

Türkiye’de Seçmen Davranışı ve 2024 Seçimlerine Yansıması¹

Electoral Behavior in Türkiye and its Reflections in the 2024 Local Elections

Ömer ÇAHA ^a

F. İlkur AKGÜL ^b

Öz

Bu çalışma, AREDA Survey tarafından yapılan bir araştırmanın verilerinden hareketle parti icraatının, ideolojisinin, liderinin ve ülkedeki ekonomik durumun seçmen davranışını belirlemede hangi ölçüde rol oynadığını test etmektedir. Çalışmada öncelikle söz konusu faktörlerin seçmen davranışını hangi ölçüde etkilediğine bakılmış; ardından da bu faktörlerin parti tercihi, siyasi kimlik, lidere yakınlık ve demografik özelliklere göre seçmen davranışına nasıl yansıdığı analiz edilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre Türkiye’de seçmenin oy tercihini en fazla belirleyen iki faktör parti icraatı ile parti ideolojisi. Sağ partileri destekleyen seçmen genel olarak partilerin icraatını dikkate alarak oy davranışı sergilerken, sol partileri destekleyen seçmen parti ideolojisine göre oy tercihinde bulunmaktadır. İdeoloji üzerinden seçmeni ile köprü kuran partilerin, performanstan bağımsız olarak her zaman belli oranda oy desteği söz konusudur. Oysa icraat üzerinden seçmen desteği kazanan partilerin

¹ Bu çalışma, AREDA Survey tarafından Nisan 2024 tarihinde gerçekleştirilen Sosyometre Araştırması’nın verilerinden hareketle yapılmıştır. AREDA Survey’ye araştırma verilerini paylaştığı için teşekkür ederiz.

^a Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, omercaha@yahoo.com. ORCID ID: 0000-0002-0226-9543

^b Doç. Dr., Siyaset Bilimci, Araştırmacı Yazar, fatakul@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2280-3897

Bu makaleye atf için / To cite this article: Çaha, Ö., ve Akgül, F. İ. (2024). Türkiye’de Seçmen Davranışı ve 2024 Seçimlerine Yansıması. Toplum ve Kimlik Dergisi, 1(1), 1-29. Doi: 10.5281/zenodo.13133858

Geliş Tarihi (Received): 01.05.2024 / Kabul Tarihi (Accepted): 06.07.2024

böyle bir şansı yoktur. Bu tür partiler icraatları ve performansları bakımından zayıflık gösterdikleri an seçmen desteğini kaybederler. Araştırma bulguları bu tezi doğrulamaktadır.

Anahtar kelimeler: Seçmen, seçmen davranışı, seçim, parti icraatı, parti ideolojisi, liderlik.

Abstract

This study examines the influence of party performance, ideology, leadership, and economic conditions on voter behavior using data from an investigation conducted by AREDA Survey. The study first assesses the impact of these factors on voter behavior and then analyzes how they are reflected in voter behavior according to party preference, political identity, proximity to the leader, and demographic characteristics. The findings of the study indicate that the two most influential factors determining voting preferences in Türkiye are party performance and party ideology. Right-wing party supporters tend to consider party performance when voting, while left-wing party supporters base their voting preferences on party ideology. Parties that receive support based on performance are more vulnerable compared to those supported through ideology. Parties that establish connections with voters based on ideology consistently maintain a certain level of voting support, regardless of their performance. However, parties that gain voter support through performance do not have the same level of stability. When these parties show weaknesses in terms of their policies and performance, they lose voter support. The research findings support this thesis.

Keywords: Electoral, voter behavior, election, party performance, party ideology, leadership.

1. Giriş

Kendine özgü seçmen davranışına sahip Türkiye'nin siyasal yaşamında çok sayıda siyasi parti yer almakla birlikte bu partileri tercihte rol oynayan faktörler birçok yönden benzeşmektedir. Bu durum Türkiye'nin modernleşme deneyimiyle yakından bağlantılıdır. Türkiye'nin modernleşme süreci, seçmeni klasik demokrasilerde gördüğümüz sağ ve sol eksenlere savurmaktan çok kültürel temeller üzerinden gelişen fay hattının iki yakasından birinde yer almaya sevk etmiştir. Bu da siyasi partilerin kültürel özellikler bakımından birbirinden ayrışmasına yol açtığı gibi seçmen davranışının da kültürel değerler tarafından belirlenmesine yol açmaktadır. Seçmen davranışı bu bakımdan Türkiye'de derin kültürel ve ideolojik faktörler tarafından belirlenmektedir.

