenebilir. Böyle bir durumda, kazanma ihtimali düşük olan seçmene oy vermeyi düşünen seçmenler kamuoyu araştırmalarının etkisi altında kalarak tercihlerini kazanma ihtimali yüksek olan seçmenden yana kullanabilirler.

### 1.3. Belediye Hizmetleri ve Seçmen Davranışı İlişkisi

Yerel yönetimler, günlük yaşamı doğrudan etkileyen kurumlar olmaları nedeniyle, vatandaş-devlet ilişkisinin en somut halini oluşturur ve demokratik sistemde vatandaşla doğrudan temas kurulan temel alanı teşkil eder. Özellikle büyükşehirlerde artan kentleşme, hizmet beklentilerinin çeşitlenmesi ve kamu kaynaklarının etkin kullanımı, belediyelerin sunduğu hizmetlerin siyasal sonuçlar üzerindeki etkisini belirginleştirmiştir; bu nedenle belediye hizmetlerinin seçmen davranışı üzerindeki etkisi yalnızca idari değil, aynı zamanda siyasal bir konudur. Bu bağlamda Türkiye'de özellikle 1980 sonrası dönemde yerel yönetimlerin hizmet kapasitesindeki artış, seçmenin belediyeye yönelik algısını ve siyasal davranışlarını daha belirgin hâle getirmiştir (Kalaycıoğlu, 2014: 584).

Yerel düzeyde seçmen davranışını etkileyen birçok faktör bulunmakla birlikte, belediye hizmetlerinin niteliği ve görünürlüğü bu faktörler arasında merkezi bir yer tutar. Seçmen, oy verme davranışını yalnızca partizan kimlik ya da ideolojik yakınlık üzerinden değil, aynı zamanda yaşadığı çevrede doğrudan deneyimlediği hizmetler üzerinden de şekillendirebilir. Özellikle ulaşım, altyapı, temizlik, sosyal yardım gibi

gündelik hayatı etkileyen hizmetler, seçmenin değerlendirme ölçütleri arasında ilk sıralarda yer alır (Eroğlu ve Avcı, 2020: 85).

Türkiye’de yapılan ampirik araştırmalar, belediyelerin sunduğu hizmet kalitesi ile seçmen davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunduğunu ortaya koymuştur. Örneğin, Çanakkale Belediyesi örneğinde yürütülen çalışmada, hizmet kalitesine ilişkin seçmen algısının oy tercihi üzerinde doğrudan etkili olduğu belirlenmiştir. Çalışmada özellikle vergilendirme ve hizmet sunumunun etkinliğinin seçmen tercihlerine yön verdiği ifade edilmektedir (Eroğlu ve Avcı, 2020:89).

Belediye hizmetleri ve seçmen davranışlarıyla ilişkisi açısından, hizmetlerin etkisi ile yerel yönetim birimlerine büyük oranda görevler düşmektedir. Hangi belediye, hizmeti daha etkili, verimli düzeyde gerçekleştirecekse görevin o belediyeye verilmesi, gerektiğinde büyükşehir belediyelerinin alt belediye yerine geçerek hizmeti ifa edebilmesi gerekmektedir. Büyükşehir belediyesince alt belediyelere yapılacak mali yardımların proje belirterek bütçede yer alması, kaynaklar temin edilmesi gerekmektedir. Ayrıca yerel yönetim birimlerinin mahalle bilincini fiiliyata geçirecek önlemler alması, imar planlarını toplumun sahip olduğu değerleri göz önüne alarak yapması, toplumsal sorunların çözümünde etkinlik ve verimliliğin artabilmesi için dernek, vakıf, özel sektör gibi paydaşların, yerel yönetim birimleriyle iş birliği içinde olması önem arz etmektedir (Çelik, 2019: 2029).

Hizmetlerin seçmen davranışı üzerindeki etkisi yalnızca teknik içerikleriyle sınırlı değildir; aynı zamanda bu hizmetlerin nasıl sunulduğu, kamuoyuna ne şekilde aktarıldığı da belirleyici olabilmektedir. Seçmen, yalnızca fiziksel bir yol yapımına değil, bu hizmetin ne zaman, hangi bütçeyle ve hangi yöntemle gerçekleştirildiğine dair bilgiye erişimini de dikkate alır. Bu çerçevede şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri ön plana çıkmaktadır (Turna ve Polat, 2024: 162).

Belediye hizmetleriyle ilişkisi bağlamında, Kahraman Usta (2021) planlı kentleşme süreçleri ve imar kararlarının yalnızca mekânsal dönüşüm yaratmakla kalmayıp, aynı zamanda kentsel rantı şekillendirerek belirli gruplara ekonomik avantaj sağladığını belirtmektedir. Şanlıurfa örneğinde yapılan analizler, belediye hizmetleri ve altyapı yatırımlarının arsa değerleri üzerindeki etkisini ortaya koymuş; bu ekonomik faydaların yerel siyasi dinamikler ve seçmen davranışları üzerinde önemli

yansımaları olduğu vurgulanmıştır. Hizmetlerin eşit dağıtılmaması ya da bazı mahallelerin dışlanması, seçmenlerin belediyeye olan desteğini olumsuz etkileyerek siyasal tercihlerini değiştirebilir.

Seçmen davranışı, aynı zamanda mekânsal ve sosyoekonomik farklıklar çerçevesinde de çeşitlenmektedir. Büyükşehir merkezlerinde yaşayan seçmenlerin öncelikleri ile kırsal alandaki bireylerin hizmete yükledikleri anlamlar farklılık gösterebilir. Kent merkezinde çevre düzenlemesi, otopark, kültürel hizmetler gibi detaylara ağırlık verilirken, kırsal bölgelerde kanalizasyon, yol ve su hizmetleri gibi temel altyapı çalışmaları daha belirleyici olabilmektedir (Eroğlu ve Avcı, 2020: 87). Bu durum, belediyelerin bölgesel stratejiler geliştirerek seçmenin hizmet beklentisine uygun politikalar üretmesini zorunlu kılmaktadır.

Ayrıca, kamu hizmetlerinin seçmen davranışı üzerindeki etkisi çoğu zaman “politik liderlik” ve “aday imajı” gibi kişisel faktörlerle de iç içe geçmektedir. Karaman örneğinde yapılan bir araştırmada, seçmenin hizmet kalitesine dair olumlu ya da olumsuz kanaatlerinin, adayın kişisel özellikleriyle birlikte değerlendirildiği görülmüştür (Okur Çakıcı ve Doğanay, 2019: 786). Bu bağlamda, belediye başkan adayının yerel halkla kurduğu iletişim ve liderlik özellikleri, hizmetlerin teknik yeterliliği kadar belirleyici olabilmektedir.

Uluslararası literatürde de yerel hizmetlerin seçmen davranışı üzerindeki etkisi önemli bir tartışma alanı oluşturmaktadır. Türkiye’de seçmen davranışının, partizan kimliğe rağmen yerel düzeydeki hizmet performansına duyarlı olduğunu vurgular. Buna göre, seçmen kimi durumlarda ulusal tercihlerinden bağımsız olarak yerel adayın hizmet üretim kapasitesini dikkate alarak oy verebilmektedir (Kalaycıoğlu, 2014: 595).

Benzer şekilde, kamu harcamalarının bölgesel dağılımı üzerine yapılan mekânsal analizlerde, belirli coğrafi bölgelere yönlendirilen kamu hizmetlerinin, bu bölgelerdeki oy oranlarını etkilediği yönünde ampirik bulgulara ulaşılmıştır. Türkiye’de kamu harcamalarının mekânsal dağılımı ile seçmen davranışı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada, kamu harcamalarının seçmen tercihlerini yönlendirmek amacıyla stratejik olarak belirli bölgelere kaydırıldığını göstermektedir. Araştırmacılar, seçim öncesi dönemlerde yapılan yatırım ve harcama yoğunluğunun,

iktidar partisine yönelik oy artışıyla örtüştüğünü vurgulamaktadır (Tuncer ve Sağdıç, 2017: 327).

Sonuç olarak, belediye hizmetleri ile seçmen davranışı arasındaki ilişki çok boyutlu, karşılıklı ve dinamik bir yapı göstermektedir. Seçmenler, yerel kamu hizmetlerini değerlendirirken yalnızca teknik niteliğine değil; aday profili, siyasi bağlılık, bilgiye erişim, mekânsal farklılıklar ve hizmetlerin sürekliliği gibi çeşitli unsurları da göz önünde bulundurmaktadır. Bu durum, yerel yöneticilerin sadece hizmet üretmekle kalmayıp, hizmetleri etkili şekilde planlaması, sunması ve kamuoyuna aktarması gerektiğini ortaya koymaktadır. Seçmen davranışını açıklamada kullanılan önemli yaklaşımlardan biri olan rasyonel tercih kuramı, bireylerin oy verme kararlarını maliyet-fayda hesaplamalarına dayandırır. Buna göre seçmen, kendisine en fazla faydayı sağlayacak parti veya adayı tercih eder. Bu bağlamda, belediye hizmetlerinin kalitesi, erişilebilirliği ve sürekliliği seçmenin algıladığı faydayı etkileyerek oy tercihlerini şekillendirir. Belediye hizmetlerinin niteliği kadar, bu hizmetlerin siyasal alandaki temsili ve seçmenle kurulan ilişki biçimi de yerel seçimlerin sonucunu belirleyen temel unsurlardandır. Bu doğrultuda, belediye hizmetlerinin seçmen davranışı üzerindeki etkisi yalnızca teknik bir değerlendirme değil; algı, iletişim, mekân, kimlik ve rasyonel hesaplamaları da kapsayan çok katmanlı bir yapı olarak ele alınmalıdır.

### **1.3.1. Türkiye’de Belediyeler ve Belediye Hizmetlerinin Tarihsel Gelişimi**

Türkiye’de belediyeçilik, köklü bir tarihsel geçmişe sahiptir. Bu gelişim süreci genel olarak Cumhuriyet Dönemi (1923 ve sonrası) ile 2005 sonrası dönem olmak üzere iki aşamada incelenebilir. Her bir dönem, belediyelerin yapısı, işleyişi ve görev alanları bakımından farklı özellikler göstermekte olup, iki ana başlık altında detaylı bir biçimde ele alınacaktır.

#### *1.3.1.1. Cumhuriyet Dönemi (1923 ve Sonrası) Belediyeçilik*

Osmanlı İmparatorluğu'nun dağılmasından sonra, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulduğu bölgede yaklaşık 400 belediye bulunmaktaydı. 1876'da kabul edilen Teşkilat-ı Esasiye Kanunu, belediyelerin seçimle gelen meclisler tarafından yönetilmesini ve bu yönetim esaslarının kanunlarla düzenlenmesini öngörmekteydi. Buna paralel olarak, İstanbul ve taşra için olmak üzere iki ayrı kanun çıkarılmıştır.

Daha sonra, 1912'de İstanbul için geçici olarak kabul edilen Dersaadet Teşkilat-ı Belediyesi Hakkında Kanun, 1930'a kadar yürürlükte kalmıştır. 1930'lara kadar olan dönemde Ankara, belediye yönetimi açısından bir model olarak kullanılmıştır. İstanbul Şehremaneti'nden esinlenerek Ankara Şehremaneti kurulmuştur. Ankara Şehremini, İçişleri Bakanı tarafından atanmakta olup, bütçesi Meclis tarafından onaylanmaktadır. Bu düzenleme, 1930 yılına kadar 1580 Sayılı Belediye Kanunu çıkana kadar geçerliliğini korumuştur (Beyazyıldız, 2010, 30).

1580 Sayılı Belediye Kanunu, belediyeyi, belde sakinlerinin ortak ve medeni ihtiyaçlarını düzenleyen ve idare eden bir tüzel kişi olarak tanımlamıştır. 1930 yılında 492 olan belediye sayısı, 1960'a gelindiğinde 995'e yükselmiştir. İl ve ilçe merkezlerinde belediye örgütünün kurulması, nüfusun büyüklüğüne bakılmaksızın zorunlu hale getirilmiştir. Ülkedeki belediyelerin yapacağı hizmetler, belirli kanunlarla sınırlandırılmıştır (Atar, 2018, 25).

1580 Sayılı Belediye Kanunu'nun 15. maddesi, belediyelerin temel görevlerini belirtmektedir. Bu görevler arasında, güncel durum haritaları yapmak, yapı ruhsatı vermek, sokak ve meydanları düzenlemek, su sağlamak ve temizlemek, kanalizasyon sistemlerini kurmak, hayvan kesim yerlerini düzenlemek, halk için tuvaletler inşa etmek, temizlik ve düzeni sağlamak, yiyecek-içecek yerlerini denetlemek, sağlık standartlarını belirlemek, yangın önlemleri almak, tiyatro ve sinemaların güvenliğini sağlamak gibi maddeler bulunmaktadır (Tokgöz, 2017, 47-48).

1580 Sayılı Belediye Kanunu'na göre, belediye tüzel kişiliğinin organları arasında, belediye meclisi, belediye encümeni ve belediye başkanı yer almaktadır (Resmi Gazete, 14.04.1930). Belediye meclisi, belediyenin en üst karar organı olup halk tarafından seçilir ve yılda üç kez toplanır. Belediye encümeni, belediyenin karar organlarından biridir ve danışma görevi de vardır. Encümen üyeleri arasında, seçimle gelen üyeler ve doğal üyeler bulunmaktadır (Bektaş, 2021, 335).

1580 Sayılı Belediye Kanunu'na göre, belediye başkanı, belediyenin yürütme organının başı olarak bir dizi önemli görevi yerine getirir. Bu görevler arasında, belediyenin genel yönetimine ilişkin kanunları, tüzükleri ve yönetmelikleri yayınlama ve uygulama, belediye kolluk görevlerini yerine getirme, belediye meclisi ve encümen kararlarını uygulama, yerel işleri yönetme, belediyenin mallarını ve gelirlerini

yönetme, sözleşmeler yapma, mahkemelerde belediye tüzel kişiliğini temsil etme ve belediye bütçesinin yönetiminden sorumlu olma gibi görevler bulunmaktadır (Resmi Gazete, 14.04.1930).

1580 Sayılı Belediye Kanunu'na göre, belediye başkanı, belediyenin bütçesini hazırlar, gelir-gider durumunu inceler, kamulaştırma kararları alır, beklenmeyen harcamaları belirler, taşıt araçları ücret tarifelerini belirler ve belediye memurlarının işe alınması, terfi ettirilmesi veya cezalandırılması gibi konularda karar verir (Resmi Gazete, 1930). 1963 yılına kadar, belediye meclisleri, belediye başkanlarını kendi üyeleri arasından veya dışardan seçebilme yetkisine sahipti (Çiçek vd., 2018, 460). Bu yıllarda valilik ve belediye başkanlığı makamları birbirine bağlıyken, 1948'de Ankara'da ve 1954'te İstanbul'da, valilik ve belediye başkanlığı makamları birbirinden ayrılmıştır (Tortop vd., 2008, 333).

1963 yılına kadar, belediye meclisleri, başkanları kendi üyeleri arasından veya dışarıdan seçebiliyorlardı ve seçilen başkanın göreve başlaması, vesayet organlarının onayına bağlıydı. Ancak, 1961 Anayasası'na uyum sağlamak için 1580 Sayılı Belediye Kanunu'nda değişiklikler yapıldı. Bu değişikliklerle, belediye başkanının tek dereceli seçimle ve halk tarafından seçileceği belirtildi. Ayrıca, belediye başkanının yetkilerini dengelemek için belediye meclisine gensoru ve yetersizlik kararı verebilme yetkisi tanındı (Tortop vd., 2008, 333).

1580 Sayılı Belediye Kanunu'nun 61. maddesinde yapılan değişikliklerle, belediye meclisi üyeleri, herhangi bir konuda gensoru verme yetkisine sahip oldu. Gensoru önergesi, meclis üye tam sayısının çoğunluğu tarafından kabul edilirse, belediye başkanı veya atadığı kişiye 3 tam gün içinde cevap verme hakkı tanınır. Ancak, cevap meclis üye tam sayısının 2/3 çoğunluğu tarafından yetersiz görülürse, yetersizlik kararı alınır ve bu karar mahallin en büyük mülkiye amirine gönderilir. Vali, Danıştay'a başvurarak karar verir (Beyazyıldız, 2010, 44).

1982 Anayasası, büyük yerleşim yerlerinde özel yönetim biçimlerinin getirilebileceğini belirtmiştir. 2972 Sayılı Yerel Seçimlerle İlgili Kanun, birden fazla ilçenin bulunduğu illerde Büyükşehir Meclisi ve ilçelerde İlçe Belediye Meclisi oluşturulmasını öngörmüştür. Bu düzenlemeyle, büyükşehir ve ilçe belediyeleri için ayrı başkanlar seçilmesi ilkesi getirilmiştir. İstanbul, Ankara ve İzmir gibi birden fazla

ilçenin bulunduğu iller, Büyükşehir statüsünü almıştır (Yetkin, 2020, 5-6). 1984 yılında, yerel seçimlerle ilgili kanun hükmünde bir kararname ile düzenlemeler yapılmış ve daha sonra 3030 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu çıkarılmıştır. Günümüzde Türkiye’de 30 büyükşehir belediyesi bulunmaktadır.

Büyükşehir belediyelerinin görevleri, yerel hizmetlerin finansmanını sağlamak, planlama, yolların yapımı, bakımı ve onarımı, çevrenin korunması, parklar ve dinlenme alanlarının oluşturulması, ekonomik ve toplumsal hizmetlerin sağlanmasıdır. Büyükşehir düzeyinde görevler arasında yatırım planlarının hazırlanması, finansmanın sağlanması, nazım planların oluşturulması, meydanlar, yollar ve sokakların yapılması, çevre sağlığının korunması, su, kanalizasyon, havagazı, özeysel ısıtma ve kamu ulaşımı gibi hizmetlerin sağlanması bulunmaktadır (Kayan, 2015, 205-209).

#### *1.3.1.2. 2005- Sonrası Dönemi Belediyecilik*

03 Temmuz 2005 tarihinde 5393 Sayılı Belediye Kanunu yürürlüğe girmiştir. Bu kanun, belediyelerin kuruluşunu, organlarını, yönetimini, görevlerini, yetkilerini ve sorumluluklarını düzenlemeyi amaçlamıştır. Ayrıca, hizmetlerin etkili, verimli ve ekonomik bir şekilde yürütülmesini ve kaynak israfının önlenmesini hedeflemiştir. Kanun, il ve ilçe merkezleri dışında belediye kurulması için gereken nüfus sayısını 2000'den 5000'e çıkarmıştır. Böylelikle, belediyelerin faaliyetlerinin daha etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca, içme ve kullanma suyu havzaları ile sit ve diğer koruma alanlarının korunmasını güçlendirmek adına “5000 metreden daha yakın belediye kurulamayacağı” hükmü getirilmiştir (Urhan, 2008, 90).

Belediyenin görev ve sorumlulukları 5393 Sayılı Kanun'un 14. maddesinde belirtilmiştir. Önceki 1580 Sayılı Kanun'da belediyenin görevleri 81 maddede detaylı olarak sıralanırken, 5393 Sayılı Kanun'da belediyenin görevleri genel olarak iki madde ile belirtilmiştir. Buna göre, belediyeler, “mahalli müşterek nitelikte olmak” şartıyla şu hizmetleri sağlar veya sağlar (Resmî Gazete, 17.07. 2005):

a) İmar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi kentsel alt yapı hizmetleri; coğrafi ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık hizmetleri; zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans hizmetleri; şehir içi trafik düzenlemeleri; defin ve mezarlık hizmetleri; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar hizmetleri; konut

hizmetleri; kültür ve sanat, turizm ve tanıtım, gençlik ve spor hizmetleri; sosyal hizmet ve yardım, nikah, meslek ve beceri kazandırma hizmetleri; ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetleri. Büyükşehir belediyeleri ile nüfusu 50.000'i geçen belediyeler, kadınlar ve çocuklar için koruma evleri açar.

b) Devlete ait okul binalarının inşaatı ile bakım ve onarımını yapabilir veya yaptırabilir; her türlü araç, gereç ve malzeme ihtiyaçlarını karşılayabilir; sağlıkla ilgili her türlü tesisi açabilir veya işletebilir; kültür ve tabiat varlıkları ile tarihi dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekanların ve işlevlerinin korunmasını sağlayabilir; bu amaçla bakım ve onarımını yapabilir, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa edebilir. Ayrıca, öğrencilere ve amatör spor kulüplerine malzeme sağlar ve gerekli desteği sağlar, amatör spor karşılaşmaları düzenler, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan sporculara belediye meclisi kararıyla ödül verebilir. Gıda bankacılığı yapabilir.

5393 Sayılı Kanun'un 76. maddesinde tanıtılan kent konseyi uygulaması, kent yaşamında çeşitli alanlarda faaliyet gösteren bir kurumdur. Kent konseyi, kent vizyonunun ve hemşerilik bilincinin geliştirilmesi, kentin hak ve hukukunun korunması, sürdürülebilir kalkınma, çevreye duyarlılık, sosyal yardımlaşma ve dayanışma, saydamlık, hesap sorma ve hesap verme, katılım ve yerinden yönetim ilkelerini hayata geçirme amacıyla faaliyet gösterir. Kent konseyi, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, sendikalar, noterler, varsa üniversiteler, ilgili sivil toplum örgütleri, siyasi partiler, kamu kurum ve kuruluşları ve mahalle muhtarlarının temsilcileri ile diğer ilgililerin katılımıyla oluşur. Belediyeler, kent konseyinin faaliyetlerini etkili ve verimli bir şekilde yürütülmesine yardımcı olmakla yükümlüdür. Kent konseyinin kararları, belediye meclisinin ilk toplantısında gündeme alınarak değerlendirilir (Şahyar-Akdemir, 2020, 36-37).

Belediyelere sağlık, eğitim, spor, çevre, sosyal hizmet ve yardım, kütüphane, park, trafik, kültür hizmetleri ile yaşlılara, kadınlara, çocuklara, özürllülere, yoksul ve düşkünlere yönelik hizmetlerde gönüllü katılımı teşvik etme yetkisi veren 77. madde de Kanunun getirdiği önemli düzenlemelerden biridir. Bu madde ile belediyeler, beldede dayanışma ve katılımı sağlamak, hizmetlerde etkinlik, tasarruf ve verimliliği



artırmak amacıyla gönüllü kişilerin katılımına yönelik programlar uygulayabilirler (Resmî Gazete, 13.07.2005).

Türkiye'deki tüm belediyeler 5393 Sayılı Belediye Kanunu'na tabiyken, büyükşehir belediyeleri ayrıca 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'na da tabidir. 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, 23 Temmuz 2004 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kanun, büyükşehir belediyesinin hukuki statüsünü düzenlemeyi ve hizmetlerin planlı, programlı, etkin, verimli ve uyum içinde yürütülmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Büyükşehir sınırları içindeki belediyeleri ve büyükşehir belediyesini kapsar (Köken, 2016, 3512).

5216 Sayılı Kanun, önceki 3030 Sayılı Kanun'dan farklı olarak büyükşehir belediyelerinin kurulmasını yeni prensiplere bağlamıştır. Örneğin, 3030 Sayılı Kanun'a göre büyükşehir belediyesi kurulabilmesi için kent sınırları içinde birden fazla ilçenin olması yeterliyken, 5216 Sayılı Kanun'a göre en az üç ilçeyi veya ilk kademe belediyeleri içermesi ve belediye sınırları içinde bulunan ve bu sınırlara en fazla 10.000 metre uzaklıktaki yerleşim birimlerinin toplam nüfusunun 750.000'den fazla olması gerekmektedir. Ayrıca, fiziki yerleşim durumu ve ekonomik gelişmişlik düzeyleri de dikkate alınmaktadır (Kayan, 2015).

5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'nun 7. maddesine göre, büyükşehir belediyesi sınırlarındaki yetkiler, büyükşehir belediyesi ile büyükşehir ilçe belediyeleri arasında paylaşılmıştır. 6360 sayılı Kanun ile birlikte, tüm büyükşehir belediyelerinin görev alanı il mülki sınırlarına genişletilmiştir. Büyükşehir belediyesinin görevleri, yetkileri ve sorumlulukları şunlardır (Resmî Gazete, 13.07.2004):

- İlçe belediyelerinin görüşlerini alarak büyükşehir belediyesinin stratejik planını, yıllık hedeflerini, yatırım programlarını ve buna uygun olarak bütçesini hazırlamak,
- Çevre düzeni planına uygun olmak kaydıyla, büyükşehir belediye ve mücavir alan sınırları içinde 1/5.000 ile 1/25.000 arasındaki her ölçekte nazım imar planını yapmak, yaptırmak ve onaylamak; büyükşehir içindeki belediyelerin hazırlayacakları uygulama imar planlarını onaylamak ve uygulamasını denetlemek,

- Büyükşehir belediyesinin yetki alanındaki imar planlarını, parselasyon planlarını ve imar uygulamalarını yapmak, ruhsatlandırmak,
- Büyükşehir belediyesinin işlettiği alanlardaki işyerlerine ruhsat vermek ve denetlemek,
- Arsa ve konut üretimiyle kentsel dönüşüm ve gelişim alanlarına ilişkin yetkileri kullanmak,
- Ulaşım ana planını yapmak veya yaptırmak ve uygulamak; ulaşım ve toplu taşıma hizmetlerini planlamak ve koordinasyonunu sağlamak; araç park yerleri tespit etmek ve işletmek,
- Büyükşehirin bütünlüğüne hizmet eden sosyal donatılar, parklar, müzeler, spor tesisleri ve benzerlerini yapmak, işletmek,
- Coğrafi ve kent bilgi sistemlerini kurmak,
- Çevrenin, tarım alanlarının ve su havzalarının korunmasını sağlamak; atık yönetim planını yapmak, katı atıkların toplanması ve bertaraf edilmesi hizmetlerini yürütmek,
- Birinci sınıf gayrisihhi müesseseleri ruhsatlandırmak ve denetlemek, yiyecek ve içecek maddelerinin tahlillerini yapmak üzere laboratuvarlar kurmak ve işletmek,
- Zabıta hizmetlerini yerine getirmek,
- Yolcu ve yük terminalleri, otoparklar yapmak, işletmek,
- Sürdürülebilir kalkınma ilkesine uygun olarak çevrenin korunmasını sağlamak,
- Sağlık, eğitim ve kültür hizmetleri için bina ve tesisler yapmak ve bakımını sağlamak,
- Kültür ve tabiat varlıklarının korunmasını sağlamak, bakım ve onarım yapmak,
- Toplu taşıma hizmetlerini yürütmek ve bu amaçla gerekli tesisleri kurmak,
- Su ve kanalizasyon hizmetlerini yürütmek, baraj ve diğer tesisleri kurmak,
- Afet planlamalarını büyükşehir ölçeğinde yapmak, diğer afet bölgelerine yardım etmek,
- İtfaiye ve acil yardım hizmetlerini yürütmek,
- Hafriyat toprağı, moloz, kum ve çakıl depolama alanlarını belirlemek,
- Gıda ile ilgili işyerlerini ruhsatlandırmak ve denetlemek,

- Merkezi ısıtma sistemleri kurmak,
- Altyapı ve ulaşım hizmetlerinin koordinasyonunu sağlamak.

### 1.3.2. Belediyelerin İşlevleri ve Hizmet Alanları

Türkiye'de belediyeler, yerel yönetimin temel taşlarından birini oluşturur. Kentlerin sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan gelişimine katkıda bulunurlar ve toplumun yaşam kalitesini artırmak için çeşitli hizmetler sunarlar. Belediyelerin işlevleri, geniş bir yelpazede yer almaktadır ve yerel ihtiyaçların karşılanması, kentsel altyapının geliştirilmesi, çevrenin korunması, kültürel etkinliklerin düzenlenmesi ve daha fazlasını içerir (Gönüllü, 2022, 130).

Belediyelerin en temel işlevlerinden biri, kentlerin altyapısını sağlamaktır. Su, kanalizasyon, elektrik, doğalgaz gibi temel altyapı hizmetleri belediyeler tarafından yönetilir ve bakımı yapılır. Bu hizmetler, kent sakinlerinin günlük yaşamlarını sürdürebilmeleri için elzemdir ve belediyelerin sorumluluk alanlarından biridir (Efşan ve Yılmaz, 2021, 101).

Ayrıca, belediyeler trafik ve ulaşım yönetimi konusunda da önemli bir rol oynarlar. Yolların bakımı, trafik sinyallerinin kurulması, toplu taşıma hizmetlerinin düzenlenmesi gibi konular belediyelerin işlevleri arasındadır. Bu hizmetler, kent içi ulaşımın düzenli ve güvenli olmasını sağlar ve kentlerin sakinlerinin günlük yaşamlarını kolaylaştırır (Çelikbaş ve Doğan, 2015, 61).

Belediyeler aynı zamanda çevre koruma ve temizlik hizmetlerini de yönetirler. Çöp toplama, geri dönüşüm programları, yeşil alanların bakımı gibi faaliyetler, kentlerimizin çevresel sürdürülebilirliğini sağlamak için belediyeler tarafından yürütülür. Bu hizmetler, kentlerimizin temiz ve sağlıklı bir çevrede yaşamasını sağlar ve toplumun genel refahını artırır (Bozkurt ve Aslan, 2021, 41-42).

Kültürel etkinliklerin düzenlenmesi ve kentlerin kültürel miraslarının korunması da belediyelerin işlevleri arasındadır. Konserler, sergiler, festivaller gibi etkinlikler, belediyeler tarafından organize edilir ve kentlerimizin kültürel yaşamına renk katar. Ayrıca, tarihi binaların restorasyonu ve korunması gibi çalışmalar da belediyelerin sorumlulukları arasındadır (Pekin, 2018, 54-57).

Belediyeler ayrıca sosyal hizmetlerin sunulmasında da önemli bir rol oynarlar. Engellilere destek programları, yaşlı bakım hizmetleri, kreş ve çocuk bakım merkezleri gibi sosyal hizmetler belediyeler tarafından yönetilir ve kentlerimizin sosyal dengesini korur (Nergiz, 2011, 327-328).

Sonuç olarak, Türkiye'deki belediyeler, kentlerin yaşam kalitesini artırmak ve toplumun ihtiyaçlarını karşılamak için çeşitli işlevleri yerine getirirler. Altyapı hizmetlerinden çevre koruma ve kültürel etkinliklere kadar geniş bir yelpazede faaliyet gösteren belediyeler, kentlerin gelişimine ve refahına katkıda bulunurlar. Bu nedenle, belediyelerin etkin bir şekilde yönetilmesi ve hizmetlerin etkili bir şekilde sunulması, Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınması için hayati öneme sahiptir.

### **1.3.3. Belediye Hizmetlerinin Sınıflandırılması**

Belediyelerin yerel hizmetleri, 2012'de yapılan değişikliklerle birlikte il ve ilçe belediyeleri için 5393 sayılı Belediye Kanunu, büyükşehir belediyeleri için ise 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu kapsamında sunulmaktadır. Türkiye'de, belediye hizmetlerinin sınıflandırılması konusunda çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalar (Kavas, 2017; Koyuncu, 2014; Nergiz, 2011) birlikte değerlendirildiğinde belediye hizmetleri, kent planlama hizmetleri, kent alt yapı hizmetleri, iskân hizmetleri, çevre koruma hizmetleri, kent içi trafik ve ulaşım hizmetleri, kamu düzeni ve güvenlik hizmetleri, kamu sağlığı hizmetleri, eğitim kurumlarına destek hizmetleri, turizm, kültür ve sanat hizmetleri, sosyal yardım hizmetleri ve diğer belediye hizmetleri şeklinde sınıflandırılabilir.

#### *1.3.3.1. Kent Planlama Hizmetleri*

5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun 14. Maddesi, belediyelerin hizmet alanı içinde düzensiz yapılaşmayı ve çarpık kentleşmeyi önlemeyi, kaynakların etkin, verimli ve sürdürülebilir kullanımını sağlamayı, vatandaşlar başta olmak üzere yöneticiler, çalışanlar ve ilgililere yönlendirici ve bilgilendirici nitelikte her türlü planı yapmayı ve programları hazırlamayı içerir. Belediye başkanları, yerel seçimlerin ardından altı ay içinde stratejik planı, yılbaşından önce de performans programını hazırlamak zorundadır. Nüfusu 50 bin ve üzerinde olan belediyeler için stratejik planlama yapma zorunluluğu bulunmaktadır (Şahin-İpek ve Akman, 2019, 362).

Büyükşehir belediyeleri, il belediyesi dışında genişletilen ve ilin tamamını kapsayan hizmet alanına sahiptir. Bu belediyeler, çevre düzeni planına uygun her ölçekte nazım imar planını yapma, yaptırma ve onaylama yetkisine sahiptir. Ayrıca, yıllık hedeflerini belirleme, stratejik planlama çalışmalarını yürütme, yatırım programlarını hazırlama ve katı atık yönetim planlarını oluşturma görevleri vardır. Büyükşehir belediyeleri, ilçe belediyelerinin planlarını onaylar, uygular ve denetler. Ayrıca, proje, yapım, bakım ve onarım işleriyle ilgili her ölçekteki imar ve parselasyon planlarını hazırlar, ruhsatlandırma işlemlerini yapar ve uygular. Ulaşım ana planını yapar veya yaptırır, ulaşım ve toplu taşıma hizmetlerini planlar. Büyükşehir belediyeleri, il düzeyinde hazırlanan tüm planlara uygun doğal afetlere ilişkin planları yapar ve diğer hazırlıkları yapar. İlçe belediyelerinin talepleri doğrultusunda, afet riski altındaki binaların tahliyesi ve yıkımı gibi konularda ilçe belediyelerine destek sağlar (Kavas, 2017, 128).

Sonuç olarak, büyükşehir, ilçe veya il belediyeleri, kentsel planlama hizmetleri kapsamında kentlerin fiziksel ve mekânsal gelişimini belirli bir plan veya düzen içinde şekillendirme sorumluluğuna sahiptir denilebilir.

#### *1.3.3.2. Kent Altyapı Hizmetleri*

Kentsel altyapı hizmetleri, kentlerin sağlıklı bir şekilde gelişmesini ve sakinlerinin temel ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlamak için önemli bir bileşendir. Bu hizmetler, üstyapıyı şekillendiren kent planlarıyla uyumlu olarak yerel ve ortak nitelikli su, kanalizasyon, ulaşım ve iletişim gibi çeşitli altyapı ihtiyaçlarını karşılamak için belediyeler tarafından yerine getirilmelidir (Çelik-Efşan ve Yılmaz, 2021, 103). Belediyeler, 5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun 14. Maddesine göre, mücavir alan sınırları içindeki yolların, cadde ve sokakların yapımı, bakımı ve onarımı; su ve kanalizasyon sistemlerinin kurulumu ve bakımı; atık su ve yağmur suyunun uzaklaştırılması için gerekli tesislerin kurulması ve işletilmesi gibi görevlerden sorumludur. Ayrıca, katı atık toplama ve bertarafı gibi hizmetler de belediyelerin sorumlulukları arasındadır (Resmi Gazete, 13.07.2005).

Büyükşehir belediyeleri, 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 7. maddesi gereğince, kendi görev sahalarında bulunan meydanlar, bulvarlar, cadde ve ana yolların yapımını ve bakımını üstlenirler. Ayrıca, aydınlatma hizmetleri, temizlik

ve karla mücadele gibi hizmetleri de yürütmekten sorumludurlar. Büyükşehir belediyeleri, kentsel altyapıyı destekleyen projelerin uygulanması için cadde, bulvar, meydan gibi yerlere yönelik düzenlemeler yaparlar ve ilan veya reklam yerlerinin belirlenmesi gibi görevleri üstlenirler (Resmî Gazete, 23.07.2004).

İl belediyeleri ve büyükşehir/büyükşehir ilçe belediyeleri, hizmet alanları içinde parklar, bahçeler, kaldırımlar, meydanlar üzerindeki havuzlar gibi ortak kullanım alanlarının bakımını yaparlar. Ayrıca, katı atık ve arıtma tesisleri için teknik altyapı kurulumunu sağlar ve düzenli olarak bu tesisleri denetlerler. Yol yapımı, kaldırım ve asfalt onarımı, trafik sinyalizasyonu, aydınlatma bakımı gibi hizmetler de yine bu belediyelerin sorumlulukları arasındadır. Bina cephelerinde yapılan değişiklikler ve özel aydınlatma hizmetleri de kentsel altyapı hizmetleri kapsamında değerlendirilir. Ayrıca, nüfusu 10.000'i aşan belediyeler ile büyükşehir belediyeleri, belediye meclis kararıyla turizm, sağlık, sanayi, ticaret ve eğitim alanlarında su, kanalizasyon, doğal gaz, yol ve aydınlatma gibi geniş bir alt yapı hizmetleri sunmaktadırlar (Kavas, 2017, 130-131).

### 1.3.3.3. İskân Hizmetleri

Konut, insanların en temel ihtiyaçlarından biridir ve aynı zamanda kentlerde yaşam kalitesini belirleyen önemli bir unsurdur. Anayasa'nın 57. maddesi, devlete temel olarak konut sorununu çözme görevi vermiştir (Ulusoy, 2020, 89). Belediyeler de konut ile ilgili kurumlarla iş birliği yaparak, konut hizmeti sunmaktadırlar (Keleş, 2012, 408). 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 14. Maddesi, belediyelerin konut hizmetlerinden sorumlu olduğunu belirtmektedir. Ayrıca, 69. maddeye göre belediyeler, mücavir alanların sınırları içinde özel korunması gereken ve tarım arazisi ilan edilmemiş alanlarda, imarlı ve alt yapı arsalar üretebilir ve konut üretimi konusunda görevlendirilmişlerdir (Resmî Gazete, 13.07.2005).

Belediyeler, diğer kamu kurumları ve bankalarla iş birliği yaparak, arazi satın alabilir, kamulaştırma yapabilir ve konut ve toplu konut üretmek, satmak veya kiralamak amacıyla projeler geliştirebilirler (Karasu, 2009, 258). 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 73. maddesi kapsamında, belediyeler eskiyen kent kesimlerini yeniden inşa edebilir veya restore edebilirler. Ayrıca, deprem riskine karşı önlemler almak veya kentin tarihi ve kültürel dokusunu korumak amacıyla kentsel dönüşüm ve gelişim

projelerini hayata geçirebilirler. Bu düzenlemeler büyükşehir ve ilçe belediyeleri için de geçerlidir (Resmî Gazete, 13.07.2005). Ancak, ilçe belediyeleri kentsel dönüşüm ve gelişim projeleri için alan ilan etme yetkisine sahip değilken büyükşehir belediyeleri kentsel dönüşüm ve gelişim projeleri için alan ilan etme yetkisine sahiptir. İlçe belediyeleri, büyükşehir belediye meclisinin onayıyla kendi sınırları içinde kentsel dönüşüm ve gelişim projelerini uygulayabilirler (Daşkiran ve Ak, 2015, 276).

#### 1.3.3.4. Çevre Koruma Hizmetleri

Çevre koruma hizmetleri, çevresel değerlerin korunması, çevresel bozulmaların önlenmesi, çevrenin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi amacıyla gerçekleştirilen faaliyetlerdir. Bu hizmetler, kent yaşamı için gerekli olan hava ve su gibi fiziksel unsurlarla, kentteki çevre kirliliğine neden olan atıklar gibi faktörlerle ilgilidir. Çevre kirliliğinin önlenmesi ve doğal çevrenin korunması, kentlerin ve kentte yaşayanların yaşam kalitesiyle doğrudan ilişkilidir (Sencar, 2007, 153-156).

Kentleşme süreci, çevre sorunlarının ortaya çıkmasında önemli bir faktör olarak kabul edilir. Çevre sorunları genellikle kentlerde daha yoğun olarak yaşanmakta ve yaşam kalitesini etkilemektedir. Kentleşme ile birlikte belediyeler, çevre kirliliğini önlemek ve çevreyi korumak, geliştirmek ve çevre sağlığını korumak gibi görev ve sorumluluklar üstlenirler. Belediyelerin çevre koruma hizmetleri geniş bir yelpazede yer alır. Belediye ve Büyükşehir Belediye Kanunları çerçevesinde, belediyelerin çevre koruma hizmetleri arasında çevre temizliği, katı atık toplama, sulak alanların iyileştirilmesi, bisiklet ve yürüyüş parkurları ile park, bahçe ve yeşil alanların yapımı ve bakımı gibi hizmetler bulunmaktadır (Uğurlu, 2018, 8-9).

Belediyelerin çevre koruma hizmetleri genellikle dört ana başlık altında ele alınabilir: atık toplama, atık işleme ve bertaraf, atık su yönetimi ve kirliliğin azaltılması. Atık toplama kapsamında belediyeler, sokakların, yolların, meydanların ve pazar alanlarının temizlenmesi ve atıkların türüne göre ayrıştırılması gibi hizmetler sunarlar. Atık işleme ve bertarafı ise atıkların güvenli hale getirilmesi, taşınabilir hale getirilmesi veya hacminin azaltılması amacıyla fiziksel, kimyasal veya biyolojik yöntemlerle işlenmesini ve bertaraf edilmesini içerir. Bu hizmetler genellikle il ve büyükşehir belediyeleri tarafından yürütülür (Güven ve Acungil, 2020, 206).

Atık su yönetimi, kanalizasyon sistemlerinin inşası ve yönetimi ile atık su arıtma faaliyetlerini içerir. Atık su arıtma işlemleri, atık suyun çevre standartlarına uygun hale getirilmesi için mekanik, biyolojik veya ileri düzeyde işlemleri içerir. Bu hizmetler de il ve büyükşehir belediyeleri tarafından sağlanır (Demirel, 2009, 105-109).

Kirliliğin azaltılması hizmetleri genellikle hava, su ve toprak gibi çevresel unsurların korunması ve gürültü ile mücadele gibi konuları içerir. Büyükşehir belediyeleri, tarım ve hayvancılığı desteklemek amacıyla çiftçilere destek sağlama, modern üretim yöntemlerini teşvik etme ve su havzalarının korunması gibi faaliyetlere de yetkilidir (Saydam ve Eser, 2022, 34).

Son olarak, çevre koruma hizmetleri çerçevesinde büyükşehir belediyeleri, ağaçlandırma faaliyetleri, hafriyat toprağı depolama alanlarının belirlenmesi ve mezarlık tespiti gibi çeşitli görevleri de yerine getirirler. Bu hizmetler, genel olarak çevre koruma ve kentsel yaşam kalitesinin artırılması amacıyla gerçekleştirilir.

#### *1.3.3.5. Kent İçi Trafik ve Ulaşım Hizmetleri*

Ulaşım hizmeti, kentlerin fiziksel yapısının temel bir bileşenini oluşturur. Bu hizmet, kent sakinlerinin ihtiyaçlarını karşılamak için en önemli teknik ve sosyal altyapı hizmetlerinden biridir (Erdoğan, 2016, 5). Belediyelerin ulaşım ve şehir içi trafik hizmetlerinden sorumlu olduğu, 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 14. Maddesi (a) bendinde belirtilmiştir. Aynı kanunun “Belediyenin Yetkileri ve İmtiyazları” başlıklı 15. Maddesinin (f) bendine göre, il belediyelerinin genel olarak ulaşım ile ilgili hizmetleri açıklanmıştır. Buna göre il belediyeleri; toplu taşıma sistemlerini kurmak, işletmek ve işlettirmek, deniz ve su ulaşım araçlarını da içeren her türlü toplu taşıma sistemlerini oluşturmakla görevlidir. Aynı maddenin (p) bendi gereğince il belediyeleri, toplu taşıma araçlarının zamanını ve güzergahlarını belirlemek, durak ve park yerlerini saptamakla yükümlüdür (Resmî Gazete, 13.07. 2005).

Büyükşehirlerde ise, şehir içi trafik ve ulaşım hizmetlerinden büyükşehir belediyeleri ilçe belediyelerinden daha yetkilidir. Büyükşehir belediyeleri, Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 7. Maddesinin (p) bendi uyarınca, toplu taşıma hizmetlerini yönetir ve bu hizmeti sunabilmek için gerekli tesisleri kurar, işletir veya işlettirir. Ayrıca, (f) bendi kapsamında büyükşehir belediyesi, ulaşım ana planını hazırlar ve



uygular. İl genelinde ulaşım ve toplu taşıma hizmetlerini planlar ve genel koordinasyonu sağlar. Ulaşım ana planı çerçevesinde, kara, deniz, su ve demiryolu üzerinde işletilen toplu taşıma araçlarının tarifelerini ve genel güzergahlarını belirler. Aynı Kanunun (f) bendi altında, kent meydanları, caddeler ve bulvarlar üzerinde uygun araç park yerlerini belirler ve bunları işletir. (l) bendi kapsamında ise, yolcu ve yük terminalleri ile kapalı ve açık otoparklar yapar, işletir veya işlettirir ve bu hizmeti ilçe belediyelerine devretme yetkisi bulunur (Resmî Gazete, 23.07.2004).

Bunun yanı sıra, Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 9. maddesi kapsamında, trafik düzeni ve güvenliğini sağlamak, ulaşım hizmetlerini planlamak ve koordine etmek için gerekli önlemleri almak amacıyla, il trafik komisyonları ve büyükşehir belediyelerinin başkanlığındaki ulaşım koordinasyon merkezleri tarafından gerekli tedbirler alınır (Resmî Gazete, 23.07.2004).

#### *1.3.3.6. Kamu Düzeni ve Güvenlik Hizmetleri*

Kentlerde kamu düzeni ve güvenlik hizmetlerinin sağlanması, İl Emniyet Müdürlüğü ve İl Jandarma Komutanlığı'nın yanı sıra belediyelerin de sorumluluk alanına girer. Bu çerçevede, belediyeler tarafından sunulan kamu düzeni ve güvenlik hizmetleri genellikle üç ana kategoride incelenir: zabıta hizmetleri, itfaiye hizmetleri ve iskân hizmetleri (Korkut, 2020, s. 80). Zabıta hizmetleri, il, ilçe ve büyükşehir belediyeleri tarafından yürütülür. Her ne kadar hem Büyükşehir Belediye Kanunu hem de Belediye Kanunu genel olarak zabıta hizmetlerinden bahsetse de bu hizmetler büyükşehir belediyesi ile büyükşehir ilçe belediyeleri arasında paylaşılır. Örneğin, büyükşehir belediyesi tarafından verilen işyeri ruhsatları büyükşehir belediye zabıtası tarafından denetlenirken, ilçe belediyesinden ruhsat alan yerler ilçe belediye zabıtası tarafından denetlenir (Çürüksulu-Usta, 2023, 368-369).

Zabıta dışında, kamu düzeni hizmetlerinden biri olan itfaiye hizmeti, yangından korunma, yangın söndürme ve şehir içinde arama-kurtarma faaliyetlerinden oluşur. 6360 sayılı Kanunun getirdiği düzenlemeyle itfaiye hizmetleri, 30 büyükşehir belediyesinin sorumluluk alanına dahil edilmiştir. Bu bağlamda, itfaiye hizmetleri büyükşehirlerde büyükşehir belediyesi tarafından, diğer illerde ise ilçe belediyeleri tarafından yürütülür (Yavuz ve Anbarlı-Bozatay, 2015, 789-790).

İtfaiye hizmetleriyle birlikte, afetlerle mücadele de belediyelerin kamu düzeni ve güvenlik hizmetleri arasında yer alır. Büyükşehir belediyeleri, doğal afetlere ilişkin plânları yapmak ve gerektiğinde diğer afet bölgelerine araç, gereç ve malzeme desteği sağlamakla görevlidir. İlçe belediyelerinin talebi üzerine, büyükşehir belediyeleri afet riski altındaki binaları tahliye etme ve yıkım konusunda ilçe belediyelerine destek sağlar. İl belediyeleri ise doğal afet ve acil durum plânlarını yapmanın yanı sıra, afet durumlarında gerekli destek ve yardımı sağlarlar (Korkın ve Öztop, 2022, 62-63).

#### *1.3.3.7. Kamu Sağlığı Hizmetleri*

Toplum sağlığının korunması amacıyla, belediyelerin sorumluluk alanları yasal düzenlemelerle belirlenmiştir. Belediyeler, Belediye Kanunu'nun 14. Maddesinin (b) bendi çerçevesinde sağlık tesislerini açma ve işletme yetkisine sahiptirler. Ayrıca, (a) bendi kapsamında ise acil yardım, arama-kurtarma, ambulans ve cenaze hizmetlerinin gerektirdiği altyapıyı oluşturma yetkisine sahiptirler (Resmî Gazete, 13.07.2005). Büyükşehir belediyeleri ise, toplum sağlığını korumak amacıyla Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 7. Maddesinin (j) bendi uyarınca birinci sınıf gayri sıhhi müesseseleri ruhsatlandırma, gözetme ve denetleme yetkisine sahiptirler. Aynı maddeye göre, yiyecek ve içecek maddelerinin analizlerini yapmak üzere laboratuvarlar kurma ve işletme görevleri de büyükşehir belediyelerine verilmiştir. Yine aynı maddenin (v) bendine göre, halk sağlığına ilişkin hizmetleri yerine getirmek üzere sağlık merkezleri, hastaneler ve gezici sağlık birimleri kurma yetkisine sahiptirler. Büyükşehir ilçe belediyeleri ise, sıhhi işyerlerini, ikinci ve üçüncü sınıf sağlığa aykırı kuruluşları, halka açık istirahat ve eğlence yerlerini ruhsatlandırma ve denetleme yetkisine sahiptirler. Ayrıca, hayvan kaynaklı hastalıkların önlenmesi ve hayvan sağlığının korunması için barınma yerlerinin kurulması, işletilmesi ve denetlenmesi gibi görevleri de yerine getirirler. Belediye Kanunu'nun 14. Maddesinin (b) bendi uyarınca, il belediyeleri ile ilçe belediyelerinin gıda bankacılığı yapmasına ilişkin düzenlemeler getirilmiştir (Resmî Gazete, 23.07.2004).