Genel olarak demokrasilerde seçmen davranışını etkileyen kısa vadeli faktörlerin yanı sıra derin tarihsel ve kültürel kökenlere dayalı uzun vadeli faktörler söz konusudur. Toplumların tarihsel ve kültürel arka planına ve siyasi yapısına bağlı olarak bu faktörler seçmen davranışında belli ölçülerde rol oynayabilmektedir. Türkiye’de derin kültürel fay hatlarından dolayı seçmen davranışı daha çok uzun vadeli faktörler tarafından belirlenmektedir. Türkiye’deki seçmen davranışıyla ilgili yapılan çalışmalar genel olarak bu yönde sonuçlara ulaşmışlardır. Bu çalışmada AREDA Survey tarafından 2024 yerel seçimleriyle ilgili gerçekleştirilen bir araştırmanın bulgularından hareketle Türkiye’deki seçmen davranışında rol oynayan faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Seçmen davranışında etkili olduğu varsayılan dört faktörün 2024 yerel seçimlerinde hangi düzeyde seçmenin oy tercihini etkilediği bu çerçevede analiz edilmiştir. Bu faktörler siyasi partilerin icraatı, ideolojisi, lideri ve ülkedeki ekonomik durumdur. Bunların her birinin 2024 yerel seçimlerinde Türkiye’deki seçmen davranışını hangi ölçüde belirlediği araştırma bulgularından hareketle tespit edilmiştir.

2. Seçmen Davranışını Etkileyen Kısa Vadeli Faktörler

Seçmen davranışını belirleyen faktörleri kısa ve uzun olmak üzere iki grupta toplayabiliriz. Kısa vadeli faktörler, seçimlerin gerçekleştiği döneme ilişkindir. Burada ülkenin ekonomik durumu, partilerin gösterdikleri adaylar, seçim kampanyaları ve medya kullanımı rol oynayan faktörlerdir (Heywood, 2013: 216-17). Uzun vadeli faktörler ise seçmenin partilerle bir çeşit evliliğini ifade eden daha derin ve köklü unsurları kapsar. Burada partilerin ideolojisi, lideri, kimliği ve icraatları önemli rol oynar. Seçmen bunlardan biri nedeniyle kendisini bir partiyle özdeşleştirir ve her şeye rağmen partisini desteklemeye devam eder. Partilerle bütünleşme aynı zamanda partilerin, ülkenin siyasi, kültürel ve sınıfsal ayrışmasında konumlandığı yer ile de bağlantılıdır. Bu, gelişmekte olan ülkelerin yanı sıra gelişmiş ülkelerde de karşılaşılan bir durumdur. Amerika’da Cumhuriyetçilerle Demokratlar Amerikan toplumunun iki tarihsel, kültürel ve siyasi blokunu oluşturur (Rae, 1992). Amerikan toplumunun ekseri çoğunluğu bu partilerden birinin kimliğine sahiptir. Yine Avrupa’da sol partiler genelde alt sınıfların bütünleştiği partiler iken, merkez sağ partiler genelde üst sınıfların desteğini alan partilerdir. Aşırı sağ veya sol ideolojiye sahip kitleler, siyasetin iki ucunda konumlanmış partilerin tabanını oluştururlar (Milbarth ve Goel, 1982).

Seçmen davranışında rol oynayan kısa vadeli faktörler içinde ekonominin ağırlıklı bir yeri vardır. Zira ülkenin ekonomik durumu seçmen davranışını kısa vadede etkileyen faktörlerin

başında gelir (Doğan ve Tokgöz, 2022). Özellikle hükümetler açısından ülkenin ekonomik durumu belirleyicidir. Ülkenin ekonomik açıdan iyi gittiği dönemlerde gerçekleşen seçimlerde hükümetler daha rahattır. Zira seçmen çok radikal bir durum olmadıkça statükodan yana tercihte bulunarak mevcut durumun devamını sağlar. Fakat ülke ekonomisinin kötü olduğu durumlarda seçmen ikilemde kalır. Ekonomi programı ve kadrosuyla güven veren güçlü bir muhalefet varsa bu kez seçmen ona yönelir ve hükümetten desteğini çeker (Lewis- Beck ve Nadeau, 2012). Bu bakımdan hükümetler, imkan bulurlarsa genelde ekonominin rahatladığı bahar veya sonbaharlarda seçime gitmeyi tercih ederler.

Türkiye’de de ekonomik faktörler zaman zaman parti tercihinde etkili rol oynamıştır. Bunun canlı iki örneğini Türkiye’nin son yirmi otuz yıllık tarihinde görürüz. 2001 ekonomi krizi, dönemin hükümetini devirdiği gibi bazı partileri de siyaset sahnesinin dışında bıraktı. Türkiye’yi bir zamanlar yöneten Anavatan Partisi ve Doğru Yol Partisi gibi partiler dönemin kötüye giden ekonominin faturasını siyasi hayatlarını noktalarak ödediler. Benzer bir süreci son yıllarda Ak Parti yaşamaktadır. Ak Parti, 2001 ekonomi krizinin ardından iktidara geldi. Avrupa Birliği ile uyum sürecinin desteğini arkasına alarak ekonomide önemli adımlar attığı gibi siyasi alanda da özgürlüklerin önünü açarak Türkiye’de baskın bir parti haline geldi (Müftüler-Baç ve Keyman, 2012). Ancak Ak Parti hükümeti, 2019 yılından sonra tökezlemeye başladı. 2019’dan itibaren bir yandan pandeminin etkisi, bir yandan da ekonomi yönetimine yapılan keyfi müdahalelerin sonucunda altın ve döviz fiyatları kontrolden çıkarak Türkiye ciddi bir ekonomik krizin sarmalına girdi. Bu da Ak Parti’ye 2019 ve 2024 yerel seçimlerinde ağır bir faturaya mal oldu. Ak Parti, 2019 yerel seçimlerinde Ankara ve İstanbul gibi büyük metropollerin belediye yönetimini kaybederken, 2024 yerel seçimlerinde geriye kalan büyük metropollerin önemli bir kısmını daha kaybetti.

Kısa vadeli faktörlerden birini de seçim kampanyaları oluşturmaktadır. Seçim kampanyalarının süresi ve etkinliği, seçim sistemine bağlı olarak ülkeden ülkeye farklılık arz eder. Kampanyalar genelde üç hafta ila 2 yıl arasında değişebilmektedir. Amerika’da seçim kampanyaları ön seçim ve adaylık süreçlerinden dolayı seçimden önceki iki yıla yayılmaktadır (Rackaway ve Romance, 2022). Tüm kararların parti merkezlerinde alındığı, adayların ve söylemlerin parti üst yönetimi tarafından belirlendiği ülkelerde seçim kampanyalarının süresi seçimden önceki birkaç haftaya kadar düşebilmektedir. Partiler bu süreçte hazırlıklarını yapar ve seçime yakın bir zamanda kamuoyunun önüne çıkarak kampanyalarını yürütürler. Tarihsel, kültürel ve sınıfsal bloklaşmadan dolayı seçim kampanyaları birçok ülkede fazla etkili değildir. Seçmenin ekseri çoğunluğu kampanyaya

bağlı olmaksızın herhangi bir partiyi destekleme konusunda zaten karardır. Bu bakımdan seçimler genelde ideolojik, kültürel, siyasal ve sınıfsal olarak herhangi bir partiyle bütünleşmemiş olan yüzer-gezer seçmene yöneliktir ve esas olarak bu seçmen kitlesini kazanmaya çalışır. Yapılan bazı araştırmalar dünyada demokrasinin kurumsallaşmasıyla birlikte bu tür seçmen sayısının artış eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur (Fieldhouse vd., 2019). Türkiye’de de partilere karşı artan kuşku ve güvensizlik yüzer-gezer seçmen oranının artmasına yol açmaktadır.