#### *1.3.3.8. Eğitim Kurumlarına Destek Hizmetleri*

Eğitim, çağın değişen gereksinimlerine ayak uydurmanın önemli bir aracıdır. Dolayısıyla, bireylerin, kurumların ve ülkelerin gelişime ayak uydurabilmesi için eğitime daha fazla önem vermesi gerekmektedir. Günümüzde, geleneksel yönetim

anlayışlarının etkisiz hale geldiği bir dönemde, yönetimdeki değişim ve gelişmeler kamu sektöründe de geçerlidir. Eğitime öncelik veren ve değer veren kurumlar, değişime daha kolay adapte olabilir ve bu alanda avantaj elde edebilirler (Çiftçi vd., 2021, 719). Sanayi Devrimi'nin ardından oluşan yapılar, eğitim sisteminin ihtiyaçları karşılayamamasından kaynaklanan merkezi, bürokratik ve yavaş mekanizmalarla örülü denetim sistemlerini benimsemiştir. Ancak, günümüzdeki sorunlar, bu geleneksel yapıların bilgi toplumunun taleplerini karşılayamamasından kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda, kurumlarımızın heterojen yapısı nedeniyle eğitim sisteminin yaşa uygun bir şekilde dönüştürülmesi gereklidir. Bu değişim, yönetim anlayışını etkilemekte olup, yöneticilerin, kurumların ve bireylerin karşılaştığı koşulların on yıl öncesinden farklı olduğu kaçınılmaz bir gerçektir (Vezne, 2017, 44-45).

Yerel yönetimler, özellikle de belediyeler, toplumların sosyal, kültürel ve ekonomik kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Belediyeler, toplumun ortak ihtiyaçlarını karşılamak için kurulmuş olup, zaman içinde su, çöp, barınma, enerji, ulaşım gibi temel hizmetleri sağlama görevini üstlenmişlerdir. Ancak, neo-liberal politikaların etkisiyle, eğitimin özelleştirilmesi ve yerelleştirilmesi hedeflenmiş ve bu da yerel yönetimlere daha fazla sorumluluk yüklenmesine neden olmuştur (Kazancı, 2019, 92).

Eğitim, sadece halk eğitimini değil, aynı zamanda okul öncesi eğitimden yükseköğretime kadar pek çok alanda yerel yönetimlerin görevlerini içermektedir. Yerel yönetimlerin eğitim etkinliklerinin hem pratik yararlar bakımından hem de yerel demokrasinin geliştirilmesi açısından önemli olduğu bilinmektedir (Özen vd, 2023, 67).

Türkiye'nin kentleşme sürecinde, belediyelerin eğitsel destek vermeden kentleşmeyi sağlamanın mümkün olmadığı vurgulanmıştır. Eğitim, insanların davranışlarını gözden geçirmesine ve kendini yenilemesine yardımcı olurken, kentli bireylerin eğitsel desteğe ihtiyaç duyduğu da unutulmamalıdır (Bilir, 2004, 120).

Geray (2002) tarafından ifade edildiği gibi, yerel yönetimlerin, kırdan kente göç edenlerin eğitim, meslek edinme ve kent yaşamına uyum sağlama gibi sorunlarının çözümünde önemli bir rolü vardır ve bu sorunların çözümünde halk eğitimi

etkinliklerinin büyük ölçüde faydalı olduğu belirtilmiştir. 1980'lerden itibaren değişen ekonomik ve toplumsal koşullar, her alanda yeniden yapılanma gereksinimini ortaya çıkarmıştır. Bu dönemde, Devlet Planlama Teşkilatı'nın talebi üzerine Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü tarafından yürütülen Kamu Yönetimi Araştırma Projesi gerçekleştirilmiştir. Projenin amaçlarından biri, merkezi yönetimin yapısal düzenlemelerine odaklanarak, merkezi ve yerel yönetimlerin etkili, hızlı, ekonomik, verimli ve nitelikli hizmet sunacak bir düzene kavuşturulmasıdır. Bu proje kapsamında öneriler sunulmuş ve eğitim ve öğretim hizmetleriyle ilgili olarak aşağıdaki hususlara değinilmiştir (Özen vd., 2023, 67-68):

- Okul binaları ve eğitim tesisleri için arsa temini,
- İlk ve orta dereceli okul inşaatlarının yapılması ve yönetilmesi,
- Okul binalarının bakım ve onarımının gerçekleştirilmesi,
- Pratik sanat okullarının açılması ve yönetilmesi,
- Yaygın eğitim kurumlarının açılması ve yönetilmesi,
- Okul öncesi eğitim-öğretim okullarının açılması ve yönetilmesi,
- Okulların donatımı ve günlük ihtiyaçlarının karşılanması,
- İlk ve orta öğretim kurumlarında okuyan öğrenciler için yurt ve pansiyon açılması ve işletilmesi,
- Öğrencilere burs verilmesi,
- Özel eğitim kurumlarının açılması ve yönetilmesi,
- Öğretmen atamalarının yapılması.

Bunlara ek olarak, belediyeler, eğitime destek hizmetleri kapsamında orta ve yükseköğrenim öğrenci yurtları açabilir ve gerektiğinde devlete ait okul binalarının inşaatı, bakımı ve onarımı gibi konularda destek sağlayabilirler. Ayrıca, eğitim kurumları için alt yapı çalışmaları yapabilir ve meslek edindirme kursları gibi çalışmaları organize edebilirler. Bu bağlamda, özellikle kadınlar, gençler ve dezavantajlı gruplara yönelik eğitim merkezleri ve meslek edindirme kursları açabilirler (Kazancı, 2019, 72-103).

Özen ve diğerleri (2023), yerel yönetimlerin eğitim ve öğretim hizmetlerinin kalitesini artırmada önemli bir rol oynayabileceği belirtilmiş ve bu nedenle yerel yönetimlere eğitim ve öğretim alanında önemli görevlerin verilmesini önermiştir.

Yedinci Kalkınma Planı'nda (1995) da eğitimde merkezi hükümet ve yerel yönetimler arasındaki görev dağılımına vurgu yapılmış ve yerel yönetimlere daha fazla yetki ve sorumluluk verilmesi üzerinde durulmuştur. Sekizinci Kalkınma Planı'nda (2000) ise eğitimin yaygınlaştırılmasında merkezi idareye ek olarak yerel yönetimlerin, gönüllü kuruluşlar ve özel sektörle iş birliği yaparak katkı sağlayacağı ifade edilmiştir. Yerel yönetimlerin, dezavantajlı toplumsal gruplara yönelik hizmetlerde daha fazla rol alması gerektiği vurgulanmıştır. Bu ifadeler, ülkedeki eğitim politikalarının incelenmesinde Kalkınma Planlarının önemli bir rol oynadığını göstermektedir. 1990'lı yılların ortalarından itibaren, neo-liberal yaklaşıma göre, merkezi yönetimin hantal yapısının hizmetlerin nitelikli bir şekilde sunulmasını engellediği kabul edilmekteydi. Bu nedenle, devletin bu yapıdan kütülerek kurtulması gerektiği ve kamu hizmetlerinin piyasalaştırılması gerektiği önerilmiştir. Bu anlayış sonucunda, yerel yönetimler, merkezi devletin sorumluluklarına daha fazla odaklanmak zorunda kalmıştır. Eğitim alanına yönelik belediye faaliyetlerinin geçmişi uzun olmamakla birlikte, bu tür uygulamaların dünya genelinde ve ülkemizde hızla yayıldığı görülmektedir. Günümüzde, geleneksel belediyeçilik hizmetlerinin yanı sıra, sosyal, kültürel ve eğitsel hizmetlerin de yerel yönetimler tarafından sunulmaya başlamasında çeşitli etmenler etkili olmaktadır. Yerelleşme adı altında yapılan düzenlemelerle, yerel yönetimlere yaygın eğitim faaliyetlerinin yanı sıra, örgün eğitime destek hizmetleri kapsamında çeşitli görevler verilmiştir. Belediyelerin, okulların fiziki ihtiyaçlarını karşılamasının yanı sıra, öğrencilere çeşitli yardımlarda da bulunduğu görülmektedir. Ayrıca, okul öncesi yaş grubuna yönelik bakım hizmetlerinde de belediyelerin rol aldığı bilinmektedir.

#### *1.3.3.9. Turizm, Kültür ve Sanat Hizmetleri*

20. yüzyılda, sanat ve kültürün toplum içindeki ve hatta toplumlar arasındaki anlamları önemli ölçüde değişti. Sanat ve kültür artık sadece eğitim ve medeniyet göstergeleri olmaktan çıkıp, tüketilebilir ürünlere dönüştü. Özellikle Avrupa'da, bazı şehirlerde eski kiliseler, hastaneler ve fabrikalar kafeterya, restoran, müze ve tiyatrolara dönüştürüldü. Kültür, sanat ve eğlence üretimi ve tüketimi, önemli bir hizmet alanı haline geldi. Kentlerin sanatsal ve kültürel tanıtımında, özel sektörle birlikte belediyelere büyük sorumluluklar düşmektedir. Belediyeler, düzenledikleri

sanatsal ve kültürel etkinliklerle bir yandan kentin tanıtımını yaparken diğer yandan önemli gelir kaynakları elde edebilmektedir (Hitters, 1992, 117).

Kent yaşamının kalitesinin yükseltilmesi, kent belleğinin zenginleştirilmesi ve bireylerin kültürel, sanatsal ve turistik faaliyetlere olan ilgisinin artması bağlamında, belediyelerin kültür, sanat ve turizm alanlarına verdikleri hizmetler büyük önem taşımaktadır. Bu hizmetler, sadece o kentin değil, ulusal kültür ve sanat mirasının korunması ve topluma aktarılması açısından da önemli rol oynamaktadır. Kentteki kültürel ve sanatsal zenginliklerin turizmin gelişmesine ve yayılmasına katkı sağlanması, belediyelerin görev ve sorumlulukları arasındadır. Turizmin bir parçası olarak, kültürel ve doğal mirasın yanı sıra tarihi mekanların ve yapıların korunması da belediyelerin sorumluluğundadır. Bu çerçevede, belediyeler bu değerlerin korunması için projeler geliştirir ve bakım-onarım faaliyetlerini yürütürler. Korunamayacak durumda olan kültürel ve doğal varlıkları, orijinaline sadık kalarak yeniden inşa etmek gibi projeler de belediyelerin sorumlulukları arasındadır. Ayrıca, belediyeler, kültür hizmetlerini desteklemek amacıyla yaşlılara, kadınlara, çocuklara, engellilere ve dezavantajlı gruplara yönelik sosyal dayanışma ve farkındalığı artırma programları düzenlerler. Büyükşehir belediyeleri de kültür, sanat ve turizm alanlarında hizmet sunarak kentin bütünlüğüne katkıda bulunurlar. Bu kapsamda, kütüphane, müze gibi mekanları inşa eder, işletir veya işletirirler. Ayrıca, yetişkinlere, yaşlılara, engellilere, kadınlara, gençlere ve çocuklara yönelik çeşitli kültürel hizmetler sunar ve bu amaçla sosyal tesisler kurarlar veya işletirler (Azaklı ve Özgür, 2004, 121).

Belediyelerin düzenlediği etkinlikler kapsamında olan ve yöresel kültürü korumak, yerel rekreasyon ve iş imkanları sağlamak ve yerel turizmi geliştirmek gibi çeşitli amaçlarla düzenlenen festivaller ile önemli bir yere sahiptir. Bu tür etkinliklere ziyaretçiler genellikle olaya duydukları özel ilgi nedeniyle katılırlar. Festivaller, karnavallar ve toplum fuarları, bir bölgenin turistik cazibesini artırarak gelişimine katkıda bulunur. Dans, tiyatro, müzik gibi sanatsal etkinliklerin yanı sıra el sanatları sergileri, etnik ve yerel kültürlerin kutlanması, dini törenlerin gerçekleştirilmesi ve tarihi olayların anılması gibi çeşitli aktiviteler festivaller çerçevesinde gerçekleştirilebilir. Bu tür etkinlikler, turizmin geliştirilmesinde ve bölgenin ve ülkenin tanıtımında önemli bir rol oynayabilir (Yıldırım, 2019).

Belediyeler tarafında kültürel ve sanatsal etkinlikler kapsamında düzenlenen kongreler, sempozyumlar, paneller, seminerler gibi etkinliklerde bulunmaktadır. Bu faaliyetler kentin turizm çekiciliğini arttırdığı gibi hatta bu faaliyetlerden kongre turizmi adı altında kendi turizm kategorisini oluşturabilecek faaliyetlerde bulunmaktadır. Bunlar kültürel ve eğitim hizmetleri olarak da değerlendirilebilir (Tokatlı, 2019, 45-46). Belediyelerin ulusal ve uluslararası kongre ve sempozyum gibi etkinliklere katkıda bulunduğu veya uygun bir ortam sağladığı durumlarda, bölgenin tanıtımına ve ekonomik gelişimine destek olabilirler ve bu etkinlikler halka açık olduğunda bölgede yaşayan insanların çeşitli alanlardaki gelişimine ve bilgilendirilmesine katkıda bulunabilirler (Kavas-Urul, 2017, 140).

Fuarlar, kültür hizmetleri içinde belediyelerin en yaygın olarak düzenlediği etkinliklerdir. Fuarlar, çeşitli mal, hizmet, sanat ve teknolojilerin sergilendiği yoğun organizasyonlardır. Fuarlar, turistik olmasalar da yerli ve yabancı turistlerin gezme, eğlenme, dinlenme ve alışveriş yapma amacıyla katıldığı etkinliklerdir. Özellikle uluslararası fuarlar, iç ve dış turizme büyük canlılık getirebilir. Fuarlar, profesyonel şirketler veya kurumlar tarafından düzenlenmesinin yanı sıra belediyelerin veya belediyelerin ortaklığıyla da düzenlenebilirler (Yıldırım ve Gelişen, 2018, 117).

#### *1.3.3.10. Rekreasyon ve Spor Hizmetleri*

Rekreasyon kavramı, bir belediye hizmeti olarak oldukça yeni olmasına rağmen, uzun zamandır kullanılmaktadır. Rekreasyon, serbest zamanlarda dinlenmek ve canlılık kazanmak amacıyla yapılan faaliyetleri ifade eder ve genellikle turizmle ilişkilidir. Serbest zaman, iş, uyku ve diğer temel ihtiyaçlar karşılandıktan sonra bireye kalan zamandır (Koçak ve Eryılmaz, 2018, 62).

Günümüzde, aşırı nüfus yoğunluğu, kentsel stres ve teknolojik gelişmelerin insanları olumsuz etkilemesiyle birlikte, insanlar doğal ortamlarda dinlenme, spor yapma ve sosyalleşme ihtiyacı duyar hale gelmişlerdir. Sanayileşme ve kentleşmenin getirdiği yaşam tarzı ve stresleri azaltmak, insanların psikolojik dengesini korumak için günlük, haftalık, aylık ve yıllık dinlenme faaliyetlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Serbest zamanları eğlence ve dinlenme amaçlı organize etmek, psikolojik dengeyi sağlamaya yardımcı olabilir. Spor ve rekreasyon, insanların serbest zamanlarında yaptıkları faaliyetler olup, birbirleriyle etkileşim içindedir. Spor, rekreatif bir özellik

taşıdığında, özellikle amatör, serbest zaman, yaşam boyu, sağlık, tatil ve aile sporları gibi alanlarda önemli bir rol oynar (Deniz, vd., 2018, 80-81).

Spor tesislerinin planlanması aşamasında, bir dizi faktör dikkate alınmalıdır, bu da bölgenin iklim koşulları, demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, ekonomik aktiflik seviyesi), doğal nüfus hareketleri ve göç oranları gibi statik ve dinamik demografik faktörlerin yanı sıra kentin gelişim projeleri, sosyal değerler, tesisin uygunluğu, hedef kitleye erişim kolaylığı, ulaşım ve trafik durumu, bölgenin ekonomik durumu ve gelir kaynakları, bağımsız evlerin toplam konut stoğu ve bahçe boyutları gibi birçok unsuru içerir (Mumcu vd, 2021, 2851). Belediyeler, artık Türkiye'de imar planları yapmak ve mücavir alanlarda tasarruflarda bulunmakla görevlidir (Baba, 2016, 178-179), bu nedenle, belediyelerin bu faktörleri dikkate alarak spor, sanat ve diğer tesislerden yararlanmayı kolaylaştırıcı veya zorlaştırıcı etkileri olabilir.

Büyük tesislerin kurulması, sporcuların ihtiyaç duyduğu yan tesisleri de içeren çeşitli spor faaliyetlerini aynı anda gerçekleştirebilecek kompleks tesislerin inşası genellikle belediyeler için zor olabilir; bu tür tesisler genellikle büyük ve mali açıdan güçlü belediyeler tarafından yapılabilir. Daha küçük ve mali açıdan daha zayıf belediyeler, doğrudan basit veya kompleks spor tesisleri ve yan tesisler inşa etmek yerine, bu tesislerin inşa edilebileceği alanları imar planlarında gösterebilir, gerekli altyapıyı hazırlayabilir veya kendi arazilerinde spor tesisleri yapımını sağlayabilirler. Ayrıca, yapımı ve işletmesi kolay ve düşük maliyetli olan spor tesislerini öncelikle gerçekleştirmeyi tercih edebilirler (Zengin ve Öztaş, 2008, 65-77)).

Spor tesisleri sadece antrenman ve yarışma amaçlı olmamalıdır; ayrıca rekreasyon, kültür ve turizm gibi diğer amaçlar için de kullanılabilir olmalıdır. Tesislerin ve çevrelerinin verimli kullanılması ve diğer amaçlara uygun olması için güç geliştirme ve aerobik/step salonları, çeşitli spor dallarına yönelik oyun veya antrenman salonları, konferans, eğitim-öğretim, kurs, toplantı, gösteri, sergi, müze, dinlenme ve çay salonları gibi birimler ayrılmalıdır. Ayrıca, dinlenme parkları, çocuk oyun bahçeleri ve açık spor alanları da düşünülmelidir (Demiröz, 2009, 30).

#### *1.3.3.11. Sosyal Yardım Hizmetleri*

Sosyal yardım hizmetleri, belediyelerin çocuklar, gençler, engelliler, kadınlar, yaşlılar ve dar gelirlere yönelik sunduğu çeşitli sosyal içerikli faaliyetlerdir. Bu



hizmetlerin kapsamı, belediyenin büyüklüğü, yerleşim yerinin nüfusu ve mali gücü ile yakından ilişkilidir. Sosyal yardım hizmetlerinin mevzuatta ele alınma biçimi, 5393 sayılı Belediye Kanunu'nda belirlenmiştir. Kanun, belediyeleri yerel düzeyde sosyal politika ve sosyal refah hizmetlerinin yürütülmesinde etkin kuruluşlar haline getirmiştir. Belediyeler, kültür, sanat, sosyal hizmetler, yardım, nikah, meslek ve beceri kazandırma gibi çeşitli hizmetleri sunma yetkisine sahiptir (Nergiz, 2011, 325-326).

Özellikle dar gelirli ailelere yönelik olarak belediyelere gıda bankacılığı yapma yetkisi de verilmiştir. Ayrıca, belediyelerin hemşeriler arasında sosyal ve kültürel ilişkileri geliştirmesi ve herkesin belediye yardımlarından yararlanma hakkının olduğu vurgulanmıştır. Büyükşehir belediyeleri ile nüfusu 100.000'in üzerindeki belediyelerin kadınlar ve çocuklar için konuk evi açma zorunluluğu getirilmiştir (Tekdere ve Polat, 2022, 684).

Belediye başkanının görev ve yetkileri çerçevesinde, dar gelirlilere yönelik bütçede ayrılan ödenekten faydalanma, engellilere yönelik hizmetlerin yürütülmesi ve engelliler merkezinin oluşturulması gibi konular düzenlenmiştir. Belediyelerin bu tür hizmetler için kaynak ayırmaları gerektiği vurgulanmıştır (Tınar, 2019, 17-18).

Kanun, belediyelere sağlık, eğitim, sosyal hizmet ve yardım hizmetlerinin yanı sıra yaşlılar, kadınlar, çocuklar, engelliler, yoksullar ve düşkünler için hizmetlerin etkinlik, tasarruf ve verimliliğini artırmak amacıyla gönüllü katılım programları uygulama yetkisi vermiştir. Bu düzenlemelerle, belediyelere önemli sosyal hizmet görevleri verilmiş ve bu hizmetlerin sunumuyla ilgili esaslar belirlenmiştir. Belediye Kanunu, belediyeleri yerel ve ortak ihtiyaçların muhatabı olarak görmekte ve buna göre yetkilendirmektedir. Büyükşehir belediyelerinin sosyal ve kültürel hizmetlere özel önem verilmesi de kanunla belirtilmiştir (Özsoy ve Karataş, 2020, 114). Ayrıca, bu düzenlemeler, ev hanımları, okumamış gençler, işsizler, engelliler gibi kesimlere yönelik meslek edinme ve sosyal etkileşim imkânları sunarak onların gelir elde etmelerini ve sosyal çevrelerine katılmalarını sağlamaktadır. Ayrıca, amatör spor kulüplerine yardım yapma, spor karşılaşmaları düzenleme ve başarılı sporculara ödül verme gibi spora ve gençlere yönelik hizmetler de düzenlenmiştir (Yıldırım, 2011, 101).

Belediyelerin sosyal hizmetlerinde sunulan çeşitler, nitelikler, yoğunluk, kalite ve etkinlikler, genellikle belediyenin nüfus büyüklüğüne, mali kaynaklarına, nitelikli personel durumuna, hizmet götürülen toplumun gelişmişlik düzeyine ve yapısal özelliklerine bağlı olarak farklılık gösterir. Ancak, genel olarak, çeşitli gruplara yönelik hizmetler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

**Çocuklara yönelik hizmetler:** Bu hizmetler çocukların eğitimine destek olmayı, yeterli beslenmelerini sağlamayı, sokak çocuklarını rehabilite etmeyi, kreş hizmetleri sunmayı, koruyucu sağlık hizmetleri vererek çocukları desteklemeyi, çocuklara yönelik sosyal ve kültürel faaliyetler düzenlemeyi içerir (Çakırer Özservet ve Boz, 2015, 87-90).

**Gençlere yönelik hizmetler:** Bu hizmetler gençlerin madde bağımlılığından korunmasını, meslek edinmelerine ve becerilerinin gelişmesine destek olmayı, gençlere yönelik eğlence ve spor alanları oluşturmayı, sosyal ve kültürel etkinlikler düzenlemeyi içerir (Çolak vd., 2018, 301).

**Yaşlılara yönelik hizmetler:** Bu hizmetler yaşlılara huzurevi veya bakımevi sağlamayı, yaşlıların ihtiyaçlarını karşılamak için teknik malzemeler temin etmeyi, sağlık yardımı sunmayı, yaşlılara yönelik sosyal ve kültürel faaliyetler düzenlemeyi, yaşlılara barınma, yiyecek, içecek gibi yardımlarda bulunmayı, yaşlılara evde bakım ve destek hizmetleri sağlamayı içerir (Sezer-Doğan ve Artan, 2019, 126-127).

**Engellilere yönelik hizmetler:** Bu hizmetler kültürel, eğitsel ve spor amaçlı etkinlikler düzenlemeyi, engellilere yönelik yardımlar sağlamayı, fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmetleri sunmayı, mekansal düzenlemeler yaparak engellilerin yaşamını kolaylaştırmayı, engellilere teknik malzeme, gıda, giyim, ulaşım gibi yardımlar sağlamayı, meslek ve iş edindirme kursları düzenleyerek engellilerin sosyal entegrasyonunu sağlamayı içerir (Uludağ-Güler ve Çakı, 2021, 118)

**Dar gelirli ailelere yönelik hizmetler:** dar gelirlilere düzenli gıda, temizlik malzemesi, yakacak gibi ayni ve nakdi yardımların sağlanması, muhtaç ve çocuklu ailelere yönelik desteklerin sunulması (örneğin, doğan bebeklere nakdi yardım yapılması gibi), yaşam mücadelesi veren aileler için aş evlerinin ve aile eğitim merkezlerinin açılması, işsiz veya çalışamayan dar gelirli kesimler için meslek ve beceri edindirme kurslarının düzenlenmesi şeklinde gerçekleşir (Genç, 2009, 64).

**Kadınlara yönelik hizmetler:** kadınlar ve çocuklar için konukevlerinin, aile merkezlerinin ve meslek edindirme kurslarının açılması gibi hizmetleri içerir (Yücel ve Kutlar, 2020, 156-157).

**Diğer sosyal yardım hizmetleri:** Vefat eden kişilere cenaze ve defin işlemlerinde yardımcı olunması, taziye evlerinde pide ve ayran ikramı yapılması, nikah ve sünnet organizasyonlarının düzenlenmesi, toplumsal sosyalleşmeyi artırmak amacıyla parkların, bahçelerin ve piknik alanlarının yaygınlaştırılması, festivallerin, gezilerin, konserlerin düzenlenmesi, tiyatro, sinema, kütüphane ve kültür merkezlerinin yaygınlaştırılması ve bu alanda farkındalığın artırılmasına yönelik olanakların desteklenmesini içerir (Kavas Urul, 2017, 146).

Yasal düzenlemeler, belediyeleri kentte yaşayanların yerel ve ortak tüm ihtiyaçlarının muhatabı olarak görmekte ve bu doğrultuda görev ve sorumluluklar yüklemektedir. Bu nedenle, belediyelere vatandaşlarının toplumsal ihtiyaçlarını ve sorunlarını giderme konusunda önemli ve geniş bir çerçevede sorumluluklar yüklemekte ve sosyal belediyeçiliğe ilişkin sorumluluk alanını genişletmektedir.

#### *1.3.3.12. Diğer Belediye Hizmetleri*

Belediyeler, diğer kamu kurumlarına bırakılmayan yerel ve ortak nitelikteki hizmetleri de gerçekleştirir veya yaptırır. Bu hizmetlerin öncelik sırası, belediyenin mali durumu ve hizmetin aciliyeti göz önünde bulundurularak belirlenir. Belediye hizmetlerinin vatandaşlara en yakın ve en uygun yöntemlerle sunulması esastır. Engelli, yaşlı ve dar gelirlilerin durumu da dikkate alınarak uygun hizmet yöntemleri belirlenir (Yücel ve Kutlar, 2020, 154). Ayrıca, belediyelere ekonomik ve ticari içerikli yetki, görev ve sorumluluklar da verilir. Belediye ve Büyükşehir Belediyesi Kanunları, belediyelerin kentlerin ekonomik ve ticari gelişmesine katkı sağlayacak hizmetleri yapmalarına imkân tanır ve bu kapsamda belediyeler işletme kurabilir veya var olan işletmelere ortak veya iştirakçi olarak hizmet sunabilirler (Demirbaş vd., 2017, 146).

Vatandaşlara sunulun bu hizmetler belediyelerin görevi olduğu gibi belediyeyi yöneten siyasilerin bir sonraki seçimde başarılı olup olmamasında da kilit role sahiptir. Özellikle yerel seçimlerde halihazırdaki belediye yönetimi sunmuş olduğu bu hizmetleri vatandaşa anlatarak oy isterken, belediye yönetimine talip olan kişiler ise bu hizmetleri daha iyi yapacaklarını ve bunlara ek olarak bazı hizmetlerde

bulunacaklarını vaad ederek oy isterler. Belediyelerin bu hizmetlerdeki başarısının seçmenlerin oy verme davranışını etkileyip etkilemediği, etkiliyorsa nasıl etkiye sahip olduğu bu araştırmanın konusudur.

#### 1.4. Şanlıurfa'nın Sosyo-Ekonomik Durumu ve Şanlıurfa'da Seçmen Davranışı

##### 1.4.1. Şanlıurfa ile İlgili Genel Bilgiler

###### 1.4.1.1. Nüfus

Şanlıurfa ilinin nüfusu TÜİK'in 6 Şubat 2024 tarihinde yayınladığı verilere göre 2.213.964 olarak belirlenmiştir. İlin nüfusunun cinsiyet dağılımı neredeyse eşittir; toplam erkek nüfusu 1.116.834 ve kadın nüfusu ise 1.097.130'dir (TUİK, 2024a). 2023 yılı sonunda Şanlıurfa ili ve ilçelerinin yerleşim yeri ve nüfusla ilgili sayısal bilgileri Çizelge 1.1'de sunulmuştur.

**Çizelge 1.1.** 2023 Yılı Sonunda Şanlıurfa İli ve İlçelerinin Yerleşim Yeri ve Nüfusla İlgili Sayısal Bilgileri

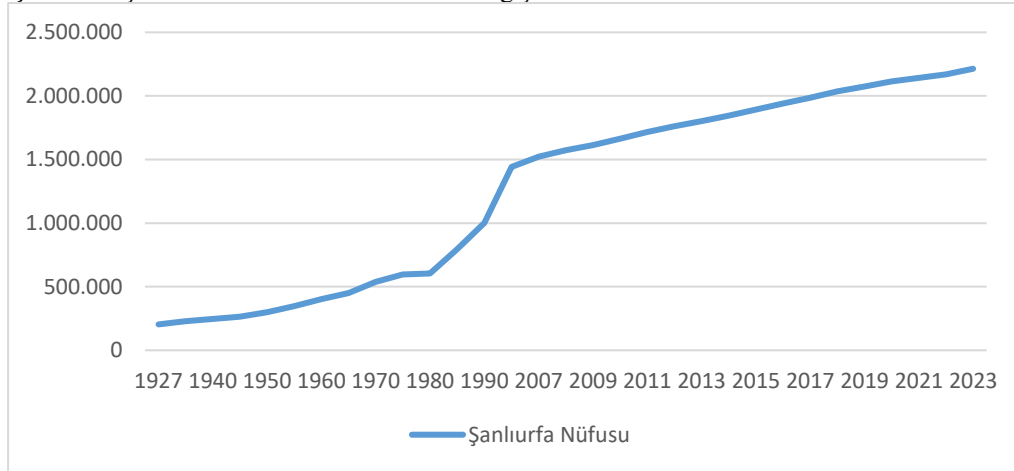
İlçe	Nüfus 2022	Nüfus 2023	Fark	Değişim%	Mah.Say.	Alanı km <sup>2</sup>	Yoğunluk
Akçakale	123.721	127.277	3.556	2,83	119	1038	123
Birecik	93.613	93.866	253	0,27	83	912	103
Bozova	52.680	55.553	2.873	5,31	88	1329	42
Ceylanpınar	90.440	92.147	1.707	2,06	50	1589	58
<b>Eyyübiye</b>	391.795	<b>400.084</b>	8.289	2,09	162	1626	<b>246</b>
Halfeti	41.662	46.312	4.650	<b>10,58</b>	49	609	76
<b>Haliliye</b>	396.656	392.600	-4.056	<b>-1,03</b>	170	1924	204
Harran	96.072	98.999	2.927	2,83	126	904	110
Hilvan	42.218	43.448	1.230	2,87	70	1111	39
<b>Karaköprü</b>	265.035	277.160	12.125	4,47	100	1222	227
Siverek	267.942	271.832	3.890	1,44	180	3936	69
Suruç	100.961	103.621	2.660	2,60	95	744	139
Viranşehir	207.315	211.065	3.750	1,79	146	2297	92
<b>Şanlıurfa</b>	<b>2.170.110</b>	<b>2.213.964</b>	<b>43.854</b>	<b>2,00</b>	<b>1.438</b>	<b>19.241</b>	<b>115</b>

**Kaynak:** TUİK, 2024a

Çizelge 1.1. incelendiğinde, Şanlıurfa'nın 2022 yılı sonunda belirlenen nüfusu 2.170.11 iken 2023 yılı sonunda bu nüfusun 2.213.964 yükseldiği görülmektedir. Bir yılda gerçekleşen 43.854'lük bu nüfus artışı, ilin yıllık nüfus artış oranı ortalama olarak %2 olarak hesaplanmıştır. Nüfus artış oranı en yüksek olan ilçe %10,58 ile Halfeti ilçesi iken, en düşük olan ise -%1,03 ile Haliliye ilçesidir. Şanlıurfa, toplamda 3'ü merkez ve 10'u ilçe belediyesi olmak üzere toplamda 13 ilçeye sahiptir. Bu ilçelerde toplam 1.438 mahalle bulunmaktadır. En kalabalık ilçe, 400.084 kişi ile Eyyübiye'dir, en az nüfusa sahip ilçe ise 41.662 kişi ile Halfeti'dir. Nüfus yoğunluğu açısından değerlendirildiğinde, her kilometrekareye düşen kişi sayısı 115'tir. Nüfus yoğunluğunun en fazla olduğu ilçe Eyyübiye ilçesidir ve burada her kilometrekareye 246 kişi düşmektedir.

Şanlıurfa cumhuriyetin ilk yıllarından beri Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin önemli bir ili olmuştur. Şanlıurfa'nın yıllara göre nüfus değişimi Şekil 1.3'de gösterilmiştir.

**Şekil 1.3.** Şanlıurfa'nın Yıllara Göre Nüfus Değişimi



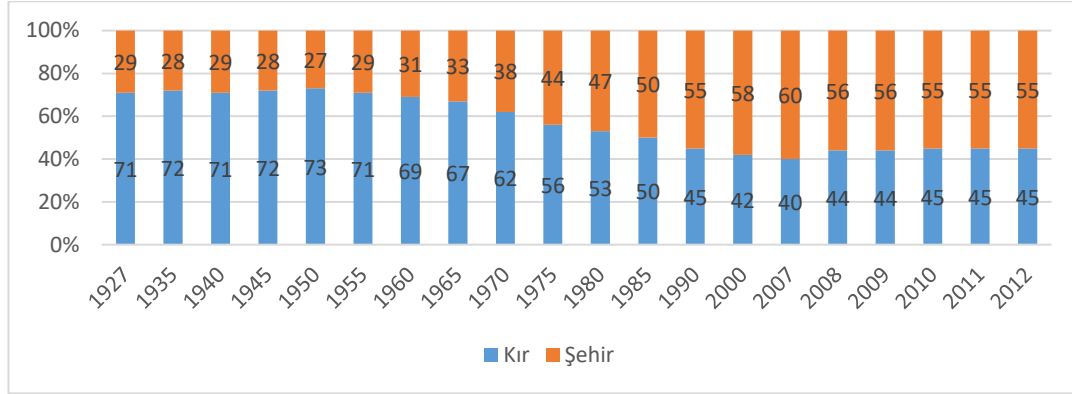
**Kaynak:** TÜİK, 2024a

Şekil 1.3 incelendiğinde, Şanlıurfa nüfusunun 1927 yılında 2013.595 iken 2023 yılında 2.213.964'e yükseldiği görülmektedir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında nüfus sayımı yaklaşık beş yılda bir yapıldığı için her sayım arasında önemli nüfus farklılıkları oluşurken, 2007 yılından itibaren adrese dayalı nüfus kayıt sistemi kullanılarak her yıl nüfus belirlenmediği için her bir sayım arasındaki farkın az olduğu

görülmektedir. Buna rağmen, Şanlıurfa'nın her nüfus sayımında nüfusunun arttığı ifade edilebilir.

Cumhuriyetin ilk yıllarında nüfusun çoğunluğu kırsal bölgelerde yaşamakta iken kırsal bölgelerde yaşayanların oranı yıllar geçtikte azalmıştır. Şanlıurfa nüfusunun yıllara göre şehir-kır dağılımı Şekil 1.4'de gösterilmiştir.

**Şekil 1.4.** Şanlıurfa Nüfusunun Yıllara Göre Şehir-Kır Dağılımı



**Kaynak:** TÜİK, 2024a

Şekil 1.4 incelendiğinde, Şanlıurfa nüfusunun 1927 yılında 2013.595 iken 2023 yılında 2.213.964'e yükseldiği görülmektedir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında nüfus sayımı yaklaşık beş yılda bir yapıldığı için her sayım arasında önemli nüfus farklılıkları oluşurken, 2007 yılından itibaren adrese dayalı nüfus kayıt sistemi kullanılarak her yıl nüfus belirlenmediği için her bir sayım arasındaki farkın az olduğu görülmektedir. Buna rağmen, Şanlıurfa'nın her nüfus sayımında nüfusunun arttığı ifade edilebilir.

Cumhuriyetin ilk yıllarında nüfusun çoğunluğu kırsal bölgelerde yaşamakta iken kırsal bölgelerde yaşayanların oranı yıllar geçtikte azalmıştır. Şanlıurfa nüfusunun yıllara göre şehir-kır dağılımı Şekil 1.4'de gösterilmiştir.

İncelendiğinde, 1927 yılında Şanlıurfa'nın büyük çoğunluğunun (%71) kırsal bölgede yaşadığı görülmektedir. Bu oran 1960'lı yıllara kadar büyük bir değişkenlik göstermese de, 1960 yılından sonra kırsal bölgelerde yaşayanların oranı düzenli olarak düşüş göstermiş ve 2000 yılında kırsal bölgelerde yaşayanların oranı %40'a kadar düşmüştür. 2007 yılında kırsal bölgelerde yaşayanların oranında 2000 yılına göre %4'lük bir artış görülmüş ve 2012 yılına kadar bu oran yaklaşık olarak aynı kalmıştır.

2012 yılından sonra şehir-kır ayırımına göre nüfus sayımı yapılmadığı için bu yıllardan sonra şehir-kır nüfusu dağılımının nasıl değiştiğine ilişkin bir veri bulunmamaktadır. Türkiye genelinde 2012 yılında kırsal nüfus oranı %22,7 iken (Yılmaz, 2015, s. 165), bu oranın Şanlıurfa'da %45 olması Şanlıurfa'nın nüfus yapısı itibariyle Türkiye genelinde ayrıştığını göstermektedir.

TÜİK verilerine göre, Şanlıurfa Türkiye'nin en yüksek doğurganlık oranına sahip ili olarak belirlenmiştir. TÜİK'in coğrafi bilgi sistemi verilerine göre bu oran 25.3'tür. Aynı kaynakta, toplam doğurganlık oranı ise 3.2 olarak açıklanmıştır (TÜİK, 2024a). Ortalama hane halkı büyüklüğü açısından en yüksek skora sahip olan Şırnak (5.46) ilinden sonra Şanlıurfa (5.12) gelmektedir (TÜİK, 2024a). Şanlıurfa, yüksek nüfusa rağmen geniş bir yüzölçümüne sahip olduğundan, Türkiye'de düşük nüfus yoğunluğuna sahip bir il konumundadır (TÜİK, 2024a). Ayrıca, geniş tarımsal arazilere ve tarım-tarıma dayalı bir ekonomiye sahip olması nedeniyle, diğer büyük şehirlere kıyasla daha fazla kırsal nüfusu barındıran illerimizden biridir.

#### *1.4.1.2. Şanlıurfa'nın ekonomik yapısı*

Şanlıurfa, Fırat ve Dicle nehirleri arasında bulunan, dünyanın en verimli ovalarının yer aldığı bir bölgede kurulmuştur. İlin ekonomisi genel olarak tarıma dayalıdır. Tarımın yanı sıra, hayvancılık, enerji ve turizm gibi sektörler de ekonominin önemli bir parçasını oluşturur. Ayrıca, devlet teşvikleri ve genç işgücünün varlığı nedeniyle, gıda ve tekstil endüstrileri diğer sektörlerle kıyasla imalat sanayisinde daha büyük bir paya sahiptir. Şanlıurfa, sulanabilir verimli alanların büyük bir kısmına sahiptir. Ülkemizin en büyük tarım işletmelerinden biri olan Ceylanpınar Tarım İşletmeleri (TİGEM) de bu il sınırları içinde yer alır. Bu işletmede ülkenin küçükbaş hayvanlarının önemli bir kısmı yetiştirilmektedir. İlin ekonomisi açısından önemli bir diğer faktör ise Mürşitpınar, Akçakale ve Ceylanpınar Sınır Kapılarını barındırmasıdır (ŞYDO, 2024a).

İl sınırları içinde üç baraj bulunmaktadır. Bu barajlardan biri olan Atatürk Barajı Hidroelektrik Santrali, üretilen elektrik enerjisiyle ülkenin önemli bir enerji ihtiyacını karşılar. Fırat Nehri üzerinde inşa edilen bu barajlar, oluşan büyük baraj gölleri etrafında turizm olanaklarının yanı sıra kültür balıkçılığı faaliyetlerini de teşvik

etmiştir. Bu faaliyetler, bölge ekonomisine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (ŞYDO, 2024b).

Şanlıurfa, Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) olarak bilinen, Dünya ve Türkiye'nin en kapsamlı bölgesel kalkınma projelerinden birinin merkezidir (GAP İdaresi, 2010a). Kent, Türkiye'nin en genç nüfusuna sahip şehirlerinden biridir ve genç nüfusun fazlalığı, işgücü potansiyeli açısından önemli bir kaynak olarak görülmektedir. Ancak, Şanlıurfa'nın toplam nüfus bağımlılık oranı %74.9 ile Türkiye'deki en yüksek seviyede bulunmaktadır (TÜİK, 2023b). Bu oran, toplam aktif iş gücünün il nüfusuna göre oldukça düşük olduğunu gösteren önemli bir göstergedir.

Kentteki bir başka önemli olumsuz gösterge, kişi başına düşen düzenli gayri safi yurtiçi hasıla miktarıdır. TÜİK'in (2021) verilerine göre, tüm iller arasında 2.988 \$'lık bir gelire en düşük sıralarda yer alan Ağrı ilinden sonra, 3.012 \$ ile en düşük ikinci il Şanlıurfa'dır. Aynı raporda paylaşılan verilere göre, Türkiye'nin gayri safi yurtiçi hasıla oranı en yüksek ili, 17.089 \$ ile Kocaeli'dir. Bu verilere göre, Kocaeli'ndeki vatandaşların kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasılası, Şanlıurfa'daki vatandaşlara kıyasla 5.7 kat daha yüksektir (TÜİK, 2023c).

İstanbul Üniversitesi'ne bağlı Şehir Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi tarafından hazırlanan İller Arası Rekabet Endeksi (2020) raporundaki veriler, 2018-2019 yıllarına ait illere ait verileri kullanarak hesaplanan rekabet endeksi skorlarını içermektedir. Bu skorlar çeşitli kriterler göz önünde bulundurularak değerlendirilmiş ve bu değerlendirme sonucunda Şanlıurfa, 81 il arasında 74. sırada yer almıştır. Bu durum, ilin sahip olduğu potansiyelin göz önüne alındığında oldukça düşük bir sıralamadır ve bu durum, ilgili tüm paydaşların dikkatle değerlendirmesi gereken bir konudur. Çünkü Şanlıurfa, su ve toprak zenginliği sayesinde tarım, doğal, kültürel ve tarihsel birikimiyle turizm, kurulu sanayi altyapısı, teşviklerden yararlanma potansiyeli ve yüksek işgücü kapasitesi gibi birçok alanda potansiyele sahip nadir illerden biridir. Ancak, kentin ekonomik geri kalmasının ana nedenleri bölgedeki uzun süreli terör olayları ve komşu coğrafyada yaşanan süregelen savaşlar ve ekonomik istikrarsızlıktır. Yine de son yıllarda, bölgesel kalkınmayı teşvik etmek amacıyla bölgeye önemli sanayi yatırımları yapılmakta, tarıma dayalı sanayi ve turizm gibi



farklı alanlarda sağlanan avantajlar ve teşviklerle kentte hızlı bir gelişim izlenmektedir (Akgül, 2023, 45).

#### 1.4.1.3. Şanlıurfa'nın Sosyolojik Yapısı

Şanlıurfa, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan ve tarihsel, kültürel ve demografik açıdan özgün bir sosyolojik yapıya sahip kentlerden biridir. Kentin toplumsal dokusu, etnik çeşitlilik ve geleneksel yapılar bakımından dikkat çekicidir. Şanlıurfa'da başlıca üç etnik grup olan Türkler, Kürtler ve Araplar bir arada yaşamaktadır. Türk nüfusun büyük bir kısmı kent merkezinde bireysel konut yapıları içerisinde yaşam sürdürürken, Kürt ve Arap nüfusun önemli bir bölümü aşiret bağları içerisinde örgütlenmiş durumdadır. Bu yapısal ayrım, yalnızca konut tercihlerine değil; sosyal ilişkilerden siyasal tutumlara, ekonomik faaliyetlerden aidiyet duygusuna kadar çok katmanlı bir etkiye sahiptir. Şanlıurfa'da özellikle Kürt ve Arap toplulukları içerisinde aşiret yapısı hem tarihsel sürekliliğe sahip hem de günümüzde aktif biçimde işleyen bir toplumsal örgütlenme biçimi olarak varlığını sürdürmektedir. Sencer'in (1993) bulgularına göre, kırsal kesimde yaşayanların %92,6'sı, kent merkezinde yaşayanların ise %80,9'u aşiret kökenlidir. Erkan (2005), Güneydoğu Anadolu Bölgesi genelinde yaptığı saha araştırmasında, Şanlıurfa'da aşiret üyeliği oranının %42,3 ile en yüksek düzeyde olduğunu belirtmektedir. Bu oran, kentin geleneksel yapılarla olan bağına açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Aşiretler, yalnızca soy bağı üzerinden şekillenen yapılar olmayıp; aynı zamanda ekonomik ve siyasal aktörler olarak da etkinlik göstermektedir. Tarım, ticaret, inşaat ve emlak gibi sektörlerde faaliyet gösteren aşiret yapıları, üyeleri arasında ekonomik kaynakların yeniden dağıtımını sağlayarak topluluk içi bağlılıkları güçlendirmektedir. Bu yapı, üyeler üzerinde güçlü bir sosyal baskı ve yönlendirme gücü yaratarak, özellikle siyasal tercihlerin oluşmasında belirleyici rol oynamaktadır. Öte yandan, Şanlıurfa'daki toplumsal yapı yalnızca etnik ve aşiretsel düzlemde şekillenmemekte; aynı zamanda dini cemaatler ve tarikatlar ile iç içe geçmiş bir yapı sergilemektedir. Dini gruplar, mensuplarına yalnızca dini kimlik kazandırmakla kalmayıp, siyasal yönelimlerin ve toplumsal dayanışma biçimlerinin belirlenmesinde de etkin rol oynamaktadır. Karakaş'ın (2017) çalışması, cemaat ve tarikatların siyasal tercihleri yönlendirme konusunda önemli etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Belediye hizmetlerinin etkinliği, seçmen davranışlarını şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır; kente yeni gelen göçerlerin

alışkanlıklarını sürdürmeleri ve aşiret yapısının etkisi, oy tercihlerinde topluluk baskısının belirleyici olduğunu göstermektedir (Çelik, 2019:3524). Böylece Şanlıurfa'da sosyal yapı, hem etno-aşiret temelli hem de dini temelli iki ana eksende şekillenmekte; bu iki yapı, bireylerin siyasal ve sosyal davranışlarında yönlendirici olmaktadır.

Bu geleneksel kolektif yapılar, Şanlıurfa'daki seçmen davranışlarını analiz etmek açısından siyasal sosyoloji kuramları bağlamında ele alınabilir. Columbia Okulu'nun öncülüğünde geliştirilen sosyolojik model, bireylerin oy tercihlerini ait oldukları sosyal grupların etkisiyle açıklar. Bu modele göre; etnik kimlik, dini bağlılık ve sınıfsal konum, siyasal yönelimlerin temel belirleyicileridir (Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet, 1944). Şanlıurfa'da seçmenlerin büyük bölümü, oy tercihini bireysel değerlendirmelerle değil, aşiret reislerinin ya da dini liderlerin yönlendirmesiyle belirlemektedir. Bu durum, sosyolojik modelin, Şanlıurfa gibi kolektif yapıların etkili olduğu kentlerde açıklayıcı gücünü artırmaktadır. Bununla birlikte, Michigan Okulu tarafından geliştirilen parti kimliği modeli, bireylerin siyasal tercihlerinin çocukluk ve gençlik dönemlerinde kazanılan uzun süreli psikolojik bağlılıklar üzerinden şekillendiğini ileri sürer (Campbell, Converse, Miller ve Stokes, 1960). Şanlıurfa'da bazı dini yapılar ve aşiretler, belirli siyasi partilerle tarihsel olarak kurdukları bağları sürdürmekte ve bu ilişkiler kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır. Bu aktarım, bireylerin siyasal tercihlerinde rasyonel değerlendirmelerden ziyade, mensup oldukları toplulukların geçmişten gelen yönelimlerine bağlı kalmalarını beraberinde getirmektedir. Diğer taraftan, rasyonel tercih kuramı (Downs, 1957), seçmenlerin siyasi kararlarını bireysel çıkarları doğrultusunda rasyonel analizlerle verdiklerini öne sürer. Ancak Şanlıurfa'daki seçmen davranışı, büyük ölçüde kolektif yapıların etkisiyle şekillendiği için bu teori, bölgeye özgü siyasal davranışı açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Aşiret mensubu birey, kişisel çıkarlarına ters düşse bile aşiretin kolektif kararına uyum sağlama eğilimindedir. Son olarak, modernleşme kuramı; ekonomik kalkınma, eğitim ve kentleşmenin artmasıyla bireylerin geleneksel yapılardan koparak daha rasyonel tercihlerde bulunacaklarını varsayar (Inglehart ve Welzel, 2005). Ancak Şanlıurfa örneğinde görüldüğü üzere, eğitim düzeyindeki artış ve kentleşmeye rağmen, geleneksel aşiret ve cemaat yapıları hâlâ siyasal alanda etkilerini sürdürmektedir. Bu durum, modernleşme sürecinin siyasal tercihleri dönüştürmede henüz yeterince etkili

olmadığını göstermektedir. Şanlıurfa'nın sosyolojik yapısı; etnik, aşiretsel ve dini boyutlarıyla kolektif aidiyet temelli bir karakter taşımaktadır. Bu yapılar, sadece toplumsal ilişkileri değil, siyasal davranış biçimlerini de şekillendirmekte; bireysel tercihlerden çok, topluluk içi yönlendirme ve dayanışma ile siyasal tercihler belirlenmektedir. Bu çerçevede, sosyolojik model ve parti kimliği kuramı, Şanlıurfa'nın sosyopolitik dinamiklerini anlamada en işlevsel teorik yaklaşımlar olarak öne çıkarken; rasyonel tercih ve modernleşme yaklaşımları, bu özgün yapının karmaşıklığını yeterince yansıtamamaktadır.

#### 1.4.2. Şanlıurfa'da Seçmen Davranışı

Bu çalışma, Şanlıurfa ilinin Haliliye, Eyyübiye ve Karaköprü ilçe belediyelerinde belediye hizmeti ile seçmen davranışı arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda gerçekleştirilen analizler ve elde edilen bulguların yorumlanmasına katkı sağlamak amacıyla, Şanlıurfa belediye seçim sonuçlarının seçmen davranışı üzerindeki etkisi, Türkiye'deki yerel yönetimlerde yeniden yapılanma sürecinde önemli bir tarih olan 2012 yılından günümüze kadar ele alınmıştır.

Şanlıurfa'da seçimlerin 2012 yılı itibariyle ele alınmasının ana sebebi, 12 Kasım 2012 tarihinde kabul edilerek yasalaşan 6360 sayılı Kanun'un Şanlıurfa'nın büyükşehir belediyesi statüsü kazanmasını sağlamasıdır. Ayrıca, 2014'ten itibaren yapılan iki yerel seçimde AK Parti'ye ait adayların seçimleri kazanması, seçmen davranışlarının analizinde özellikle belediye hizmetlerinin etkisinin incelenmesine olanak tanımaktadır. Bu durum, yerel yönetim performansının seçmen tercihleri üzerindeki rolünü daha sağlıklı bir biçimde değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır.