Türkiye’de seçim kampanyaları siyasal ve kültürel ayrışmadan dolayı bir çeşit “suya yazı yazmaya” benzer (Çaha ve Guida, 2011; Guida, 2022). Türkiye’deki siyasal ve kültürel ayrışma seçmeni belli kutuplara savurmuş durumdadır. Osmanlı son yüzyılında başlayan modernleşme çabaları, Türk toplumunda bugün de devam eden ana hatlarıyla iki ana kutup oluşturmuştur. Bu kutuplardan biri Batı’yı kültürel değerleriyle referans alan “Batıcı-laik” kesim, diğeri de Batı’nın teknolojisini alıp yerel kültürel değerlerle harmanlayan “geleneksel-muhafazakâr” kesimdir (Küçükömer, 2007; Mardin, 1973; Öniş, 2007). 2000’lerin başında bu ayrışma küreselcilik ile yerelciliğe evrilmişse de (Keyman, 2010) esasında iki ana kulvar Batıcı-laik blok ile geleneksel-muhafazakâr blok olmaya devam etmektedir. Batıcı-laik kesimin, genel olarak siyasetin sol kulvarında konumlanmış partileri desteklediği söylenebilir. Buna karşın geleneksel-muhafazakâr kesimler siyasetin sağ cephesinde konumlanmış olan partileri desteklemektedirler. İstisnaları bir kenara bırakılacak olursa her kesim kendi mahallesindeki partiler arasında dolaşmaktadır. Karşı mahalleden liderlerin söylem ve tutumlarına bağlı olarak siyaset hattının iki tarafına gidişler-gelişler olabilmektedir. Ancak bu gidiş-gelişlerin ana gövdeyi değiştirecek kadar büyük olmadığını belirtmek gerekir.

Bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de son otuz kırk yıldır bir çeşit “kimlik çağı” yaşanmaktadır. Kimliklerin, siyasetin nesnesi olmasıyla birlikte Türkiye’de etnik kimlik de siyasetin önemli bir malzemesi haline gelmiş bulunmaktadır. 1980’lerin başından beri kamusal alanda kendini “Kürt sorunu” olarak gösteren etnik mücadele, siyaset sahnesine de kendi aktörlerini ve siyasi partilerini kazandırmıştır (Kaliber ve Tocci, 2010; Keyman, 2012). 1991 yılında Meclis’e giren Halkın Emek Partisi (HEP) ile başlayan siyasi gelenek bugün Türkiye siyasetini belirleyici konuma gelmiş bulunmaktadır. Kürt siyasi hareketi, Türkiye’de iki yüzyıldan beri sürmekte olan siyasal-kültürel cephenin yanında yeni bir cephe daha açmıştır. Bu da “etnik-milliyetçi” cephedir. Etnik milliyetçi cephe, giderek Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesini domine edecek hale gelmektedir. Seçim kampanyalarının

bugün en fazla etkisiz kaldığı bölgenin bu iki bölge olduğunu söyleyebiliriz. Bölgedeki seçmen genel olarak “seküler” ve “muhafazakâr” iki kanattan oluşmaktadır. Seküler kesim tarafından başlatılan etnik-milliyetçilik dalgası, bugün muhafazakâr Kürtleri de sarmalına almış bulunmaktadır (Erdem, 2019; Yanık, 2015).

Türkiye’deki her bölgenin belli bir siyasal-kültürel blokun etkisi altına girdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Başka bir deyişle, her bölgede etkin ve baskın olan bir siyasal-kültürel eğilim vardır. Ege, Akdeniz ve Marmara bölgesindeki kıyı şeritler genel olarak Batıcı-laik partilerin çekim alanında iken, İç Anadolu ve Karadeniz bölgesi geleneksel-muhafazakâr partilerin hakim olduğu bölgelerdir. Öte yandan Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri etnik milliyetçilerin ağırlıkla boy gösterdiği bölgeler haline gelmektedir. Bu bölgelerde belli partilerle bütünleşmiş olan şehirler vardır ve bu şehirler yukarıda altı çizilen üç siyasal-kültürel blokun sembolik birer merkezi haline gelmiş bulunmaktadır. İzmir, Konya ve Diyarbakır bu tür şehirlerin başında gelir. Bu şehirlerde karşı mahalleden partilerin seçmen desteğini kampanya etkinliğiyle kazanması mümkün değildir.