Şanlıurfa'da, yerel seçim sonuçlarına dayalı yapılan seçmen davranışı üzerine çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu sebeple, bu araştırma kapsamında, Şanlıurfa'daki yerel seçim sonuçlarına göre, seçmen davranışının yorumlanmasında; eğer Şanlıurfa ile benzer özelliklere sahip başka iller varsa ve o illerde de ilgili seçim dönemlerinde benzer eğilimler görülmüşse, belirlenen ildeki o döneme ilişkin seçmen davranışı üzerine yapılan gözlemler, Şanlıurfa için de geçerli kabul edilmiştir. Genel seçimlerde, Şanlıurfa ilinin Türkiye genel görünümünü yansıtmadığı ve seçmenin Türkiye genelindeki genel seçimlerle benzer davranışlar sergilemediği düşünülmektedir. Bu

yüzden, Şanlıurfa ile ilgili yorumlar Türkiye genelinden ayrı tutularak yapılmıştır. Türkiye'de belirli seçim dönemleri dışında yerel ve genel seçimler arasındaki ayrımın kaybolduğu için, yerel seçimlerin Şanlıurfa'yı nasıl etkilediği çalışmada araştırılmıştır.

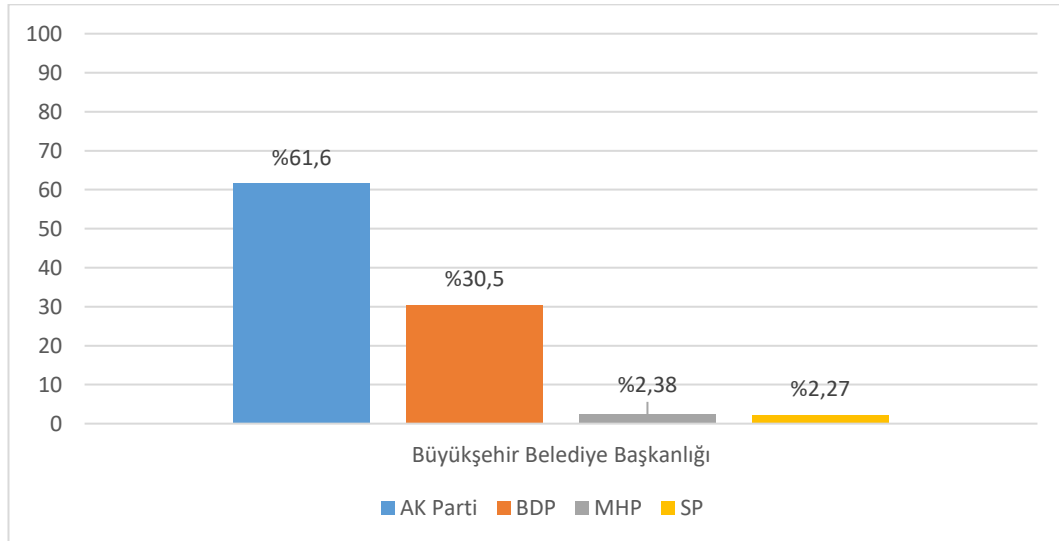
#### 1.4.2.1. Şanlıurfa'nın Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışı (2012-2024)

Çalışmanın bu kısmında Şanlıurfa'nın yerel seçimlerde seçmen davranışı 2012 ve 2024 yılları arası için değerlendirilmiş olup, bu kapsamda, 30 Mart 2014 Mahalli İdareler Seçimi, 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Seçimi ve 31 Mart 2024 Mahalli İdareler Seçimi sonuçlarıyla birlikte ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

##### 1.4.2.1.(a). 30 Mart 2014 Şanlıurfa İli Mahalli İdareler Seçimi

2014 Türkiye yerel seçimlerin de resmî adıyla 30 Mart 2014 Mahalli İdareler Genel Seçimlerinde, Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi ve 13 ilçenin Belediye Başkanı seçilmiştir. Yüksek Seçim Kurulu'nun (YSK) verilerine göre, Şanlıurfa'da bulunan toplam seçmen sayısı 934.894 iken sandık sayısı da 3702'dir. Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı için 13 parti aday göstermiştir. 2014 yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimlerinden adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.5'te sunulmuştur.

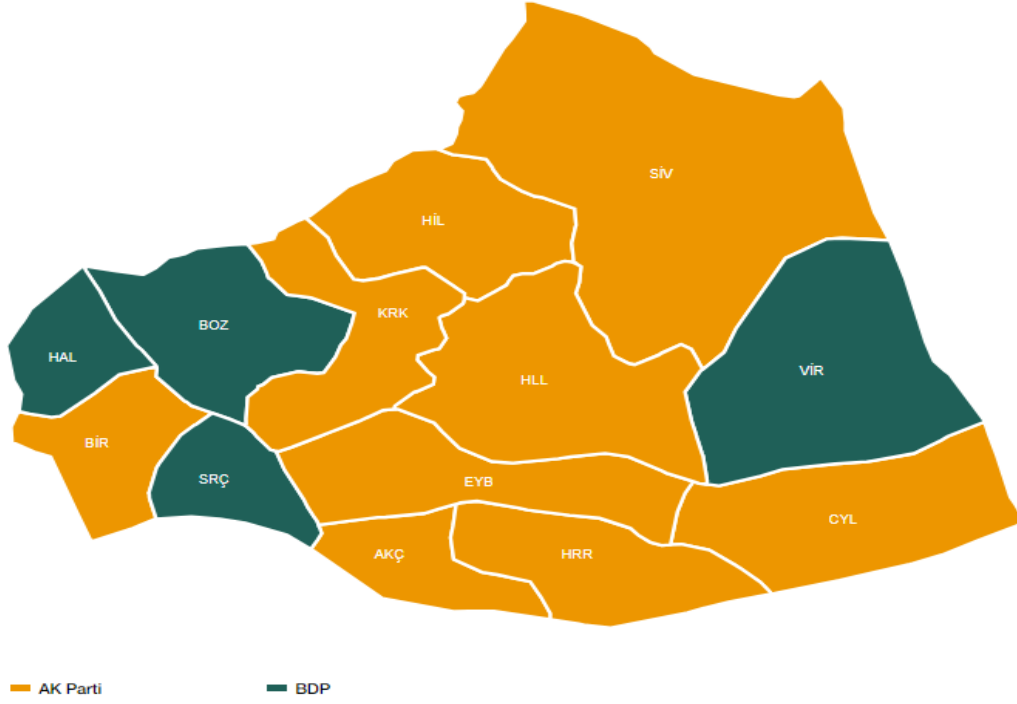
**Şekil 1.5.** 2014 Yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimlerinden Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri



Şekil 1.5 incelendiğinde, 2014 yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçiminde Ak Parti adayının açık bir üstünlüğü olduğu gibi ilçe belediyelerinde de

belediyelerin çoğunluğunu Ak Parti adayları kazanmıştır. 2014 yılı Mahalli İdareler Seçimlerinde Şanlıurfa İlçe Belediyeleri'nin partilere göre dağılımı Şekil 1.6 te sunulmuştur.

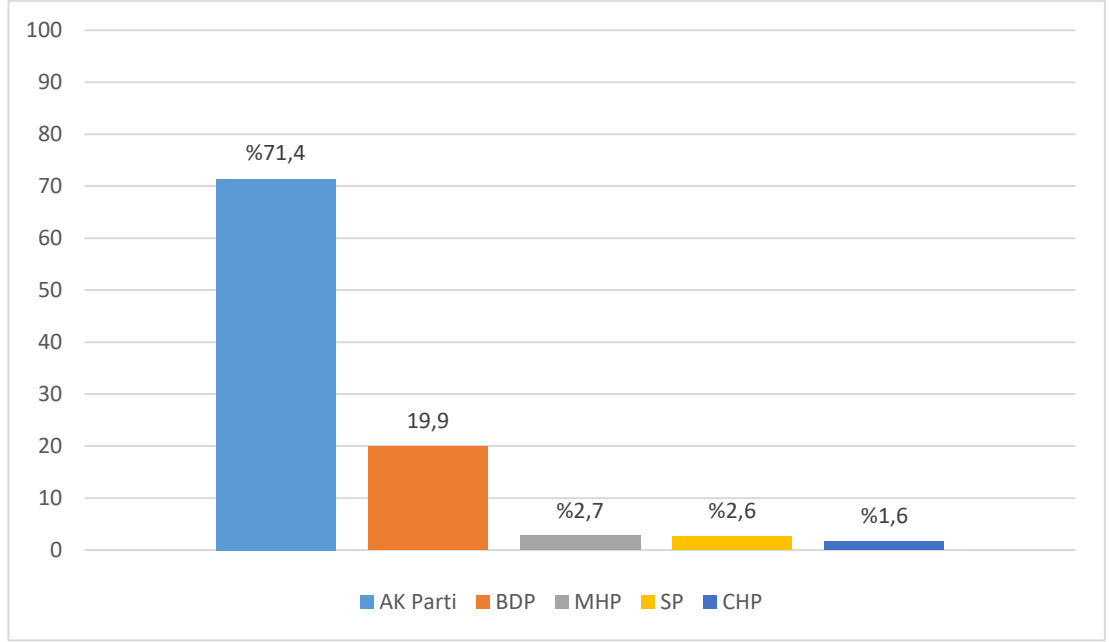
**Şekil 1.6.** 2014 yılı Mahalli İdareler Seçimlerinde Şanlıurfa İlçe Belediyeleri'nin Partilere Göre Dağılımı



Şekil 1.6 incelendiğinde, Şanlıurfa'da bulunan 13 ilçe belediyesinin dokuzunu Ak Parti, dördünü ise BDP kazanmıştır. Ak Parti'nin kazandığı ilçeler Birecik, Akçakale, Harran, Ceylanpınar, Eyyübiye, Haliliye, Karaköprü, Hilvan ve Siverek ilçe belediyeleri iken BDP'nin kazandığı ilçe belediyeleri ise Halfeti, Bozova, Suruç ve Viranşehir ilçe belediyeleridir. Bu çalışma kapsamında Haliliye, Eyyübiye ve Karaköprü ilçeleri inceleneceği için bu ilçelere ilişkin seçim sonuçları ilerleyen bölümlerde ayrıntılı olarak verilmiştir.

Şanlıurfa Haliliye Belediye Başkanlığı için 19 parti aday göstermiştir. Kalan partilerin adayları %1'in altında oy aldıkları için partilere ve adaylarına burada yer verilmemiştir. 2014 yılı Şanlıurfa Haliliye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimleri de adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.7'te sunulmuştur.

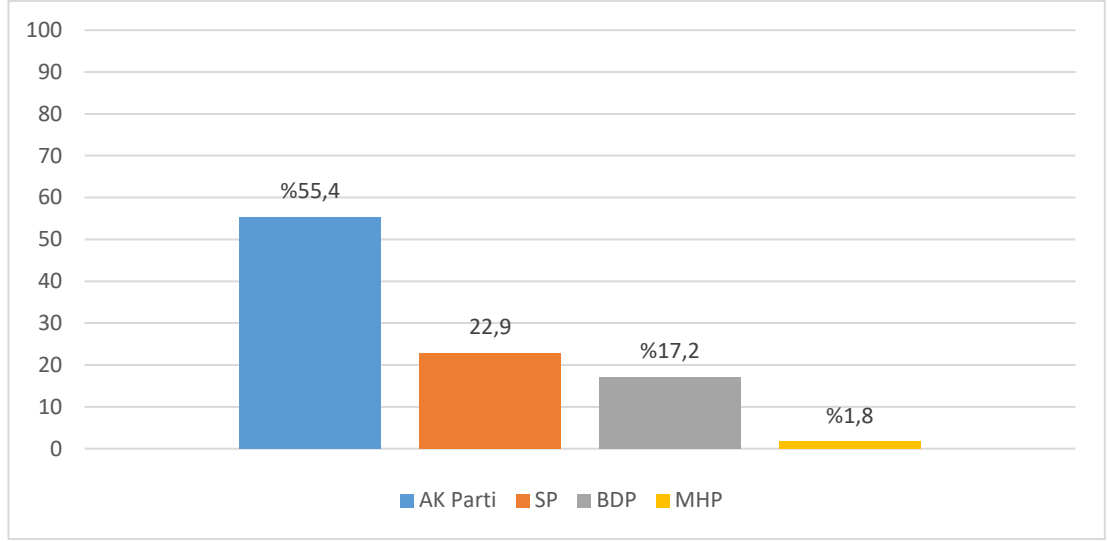
**Şekil 1.7.** 2014 Yılı Haliliye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri



Şekil 1.7. incelendiğinde, Seçim sonuçlarına göre, %71,34 Ak Parti seçimi en yakın rakibi BDP'den yaklaşık 3,5 katı oy alarak açık bir şekilde kazanmıştır.

2014 yılı Yerel Seçimlerinde Şanlıurfa Eyyübiye Belediye Başkanlığı için 10 parti aday göstermiş ve bir kişi de bağımsız aday olmuştur. Kalan partilerin adayları %1'in altında oy aldıkları için partilere burada yer verilmemiştir. 2014 yılı Şanlıurfa Eyyübiye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimleri de adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.8'da sunulmuştur.

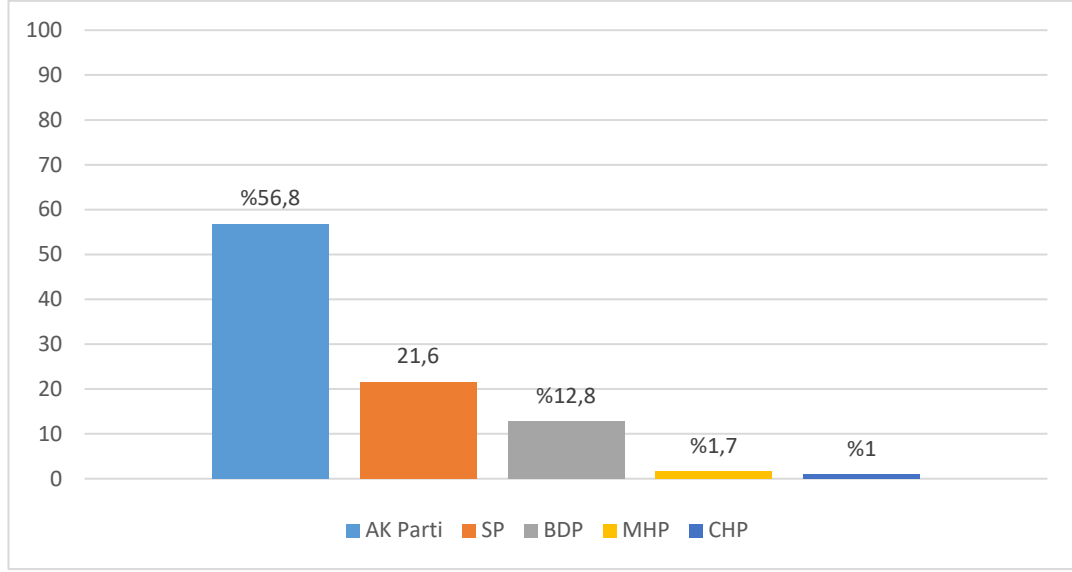
**Şekil 1.8.** 2014 Yılı Eyyübiye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri



Şekil 1.8 incelediğinde, AK parti % 55,4, SP %22,9, BDP %17,2, MHP %1,8, HÜDA-PAR %1,6 oy aldığı görülmektedir. Diğer partiler %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, AK parti en yakın rakibi SP den 2,5 katı oy alarak farklı bir şekilde kazanmıştır.

2014 yılı Yerel Seçimlerinde Şanlıurfa Karaköprü Belediye Başkanlığı için 11 parti aday göstermiş ve iki kişi de bağımsız aday olmuştur. Şanlıurfa Karaköprü Belediye Başkanlığı için AK Parti, SP, BDP, MHP, CHP'den partiler aday göstermiştir. Kalan partiler %1'in altında oy aldıkları için burada yer verilmemiştir. 2014 yılı Şanlıurfa Karaköprü İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.9'de sunulmuştur.

**Şekil 1.9.** 2014 Yılı Karaköprü İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri



Şekil 1.9 incelendiğinde, AK parti % 55,4, SP %22,9, BDP %17,2, MHP %1,8, HÜDA-PAR %1,6 oy aldığı görülmektedir. Diğer partiler %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, AK parti en yakın rakibi SP den 2,5 katı oy alarak farklı bir şekilde kazanmıştır.

2014 yılı Yerel Seçimlerinde Şanlıurfa Karaköprü Belediye Başkanlığı için 11 parti aday göstermiş ve iki kişi de bağımsız aday olmuştur. Şanlıurfa Karaköprü Belediye Başkanlığı için AK Parti, SP, BDP, MHP, CHP'den partiler aday göstermiştir. Kalan partiler %1'in altında oy aldıkları için burada yer verilmemiştir. 2014 yılı Şanlıurfa Karaköprü İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.9'de sunulmuştur.

. İncelendiğinde, AK Parti %56,8, SP %21,6, BDP %12,8, MHP %1,7, CHP %1 ve bağımsız adayların toplamda %4 oy aldığı görülmektedir. Diğer partilerin adaylarının oyları %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, Ak Parti en yakın rakibi SP 2,5 katı oy alarak farklı bir şekilde kazanmıştır.

#### 1.4.2.1.(b). 31 Mart 2019 Şanlıurfa İli Mahalli İdareler Seçimi

2019 Türkiye yerel seçimlerinde resmî adıyla 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimlerinde, Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi ve 13 ilçenin Belediye Başkanı

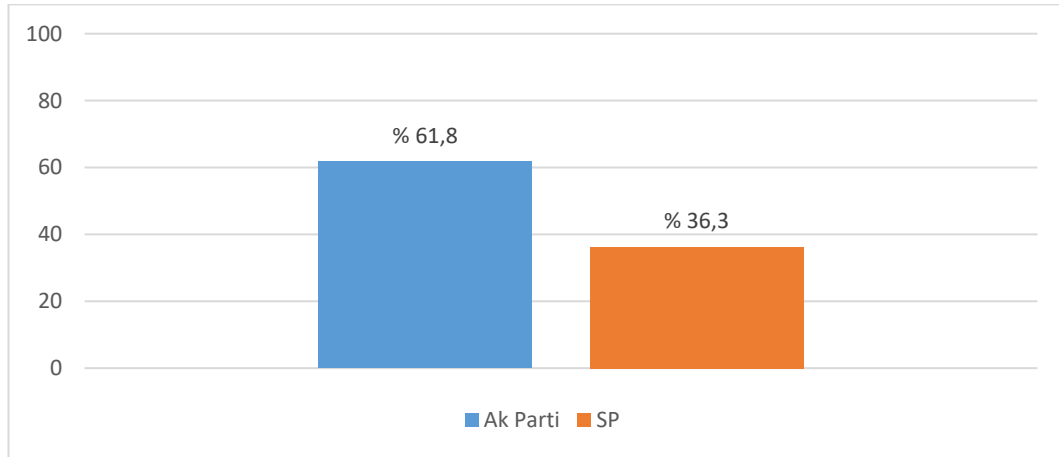


seçilmiştir. Yüksek Seçim Kurulu'nun (YSK) verilerine göre, Şanlıurfa'da bulunan toplam seçmen sayısı 1.095.282 iken sandık sayısı da 3978'dir.

Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı için 6 parti aday göstermiş ve iki kişi de bağımsız aday olmuşlardır. Büyükşehir Belediye Başkanlığı için AK Parti, SP, DSP, BTP, TKP, Vatan partisi ve bağımsız kişiler yer almıştır. 2019 yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimlerinden adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.9 incelendiğinde, AK parti % 55,4, SP %22,9, BDP %17,2, MHP %1,8, HÜDA-PAR %1,6 oy aldığı görülmektedir. Diğer partiler %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, AK parti en yakın rakibi SP den 2,5 katı oy alarak farklı bir şekilde kazanmıştır.

2014 yılı Yerel Seçimlerinde Şanlıurfa Karaköprü Belediye Başkanlığı için 11 parti aday göstermiş ve iki kişi de bağımsız aday olmuştur. Şanlıurfa Karaköprü Belediye Başkanlığı için AK Parti, SP, BDP, MHP, CHP'den partiler aday göstermiştir. Kalan partiler %1'in altında oy aldıkları için burada yer verilmemiştir. 2014 yılı Şanlıurfa Karaköprü İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.10'de sunulmuştur.

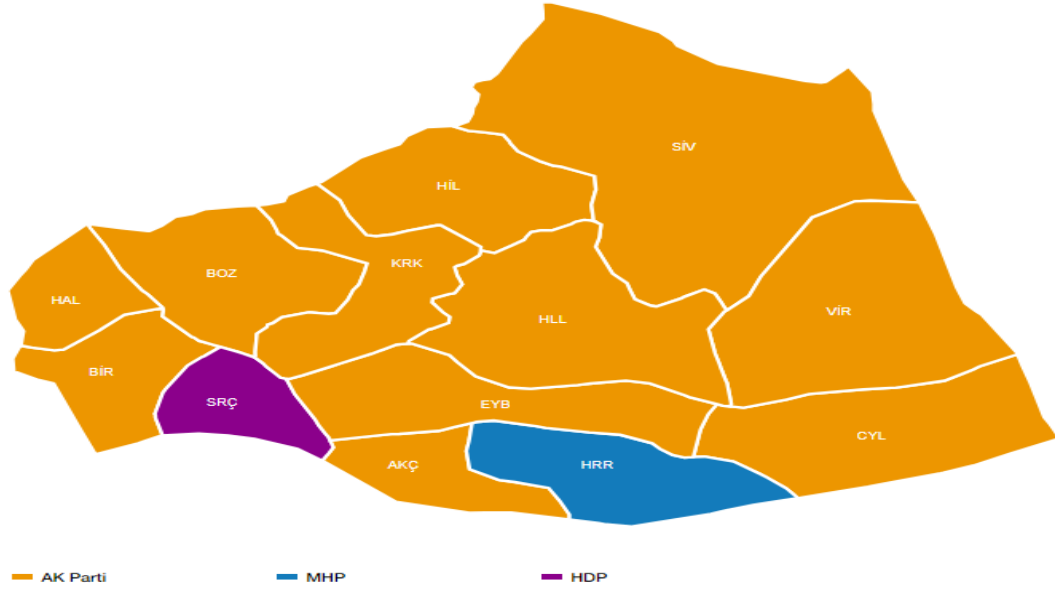
**Şekil 1.10.** 2019 Yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimlerinden Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri



Şekil 1.10 incelendiğinde, AK Parti %61,8, SP %36,3 oy aldığı görülmektedir. Diğer partilerin adaylarının oyları %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, Ak Parti en yakın rakibi SP'yi yaklaşık 1,7 katı oy alarak farklı bir şekilde kazanmıştır.

2019 yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçiminde Ak Parti adayının açık bir üstünlüğü olduğu gibi ilçe belediyelerinde de belediyelerin çoğunluğunu Ak Parti adayları kazanmıştır. 2019 yılı Mahalli İdareler Seçimlerinde Şanlıurfa İlçe Belediyeleri'nin partilere göre dağılımı Şekil 1.11'de sunulmuştur.

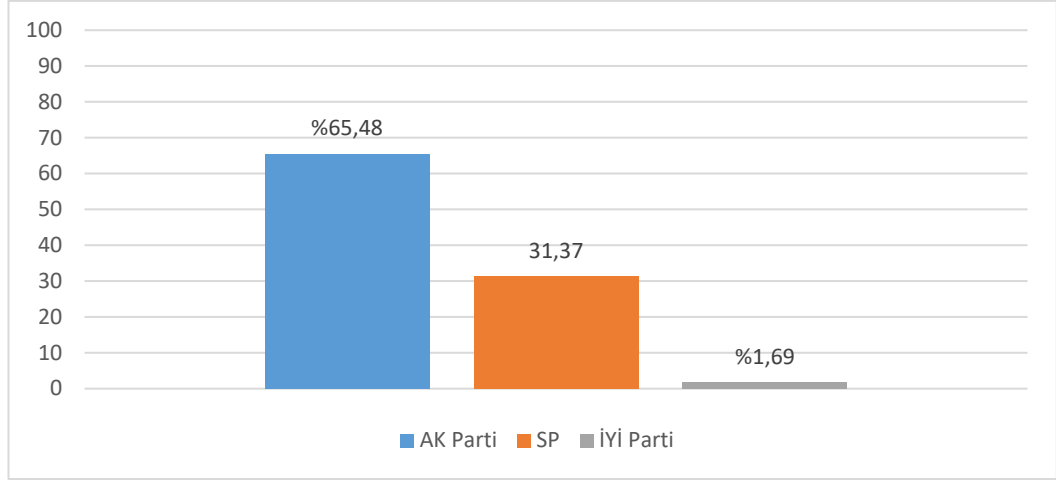
**Şekil 1.11.** 2019 yılı Mahalli İdareler Seçimlerinde Şanlıurfa İlçe Belediyeleri'nin Partilere Göre Dağılımı



Şekil 1.11 incelendiğinde, Şanlıurfa'da bulunan 13 ilçe belediyesinin 11'ini Ak Parti kazanırken birer belediyeyi ise MHP ve HDP kazanmıştır. Ak Parti'nin kazandığı ilçeler Birecik, Bozova, Akçakale, Viranşehir, Harran, Ceylanpınar, Eyyübiye, Haliliye, Karaköprü, Halfeti, Hilvan ve Siverek ilçe belediyeleri iken HDP Suruç ilçe belediyesini, MHP ise Harran ilçe belediyesini kazanmıştır bu çalışma kapsamında Haliliye, Eyyübiye ve Karaköprü ilçeleri inceleneceği için bu ilçelere ilişkin seçim sonuçları ilerleyen bölümlerde ayrıntılı olarak verilmiştir.

Şanlıurfa Haliliye Belediye Başkanlığı için 8 parti aday göstermiştir. Şanlıurfa Haliliye Belediye Başkanlığı için AKP, SP, İYİ Parti, olarak aday gösterilmiştir. Kalan partilerin adayları %1'in altında oy aldıkları için partilere burada yer verilmemiştir. 2019 yılı Şanlıurfa Haliliye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimleri de adayların elde ettikleri oy yüzdelere ilişkin bilgiler Şekil 1.12'de sunulmuştur.

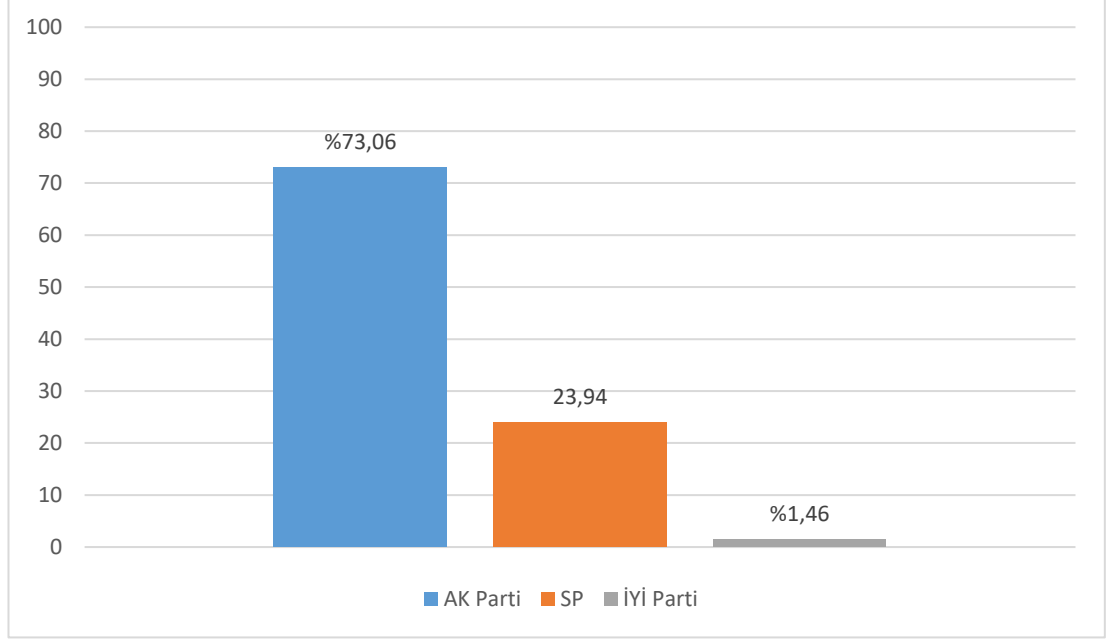
**Şekil 1.12.** 2019 Yılı Haliliye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri



Şekil 1.12 incelendiğinde, AKP %65,48, SP %31,37 ve İYİ Parti adayı %1,69 oy aldığı görülmektedir. Diğer partilerin adaylarının oyları %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, Ak Parti adayı seçimi en yakın rakibi SP'nin yaklaşık 2 katı oy alarak açık bir şekilde seçimi kazanmıştır.

2019 yılı Yerel Seçimlerinde Şanlıurfa Eyyübiye Belediye Başkanlığı için 6 parti aday göstermiş ve bir kişi de bağımsız aday olmuştur. Şanlıurfa Eyyübiye Belediye Başkanlığı için AK Parti, SP, İYİ Parti adaylar gösterilmiştir. Kalan partilerin adayları %1'in altında oy aldıkları için partilere ve adaylarına burada yer verilmemiştir. 2019 yılı Şanlıurfa Eyyübiye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimleri de adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.13'de sunulmuştur.

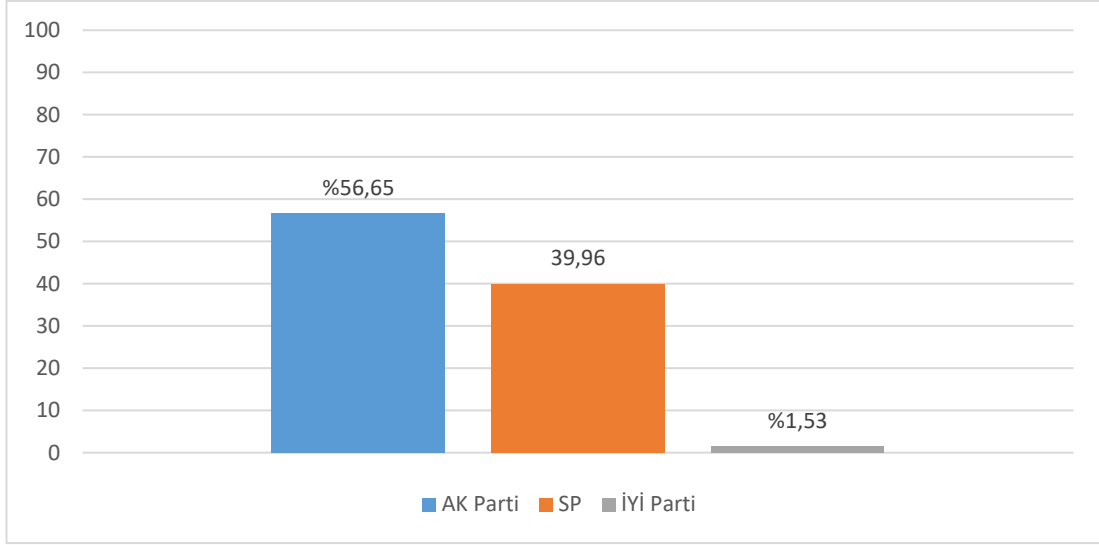
**Şekil 1.13.** 2019 Yılı Eyyübiye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri



Şekil 1.13 incelendiğinde, AKP %73,06, SP %23,94 ve İYİ Parti %1,46 oy aldığı görülmektedir. Diğer partilerin adaylarının oyları %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, Ak Parti adayı Mehmet Kuş seçimi en yakın rakibi SP'nin yaklaşık 3 katı oy alarak farklı bir şekilde kazanmıştır.

2019 yılı Yerel Seçimlerinde Şanlıurfa Karaköprü Belediye Başkanlığı için 5 parti aday göstermiş ve iki kişi de bağımsız aday olmuştur. Şanlıurfa Karaköprü Belediye Başkanlığı için AKP, SP, İYİ Parti aday göstermiştir. Kalan adaylar %1'in altında oy aldıkları için burada yer verilmemiştir. 2019 yılı Şanlıurfa Karaköprü İlçe Belediye Başkanlığı Seçimleri de adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.14'de sunulmuştur.

**Şekil 1.14.** 2019 Yılı Karaköprü İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri



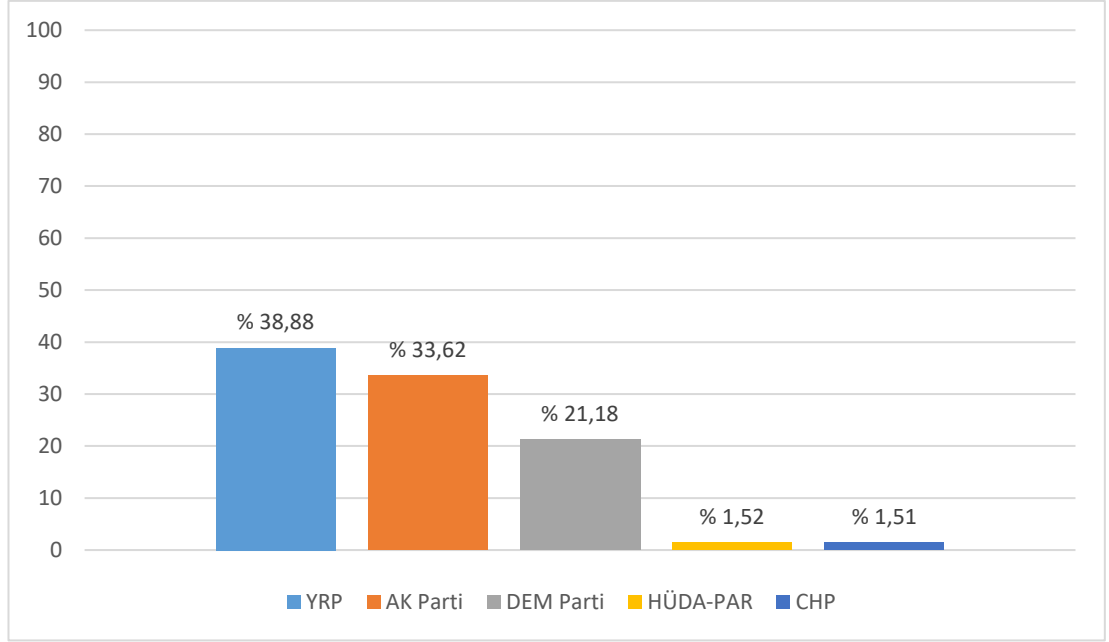
Şekil 1.14. incelendiğinde, AK Parti %56,65, SP %39,96 ve İYİ Parti %1,53 oy aldığı görülmektedir. Diğer adayların oyları %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, Ak Parti seçimi en yakın rakibi SP'ye yaklaşık 1,4 katı oy alarak farklı bir şekilde kazanmıştır.

#### 1.4.2.1.(c). 31 Mart 2024 Şanlıurfa İli Mahalli İdareler Seçimi

2024 Türkiye yerel seçimlerinde resmî adıyla 31 Mart 2024 Mahalli İdareler Genel Seçimlerinde, Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi ve 13 ilçenin Belediye Başkanı seçilmiştir. Yüksek Seçim Kurulu'nun (YSK) verilerine göre, Şanlıurfa'da bulunan toplam seçmen sayısı 1.251.037 iken sandık sayısı da 4436'dır.

Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı için 20 parti aday göstermiştir. Büyükşehir Belediye Başkanlığı için Yeniden Refah Partisi'nden (YRP), AKP, Halkların Eşitliği ve Demokrasi Partisi'nden (DEM Parti), HÜDAPAR, CHP, SP, Demokrasi ve Atılım Partisi (DEVA), Zafer Partisi (ZP), DSP, TKP, DP, BTP, YTP, HAK-PAR, Vatan Partisi, Adalet Birlik Partisi, HKP, Millet Partisi, Milli Yol Partisi, TKH partileri aday gösterilmiştir. 2024 yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimlerinden adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.15'de sunulmuştur.

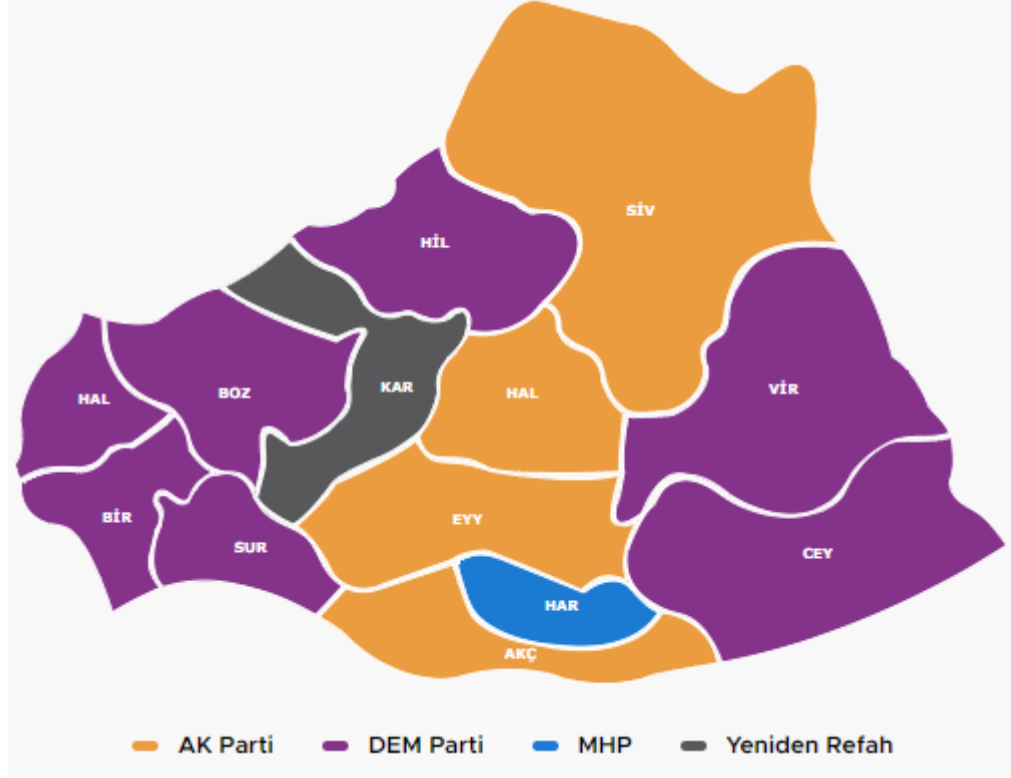
**Şekil 1.15.** 2024 Yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimlerinden Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri



Şekil 1.15 incelendiğinde, YRP %38,88, AKP %33,62, DEM Parti %21,18, HÜDA-PAR %1,52, CHP %1,51 oranında oy aldıkları görülmektedir. Diğer partilerin adaylarının oyları %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, YRP en yakın rakibi AKP'yi yaklaşık 1,1 katı oy alarak az farkla kazanmıştır.

2024 yılı Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçiminde YRP, AKP'yi az farkla geçerek Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimini kazanmasına rağmen ilçe belediyelerin de AKP ve DEM Parti'nin ilçe belediyelerinin çoğunluğunu aldığı görülmektedir. 2024 yılı Mahalli İdareler Seçimlerinde Şanlıurfa İlçe Belediyeleri'nin partilere göre dağılımı Şekil 1.16. sunulmuştur.

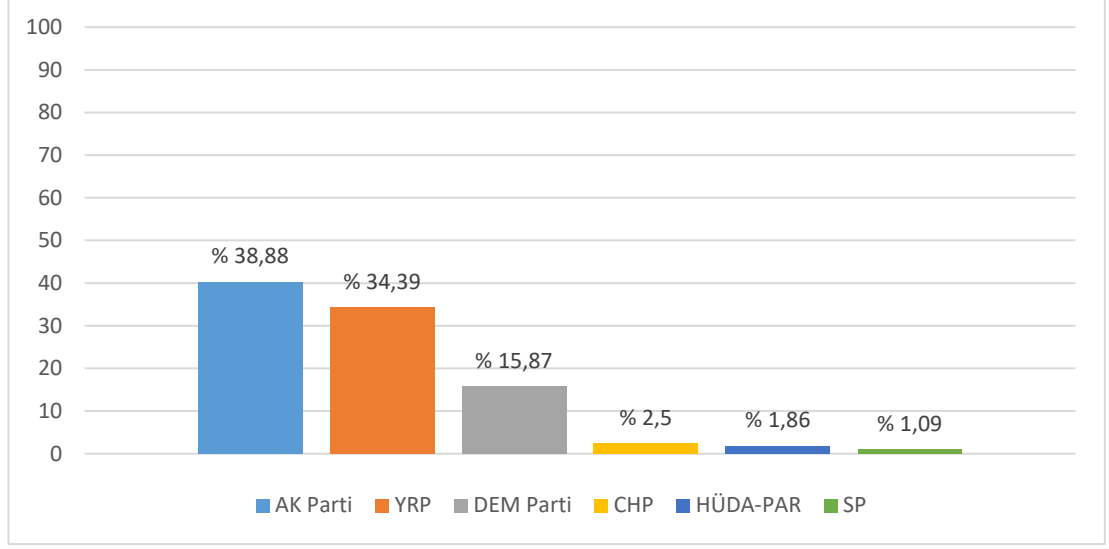
**Şekil 1.16.** 2024 yılı Mahalli İdareler Seçimlerinde Şanlıurfa İlçe Belediyeleri'nin Partilere Göre Dağılımı



Şekil 1.16 incelendiğinde, Şanlıurfa'da bulunan 13 ilçe belediyesinin 7'sini DEM Parti kazanırken, 4'ünü AK Parti kazanmıştır. YRP ve MHP ise birer ilçe belediyesi kazanmışlardır. DEM Parti, Halfeti, Birecik, Suruç, Bozova, Hilvan, Viranşehir, Ceylanpınar ilçe belediyelerini, AK Parti Siverek, Eyyübiye, Haliliye, Akçakale ilçe belediyelerini, Yeniden Refah Partisi Karaköprü İlçe Belediyesi'ni, MHP ise Harran İlçe Belediyesi'ni kazanmıştır. Bu çalışma kapsamında Haliliye, Eyyübiye ve Karaköprü ilçeleri inceleneceği için bu ilçelere ilişkin seçim sonuçları ilerleyen bölümlerde ayrıntılı olarak verilmiştir.

Şanlıurfa, Haliliye Belediye Başkanlığı için 18 parti aday göstermiştir. Şanlıurfa, Haliliye Belediye Başkanlığı için AKP, YRP, DEM Parti, CHP, HÜDA-PAR, SP aday gösterilmiştir. Kalan partilerin adayları %1'in altında oy aldıkları için partilere ve adaylarına burada yer verilmemiştir. 2024 yılı Şanlıurfa Haliliye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimleri de adayların elde ettikleri oy yüzdelere ilişkin bilgiler Şekil 1.17'de sunulmuştur.

**Şekil 1.17.** 2024 Yılı Haliliye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri

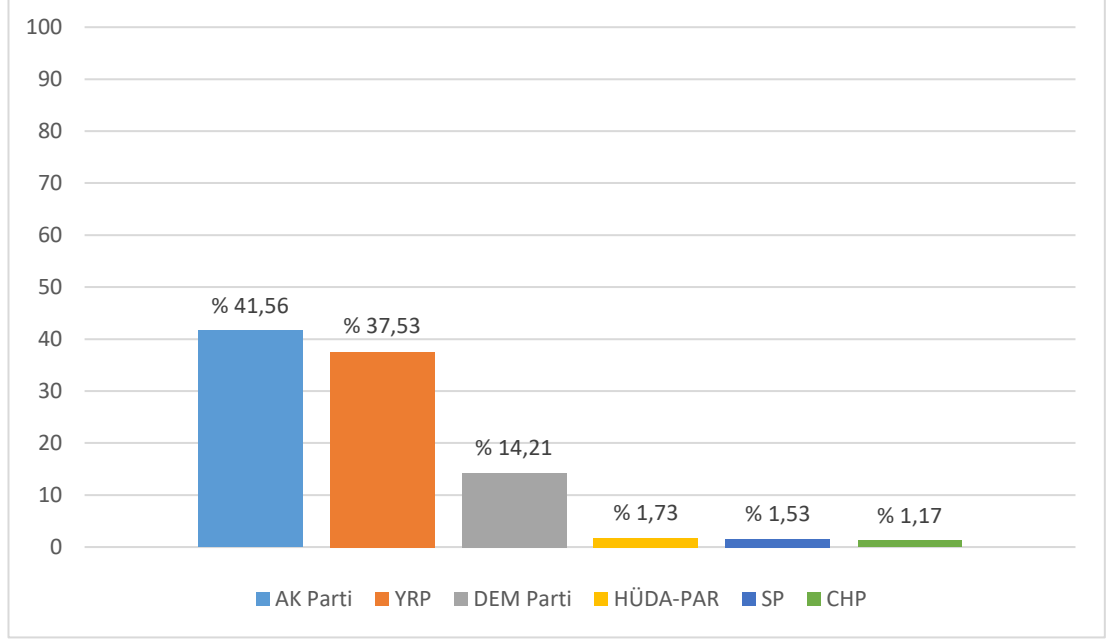


Şekil 1.17 incelendiğinde, AKP %38,88, YRP %34,39, DEM Parti %15,87, CHP %2,5, HÜDA-PAR %1,86, SP %1,09 oy aldığı görülmektedir. Diğer partilerin adaylarının oyları %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, AKP en yakın rakibi YRP'ye karşı 1,1 katı oy alarak az bir farkla seçimi kazanmıştır.

2024 yılı Yerel Seçimlerinde Şanlıurfa Eyyübiye Belediye Başkanlığı için 17 parti aday göstermiştir. Şanlıurfa Eyyübiye Belediye Başkanlığı için AKP, YRP, DEM Parti, HÜDA-PAR, SP, CHP aday olarak gösterilmiştir. Kalan partilerin adayları %1'in altında oy aldıkları için partilere ve adaylarına burada yer verilmemiştir. 2024 yılı Şanlıurfa Eyyübiye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerin'de adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.18'de sunulmuştur.



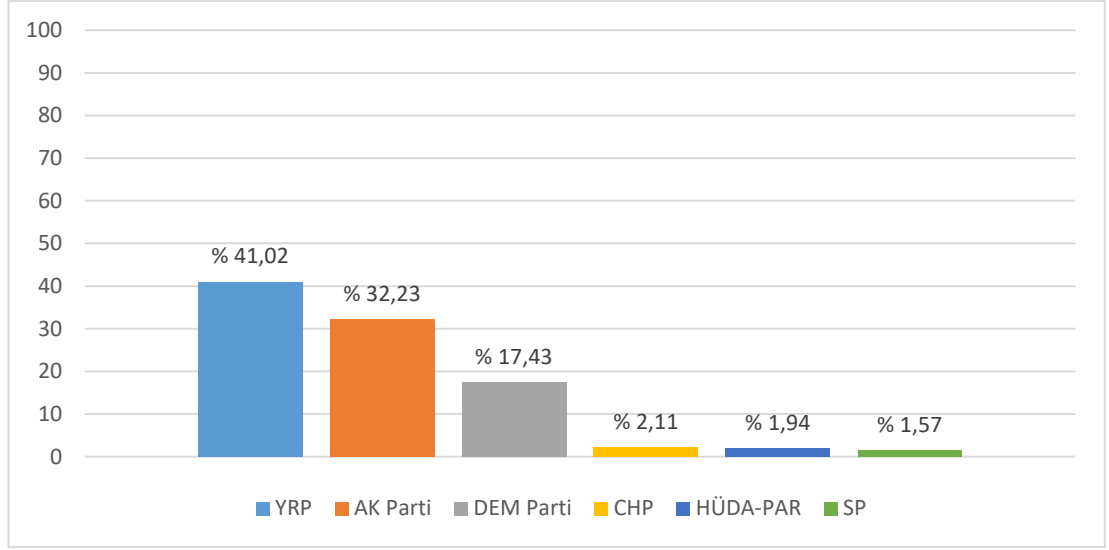
**Şekil 1.18.** 2024 Yılı Eyyübiye İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri



Şekil 1.18 incelendiğinde, AKP %41,56, YRP %37,53, DEM Parti, %14,21, HÜDA-PAR %1,73, SP %1,53, CHP %1,17 oy aldığı görülmektedir. Diğer partilerin adaylarının oyları %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, AKP seçimi en yakın rakibi YRP'den yaklaşık 1,1 katı oy alarak az bir farkla kazanmıştır.

2024 yılı Yerel Seçimlerinde Şanlıurfa Karaköprü Belediye Başkanlığı için 5 parti aday göstermiş ve iki kişi de bağımsız aday olmuştur. Şanlıurfa Karaköprü Belediye Başkanlığı için YR, AKP, DEM Parti, CHP, HÜDA-PAR, SP aday gösterilmiştir. Kalan adaylar %1'in altında oy aldıkları için burada yer verilmemiştir. 2024 yılı Şanlıurfa Karaköprü İlçe Belediye Başkanlığı Seçimleri de adayların elde ettikleri oy yüzdelerine ilişkin bilgiler Şekil 1.19'de sunulmuştur.

**Şekil 1.19.** 2024 Yılı Karaköprü İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde Adayların Elde Ettikleri Oy Yüzdeleri



Şekil 1.19 incelendiğinde, YR %41,02, AKP %32,23, DEM Parti %17,43, CHP %2,11, HÜDA-PAR %1,94, SP %1,57 oy aldığı görülmektedir. Diğer adayların oyları %1'in altında kaldığı için grafikte belirtilmemiştir. Seçim sonuçlarına göre, YRP seçimi en yakın rakibi AKP'nin yaklaşık 1,3 katı oy alarak farklı bir şekilde kazanmıştır.

## 2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Seçmen davranışları, siyaset bilimi literatüründe uzun yıllardır araştırma konusu olan, çok boyutlu bir toplumsal olgudur. Seçmenin oy verme sürecine etki eden değişkenler; bireysel özelliklerden sosyoekonomik faktörlere, ideolojik eğilimlerden siyasal sistemin işleyişine kadar geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Bu bağlamda, seçmen davranışlarını etkileyen unsurlar üzerine yapılan çalışmalarda, seçmenin oy verme kararlarını hangi değişkenlere dayanarak şekillendirdiğini ortaya koyan çok sayıda ampirik araştırmaya hem Türkiye’de hem de uluslararası literatürde rastlanmaktadır.

Özellikle yurtdışında gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, seçmenlerin tercihlerini oluştururken duygusal ve kimlik temelli bağlılıkların yanı sıra, bireysel çıkar ve beklentiler doğrultusunda bilinçli kararlar aldıklarını öne süren yaklaşımların öne çıktığı görülmektedir. Bu yaklaşımın temelini oluşturan rasyonel davranış kuramı, seçmenlerin siyasi tercihlerini fayda-maliyet analizi üzerinden değerlendirdiğini varsayar. Kurama göre bireyler, hangi adayın ya da partinin kendi çıkarlarına daha fazla katkı sağlayacağını düşünüyorsa, oy tercihini bu doğrultuda yapmaktadır.

Rasyonel davranış kuramı, seçmen davranışına yönelik açıklamaları faydacı bir bakış açısıyla temellendirir. Seçmen, oy verdiği takdirde elde edeceği faydayı, alternatiflerle karşılaştırarak değerlendirir ve kararını buna göre verir. Özellikle yerel seçimlerde bu değerlendirme süreci daha somut hâle gelmekte; bireyler kendi yaşadıkları çevrede meydana gelen değişiklikleri doğrudan gözlemleyebildikleri için, tercihlerini daha hesaplı ve ölçülebilir unsurlar üzerinden şekillendirebilmektedir. Bu noktada, seçmenin bireysel koşullarındaki değişimi rasyonel biçimde analiz ederek karar vermesi, oy verme davranışının sadece ideolojik ya da duygusal değil, aynı zamanda hesaplayıcı bir yönü olduğunu da göstermektedir.

Türkiye’de seçmen davranışına yönelik yapılan akademik çalışmalar ise, genellikle ideolojik yönelimler, siyasal kimlikler, etnik ve dini aidiyetler gibi yapısal unsurlar çerçevesinde şekillenmektedir. Bununla birlikte, özellikle son dönem literatürde, seçmenin bireysel değerlendirme süreçlerine dayalı karar alma biçimleri de dikkate alınmaya başlanmıştır. Bu gelişme, rasyonel davranış kuramının Türkiye bağlamında da geçerli bir analiz aracı olarak kullanılabilmesine işaret etmektedir.

Bununla birlikte, yerel seçim dinamiklerinin yoğun şekilde yaşandığı illerden biri olan **Şanlıurfa** özelinde, seçmen davranışlarının rasyonel tercih kuramı temelinde ele alındığı ampirik araştırmalar oldukça sınırlıdır. Oysa bölgenin kendine özgü sosyopolitik yapısı, demografik özellikleri ve yerel yönetim uygulamaları, seçmen tercihlerini anlamada önemli ipuçları sunmaktadır. Bu nedenle **Şanlıurfa**'da seçmenin siyasi tercihlerini hangi hesaplama ve değerlendirme süreçlerine göre belirlediğini analiz eden kuramsal çalışmalara duyulan ihtiyaç gün geçtikçe artmaktadır. Bu çalışma, söz konusu boşluğu doldurmayı hedefleyerek, rasyonel davranış kuramı çerçevesinde seçmenlerin nasıl bir karar süreci izlediklerini, yerel bağlamda ortaya koymayı amaçlamaktadır.

**Yabancı** literatürde yer alan çalışmalar değerlendirildiğinde:

Goldberg, (2014). “The Impact of Religion on Voting Behaviour – A Multilevel Approach for Switzerland” adlı bu çalışma, 2007 ve 2011 İsviçre ulusal seçimlerinden elde edilen verileri kullanarak İsviçre Hıristiyan Demokrat Partisi'ne (CVP) oy verme tercihinde dinin etkisi test edilmiştir. Ampirik bulgular, dini değerlerin CVP'ye oy verme tercihi üzerinde önemli bir pozitif etki yarattığı gözlemlenmiştir. Ayrıca tam bir sonuç elde etmek için, sosyal sınıf veya kır-kent farkı gibi geleneksel bölünmeleri açıklayan genişletilmiş bir analize ihtiyaç olduğu belirtilmiştir. Diğer bölünmelerin analizi olarak, bağlamsal etkinin daha ayrıntılı olarak incelenmesine neden olduğuna, bazı durumlarda, iki farklı bölünmeden gelen bireysel ve bağlamsal değişkenler arasında da ilişkiler olabileceğine değinilmiştir. Bu şekilde oluşan çapraz bölünme ilişkisinin bir örneğinin ise sosyal sınıfın dindar nüfusu üzerinde daha zayıf etkisinden oluşabileceği tespit edilmiştir. İkinci olarak ise, dini değerlerin hala seçim davranışlarının ana belirleyicilerini temsil ettiği, buna karşılık ise laik nüfusun oy verme kararları, sosyal sınıfları gibi dini olmayan değerlerden etkilenme eğiliminde olduğu sonucuna varılmıştır.

Burden, “The dynamic effects of education on voter turnout” (2009). adlı çalışma son yarım yüzyılda örgün eğitim ile seçmen katılımı arasındaki dinamik ilişkiyi araştırmıştır. Eğitim ve katılım arasında dinamik ilişkiye izin vermek için The American Voter'ın “nedensellik hunisini” kullanarak artan eğitim seviyelerinin neden daha yüksek seçmen katılımı sağlamadığına dair araştırmalar yapılmıştır. 1952'den

2004'e kadar olan anket verileri analiz edildiğinde, 1980'lerden itibaren üniversite eğitiminin etkisinin arttığı, dolayısıyla eğitime erişimin katılımı tahmin etme yeteneğini büyüttüğü kanısına varılmıştır. Buna karşılık, eğitimin, sivil katılımın bir başka yaygın ölçüsü olan siyasi bilgi üzerinde sürekli bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır

Burnett, ve Kogan, “The politics of potholes: service quality and retrospective voting in local elections” (2016). adlı çalışmada hem göze çarpan hem de tartışmasız bir şekilde yerel yönetimin sorumluluğunda olan yerel yolların kalitesi incelenmiştir. Yapılan analiz, Amerika'nın en büyük şehirlerinden birinde çukur şikayetlerinin sayısında şehir içi varyasyondan yararlanıyor ve bu tür bir varyasyonun, birkaç seçim döngüsü boyunca iki siyasi ofisteki (belediye başkanı ve belediye meclisi) görevdeki kişilere verilen destekteki mahalle düzeyindeki farklılıkları açıklayabildiğini göstermektedir. Çukur şikayetlerinin civardaki seçmen katılımı üzerindeki etkisini incelenerek ilgili mekanizmalar hakkında bazı bilgiler ışığında, seçimden önce yapılan şikayetler ile seçim günü seçmen katılım oranı arasında çok az bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Görevdekilerin destekçileri arasındaki katılımdaki düşüşün, oy kullanan seçmen sayısında net bir değişiklik yaratmadan, rakipleri arasındaki daha yüksek katılımı neredeyse mükemmel bir şekilde dengelenmesi mümkün olmaktadır. Bununla birlikte, bu sonuçlar, hesap verebilirlik etkilerinin, seçimlere kimlerin katıldığını değiştiren çukurlardan ziyade, seçmenlerin fikirlerini değiştirmesinden kaynaklandığını göstermiştir. Demokrasi ve sosyal refah arasındaki etkisi, seçmenlerin sandıkta getirdikleri geriye dönük değerlendirmelerin türlerine ve seçilmiş yetkililerin sonuçta ortaya çıkan siyasi teşviklere nasıl tepki verdiğine büyük ölçüde bağlı olduğu kanısına varılmıştır

Mark N. Franklin'in “Voter Turnout and the Dynamics of Electoral Competition in Established Democracies since 1945” (2004). adlı çalışması, II. Dünya Savaşı sonrası dönemde gelişmiş demokrasilerde seçmen katılımında gözlemlenen düşüşün nedenlerini analiz etmeyi amaçlamıştır. 22 ülkede yapılan seçimlere ilişkin veriler üzerinden yürütülen kapsamlı karşılaştırmalı analizde, seçmen katılımını belirleyen faktörlerin sadece bireysel değil, aynı zamanda sistemsal ve kurumsal olduğu savunulmuştur. Franklin, katılımın özellikle seçim sisteminin yapısı, seçim sıklığı, kampanya yoğunluğu ve ilk defa oy kullanan seçmenlere yönelik teşvikler gibi

unsurlardan etkilendiğini vurgulamıştır. Ayrıca, “seçimlerin önemi” algısı, yani seçmenin oyunun bir fark yaratacağına dair inancı da katılım düzeyinde belirleyici bir faktör olarak öne çıkmıştır. Bu çalışma, rasyonel tercih kuramına sistemsal bir boyut ekleyerek, bireyin siyasi davranışını hem kişisel hesaplamalar hem de içinde bulunduğu siyasal bağlam üzerinden değerlendirmiştir.

Bir diğer önemli çalışma ise Pippa Norris’in “Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior” (2004) adlı eseridir. Norris, bu çalışmasında seçmen davranışının sadece bireysel özelliklerle değil, aynı zamanda seçim sistemleriyle doğrudan bağlantılı olduğunu savunmuştur. Farklı ülkelerde uygulanan çoğunlukçu, nispi temsil veya karma seçim sistemlerinin, seçmenlerin stratejik davranışlarını ve oy verme eğilimlerini nasıl etkilediğini ampirik verilerle incelemiştir. Norris, nispi temsil sistemlerinin, bireyleri daha fazla oy kullanmaya teşvik ettiğini ve temsilde adalet algısını güçlendirerek seçmen sadakatini artırdığını göstermiştir. Ayrıca, seçim mühendisliği olarak adlandırdığı bu yaklaşım çerçevesinde, oy verme davranışının reformlarla şekillendirilebileceği, dolayısıyla seçim sistemlerinin teknik bir mesele olmaktan çok, siyasi katılımı yönlendiren araçlar olduğu savunulmuştur. Bu yönüyle çalışma, seçmen davranışını yalnızca bireysel düzlemde değil, yapısal ve kurumsal boyutlarıyla da ele alan kapsamlı bir yaklaşım sunmaktadır.

Verba, Schlozman ve Brady (1995). tarafından gerçekleştirilen “Voice and Equality” adlı kapsamlı araştırmada ise siyasal katılım, bireylerin sahip oldukları kaynaklar ve sosyal çevreleri bağlamında değerlendirilmiştir. 15 binden fazla bireyden toplanan anket verileriyle yürütülen bu çalışma, bireylerin siyasal süreçlere katılabilmesi için üç temel kaynağa ihtiyaç duyduğunu ortaya koymuştur: zaman, para ve siyasi beceri. Bu kaynakların bireylerde bulunma düzeyini belirleyen en güçlü etkenlerden biri ise eğitim düzeyidir. Eğitimli bireyler, siyasal iletişime daha açık, bilgiye daha kolay erişen ve karar alma süreçlerine daha etkin katılabilen bireyler olarak tanımlanmıştır.

Wolfinger ve Rosenstone’un “Who Votes?” (1980) başlıklı çalışması ise, ABD’de kimin oy verdiği sorusuna yanıt aramış ve seçmen katılımını belirleyen sosyo-demografik faktörleri kapsamlı biçimde incelemiştir. 1972 seçimlerine dair anket verilerinden yararlanılan bu çalışmada, özellikle eğitim düzeyi, yaş, gelir ve

etnik kimliğin katılım düzeyi üzerinde belirleyici etkiler yarattığı görülmüştür. Düşük eğitilmiş ve düşük gelirli bireylerin sandığa gitme olasılığının daha az olduğu; ayrıca kurumsal engellerin de katılımı kısıtladığı tespit edilmiştir. Seçim günü izin verilmemesi ya da karmaşık kayıt prosedürleri gibi yapısal etkenlerin, özellikle dezavantajlı grupların katılımını olumsuz etkilediği belirtilmiştir.

Diğer taraftan, Anthony Downs'un "An Economic Theory of Democracy" (1957) adlı çalışması, seçmen davranışını tamamen farklı bir bakış açısıyla, rasyonel tercih kuramı çerçevesinde ele almıştır. Bu kuramsal model, seçmenin oy verme kararını fayda-maliyet analiziyle aldığı varsayımına dayanır. Birey, siyasi aktörleri kendi çıkarına sağlayacağı olası faydaya göre değerlendirmekte; hangi aday ya da parti daha çok çıkar sağlıyorsa tercihini ona yönlendirmektedir. Bu model ampirik veri sunmasa da sonraki yıllarda yapılan yüzlerce ampirik çalışmaya teorik temel oluşturmuş ve seçmen davranışını bireysel rasyonalite üzerinden yorumlamanın kapısını aralamıştır. Klasik bir yere sahip olan "The American Voter" (Campbell, Converse, Miller ve Stokes, 1960), seçmenlerin büyük ölçüde partizan kimlikleri doğrultusunda oy verdiklerini ortaya koymuştur. 1952 ABD başkanlık seçimlerine ilişkin anket verileriyle yürütülen bu araştırma, bireylerin siyasal tutumlarının çocukluk ve gençlik dönemlerinde şekillendiğini ve yaşam boyunca büyük ölçüde sabit kaldığını savunmaktadır. Partizan kimlik, seçmen davranışının temel belirleyicisi olarak değerlendirilmiş ve bu yaklaşım literatürde psikolojik model olarak tanımlanmıştır.

Son olarak, Niemi ve Weisberg'in editörlüğünde yayımlanan "Controversies in Voting Behavior" (2001), seçmen davranışını açıklayan farklı kuramsal yaklaşımları ve bu yaklaşımlar etrafında gelişen tartışmaları kapsamlı biçimde ele almıştır. Psikolojik, sosyolojik ve rasyonel modeller arasındaki farklılıklar ve bu modellerin ampirik geçerlilikleri değerlendirilmiştir. Kitap, seçim sistemlerinin, medya etkisinin ve siyasi kampanyaların seçmen üzerindeki etkisini de tartışarak seçmen davranışının sadece bireysel değil, aynı zamanda yapısal faktörlerle de şekillendiğine dikkat çekmiştir. Bu çalışma doğrudan bir saha araştırması içermese de literatürdeki teorik ayrımların ve ampirik bulguların karşılaştırılması açısından önemli bir referans kaynağıdır.

**Türkiye** özelinde literatürde yer alan çalışmalara ilişkin değerlendirilme yapıldığında:

Kavas Urul, “Belediye hizmetleri ve seçmen davranışları ilişkisi üzerine bir araştırma: Ankara Yenimahalle ve Altındağ ilçe belediyeleri örneği” (2017). adlı çalışmada, seçmenin oy verme davranışına etki eden faktörler ile yerelde sunulan hizmetlerin ilişkili olduğu ileri sürülmüştür. Seçmenlerin oy verme davranışında, belediyeler tarafından sunulan hizmetlerin ne seviyede ve hangi yönde etkili olduğu, yerel seçimler bağlamında Ankara Büyükşehir Belediyesi Altındağ ve Yenimahalle ilçe belediyeleri örneğinde ele alınmıştır. Altındağ ve Yenimahalle ilçelerinde yapılmış olan alan araştırması ile en son yapılan ilçe belediye başkanlığı seçimlerinde oy kullanmış olan seçmenin siyasal parti tercih nedenleri, oy verme davranışlarına yön veren kurumların ve bu kurumlara etki eden faktörlerin belediyeler tarafından sunulan hizmetler ile ilişkisi tespit edilmiştir. Yapılmış olan bu alan araştırmasının en önemli ve genel ampirik sonucunda yerel seçimlerde, iktidar partisinin temsil edildiği Altındağ’da, seçmenin kararında parti ve parti lideri etkili görülürken ana muhalefet partisinin temsil edildiği Yenimahalle’de ise belediye hizmetlerinin seçmen kararında ön plana çıktığı sonucuna varılmıştır.

Beren, “Seçmen Tercihine Etki Eden Faktörler ve Seçim Güvenliği: Şanlıurfa İli Örneği” (2013). adlı çalışmada, seçmen tercihinine etki eden faktörlere yönelik bu farklı etnik kökene sahip yurttaşların birlikte yaşadığı, aşiret kültürünün varlığını halen devam ettirdiği ve terör örgütünün istismarına açık bir bölgede konumlanmış olan Şanlıurfa ili ölçeğinde araştırma yapılması amaçlanmıştır. Seçim ortamının güvenliğinin bu tercihler üzerinde ne derece etkili olup olmadığı da araştırmanın diğer bir sorusunu oluşturmuştur. Yapılan araştırmanın sonucunda genel çerçeveye bakıldığında, diğer kentlerde yapılan çalışmaların aksine seçmen tercihleri üzerinde demografik, feodal, kültürel ve güvenliğe ilişkin faktörlerin daha baskın olduğu kanısına varılmıştır. Bu çerçevede bölge insanının oy verme veya aday olma hususunda siyasi tercihlerini özgür bir şekilde belirleyebilmesi, bunu herhangi bir çekince veya endişe duymaksızın sandığa yansıtabilmesi, geniş manada seçim ortamının güvenliğini tesis edebilmek için demografik, feodal, kültürel ve güvenliğe ilişkin faktörlerin yeniden değerlendirilmesi gerekliliği belirtilmiştir.



Tan, ve Baydaş, “Seçmen özelliklerinin oy verme davranışı üzerindeki etkileri” (2017). adlı çalışmada ise seçmenlerin demografik özelliklerinin siyasi parti tercihlerine etkileri ortaya konmaya çalışılmıştır. Literatür araştırmasına dayanarak seçmen davranışına etki eden özelliklerden yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, meslek gibi faktörler belirlenmiş bu faktörlerin bileşik ya da ayrı ayrı olarak, politik parti tercihine etkisini ölçmek için Gaziantep ilinden 2036 seçmen ile yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda globalleşen dünyada ideolojik siyasi yapının ve politikalarının seçmen tercihlerini etkilemediği ve seçmen tercihlerinde yapılan hizmetlerin önemli bir yeri olduğu ileri sürülmüştür. Bu bağlamda siyasi partilerin seçmene yarar getirebilecek yaklaşımlara yönelmesi gerektiği kanısına varılmıştır.

Selçuk, “Yerel seçimlerde seçmen davranışını etkileyen faktörler: Güneydoğu Anadolu Bölgesi örneği” (2019) isimli çalışma incelendiğinde, teorik bölümde seçmen davranışlarının temel dinamikleri ve kuramsal yaklaşımları açıklanmıştır. Seçmenlerin oy verme tercihinde bulunurken ideolojik, aile ve çevre, ekonomik veya aday etkisi gibi birçok sebebi göz önünde bulundurarak tercih yapmalarından ötürü cinsiyet, yaş, eğitim, etnisite, kitle iletişim araçları ve propaganda gibi değişkenlerin seçmen üzerindeki etkilerine değinilmiştir. Araştırmanın uygulama kısmında Güneydoğu Anadolu Bölgesinde seçmen davranışı üzerinde etkisi olan kültürel, sosyolojik ve psikolojik faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan araştırmalar neticesinde sosyolojik psikolojik faktörlerin seçmen davranışı üzerindeki etkilerine değinilmiştir. Fakat seçmen davranışına etki eden faktörler ile bu faktörlerin etki düzeyinin zaman ve mekâna bağlı olarak değişkenlik gösterebildiği gözlemlenmiştir. Bu faktörlerin, ülkelerin bulunduğu jeopolitik konumuyla, iç ve dış politikasında yaşanan olayların seçmen için büyük bir etki oluşturduğu kanısına varılmıştır.

Apa, “Seçmenlerin belediyeler hakkındaki etik algısı: Ankara örneği” (2013). adlı çalışma ise seçmenlerin belediyeler hakkında kamu hizmeti etiğine ilişkin ilke, değer ve standartlar bağlamında nasıl algı ve tutumlara sahip olduğunu ve söz konusu tutum ve algılarda hangi faktörlerin etkili olduğunu belirlemeye çalışmıştır. Dolayısıyla kamu hizmeti etiği alanına ampirik temelli bulgu ve bilgilerle katkıda bulunabilme hedeflenmiştir. Yönelindiği amaç bakımından araştırma betimleyici ve kullanılan veri toplama tekniği bakımından uygulamalı bir alan araştırmasıdır. Seçmenlerin belediyeler hakkında kamu hizmeti etiği değişkenlerine ilişkin tutum ve algılarında

seçmenlerin demografik faktörlerinin etkileri de tek tek incelenmiştir. Bu kapsamda elde edilen bulgulara göre seçmenlerin belediye görevlilerinin ahlakiliği hakkındaki algısının ve güveninin olumsuz düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bu durumda, halkın gözünde belediyelerin kurumsal imajının zedelendiği biçiminde bir kanıya varılmış, ayrıca belediye görevlilerinin faydacı etik anlayışına yönelik önermeye seçmenlerin büyük bir oranda olumsuz görüş bildirdiği ve belediye görevlilerini faydacı bulmadığı görülmüştür. Öte yandan, liberal siyasi eğilime sahip seçmenlerin, belediye görevlilerini faydacı bulma oranının diğer siyasi eğilim gruplarına oranla daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Genç, “Belediyelerde hizmet memnuniyeti ile seçmen yönelimi arasındaki ilişki: Sancaktepe belediyesi örneği” (2020). adlı çalışmada, seçmenlerin belediye seçimlerindeki siyasi tercihleri üzerinde belediye tarafından sunulan hizmetlerin memnuniyet düzeylerinin ne derece ve ne yönde etkilediği araştırılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, öncelikle literatürde genel kabul görmüş savlar taranmış ve söz konusu savlar, İstanbul’da Sancaktepe Belediyesi’nde gerçekleştirilen alan araştırması ile sınanmıştır. Alan araştırmasında, 500 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda ise, yerel seçimlerde seçmenlerin hizmet memnuniyetine göre oy verme eğiliminde olmadığı, aksine sosyolojik ya da ideolojik yaklaşımların seçmen davranışlarını yönlendirdiği düşüncesine varılmıştır.

Usta ve Memiş tarafından yapılan çalışmada, “Algılanan belediye hizmet kalitesinin seçmen bağlılığına etkisi” (2009). Adlı çalışmada Giresun il merkezinde gerçekleştirilen çalışma, 293 seçmen üzerinde yürütülmüştür. Araştırma sonuçlarına göre, algılanan belediye hizmet kalitesinin hem tutumsal hem de davranışsal seçmen bağlılığı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu görülmüştür. Ancak, algılanan belediye hizmet kalitesinin, tutumsal bağlılık üzerindeki etkisinin, davranışsal seçmen bağlılığına göre daha az olduğu ve oldukça düşük olduğu belirlenmiştir. Seçmen bağlılığı üzerinde en önemli etkisi olan algılanan belediye hizmet kalitesi faktörü, seçmenlerin bilgilendirilmesi ve öneminin farkında olunmasıdır. Bu sonuçlar, pazarlama yönetimindeki “tüketici odaklı” yaklaşımın, kamu yönetimine uyumlu şekilde olan “vatandaş odaklı yönetim” yaklaşımının belediyelerde uygulanmasının önemini vurgulamaktadır.

Bu çerçevede Seçmen davranışı, hem Türkiye’de hem de yabancı literatürde yapılan araştırmalarda çok boyutlu bir olgu olarak ele alınmaktadır. Oy verme kararları; eğitim düzeyi, partizan kimlik, sosyo-ekonomik yapı, siyasi bilgi düzeyi ve içinde bulunulan yapısal koşullar gibi birçok faktörün etkileşimiyle şekillenmektedir. Özellikle yerel seçimlerde belediye hizmetleri, seçmen tercihlerinde belirli bir etki yaratabilmektedir. Altyapı, ulaşım, çevre düzenlemesi ve sosyal hizmetler gibi alanlarda sunulan yerel hizmetler, seçmenin belediye yönetimini değerlendirmesinde rol oynamaktadır. Yabancı literatürde yapılan çalışmalar da, seçmenin sadece ideolojik ya da kimlik temelli değil, aynı zamanda hizmet performansına dayalı kararlar verebildiğini göstermektedir. Bu bağlamda geliştirilen psikolojik, sosyolojik ve rasyonel tercih kuramları, seçmen davranışını farklı yönlerden açıklamaktadır. Ancak hem ulusal hem uluslararası bulgular, belediye hizmetlerinin tek başına belirleyici olmadığını; oy verme davranışının çok sayıda bireysel ve toplumsal etkenin birleşimiyle ortaya çıktığını göstermektedir. Bu nedenle seçmen davranışını analiz ederken hem hizmet sunumu hem de seçmenin içinde bulunduğu sosyal ve siyasal bağlam birlikte ele alınmalıdır.

### 3. GEREÇ VE YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Yerel yönetimler, yurttaşlara doğrudan hizmet sunan, günlük yaşamın kalitesini belirleyen uygulamaların ana yürütücüsü olarak demokratik sistemlerin temelini oluşturmaktadır. Altyapıdan ulaşım, çevre düzenlemesinden sosyal yardımlara kadar birçok alanda hizmet sunan belediyeler, sadece idari işlevleriyle değil, aynı zamanda seçmen davranışlarını şekillendirme potansiyelleriyle de siyasal sürecin önemli aktörleri konumundadır (Şahin, 2015: 43). Bu bağlamda yerel seçimler, seçmenlerin sadece ideolojik yönelimlerini değil; aynı zamanda hizmet beklentilerine dayalı değerlendirmelerini de yansıttıkları bir platformdur. Bu çalışmanın temel amacı, seçmen davranışını açıklayan siyasal kuramlar ile yerel yönetim hizmetlerinin etkileşimini, Şanlıurfa ili merkez ilçeleri; Haliliye, Eyyübiye, Karaköprü örneğinde analiz etmektir. Özellikle belediye hizmetlerinin seçmenlerin oy verme kararlarını ne ölçüde etkilediği, hangi hizmetlerin seçmen tercihinde belirleyici rol oynadığı ve bu davranışların kuramsal olarak hangi model çerçevesinde açıklanabileceği sorularına yanıt aranmaktadır (Çelik Bozkaya, 2025:1411).

Bu kapsamda çalışmanın temel amacı şu çerçevede somutlaşmaktadır:

- Seçmenlerin belediye hizmetlerine ilişkin algılarının, siyasal tercihlere nasıl dönüştüğünü ortaya koymak;
- Bu süreci açıklamada rasyonel tercih teorisi, sosyolojik yaklaşım ve sosyal-psikolojik model gibi kuramsal çerçevelerin yerel düzeydeki açıklayıcılarını değerlendirmek;
- Yerel yönetimlerin hizmet sunum biçiminin, Şanlıurfa ili gibi geleneksel yapının güçlü olduğu yerlerde seçmen davranışını nasıl etkilediğini ampirik verilerle analiz etmektir.

**Bu doğrultuda araştırmada aşağıdaki temel sorulara yanıt aranacaktır:**

- Seçmen karar verme sürecinde belediye hizmetlerini nasıl değerlendirmektedir?
- Hizmet sunumundaki memnuniyet düzeyi, seçmenlerin oy tercihlerini doğrudan etkilemekte midir?
- Seçmenlerin demografik özellikleri (yaş, eğitim, gelir, cinsiyet vb.) ile belediye hizmetlerine verdikleri önem arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Rasyonel seçmen modeli kapsamında, seçmenler yerel yönetim performansını bir maliyet-fayda analizine tabi tutmakta mıdır?
- Sosyolojik model çerçevesinde, geleneksel toplumsal aidiyetler ve dini/kültürel bağlar hizmet algılarını gölgede bırakmakta mıdır?
- Sosyal-psikolojik yaklaşıma göre, seçmenlerin parti sadakati veya aday imajı, hizmetlerden bağımsız olarak oy davranışını yönlendirmekte midir?

*Araştırmanın özgün yönü;* Türkiye’de yerel yönetimler ve seçmen davranışı ilişkisine dair yapılan çalışmalar sınırlı sayıdadır. Şanlıurfa ili özelinde, belediye hizmetlerinin seçmen tercihlerine etkisini derinlemesine analiz eden ampirik bir çalışmanın bulunmaması, bu tezin özgünlüğünü artırmaktadır. Bu araştırma, hizmet algısı ile oy davranışı arasında nedensel bir bağ olup olmadığını ortaya koyarak, literatürdeki boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

**3.2. Araştırmanın Önemi ve Literatüre Katkısı**

Yerel yönetimlerin sunmuş olduğu hizmetlerin seçmen davranışı üzerindeki etkisi, siyaset bilimi ve kamu yönetimi disiplinlerinde son yıllarda dikkat çeken bir araştırma alanı olmakla birlikte, bu konuda yapılan çalışmalarda özellikle yerel düzeydeki seçmen tercihlerini anlamaya yönelik ampirik verilerin yetersizliği göze çarpmaktadır. Seçmenlerin oy verme sürecinde hangi faktörlerden etkilendiği, hangi unsurları dikkate almadığı ve belediye hizmetlerinin bu karar sürecine ne ölçüde etki ettiği gibi sorulara verilen yanıtlar, yerel demokrasi açısından büyük önem taşımaktadır. Ancak bu tür analizlerin özellikle yerel seçimler ve yerel yönetimler bağlamında bütüncül ve veri temelli bir yaklaşımla ele alınması sınırlı kalmaktadır.

Bu çalışma, Türkiye'nin sosyo-kültürel yapısı bakımından kendine özgü özellikler taşıyan Şanlıurfa ili özelinde, seçmenlerin belediye hizmetlerine yönelik algılarının oy tercihleri üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Şanlıurfa gibi hızlı kentleşmenin, genç nüfusun ve geleneksel toplumsal yapıların bir arada bulunduğu bir ilde, seçmenlerin oy verme davranışlarının yerel hizmetler ile nasıl bir etkileşim içinde olduğu bugüne kadar yeterince araştırılmamıştır. Bu durum, çalışmayı hem akademik literatür hem de uygulama alanı açısından özgün kılmaktadır. Çalışmanın en önemli katkılarından biri, yerel yönetim hizmetlerinin seçmen davranışları üzerindeki etkilerini farklı boyutlarıyla incelemesidir. Hangi tür belediye hizmetlerinin seçmen algısını daha fazla etkilediği, oy tercihi arasında anlamlı bir bağ bulunup bulunmadığı gibi sorulara yanıt arayarak, hem seçmen eğilimlerini açıklayıcı bir çerçeveye sunmakta hem de yerel yönetimlerin stratejik planlamalarına veri temelli katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda elde edilecek bulgular, hizmet odaklı siyaset anlayışının ne ölçüde karşılık bulduğunu ortaya koyarak, yerel yönetimlerin demokratik meşruiyetini güçlendirme çabalarına ışık tutacaktır. Ayrıca bu araştırma, seçmen davranışını açıklayan teorik yaklaşımların özellikle rasyonel tercih, sosyolojik etki ve sosyal-psikolojik kuramların yönelimlerini yerel düzeyde ne ölçüde geçerli olduğunu test etme imkânı sunmaktadır. Bu sayede çalışma, teorik bilgi ile yerel uygulamaları bir araya getirerek, seçmen davranışlarıyla ilgili kuramsal tartışmalara yeni bir katkı sağlamayı hedeflemektedir.

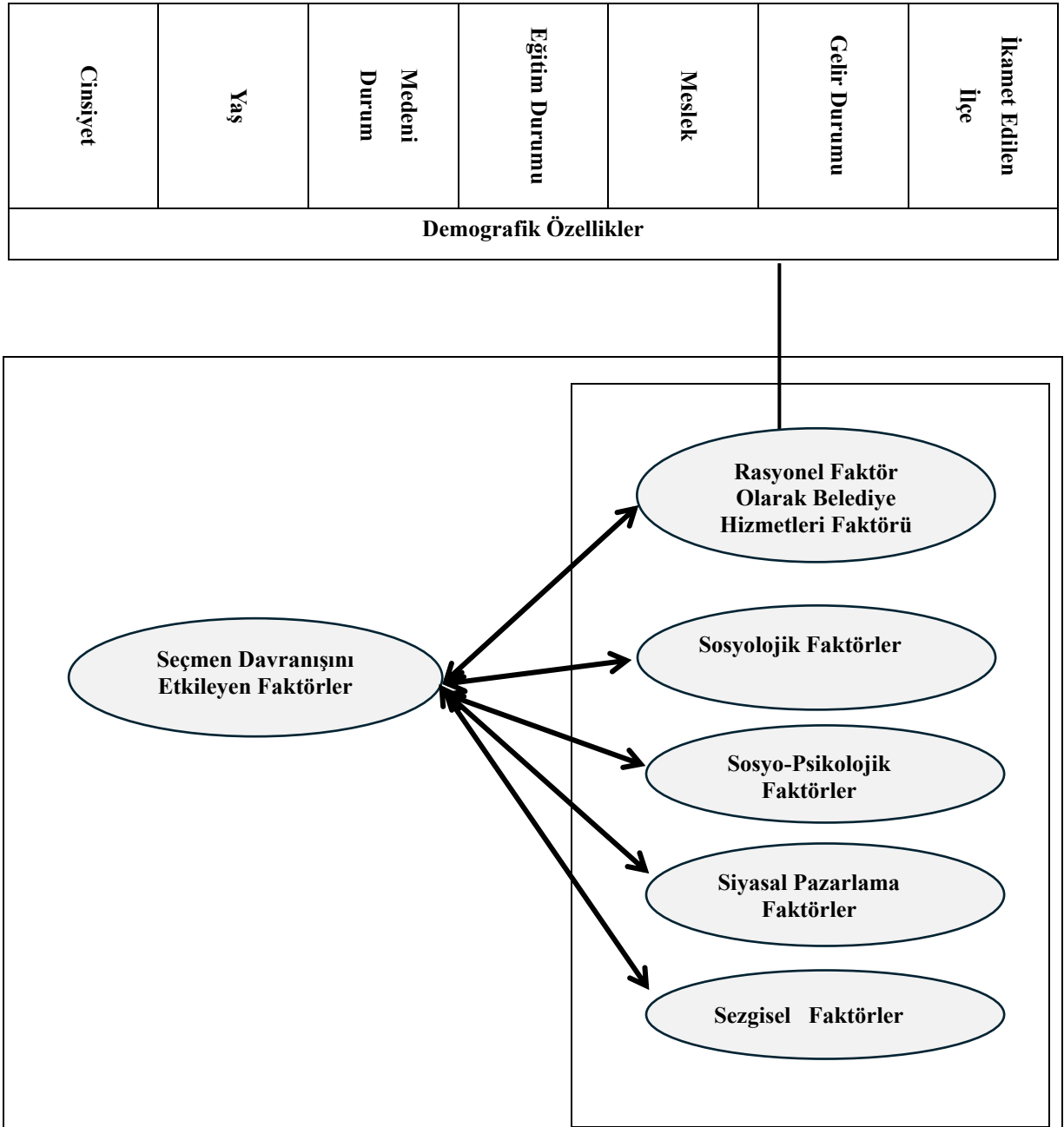
Çalışmadan elde edilecek sonuçların ulusal ve uluslararası düzeyde akademik çalışmalarla paylaşılması, ilgili alanda yapılacak yeni araştırmalara kaynaklık etmesi ve bu bağlamda literatüre nitelikli katkı sunması beklenmektedir. Ayrıca araştırmanın, yerel yönetim aktörlerinin seçmenle daha etkili bir iletişim kurabilmeleri ve hizmet önceliklerini seçmen beklentilerine göre şekillendirebilmeleri açısından uygulamalı bir yol haritası oluşturacağı öngörülmektedir. Sonuç olarak bu çalışma, sadece seçmen davranışını anlamaya yönelik değil, aynı zamanda daha katılımcı, şeffaf ve etkili bir yerel yönetim anlayışının geliştirilmesine katkı sağlayacak bulgular üretmeyi hedeflemektedir. Şanlıurfa örneği üzerinden elde edilecek veriler, yerel yönetim-seçmen etkileşimini daha sağlıklı bir zemine oturtmak adına hem kuramsal hem de uygulamalı olarak önemli bir boşluğu dolduracaktır.

### 3.3. Araştırma Modelinin Belirlenmesi ve Hipotezlerin Geliştirilmesi

Bu çalışmada, katılımcıların seçmen davranışlarının alt boyutlarından biri olan rasyonel faktörler bağlamında, belediye hizmetleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında geliştirilen model (Bkz. Şekil 1), söz konusu değişkenler arasındaki ilişkileri analiz etmeye yönelik olarak tasarlanmıştır.

Modelin oluşturulmasında katılımcıların demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni durum vb.) de dikkate alınmıştır. Bu kapsamda, farklı demografik grupların belediye hizmetleri ile seçmen davranışları arasında anlamlı farklılıkların bulunup bulunmadığı analiz edilecek ve demografik değişkenler açısından ortaya çıkan farklılıklar istatistiksel olarak değerlendirilecektir.

Araştırma modelinin görsel sunumu aşağıda yer alan Şekil 3.1’de görüldüğü gibidir:



**Şekil 3.1.** Araştırmanın Modeli

Araştırmanın kuramsal çerçevesi ve oluşturulan model doğrultusunda geliştirilen hipotezler aşağıda sunulmaktadır:

**H1-**Seçmen Davranışları ile Belediye hizmetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.



**H2-** Seçmen Davranışları ile sosyolojik faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

**H3-** Seçmen Davranışları ile sosyo-psikolojik faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

**H4-** Seçmen Davranışı ile siyasal pazarlama faktörleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

**H5-** Seçmen Davranışı ile sezgisel faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

**H6-** Seçmenlerin sosyolojik yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi azalmaktadır.

**H7-** Seçmenlerin sosyo-psikolojik yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi azalmaktadır.

**H8-** Seçmenlerin sezgisel yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi artmaktadır.

**H9-** Seçmenlerin siyasal pazarlama yaklaşımını benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi azalmaktadır.

**H10-** Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları **cinsiyete göre** anlamlı farklılık gösterir.

**H11-** Belediye Hizmetleri açısından seçmen davranışları **medeni duruma** göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H12-** Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları **yaş durumuna** göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H13-** Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları **eğitim durumuna** göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H14-** Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları **mesleklere** göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H15-** Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları **gelir** durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.

**H16-** Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları **ikamet edilen yere** göre anlamlı bir farklılık gösterir.

### **3.4. Araştırmanın Yöntemi**

Bu bölümde, araştırmanın evreni ve örnekleme ile veri toplama araçlarına ilişkin ayrıntılı bilgilere yer verilecektir. Araştırmanın kapsamını belirleyen evrenin tanımı, örneklemin hangi yöntemle seçildiği ve örneklem büyüklüğüne nasıl ulaşıldığı açıklanacaktır. Ayrıca, araştırmada kullanılan veri toplama aracı olarak geliştirilen anket formunun içeriği, yapısı ve ölçtüğü değişkenler hakkında detaylı bilgi sunulacaktır.

#### **3.4.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme Süreci**

Bu araştırmanın evrenini, Şanlıurfa'nın merkez ilçeleri olan Haliliye, Eyyübiye ve Karaköprü'de ikamet eden 18 yaş ve üzeri seçmenler oluşturmaktadır. Araştırma evreninin tamamına ulaşmak, zaman ve maliyet açısından mümkün olmadığından, hedef kitle içerisinde örnekleme yoluyla veri toplanacaktır. Araştırmada tabakalı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Tabakalı örnekleme, evrenin belirli özelliklere göre homojen alt gruplara (tabakalara) ayrıldığı ve her tabakadan belirli oranlarda rastgele örneklem seçildiği bir olasılıklı örnekleme yöntemidir. Bu yöntem, popülasyon içindeki farklılıkların örnekleme daha iyi yansıtılmasını sağlayarak örnekleme hatasını azaltmakta ve daha isabetli tahminler yapılmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca, küçük fakat önemli alt grupların analiz edilmesine de imkân sağlayarak, her tabakaya ilişkin daha ayrıntılı bilgi elde edilmesini mümkün kılmaktadır (Balcı, 2013, 100-101).

Bu çalışmada kullanılacak tabakalı örnekleme tekniğinde, tabakalardaki toplam kişi sayısının örnekleme doğru oranda yansıtılması önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, çalışmanın konusunun yerel seçimler olması nedeniyle, Yüksek Seçim Kurulu'nun (YSK) ilçelere göre açıkladığı seçmen sayıları esas alınmıştır. YSK verilerine göre Haliliye ilçesinde 226.574, Eyyübiye ilçesinde 208.684 ve Karaköprü ilçesinde 170.297 seçmen bulunmaktadır (<https://www.ysk.gov.tr/tr>). Bu doğrultuda, araştırma evreninin toplam 605.555 kişiden oluştuğu görülmektedir.

Araştırmada yeterli örneklem büyüklüğünü belirlemek amacıyla, Cochran'ın örneklem hesaplama formülü esas alınmış; %95 güven düzeyi ve %5 hata payı ile gerekli örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmiştir (Cochran, 2007).

**Çizelge 3.1** İlçelere Göre %95 Güven Düzeyi ve %5 Hata Payı ile Hesaplanan Hedef Örneklem Sayıları ve Araştırmaya Dahil Edilen Örneklem Sayısı

İlçeler	Seçmen Sayısı	Evren İçindeki Yüzdesi	Hedeflenen Örneklem Sayısı	Araştırmaya Dahil Edilen Örneklem Sayısı
Haliliye	226.574	%37,42	144	296
Eyyübiye	208.684	%34,46	132	266
Karaköprü	170.297	%28,12	108	225
<b>Toplam</b>	<b>605.555</b>	<b>%100</b>	<b>384</b>	<b>787</b>

Çizelge 3.1 incelendiğinde, Haliliye ilçesinin evren içerisindeki oranı %37,42 olup bu ilçeden seçilen örneklem sayısı 144'tür. Eyyübiye ilçesinin evren içindeki oranı %34,46 iken örneklem sayısı 132, Karaköprü ilçesinin oranı ise %28,12 olup örneklem sayısı 108'dir. Ancak, araştırma bulgularının genellenebilirliğini artırmak amacıyla bu sayı aşılmış ve toplam 838 seçmenden veri toplanmıştır. Araştırma verileri, 18.03.2025–16.04.2025 tarihleri arasında katılımcılara yüz yüze anket yöntemiyle ulaştırılarak elde edilmiştir.

Veri toplama sürecinin ardından, uç değerler ile kontrol sorularına tutarsız ya da yanlış yanıt veren katılımcılar analiz dışı bırakılmıştır. Bu kapsamda, araştırma 787 geçerli anket üzerinden yürütülmüştür. Böylece, elde edilen veri setinin güvenilirlik ve geçerliliği artırılarak analiz sonuçlarının daha sağlıklı ve güvenilir olması sağlanmıştır.

**Etik Kurul:** Çalışma kapsamında Harran Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan, E-76244175-900-431352 sayılı ve 17.03.2025 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

### 3.4.2. Veri Toplama Araçları

Bu araştırma, nicel araştırma deseni çerçevesinde yapılandırılmış olup, gerekli veriler yüz yüze uygulanan anketler aracılığıyla elde edilmiştir. Anket yöntemi, geniş

kitlelere ulaşabilme imkânı sağlaması ve kısa sürede yüksek sayıda veri toplanmasına olanak tanınması nedeniyle tercih edilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011, 93–94).

Araştırma amacına uygun olarak hazırlanan anket formu, üç bölümden oluşacak şekilde yapılandırılmıştır. Her bir bölüm, araştırmanın değişkenlerini ölçmeye yönelik sorular içermektedir.

Araştırmada kullanılan ölçüm araçlarına ilişkin detaylı bilgiler şu şekildedir:

**Belediye Hizmetleri Ölçeği:** Belediye hizmetleri ölçeği, katılımcıların belediye tarafından sunulan hizmetlere ilişkin değerlendirmelerini belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek, toplam 25 maddeden oluşmaktadır. Maddeler, belediye hizmetlerinin çeşitli boyutlarını kapsayacak biçimde hazırlanmıştır. Ölçeğin geliştirilme sürecinde araştırmacı tarafından konu ile ilgili literatür incelenmiş ve özellikle Usta ve Memiş (2010) çalışmasından yararlanılmıştır.

**Seçmen Davranışları Ölçeği:** İlgili ölçekte, katılımcıların Şanlıurfa Merkez İlçe Belediye Başkanı seçimlerinde oy verme davranışlarını etkileyen faktörlerin tespitine yönelik sorular yer almaktadır. Seçmen davranışlarını ölçmek amacıyla geliştirilen bu ölçek, araştırmacı tarafından kapsamlı bir literatür taraması neticesinde (Beren, 2013; Uluç vd., 2023) hazırlanmıştır. Ölçek, dört alt boyuttan ve toplam 25 maddeden oluşmaktadır. 1 ile 8 arasındaki maddeler sosyolojik faktörler boyutunu, 9 ile 14 arasındaki maddeler sosyo-psikolojik faktörler boyutunu, 15 ile 21 arasındaki maddeler siyasal pazarlama faktörleri boyutunu ve 22 ile 25 arasındaki maddeler sezgisel faktörler boyutunu kapsamaktadır.

Bu araştırmada, katılımcıların belediye hizmetlerine ilişkin değerlendirmeleri ile seçmen davranışları, 5’li Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Ankete katılan bireylerden, her bir maddeyi “Kesinlikle Katılmıyorum” ile “Kesinlikle Katılıyorum” arasında 1’den 5’e kadar puanlamaları istenmiştir. Elde edilen puanlar, her bir kavram için ayrı ayrı analiz edilerek katılımcıların belediye hizmetlerine ilişkin değerlendirmeleri ve seçmen davranışlarına dair ayrıntılı veriler elde edilmiştir.

Araştırmada, katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, gelir durumu, ikamet edilen ilçe, dindarlık düzeyi, aşiret mensubiyeti durumu ve bağlı hissettikleri

siyasal ideoloji gibi sosyo-demografik, sosyo-kültürel ve dini kimlik ile eğilimlerine ilişkin özelliklerinin belirlenmesine yönelik sorulara da yer verilmiştir.

#### 4. BULGULAR

Araştırmada ihtiyaç duyulan istatistiksel analizler, SPSS 27 paket programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. İlk olarak, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, sosyo-kültürel ve dini kimlikleri ile siyasal eğilimlerine yönelik veriler frekans analizi ile değerlendirilmiş ve bulgulara tablolar halinde yer verilmiştir. Devamında, araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliğini belirlemek amacıyla öncelikle Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. Bu analizle birlikte ölçeklerin yapı geçerliliği test edilmiştir. AFA sonuçlarına ek olarak, ölçüm araçlarının ve alt boyutlarının güvenilirlik düzeyini belirlemek amacıyla Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayıları hesaplanmıştır. Bu katsayılar, her bir ölçek ve alt boyut için ayrı raporlanmıştır.

Araştırmada kullanılacak diğer analiz türlerini belirlemeden önce, veri setinin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek amacıyla hem ölçeklerin hem alt boyutlarının hem de maddelerin dağılımı, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) istatistikleri aracılığıyla incelenmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, verilerin normal dağılıma uygun olduğu belirlenmiş ve bu nedenle analizlerde parametrik testler tercih edilmiştir. Bu doğrultuda, öncelikle değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla Pearson Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Regresyon Analizi uygulanmıştır. Ardından, demografik faktörler bağlamında gruplar arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığını ortaya koymak üzere Bağımsız Örneklem t-Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA) gerçekleştirilmiştir. Anlamlı fark tespit edilen durumlarda, farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post-hoc analizlere yer verilmiştir.

Elde edilen araştırma bulguları, sistematik bir biçimde aşağıdaki başlıklarda sunulmuştur.

##### **4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine, Sosyo-Kültürel/Dini Kimlik ve Eğilimlerine ve Siyasal Eğilimlere Yönelik Sorulara İlişkin Frekans Analiz Bulguları**

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine, sosyo-kültürel/dini kimlik ve eğilimlerine ile siyasal yönelimlerine ilişkin bulgular; çizelge 4.1, çizelge 4.2 ve çizelge 4.3'te ayrıntılı biçimde frekans analizleriyle raporlanmıştır.

Çizelge 4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Analiz Bulguları

	Örneklem	N	%
Cinsiyet	Kadın	392	49,8
	Erkek	395	50,2
	Toplam	787	100
Yaş	18-28	243	30,9
	29-39	292	37,1
	40-50	160	20,3
	51 ve Üzeri	92	11,7
	Toplam	787	100
Medeni Durum	Bekar	285	36,2
	Evli	466	59,2
	Dul	36	4,6
	Toplam	787	100
Eğitim Durumu	Bir okul bitirmede: Okuma-Yazma bilmiyor	17	2,2
	Bir okul bitirmede: Okur-Yazar	19	2,4
	İlkokul	103	13,1
	İlköğretim	57	7,2
	Lise	224	28,5
	Önlisans /Lisans	302	38,4
	Lisansüstü	65	8,3
	Toplam	787	100
Meslek	Diğer	110	14,0
	Eğitimci	91	11,6
	Ev hanımı/ Ev kızı	122	15,5
	İşçi	122	15,5
	İşsiz	40	5,1
	Memur	152	19,3
	Öğrenci	50	6,4
	Ticaret Erbabı/Esnaf	100	12,7
	Toplam	787	100
Gelir Durumu	0-22.104 TL	145	18,4
	22.105-42.104 TL	146	18,6
	42.105-62.104 TL	197	25,0
	62.105-82.104 TL	70	8,9
	82.105 TL ve üstü	47	6,0
	Gelirim yok	182	23,1
	Toplam	787	100
İkamet Edilen İlçe	Eyyübiye	266	33,8
	Haliliye	296	37,6
	Karaköprü	225	28,6
	Toplam	787	100

Çizelge 4.1’de, araştırma kapsamındaki katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir. Katılımcılar; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, gelir durumu ve ikamet edilen ilçe olmak üzere yedi temel demografik değişken doğrultusunda gruplandırılmıştır. Her bir değişken için frekans (n) ve yüzde (%) değerlerine çizelgede ayrı ayrı yer verilerek, örneklem grubunun dağılımı açık biçimde ortaya konulmuştur. Bu demografik veriler, araştırma örnekleminin yapısını tanımlamak ve analiz sürecinde demografik değişkenlerin etkilerini değerlendirmek açısından önemli bir temel teşkil etmektedir.

Çizelge 4.1 incelendiğinde, cinsiyet değişkeni açısından katılımcıların %49,8’inin (n = 392) kadın, %50,2’sinin (n = 395) erkek olduğu görülmektedir. Bu durum, örneklemin cinsiyet bakımından dengeli bir dağılıma sahip olduğunu göstermektedir.

Çizelge 4.1 yaş değişkeni kapsamında incelendiğinde, katılımcıların %30,9’unun (n = 243) 18-28 yaş aralığında, %37,1’inin (n = 292) 29-39 yaş aralığında, %20,3’ünün (n = 160) 40-50 yaş aralığında ve %11,7’sinin (n = 92) 51 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Elde edilen bulgular, katılımcıların büyük bir kısmının 39 yaş ve altında yer aldığını ortaya koymaktadır. Bu durum, araştırma örnekleminin ağırlıklı olarak genç ve orta yaş grubundaki bireylerden oluştuğunu göstermekte; dolayısıyla çalışmanın, genç yetişkinlerin görüş ve algılarını yansıtmaya potansiyelinin yüksek olduğunu düşündürmektedir.