Seçmen davranışını etkileyen kısa vadeli faktörlerden biri de medyadır. Medya, her yerde siyasetle iç içedir. Özellikle televizyon ve gazete gibi klasik medya araçları siyasetin belirlenmesinde etkili rol oynamaktadırlar (Bakacak, 2023). Çünkü medya sonuçta ekonomik bir girişim faaliyeti olduğu için kar maksimizasyonu peşindedir (Akgül, 2013: 65). Bu da birçok ülkede siyasi yapılarla iç içe olmayı gerektirir. Medya bununla birlikte, ideolojik ve kültürel değerlerin taşıyıcısıdır. Doğal olarak bu kulvardan da siyasetle içli dışlı olmak durumundadır. Türkiye’de medya, yasama, yürütme ve yargının yanında “dördüncü kuvvet” olarak kabul edilegelmiştir. Askeri darbelerin çoğunda medya bir taraftır ve genel olarak darbe süreçlerinde askeri yönetimlerden yana aktif rol oynamıştır (Akbayır, 2018; Bilginer-Erdoğan, 2022).

İletişim teknolojisindeki devrimle birlikte klasik medya artık yerini dijital medyaya terk etmektedir. Bu da doğal olarak siyasal iletişimin dijital platformlara kaymasına yol açmaktadır. Bugün siyasi liderler ve partiler başta X hesapları başta olmak üzere, dijital medya kanallarını etkin biçimde kullanmak durumundadırlar. Dijital medya, klasik medyadaki bilgi tekelleşmesini kırmada önemli bir rol oynamaktadır (Çaha, 2020). Dijital medya platformlarının sağladığı imkanlar, medya patronlarının filtresine takılmaksızın siyasi aktörler tarafından kullanılabilir. Dijitalleşmeyle birlikte siyasetin tarzının yanı sıra alanı da değişmektedir. Artık sosyal medya üzerinden verilen mesajlar miting meydanlarında verilen mesajlardan daha fazla kişiye ulaşmakta ve daha fazla etkinlik sağlamaktadır. Siyasetin fiziki

mecraları, yerlerini sosyal medyadaki mecralara bırakmaktadır. Dijital kamusal alan ve dijital aktivizm (Nos-Aldas, 2015: 78-94) siyasetin doğasını değiştirdiği gibi, seçim süreçlerinde de belirleyici faktörler haline gelmektedir.

Seçmen davranışını kısa vadede etkileyen faktörlerden birini de adaylar oluşturmaktadır. Adaylar, aslında bir siyasi partinin hem kamusal alandaki yüzünü oluşturmakta hem de partilerinin kitleler gözündeki meşruiyetini sağlamaktadırlar. Parti sistemleri ile adayların etkinliği arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır. Katı parti disiplinine sahip olan partilerde adaylar müstakil hareket edemedikleri için iradeleri kısıtlıdır. Bu da performanslarını tam olarak sergilemelerini sınırlandırmaktadır. Seçim sistemleri de benzer şekilde adayların etkinliğinde veya etkisizliğinde önemli rol oynar. Genelde “dar bölge” seçim sistemlerinde adaylar belirleyici bir role ve ağırlığa sahiptirler. Oysa liste usulüne dayanan seçim sistemlerinde adayların seçmen tarafından bilinmesi fazla da önem arz etmez (Lijphart, 2012: 136-37). Bu sistem, partilerin hem seçmen iradesi hem de adaylarının iradesi üzerinde mandacı bir etkiye sahip olmasına yol açmaktadır (Heywood, 2013). Aslında yerel seçimler adaylar ve yerel teşkilatlar üzerinden ilerleyen seçimler olduğu için, bu seçimlerde adayların daha belirgin olması beklenir. Ancak Türkiye’de yukarıda sözü edilen siyasal-kültürel bloklaşma, yerel seçimlerde de genel seçimlere benzer oy tercihinin oluşmasına yol açmaktadır. Bu da parti genel merkezlerine sınırsız güç kazandırırken, adayların kamuoyu nezdindeki beğeni düzeyini ikinci plana atmaktadır.