Çizelge 4.1 eğitim durumu değişkeni kapsamında değerlendirildiğinde katılımcıların %2,2’si (n=17) okuma-yazma bilmeyen, %2,4’ü (n=19) okul bitirmemiş fakat okur-yazar, %13,1’i (n=103) ilkokul mezunu, %7,2’si (n=57) ilköğretim mezunu, %28,5’i (n=224) lise mezunu, %38,4’ü (n=302) önlisans veya lisans mezunu ve %8,3’ü (n=65) lisansüstü eğitim almış bireylerden oluşmaktadır. Bu dağılım, katılımcıların büyük çoğunluğunun orta ve yükseköğretim düzeyinde eğitim aldığını göstermektedir. Dolayısıyla, örneklem eğitim açısından çeşitlilik barındırmakla birlikte, özellikle lise ve üzeri eğitim seviyesine sahip bireylerin ağırlıkta olduğu söylenebilir. Bu durum, araştırmanın sonuçlarının eğitim düzeyi yüksek bireylerin görüşlerini daha belirgin şekilde yansıtmaya olasılığını artırdığı söylenebilir.



Katılımcıların meslek dağılımları açısından Çizelge 1 incelendiğinde, %14,0'ı (n = 110) diğer meslek gruplarında, %11,6'sı (n = 91) eğitimci, %15,5'i (n = 122) ev hanımı/ev kızı, %15,5'i (n = 122) işçi, %5,1'i (n = 40) işsiz, %19,3'ü (n = 152) memur, %6,4'ü (n = 50) öğrenci ve %12,7'si (n = 100) ticaret erbabı/esnaf olarak beyan edilmiştir. Bu dağılım, katılımcıların farklı meslek gruplarından geldiğini ve mesleki çeşitliliğin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Özellikle memur, işçi ve ev hanımı/ev kızı gruplarının dikkat çeken oranlara sahip olması, örnekleme hem kamu sektörü çalışanlarının hem de çalışma yaşamı dışında kalan bireylerin temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, araştırma bulgularının çeşitli mesleki perspektifleri yansıtmaya potansiyelini artırma olasılığını yükselttiği söylenebilir.

Katılımcılar gelir düzeyleri açısından incelendiğinde, %18,4'ünün (n = 145) aylık gelirin 0–22.104 TL aralığında, %18,6'sının (n = 146) 22.105–42.104 TL aralığında, %25,0'ının (n = 197) 42.105–62.104 TL aralığında, %8,9'unun (n = 70) 62.105–82.104 TL aralığında ve %6,0'ının (n = 47) 82.105 TL ve üzerinde gelire sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca, katılımcıların %23,1'i (n = 182) herhangi bir gelirin olmadığını belirtmiştir. Bu dağılım, örneklemin önemli bir kısmının düşük ve orta gelir grubunda yer aldığını, ayrıca dikkate değer bir oranın gelir beyanında bulunmadığını veya gelire sahip olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla, çalışmanın ekonomik koşulları farklılık gösteren bireylerin görüşlerini yansıtmaya potansiyeli bulunmaktadır.

İkamet edilen ilçe bağlamında incelendiğinde ise katılımcıların %33,8'inin (n = 266) Eyyübiye, %37,6'sının (n = 296) Haliliye ve %28,6'sının (n = 225) Karaköprü ilçelerinde ikamet ettiği görülmektedir. Bu dağılım, çalışmanın evreni ile paralel bir şekilde, Şanlıurfa il merkezindeki üç büyük ilçeyi kapsayacak biçimde dengeli bir örneklem yapısına işaret etmektedir. Dolayısıyla, her bir ilçenin sosyo-kültürel çeşitliliğini yansıtmaya potansiyelinin bulunduğu söylenebilir.

**Çizelge 4.2.** Katılımcıların Sosyo-Kültürel/Dini Kimlik ve Eğilimlerine İlişkin Frekans Analiz Bulguları

Örneklem		N	%
Dindarlık Düzeyiniz?	Dindar değilim	30	3,8
	Düşük	62	7,9
	Orta	400	50,8
	Yüksek	295	37,5
	Toplam	787	100
Vakit namazlarını hangi sıklıkla kılarıyorsunuz?	Ara Sıra	244	31,0

	Her zaman	354	45,0
	Kılmam	102	13,0
	Sadece Cuma Namazında	87	11,1
	Toplam	787	100
<b>Herhangi bir aşirete mensup musunuz ?</b>	Evet	384	48,8
	Hayır	403	51,2
	Toplam	787	100

Çizelge 4.2 incelendiğinde, katılımcıların dindarlık düzeyleri, vakit namazlarını kılma sıklıkları ve aşirete mensubiyet durumları belirlenmiştir. “Dindarlık düzeyiniz?”, “Vakit namazlarını hangi sıklıkla kılarırsınız?” ve “Herhangi bir aşirete mensup musunuz?” sorularına verilen yanıtlar doğrultusunda, katılımcıların dini eğilimleri ve sosyo-kültürel aidiyetleri hakkında genel bir profil oluşturulmuştur. Elde edilen veriler, frekans ve yüzde dağılımlarıyla birlikte Çizelge 2’de sunulmuştur.

Çizelge 4.2, katılımcıların “Dindarlık düzeyiniz nedir?” sorusuna verdikleri yanıtlar açısından incelendiğinde, %3,8’inin (n = 30) kendisini dindar olarak tanımlamadığı, %7,9’unun (n = 62) düşük düzeyde, %50,8’inin (n = 400) orta düzeyde ve %37,5’inin (n = 295) yüksek düzeyde dindarlık beyan ettiği görülmektedir. Bu dağılım, katılımcıların büyük bir kısmının kendilerini orta ya da yüksek düzeyde dindar olarak gördüklerini ortaya koymaktadır.

İlgili Çizelge, katılımcıların “Vakit namazlarını hangi sıklıkla kılarırsınız?” sorusuna verdikleri yanıtlar açısından incelendiğinde, %45,0’inin (n = 354) her zaman vakit namazlarını kıldığını, %31,0’inin (n = 244) ara sıra kıldığını, %13,0’inin (n = 102) hiç kılmadığını ve %11,1’inin (n = 87) yalnızca cuma namazına katıldığını ifade ettiği görülmektedir. Bu dağılım, katılımcıların önemli bir kısmının düzenli ya da zaman zaman namaz kıldığını ortaya koymaktadır.

Son olarak Çizelge 4.3, katılımcıların “Herhangi bir aşirete mensup musunuz?” sorusuna verdikleri yanıtlar açısından incelendiğinde, %48,8’inin (n = 384) kendisini bir aşirete mensup olarak tanımladığı, %51,2’sinin (n = 403) ise herhangi bir aşirete mensup olmadığını ifade ettiği görülmektedir. Bu dağılım, çalışmaya katılan bireylerin aşiret aidiyeti bakımından dengeli bir biçimde dağıldığını ve bu değişkenin sosyo-kültürel farklılıkların analizinde anlamlı bir boyut sağlayabileceğini göstermektedir.

**Çizelge 4.3.** Katılımcıların Siyasal Eğilimlerine Yönelik Frekans Analiz Bulguları

Örneklem	N	%
----------	---	---

<b>Kendinizi aşağıdaki siyasal ideolojilerden hangisine bağlı hissediyorsunuz ?</b>	Atatürkçü	78	9,9
	Demokrat	33	4,2
	Diğerleri	39	5,0
	Hiçbiri	171	21,7
	İslamcı	122	15,5
	Milliyetçi	78	9,9
	Muhafazakâr	143	18,2
	Sağcı	34	4,3
	Solcu	42	5,3
	Sosyal Demokrat	47	6,0
	Toplam	787	100
	<b>31 Mart 2019 Şanlıurfa Merkez İlçe Belediye Başkanı Seçimlerinde Hangi Partiye Oy Verdiniz ?</b>	AK Parti	275
CHP		92	11,7
Diğerleri		79	10,0
HDP		102	13,0
Oy Kullanmadım		191	24,3
Saadet Partisi		48	6,1
Toplam		787	100
<b>31 Mart 2024 Şanlıurfa Merkez İlçe Belediye Başkanı Seçimlerinde Hangi Partiye Oy Verdiniz ?</b>	AK Parti	228	29,0
	CHP	100	12,7
	DEM Parti	90	11,4
	Diğerleri	65	8,3
	Oy Kullanmadım	172	21,9
	Saadet Partisi	35	4,4
	Yeniden Refah Partisi	97	12,3
	Toplam	787	100

\* “Kendinizi aşağıdaki siyasal ideolojilerden hangisine bağlı hissediyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlar incelendiğinde, bazı ideolojik kategorilere (örneğin laik, sosyalist, demokrat vb.) yönelen katılımcı sayısının oldukça düşük olduğu görülmüştür. İstatistiksel analizlerde anlamlı frekans dağılımı ve karşılaştırmalı yorumlar yapılabilmesi için, bu düşük frekanslı yanıtlar ‘Diğer’ başlığı altında birleştirilmiştir. Bu gruptandırma hem analizlerin güvenilirliğini artırmak hem de sonuçların yorumlanabilirliğini sağlamak amacıyla yapılmıştır.

\* Bazı siyasi partilere yönelik tercihlerin frekanslarının oldukça düşük olması nedeniyle, bu partiler istatistiksel analizlerde anlamlı yorum yapılmasına olanak tanımayacak düzeyde temsil edilmiştir. Bu nedenle, söz konusu partiler ‘Diğer’ başlığı altında gruplanarak analizlerde bu şekilde değerlendirilmiştir. Bu gruptandırma hem analizlerin geçerliliğini artırmak hem de yorumların bütünlüğünü korumak amacıyla yapılmıştır.

Çizelge 4.3’ün incelenmesi sonucunda, araştırmaya katılan bireylerin siyasal yönelimlerine dair temel göstergeler elde edilmiştir. Bu kapsamda, “Kendinizi aşağıdaki siyasal ideolojilerden hangisine bağlı hissediyorsunuz?”, “31 Mart 2019 Şanlıurfa Merkez İlçe Belediye Başkanlığı seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?” ve “31 Mart 2024 Şanlıurfa Merkez İlçe Belediye Başkanlığı seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?” sorularına verilen yanıtlar analiz edilmiştir. Söz konusu veriler, katılımcıların siyasal ideolojik aidiyetlerini ve son iki yerel seçimdeki tercihlerini ortaya koyarak, bölgedeki siyasal davranış kalıplarının ve değişim eğilimlerinin

anlaşılmasına katkı sağlamaktadır. Elde edilen frekans ve yüzde dağılımları, siyasal tutumların zaman içerisindeki yönünü değerlendirme imkânı sunmakta olup, bu bulgular ayrıntılı biçimde Çizelge 4.2’te sunulmuştur:

Çizelge 4.3, katılımcıların “*Kendinizi aşağıdaki siyasal ideolojilerden hangisine bağlı hissediyorsunuz?*” sorusuna verdikleri yanıtlar açısından incelendiğinde, %21,7’sinin (n = 171) herhangi bir siyasal ideolojiye bağlı hissetmediği, %18,2’sinin (n = 143) muhafazakâr, %15,5’inin (n = 122) İslamcı, %9,9’unun (n = 78) Atatürkçü ve yine %9,9’unun (n = 78) milliyetçi ideolojiye yakınlık hissettiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, %6,0’ı (n = 47) kendini sosyal demokrat, %5,3’ü (n = 42) solcu, %5,0’ı (n = 39) diğer ideolojilere mensup, %4,3’ü (n = 34) sağcı ve %4,2’si (n = 33) demokrat olarak tanımlamıştır. Bu bulgular, katılımcıların siyasal ideolojik yelpazeye dağılımlarının çeşitlilik arz ettiğini göstermektedir.

İlgili Çizelge, katılımcıların “*31 Mart 2019 Şanlıurfa Merkez İlçe Belediye Başkanlığı seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?*” sorusuna verdikleri yanıtlar doğrultusunda incelendiğinde, %34,9’unun (n = 275) AK Parti’ye oy verdiği görülmektedir. Buna ilaveten katılımcıların %24,3’ü (n = 191) oy kullanmadığını, %13,0’ü (n = 102) HDP’ye, %11,7’si (n = 92) CHP’ye oy verdiğini belirtmiştir. Bununla birlikte, %10,0’ü (n = 79) diğer siyasi partilere, %6,1’i (n = 48) ise SP’ye oy verdiğini ifade etmiştir. Elde edilen bulgular, AK Parti’nin ilgili yerel seçimlerde katılımcılar arasında en çok tercih edilen parti olduğunu, ancak oy kullanmayanların oranının da dikkate değer düzeyde bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Çizelge 4.3’te sunulan verilere göre, katılımcıların “*31 Mart 2024 Şanlıurfa Merkez İlçe Belediye Başkanlığı seçimlerinde hangi partiye oy verdiniz?*” sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde, %29,0’ının (n = 228) AK Parti’ye oy verdiği görülmektedir. Katılımcıların %21,9’u (n = 172) oy kullanmadığını, %12,7’si (n = 100) CHP’yi, %12,3’ü (n = 97) YRP’yi ve %11,4’ü (n = 90) ise DEM Parti’yi tercih ettiğini ifade etmiştir. Ayrıca, %8,3’ü (n = 65) diğer siyasi partilere, %4,4’ü (n = 35) ise SP’ye oy verdiğini belirtmiştir. Bu dağılım, 2019 yılına kıyasla AK Parti’nin oy oranında bir düşüş olduğunu, YRP ve DEM Parti’nin ise seçmen nezdinde belirli bir destek elde ettiğini göstermektedir. Öte yandan, oy kullanmama oranının hâlâ kayda

değer bir düzeyde seyretmesi, seçmen ilgisi ve katılımı açısından üzerinde durulması gereken bir diğer önemli bulgu olarak görülmektedir.

#### **4.2. Araştırmada Kullanılan Ölçüm Araçlarının Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizlerine İlişkin Bulgular**

Bu bölümde, araştırmada kullanılan ölçme araçlarına ilişkin Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) sonuçlarına yer verilmiştir. İlgili literatür incelendiğinde, faktör analizinin uygulanabilirliğini değerlendirmek amacıyla başvurulmuş en temel ölçütlerden birinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği katsayısı olduğu görülmektedir. KMO değerinin 0,50 ve üzerinde olması, verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ölçütlere göre, KMO değerinin 0,60–0,70 aralığında olması durumunda örneklem yeterliliği zayıf, 0,70–0,80 aralığında olması durumunda orta düzeyde, 0,80–0,90 aralığında olması durumunda iyi, 0,90–1,00 aralığında olması durumunda ise mükemmel olarak değerlendirilmektedir (Kaiser, 1974; akt. Şencan, 2005). Bu doğrultuda, analizde elde edilen KMO değerleri, ölçüm araçlarının faktör yapılarının geçerliliğini test etmek açısından önemli bir temel teşkil etmektedir.

Çizelge 4.4. Belediye Hizmetleri ölçeğine ilişkin Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) Sonuçları

Madde	Faktör Yükleri	Açıklanan Toplam Varyans	
BH1	,729	61,453	
BH2	,739		
BH3	,758		
BH4	,735		
BH5	,779		
BH6	,782		
BH7	,777		
BH8	,790		
BH9	,655		
BH10	,792		
BH12	,823		
BH13	,764		
BH14	,804		
BH15	,747		
BH16	,687		
BH17	,610		
BH18	,781		
BH19	,690		
BH20	,788		
BH21	,730		
BH22	,746		
BH23	,767		
BH25	,603		
KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) Örneklem Yeterliliği Testi: ,965 Bartlett Küresellik Testi Ki kare: 13551,041 P Değeri: 0,000 BH: Belediye Hizmetleri			

Çizelge 4.4.'de yer alan verilere göre, belediye hizmetleri ölçeğine ilişkin KMO örneklem yeterliliği değeri 0,965 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, örneklemin faktör analizi için son derece uygun olduğunu göstermektedir (Kaiser, 1974;akt. Şencan, 2005). Ayrıca, ölçeğe yönelik gerçekleştirilen Bartlett küresellik testi sonucunda p değeri 0,000 olarak bulunmuştur. Bu sonuç, veriler arasında faktör analizine elverişli düzeyde anlamlı korelasyonlar bulunduğunu göstermektedir. Elde edilen bu iki temel bulgu, belediye hizmetleri ölçeğinin faktör analizi açısından geçerli ve güvenilir bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Çizelge 4.4'te ayrıca, ölçek kapsamında yer alan maddelere ait faktör yükleri de incelenmiştir. Ölçekte yer alan toplam 25 maddeden 23'ünün faktör yükleri

istatistiksel olarak kabul edilebilir düzeyde bulunmuştur. Ancak, BH11 ve BH24 numaralı maddelerin faktör yükleri 0,30'un altında hesaplanmıştır. Hair ve diğerlerine (2014) göre, faktör yükü en az 0,30 ile 0,40 arasında olan maddeler, yorumlanabilirliğin asgari düzeyini karşılamakta; 0,30'un altındaki maddeler ise ölçekte yer almaya uygun görülmemektedir. Bu doğrultuda, BH11 ve BH24 maddelerinin yük değerleri 0,30'un altında olduğundan ilgili maddeler analiz kapsamı dışında bırakılmıştır.

Kabul edilen 23 maddeye ilişkin faktör yükleri incelendiğinde, bu değerlerin 0,603 ile 0,823 arasında değiştiği görülmektedir. Bu durum, maddelerin ait oldukları faktörlerle yüksek düzeyde ilişkili olduklarını göstermektedir. Ayrıca, söz konusu 23 madde üzerinden hesaplanan toplam açıklanan varyans oranı %61,453 olarak belirlenmiştir. Yaşlıoğlu'na (2017, 77) göre, faktör analizinde açıklanan varyansın toplam varyansın en az %50'sini aşması, ölçeğin yapı geçerliliği açısından yeterli kabul edilmektedir. Bu bağlamda, geliştirilen belediye hizmetleri ölçeğinin, toplam varyansın %60'ından fazlasını açıklaması, ölçeğin güçlü bir faktör yapısına ve yüksek açıklayıcılığa sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Çizelge 4.5. Seçmen davranışları ölçeğine ilişkin AFA Sonuçları

Madde	Faktör Yükleri		
SOSF1	,686		
SOSF2	,689		
SOSF3	,693		
SOSF4	,687		
SOSF5	,717		
SOSF6	,678		
SOSF7	,693		
SOSF8	,683		
SOSYOPF2	,697		
SOSYOPF3	,711		
SOSYOPF4	,795		
SOSYOPF5	,687		
SOSYOPF6	,789		
SIYASALPF1	,807		
SIYASALPF2	,865		
SIYASALPF3	,854		
SIYASALPF4	,744		
SIYASALPF5	,693		
SIYASALPF6	,762		
SIYASALPF7	,679		
SEZGISEL1	,684		
SEZGISEL3	,883		
SEZGISEL4	,873		
	KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) Örneklem Yeterliliği Testi: ,881 Bartlett Küresellik Testi Ki kare:6970,764 P Değeri: 0,000 SOSF: Sosyolojik Faktörler SOSYOPF: Sosyo psikolojik Faktörler SIYASALPF: Siyasal Pazarlama Faktörler SEZGISEL: Sezgisel Faktörler		

Çizelge 4.5’da seçmen davranışları ölçeğine ilişkin AFA sonuçlarına yer verilmiştir. Çizelge incelendiğinde, ölçeğe ilişkin KMO örneklem yeterliliği katsayısının 0,881 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer, örneklemin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca, ölçeğe yönelik gerçekleştirilen Bartlett küresellik testi sonucunda p değeri 0,000 olarak bulunmuştur. Bu durum, değişkenler arasında faktör analizine elverişli düzeyde anlamlı korelasyonların bulunduğunu göstermektedir. Elde edilen bu iki temel bulgu doğrultusunda, seçmen davranışları ölçeğinin faktör analizine uygun, geçerli ve güvenilir bir yapıya sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.



Dört boyut üzerinden gerçekleştirilen (SOSF, SOSYOPF, SIYASALPF ve SEZGISEL) AFA sonucunda, ölçüğe dahil edilen 25 maddeden 23'ünün ilgili boyutlara anlamlı biçimde yüklendiği gözlemlenmiştir. Ancak, SOSYOPF1 ve SEZGISEL2 maddeleri, faktör analizi kapsamında ait oldukları boyutların dışında farklı faktörlerde yüksek faktör yükü sergilemişlerdir. Bu durum, ölçüğün yapısal geçerliliğini olumsuz yönde etkileyebileceği için, söz konusu maddeler analiz dışı bırakılmıştır. Kalan 23 maddenin faktör yükleri incelendiğinde yüklerin; ,678 ile ,883 arasında istenilen düzeyde dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, söz konusu 23 madde üzerinden hesaplanan toplam açıklanan varyans oranı %55,07 olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak açıklanan varyansın toplam varyansın en az %50'sini aşması, ölçüğün yapı geçerliliği açısından yeterli kabul edildiğini göstermektedir (Yaşlıoğlu, 2017, 77).

**Çizelge 4.6.** Araştırmada Kullanılan Ölçüm Araçlarının Güvenilirlik Analizi Bulguları

Değişkenler	N	Cronbach's Alpha
Sosyolojik Faktörler	8	,752
Sosyo-Psikolojik Faktörler	5	,648
Siyasal Pazarlama Faktörler	7	,866
Sezgisel Faktörler	3	,733
Rasyonel Faktörler: Belediye Hizmetleri	23	,962

Çizelge 4.6'de seçmenlerin belediye hizmetleri, sosyolojik faktörler, sosyo-psikolojik faktörler, siyasal pazarlama faktörleri ve sezgisel faktörler ölçeklerine ilişkin Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayıları raporlanmıştır. Literatürde Cronbach's Alpha katsayısına dayalı olarak yapılan güvenilirlik değerlendirmelerine göre, 0,80 ve üzerindeki değerler yüksek düzeyde güvenilirlik, 0,60 ile 0,80 arasındaki değerler ise kabul edilebilir düzeyde güvenilirlik olarak değerlendirilmektedir. Buna karşılık, 0,40 ile 0,60 aralığında yer alan katsayılar düşük güvenilirlik düzeyini işaret ederken, 0,40'ın altındaki değerler ise ölçüğün güvenilir olmadığını göstermektedir (Kalaycı, 2010, 405; Akgül ve Çevik, 2003, 428–435).

Bu bilgiler doğrultusunda, ölçeklere ilişkin hesaplanan Cronbach's Alpha katsayıları incelendiğinde; 23 maddeden oluşan belediye hizmetleri ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri ,962 olup, bu sonuç ölçeğin oldukça yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Diğer ölçeklere ait güvenilirlik katsayıları ise şu şekilde belirlenmiştir: Sosyolojik faktörler için, 752; sosyo-psikolojik faktörler için, 648; siyasal pazarlama faktörleri için, 866 ve sezgisel faktörler için, 733. Bu değerler doğrultusunda, sosyolojik faktörler, sosyo-psikolojik faktörler ve sezgisel faktörlerin kabul edilebilir düzeyde; siyasal pazarlama faktörlerinin ise yüksek düzeyde güvenilirlik sergilediği söylenebilir.

Sonuç olarak, araştırmada kullanılan ölçme araçlarının Cronbach's Alpha katsayıları genel olarak incelendiğinde, ölçeklerin güvenilirlik açısından yeterli düzeyde oldukları; bazı ölçeklerin yüksek, bazılarının ise kabul edilebilir düzeyde güvenilirlik sağladıkları görülmektedir.

### **4.3. Değişkenlere İlişkin Normallik Analizi Bulguları**

Normallik analizi, araştırmaya dâhil edilen değişkenler arasındaki ilişki ve farklılıkları incelemede hangi analiz yöntemlerinin kullanılabileceğine karar vermek amacıyla yapılır. Parametrik analiz tekniklerinin uygulanabilmesi için veri setinin bazı temel varsayımları karşılaması gerekmektedir. Bu varsayımlardan biri de verilerin normal dağılım göstermesidir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011, 245).

Literatürde, verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için çeşitli yöntemlerin kullanıldığı görülmektedir. Bunlar arasında normal olasılık grafikleri (Q-Q plot), eğimli Q-Q grafikleri (detrended Q-Q plot) (Tabachnick ve Fidell, 2018), Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri yer almaktadır. Bunun yanında, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin değerlendirilmesi de yaygın bir yöntemdir. George ve Mallery (2010) bu değerlerin  $\pm 2$  aralığında olmasını normal dağılım göstergesi olarak kabul etmektedir.

Bu araştırmada, verilerin dağılımına ilişkin normallik durumu araştırmalarda sıklıkla tercih edilen çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) istatistikleri aracılığıyla analiz edilecektir.

Çizelge 4.7. Belediye Hizmetleri Ölçeğinin ve Maddelerinin Basıklık Çarpıklık Değerleri

DEĞİŞKEN	N	ÇARPIKLIK (SKEWNESS)	BASIKLIK (KURTOSIS)
<b>BELEDİYE HİZMETLERİ ÖLÇEĞİ</b>	<b>23</b>	<b>-,270</b>	<b>,547</b>
BH1	-	-1,027	-,022
BH2	-	-1,128	,725
BH3	-	-1,162	,778
BH4	-	-1,282	1,136
BH5	-	-1,424	1,358
BH6	-	-1,484	1,624
BH7	-	-1,297	1,140
BH8	-	-1,317	1,224
BH9	-	-,880	-,192
BH10	-	-1,465	1,531
BH12	-	-1,187	,263
BH13	-	-1,100	,529
BH14	-	-1,231	,669
BH15	-	-1,222	,815
BH16	-	-,813	-,312
BH17	-	-,744	-,353
BH18	-	-1,141	,600
BH19	-	-1,094	,322
BH20	-	-1,370	1,325
BH21	-	-1,234	,985
BH22	-	-1,269	1,028
BH23	-	-1,229	,969
BH25	-	-,834	-,271

Çizelge 4.7. incelendiğinde, belediye hizmetleri ölçeğine ilişkin çarpıklık (skewness) değerinin -0,270, basıklık (kurtosis) değerinin ise 0,547 olduğu görülmektedir. Her iki değer de  $\pm 2$  kabul edilebilir aralığında yer almakta olup, ölçeğin genel olarak normal dağılım gösterdiğine işaret etmektedir. Ayrıca, ölçeği oluşturan 23 maddenin her biri için hesaplanan çarpıklık ve basıklık değerlerinin de bu sınırlar içerisinde yer aldığı belirlenmiştir. Bu bulgular hem ölçek düzeyinde hem de madde düzeyinde verilerin normal dağılım varsayımını karşıladığını ortaya koymaktadır.

**Çizelge 4.8.** Sosyolojik Faktörler, Sosyo-Psikolojik Faktörler, Siyasal Pazarlama Faktörleri ve Sezgisel Faktörler Ölçeklerine ve Ölçek Maddelerine İlişkin Basıklık Çarpıklık Değerleri

DEĞİŞKEN	N	ÇARPIKLIK (SKEWNESS)	BASIKLIK (KURTOSIS)
<b>SOSYOLOJİK FAKTÖRLER</b>	<b>8</b>	<b>-,271</b>	<b>,191</b>
SF1	-	-,617	-,974
SF2	-	-,734	-,559
SF3	-	,115	-1,236
SF4	-	-,684	-,533
SF5	-	-,388	-1,180
SF6	-	,449	-1,166
SF7	-	,342	-1,139
SF8	-	,195	-1,331
<b>SOSYO-PSİKOLOJİK FAKTÖRLER</b>	<b>5</b>	<b>-,527</b>	<b>,307</b>
SOSYOPF2	-	-1,496	1,550
SOSYOPF3	-	,380	-1,206
SOSYOPF4	-	-,633	-,523
SOSYOPF5	-	-,625	-,465
SOSYOPF6	-	-,660	-,550
<b>SİYASAL PAZARLAMA FAKTÖRLERİ</b>	<b>7</b>	<b>,107</b>	<b>-,566</b>
SIYASALPF1	-	,558	-1,057
SIYASALPF2	-	,402	-1,165
SIYASALPF3	-	,446	-1,028
SIYASALPF4	-	-,158	-1,231
SIYASALPF5	-	-,498	-,857
SIYASALPF6	-	,292	-1,125
SIYASALPF7	-	-,279	-1,135
<b>SEZGİSEL FAKTÖRLER</b>	<b>3</b>	<b>-,676</b>	<b>,209</b>
SEZGİSEL1	-	-,335	-1,067
SEZGİSEL3	-	-,901	-,086
SEZGİSEL4	-	-1,035	,424

Sosyolojik faktörler, sosyo-psikolojik faktörler, siyasal pazarlama faktörleri ve sezgisel faktörler ölçeklerine ve ölçek maddelerine ilişkin basıklık çarpıklık değerleri Çizelge 4.8 da sunulmuştur.

Ölçeklere ilişkin normallik değerleri ayrı ayrı değerlendirildiğinde ise; sosyolojik faktörlerin çarpıklık değeri -0,271, basıklık değeri 0,191; sosyo-psikolojik

faktörlerin çarpıklık değeri -0,527, basıklık değeri 0,307; siyasal pazarlama faktörlerinin çarpıklık değeri 0,107, basıklık değeri -0,566; sezgisel faktörlerin ise çarpıklık değeri -0,676 ve basıklık değeri 0,209 olarak tespit edilmiştir. Bu bulgular, tüm ölçeklerin normal dağılım varsayımını karşıladığını göstermektedir.

Sonuç olarak, Çizelge 4.7 ve Çizelge 4.8’da sunulan bulgular birlikte değerlendirildiğinde hem ölçek hem de madde düzeyinde hesaplanan çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin tamamının  $\pm 2$  aralığında yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla, araştırmada kullanılacak değişkenler arasındaki ilişkilerin ve grup farklılıklarının analizinde parametrik istatistiksel tekniklerin kullanılması yöntemi bilimsel olarak uygun kabul edilmiştir.

#### 4.4. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Çizelge 4.9, araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin verilen yanıtların minimum, maksimum, medyan, aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerini sunmakta olup, veri setinin temel tanımlayıcı istatistiksel özelliklerini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda Çizelge, örneklem grubunun ilgili değişkenlere yönelik genel eğilimlerini ve dağılım karakteristiklerini özetleyerek, verilerin yapısına ilişkin ön değerlendirmeye olanak sağlamaktadır.

**Çizelge 4.9.** Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	N	Minimum	Maksimum	Medyan (Ortanca)	Aritmetik Ortalama	Standart Hata
Belediye Hizmetleri	787	1,00	5,00	4,08	3,96	,030
Sosyolojik Faktörler		1,00	5,00	3,12	3,07	,029
Sosyo-Psikolojik Faktörler		1,00	5,00	3,60	3,48	,031
Siyasal Pazarlama Faktörler		1,00	5,00	2,71	2,77	,035
Sezgisel Faktörler		1,00	5,00	3,66	3,52	,034

Araştırma kapsamında yer alan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistiksel analizler sonucunda, en yüksek aritmetik ortalamanın belediye hizmetleri değişkenine ait olduğu belirlenmiştir ( $3,96 \pm ,030$ ). Bu bulgu, katılımcıların belediye hizmetlerine yönelik genel değerlendirmelerinin olumlu yönde yoğunlaştığını göstermektedir. Buna karşılık, en düşük aritmetik ortalamanın ise siyasal pazarlama faktörleri değişkenine

ait olduğu görülmektedir ( $2,77 \pm 0,035$ ). Bu durum, seçmenlerin siyasal pazarlama unsurlarını değerlendirme düzeylerinin görece daha düşük olduğunu ortaya koymaktadır. Değişkenlere ait medyan (ortanca) değerler incelendiğinde, belediye hizmetleri (4,08) ve sezgisel faktörler (3,66) değişkenlerinin en yüksek medyan değerlere sahip olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum, söz konusu değişkenlere ilişkin katılımcı yanıtlarının, dağılım açısından daha pozitif yönde yoğunlaştığını göstermektedir. Öte yandan, siyasal pazarlama faktörleri değişkeninin medyan değeri (2,71), bu boyuta ilişkin değerlendirmelerin daha düşük düzeyde kaldığını ortaya koymaktadır. Tüm değişkenlerin standart hata değerlerinin düşük seviyelerde gerçekleşmesi ( $0,029 - 0,035$  aralığında), örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu ve elde edilen ortalama değerlerin güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Genel olarak, 5'li Likert tipi ölçek dikkate alındığında, değişkenlere ilişkin ortalama puanların büyük bir bölümünün orta düzey ( $2,34 - 3,66$ ) aralığında yer aldığı görülmektedir. Bu bulgu, katılımcıların değerlendirmelerinde genel olarak ölçülü ve dengeli bir tutum sergilediklerini, değişkenlere yönelik algı düzeylerinin aşırı uçlarda toplanmadığını göstermektedir (Özel ve Yılmaz, 2023, 20-21).

#### 4.5. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Analizi Bulguları

Araştırmada, kullanılan ölçekler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin yönünü (pozitif ya da negatif) ve şiddetini (güçlülüğünü) ortaya koyan istatistiksel bir yöntemdir. Bu analizde, değişkenlerin bağımlı ya da bağımsız olma durumları dikkate alınmaksızın yalnızca aralarındaki ilişki incelenmektedir. Korelasyon analizinde elde edilen ilişki düzeyi, korelasyon katsayısı ( $r$ ) ile ifade edilmektedir. (Büyüköztürk, 2018, 36). Bu katsayı -1 ile +1 arasında değer alır; pozitif katsayılar değişkenler arasında aynı yönde bir ilişki olduğunu, negatif katsayılar ise ters yönde bir ilişki bulunduğunu gösterir. Korelasyon katsayısının sıfıra yakın olması ise değişkenler arasında anlamlı bir doğrusal ilişkinin bulunmadığını ifade eder.

Cohen (1988) tarafından önerilen sınıflamaya göre,  $r=0,10 - 0,29$  arası zayıf,  $r=0,30 - 0,49$  arası orta düzeyde ve  $r=0,50 - 1,00$  arası güçlü bir ilişki olarak değerlendirilmektedir. Korelasyon analizi sonucunda elde edilen bulgular, değişkenler

arasında istatistiksel olarak anlamlı ve yorumlanabilir düzeyde ilişkilerin varlığını ortaya koymaktadır.

**Çizelge 4.10.** Araştırmada yer alan değişkenlere ilişkin korelasyon analizi bulguları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
<i>Belediye Hizmetleri (1)</i>	1					
<i>Seçmen Davranışları (2)</i>	,871**	1				
<i>Sosyolojik Faktörler (3)</i>	,282**	,822**	1			
<i>Sosyo-Psikolojik Faktörler (4)</i>	,461**	,733**	,479**	1		
<i>Siyasal Pazarlama Faktörler (5)</i>	,191**	,825**	,523**	,408**	1	
<i>Sezgisel Faktörler (6)</i>	,512**	,630**	,350**	,523**	,394**	1

\*\* Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).  $P < 0,01$   
N: 787  
P: Anlamlılık

Çizelge 4.10'de araştırma kapsamında incelenen değişkenlere ilişkin korelasyon bulguları sunulmuş, hipotez testlerine dair sonuçlar ise aşağıda ayrıntılı olarak raporlanmıştır:

**H1:** *Seçmen davranışları ile belediye hizmetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.*

**Bulgu:** Analiz sonuçları, belediye hizmetleri ile seçmen davranışları arasında pozitif yönlü ve oldukça güçlü düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunduğunu ortaya koymuştur ( $r = 0,871$ ;  $p < 0,01$ ). Bu bulgu, belediye hizmetlerinin niteliği ve etkinliğinde gerçekleşen iyileştirmelerin seçmen davranışlarını benzer yönde etkilediğini göstermektedir. Dahası, seçmenlerin değerlendirmelerinin yalnızca genel hizmet performansı ile sınırlı olmadığı; aynı zamanda bilgilendirilme ve önemsenme düzeyi, temel kentsel altyapı hizmetlerinin kalitesi, belediyenin personel ve bina yeterliliği, hizmetlerin sunumunda adalet ilkesine riayet edilmesi ile engelli ve yaşlı bireylerin ihtiyaçlarının gözetilmesi gibi boyutların da seçmenlerin oy verme kararlarında belirleyici faktörler olarak ön plana çıktığı anlaşılmaktadır.

**Sonuç:** Bu bilgiler doğrultusunda, H1 hipotezi kabul edilmiştir.

**H2:** *Seçmen davranışları ile sosyolojik faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.*

**Bulgu:** Analiz sonuçlarına göre, seçmen davranışları ile sosyolojik faktörler arasında pozitif yönlü ve güçlü düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $r = 0,822$ ;  $p < 0,01$ ). Elde edilen sonuçlar, seçmen davranışlarının sosyolojik faktörlerden bağımsız olarak açıklanamayacağını açıkça ortaya koymaktadır. Aksine adayın parti kimliği, ideolojik yönelimi, etnik ve kültürel aidiyeti, dini değerlere yaklaşımı, aşiret bağlantısı ile aile ve yakın çevreden gördüğü destek gibi unsurların, seçmenlerin oy tercihlerini şekillendirmede kritik bir rol üstlendiği istatistiksel olarak doğrulanmıştır. Bu bulgu, sosyolojik faktörlerin seçmen kararlarını yalnızca tamamlayıcı değil, kimi durumlarda belirleyici nitelikte olduğunu göstermekte; yerel seçimlerde seçmen davranışlarını anlamak için sosyal kimlik ve aidiyet temelli yaklaşımların dikkate alınmasının zorunlu olduğunu vurgulamaktadır.

**Sonuç:** H2 hipotezi kabul edilmiştir.

**H3:** *Seçmen davranışları ile sosyo-psikolojik faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.*

**Bulgu:** Analiz sonuçlarına göre, seçmen davranışları ile sosyo-psikolojik faktörler arasında pozitif yönlü ve güçlü düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $r = 0,733$ ;  $p < 0,01$ ). Bu bulgu, seçmenlerin yerel seçimlerde oy verme davranışlarının, adayın sahip olduğu kişisel özellikler ve değer yönelimleri ile yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Özellikle adayın karizması, dürüst, çalışkan ve güvenilir bir kişiliğe sahip olması, eğitim düzeyi, aile yaşantısının düzgünlüğü, dini konulara ilişkin söylemleri ve parti programında öne çıkan değerlerle seçmenin kişisel değerlerinin uyumlu olması, seçmenlerin oy verme kararlarında belirleyici rol oynamaktadır. Bu durum, seçmenlerin adayları yalnızca politik vaatler veya hizmet performansı üzerinden değil, aynı zamanda kişisel özellikler, değerler ve toplumsal algılar üzerinden de değerlendirdiğini ortaya koymaktadır.

**Sonuç:** H3 hipotezi kabul edilmiştir.



**H4:** *Seçmen davranışı ile siyasal pazarlama faktörleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.*

**Bulgu:** Analiz sonuçları, seçmen davranışları ile siyasal pazarlama faktörleri arasında pozitif yönlü ve güçlü düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunduğunu ortaya koymuştur ( $r = 0,825$ ;  $p < 0,01$ ). Bu bulgu, seçmenlerin oy verme davranışlarının siyasal pazarlama faaliyetlerinden önemli ölçüde etkilendiğini göstermektedir. Seçmenler açısından adayın partisinin mitinglerinin kalabalık olması, medya desteği alması, kamuoyu araştırmalarında önde görünmesi, ev ve esnaf ziyaretleri yapması, sosyal medya paylaşımları ve konuşmaları, reklam materyallerinin yoğunluğu ve siyasi propaganda çalışmaları gibi faktörler, aday algısını şekillendirmekte ve oy verme kararlarında güçlü bir etki yaratmaktadır.

Bu sonuç, siyasal pazarlama araçlarının yalnızca tamamlayıcı bir unsur olmadığını, aynı zamanda seçmen davranışlarını yönlendiren kritik bir belirleyici olduğunu göstermektedir.

**Sonuç:** H4 hipotezi kabul edilmiştir.

**H5:** *Seçmen davranışı ile sezgisel faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.*

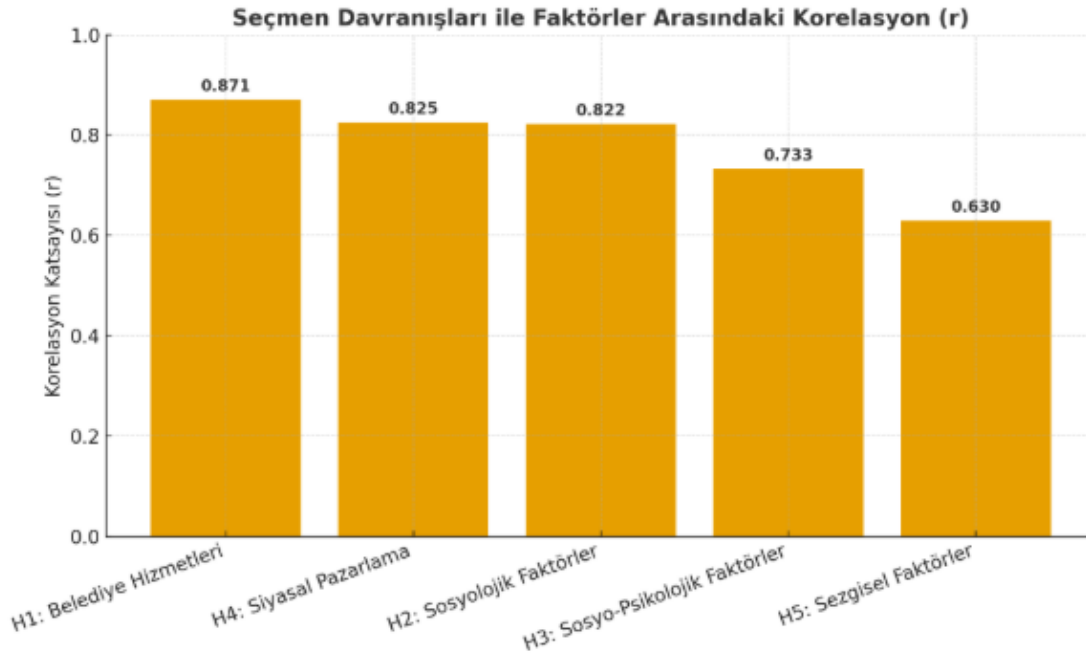
**Bulgu:** Analiz sonuçlarına göre, seçmen davranışları ile sezgisel faktörler arasında pozitif yönlü ve güçlü düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $r = 0,630$ ;  $p < 0,01$ ). Bu bulgu, seçmenlerin adayla ilgili değerlendirmelerinin yalnızca rasyonel kriterlere değil, aynı zamanda içgüdüsel ve sezgisel algılara da dayandığını göstermektedir. Seçmenler açısından adayın dış görünüş itibarıyla güven veren ve olumlu izlenim bırakan biri olması, hitabet gücü, halkın sorunlarını çözebilecek bilgiye sahip olduğu yönünde algı oluşturması ve şehre güzel hizmetler yapabileceği hissi uyandırması gibi faktörler, oy verme davranışlarında etkili olmaktadır. Bu unsurlar, seçmenlerin aday hakkında hızlı, bilinçdışı ya da sezgisel yargılar geliştirmelerine zemin hazırlamakta ve nihai tercihlerini güçlü bir şekilde yönlendirmektedir. Sonuçlar, seçmen davranışlarının yalnızca hizmet, sosyolojik ya da siyasal pazarlama faktörleriyle değil; adayın kişisel imajı ve sezgisel düzeyde yarattığı güvenle de şekillendiğini, yerel seçim tercihlerinin hem rasyonel hem de sezgisel temellere dayandığını göstermektedir.

**Sonuç:** H5 hipotezi kabul edilmiştir.

Elde edilen bulgular, seçmen davranışlarını açıklamada en güçlü belirleyicinin belediye hizmetleri olduğunu ortaya koymaktadır ( $r = 0,871$ ). Bu durum, yerel seçimlerde seçmenlerin oy tercihlerini şekillendirirken belediyelerin sunduğu hizmetlerin kalitesine, etkinliğine ve kapsayıcılığına büyük önem verdiklerini göstermektedir. Özellikle altyapı, temizlik, ulaşım, sosyal hizmetler ve kriz anlarında sağlanan destekler gibi doğrudan yaşam kalitesini etkileyen hizmetler, seçmenler tarafından güçlü bir şekilde değerlendirilmekte ve siyasi tercihlerin belirlenmesinde kritik rol oynamaktadır. Belediye hizmetlerinin ardından siyasal pazarlama faktörleri ( $r = 0,825$ ) ve sosyolojik faktörler ( $r = 0,822$ ) gelmektedir. Bu sonuç, kampanya faaliyetlerinin, medya desteğinin, propaganda çalışmalarının yanı sıra parti kimliği, ideolojik aidiyet, etnik ve kültürel bağların seçmen davranışlarında oldukça etkili olduğunu göstermektedir. Diğer yandan, sosyo-psikolojik ( $r = 0,733$ ) ve sezgisel faktörlerin ( $r = 0,630$ ) de seçmen davranışlarıyla anlamlı düzeyde ilişkili olduğu görülmektedir. Adayın karizması, kişisel özellikleri, aile yaşantısı, değer yönelimi ve dürüstlüğü gibi unsurlar ile seçmenlerin aday hakkında sezgisel olarak geliştirdiği güven duygusu ve olumlu izlenimler, oy verme kararlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Ancak bu faktörlerin etkisi, belediye hizmetleri, siyasal pazarlama ve sosyolojik faktörlere kıyasla daha düşük düzeydedir. Sonuç olarak, seçmen davranışlarının çok boyutlu bir yapıya sahip olduğu, rasyonel hizmet değerlendirmelerinden sosyal aidiyetlere, psikolojik algılardan sezgisel yargılara kadar geniş bir faktör yelpazesinden etkilendiği anlaşılmaktadır.

Elde edilen bulguların karşılaştırmalı olarak daha net görülebilmesi amacıyla sonuçlar çubuk Şekil 4.1. üzerinde sunulmuştur.

Şekil 4.1. Seçmen davranışları ile faktörler arasındaki ilişki grafiği



#### 4.6. Sosyolojik, Sosyo-Psikolojik, Siyasal Pazarlama Ve Sezgisel Faktörlerin Belediye Hizmetlerini Yordamasına İlişkin Regresyon Analizine Ait Bulgular

Araştırmada, kullanılan ölçekler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizi, özellikle sosyal bilimlerde değişkenler arası nedensel ilişkilerin çözümlenmesinde yaygın olarak kullanılan bir yöntem olup, bir veya birden fazla bağımsız değişkenin, bağımlı değişken üzerindeki etkisini öngörmeye olanak tanımaktadır (Field, 2009, s. 197). Bu analiz türü, sadece ilişkilerin varlığını ortaya koymakla kalmaz, aynı zamanda bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını da test eder.

Seçmenlerin sosyolojik, sosyo-psikolojik, siyasal pazarlama ve sezgisel faktörleri benimseme düzeyinin belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisinin belirlenmesi amacıyla uygulanan regresyon analizine ait bulgular Çizelge 4.11’de sunulmuştur.

**Çizelge 4.11.** Seçmenlerin sosyolojik, sosyo-psikolojik, siyasal pazarlama ve sezgisel faktörleri benimseme düzeyinin belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisinin belirlenmesine yönelik regresyon analizi

	Katsayı	Beta	t	p
	(B)			
Sabit	1,877		15,236	,000
Sosyolojik Faktörler	-,081	-,078	-2,093	,037
Sosyo-Psikolojik Faktörler	-,254	-,264	-6,929	,000
Siyasal Pazarlama Faktörleri	-,090	-,106	-2,901	,004
Sezgisel Faktörler	,341	,387	10,695	,000
R=0.57 R <sup>2</sup> =0.32 F (4-758) =89.998. p=0.00				

**H6:** *Seçmenlerin sosyolojik yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi azalmaktadır.*

**Bulgu:** Sosyolojik faktörlerin belediye hizmetlerinin seçmen tercihlerine etkisi üzerine yapılan regresyon analizinde, Sosyolojik Faktörler değişkeninin standartlaştırılmış regresyon katsayısı (Beta)-0.078 ve anlamlılık düzeyi  $p=0.037$  ( $p < 0.05$ ) olarak bulunmuştur. Bu negatif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki, sosyolojik yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça, belediye hizmetlerinin seçmen tercihleri üzerindeki etkisinin azaldığını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, seçmenlerin sosyal kimlik, aidiyet, grup bağlılığı gibi sosyolojik dinamiklere dayalı tercihleri güçlendikçe, belediye hizmetlerine dayalı rasyonel değerlendirmelerin etkisi zayıflamaktadır. Bu durum, sosyolojik faktörlerin, belediye hizmetlerine kıyasla seçmen davranışları üzerinde daha baskın bir rol oynayabileceğini göstermektedir.

**Sonuç:** H6 hipotezi kabul edilmiştir.

**H7:** *Seçmenlerin sosyo-psikolojik yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi azalmaktadır.*

**Bulgu:** Sosyo-psikolojik faktörlerin belediye hizmetlerinin seçmen tercihlerine etkisi incelendiğinde, Sosyo-Psikolojik Faktörler değişkeninin standartlaştırılmış regresyon katsayısı (Beta) -0.264 ve anlamlılık düzeyi  $p=0.000$  ( $p < 0.01$ ) olarak bulunmuştur. Bu, istatistiksel olarak oldukça anlamlı, negatif yönlü bir ilişkiye işaret

etmektedir. Sonuç olarak, seçmenlerin sosyo-psikolojik yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça, belediye hizmetlerinin yerel seçim tercihleri üzerindeki etkisinin azaldığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, seçmenlerin parti bağlılığı, ideolojik kimlik, aidiyet duygusu gibi sosyo-psikolojik unsurlar çerçevesinde oy verme eğilimleri güçlendikçe, belediye hizmetlerine dayalı rasyonel değerlendirmeler arka planda kalmaktadır. Bu durum, duygusal ve kimliğe dayalı bağlılıkların, hizmet temelli oy verme davranışı üzerinde baskın bir rol oynayabildiğine işaret etmektedir.