3. Seçmen Davranışını Etkileyen Uzun Vadeli Faktörler

Seçmen davranışını uzun vadede etkileyen üç unsur bulunmaktadır. Bunları “parti kimliği”, “sosyolojik temsil” ve “rasyonel tercih” olarak belirtmek mümkündür. Öncelikle parti kimliğinden başlayacak olursak, seçmen değişik nedenlerden dolayı kendisini bir partiyle özdeşleştirir ve o partiyi kendi partisi bilir. Seçmenin bir partiyle kimliklenmesini sağlayan çok sayıda faktör vardır. Bu faktörlerin bir kısmı partilerle bağlantılı iken bir kısmı ise seçmenin sosyalleşme süreciyle bağlantılıdır. Partinin ülkenin tarihinde oynadığı rolü, geçmişte sergilediği başarılı icraatı, ideolojik duruşu veya lideri, bir partinin toplumun bir kesimi tarafından sahiplenilmesini sağlar. Gelişmiş demokrasilerde bazı partiler demokrasinin ve sistemin gelişmesinde oynadığı kritik rolden dolayı toplumsal hafızada kalıcı hale gelmiştir. İngiltere’de Torry’ler (muhafazakârlar) ile Whigler (liberaller) böyledir. Whigler zaman içinde bölünerek Liberal Parti ile İşçi Partisi’ne dönüşmüştür. Bu gelenekteki ana gövdeyi yirminci yüzyılın başından beri İşçi Partisi oluşturmaktadır. İngiltere’de sanayi

devrimiyle birlikte gelişen geleneksel aristokratik sınıflarla modern burjuva ve emekçi sınıfların değerleri, sembolleri ve kurumları bu partiler üzerinden yaşatıldı. İngiltere’de demokratik sistem de bu partiler üzerinden gelişti. Dolayısıyla bu iki partinin İngiliz toplumunda birer siyasi kimlik kaynağı haline gelişinin tarihsel temelleri bulunmaktadır (Bogart, 2013).

Türkiye gibi bazı ülkelerde ulusal kurtuluşa öncülük eden partiler toplumsal hafızada yer edinmiş ve onunla bütünleşen bir kitlenin oluşmasını sağlamıştır. Cezayir’de Ulusal Kurtuluş Cephesi, Tunus’ta Yeni Düstur Partisi, Hindistan’da, Hindistan Ulusal Kongresi, Türkiye’de Cumhuriyet Halk Partisi gibi partiler bu kategoride yer alırlar. CHP ulusal kurtuluşun sağlanmasında, Türkiye’nin modernleşmesinde, Cumhuriyet’in kurulmasında rol oynayan bir parti olduğu için bu değerler üzerinden kendisine bir toplumsal taban üretmiş ve bu tabanın omuzlarında varlığını sürdürmüştür. Yine bazı partiler toplumlarının tarihinde iktisadi veya sosyal politikalar bakımından önemli yer edindikleri için toplumsal hafızada yer edinir ve kendisini destekleyen bir kitle oluştururlar. Japonya’daki Liberal Demokrat Parti, Meksika’daki Ulusal Devrimci Parti ve Türkiye’deki Demokrat Parti ile başlayan merkez sağ partiler bu kategoride yer alırlar. Yirmi-yedi yıllık tek parti yönetimine son vermesi, bastırılmış toplumsal kesimlerle köprü kurması, jakoben-elitist siyaset tarzıyla mücadele etmesi, büyük kalkınma hamlelerine imza atması ve siyasi özgürlüklerin önünü açması toplumun bir kesiminin Demokratlarla veya mirasçılarıyla bütünleşmesine yol açmıştır (Albayrak, 2004).

Bazı partiler tarihsel başarı hikayesinden bağımsız olarak kendilerine toplumsal bir taban bulurlar. Bu da seçmenle parti arasındaki ideolojik bağdan kaynaklanır. Geçmişte bir başarı hikayesi olmamasına rağmen bazı partiler aynı ideoloji üzerinden toplumun bir kesimiyle bütünleşirler. Genel olarak ideolojik siyasal partiler bu kategoride yer alırlar. Avrupa’daki sosyalist partiler, komünist partiler, Yeşiller (Congcong ve Dan, 2020) ve Türkiye’deki DEM Parti ile İşçi Partisi bu kategoride yer alırlar. Bazı seçimlerde seçmenin CHP ve MHP ile ilgili tercihinde ideolojinin belirleyici rol oynadığını ortaya koyan çalışmalar vardır (Çarkoğlu, 2008). Bu tür partilerin seçmeni, partinin başarısına bakmaksızın onu sahiplenir ve destekler.