**Sonuç:** H7 hipotezi kabul edilmiştir.

**H8:** *Seçmenlerin sezgisel yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi artmaktadır.*

**Bulgu:** Sezgisel Faktörler değişkeninin standartlaştırılmış regresyon katsayısı (Beta) 0.387 ve anlamlılık düzeyi  $p=0.000$  ( $p < 0.01$ ) olarak bulunmuştur. Bu, istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde güçlü bir ilişkiyi göstermektedir. Bu bulgu, seçmenlerin sezgisel yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça, belediye hizmetlerinin yerel seçim tercihleri üzerindeki etkisinin de arttığını desteklemektedir. Diğer bir ifadeyle, sezgisel yaklaşımı benimseyen seçmenler, hizmetlere yönelik genel izlenim, algı ve içgüdüsel değerlendirmeler doğrultusunda yerel seçim tercihlerine yön vermektedir. Bu durum, belediye hizmetlerinin, özellikle sezgisel karar mekanizmalarıyla hareket eden seçmenler üzerinde daha etkili olabildiğini ortaya koymaktadır.

**Sonuç:** H8 hipotezi kabul edilmiştir.

**H9:** *Seçmenlerin siyasal pazarlama yaklaşımını benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi azalmaktadır.*

**Bulgu:** Siyasal Pazarlama Faktörleri değişkeninin standartlaştırılmış regresyon katsayısı (Beta)-0.106 ve anlamlılık düzeyi  $p=0.004$  ( $p < 0.01$ ) olarak bulunmuştur. Bu, istatistiksel olarak anlamlı, negatif yönlü bir ilişkiye işaret etmektedir. Sonuç olarak, seçmenlerin siyasal pazarlama yaklaşımını benimseme düzeyi arttıkça, belediye hizmetlerinin yerel seçim tercihleri üzerindeki etkisinin azaldığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, aday imajı, kampanya süreci, iletişim stratejileri ve siyasal marka algısı gibi unsurlar ön plana çıktıkça, seçmenlerin hizmet temelli rasyonel değerlendirmelerden ziyade pazarlama temelli faktörlerle yönlendirildiği

anlaşılmaktadır. Bu durum, siyasal pazarlama araçlarının seçmen davranışları üzerindeki etkisini güçlendirirken, belediye hizmetlerinin karar alma sürecindeki ağırlığını azaltmaktadır.

**Sonuç:** H9 hipotezi kabul edilmiştir.

#### **4.7. Demografik Değişkenlere Göre Farklılıkların İstatistiksel Olarak Değerlendirilmesi**

Sosyal bilimlerde, yalnızca değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesi değil aynı zamanda belirli değişkenler temelinde farklı grup yapıları arasındaki farklılıkların karşılaştırılması da büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, iki veya daha fazla grubun belirli değişkenler açısından anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeye yönelik çeşitli istatistiksel testler kullanılmaktadır. Literatürde bu testler genel olarak “*fark testleri*” olarak adlandırılmaktadır (Özkan Tektaş, 2018, 10). Literatürde, verilerin dağılım özelliklerine bağlı olarak uygulanabilecek çeşitli fark testleri bulunmaktadır. Hangi fark testinin kullanılacağı, veri setinin normal dağılım gösterip göstermemesine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Bu çalışmada kullanılan veri setinin normal dağılım özelliği taşıması nedeniyle, analizlerde parametrik fark testleri tercih edilmiştir. Bu doğrultuda, Bağımsız Örneklem t-Testi ile Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) testlerinden yararlanılarak gruplar arası farklılıklar istatistiksel olarak incelenmiştir.

##### **4.7.1. Bağımsız Örneklem T-Testi Bulguları**

Bağımsız örneklem t-testi sonuçları yorumlanırken öncelikle Levene testi sonuçları dikkate alınmaktadır. Levene testi, gruplar arasındaki varyansların eşit olup olmadığını test eder. Eğer p değeri 0,05’ten büyükse ( $p > 0,05$ ), varyanslar eşit kabul edilir ve “eşit varyans varsayımına göre hesaplanan değerler esas alınır. Ancak p değeri 0,05’ten küçükse ( $p < 0,05$ ), varyansların eşit olmadığı kabul edilir ve analiz, “eşit olmayan varyans varsayımına göre yapılır. Varyans varsayımı belirlendikten sonra, gruplar arası farkın anlamlılığı ortalamaların karşılaştırıldığı p değeri üzerinden değerlendirilir. Eğer bu değer 0,05’ten küçükse ( $p < 0,05$ ), gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu kabul edilir ve grup ortalamaları karşılaştırılarak bu farkın yönü yorumlanır (Nur ve Küçük, 2024, 154).

Bu başlık altında yer alan hipotezler, yukarıda sunulan bilgiler ışığında analiz edilerek değerlendirilmiş ve elde edilen bulgular bu doğrultu da yorumlanmıştır.

**Çizelge 4.12.** Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Anlamlılık Düzeylerinin Bağımsız Örneklem t-Testi ile Analizi

Değişken	Grup	N	Ortalama (O)	S.S	S. H.O.	
Belediye Hizmetleri	Kadın	392	3,13	,661	,033	
	Erkek	395	3,11	,723	,036	
Değişken	Levene Testi (Varyansların Eşitliği Varsayımı)			Ortalamaların Eşitliği Varsayımı		
	Eşitlik Durumu	F	P1	P2	O.F	S.H.F
Belediye Hizmetleri	V.E.	1,72	,881	,898	,016	,127
	V.E.D.			,898	,016	,127
<i>V.E: Varyanslar eşitse varsayımı</i>		<i>S.H.O.: Standart hata ortalaması</i>				
<i>V.E.D: Varyanslar eşit değil varsayımı</i>		<i>O.F: Ortalama farkı</i>				
<i>S.S: Standart sapma</i>		<i>S.H.F.: Standart hata farkı</i>				

**H10:** Belediye hizmetleri açısından seçmen davranışları **cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterir.**

**Bulgu:** Çizelge 4.12'deki sonuçlar incelendiğinde, Levene testi p1 değerinin (0,881 > 0,05) anlamlı çıkmaması, varyansların eşitliği varsayımının sağlandığını göstermektedir. Bu nedenle bağımsız örneklem t-testi değerlendirmesinde “varyanslar eşittir” varsayımı dikkate alınmıştır. T-testi sonuçlarına göre ise hem varyanslar eşittir varsayımı altında (p2 = 0,898 > 0,05) hem de varyanslar eşit değildir varsayımı altında (p2 = 0,898 > 0,05) anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu bulgu, kadın ve erkek katılımcıların belediye hizmetlerine ilişkin algı ve değerlendirmelerinin birbirine yakın düzeyde olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak belediye hizmetleri bağlamında seçmen davranışlarının cinsiyete göre farklılaştığını gösteren istatistiksel bir kanıt elde edilmemiştir.

**Sonuç:** H10 hipotezi reddedilmiştir.

#### 4.7.2. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Bulguları

Bir önceki başlıkta iki bağımsız grup arasındaki ortalama farkının istatistiksel anlamlılığı bağımsız örneklem t-testi ile incelenmiştir. Bu bölümde ise, en az üç bağımsız grup arasındaki ortalama farklarının anlamlılık düzeyi tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile değerlendirilmiştir. Analiz öncesinde, incelenecek değişkenlerin varyanslarının homojen olup olmadığı belirlenmelidir. Bu amaçla, Levene testi

kullanılarak varyans homojenliği kontrol edilir. Elde edilen p değeri 0,05'ten büyükse, değişkenlerin varyanslarının homojen dağıldığı kabul edilir. Bu durumda, gruplar arasındaki farkın anlamlılığı için ANOVA testi sonuçları değerlendirilir. ANOVA sonucunda p değeri 0,05'ten küçükse, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır; aksi halde anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Öte yandan, Levene testi sonucu p değeri 0,05'ten küçükse, varyansların homojen olmadığı anlamına gelir. Bu durumda, gruplar arası farkın anlamlılığı Welch testi ile değerlendirilir. Welch testi sonucunda da  $p < 0,05$  ise gruplar arasında anlamlı fark olduğu kabul edilir; aksi takdirde fark anlamlı değildir. Her iki analizde de anlamlı fark saptandığında, bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Post Hoc testleri uygulanır. Burada Post-hoc testleri içerisinde hangisinin tercih edileceği, örneklem büyüklüklerinin (N) birbirine yakın veya uzak olmasına bağlı olarak değişiklik gösterebilir (Nur ve Küçük, 2024, 159).

Bu başlık altında yer alan hipotezler, yukarıda sunulan bilgiler ışığında analiz edilerek değerlendirilmiş ve elde edilen bulgular bu doğrultu da yorumlanmıştır.

**Çizelge 4.13.** Medeni Durum Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği

Değişken	Tanımlayıcı İstatistikler					Varyansların Homojenliğine Karar					Kriter Test
	Grup (Medeni Durum)	N	O	S.S	S.H	Kriter	L.İ	Df1	P	S.	
Belediye Hizmetleri	1.Evli	466	3,99	,846	,039	O.D	2,69	2	0,068	V.Homojen	Anova testi
	2.Bekar	285	3,97	,789	,047						
	3. Dul	36	3,63	1,033	,172						
	Toplam	787	3,96	,838	,030						
L.İ: Levene İstatistiği S: Sonuç O: Ortalama Değer						N: Örneklem Sayısı S.S: Standart Sapma S.H: Standart Hata					

**H11:** Belediye hizmetleri açısından seçmen davranışları medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Çizelge 4.13'te raporlanan Levene testi sonuçlarına göre, medeni duruma göre oluşturulan gruplar arasında ilgili değişkenlerin varyanslarının homojen olduğu görülmektedir ( $p > 0,05$ ). Bu bulgu doğrultusunda, gruplar arası ortalamalar arasında



istatistiksel olarak anlamlı bir farkın bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla ANOVA testinin yapılmasına karar verilmiştir (Bkz. Çizelge 4.14).

**Çizelge 6.14.** Medeni Durum Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığın Belirlemeye Yönelik Anova Testi Analizi

ANOVA		
Değişken	P	Sonuç
Belediye Hizmetleri	,047	Gruplar arası anlamlı farklılık var.

Çizelge 4.14’te sunulan ANOVA testi bulgularına göre, medeni durum ile belediye hizmetleri arasında ise anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ). Elde edilen bu anlamlı sonucun hangi medeni durum grupları arasında ortaya çıktığını ve farklılığın yönünü belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma analizleri gerçekleştirilmiş olup, ilgili bulgular Çizelge 4.15’te ayrıntılı şekilde raporlanmıştır.

**Çizelge 4.15.** Medeni Durum Gurubu ile Değişkenlere Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Scheffe Testi Analizi)

Varyanslar Homojen → Anova Testi → $P < 0,05$ → Post Hoc Testi → Scheffe Testi						
Değişken	Grup (Medeni Durum)	Grup (Medeni Durum)	Ortalama Fark	Standart Hata	P	Fark
Belediye Hizmetleri	1.(Evli)	3. (Dul)	,358	,144	,047	1>3
	Diğer gruplarla anlamlılık düzeyi $p > 0,05$ ’tir (anlamlı değildir).					
<b>Scheffe Testi:</b> Değişkenle ait örneklem büyüklükleri arasında farklılıklar olduğundan araştırmada bu testin yapılmasına karar verilmiştir. Çünkü farklı örneklem büyüklüklerinde bu test, daha anlamlı sonuç vermektedir.						

**Bulgu:** Çizelge 4.15’da sunulan çoklu karşılaştırma (post-hoc) analizi sonuçlarına göre, medeni durumu “evli” olan bireylerin belediye hizmetleri düzeyleri, “dul” bireylere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur (Ortalama fark = 0,358;  $p = 0,047 < 0,05$ ). Bu bulgu, medeni durumun belediye hizmetleri üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Evli bireylerin daha yüksek düzey bildirmesi, belediye hizmetlerinden daha yoğun ya da etkin biçimde yararlanmalarıyla ya da aile yaşamına yönelik hizmetlerin bu grup tarafından daha olumlu algılanmasıyla ilişkili olabilir. Buna karşılık, dul bireylerin daha düşük düzey

bildirmeleri ise hizmetlere erişimde karşılaşılan güçlükler, sosyal destek eksikliği veya beklenti düzeylerindeki farklılıklarla açıklanabilir.

**Sonuç:** Elde edilen bulgular doğrultusunda, H11 hipotezi kabul edilmiştir.

**Çizelge 4.16.** Yaş Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği

Tanımlayıcı İstatistikler					Varyansların Homojenliğine Karar					Kriter Test	
Değişken	Grup (Yaş)	N	O	S.S	S.H	Kriter	L.İ	Df1	P	S.	
Belediye Hizmetleri	1.(18-28)	243	3,07	,698	,045	O.D	0,26	3	0,994	V. Homojen	Anova testi
	2.(29-39)	292	3,13	,677	,040						
	3. (40-50)	160	3,13	,753	,060						
	4.(51 ve üzeri)	92	3,20	,674	,071						
	Toplam	787	3,12	,699	,025						

**H12:** Belediye hizmetleri açısından seçmen davranışları yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Çizelge 4.16’de raporlanan Levene testi bulgularına göre, yaş grupları arasında incelenen değişkenlerin varyanslarının homojen olduğu tespit edilmiştir ( $p > 0,05$ ). Varyansların homojenliğine ilişkin bu sonuç doğrultusunda, yaşa göre oluşturulan gruplar arasında ortalama farklarının istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla ANOVA testinin yapılmasına karar verilmiştir (Bkz. Çizelge 4.18).

**Çizelge 4.17.** Yaş Durumu Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığı Belirlemeye Yönelik Anova Testi Analizi

ANOVA		
Değişken	P	Sonuç
Belediye Hizmetleri	,791	Gruplar arası anlamlı farklılık yok.

**Bulgu:** Çizelge 4.17’de yer alan ANOVA testi sonuçlarına göre, yaş grupları arasında belediye hizmetleri değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $p = 0,791 > 0,05$ ). Bu bulgu, farklı yaş gruplarındaki

katılımcıların belediye hizmetlerine yönelik algılarının benzer düzeyde olduğunu ve yaşın belediye hizmetlerine ilişkin değerlendirmeleri anlamlı ölçüde farklılaştırmadığını göstermektedir.

**Sonuç:** Elde edilen bulgular doğrultusunda, H12 hipotezi reddedilmiştir.

**Çizelge 4.18.** Eğitim Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği

Tanımlayıcı İstatistikler						Varyansların Homojenliğine Karar					Kriter Test
Değişkenler	Grup (Eğitim)	N	O	S.S	S.H	Kriter	L.İ	Df1	P	S.	
Belediye Hizmetleri	1.Bir okul bitirmede: Okuma-Yazma bilmiyor	17	3,21	,491	,119	O.D	2,94	6	0,008	V. Homojen Değil	Welch testi
	2.Bir okul bitirmede: Okur-Yazar	19	3,31	,601	,141						
	3.İlkokul	103	3,36	,709	,070						
	4.İlköğretim	57	3,15	,812	,108						
	5.Lisansüstü	65	3,03	,664	,083						
	6.Lise	224	3,05	,710	,048						
	7.Önlisans /Lisans	302	3,10	,674	,039						
	Toplam	787	3,12	,699	,025						

**H13:** Belediye hizmetleri açısından seçmen davranışları eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Çizelge 4.18’da raporlanan Levene testi sonuçlarına göre, eğitim durumuna göre oluşturulan gruplar arasında belediye hizmetleri değişkenine ilişkin varyansların homojen dağılmadığı görülmüştür ( $p < 0,05$ ). Bu sonuç, varyansların homojenliği varsayımının sağlanmadığını göstermektedir. Bu nedenle, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Welch testi uygulanmasına karar verilmiştir (Bkz. Çizelge 4.19).

**Çizelge 4.19.** Eğitim Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığı Belirlemeye Yönelik Welch Testi Analizi

Welch Testi Bulguları		
Değişken	P	Sonuç
Belediye Hizmetleri	< ,001	Gruplar arası anlamlı farklılık var.

Çizelge 4.19’de yer alan Welch testi bulguları incelendiğinde, eğitim düzeyi ile belediye hizmetleri değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılıklar olduğu görülmektedir ( $p < ,001$ ). Bu bulgu, bireylerin eğitim düzeylerine göre belediye hizmetlerine ilişkin farklı değerlendirmeler yaptığını göstermektedir. Eğitim düzeyine bağlı olarak ortaya çıkan bu anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında ve hangi yönde gerçekleştiğini belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma (post-hoc) analizleri uygulanmıştır (Bkz. Çizelge 4.20).

**Çizelge 4.20.** Eğitim Grubu ile Değişkenlere Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Games-Howell Testi Analizi)

Varyanslar Homojen Değil → Welch Testi → $P < 0,05$ → Post Hoc Testi → Games-Howell Testi						
Değişken	Grup (Eğitim)	Grup (Eğitim)	Ortalama Fark	Standart Hata	P	Fark
Belediye Hizmetleri	5.Lisansüstü	6.Lise	<b>,349*</b>	,107	<b>,023</b>	5>6
	7.Önlisans /Lisans	3.İlkokul	<b>,279*</b>	,090	<b>,038</b>	7>3
		6.Lise	<b>,431*</b>	,074	<b>&lt; ,001</b>	7>6
Diğer gruplarla anlamlılık düzeyi $p > 0,05$ ’tir (anlamlı değildir).						
<b>Games-Howell Testi:</b> Değişkenlere ait örneklem büyüklükleri arasında farklılıklar olduğundan araştırmada bu testin yapılmasına karar verilmiştir. Çünkü, farklı örneklem büyüklüklerinde bu test daha anlamlı sonuç vermektedir.						

**Bulgu:** Çizelge 4.20’de yer alan belediye hizmetleri değişkenine ilişkin Games-Howell testi sonuçları, eğitim düzeyine göre bazı gruplar arasında anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur. Lisansüstü eğitim düzeyine sahip bireylerin, lise mezunlarına kıyasla belediye hizmetlerini daha yüksek düzeyde değerlendirme eğiliminde oldukları görülmektedir (ortalama fark = ,349;  $p = ,023 < 0,05$ ). Benzer şekilde, önlisans/lisans mezunu bireylerin hem ilkokul mezunlarına (ortalama fark = ,279;  $p = ,038 < 0,05$ ) hem de lise mezunlarına (ortalama fark = ,431;  $p < ,001$ ) göre belediye hizmetlerini daha olumlu değerlendirme olasılıklarının yüksek olduğu söylenebilir. Diğer eğitim grupları arasındaki karşılaştırmalarda ise anlamlı bir

farklılık gözlemlenmemiştir ( $p > 0,05$ ). Bu sonuçlar, eğitim düzeyi yükseldikçe belediye hizmetlerine yönelik bakış açılarının daha olumlu yönde şekillenme ihtimalinin arttığına işaret etmektedir. Eğitim düzeyinin, bireylerin beklentilerini, hizmetlere erişim imkânlarını ve kamu hizmetlerini değerlendirme biçimlerini etkileyen önemli bir değişken olabileceği değerlendirilebilir.

**Sonuç:** Elde edilen bulgular doğrultusunda, H13 hipotezi kabul edilmiştir.

**Çizelge 4.21.** Meslek Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği

Tanımlayıcı İstatistikler						Varyansların Homojenliğine Karar					Kriter Test
Değişkenler	Grup (Meslek)	N	O	S.S	S.H	Kriter	L.İ	Df1	P	S.	
Belediye Hizmetleri	1.Diğer	110	3,98	,853	,081	O.D	2,16	7	0,035	V. Homojen Değil	Welch testi
	2.Eğitimci	91	4,22	,651	,068						
	3.Ev hanımı/ Ev kızı	122	3,79	,898	,082						
	4.İşçi	122	3,85	,830	,076						
	5.İşsiz	40	3,67	1,004	,162						
	6.Memur	152	4,04	,803	,065						
	7.Öğrenci	50	4,01	,652	,093						
	Toplam	100	4,00	,891	,089						

**H14:** Belediye hizmetleri açısından seçmen davranışları mesleklere göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Çizelge 4.21'de raporlanan Levene testi sonuçlarına göre, belediye hizmetleri değişkenine ilişkin Levene testi sonucu ( $p = 0,035 < 0,05$ ), meslek grupları arasında varyansların homojen dağılmadığını göstermektedir. Bu nedenle, bu değişkene ilişkin ortalama farkların değerlendirilmesinde, varyans homojenliği varsayımının sağlanmadığı için Welch testi kullanılmıştır (Bkz. Çizelge 4.22).

**Çizelge 4.22.** Meslek Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığı Belirlemeye Yönelik Anova ve Welch Testi Analizleri

Welch Testi Analizi		
Değişken	P	Sonuç
Belediye Hizmetleri	< ,001	Gruplar arası anlamlı farklılık var.

Çizelge 4.22’de raporlanan Welch testi sonuçları incelendiğinde, belediye hizmetleri değişkenine ilişkin p değerinin  $< 0,001$  olduğu görülmektedir. Bu bulgu, meslek grupları arasında belediye hizmetleri düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır ( $p < 0,05$ ). Meslek değişkenine bağlı olarak ortaya çıkan bu farklılıkların hangi gruplar arasında ve hangi yönde gerçekleştiğini belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma (post-hoc) testlerinin uygulanmasına karar verilmiştir (Bkz. Çizelge 4.23).

**Çizelge 4.23.** Meslek Grubu ile Değişkenlere Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Games-Howell Testi Analizi)

Varyanslar Homojen Değil → Welch Testi → $P < 0,05$ → Post Hoc Testi → Games-Howell Testi						
Değişken	Grup (Meslek)	Grup (Meslek)	Ortalama Fark	Standart Hata	P	Fark
Belediye Hizmetleri	2.Eğitimci	3.Ev hanımı/ Ev kızı	<u>.462*</u>	,106	< ,001	2>3
		4.İşçi	<u>.401*</u>	,102	,003	2>4
		5.İşsiz	<u>.576*</u>	,176	,038	2>5
Diğer gruplarla anlamlılık düzeyi $p > 0,05$ 'tir (anlamlı değildir).						

**Bulgu:** Çizelge 4.23’te yer alan Games-Howell testi sonuçlarına göre, belediye hizmetleri değişkeninde meslek grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ). Özellikle eğitimci bireylerin belediye hizmetlerini değerlendirme düzeyleri, ev hanımı/ev kızı (ortalama fark = 0,462;  $p < 0,001$ ), işçi (ortalama fark = 0,401;  $p = 0,003$ ) ve işsiz (ortalama fark = 0,576;  $p = 0,038$ ) gruplarına kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu, mesleki konumun belediye hizmetlerine ilişkin algılarda etkili bir faktör olabileceğine işaret etmektedir. Öte yandan, ev hanımı, işçi ve işsiz bireylerin daha düşük düzeyde değerlendirmeler yapmaları, hizmetlere erişimde yaşadıkları kısıtlılıklar veya

beklentileri ile sunulan hizmetlerin niteliği arasındaki uyumsuzluklardan kaynaklanabilir. Diğer meslek grupları arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ( $p > 0,05$ ).

**Sonuç:** Elde edilen bulgular doğrultusunda, H14 hipotezi kabul edilmiştir.

**Çizelge 4.24.** Gelir Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği

Tanımlayıcı İstatistikler						Varyansların Homojenliğine Karar					Kriter Test
Değişken	Grup (Gelir)	N	O	S.S	S.H	Kriter	L.İ	Df1	P	S.	
Belediye Hizmetleri	1. (0-22.104)	145	3,13	,749	,062	O.D	2,04	5	0,070	V. Homojen	Anova testi
	2.(22.105-42.104)	146	3,01	,727	,060						
	3.(42.105-62.104)	197	3,20	,721	,051						
	4.(62.105-82.104)	70	2,95	,560	,068						
	5.(82.105 TL ve üstü)	47	3,06	,629	,092						
	6.(Gelirim yok)	182	3,20	,656	,049						
	Toplam	787	3,12	,699	,025						

**H15:** Belediye hizmetleri açısından seçmen davranışları gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Çizelge 4.24’da raporlanan Levene testi sonuçlarına göre, belediye hizmetleri değişkenine ilişkin varyansların gelir grupları arasında homojen bir dağılım sergilediği görülmektedir ( $p = 0,070 > 0,05$ ). Bu bulgu, varyansların homojenliği varsayımının sağlandığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, belediye hizmetleri değişkeninin farklı gelir gruplarına göre ortalamalarının karşılaştırılmasında ANOVA testinin kullanılmasının uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Bkz. Çizelge 4.25).

**Çizelge 4.25.** Gelir Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığı Belirlemeye Yönelik Anova Testi Analizi

Anova Testi Analizi		
Değişken	P	Sonuç
Belediye Hizmetleri	0,003	Gruplar arası anlamlı farklılık var.

Çizelge 4.25’de raporlanan ANOVA testi bulguları incelendiğinde, belediye hizmetleri değişkeni açısından gelir grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılıkların bulunduğu görülmektedir ( $p = 0,003 < 0,05$ ). Bu sonuç, bireylerin gelir düzeylerine bağlı olarak belediye hizmetlerine ilişkin değerlendirmelerinin farklılaştığını göstermektedir. Söz konusu farklılığın hangi gelir grupları arasında ve hangi yönde gerçekleştiğini ayrıntılı olarak ortaya koymak amacıyla çoklu karşılaştırma (post-hoc) analizlerine başvurulmuştur (Bkz. Çizelge 4.26.)

**Çizelge 4.26.** Gelir Grubu ile Değişkenlere Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Scheffe Testi Analizi)

Varyanslar Homojen → Anova Testi → $P < 0,05$ → Post Hoc Testi → Scheffe Testi						
Değişken	Grup (Gelir)	Grup (Gelir)	Ortalama Fark	Standart Hata	P	Fark
Belediye Hizmetleri	3.(42.105-62.104)	6.(Gelirim yok)	<u>358*</u>	,086	,004	3>6
	Diğer gruplarla anlamlılık düzeyi $p > 0,05$ 'tir (anlamlı değildir).					

**Bulgu:** Çizelge 4.26’de raporlanan Scheffe testi bulgularına göre, belediye hizmetleri değişkeni açısından gelir düzeyi grupları arasında anlamlı bir fark yalnızca “42.105–62.104 TL” gelir aralığında yer alan bireyler ile “geliri olmayan” bireyler arasında tespit edilmiştir (Ortalama fark = 0,358;  $p = 0,004 < 0,05$ ). Bu sonuca göre, orta gelir grubundaki bireyler, geliri olmayan bireylere kıyasla belediye hizmetlerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek değerlendirmiştir. Diğer gelir grupları arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır ( $p > 0,05$ ). Bu bulgu, düzenli gelire sahip bireylerin kamu hizmetlerine erişim ve faydalanma düzeylerinin, geliri olmayan bireylere göre daha yüksek olabileceğine ve bunun da belediye hizmetlerine ilişkin algılarına yansiyabileceğine işaret etmektedir. Öte yandan, geliri olmayan bireylerin belediye hizmetlerini daha düşük düzeyde değerlendirmeleri;



ekonomik yetersizlikler, sosyal dışlanma ya da beklentilerin karşılanmaması gibi faktörlerle ilişkili olabilir.

**Sonuç:** Elde edilen bulgular doğrultusunda, H15 hipotezi kabul edilmiştir.

**Çizelge 4.27.** İkamet Edilen İlçe Grubu ile Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Varyansların Homojenliği

Tanımlayıcı İstatistikler						Varyansların Homojenliğine Karar					Kriter Test
Değişken	Grup (İkamet Edilen İlçe)	N	O	S.S	S.H	Kriter	L.İ	Df1	P	S.	
Belediye Hizmetleri	1.Eyyübiye	266	3,15	,747	,046	O.D	0,784	2	0,457	V. Homojen	Anova testi
	2.Haliliye	296	3,11	,650	,038						
	3.Karaköprü	225	3,10	,703	,047						
	Toplam	787	3,12	,699	,025						

**H16:** Belediye hizmetleri açısından seçmen davranışları ikamet edilen yere göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Çizelge 4.27’de raporlanan Levene testi bulgularına göre, ikamet edilen ilçe grupları arasında belediye hizmetleri değişkenine ilişkin varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir ( $p > 0,05$ ). Varyansların homojenliğine ilişkin bu sonuç doğrultusunda, ikamet edilen ilçeye göre oluşturulan gruplar arasında ortalama farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla ANOVA testinin yapılmasına karar verilmiştir (Bkz. Çizelge 4.28).

**Çizelge 4.28.** İkamet Edilen İlçe Grubu ile Değişkenlere İlişkin Anlamlılığı Belirlemeye Yönelik Anova Testi Analizi

Anova Testi Analizi		
Değişken	P	Sonuç
Belediye Hizmetleri	0,015	Gruplar arası anlamlı farklılık var.

Çizelge 4.28’de raporlanan ANOVA testi bulguları incelendiğinde, belediye hizmetleri değişkeni açısından ilçe grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık bulunduğu görülmektedir ( $p = 0,015 < 0,05$ ). Bu bulgu, ikamet edilen ilçelere göre belediye hizmetlerine ilişkin değerlendirmelerin farklılaştığını

göstermektedir. Söz konusu farklılığın hangi ilçe grupları arasında ve hangi yönde gerçekleştiğini belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma (post-hoc) analizlerinin yapılmasına karar verilmiştir (Bkz. Çizelge 4.29).

**Çizelge 4.29.** İkamet Edilen İlçe Grubu ile Değişkenlere Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Scheffe Testi Analizi)

Varyanslar Homojen → Anova Testi → P < 0,05 → Post Hoc Testi → Scheffe Testi						
Değişken	Grup (İkamet Edilen İlçe)	Grup (İkamet Edilen İlçe)	Ortalama Fark	Standart Hata	P	Fark
Belediye Hizmetleri	3.Karaköprü	1.Eyyübiye	<u>.200*</u>	,076	,032	3>1
Diğer gruplarla anlamlılık düzeyi p>0,05'tir (anlamli değildir).						

**Bulgu:** Çizelge 4.29'de raporlanan Scheffe testi bulguları, belediye hizmetleri açısından ikamet edilen ilçe grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunduğunu göstermektedir. Özellikle Karaköprü ilçesinde ikamet eden bireylerin, Eyyübiye ilçesinde yaşayan bireylere kıyasla belediye hizmetlerini daha yüksek düzeyde değerlendirdikleri tespit edilmiştir (Ortalama fark = 0,200; p = 0,032 < 0,05). Bu anlamlı farklılık, ilçelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeylerindeki yapısal ayrımlarla açıklanabilir. Karaköprü, Şanlıurfa'nın kentleşme oranı yüksek, altyapı imkânları daha gelişmiş ve eğitim ile sağlık hizmetlerine erişimi daha yaygın olan ilçelerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Buna karşılık Eyyübiye ilçesi, görece daha düşük sosyo-ekonomik düzeye sahip, belediye hizmetlerine erişimin sınırlı olabildiği ve altyapı eksikliklerinin daha yoğun yaşandığı bir yerleşim alanı olarak değerlendirilmektedir.

**Sonuç:** Elde edilen bulgular doğrultusunda H16 hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırma kapsamında test edilen tüm hipotezlere ilişkin özet bulgular Çizelge 4.30'de sunulmuştur.

Çizelge 4.30. Geliştirilen Hipotezlerin Sonuç Çizelgesi

Geliştirilen Hipotez	Kabul/Ret
<b>H1:</b> Seçmen Davranışları ile Belediye hizmetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H2-</b> Seçmen Davranışları ile <u>sosyolojik</u> faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H3:</b> Seçmen Davranışları ile <u>sosyo-psikolojik</u> faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H4:</b> Seçmen Davranışı ile <u>siyasal pazarlama</u> faktörleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H5:</b> Seçmen Davranışı ile <u>sezgisel</u> faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	<b>Kabul</b>
<b>H6:</b> Seçmenlerin sosyolojik yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi azalmaktadır.	<b>Kabul</b>
<b>H7:</b> Seçmenlerin sosyo-psikolojik yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi azalmaktadır.	<b>Kabul</b>
<b>H8:</b> Seçmenlerin sezgisel yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi artmaktadır.	<b>Kabul</b>
<b>H9:</b> Seçmenlerin siyasal pazarlama yaklaşımını benimseme düzeyi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmenlerin yerel seçim tercihlerine etkisi azalmaktadır.	<b>Kabul</b>
<b>H10:</b> Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları <b>cinsiyete göre</b> anlamlı farklılık gösterir.	<b>Red</b>
<b>H11:</b> Belediye Hizmetleri açısından seçmen davranışları <b>medeni duruma</b> göre anlamlı bir farklılık gösterir.	<b>Kabul</b>

<b>H12:</b> Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları <i>yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.</i>	<b>Red</b>
<b>H13:</b> Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları <i>eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.</i>	<b>Kabul</b>
<b>H14:</b> Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları <i>mesleklere göre anlamlı bir farklılık gösterir.</i>	<b>Kabul</b>
<b>H15:</b> Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları <i>gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.</i>	<b>Kabul</b>
<b>H16:</b> Belediye Hizmetleri açısından Seçmen Davranışları <i>ikamet edilen yere göre anlamlı bir farklılık gösterir.</i>	<b>Kabul</b>

Araştırma kapsamında test edilen hipotezlerin sonuçları Çizelge 4.30'de özetlenmiştir. Buna göre, Çizelgedeki bulgulara göre belediye hizmetleri ile seçmen davranışları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (H1). Bu durum, yerel seçimlerde belediye hizmetlerinin seçmen tercihlerini şekillendiren temel bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca sosyolojik (H2), sosyo-psikolojik (H3), siyasal pazarlama (H4) ve sezgisel faktörlerin (H5) de seçmen davranışlarını anlamlı biçimde etkilediği görülmektedir. Bu bulgu, seçmen tercihinin yalnızca hizmet odaklı değil; aynı zamanda bireysel, toplumsal ve psikolojik etkenlerle de şekillendiğini göstermektedir.

Faktörlerin belediye hizmetleri üzerindeki yönlendirici rolüne bakıldığında, sosyolojik (H6), sosyo-psikolojik (H7) ve siyasal pazarlama faktörlerinin (H9) etkisi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmen tercihlerine olan katkısının azaldığı tespit edilmiştir. Buna karşılık sezgisel faktörler güçlendikçe (H8) belediye hizmetlerinin seçmen davranışları üzerindeki etkisi artmaktadır. Bu sonuç, seçmenlerin rasyonel ve toplumsal etkenlerden çok, sezgisel değerlendirmelere yöneldiklerinde hizmetlerin etkisinin daha belirgin hale geldiğini ortaya koymaktadır.

Demografik değişkenler açısından ise cinsiyet (H10) ve yaş grupları (H12) arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ancak medeni durum (H11), eğitim seviyesi (H13), meslek (H14), gelir düzeyi (H15) ve ikamet edilen yerin (H16) seçmenlerin belediye hizmetlerine bakışında anlamlı farklılıklar yarattığı

görülmektedir. Bu durum, seçmen davranışlarının demografik açıdan heterojen olduğunu ve belediye hizmetlerinin algısının toplumsal gruplar arasında değişiklik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

## 5. TARTIŞMA

Bu bölümde, araştırmanın kuramsal temeli ve ampirik bulguları bütüncül bir bakış açısıyla ele alınacak; elde edilen veriler benzer ya da karşıt yönleriyle karşılaştırılarak benzerlikler ve farklılıklar ortaya konulacaktır. Ayrıca bu farklılıkların olası nedenleri tartışılacak ve ulaşılan sonuçlar doğrultusunda akademik çevreler, politika yapıcılara ve yerel yönetimlere yönelik çeşitli öneriler sunulacaktır.

Bu çalışmada, rasyonel faktörlerden biri olarak değerlendirilen belediye hizmetleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişki incelenmiştir. Ayrıca, söz konusu değişkenlerin demografik özellikler bağlamında anlamlı farklılık gösterip göstermediği de analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında, Şanlıurfa ilinin merkez ilçeleri olan Eyyübiye, Karaköprü ve Haliliye’de ikamet eden 18 yaş ve üzeri 787 bireyden, tabakalı örnekleme yöntemiyle 18 Mart 2025 – 16 Nisan 2025 tarihleri arasında yüz yüze anket tekniği kullanılarak veri toplanmıştır. Elde edilen veriler, araştırmanın amacı doğrultusunda uygun istatistiksel analiz teknikleriyle değerlendirilmiştir.

Araştırma bulgularının daha sistematik ve anlaşılır bir şekilde sunulabilmesi amacıyla, öncelikle çalışmanın kuramsal çerçevesinde ulaşılan temel sonuçlar özetlenmiş ve bu kapsamda çalışmanın kuramsal katkıları tartışılmıştır. Şanlıurfa örneği üzerinden belediye hizmetleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişkiyi ele alan araştırmada, seçmen davranışı kuramlarından biri olan rasyonel tercih kuramının hizmet unsuru temel alınarak, belediye hizmeti ve seçmen davranışı kuramları teorik çerçevede değerlendirilmiş; böylece uygulama bölümüne sağlam bir teorik temel kazandırılmıştır.

Uygulama kısmında ise, Şanlıurfa’nın merkez ilçelerinde gerçekleştirilen saha çalışmasından elde edilen bulgular sunulmuş ve bu veriler doğrultusunda kapsamlı bir karşılaştırmalı analiz gerçekleştirilmiştir. Analiz sürecinde, elde edilen bulguların ne ifade ettiği ve bu sonuçların hangi faktörlerden kaynaklanabileceği değerlendirilmiş; araştırmanın belediye hizmetleri ile seçmen davranışı literatürüne sağladığı özgün katkılar ortaya konmuştur.

***Katılımcıların demografik özellikleri, sosyo-kültürel ve dini kimliklerine ilişkin eğilimleri ile siyasal yönelimlerine dair elde edilen bulgular irdelendiğinde;***

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans analizleri sonucunda, katılımcıların cinsiyet değişkeni açısından %49,8'inin kadın, %50,2'sinin erkek olduğu saptanmıştır. Bu dağılım, örneklemin cinsiyet değişkeni bakımından dengeli bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Yaş değişkeni kapsamında yapılan incelemede, katılımcıların %30,9'unun 18-28 yaş aralığında, %37,1'inin 29-39 yaş aralığında, %20,3'ünün 40-50 yaş aralığında ve %11,7'sinin 51 yaş ve üzerinde olduğu saptanmıştır. Bu dağılım, katılımcıların büyük bir kısmının 39 yaş ve altında yer aldığını ortaya koymakta ve elde edilen araştırma örnekleminin ağırlıklı olarak genç ve orta yaş grubundaki bireylerden oluşmaktadır.

Eğitim düzeyi değişkeni kapsamında yapılan analiz sonucunda, katılımcıların %2,2'sinin okuma-yazma bilmediği, %2,4'ünün sadece okur-yazar olduğu, %13,1'inin ilköğretim, %7,2'sinin ilköğretim, %28,5'inin lise, %38,4'ünün önlisans/lisans ve %8,3'ünün lisansüstü mezunu olduğu saptanmıştır. Meslek dağılımına ilişkin olarak, katılımcıların %14,0'ının diğer mesleklerde, %11,6'sını eğitimci, %15,5'ini ev hanımı/ev kızı, %15,5'inini işçi, %5,1'ini işsiz, %19,3'ünü memur, %6,4'ünün öğrenci ve %12,7'sinin ticaret erbabı/esnaf olarak yer aldığı belirlenmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda, katılımcıların büyük çoğunluğunun orta ve yükseköğretim düzeyinde eğitim aldığı saptanmıştır. Bu durum, örneklemin eğitim düzeyi açısından belirli bir çeşitlilik içermekle birlikte, özellikle lise ve üzeri eğitim seviyesine sahip bireylerin ağırlıkta olduğunu ortaya koymaktadır.

Gelir düzeyi açısından yapılan değerlendirmede, katılımcıların %18,4'ünün 0–22.104 TL, %18,6'sının 22.105–42.104 TL, %25,0'ını 42.105–62.104 TL, %8,9'unun 62.105–82.104 TL ve %6,0'ının 82.105 TL ve üzeri gelir grubunda yer aldığı, ayrıca %23,1'inin herhangi bir gelir beyanında bulunmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla, çalışmanın ekonomik koşulları farklılık gösteren bireylerin görüşlerini yansıtmaya potansiyeline sahip olduğu tespit edilmiştir.

İkamet edilen ilçeye göre yapılan analizde ise, katılımcıların %33,8'inin Eyyübiye, %37,6'sının Haliliye ve %28,6'sının Karaköprü ilçesinde yaşadığı belirlenmiştir. Bu dağılım, çalışmanın evreni ile paralel olarak, Şanlıurfa il merkezindeki üç büyük ilçeyi kapsayacak biçimde dengeli bir örneklem yapısına işaret

etmektedir. Dolayısıyla, her bir ilçenin sosyo-kültürel çeşitliliğini yansıtmaya potansiyelinin bulunduğu kanısına varılmıştır.

Bu bulgular değerlendirildiğinde, örneklemin cinsiyet açısından dengeli bir dağılıma sahip olduğu, yaş bakımından ise ağırlıklı olarak genç ve orta yaş grubundan bireylerden oluştuğu görülmüştür. Eğitim düzeyi itibarıyla katılımcıların çoğunluğunun lise ve üzeri eğitim almış bireyler olduğu, bu durumun çalışmanın eğitim düzeyi yüksek bireylerin görüşlerini yansıtmaya potansiyelini artırdığı söylenebilir. Mesleki dağılım incelendiğinde, farklı meslek gruplarının temsil edildiği ve örneklemin mesleki çeşitlilik açısından dengeli olduğu belirlenmiştir. Gelir düzeyi bakımından katılımcıların önemli bir kısmının düşük ve orta gelir grubunda yer aldığı, ayrıca kayda değer bir oranın gelir beyanında bulunmadığı görülmüştür. İkamet edilen ilçe açısından ise örneklemin, Şanlıurfa'nın üç merkez ilçesini dengeli biçimde yansıttığı tespit edilmiştir. Bu bulgular, çalışmanın sosyo-demografik çeşitlilik açısından güçlü bir örnekleme dayandığını göstermiştir.

Katılımcıların sosyo-kültürel/dini kimlik ve eğilimlerine ilişkin frekans analizleri sonucunda, dindarlık düzeyi değişkeni açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların %3,8'inin kendisini "dindar değilim" olarak tanımladığı, %7,9'unun "düşük", %50,8'inin "orta" ve %37,5'inin ise "yüksek" düzeyde dindarlık beyanında bulunduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların vakit namazlarını kılma sıklığına ilişkin değerlendirme sonucunda, %13,0'ının vakit namazlarını hiç kılmadığı, %31,0'ının ara sıra kıldığı, %11,1'inin sadece Cuma namazını kıldığı ve %45,0'ının ise vakit namazlarını her zaman kıldığı belirlenmiştir. Bu bağlamda, katılımcıların büyük ölçüde orta ve yüksek düzeyde dindarlık beyanında bulunduğunu ve ibadetlerini düzenli olarak yaptıklarını göstermektedir. Bu durum, dini kimliğin bireylerin değer yargıları ve toplumsal tutumlarında belirleyici olma olasılığını göstermektedir.

Aşiret mensubiyeti açısından yapılan analizde ise katılımcıların %48,8'inin herhangi bir aşirete mensup olduğunu, %51,2'sinin ise aşirete mensup olmadığını ifade ettikleri araştırma sonucunda tespit edilmiştir. Ayrıca, aşiret mensubiyeti oranının yüksek olması, geleneksel yapılarla kurulan aidiyet bağlarının hâlâ güçlü olabileceğine işaret etmektedir.



Katılımcıların siyasal yönelimlerine ilişkin frekans analizleri sonucunda, %21,7'sinin herhangi bir siyasal ideolojiye bağlı hissetmediği, %18,2'sinin muhafazakâr, %15,5'inin İslamcı, %9,9'unun Atatürkçü ve %9,9'unun milliyetçi ideolojiye yakınlık hissettiği belirlenmiştir. Ayrıca, %6,0'ı kendini sosyal demokrat, %5,3'ü solcu, %5,0'ı diğer ideolojilere mensup, %4,3' sağcı ve %4,2'si demokrat olarak tanımlamıştır. Bu sonuçlar, siyasal ideolojik yelpazede katılımcıların dağılımının çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde tercih ettikleri partilere ilişkin olarak, %34,9'u AK Parti'ye, %13,0'ı HDP'ye, %11,7'si CHP'ye, %6,1' SP'ye ve %10,0' diğer siyasi partilere oy verdiğini belirtirken; %24,3' ise oy kullanmadığını ifade etmiştir. 31 Mart 2024 yerel seçimlerine ilişkin veriler incelendiğinde ise, %29,0'ını AK Parti'ye, %12,7'sinin CHP'ye, %12,3'ünü YRP'ye, %11,4'ünü DEM Parti'ye ve %4,4'ünün SP'ye oy verdiği; %8,3'ünün ise diğer siyasi partileri tercih ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca, %21,9'u oy kullanmadığını beyan etmiştir. Bu bulgular, katılımcıların siyasal ideolojik aidiyetlerinde görece bir çeşitlilik olduğunu ve zaman içerisinde parti tercihlerinde belirli düzeyde değişim eğilimi görüldüğünü ortaya koymaktadır. Özellikle AK Parti'ye verilen desteğin 2019'a kıyasla azalmış olması, YRP ve DEM Parti gibi alternatif partilere yönelimin artma olasılığını gündeme getirmektedir. Ayrıca, oy kullanmama oranının her iki seçimde de yüksek düzeyde seyretmesi, seçmen ilgisi ve katılımı bağlamında dikkatle değerlendirilmesi gereken bir durumu işaret etmektedir.

Araştırma kapsamında, teorik çerçeve ve modele dayalı olarak toplam 16 ana hipotez geliştirilmiştir. Bu hipotezlerden H1 ile H5 arasındaki hipotezlerin, seçmen davranışlarının belediye hizmetlerinin yanı sıra sosyolojik, sosyo-psikolojik, siyasal pazarlama ve sezgisel faktörlerle de istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ilişkili olduğunu ortaya koyduğu belirlenmiş ve söz konusu hipotezler kabul edilmiştir.

Faktörlerin belediye hizmetleri üzerindeki yönlendirici rolüne bakıldığında, sosyolojik H6, sosyo-psikolojik H7 ve siyasal pazarlama faktörlerinin H9 etkisi arttıkça belediye hizmetlerinin seçmen tercihlerine olan katkısının azaldığı tespit edilmiştir. Buna karşılık sezgisel faktörler güçlendikçe H8 belediye hizmetlerinin

seçmen davranışları üzerindeki etkisi artmakta olduğu belirlenmiştir ve söz konusu hipotezler kabul edilmiştir.

Demografik değişkenlere göre yapılan karşılaştırmalarda ise cinsiyet H10 ve yaş H12 grupları açısından anlamlı farklılıklar saptanmamış; buna karşın medeni durum H11, eğitim düzeyi H13, meslek H14, gelir H15 ve ikamet edilen yer H16 değişkenlerinde anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. Bu sonuçlar, belediye hizmetlerine yönelik değerlendirmelerin çeşitli sosyo-demografik faktörlerden etkilendiğini; ancak söz konusu etkinin her değişken için aynı düzeyde ortaya çıkmadığını göstermektedir. Hipotezlerin sonuçları şu şekilde yorumlanabilir ve değerlendirilebilir:

***Korelasyon analizlerine ilişkin hipotez bulgularının yorumlanması ve tartışılması:***

Seçmen davranışları ile belediye hizmetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla H1 hipotezi geliştirilmiştir. Pearson korelasyon analizi sonucunda, belediye hizmetleri ile seçmen davranışları arasında pozitif yönlü ve oldukça güçlü düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgu, belediye hizmetlerinin niteliği ve etkinliğinde gerçekleşen iyileştirmelerin seçmen davranışlarını benzer yönde etkilediğini göstermektedir. , seçmenlerin değerlendirmelerinin yalnızca genel hizmet performansı ile sınırlı olmadığı; aynı zamanda bilgilendirilme ve önemsenme düzeyi, temel kentsel altyapı hizmetlerinin kalitesi, belediyenin personel ve bina yeterliliği, hizmetlerin sunumunda adalet ilkesine riayet edilmesi ile engelli ve yaşlı bireylerin ihtiyaçlarının gözetilmesi gibi boyutların da seçmenlerin oy verme kararlarında belirleyici faktörler olarak ön plana çıktığı anlaşılmaktadır.

Seçmenlerin belediye hizmetleri ile seçmen davranışlarının alt boyutlarından biri olan sosyolojik faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla H2 hipotezi geliştirilmiştir. Pearson korelasyon analizi sonucunda, seçmen davranışlarının sosyolojik faktörlerden bağımsız olarak açıklanamayacağını açıkça ortaya koymaktadır. Aksine adayın parti kimliği, ideolojik yönelimi, etnik ve kültürel aidiyeti, dini değerlere yaklaşımı, aşiret bağlantısı ile aile ve yakın çevreden gördüğü destek gibi unsurların, seçmenlerin oy tercihlerini şekillendirmede kritik bir rol üstlendiği istatistiksel olarak doğrulanmıştır. Bu bulgu, sosyolojik faktörlerin seçmen kararlarını yalnızca tamamlayıcı değil, kimi durumlarda

belirleyici nitelikte olduğunu göstermekte; yerel seçimlerde seçmen davranışlarını anlamak için sosyal kimlik ve aidiyet temelli yaklaşımların dikkate alınmasının zorunlu olduğunu vurgulamaktadır.

Seçmenlerin belediye hizmetleri ile seçmen davranışlarının alt boyutlarından biri olan sosyo-psikolojik faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla H3 hipotezi geliştirilmiştir. Pearson korelasyon analizi sonucunda, seçmenlerin yerel seçimlerde oy verme davranışlarının, adayın sahip olduğu kişisel özellikler ve değer yönelimleri ile yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Özellikle adayın karizması, dürüst, çalışkan ve güvenilir bir kişiliğe sahip olması, eğitim düzeyi, aile yaşantısının düzgünlüğü, dini konulara ilişkin söylemleri ve parti programında öne çıkan değerlerle seçmenin kişisel değerlerinin uyumlu olması, seçmenlerin oy verme kararlarında belirleyici rol oynamaktadır. Bu durum, seçmenlerin adayları yalnızca politik vaatler veya hizmet performansı üzerinden değil, aynı zamanda kişisel özellikler, değerler ve toplumsal algılar üzerinden de değerlendirdiğini ortaya koymaktadır.

Seçmenlerin belediye hizmetleri ile seçmen davranışlarının alt boyutlarından biri olan siyasal pazarlama faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla H4 hipotezi geliştirilmiştir. Pearson korelasyon analizi sonucunda seçmenlerin oy verme davranışlarının siyasal pazarlama faaliyetlerinden önemli ölçüde etkilendiğini göstermektedir. Seçmenler açısından adayın partisinin mitinglerinin kalabalık olması, medya desteği alması, kamuoyu araştırmalarında önde görünmesi, ev ve esnaf ziyaretleri yapması, sosyal medya paylaşımları ve konuşmaları, reklam materyallerinin yoğunluğu ve siyasi propaganda çalışmaları gibi faktörler, aday algısını şekillendirmekte ve oy verme kararlarında güçlü bir etki yaratmaktadır. Bu sonuç, siyasal pazarlama araçlarının yalnızca tamamlayıcı bir unsur olmadığını, aynı zamanda seçmen davranışlarını yönlendiren kritik bir belirleyici olduğunu göstermektedir.

Seçmenlerin belediye hizmetleri ile seçmen davranışlarının alt boyutlarından biri olan sezgisel faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla H5 hipotezi geliştirilmiştir. Pearson korelasyon analizi sonucunda seçmenlerin adayla ilgili değerlendirmelerinin yalnızca rasyonel

kriterlere değil, aynı zamanda içgüdüsel ve sezgisel algılara da dayandığını göstermektedir. Seçmenler açısından adayın dış görünüş itibarıyla güven veren ve olumlu izlenim bırakan biri olması, hitabet gücü, halkın sorunlarını çözebilecek bilgiye sahip olduğu yönünde algı oluşturmaları ve şehre güzel hizmetler yapabileceği hissi uyandırması gibi faktörler, oy verme davranışlarında etkili olmaktadır. Bu unsurlar, seçmenlerin aday hakkında hızlı, bilinçdışı ya da sezgisel yargılar geliştirmelerine zemin hazırlamakta ve nihai tercihlerini güçlü bir şekilde yönlendirmektedir. Sonuçlar, seçmen davranışlarının yalnızca hizmet, sosyolojik ya da siyasal pazarlama faktörleriyle değil; adayın kişisel imajı ve sezgisel düzeyde yarattığı güvenle de şekillendiğini, yerel seçim tercihlerinin hem rasyonel hem de sezgisel temellere dayandığını göstermektedir.

***Regresyon Analizi testlerine ilişkin hipotez bulgularının yorumlanması ve tartışılması***

Sosyolojik faktörlerin belediye hizmetlerinin seçmen tercihlerine etkisini belirlemek amacıyla H6 hipotezi geliştirilmiştir. Regresyon analizi sonucunda, sosyolojik yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça, belediye hizmetlerinin seçmen tercihleri üzerindeki etkisinin azaldığını göstermektedir. Seçmenlerin sosyal kimlik, aidiyet, grup bağlılığı gibi sosyolojik dinamiklere dayalı tercihleri güçlendikçe, belediye hizmetlerine dayalı rasyonel değerlendirmelerin etkisi zayıflamaktadır. Bu durum, sosyolojik faktörlerin, belediye hizmetlerine kıyasla seçmen davranışları üzerinde daha baskın bir rol oynayabileceğini göstermektedir.

Sosyo-psikolojik faktörlerin belediye hizmetlerinin seçmen tercihlerine etkisini belirlemek amacıyla H7 hipotezi geliştirilmiştir. Regresyon analizi sonucunda, sosyo-psikolojik yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça, belediye hizmetlerinin yerel seçim tercihleri üzerindeki etkisinin azaldığı tespit edilmiştir. Seçmenlerin parti bağlılığı, ideolojik kimlik, aidiyet duygusu gibi sosyo-psikolojik unsurlar çerçevesinde oy verme eğilimleri güçlendikçe, belediye hizmetlerine dayalı rasyonel değerlendirmeler arka planda kalmaktadır. Bu durum, duygusal ve kimliğe dayalı bağlılıkların, hizmet temelli oy verme davranışı üzerinde baskın bir rol oynayabildiğine işaret etmektedir.

Sezgisel faktörlerin belediye hizmetlerinin seçmen tercihlerine etkisini belirlemek amacıyla H8 hipotezi geliştirilmiştir. Regresyon analizi sonucunda, seçmenlerin sezgisel yaklaşımı benimseme düzeyi arttıkça, belediye hizmetlerinin yerel seçim tercihleri üzerindeki etkisinin de arttığını desteklemektedir. Sezgisel yaklaşımı benimseyen seçmenler, hizmetlere yönelik genel izlenim, algı ve içgüdüsel değerlendirmeler doğrultusunda yerel seçim tercihlerine yön vermektedir. Bu durum, belediye hizmetlerinin, özellikle sezgisel karar mekanizmalarıyla hareket eden seçmenler üzerinde daha etkili olabildiğini ortaya koymaktadır.

Siyasal Pazarlama faktörlerinin belediye hizmetlerinin seçmen tercihlerine etkisini belirlemek amacıyla H9 hipotezi geliştirilmiştir. Regresyon analizi sonucunda, seçmenlerin siyasal pazarlama yaklaşımını benimseme düzeyi arttıkça, belediye hizmetlerinin yerel seçim tercihleri üzerindeki etkisinin azaldığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, aday imajı, kampanya süreci, iletişim stratejileri ve siyasal marka algısı gibi unsurlar ön plana çıktıkça, seçmenlerin hizmet temelli rasyonel değerlendirmelerden ziyade pazarlama temelli faktörlerle yönlendirildiği anlaşılmaktadır. Bu durum, siyasal pazarlama araçlarının seçmen davranışları üzerindeki etkisini güçlendirirken, belediye hizmetlerinin karar alma sürecindeki ağırlığını azaltmaktadır.

#### ***Fark testlerine ilişkin hipotez bulgularının yorumlanması ve tartışılması***

Katılımcıların belediye hizmetlerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla H10 hipotezi test edilmiştir. T-testi sonuçlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu bulgu, kadın ve erkek katılımcıların belediye hizmetlerine ilişkin algı ve değerlendirmelerinin birbirine yakın düzeyde olduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle, kadın ve erkek katılımcıların değerlendirmeleri benzerlik göstermiş; bu doğrultuda cinsiyet değişkeninin ayırt edici bir rol oynamadığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların belediye hizmetlerinin medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla H11 hipotezi test edilmiştir. Yapılan çoklu karşılaştırma (post-hoc) analizi sonucunda, evli bireylerin belediye hizmetine ilişkin sonuçlarının dul bireylere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, medeni durumun belediye hizmetine

yönelik değerlendirmelerde etkili bir değişken olduğunu ortaya koymaktadır. Evli bireylerin daha yüksek düzeyde belediye hizmetine yönelik farkındalıkları, aile yaşamına yönelik hizmetlerin bu grup tarafından daha olumlu değerlendirilmesi ya da belediye hizmetlerine daha aktif erişim sağlamalarıyla ilişkili olabilir. Buna karşılık, dul bireylerin daha düşük düzeyde belediye hizmetlerine karşı farkındalığı, sosyal destek eksikliği, hizmetlere erişimde yaşanan zorluklar veya beklenti düzeylerindeki farklılıklardan kaynaklanıyor olabilir. Elde edilen bu sonuçlar, belediye hizmetine yönelik farkındalığın, değerlendirmelerde demografik faktörlerin, özellikle de medeni durumun, dikkate alınması gerektiğini göstermektedir.

Katılımcıların belediye hizmetlerinin yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği belirlemek amacıyla H12 hipotezi test edilmiştir. ANOVA testi sonuçlarına göre, Farklı yaş gruplarındaki bireylerin belediye hizmetine ilişkin değerlendirmeleri ile seçmen davranışlarına yönelik tutumları benzerlik göstermektedir

Katılımcıların belediye hizmetlerinin eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla H13 hipotezi test edilmiştir. Games-Howell testi sonuçlarına göre, Katılımcıların eğitim düzeyine göre belediye hizmetlerine ilişkin değerlendirmelerinin anlamlı farklılıklar gösterdiği ortaya konmuştur. Özellikle lisansüstü eğitim seviyesine sahip bireylerin, lise mezunlarına kıyasla belediye hizmetlerine yönelik daha olumlu değerlendirmelerde bulunduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde, önlisans ve lisans mezunlarının, ilkökul ve lise mezunlarına göre belediye hizmetlerine yönelik daha yüksek düzeyde değerlendirme bildirdikleri görülmüştür. Bu durum, eğitim düzeyi arttıkça bireylerin kamu hizmetlerine ilişkin beklentilerinin, hizmetlere erişim olanaklarının ve değerlendirme biçimlerinin değiştiğini düşündürmektedir. Yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin, belediye hizmetlerini daha kapsamlı ve eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebildiği ve hizmet kalitesini farklı ölçütlerle yorumlayabildiği sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla, eğitim düzeyinin belediye hizmetlerinden duyulan memnuniyet üzerinde önemli bir belirleyici faktör olduğu söylenebilir.

Katılımcıların belediye hizmetlerinin mesleklere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla H14 hipotezi test edilmiştir. Games-

Howell testi sonuçlarına göre, Meslek grupları arasında belediye hizmetlerine yönelik değerlendirmeler açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Özellikle eğitimci mesleğine sahip bireylerin, ev hanımı/ev kızı, işçi ve işsiz gruplarına kıyasla belediye hizmetlerine yönelik değerlendirmelerinin anlamlı derecede daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu durum, mesleki konumun kamu hizmetlerinin değerlendirilmesinde etkili bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Eğitimcilerin belediye hizmetlerine daha olumlu yaklaşım sergilediği belirlenirken, ev hanımı, işçi ve işsiz bireylerin daha olumsuz değerlendirmelerde bulunmalarının; hizmetlere erişimde karşılaştıkları kısıtlılıklar ya da beklentiler ile sunulan hizmetin niteliği arasındaki uyumsuzluklardan kaynaklanabileceği değerlendirilmiştir.

Katılımcıların belediye hizmetlerinin gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla H15 hipotezi test edilmiştir. Yapılan Scheffe testi sonucunda, Gelir grupları arasında yalnızca “42.105–62.104 TL” aralığında yer alan bireyler ile geliri olmayan bireyler arasında belediye hizmetlerine ilişkin değerlendirmeler açısından anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Orta gelir grubundaki bireylerin, gelir elde etmeyenlere kıyasla belediye hizmetlerini daha olumlu değerlendirdiği ortaya konmuştur. Bu durum, düzenli gelire sahip bireylerin kamu hizmetlerine erişim ve faydalanma düzeylerinin, gelir elde etmeyen bireylere göre daha yüksek olabileceğini ve bunun değerlendirmelere olumlu yansıdığını göstermektedir. Geliri olmayan bireylerin belediye hizmetlerinden yeterince yararlanamaması ise; ekonomik yetersizlikler, sosyal dışlanma ya da beklentilerin karşılanmaması gibi etkenlerle ilişkilendirilebilir.

Katılımcıların belediye hizmetlerinde ikamet edilen ilçeye göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla H16 hipotezi test edilmiştir. Yapılan Scheffe testi analizleri sonucunda, İkamet edilen ilçeler arasında belediye hizmetlerine yönelik değerlendirmeler açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Özellikle Karaköprü ilçesinde yaşayan bireylerin, Eyyübiye ilçesinde ikamet edenlere kıyasla belediye hizmetlerini daha olumlu değerlendirdikleri ortaya konmuştur. Bu farklılık, ilçelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyleri ve altyapı olanaklarındaki yapısal farklılıklara bağlanabilir. Karaköprü ilçesinin yüksek kentleşme oranı ve gelişmiş altyapı ile kamu hizmetlerine daha etkin erişim sağlaması; Eyyübiye ilçesinin ise görece daha düşük sosyo-ekonomik seviyeye sahip olması ve

altyapı ile hizmet erişiminde çeşitli kısıtlamalar yaşanması, bu durumu açıklayan temel etkenler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, ikamet edilen ilçenin belediye hizmetlerine yönelik değerlendirmeler üzerinde belirleyici bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonuçları, ilçeler arasındaki farklılıkların temelinde sosyo-ekonomik gelişmişlik ve altyapı imkanlarındaki eşitsizliklerin yattığını göstermektedir.



## 6. SONUÇLAR

Tüm bulgular çerçevesinde genel bir değerlendirme yapıldığında, bu çalışma, Şanlıurfa örneği üzerinden belediye hizmetlerinin seçmen davranışıyla ilişkisini kapsamlı bir biçimde incelemiştir; ulaşılan sonuçlar, kuramsal ve uygulamalı açıdan bütüncül bir perspektif sunarak alana anlamlı katkılar sağlamıştır. Elde edilen bulgular, seçmen davranışının yalnızca hizmet performansına dayalı rasyonel tercihlerle açıklanamayacağını; aksine sosyolojik, sosyo-psikolojik, siyasal pazarlama ve sezgisel faktörlerin de seçmen kararlarını belirleyici düzeyde etkileyebileceğini göstermiştir. Nitekim bu tez çalışması, yerel hizmetlerin seçmen tercihleri üzerindeki etkisini çok boyutlu bir yaklaşımla ele alması bakımından, ilgili alandaki mevcut bilgi birikimini derinleştirmekte ve konunun yerel düzeyde anlaşılmasına yönelik özgün bir bakış açısı sunmaktadır. Araştırmada elde edilen bulgular sonucunda:

**Rasyonel Tercih Kuramı** çerçevesinde, bireylerin seçim davranışlarının fayda-maliyet analizine dayandığı varsayılmaktadır. Şanlıurfa'daki seçmenler, belediye hizmetlerinden elde ettikleri somut yararlar ve hizmetlerin genel niteliği doğrultusunda bilinçli tercihlerde bulunmaktadır. Sosyo-ekonomik koşullar ve ikamet edilen ilçelere göre değerlendirmelerin farklılık göstermesi, hizmetlerin erişilebilirliği ve sunum kalitesinin oy verme davranışlarını doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır. Özellikle orta gelir grubuna mensup bireylerin ve altyapı açısından daha gelişmiş ilçelerde yaşayanların belediye hizmetlerine yönelik daha olumlu değerlendirmelerde bulunmaları, seçmenlerin hizmetlerden sağladıkları faydayı esas alarak karar verdiğini göstermektedir.

Seçmen davranışları ile belediye hizmetleri arasında güçlü ve pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, seçmenlerin belediye hizmetlerinin kalitesi, ulaşılabilirliği, adil sunumu ve etkinliğini dikkate alarak oy tercihi yaptığını gösteren rasyonel tercih kuramıyla örtüşmektedir. Ancak, elde edilen veriler bu rasyonel değerlendirmelerin tek başına belirleyici olmadığını da açıkça ortaya koymaktadır.

**Sosyolojik Kuram** çerçevesinde sosyolojik faktörlerin etkisi incelendiğinde, bireylerin oy verme davranışlarının etnik, dini, aşiretsel ve kültürel kimliklerle sıkı biçimde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, bireyin toplumsal aidiyetleri ve

sosyal çevresinin, bireysel tercihlerin önüne geçebildiğini ortaya koymaktadır. Özellikle aşiret mensubiyetinin yüksek oranda ifade edilmesi, Şanlıurfa'daki geleneksel yapıların halen siyasal tercihleri yönlendirmede etkili olduğunu göstermektedir.

**Sosyo-psikolojik Kuram** çerçevesinde seçmen davranışlarını, bireylerin sosyal çevrelerinden, değerlerinden ve kişisel tutumlarından bağımsız düşünmek mümkün değildir. Bu araştırmada belediye hizmetlerine yönelik tutumların sosyo-psikolojik faktörlerle anlamlı ilişki göstermesi, seçmenlerin aday ve yerel yönetim seçimlerinde kişisel değerler, kültürel ve dini eğilimlerin yanı sıra sosyal normlardan da etkilendiğine işaret etmektedir. Bu durum, seçmenlerin yerel hizmetleri yalnızca maddi fayda olarak değil, aynı zamanda sosyal kimlik ve aidiyet bağlamında değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır.

**Sezgisel Kuram** çerçevesinde seçmenlerin karar alma süreçlerinde tamamen rasyonel olmadıkları, duygusal ve bilişsel kısıtlamalar altında hareket ettikleri vurgulanmaktadır. Bu araştırmada sezgisel faktörlerin seçmen davranışları üzerindeki güçlü etkisi, karar verme süreçlerinde duyguların, algıların ve otomatik düşüncelerin ne kadar etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Adayın hitabeti, güvenilirliği ve dış görünüşü gibi sezgisel unsurlar, seçmenlerin bilinçli değerlendirmeleriyle birlikte siyasi tercihlerini şekillendirmektedir. Sezgisel faktörlerin güçlenmesiyle birlikte, belediye hizmetlerinin seçmen davranışları üzerindeki etkisinin de arttığı görülmüştür. Bu bulgu, özellikle seçmenlerin aday hakkındaki genel izlenimleri ve içgüdüsel yargılarının, belediye hizmetlerine ilişkin algılarla bütünleştiğinde karar sürecini güçlendirdiğini göstermektedir. Bu noktada, sınırlı rasyonellik kuramı çerçevesinde, seçmenlerin bilgiye dayalı tam bir değerlendirme yapmak yerine, hızlı ve sezgisel karar mekanizmalarını tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

**Siyasal Pazarlama Kuramı** çerçevesinde ise siyasal pazarlama unsurlarının belediye hizmetlerine dayalı değerlendirmelerin etkisini azalttığı gözlemlenmiştir. Seçmenlerin kampanya sürecinde medyada yer alma, reklam yoğunluğu, miting kalabalıkları ve propaganda çalışmaları gibi etkenlere verdikleri önem, siyasal pazarlama araçlarının seçmen davranışları üzerindeki belirleyici etkisini ortaya koymaktadır. Adayların ve partilerin seçim kampanyaları ile iletişim stratejilerinin

seçmen algıları üzerinde belli bir etkisi olduğu, ancak bu etkinin sınırlı kaldığı belirlenmiştir. Bu bulgu, Şanlıurfa gibi yerel dinamiklerin ve somut belediye hizmetlerinin siyasi tercihleri daha fazla etkilediğini, dolayısıyla pazarlama unsurlarının tek başına belirleyici olamayacağını göstermektedir.

Demografik değişkenler incelendiğinde, belediye hizmetlerine yönelik değerlendirmelerin medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, gelir düzeyi ve ikamet edilen ilçeye göre anlamlı farklılık gösterdiği; buna karşın cinsiyet ve yaş grupları açısından anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bu bulgular, belediye hizmet algısının bireyin yaşam deneyimleri ve sosyo-ekonomik konumuyla yakından ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Karaköprü ilçesinde ikamet eden bireylerin hizmetlere daha yüksek puanlar vermesi, altyapı ve gelişmişlik düzeyinin belediye hizmet memnuniyetinde belirleyici olduğunu göstermektedir.

Tüm bu sonuçlar, Şanlıurfa özelinde seçmen davranışlarının çok boyutlu bir yapı sergilediğini ve belediye hizmetlerinin seçmen kararlarını etkileme potansiyelinin, ancak diğer sosyolojik, psikolojik ve sezgisel dinamiklerle birlikte değerlendirildiğinde anlam kazandığını ortaya koymaktadır.

## 7. ÖNERİLER

Bu çalışma kapsamında, Şanlıurfa merkez ilçelerinde belediye hizmetleri ile seçmen davranışları arasındaki ilişki çok boyutlu bir şekilde analiz edilmiş; elde edilen bulgular doğrultusunda, yerel yönetimlerin hizmet politikalarını daha katılımcı, kapsayıcı ve seçmen eğilimlerine duyarlı hale getirebilmeleri için aşağıda sunulan stratejik öneriler geliştirilmiştir.

### 1. Hizmet Odaklı Yerel Yönetişim Güçlendirilmelidir

Şanlıurfa gibi güçlü geleneksel yapılara sahip illerde de belediye hizmetlerinin seçmen davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi olduğuna ulaşılmıştır. Belediye hizmetlerinin yalnızca fiziki altyapıyla sınırlı kalmadığı; sosyal hizmetlerin niteliği ve erişilebilirliği yoluyla da seçmen tercihlerini etkilediği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda yerel yönetimlerin, şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılımcılık ilkeleri doğrultusunda hizmet politikalarını yeniden yapılandırmaları gerekmektedir. Özellikle ev hanımları, işsizler ve yaşlılar gibi dezavantajlı grupların hizmetlere eşit erişimini sağlayacak sosyal destek mekanizmalarının güçlendirilmesi, yerel düzeyde toplumsal kapsayıcılığı artıracaktır. Altyapı, sağlık, ulaşım ve sosyal hizmetler gibi temel alanlarda hizmet kalitesinin yükseltilmesi ise seçmenlerin yerel yönetime duyduğu güveni ve bağlılığı pekiştirecektir.

### 2. Siyasal Pazarlama Stratejileri Yeniden Kurgulanmalıdır

Araştırma bulgularına göre, siyasal pazarlama faktörlerine yönelik algı düzeyinin düşük olması, yerel siyasette etkili iletişim stratejilerinin eksikliğine işaret etmektedir. Bu doğrultuda adayların seçmenle kurduğu duygusal bağ, dijital iletişim araçlarının etkin kullanımı, kampanya dilinin yerel kültürel değerlerle uyumu ve halkla ilişkiler becerilerinin artırılması öncelikli hale gelmelidir. Böylece, seçmen davranışlarında belirleyici olan sezgisel ve psikolojik faktörler daha etkin biçimde yönetilebilir.

### 3. Eğitim Temelli Farkındalık Politikaları Geliştirilmelidir

Eğitim düzeyi ile belediye arasındaki ilişki dikkate alındığında, belediyelerin hizmet sunum süreçlerinde bilinçlendirme ve bilgilendirme faaliyetlerine ağırlık vermeleri gerekmektedir. Özellikle yüksek öğrenimli bireylerin beklentilerine uygun,

eleştirel düşünmeye dayalı, katılımcılığı teşvik eden hizmet modelleri geliştirilmelidir. Aynı zamanda düşük eğitim düzeyine sahip gruplar için de hizmetlere erişimi kolaylaştıracak farkındalık artırıcı uygulamalar yaygınlaştırılmalıdır.

#### **4. Siyasal Katılımı Artırıcı Demokratik Mekanizmalar Geliştirilmelidir**

Araştırmada tespit edilen oy kullanmama oranları, seçmen ilgisizliği ve temsil boşluğu gibi sorunlara işaret etmektedir. Bu çerçevede yerel yönetimlerin, yurttaşların siyasal katılımını teşvik edecek demokratik mekanizmalar kurmaları önem arz etmektedir. Katılımcı bütçeleme, çevrimiçi halk oylamaları, mahalle toplantıları ve gençlik meclisleri gibi uygulamalar aracılığıyla karar alma süreçlerinde halkın daha aktif rol alması sağlanmalıdır.

#### **5. Nitel Araştırmalarla Derinlemesine Seçmen Profili Oluşturulmalıdır**

Bu çalışmada nicel verilerle genel eğilimler ortaya konulmuş olmakla birlikte, seçmen davranışlarının altında yatan değer yargıları, kimlik algıları ve duygusal motivasyonların daha derinlemesine anlaşılması için nitel araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Odak grup görüşmeleri, mülakatlar ve yerel etnografik çalışmalar yoluyla seçmen profili çok boyutlu biçimde analiz edilmeli; bu analizler belediye politikalarının sosyolojik temellere oturtulmasına katkı sunmalıdır.

Genel olarak sunulan öneriler doğrultusunda, Şanlıurfa'daki yerel yönetimlerin yalnızca hizmet sunan teknik kurumlar olarak değil; aynı zamanda toplumsal katılımı teşvik eden, kültürel farkındalığı önceleyen ve siyasal temsiliyeti güçlendiren aktörler olarak yeniden konumlandırılmaları amaçlanmaktadır. Seçmen davranışlarının yalnızca ideolojik ya da partisel temellere dayanmadığı; aynı zamanda hizmet performansı, kimlik aidiyeti ve duygusal faktörler gibi çok boyutlu unsurlar tarafından şekillendiği göz önünde bulundurulduğunda, yerel yönetim anlayışının da bu çok katmanlı yapıya uygun biçimde yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Bu doğrultuda geliştirilecek stratejiler, yalnızca seçmen memnuniyetini artırmakla kalmayacak; aynı zamanda demokratik katılımın güçlenmesine, siyasal temsilin derinleşmesine ve Şanlıurfa'nın toplumsal bütünlüğünün pekişmesine katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKLAR

- Akgül, A. ve Çevik, O. (2003). *İstatistiksel analiz teknikleri*. Emek Ofset.
- Akgün, B. (1999). Türkiye’de seçmen davranışının ekonomi politiği üzerine bir model denemesi. *Liberal Düşünce Dergisi*, (14), 62-74.
- Akgün, B. (2002). *Hizmet kalitesi ve seçmen tercihi: Çanakkale belediyesi örneği*.
- Akgün, B. (2007). *Türkiye’de seçmen davranışı partiler sistemi ve siyasal güven*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Aktaş, A. (2021). Gençlerin siyasal tercihlerinin şekillenmesinde partilerin muhafazakâr kimliğinin etkisi. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8(2), 935-964.
- Aktaş, H. (2005). Siyasal davranış ve aşiret yapısı. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(2), 137-138.
- Aktaş, Y. (2005). Şanlıurfa’da aşiret düzeni ve tarımsal yeniliklerin benimsenmesi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 11(1), 33-40.
- Akyıldız, F. (2012). Belediye hizmetleri ve vatandaş memnuniyeti: Uşak belediyesi örneği. *Journal of Yasar University*, 26(7), 4415-4436.
- Akyüz, İ. (2014). *Siyasal pazarlama yaklaşımı ile seçim öncesi ve sonrası seçmen davranışının incelenmesi* [Doktora tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Aliyeva, F. (2022), Ankara büyükşehir belediye başkanı Mansur Yavaş’ın Kamuoyuna yönelik kullandığı mesaj stratejileri: Twitter örneği, *Pamukkale Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 1(2), 115-129
- Alkan, A. (2021). The Effects of rational ignorance for voters, regulators and special interest groups. *Tarsus University Journal of The Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 2(2), 60-69.
- Alkan, V. (2021). *Mesleki alan ilgi envanteri’nin bilgisayar ortamında bireye uyarlanmış formunun geliştirilmesi* (Doktora tezi), Ankara Üniversitesi.
- Almond, G. A. ve Verba, S. (1963). *The civic culture; political attitudes and democracy in five nations*. Princeton (New Jersey): Princeton University Press.
- Altan, C. (2011). Eğitim-siyasal eğilim ilişkisi: Mersin örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1), 313-329
- Anderson, C. J. (2007). The End of Economic Voting? Contingency Dilemmas and the Limits of Democratic Accountability. *Annual Review of Political Science*, 10(1), 271–296.
- Apa, Y. (2013). *Seçmenlerin belediyeler hakkındaki etik algısı: Ankara örneği* (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ara, F. (2019). Barriers to the political participation of women: A Global Perspective. *Society & Change*, 13(4), 7-22.

- Ardıç, K., Yüksel, F. ve Çevik, O. (2004). Belediyelerde hizmet kalitesinin (vatandaş tatmininin) ölçülmesi (Tokat belediyesi'nde bir uygulama). *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 13(3), 63-81.
- Armutçu, B. ve Tan, A. (2021). The impact of economic factors on voter preferences: The Case of Turkey. *International Journal of Business & Economic Studies*, 3(2), 139-149.
- Armutçu, B. ve Tan, A. (2023). Seçmenlerin siyasal davranışları üzerinde etkili olan faktörler: X-Y-Z kuşakları üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 20-40.
- Aslan, D. (2023). *AKP, CHP, MHP VE HDP siyasi parti liderlerinin 2015 yılı İstanbul mitingi konuşmalarında söylem dilinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi), Beykoz Üniversitesi.
- Atar, F. (2018). *Türkiye'de yerel yönetimlerin gelişimi ve 2000 sonrası reform çalışmaları* [Yüksek lisans tezi], Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi.
- Atılğan, G. (2014). *Siyaset bilimi*. Yordam Kitap.
- Avcı, K. (2015a). 2014 Ankara yerel seçimlerinde parti lideri faktörünün seçmenin oy verme kararına etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(1), 145-179.
- Avcı, K. (2015b). Siyasal partilerin seçim kampanyaları faaliyetlerine karşı seçmenin ilgi düzeyleri: 2015 genel seçimleri örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2), 177-205.
- Avcı, Y. (2016). Tanzimat döneminde osmanlı belediyciliği üzerine karşılaştırmalı analizler. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, 167-180.
- Ayata, A. G. (1991). İdeolojik kutuplaşma ve demokratikleşme: türkiye ve yunanistan arasında bir siyasal davranış Karşılaştırması. *Amme İdaresi Dergisi*, 24(1), 29-37.
- Aydın, E. (2011). *Yerel seçimlerde seçmenlerin oy verme kararlarında etkili olan siyasal faktörlere ilişkin bir araştırma: Ankara örneği*. Yayımlanmamış [Doktora Tezi], Gazi Üniversitesi.
- Aydın, K. ve Özbek, V. (2004). Ailenin seçmen davranışları üzerindeki etkisi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 140-155.
- Aydoğan-Ünal, B. (2016). Oy verme davranışı modelleri. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(15), 95-119.
- Aysel, A. (2011). *Siyasette etkili iletişim teknikleri*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- Aytaç, S. E. (2014). Seçmen Davranışı ve Siyasal İletişim: Türkiye'de yerel seçimler üzerine bir inceleme. *Türkiye Politik Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 67-89.
- Aytaç, S. E., Rau, E. G. ve Stokes, S. (2020). Beyond opportunity costs: campaign messages, anger and turnout among the unemployed, *British Journal of Political Science*, 50(4), 1325-1339.

- Azaklı, S. ve Özgür, H. (2004). Belediyelerin turizme yönelik ve turizmi etkileyen hizmetleri, A. Yüksel ve M. Hançer (Ed.), *Turizm: İlkeler ve Yönetim* içinde (117-1381). Turhan Kitabevi.
- Aziz, A. (2007). *Siyasal iletişim*. Nobel Yayınevi.
- Baba, G. İ. (2016). Belediyelerin imar konusunda yetki ve görevleri. *Hukuk Fakültesi*, 2(2), 169-190.
- Balcı, A. (2013). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler* (11. baskı). Pegem Akademi.
- Balcı, Ş., Kaya, E., Karadeniz, B. ve Abaylı, H. (2020). Aday imajı oluşumunda etkili faktörler: “31 Mart 2019 Yerel seçimleri örneği”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 50, 1-27.
- Balcı, Ş., Tarhan, A. ve Bal, E. (2013). *Medya ve siyasal katılım*. Litera Türk Academia Yayınları.
- Baltacı, C. ve Eke, E. (2012). Siyasal propaganda araçlarının seçmen davranışı üzerindeki etkisine yönelik seçmen algısı: Isparta örnek olayı. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(1), 115-126.
- Baltacı, Y. E. (2022). *Belediye hizmetlerinin vatandaş memnuniyeti açısından değerlendirilmesi: İBB örneği üzerine bir uygulama* (Yüksek lisans tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Bartels, L. M. (1996). Uniformed voters: Information effects in presidential elections. *The American Political Science Review*, 40(1), 194–230.
- Bartels, L. M. (2008). *The study of electoral behavior*. Erişim Adresi: [https://calgara.github.io/Pol157\\_Spring2019/Bartels%202008.pdf](https://calgara.github.io/Pol157_Spring2019/Bartels%202008.pdf). (Erişim Tarihi: 03.12.2023).
- Barut, B. (2005). Siyasal reklamcılık özelinde siyasal tutumların oluşma süreci. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 295-317.
- Bayraktar, U. (2015). Türkiye'de belediyelerde hizmet sunumu ve reformlar. *'Amme İdaresi Dergisi'*, 48(3), 27–50; Çaha, Ö. (2014). *Yerel Yönetimler ve Demokratikleşme*. İstanbul: Savaş Yayınevi.
- Bektaş, A. (2018). *Kamuoyu, iletişim ve demokrasi* (5. Baskı). Bağlam Yayınları.
- Bektaş, M. (2021). *Bürokratik kültür ile kamu reformu arasındaki ilişki: Türk kamu bürokrasisi üzerine ampirik bir araştırma* (Doktora tezi), İstanbul Medeniyet Üniversitesi.
- Benek, S. (2009). Ortaya çıkışı, gelişme seyri ve bölgeye etkileri bakımından güneydoğu anadolu projesi (Gap). *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(3), 45-71.
- Benzer, A. (2022). Siyasal katılımı geleneksel yapıların etkisi: Şanlıurfa örneği. *Güneydoğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 1-15.
- Berelson, B., Lazarsfeld, P., ve McPhee, W. (1954). *Voting*. Chicago: University of Chicago Press.



- Beren, F. (2013). Seçmen tercihinine etki eden faktörler ve seçim güvenliği: şanlıurfa ili örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(1), 191–214.
- Berinsky, A. J. ve Lenz, G. S. (2010). Education and political participation: Exploring the causal link. *Political Behavior*, 33(3), 357-373.
- Berkenpas, J. R. (2016). *The Behavioral Revolution in Contemporary Political Science: Narrative, Identity*. Practice [Doktora tezi], Western Michigan University, Michigan.
- Beyazyıldız, O. (2010). *Türkiye’de yerel yönetimler ve demokratikleşme sürecine etkisi* [Yüksek lisans tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Bilir, M. (2004). Kentleşme sürecinde yetişkinlerin eğitim gereksinimi: Ankara Mamak ilçesi, Tuzluçayır semti, Ege mahallesi örneği. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(1), 98-121.
- Blais, A. ve Nadeau, R. (1996). *Does Economic Voting Work?* Princeton University Press.
- Boyraz, E. (2016). Seçmen kimdir, ne ister? Yerel seçimlerde seçmen pazarının bölümlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(1), 1-27.
- Bozkurt, Y. ve Aslan, K. (2021). Çevresel hizmetlerin dönüşümünde 6360 sayılı yasanın etkisi: Aydın büyükşehir belediyesi örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Çalışmalar Dergisi*, 1(2), 36-56.
- Brown, D., Brown, C. ve Desposato, S. (2007). “Promoting and preventing political change through internationally”. *Latin American Research Review*, 42(1), 126-138.
- Burden, B. C. (2009). The dynamic effects of education on voter turnout. *Electoral Studies*, 28(4), 540–549. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2009.05.027>
- Burden, B. C. (2009). The politics of potholes: Service quality and retrospective voting in local elections. *The Journal of Politics*, 71(1), 302–314. <https://doi.org/10.1017/S0022381608090189>
- Burnett, C. M., ve Kogan, V. (2016). The politics of potholes: Service quality and retrospective voting in local elections. *Journal of Politics*, 79(1), 302–318.
- Burns, N. (2008); Campbell, R.; Dow, J. (2009) – Siyasal bilgi, güven ve katılım çalışmalarından.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (23. Baskı). Pegem Akademi.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E. ve Stokes, D. E. (1980). *The American Voter*. John Wiley and Sons, The University of Chicago Press.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., ve Stokes, D. E. (1960). *The American voter*. Wiley.
- Campbell, A., Converse, P., Miller, W., ve Stokes, D. (1960). *The American Voter*. University of Chicago Press. Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. Harper and Row.

- Canöz, K. (2010). Seçmen tercihinde aday imajının rolü: 29 Mart 2009 yerel seçimleri öncesinde Konya seçmeni üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi*, 6(2), 95-114.
- Carlsen, F. (2000). Unemployment Inflation and government popularity-are there partisan effect?, *Electoral Studies*, 19, 141-42.
- Cochran, W. G. (2007). *Sampling techniques* (3. baskı). John Wiley & Sons.
- Cohen, J. W. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd edition). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Converse, P. E. (1969). Of time and partisan stability. *Comparative Political Studies*, 2(2), 139-171.
- Coşkun, B. ve Çetin, M. Ş. (2019). Yerel seçimlerde seçmen davranışını etkileyen faktörler: Muş örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(6), 241-255.
- Cutler, F. (2008). One voter, two first-order elections? *Electoral Studies*, 27(3), 492-504.
- Cwalina, W., Falkowski, A., ve Newman, B. I. (2008). Towards the development of A Cross-cultural model of voter behavior. *European Journal of Marketing*, 44(3/4), 351-368.
- Çaha, Ö. (2008). *Türkiye’de seçmen davranışı ve siyasal partiler*. Orion Kitabevi.
- Çaha, Ö., Toprak, M. ve Dalmış, İ. (2008). *Siyasal parti üyelerinde siyasal katılım düzeyi: Kırıkkale örneği, Seçmen Davranışı ve Siyasal Partiler.:* Orion Kitabevi.
- Çakır, H. ve Ahmet B. (2015). Türkiye yerel seçimlerinde seçmen tercihlerini etkileyen kriterler: 30 Mart 2014 yerel seçimleri Kayseri örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(1), 98-112.
- Çakırer Özservet, Y. (2015). Çocuk dostu belediyecilik. *TBB İller ve Bölgeler Dergisi*. 1(802), 38-43.
- Çavuşoğlu, H., Pekkaya, M. (2016). Yerel seçimlerde genç seçmenlerin siyasal davranışlarına ilişkin bir inceleme: *Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği*. 12(29), 17-40.
- Çelebi, E. (2016). *Siyaset psikolojisinde kültürel yaklaşımlar*. Ö. Dirilen-Gümüş (Ed.), *Siyaset psikolojisi* (ss. 213-238). Nobel Yayıncılık.
- Çelik, A. (2017). Türkiye’de yerel seçimler ve seçmen davranışı. *Siyasal Bilgiler Dergisi*, 2(1), 85-103.
- Çelik, A. B. (2009). Etnik çatışmaların çözümünde siyaset bilimi ve uyuşmazlık çözümü yaklaşımları. *Çatışmadan Uzlaşmaya: Kuramlar, Süreçler ve Uygulama*, Nimet Beriker, (ed.), Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çelik Bozkaya, G. (2025). *Seçmen davranışı kuramları bağlamında Türkiye’de oy tercihini belirleyen etmenler: 2015-2023 yılları arası genel seçimler üzerine bir değerlendirme Şanlıurfa örneği*. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 20(3), 1401-1420.

- Çelik Bozkaya, G. (2019). *Türkiye'deki kentlerde iç göç eğilimi: Şanlıurfa ili hane halkı üzerinde değerlendirilmesi*. *International Social Sciences Studies Journal*, 5(38), 3513–3526.
- Çelik, G. (2016). *Kentsel bütünleşmede yerel yönetimlerin uyguladığı politikaların rolü: Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi örneği*. XIII. Kamu Yönetimi Kongresi Bildiri Kitabı, 13. KAYFOR, 2028–2042.
- Çelik, M. (2015). Bölgesel farklılıkların siyasal tercihler üzerindeki etkisi: Türkiye örneği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(4), 112-129.
- Çelik, R. (2022). Siyasal pazarlama uygulamalarının seçmen tercihleri üzerine etkileri (Ankara ili örneği). *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 47-66.
- Çelikbaş, R. ve Doğan, F. H. (2015). Trafik hizmetlerinde yerel yönetimlerin rolü. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 50-75.
- Çer, E. (2020). Demokratik kültür bilincinin oluşturulmasında Türkçe öğretiminin sorumlulukları. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 9(4), 1634-1645.
- Çiçek, H., Eyidiker, U. ve Poyraz, E. (2018). Belediye idarelerinin hukuksal statüsü üzerine bir değerlendirme, 1. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Bilimler Sempozyumu- UYSAD*, 17-19 Kasım.
- Çiftçi, S., Sağlam, A. ve Yayla, A. (2021). 21. yüzyıl becerileri bağlamında öğrenci, öğretmen ve eğitim ortamları. *Rumelide Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (24), 718-734.
- Çinko, L. (2006). Seçmen Davranışları ile ekonomik performans arasındaki ilişkilerin teorik temelleri ve Türkiye üzerine genel bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBD Dergisi*, 61(1), 103-116.
- Çolak, M., Yapıcı, İ., Çolak, N. ve Çetin, T. (2018). Gençlerin büyükşehir belediye hizmet algısı ve beklentileri (Örnek bir uygulama). *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(Gençlik Araştırmaları Özel Sayısı), 299-317.
- Çukurçayır, M. A. ve Gökçe, G. (2002). Yerel siyaset ve katılma davranışı: Konya' da Katılım Eğrileri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 126-146.
- Çürüksulu-Usta, G. (2023). Büyükşehir belediye modelinde zabıta hizmet paylaşımı analizi: Ordu ve Trabzon örneği. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 10(2), 356-374.
- Da Silva, F. C., Clark, T. N. ve Vieira, M. B. (2016). Political Culture. *The International Encyclopedia of Political Communication*, 1–10.
- Dalton, R. J. (2017). *The participation gap: Social status and political inequality*. Oxford University Press.
- Daşkiran, F. ve Ak, D. (2015). 6306 Sayılı kanun kapsamında kentsel dönüşüm. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 264-288.
- De Sousa, L. ve Moriconi, M. (2013). Why voters do not throw the rascals out? A conceptual framework for analysing electoral punishment of corruption. *Crime, Law and Social Change*, 60(5), 471–502.

- Dean, D. ve Croft, R. (2009). Reason and Choice: A Conceptual study of consumer decision making and electoral behavior. *Journal of Political Marketing*, 8(2), 130-146.
- Demir, İ. (2006). Bir devlet başarısızlığı olarak temsili demokrasilerde etkinsizlikler ve sebepleri. *En Az Devlet En İyi Devlet*. (Ed. Coşkun Can Aktan). Çizgi., 133-204.
- Demir, S. ve Kartal, B. (2021). Belediye hizmetleri memnuniyet araştırması: Ünye Belediyesi. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(13), 50-81.
- Demirbaş, T., Çetinkaya, Ö., Güneş, V. ve Bektaş, N. B. (2017). Yeni kamu işletmeciliği bakış açısıyla Türkiye’de belediyelerin şirketler yoluyla hizmet sunma modelinin değerlendirilmesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 15(30), 145-175.
- Demirel, E. T., Yatkın, A., Düşükcan, M., Derin, N., Çakınberk, A. ve Güven, M. (2013). Seçmen görüşlerine göre belediye hizmet kalitesi: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 22(3), 31-52.
- Demirel, M. (2009). *Su kaynakları yönetimindeki politika ve sorunlar: Denizli örneğinde bir değerlendirme* [Yüksek lisans tezi], Pamukkale Üniversitesi,
- Demiröz, M. V. (2009). *Gençlik ve spor il müdürlüğü'ne ait spor tesislerinin, fiziksel özelliklerinin ve işletmecilik anlayışının, sporcu ve antrenörlerin ihtiyaç ve beklentileri açısından değerlendirilmesi (Kahramanmaraş ili örneği)* [Yüksek lisans tezi], Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Demirtaş, M. C. (2015). *Seçmen davranışlarına etki eden faktörlerin siyasal pazarlama açısından analizi: İzmir ilinde çok değişkenli bir inceleme* (Doktora tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi.
- DİE (2005). *Türkiye İstatistik Yıllığı*. Türkiye İstatistik Kurumu.
- Dilber, F. (2012). Seçmenlerin kitle iletişim araçlarından aldığı siyasal içerikli bilgilerden etkilenme düzeyi: Karaman ili seçmenleri üzerine bir alan araştırması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(4), 83-105.
- Doğan, A. (2010). *Yerel medyanın siyasal etkisi (2009 Yerel Seçimleri Örnek Olay İncelemesi)* (Yüksek lisans tezi), Fırat Üniversitesi.
- Doğan, A. (2017). *Türkiye’de siyasal iletişim ve siyasal davranış*. Nobel Yayınları.
- Doğan, A. ve Göker, G. (2010). Yerel seçimlerde seçmen tercihi 29 mart yerel seçimleri Elazığ seçmeni örneği, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(2), 159-188.
- Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. Harper.
- Duran, H. (2005). Siyasal katılmayı etkileyen faktörler üzerine bir araştırma: Tavşanlı - Kütahya örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 1-20.
- Durdu, Z. (2018). Siyasal kültür, modern devlet ve demokrasinin demokratikleştirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(61), 574-582.

- Dursun, D. (2004). *Siyaset bilimi* (6. Baskı). Beta Yayınları.
- Dursunoğlu, İ. (2017). Sosyal medya ve siyasal davranış ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 1579-1585.
- Dündar, A. (2011). *Aday imajının seçmen tercihi üzerine etkisi: yılmaz büyükerşen örneği* [Yüksek lisans tezi], Anadolu Üniversitesi.
- Efşan, N. Ç. ve Yılmaz, V. (2021). Yerel yönetim birimi olarak belediyelerin kentlerin yerel kalkınmasındaki etkilerinin değerlendirilmesi üzerine bir inceleme. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 6(1), 96-113.
- Erdinç, İ. E. (2020). *Kişilik özellikleri bağlamında gençlerin siyasal katılımı*. Palet Yayınları.
- Erdoğan, H. (2010). *Türkiye’de belediye hizmetlerinin sunumunda özel sektör alternatifi: Batı Akdeniz Bölgesindeki (Antalya-Isparta-Burdur) uygulamaların analizi* [Doktora tezi], Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Erdoğan, Ö. (2016). Günümüzde belediyelerin sürdürülebilir Kent-İçi ulaşım (Toplu taşımacılık) ile ilgili görev ve sorumlulukları. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 44, 1-19.
- Erdoğan, S. (2004). *Siyasal-ekonomi ilişkileri*. Değişim Yayınevi.
- Ergül Güvendi, N. (2022). Türkiye’de yaşayan farklı etnik gruplara mensup kadın seçmenlerin oy verme davranışlarında eş ve yakın çevre etkisi: Sivas İli Örneği. *Pamukkale Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 52, 269-282.
- Erikson, R. S. (1989). Economic Conditions and the Presidential Vote. *American Political Science Review*, 83(2), 567–573.
- Erkan, H. (2005). Güneydoğu anadolu’da aşiret yapıları. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 250-257.
- Erkan, R. (2005). *Güneydoğu Anadolu bölgesi’nin sosyal yapısı ve değişim eğilimleri*. Kalan Yayınları.
- Eroğlu, A. H., Bayraktar, S. (2010). Siyasal pazarlama uygulamalarının seçmen tercihleri üzerine etkileri –İzmir ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(12), 187-207.
- Eroğlu, E. ve Avcı, E. (2020). The effect of service quality and taxation on voter preference in local elections: Çanakkale Municipality. *Journal of Life Economics*, 8(2), 83–94.
- Eroğlu, H. (2012). Seçmen davranışını etkileyen faktörler ve Türkiye örneği. *Akademik Bakış*, 30, 1–20.
- Eser, B. H. (2005). Üniversite eğitiminin siyasal tutumlar üzerindeki etkisi, Süleyman Demirel üniversitesi örnek olayı, *SDÜ-SBE Dergisi*, 2, 9-34.
- Evans, J. A. J. (2004). *Voters & Voting: An introduction*. SAGE Publications.
- Falcao, F., Sousa, B., Pereira, D. S. M., Andrade, R., Moreira, Quialheiro, A., Jalali, C. ve Costa, P. (2023). We vote for the person, not the policies: a systematic review on how personality traits influence voting behaviour. *Discover Psychology*, 3(1), 1-20.

- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Filiz, U. (2019). *Seçmen davranışını etkileyen sosyo-psikolojik faktörler: Pamukkale üniversitesi örneği* [Yüksek lisans tezi], Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Finkel, S. E. (1995). *Causal Analysis with Panel Data*. Sage Publications.
- Fiorina, M. P. (1981). *Retrospective Voting in American National Elections*. Yale University Press.
- Franklin, M. N. (2004). *Voter turnout and the dynamics of electoral competition in established democracies since 1945*. Cambridge University Press.
- Gallego, Aina. 2015. *Unequal political participation worldwide*. Cambridge University Press.
- GAP İdaresi, (2010a). *GAP Turizm master plan raporu: mevcut durum*. Erişim Adresi: <http://yayin.gap.gov.tr/gap-bolgesi-turizm-master-plani-mevcut-durum-yayind907b9cf33.html>, ( Erişim Tarihi: 15.03.2024).
- Geçit, M. S. (2016). İslam Dünyasında Din-Siyaset ilişkisinin tarihçesine genel bir bakış. *Universal Journal of Theology*, 1(1), 31-50.
- Genç, Ö. (2020). *Belediyelerde hizmet memnuniyeti ile seçmen yönelimi arasındaki ilişki: Sancaktepe belediyesi örneği* [Yüksek lisans tezi], Altınbaş Üniversitesi.
- Genç, Y. (2009). Yerel yönetimler ve sosyal hizmet uygulamaları. *Kamuda Sosyal Politika*, 28, 60-67.
- George, D. ve Mallery, M. (2010). *SPSS for windows step by step: A simple guide and reference*. 17.0 Update, Pearson.
- Geray, C. (2002). *Halk eğitimi*. İmaj Yayıncılık.
- Giddens, A. (2012). *Irk, etniklik ve göç*. Kırmızı Yayınları.
- Gidengil, E., Blais, A., Nevitte, N. ve Nadeau, R. (2003). Turned Off or Tuned Out? Youth Participation in Politics. *'Electoral Insight'*, 5(2), 9–14.
- Goldberg, A. C. (2014). The impact of religion on voting behaviour: A multilevel approach for Switzerland. *Swiss Political Science Review*, 20(2), 305–329. <https://doi.org/10.1111/spsr.12092>
- Gökçe, A. (2022). *Seçmen davranışı ve seçmen davranışı üzerinde etkili olan faktörlerin incelenmesi: istanbul ili örneği* (Yüksek lisans tezi), İbn Haldun Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Gökçe, O., Akgün, B. ve Karaçor, S. (2002). 3 Kasım seçimlerinin anatomisi: Türk siyasetinde süreklilik ve değişim, *S.Ü.İ.İ.B.F Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2 (4), 1-44.
- Göker, G. ve Doğan, A. (2015). Yerel seçimlerde aday faktörü: Elazığ seçmeninin aday profili beklentileri üzerine bir araştırma. *Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 43-59.
- Göker, G. ve Doğan, A. (2019). Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminde siyasal bilgi ve seçmen Tercihi: 24 Haziran 2018 seçimleri öncesi Elazığ örneğinde bir

- araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(30), 684-703.
- Gönüllü, G. (2022). Türkiye’de yerel yönetimlerin çevresel harcamaları: IX. Ve X. beş yıllık kalkınma planları çerçevesinde bir değerlendirme. *Ombudsman Akademik*, 8(16), 129-166.
- Görücü, V. (2021). Katılımı etkileyen faktörler ve katılım yolları. *Hasan Kalyoncu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 11(22), 155-202.
- Güllüpunar, H. (2013). Belediye başkanlığı aday imajı algısı: Gümüşhane Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 29-45.
- Gülmen, Y. (1979). *Türk seçmen davranışı*. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları.
- Gümüş, G. (2009). *Türk seçmen davranışı ve AKP, CHP, MHP’nin seçmen tabanları* [Yüksek lisans tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Gümüşoğlu, Ş., Erdem, S., Kavrukkoca, V. ve Özdağoğlu, A. (2003). Belediyelerde beklenen algılanan hizmet kalitesinin “Servqual” Modeli ile ölçülmesi ve Muğla ilinde bir uygulama. 3. *Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu*.
- Gürbüz, E. ve İnal, M. E. (2004). *Siyasal pazarlama, stratejik bir yaklaşım*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Güven, A. ve Acungil, Y. (2020). Çevre koruma hizmetleri. A. Esen ve O. V. Alıcı (Eds), *Şehirlerde Su ve Atıksu Hizmetlerinin Yönetimi*. Emsal Basım Hizmetleri.
- Güvenç, C. (2021). Temsili demokrasiden, doğrudan demokrasiye yönelim: Türkiye’de cumhurbaşkanı adaylarının belirlenmesinde 100 bin imza örneği ve tarafsızlığına yönelik bir değerlendirme. *Kamu Yönetimi Ve Politikaları Dergisi*, 2(2), 143-169.
- Hague, R., Harrop, M. ve McCormick, J. (2016). *Political Science: A Comparative Introduction* (8th. ed.). Palgrave Macmillan, St. Martin’s Press Inc.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. Pearson Education Limited.
- Harrop, M. ve Miller, W. L. (1987). *Election and Voters: A Comparative Introduction*. The Macmillan Press.
- Heinisch, R. ve Werner, A. (2023). How rational are voters when expecting government parties to fulfil pledges? A cross-national survey experiment. *European Journal of Political Research*, 62, 852-872.
- Heywood, A. (2012). *Siyaset* (7. Baskı). Özipek, B., Şahin, B., Kopuzlu, Z., Seçilmişoğlu, B. ve Yayla, A. (Çev.). Adres Yayınları.
- Hitters, E. (1992). Culture and capital in the 1990s: Private support for the arts urban change in the Netherlands, *Built Environment*, 18(2), 111-122.
- Hogg, M. A. ve Abrams, D. (1988). *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*. London: Routledge.
- <https://www.ysk.gov.tr/tr/31-mart-2024-secimi/46637316>, Erişim Tarihi: 15.05.2025.