Tarihsel başarı ve ideolojik bağların yanı sıra liderler de bazı partilerin uzun ömürlü olmasında ve seçmen kitleleri tarafından sahiplenilmesinde önemli rol oynarlar. Özellikle lider kültürünün baskın olduğu Türkiye gibi toplumlarda bu faktörün seçmen davranışında önemli bir rol oynadığını söyleyebiliriz. CHP bugün, kitlelerin hafızasında, kurucu parti olmanın ötesinde, Atatürk’ün kurduğu bir parti kimliğine sahiptir. Atatürk döneminde CHP bir

çeşit çatı kuruluşu niteliğinde olup farklı çizgideki siyasi aktörleri bünyesinde barındıran bir parti idi. Çok partili yaşamla birlikte birçok parti CHP bünyesinden çıkarak siyasete farklı bir kulvardan devam ettiler. Buna rağmen bugün Atatürk ile özdeşleşen ve onun manevi mirasından beslenen parti CHP'dir (Selçuk, 2023).

Yine toplumla kurdukları gönül bağı ve gösterdikleri başarı ile karizmatik nitelik kazanmış liderler seçmen desteğinin belli partilerin etrafında yoğunlaşmasına yol açarlar. Türkiye'de Adnan Menderes, Süleyman Demirel, Bülent Ecevit, Turgut Özal ve Recep Tayyip Erdoğan bu tür liderlerdendir. Bu liderlerin şahsı oyları genel olarak partilerinin üzerinde olmuştur. Kendileri devreden çıktıktan sonra partileri de erime sürecine girmiştir. Bugün Erdoğan'ın toplumsal desteği, partisinin en az 10 puan üzerinde seyretmektedir. Türkiye'de yaşanan derin ekonomik krize ve karşısında oluşmuş olan güçlü bir ittifaka rağmen Erdoğan 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimini, karizması ve topluma verdiği güven sayesinde kazanmıştır (Besli ve Özbay, 2017).

Kitleler parti kimliğini nasıl edinirler? Bu konuda rol oynayan en önemli faktör sosyalleşme sürecidir. Bir partiyle bütünleşmiş aile ortamında yetişen çocuklar büyüme sürecinde aileleri üzerinden parti kimliğini edinirler. Özellikle siyasal hayatta kesintisiz varlığını sürdüren partilerle kurulan aidiyet, "babadan-dededen" kalma bir kimliğe dönüşmektedir. Bu tür bağılıklar, ideolojik bir bağa veya parti performansına dayanmaktan çok psikolojiktir. Çocuk yetişme çağında ailesinin partisinin kimliğine sahip olmayı psikolojik olarak kabullenir ve sosyalleşme süreciyle birlikte bunu içselleştirir. Türkiye'de bu durum en fazla CHP'de görülmektedir. Zira CHP, Cumhuriyetle yaşıt bir parti olup diğer partiler gibi askeri darbelerle kesintiye uğramamıştır (Kalaycıoğlu, 2010: 30-40). Bu da onun kitleler nezdinde babadan-dededen kalma bir parti olmasına yol açar.

Seçmen davranışında rol oynayan uzun vadeli ikinci faktör partinin sosyolojik temsil kabiliyetidir. Toplumsal farklılaşmaya yol açan sınıf, etnisite, cinsiyet, inanç, mezhep, bölge, göçmenlik, dil ve ırk gibi faktörler seçmen davranışına da yansır. Seçmen, kendisini bu tür sosyolojik aidiyetler üzerinden en iyi temsil eden partiye yönelir. Avrupa'daki sağ sol ayrımının temelinde sınıfsal ayrışma yer alır. Sağ ve sol cephelerde ortaya çıkan partiler genel olarak alt ve üst sınıfların siyasal arenadaki adresleri haline gelmiştir. Partilerin siyaset sahnesine ilk çıktığı İngiltere'de parti sisteminin temelini sosyal sınıflar oluşturmuştur (Pulzer, 2008). Avrupa'daki diğer ülkelerde de durum farklı değildir. Sınıfsal fay hatları 1980'lerden sonra yerini grup aidiyeti, kimlik ve post-materyal değerler üzerinden seyreden

ayrışmaya bırakmıştır. Bu tür değerleri önemseyen seçmen, kendisini en iyi temsil eden partileri tercih etmektedirler. Mesela Türkiye’de Romanlar 2009 Roman açılımından sonra Cumhurbaşkanı Erdoğan’a destek vermektedirler. Bazı illerde CHP’li belediyeler kendilerine yarar sağlamasına rağmen Erdoğan’ı desteklemeye devam ederler (Aydın, vd., 2019). Yine Alevilerin ekseri çoğunlukla CHP’ye (Çarkoğlu, 2008), Kürtlerin DEM Parti’ye destek vermesi bu partilerin temsil kabiliyetinden kaynaklanmaktadır.