- <https://www.ysk.gov.tr/tr/31-mart-2024-secimi/46637316>, Erişim Tarihi: 15.05.2025.
- İlbek, R. (2021). *Duygular bağlamında siyasal davranışların farklılaşması* [Yüksek lisans tezi], Pamukkale Üniversitesi.
- İller Arası Rekabet Endeksi 2018-2019 Raporu (2020). *İstanbul üniversitesi şehir politikaları uygulama ve araştırma merkezi*.
- İnce, M. ve Şahin, K. (2011). Belediye hizmetlerinde vatandaş memnuniyeti ölçümü: Selçuklu belediyesi örneği. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11(21), 1-22.
- İrcan, M. R. (2020). *Şanlıurfa'nın iklim özellikleri ve kuraklık analizi* [Yüksek lisans tezi], Çankırı Karatekin Üniversitesi.
- Johnston, R. ve Pattie, C. (2001). Dimensions of retrospective voting: economic performance. Public service standards and conservative party support at the 1997 british general election. *Party Politics*, 7(4), 469-490.
- Jungkunz, S. ve Marx, P. (2021). *Income changes do not influence political Participation: Evidence from comparative panel data*. Discussion Paper Series IZA DP No. 14198, IZA Institute of Labor Economics.
- Kahraman Usta, H. (2021). *Planlı Kentleşme ve Rant İlişkisi: Şanlıurfa Örneği* Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kahraman, A.B. (2011). *Siyasal katılımın sosyolojik analizi*. Çizgi Kitabevi.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (5. Baskı). Asil Yayınları.
- Kalaycıoğlu, E. (2014). Local Elections and the Turkish Voter: Looking for the Determinants of Party Choice. *South European Society and Politics*, 19(4), 583-600.
- Kalender, A. (2005). *Siyasal iletişim seçmenler ve ikna stratejileri*. Çizgi Yayınları.
- Kamalak, İ. (2013). Yerelin yerel seçimlere etkisi: Belediye başkan adayları üzerinden bir inceleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(3), 419-446.
- Kapusızoğlu, M. (2008). *Gelir durumu-siyasal eğilim ilişkisi* [Yüksek lisans tezi], Mersin Üniversitesi.
- Karaçor, S. ve Gözüm, P. (2012). Türkiye'de seçmen tercihlerinin oluşmasında seçim kampanyaları ve siyasal pazarlamanın rolü üzerine bir araştırma. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(24), 403-426.
- Karahan, Z. U. (2009). *Siyasetin sıcak temas alanı seçimler: 22 Temmuz ve Ak Parti*. (A. Özkan, Ed.). Tasam Yayınları.
- Karahanogulları, O. (2002). *Kamu hizmeti (Kavram ve hukuksal rejim)*. Turhan Kitabevi.
- Karakaş, M. (2017). Türkiye'de dini cemaatlerin siyasal davranışa etkisi. *İslam Araştırmaları Dergisi*, 38, 65-88.



- Karakaş, M. (2017). *Urfa'da tasavvuf izleri*. Şanlıurfa İli Kültür Eğitim Sanat ve Araştırma Vakfı Yayınları.
- Karakulle, İ. ve Çakır, A. (2023). *Dijital çağda iletişim: İmkân ve Sınırlılıklar*. Eğitim Yayınevi.
- Karasu, M. A. (2009). Devletin değişim sürecinde belediyelerin konut politikalarında farklılaşan rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 243-264.
- Karasu, M. A. (2014). Şanlıurfa'da kentsel gelişme ve 6360 sayılı büyükşehir belediye kanunu. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Özel Sayı), 178-193.
- Karasu, M. A. (2018). "Yerel siyaset ve yerel siyasal dinamikler üzerinde aşiret etkisi (Şanlıurfa örneği)." *Küreselleşme sürecinde yerel hizmet yerel siyaset*, edt. A. Mengi ve D. İşçioğlu, 55-78. Ankara Üniversitesi.
- Kavas Bilgiç, A. (2020). *Belediye hizmetleri ve seçmen davranışı*. İdeal Kent.
- Kavas, A. (2017). Belediye hizmetleri ve seçmen davranışı ilişkisi üzerine bir araştırma: Ankara yenimahalle ve altındağ ilçe belediyeleri örneği. *Mülkiye Dergisi*, 41(4), 75-112.
- Kavas, A. (2017). Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışı: Ankara Örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 72(1), 109-130.
- Kaya, M. S. (2022). İdeoloji ve ideolojilerin sistematik analizi: Michael Freeden'in Morfolojik Yaklaşımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(4), 1199-1220.
- Kayan, K. (2015). Görev, yetki ve sorumluluklar açısından 5216 sayılı büyükşehir Belediye Kanunu'nun Getirdiği Yenilikler ve Kocaeli büyükşehir belediyesi'nin uygulamaları. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 199-224.
- Kayapınar, M. A. (2022). Siyaset nedir? Türkiye'de siyaset çalışmalarının imkânı üzerine kuramsal bir çözümleme. *Artuklu Akademi*, 9(1), 1-21.
- Kazancı, A. (2019). *Türkiye'de eğitim hizmetlerinde yerel yönetimlerin rolü* [Yüksek lisans tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Keleş, R. (2012). *Kentleşme politikası*. İmge Kitabevi.
- Kelleci, M. (2019). Yerel Seçimlerde Hizmetlerin Seçmen Tercih Üzerindeki Etkisi: Nitel Bir Araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 11(2), 145-161.
- Kemaloglu-Er, E. (2022). Meanings of the phenomenon of culture and integrating culture into English classes. *Bayterek International Journal of Academic Research*, 5(2), 237-249.
- Kenney, P. J. ve Tom W. R. (1992). A Dynamic simultaneous model of nomination preferences. *American Politics Quarterly*, 20, 267-276.
- Key, V. O. (1966). *The Responsible Electorate: Rationality in Presidential Voting 1936- 1960*. Harvard University Press.
- Kışlalı, A. T. (2000). *Siyasal sistemler: siyasal çatışma ve uzlaşma*. İmge Kitabevi.

- Kışlalı, A. T. (2016). *Siyaset bilimi*. İmge Kitabevi.
- Kim, Y. (2023). Absolutely Relative: How Education shapes voter turnout in the united states. *Social Indicators Research*, 168, 447–469.
- Kiriş, H. M. ve Gül, H. (2008). Türkiye’de siyasal eğilimlerin dönüşümü: Yerel seçimler bağlamında bir çözümleme. *Amme İdaresi Dergisi*, 41(2), 101-129.
- Koçak, H. (2011). 29 Mart 2009 Yerel seçim sonuçlarının siyasal tercihlerin değişimine etkisi: Afyonkarahisar ve Aydın illerinin karşılaştırmalı analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 31-46.
- KONDA (2014). 30 Mart 2014 Yerel seçimleri sonrası sandık ve seçmen analizi. *KONDA Araştırma ve Danışmanlık*, 24-78.
- Korkın, E. ve Öztop, S. (2022). Büyükşehir belediyelerinin stratejik planlarında afet yönetimi. *Medeniyet Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 61-75.
- Korkut, M. (2010). *Yerel yönetimlerin hizmet ve yatırım planlamasında etkinliği ve görevlerinde değişimler* [Yüksek lisans tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Koyuncu, E. (2014). *Vatandaş karnesi: Kamu hizmet performansının iyileştirilmesinde vatandaşlardan geri bildirim alınması, katılımçılık rehberleri*. Başak Matbaa.
- Köken, E. (2016). Büyükşehir belediye meclisi. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 65(4), 3511-3528.
- Köroğlu, Y. E. (2017). *Yerel seçimlerde seçmenlerin oy verme davranışlarını etkileyen faktörlere ilişkin bir uygulama: Trabzon büyükşehir belediyesi örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi], Avrasya Üniversitesi.
- Kristensen, N. N. ve Solhaug, T. (2017). Party choice and family influence in the age of late modernity. *Journal of Humanities and Social Science Education*, 4, 48-69.
- Kurt, A. O. (2017). Anadolu’da ilk tapınak: Göbeklitepe. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 21(2), 1107-1138.
- Kurt, M., ve Çelikay, F. (2024). The relationships between political-economic typology and public service satisfaction: An empirical evidence from Türkiye. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 18(1), 157–173.
- Küçük, B. (2011). Türkiye’de yerel seçmen davranışları üzerine bir değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (26), 115–130.
- Lewis-Beck, M. S. ve Stegmaier, M. (2000). Economic Determinants of Electoral Outcomes. *Annual Review of Political Science*, 3(1), 183–219.
- Kürkçüoğlu, A. C. ve Güler, S. (2010). *Tarih ve Turizm Şehri Şanlıurfa*. Şurkav Yayınları.
- Kürkçüoğlu, S. ve Erkol, G. (2013). Şanlıurfa kültür ve inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Internatonal Conference on Relgous Toursm and Tolerance, 9-12 May 2013, Konya*, s. 995-813.
- Laswell, H. D. (1936). *Politics: Who Gets What, When, How*. McGraw-Hill.

- Lau, R. R. ve Redlawsk, D. (2006). *How Voters Decide: Information Processing During Election Campaigns*. Cambridge University Press.
- Lau, R. R. ve Redlawsk, D. P. (2001). Advantages and Disadvantages of Cognitive Heuristics in Political Decision Making. *American Journal of Political Science*, 45(4), 951–971.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. ve Gaudet, H. (1944). *The People's Choice*. Columbia University
- Lazarsfeld, P., Berelson, B. ve Gaudet, H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign* (2nd Edition).: Columbia University Press.
- Lee, S. J. (2016). Income and political participation in South Korea: A quantitative study. *Asian Journal of Political Science*, 24(1), 45–62.
- Lees-Marshment, J. (2001). The Product, Sales and Market-Oriented Party: How Labour Learnt to Market the Product, Not Just the Presentation. *European Journal of Marketing*, 35(9/10), 1074-1084.
- Lewis-Beck, M. S. ve Stegmaier, M. (2000). Economic Determinants of Electoral Outcomes. *Annual Review of Political Science*, 3(1), 183–219.
- Lipset, S. M. ve Rokkan, S. (1967). *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives*. Free Press.
- Madubuegwu, C. E., Amina O. O. ve Oranika-Umeasiegbu, L. C. (2022). Voting Behaviour: A Theoretical Analysis. *Irish International Journal of Law, Political Sciences and Administration*, 6(6), 64-67.
- Marien, S., Dassonneville, R. ve Hooghe, M. (2015). How Second Order Are Local Elections? Voting Motives and Party Preferences in Belgian Municipal Elections. *Local Government Studies*, 41(6), 898–916.
- Markus, G. (1988). The Impact of Personal and National Economic Conditions on the Presidential Vote: A Pooled Cross - Sectional Analysis. *American Journal of Political Science*, 32(1), 137-154.
- Marx, P. ve Nguyen, C. (2018). Anti-elite parties and political inequality: How challenges to the political mainstream reduce income gaps in internal efficacy. *European Journal of Political Research*, 57(4), 919-940.
- Mayer, A. K. (2011). Does Education Increase Political Participation? *The Journal of Politics*, 73(3), 633-645.
- Millican, A. S. (2015). *Voting: Duty, Obligation or the Job of a Good Citizen? An Examination of Subjective & Objective Understandings of These Drivers and Their Ability to Explain Voting Behaviour* [Doktora Tezi], University of Exeter.
- Miman, M. ve Taştan-Miman, B. (2018). Seçmenlerin belediye seçimlerinde oy verme eğilimlerine yönelik bir araştırma: Mersin Büyükşehir Belediyesi Örneği. *Econharran Harran Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2), 22-39.

- Mumcu, H. E., Aligül, B., Karakullukçu, Ö. F. ve Paktaş, Y. (2021). Büyükşehir belediyelerinin sportif ve rekreatif hizmetlerinin niteliklerinin incelenmesi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(36), 2841-2867.
- Musa, A. M. (2023). The underpinning determinants of voting behavior: The case of sudan. *African Journal of Economics, Politics and Social Studies*, 2(1), 79-95.
- Mutluer, M. (2018). Politik Vaatlerin Seçmen Davranışına Etkisi: İzmir Örneği. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 55-72.
- Nadeau, R. ve Lewis-Beck, M. S. (2001). National economic voting in US Presidential elections. *Journal of Politics*, 63(1), 159-181.
- Negiz, N. (2007). *Türkiye'de büyükşehir belediyelerde hizmet etkinliği ve eğitim ilişkisi: alan araştırması ve bir model önerisi* [Doktora Tezi], Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Negiz, N. (2011). Sosyal yardım ve sosyal hizmet faaliyetleri açısından ısparta belediyesi: farkındalık, yararlanma ve değerlendirme açısından bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 323-341.
- Negiz, N. ve Akyıldız, F. (2012). Yerel seçimlerde seçmenin tercihi üzerinde aday imajının etkisi: Uşak örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 171-199.
- Niemi, R. G., and Weisberg, H. F. (Eds.). (2001). *Controversies in voting behavior* (4th ed.). CQ Press.
- Niyazi, M. (2006). *Türk devlet felsefesi*. Ötüken Yayınları.
- Norris, P. (2004). 'Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior'. Cambridge University Press.
- Nur, E. ve Küçük, F. (2024). *İşyerinde bağlılık mı, kopuş mu? Hizmetkâr liderliğin çalışanların presentizm ve işe yabancılaşma davranışlarına etkisi*. Eğitim Yayınevi.
- O'Cass, A. (2001). Political marketing, an investigation of the political marketing concept and political market orientation in Australian politics. *European Journal of Marketing*, 35(9/10), 1003-1025.
- Ojo, E. O. (2006). Elections: An exploration of theoretical postulations. *Journal of African Elections*, 6(2), 4-13.
- Okumuş, A. (2007). Pazarlama anlayışında siyasal pazarlamanın yeri ve pazar konumlarına göre siyasi partilerin stratejik analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(4), 157-172.
- Okur Çakıcı, F. ve Doğanay, T. C. (2019). Political Leadership as a Determinative Factor and Voter Behavior: An Area Research on the Province of Karaman (in Turkey) Local Election Results. *SSD Journal*, 4(17), 782-792.
- Oliver, J. E. ve Ha, S. E. (2007). Vote choice in suburban elections. *American Political Science Review*, 101(03), 393-408.

- Ormrod, R. (2005). A conceptual model of political market orientation. *Journal of Non profit and Public Sector Marketing*, 14(1/2), 47-64.
- Öç, B. (2019). 24 Haziran 2018 / 27. Dönem seçimlerinde Ak Parti'nin kullanmış olduğu mesaj stratejileri. *CİDER*, 2, 101-112.
- Ökmen, M. ve Çağatay, U. (2014). Kamu hizmeti- Yerel hizmet ilişkisi ve açılımları üzerine notlar. *Yerel Politikalar Dergisi*, 6, 77-104.
- Önder, M. ve Karabulut, N. (2017). A Research about the youngs' voting behavior in local elections: The Case of 2009, Ankara Metropolitan Municipality Election. *Journal of Youth Researches*, 5(12), 69-88.
- Özdemir, A. ve Nişancı, Ş. (2019). Türkiye'de ve Dünyada seçim kavramı ve olgusunun gelişimi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (46), 73-96.
- Özdemir, E. (2013). Genç Seçmenlerin Siyasal Tutumları Üzerine Bir İnceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 78-94.
- Özdemir, Ö. C. ve Taşçıoğlu, R. (2023). Türkiye'de siyasal reklamcılık uygulamaları: 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleri örneğinde gazete reklamları üzerine bir inceleme. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 74-81.
- Özel, E. T. ve Yılmaz, A. (2023). İş motivasyonunun sanal kaytarma davranışı üzerindeki etkisi: Kamu çalışanları örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 26(1), 111-128.
- Özen, G., Özen-Çerçi, N., Kesik, A., Bozkurt, R. Elçi, R. ve Elçi, M. (2023). belediyelerin Eğitim-Öğretim hizmetleri ile ilişkisi. *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies*, 9(26), 65-76.
- Özer, İ. ve Heder, M. (2008). *Siyasal katılma ve seçmen davranışı*. Ege Yayınları.
- Özkan Davas, N. (2021). *Siyasal propaganda aracı olarak sosyal medyanın oy verme üzerindeki etkileri* [Yüksek Lisans Tezi], Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.
- Özkan Tektaş, Ö. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Bölüm Adı: Nicel analizler. (Ünite:11). Atatürk Üniversitesi Yayınevi.
- Özkan, N. (2007). *Siyasal İletişim Stratejileri*. TASAM Yayınları.
- Özsoy, D. ve Karataş, K. (2020). Türkiye'de yoksullukla mücadele politikalarının hukuki çerçevesi. *Research Studies Anatolia Journal*, 3(1), 107-120.
- Özsoy, O. (2007). *Seçim kazanma sanatı*. Alfa Yayınları.
- Öztekin, A. (2018). *Siyaset bilimine giriş*. Siyasal Kitabevi.
- Öztürk Küçük, H. ve Toklu, İ. T. (2022). İçsel motivasyon kaynaklarının (Dindarlık ve özgecilik) Rasyonel oy verme ve tüketici tutumu üzerindeki etkileri. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 44(1), 1-19.
- Öztürk Küçük, H. ve Toklu, İ.T. (2020). Seçimlerde oy verme davranışını ne etkiler? Z Kuşağı üzerine bir araştırma. *Business and Management Studies: An International Journal*, 8(5), 4546-4574.

- Pacheco, J. S. ve Plutzer, E. (2008). Political participation and cumulative disadvantage: The impact of economic and social hardship on young citizens, *Journal of Social Issues* 64(3), 571-593.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. 'Journal of Retailing', 64(1), 12-40.
- Park, B. B. (2023). How does relative economy affect voter turnout?. *Political Behavior*, 45, 855-875.
- Pekin, H. (2018). *Belediyelerin eğitim, kültür ve sanat alanındaki çalışmalarının yaşam kalitesine etkisi: Beylikdüzü örneği* [Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Peng, N. ve Hackley, C. (2009). Are voters, consumers? A Qualitative exploration of the Voter-Consumer analogy in political marketing. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 12(2), 171-186.
- Polat, F. (2010). *Din, siyaset ve seçmen*. Çizgi Kitabevi.
- Popkin, S. L. 1994. *The reasoning voter : Communication and persuasion in presidential campaigns*. University of Chicago Press.
- Powell, G. B. ve Whitten, G. D. (1993). A Cross-National analysis of economic Voting: Taking account of the political context. *American Journal of Political Science*, 37(2), 391-414.
- Press. Sencer, M. (1993). Aşiret yapısının siyasi kültüre etkileri. *Türkiye Günlüğü*, 22, 333-339.
- Resmi Gazete (1930). *1580 Sayılı belediye kanunu*. Erişim Adresi: <https://haliccevre.com/images/PDF/belediyekanunu22.pdf>. Erişim Tarihi: 18.02.2024.
- Resmi Gazete (2005). *5216 Sayılı büyükşehir belediyesi kanunu*. Erişim Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5216&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>.((Erişim Tarihi: 19.02.2024)
- Resmi Gazete (2005). *5393 Sayılı Belediye Kanunu*. Erişim Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5393.pdf>. Erişim Tarihi: 19.02.2024.
- Roskin, M.G., Cord, R.L., Medeiros, J. A. ve Jones, W. S. (2018). *Siyaset bilimi*. Çev. Atilla Yayla. Adres Yayınları.
- Ross, B. L. ve Spencer, D. M. (2019). Passive voter suppression: Campaign mobilization and the effective disfranchisement of the poor. *North Western University Law Review*, 114, 633-704.
- Roudgar, I. (2021). *Theory of political culture*. Erişim Adresi: [https://www.academia.edu/49194859/Theory\\_of\\_Political\\_Culture](https://www.academia.edu/49194859/Theory_of_Political_Culture). (Erişim Tarihi: 01.12.2023).
- Samkar, H. ve Alpu, Ö. (2013). M Regression approach for satisfaction of municipality services: The Case of Eskisehir. *Qual Quant*, 47, 1629-1637.

- Sarsık, A. (2019). *Siyasal pazarlama: zonguldak ilinde seçmen davranışı üzerine bir araştırma* [Yüksek lisans tezi], Bülent Ecevit Üniversitesi.
- Savaş, H. (2016). Yerel Yönetimlerde Hizmet Sunumu ve Seçmen Tercihleri: İstanbul Örneği. *Yerel Yönetimler Dergisi*, 10(1), 23–41.
- Saydam, A. ve Eser, H. B. (2022). 6360 Sayılı büyükşehir belediye kanunu ve gıda güvenliğine olası etkileri: antalya büyükşehir belediyesi örneği. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 31-47.
- Schwarzkopf, S. (2010). The Consumer as “Voter,” “Judge,” and “Jury”: Historical Origins and Political Consequences of a Marketing Myth. *Journal of Macromarketing*, 31(1), 8-18.
- Selçuk, A. (2019). *Yerel seçimlerde seçmen davranışını etkileyen faktörler: Güneydoğu Anadolu bölgesi örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sencar, P. (2007). *Türkiye’de çevre koruma ve ekonomik büyüme ilişkisi* [Yüksek Lisans Tezi], Trakya Üniversitesi.
- Sencer, M. (1993). *GAP Bölgesi’nde Toplumsal Değişme Eğilimleri Araştırması*. TZMOY.
- Sezer Doğan, A.ve Artan, T. (2019). İstanbul ilçe belediyelerinde görev yapan müdürlerin yaşlı farkındalığı üzerine karma desenli bir araştırma. *Sosyal Çalışma Dergisi*, 3(2), 120-146.
- Sezer, Ö. ve Vural, T. (2010). Kamu hizmetlerinin sunumunda devletin değişen rolü ve merkezi yönetim ile yerel yönetimler arasında yetki ve görev paylaşımı. *Maliye Dergisi*, 159, 203-219.
- Sezgin, M. (2007). *Türkiye’deki belediyelerde halkla ilişkiler faaliyetleri ve bir model önerisi* [Doktora tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Shama, A. (1976). The marketing of political candidates. *Journal of Academy of Marketing Science*, 4(4), 764-777.
- Sitembölükbaşı, Ş. (2001). *Parti seçmenlerinin siyasal yönelimlerine etki eden sosyo-ekonomik faktörler*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Sniderman, P. M., Brody, R. A. ve Tetlock, P. E. (1991). *Reasoning and choice: Explorations in political psychology*. Cambridge University Press.
- Swank, Otto H. (1993). Popularity Functions Based on the Partisan Theory. *Public Choice*, 75, 339-56.
- Şahin İpek, E. A. ve Akman, Ç. (2019). Son dönemde yapılan değişiklikler çerçevesinde belediyelerde stratejik planlama süreci. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2(2), 359-373.
- Şahin, M. (2015). Belediye Hizmetleri ve Seçmen Tercihleri Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Yerel Yönetimler Dergisi*, 24(4), 40–58.
- Şahin, M., Yılmaz, H. (2016). Yerel seçimlerde seçmen tercihleri: hizmet, liderlik ve partizanlık. *Yerel Yönetimler Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 23–44.

- Şahyar Akdemir, D. (2020). Yerel demokrasi, katılım ve Türkiye kent konseyleri platformu. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19), 35-54.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlik*. Seçkin yayınları.
- Şenol, F. (2013). Elected neighbourhood officers in a Turkish city (İzmir): Gendered local participation in governance. *Urban Studies Journal*.
- Şentürk, H. (2008). *Seçmenin DNA'sı*. Okutan Yayınları.
- ŞYDO (2024b). *Şanlıurfa Genel Ekonomik Görünüm, Şanlıurfa Yatırım Destek Ofisi, Karacadağ Kalkınma Ajansı*. Erişim Adresi: <https://www.investsanliurfa.com/sanliurfa/genelekonomik-gorunum--410> (Erişim Tarihi: 14.03.2024).
- ŞYDO, (2024a). *Şanlıurfa ulaşımı, Şanlıurfa yatırım destek ofisi, karacadağ kalkınma Ajansı*. Erişim Adresi: <https://www.investsanliurfa.com/sanliurfa/ulasim--412> (Erişim Tarihi: 14.03.2024).
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2018). *Using multivariate statistics* (6nd Edition). Pearson.
- Tan, A. ve Baydaş, A. (2017). Seçmen özelliklerinin oy verme davranışı üzerindeki etkileri. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 592–622.
- Taşkın, Y. (2014). *Siyaset*. İletişim Yayınları.
- Taşmurat, T. (2019). Siyasal iletişim süreci ve siyasal mesaj stratejileri. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 2, 64-79.
- Tavits, M. (2007). Principle vs. Pragmatism: Policy Shifts and Political Competition. *American Journal of Political Science*, 51(1), 151–165.
- Tekdere, M. ve Polat, T. (2022). Kadına Şiddetle Mücadelede Kadın Konukevi Hizmeti ve Belediyeler. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 683-701.
- Temel, M. (2019). *Sosyal medya kullanıcısı seçmenlerin siyasal pazarlamaya yönelik tutumlarının seçmen bağı ve davranışı üzerindeki etkileri: Seçmen tatmini ve sadakatinin aracılık rolü*. [Yüksek lisans tezi], Bayburt Üniversitesi.
- Temizel, M. (2012). *Türkiye'de seçmen davranışlarında sosyopsikolojik, kültürel ve dinsel faktörlerin rolü: Kuramsal ve Ampirik Bir Çalışma* [Doktora tezi], Selçuk Üniversitesi.
- Teyyare, E. ve Avcı, M. (2016). Yerel seçimlerde seçmen davranışları: 2014 Yerel seçimleri ve Zonguldak ili örneği. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 51-76.
- Tınar, Y. (2019). Yerel yönetimlerce yoksul, yaşlı ve engellilere sunulan sosyal destek hizmetleri'ne bir bakış: İstanbul büyükşehir belediyesi örneği. *Sosyal Çalışma Dergisi*, 3(1), 15-27.
- Tok, E. (2020). Yerel Yönetimlerde Katılımcılık ve Seçmen Algısı. *Kent ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 113–130.
- Tokatlı, C. (2019). *Yerel halkın festivallerin etkilerine yönelik algılarının algılanan değer, festival memnuniyeti ve festival sadakati üzerindeki etkisi: uluslararası*



- şile bezi kültür ve sanat festivali örneği* [Yüksek lisans tezi], Kırklareli Üniversitesi.
- Tokgöz, F. (2017). *Sosyal belediyecilik: Tekirdağ büyükşehir belediyesi örneği* [Yüksek lisans tezi], Namık Kemal Üniversitesi.
- Tokgöz, O. (2008). *Siyasal iletişimi anlamak*. İmge Yayınevi.
- Tortop, N., Aykaç, B., Yayman, H. ve Özer, M. A. (2008). *Mahalli idareler* (2. Baskı). Nabel Yayın Dağıtım.
- TÜİK, (2024a). *Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları, 2023*. Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2023-49684>. (Erişim Tarihi: 10.03.2024)
- Tuncer, G., ve Sağdıç, E. N. (2017). *Spatial Analysis of Turkish Voter Behaviours: Does Regional Distribution of Public Expenditures Affect Voting Rate?* In K. Doucek, D. Novotny, & P. Pecina (Eds.), *New Trends in Finance and Accounting* (pp. 323–334).
- Turan, E. ve Temizel, M. (2015). Din ve siyaset ilişkisi bağlamında oy verme davranışı: Niğde bölgesinde bir araştırma. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 86-99.
- Turan, E., Şen, A. T. ve Aydile, E. (2015). Kastamonu bölgesinde siyasal tutum ve davranışlarda sosyo-kültürel ve dinsel faktörlerin etkisi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (9), 100-119.
- Turan, İ. (2016). *Türkiye’de siyasal kültürün oluşumu*. E. Kalaycıoğlu ve A.Y. Sarıbay (Ed.), *Türk siyasal hayatı*, Sentez Yayıncılık.
- Turna, B., ve Polat, F. (2024). The Effect of Macro-Economic Indicators on Voter Behavior in Turkey: An Analysis on General and Local Elections of 1980-2019. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11(1), 153-171.
- Turper-Alışık, S., Altıok, B., Ağalday, B. ve Köseoğlu-Darılmaz, F. (2022). Etnik ve göçmen azınlıklar ile anket çalışmaları: Türkiye örnekleri üzerine yöntemsel bir inceleme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 294-310.
- TÜİK, (2023a). *Turizm istatistikleri 2022, Türkiye istatistik kurumu*. Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.Ceyrek:-EkimAralik-ve-Yillik,-2022-49606> (Erişim Tarihi: 14.03.2024).
- TÜİK, (2023b). *Toplam yaş bağımlılık oranı, Türkiye istatistik kurumu*. Erişim Adresi: <https://cip.tuik.gov.tr/#> (Erişim Tarihi: 15.03.2024)
- TÜİK, (2023c). *Ulusal hesaplar, Türkiye istatistik kurumu*. Erişim Adresi: <https://cip.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 16.03.2024).
- TÜİK, (2023d). *Bitkisel üretim istatistikleri, Türkiye istatistik kurumu*. Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Uretim-Istatistikleri-2022-45504>, (Erişim Tarihi: 17.05.2024).
- Uğurlu, B. (2019). *Sakin Şehir (Cittaslow) Kavramının kentsel tasarıma etkisine yönelik bir araştırma: Vize – Kırklareli* [Yüksek lisans tezi], Trakya Üniversitesi.

- Ulu, S. (2012). Almanya'da kimlik sorunu ve türkler. Erişim Adresi: [https://politikadergisi.com/sites/default/files/almanyada\\_kimlik\\_sorunu\\_ve\\_turkler\\_-\\_soner\\_ulu.pdf](https://politikadergisi.com/sites/default/files/almanyada_kimlik_sorunu_ve_turkler_-_soner_ulu.pdf). (Erişim Tarihi: 01.12.2023)
- Uluç, A. V. (2007). *Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin toplumsal ve siyasal yapısı: Mardin örneğinde siyasal katılım* [Doktora tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Uluç, A. V. ve Karasu, M.A. (2015). Kente yerleşmiş aşiret üyelerinin kentleşme eğilimleri üzerine bir çalışma: *Şanlıurfa Örneği, Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13825), 201-232.
- Uluç, A. Vahap vd. *Seçmen tercihlerini belirleyen dinamikler* (Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri). Gazi Kitabevi, 2023.
- Uludağ Güler, Ç. ve Çakı, N. (2021). Büyükşehir belediyelerinin engellilere yönelik hizmetlerinin içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesi, *Coğrafi Bilimler Dergisi/ Turkish Journal of Geographical Sciences*, 19(1), 92-127.
- Ulusoy, A. E. (2020). Türkiye’de konut politikaları: Tarihsel Süreç ve Aktörlerin Rolü. *Kamu Yönetimi ve Politikaları Dergisi*, 1(3), 87-123.
- Urhan, V. F. (2008). *Türkiye’de yerel yönetimlerin yeniden yapılandırılması*. Sayıştay Dergisi, 70, 85-102.
- Uslu, G. (2012). *Popüler kültürün gençlerin apolitikleşmesi üzerindeki etkisi: pamukkale üniversitesi öğrencileri üzerinde bir uygulama* [Yüksek lisans tezi], Pamukkale Üniversitesi.
- Usta, R. ve Memiş, L. (2009). Belediyelerde hizmet kalitesinin seçmen bağlılığı üzerinde etkisi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 213-235.
- Usta, R. ve Memiş, L. (2010). Belediye Hizmetlerinde Kalite: Giresun Belediyesi Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 333-355.
- Uztuğ, F. (2004). *Siyasal İletim yöntemi*. Mediacat Kitapları.
- Ülker, H. İ. (2019). *Seçmen davranışlarına yönelik bir alan araştırması: Şanlıurfa Örneği* [Yüksek lisans tezi], Atılım Üniversitesi.
- Verba, S., Scholzman, K. L., and Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.
- Verstyuk, S. (2004). Partisan differences in economic outcomes and corresponding voting behavior: Evidence from the U.S." *Public Choice*, 120, 169-89.
- Vezne, R. (2017). *Avrupa Birliği'nin yaşam boyu öğrenme politikaları bağlamında ingiltere, danimarka ve Türkiye'nin yetişkin eğitimi sistemlerinin karşılaştırmalı analizi* [Doktora tezi], Ankara Üniversitesi.
- Wilson, R. W. (2000). The many voices of political culture: Assessing Different Approaches. *World Politics*, 52, 246-273.
- Yaşlıoğlu, M. (2007). *Karar verme sürecinde eğilimler ve bir araştırma* [Yüksek lisans tezi], İstanbul Üniversitesi.

- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 4(2), 74-85.
- Yavuz, Ö. ve Anbarlı-Bozatay, Ş. (2015). Türkiye’de İtfaiye Hizmetlerinin Örgütlenmesi ve Etkinliği Sorunu. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 785-804.
- Yayla, A. (2018). *15 Temmuz direnişi ve Türkiye demokrasisi*. A. Babacan içinde, 15 Temmuz Geçmiş – Gelecek, Pınar Yayınları.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2011). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Detay Yayıncılık.
- Yetkin, O. (2020). Türkiye’de büyükşehir belediyelerinin yapısı ve geleceği. *Akademik Düşünce Dergisi*, 1, 4-16.
- Yıldırım, H. (2019). *Türkiye’de Sosyal Belediyecilik Uygulamaları Üzerine Bir Karşılaştırma: Kadıköy ve Esenler İlçe Belediyeleri Örnekleri* [Yüksek lisans tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Yıldırım, M. (2014). Parti aday tercihlerinin seçmen davranışına etkisi 2009 yerel seçimleri Uşak ili örneği. *Pamukkale Üniversitesi SBE Dergisi*, 14, 15-38.
- Yıldırım, S. (2018). Siyasi tercihlerde bölgesel ve sosyo-ekonomik faktörlerin rolü. *Yerel Yönetimler ve Demokrasi Dergisi*, 10(3), 33-50.
- Yıldırım, S. N. (2019). *Seçme hakkının niteliği* [Yüksek Lisans Tezi], Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Yıldırım, Y. Z. (2011). *Dezavantajlı bir grup olarak engellilere yönelik eğitim faaliyetleri: İsmek örneği* [Yüksek lisans tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Yılmaz, M. (2015). Türkiye’de kırsal nüfusun değişimi ve illere göre dağılımı (1980-2012). *Eastern Geographical Review*, 20(33), 161-188.
- Yücel, N., Yücel, A. ve Atlı Y. (2012), Belediyelerin sunduğu hizmetlerde vatandaş memnuniyeti: Elazığ belediyesi örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 2(2), 31-40.
- Yücel, S. (2022). *Belediye Hizmetlerine yönelik memnuniyet algısı: Kastamonu belediyesi örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi], Kastamonu Üniversitesi.
- Yüksel, H. (2021). *Siyasal toplumsallaşma ve siyasal katılım bağlamında ev kadınları: afyonkarahisar örneği* [Yüksek lisans tezi], Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Zengin, E. ve Öztaş, C. (2008). Yerel yönetimler ve spor. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 55, 49-78.
- Zengin, M. A. (2013). Bilgi iletişim teknolojilerinin demokrasi içerisinde kullanımı ve dijital demokrasiye geçiş. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 17(4), 271-304.

## EKLER

### EK-1. Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu

Evrak Tarih ve Sayısı: 28.03.2025-431352

Evrak Tarih ve Sayısı: 27.03.2025-E.431130



T.C.  
HARRAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU

Tarih:17.03.2025  
Saat :13:00  
Sayı :2025/91  
Konu: Galben ÇELİK BOZKAYA

Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun yaptığı toplantı sonucunda, Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü doktora öğrencisi Galben ÇELİK BOZKAYA'nın yürütücüsü ve Doç. Dr. A.Vahap ULUÇ'un danışmanı olduğu "Belediye Hizmetleri ve Seçmen Davranış İlişkisi: Şanlıurfa İli Örneği" başlıklı çalışması oy birliğiyle uygun bulunmuş ve 17.03.2025 tarihinden geçerli olmak üzere onaylanmıştır.

e-İmzalıdır  
Dr. Öğr. Üyesi Emine YÖNEY  
Başkan

e-İmzalıdır  
Doç. Dr. Hatice ŞAHİN  
Başkan Yardımcısı

e-İmzalıdır  
Doç. Dr. Abdulkadir GÜMÜŞÇU

e-İmzalıdır  
Doç. Dr. Durvan BARUT

(Katılmadı)  
Doç. Dr. Ömer SABUNCU

(Katılmadı)  
Doç. Dr. Derya EVRAN

e-İmzalıdır  
Doç. Dr. Yasin TAŞ

e-İmzalıdır  
Raporör  
Doç. Dr. Hatice ŞAHİN

Bu belge, 6070 sayılı Elektronik İmza Kanununa göre Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır.  
Evrak sorgulaması için: [http://ebys.harran.edu.tr/envision/Validate\\_Doc.aspx?eO=BSPNBV8RTL&eS=431130](http://ebys.harran.edu.tr/envision/Validate_Doc.aspx?eO=BSPNBV8RTL&eS=431130) adresinden yapılabilir.

## EK 2. Anket Formu

### BELEDİYE HİZMETLERİ VE SEÇMEN DAVRANIŞI İLİŞKİSİ: ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ

#### **Değerli Katılımcı,**

Bu anket formu, Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde doktora öğrencisi tarafından hazırlanan doktora tez çalışması için tasarlanmıştır. Çalışmanın amacı 'Belediye hizmetleri ve seçmen davranışı ilişkisi: Ş. Urfa ili örneği' başlıklı tez çalışmasında; merkez ilçe belediyelerinde oy kullanmış olan seçmenlerin oy verme davranışına etki eden faktörlerin yerel yönetimler tarafından sunulan hizmetlerle ilişkisini tespit etmektir.

**Not:** Eyyübiye, Haliliye, Karaköprü ilçelerinde ikamet etmiyorsanız anket formunu lütfen yanıtlayınız. Çalışmaya katılım gönüllülük esastır olup, katılımcıların adı-soyadı gibi kişisel bilgilere yer verilmeyecektir. Çalışma araştırmacı tarafından değerlendirilecek ve elde edilecek bilgiler bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacaktır.

Gülben ÇELİK BOZKAYA (Doktora Öğrencisi) Doç. Dr. A. Vahap ULUÇ (Tez Danışmanı)

### SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

Bu bölümde anketi cevaplayan kişinin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Lütfen sizin için uygun olan seçeneği "X" işareti ile belirtiniz.

#### 1. Cinsiyetiniz?

Kadın  Erkek

#### 2. Yaşınız?

.....

#### 3. Medeni Durumunuz?

Evli  Bekar  Dul

#### 4. Eğitim Durumunuz?

Bir okul bitirmedim: Okuma-Yazma bilmiyorum

Bir okul bitirmedim: Okur-Yazar

İlkokul

İlköğretim

Lise

Önlisans /Lisans

Lisansüstü

#### 5. Mesleğiniz?

Ticaret Erbabı/Esnaf  Eğitimci  İşçi  Memur  Çiftçi  Emekli

Ev hanımı/ Ev kızı  Öğrenci  İşsiz  Diğer.....

#### 6. Gelir durumunuz?

Gelirim yok  0-22.104 TL  22.105-42.104 TL  42.105-62.104 TL

62.105-82.104 TL  82.105 TL ve üstü

**7. Hangi İlçede İkamet Ediyorsunuz?**

Eyyübiye  Haliliye  Karaköprü

**8. Dindarlık Düzeyiniz?**

Düşük  Orta  Yüksek  Dindar değilim

**9. Vakit Namazlarını Hangi Sıklıkla Kılırsınız?**

Her zaman  Ara Sıra  Sadece Cuma Namazında  Kılmam

**10. Herhangi Bir Aşirete Mensup musunuz?**

Evet  Hayır

**11. Kendinizi aşağıdaki siyasal ideolojilerden hangisine bağlı hissediyorsunuz?**

Atatürkçü  Milliyetçi  Sosyal Demokrat  Muhafazakâr  Laik  Sağcı  
 Demokrat  İslamcı  Devrimci  Solcu  Sosyalist  Hiçbiri

**12. 31 Mart 2019 Şanlıurfa Merkez İlçe Belediye Başkanı Seçimlerinde Hangi Partiyeye Oy Verdiniz?**

AK Parti  CHP  Diğer.....  HDP  İYİ Parti  MHP   
Saadet Partisi

Oy Kullanmadım  Seçmen Değildim

**13. 31 Mart 2024 Şanlıurfa Merkez İlçe Belediye Başkanı Seçimlerinde Hangi Partiyeye Oy Verdiniz?**

AK Parti  CHP  DEM Parti  Diğerleri.....  HÜDA-PAR  İYİ Parti

Oy Kullanmadım  Seçmen Değildim  Saadet Partisi  Yeniden Refah Partisi

**EK 2 (devamı)**

<b>ŞANLIURFA MERKEZ İLÇE BELEDİYE BAŞKANI SEÇİMLERİNDE OY VERME DAVRANIŞINIZI ETKİLEYEN FAKTÖRLER NELERDİR?</b>					
<b>Lütfen aşağıdaki yargılara ne ölçüde katıldığınızı (x) koyarak belirtiniz</b>	<b>(1) Kesinlikle Katılmıyorum</b>	<b>(2) Katılmıyorum</b>	<b>(3) Kararsızım</b>	<b>(4) Katılıyorum</b>	<b>(5) Kesinlikle Katılıyorum</b>
<b>Sosyolojik Faktörler</b>					
1. Adayın partisi, yerel seçimlerde vereceğim oyu etkiler.	1	2	3	4	5
2. Adayın ideolojisi, yerel seçimlerde vereceğim oyu etkiler.	1	2	3	4	5
3. Adayın etnik kökeni yerel seçimlerde oyumun yönünü belirler.	1	2	3	4	5
4. Adayın benimle aynı dünya görüşüne sahip olması yerel seçimlerde vereceğim oyu etkiler.	1	2	3	4	5
5. Adayın dini değerlere önem vermesi/ dini bütün olması yerel seçimlerde benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
6. Adayın mensubu olduğum aşiretten olması yerel seçimlerde oy tercihim etkiler.	1	2	3	4	5
7. Adayın iş ve arkadaş çevrem tarafından destekleniyor olması yerel seçimlerde benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
8. Adayın ailem tarafından destekleniyor olması yerel seçimlerde oyumun yönünü belirler.	1	2	3	4	5
<b>Sosyo-Psikolojik Faktörler</b>					
9. Adayının karizması yerel seçimlerde oy verme tercihim etkiler.	1	2	3	4	5
10. Adayın kişiliği; yerel seçimlerde dürüstlüğü, çalışkanlığı, namuslu olması vs. öncelikli olarak oy verme tercihim etkiler.	1	2	3	4	5
11. Adayın eğitim düzeyi yerel seçimlerde oy verme kararımın asıl belirleyicisi değildir.	1	2	3	4	5
12. Adayın aile yaşantısının düzgün olması yerel seçimlerde oy verme davranışımın temel belirleyicilerindendir.	1	2	3	4	5
13. Adayın dini konularla ilgili söylem ve politikaları yerel seçimlerde oy verme tercihimde etkilidir.	1	2	3	4	5

14. Adayın parti programı ve politikalarında öne çıkan temel değerler ile kendi benimsediğim kişisel değerlerin özdeşleşmesi yerel seçimlerde vereceğim oyu etkiler.	1	2	3	4	5
<b>Siyasal Pazarlama Faktörler</b>					
15. Adayın partisinin mitinglerinin kalabalık olması yerel seçimlerde oy verme kararımı etkiler.	1	2	3	4	5
16. Adayın medya tarafından destekleniyor olması yerel seçimlerde vereceğim oyu etkiler.	1	2	3	4	5
17. Adayın partisinin kamuoyu araştırma anketlerinde önde çıkması yerel seçimlerde oy verme tercihimde etkilidir.	1	2	3	4	5
18. Adayın yaptığı ev ve esnaf ziyaretleri yerel seçimlerde oy verme tercihimde etkilidir.	1	2	3	4	5
19. Adayın medyaya yansıyan konuşmaları, sosyal medya paylaşımları, yerel seçimlerde vereceğim oyu etkiler.	1	2	3	4	5
20. Adayın reklam materyallerinin çok olması yerel seçim sürecinde oy verme tercihimde etkilidir.	1	2	3	4	5
21. Adayın siyasi propagandası yerel seçimlerde oy verme tercihimde etkilidir.	1	2	3	4	5
<b>Sezgisel Faktörler</b>					
22. Adayın görünüş itibarıyla iyi birine benzemesi yerel seçimlerde vereceğim oyu etkiler.	1	2	3	4	5
23. Adayın konuşmalarını, içeriğine bakmaksızın beğeniyor olmam yerel seçimlerde vereceğim oyu etkiler.	1	2	3	4	5
24. Adayın şehrimize güzel hizmetler yapacağını hissetmem yerel seçimlerde oy verme tercihimde etkilidir.	1	2	3	4	5
25. Adayın halkın sorunlarını çözebilecek bilgiye sahip olabileceğini düşünmem yerel seçimlerde vereceğim oyu etkiler.	1	2	3	4	5
26. Adayın siyasi propagandası yerel seçimlerde oy verme tercihimde etkilidir.	1	2	3	4	5



**EK 2 (devamı)**

<b>BELEDİYE HİZMETLERİNİN SEÇMENLERİN YEREL SEÇİM TERCİHLERİNE ETKİSİ</b>					
Aşağıda yaşadığınız yerdeki belediye hizmetlerinin yerel seçimlerdeki oy tercihinizi hangi düzeyde etkilediğine yönelik önermeler yer almaktadır. Lütfen, size en uygun olan yanıtı işaretleyerek belirtiniz.					
<b>Lütfen aşağıdaki yargılara ne ölçüde katıldığınızı (x) koyarak belirtiniz</b>	<b>(1) Kesinlikle Katılmıyorum</b>	<b>(2) Katılmıyorum</b>	<b>(3) Kararsızım</b>	<b>(4) Katılıyorum</b>	<b>(5) Kesinlikle Katılıyorum</b>
	<b>Seçmenlerin Bilgilendirilmesi ve Önemszenmesi</b>				
1. Belediyenin çalışmalarla ilgili halkı bilgilendirmesi yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
2. Belediyenin vatandaşlara hizmetlerden yararlanma yollarının göstermesi yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
3. Belediyenin çevreye duyarlılık bilinci kazandırması yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
4. Belediyenin ilgili birimlerine şikâyetlerin kolayca iletilebilmesi yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
5. Belediyenin temizlik hizmetlerine (Çöp toplama, ilaçlama çalışmaları, okul, Pazar, yol, sokak vb. temizliği) önem vermesi yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
6. Belediyenin verdiği sözlerini/vaatlerini zamanında yerine getirmesi yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
7. Belediyenin öğrencilerin yaşamını kolaylaştırıcı hizmetler sunması yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
8. Belediyenin halk sağlığı için yeterli denetim yapması yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
9. Belediyenin sosyal etkinlikler düzenlemesi yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
10. Belediyenin bir afet (deprem, sel vb.) karşısında gerekli hizmeti vermeye önem vermesi yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
11. Belediyenin Suriyeli göçmenlere yönelik hizmetler sunması (yardımlar düzenlemesi) yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
<b>Temel Kentsel Altyapı Hizmetleri</b>					
12. Belediyenin halkın ihtiyacını karşılayacak suyu sağlaması yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
13. Belediyenin ihtiyacı karşılayacak pazar alanları düzenlemesi yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5
14. Belediyenin şebeke suyunun içilebilir biçimde sağlaması yerel seçimlerde oy verme tercihimizi etkiler.	1	2	3	4	5

15. Belediyenin kentsel alt yapı için gerekli araç-gereci temin etmesi yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5
<b>Personel ve Bina Yeterliliği</b>					
16. Belediyenin hizmet sunumunda yeterli sayıda personele sahip olması yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5
17. Belediyenin vatandaşlara hizmet sunumunda belediye binalarının yeterli olması yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5
18. Belediye çalışanlarının, vatandaşların sorunlarını çözebilecek bilgiye sahip olması yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5
<b>Hizmet Sunumunda Adalet ve Temel Kentsel Hizmetler</b>					
19. Belediyenin ihtiyacı karşılayacak park alanları düzenlemesi yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5
20. Belediyenin hizmet sunumunda adil olması yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5
21. Belediyenin şehir içi trafik düzenlemesine özen göstermesi yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5
<b>Hizmetlerde Engelli ve Yaşlıların Dikkate Alınması</b>					
22. Belediyenin kenti (hizmet binaları vb.) engellilerin ulaşabileceği biçimde düzenlemesi yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5
23. Belediyenin alt yapı hizmetlerinde özür ve yaşlıları dikkate alması yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5
24. Belediyenin hizmet binalarının modern görünüşlü olması yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5
25. Belediye çalışanlarının temiz ve düzgün görünüşlü olması yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5
26. 21. Belediyenin şehir içi trafik düzenlemesine özen göstermesi yerel seçimlerde oy verme tercihi etkiler.	1	2	3	4	5