Seçmen davranışını belirleyen etkenlerden biri de rasyonel-tercihtir. Seçmen davranışını bu model ile açıklayan siyaset bilimciler seçmeni piyasadaki tüketici gibi kabul ederler (Dean ve Croft, 2009). Seçmen, her tür sosyolojik ve ideolojik aidiyetten bağımsız olarak rasyonel bir tercihte bulunur ve partinin performansına göre oy davranışı sergiler. Burada partinin icraatçı özelliği ön plana çıkar. Dolayısıyla partiye yönelişin temelinde partinin hizmetleri ve performansı yer alır. Aslında demokrasilerin sağlıklı biçimde işleyebilmesi için seçmenin “her şeyden arı” bir zihinle hareket edip partiyi veya aday performansına göre destekleyerek ödüllendirmesi gerekir. Bu tür bir seçmen davranışı, partileri ve adayları garanti olan bir tabana yaslanarak tembellik ve ataletten kurtarır. Ama ne yazık ki, toplumsal ve siyasal yaşam alanı seçmenin arı bir zihin ile hareket ederek rasyonel tercihte bulunmasına her zaman müsaade etmez. Toplumsal çatışmalar, mahrumiyetler, gerginlikler, ideolojiler, mağduriyetler ve ast-üst ilişkileri seçmeni farklı siyasi yelpazelere savurarak rasyonel tercihte bulunmasının önüne geçer.

Haziran 2024’te gerçekleşen Avrupa Parlamentosu seçimleri, yeni bir seçmen tipinin geliştiğini ortaya koydu. Bu seçmen tipi, kültürel, tarihsel, sınıfsal nedenlerle ya da rasyonel bir tercihin sonunda desteklediği partilere karşı sadakatini yitirmektedir. Özellikle göçmenlere karşı tepki, milliyetçilik, içe kapanma, ırkçılık gibi değerlerin revaç bulmasıyla seçmen bu tür faktörlerin yanına “teпки” tutumunu koyarak oy davranışı sergilemektedir. Ukrayna’da bir komedyen olan Zelenkski’yi iktidara taşıyan seçmen Avrupa’da da komedyenleri, tik-tok fenomenlerini, ırkçıları, göçmen karşıtlarını hatta Avrupa Birliği karşıtlarını Avrupa Parlamentosu’na taşımış bulunmaktadır (Oğur, 2024).

Kısaca, Türkiye’de sol seçmenin genel olarak parti kimliği ve ideolojik referanslarla hareket ettiğini, dolayısıyla partisini performansından bağımsız değerlendirerek desteklediğini söyleyebiliriz. Sağ seçmen ise genel olarak partilerin icraatına ve liderine göre oy tercihinde bulunur. Sağ seçmenin, sol seçmene göre daha pragmatik bir akıl ile hareket ettiğini ve performans odaklı oy davranışında bulunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Sağ seçmenin desteklediği parti, icraattan düştüğünde veya lider siyasetten çekildiğinde parti inişe geçer ve

zamanla yok olur. Bir zamanların iktidar partileri olan Anavatan Partisi ile Doğru Yol Partisi bunun canlı örnekleridir. Sağ seçmenin bu şekilde davranışının temelinde iki şeyin rol oynadığını söyleyebiliriz. Birincisi, merkez sağda yer alan partiler, solun merkezinde veya uzağında yer alan partiler gibi keskin bir ideolojiye sahip değildirler (Çarkoğlu, 2008). İkincisi de sağdaki partiler askeri darbelerle kesintiye uğradıkları için her defasında bu cenahta yeni partiler ortaya çıkar. Bu partiler karizmatik liderleri ve icraatçı özellikleriyle kendilerini topluma kabul ettirmek zorundadırlar. Bu özelliklerini yitirdiklerinde tercih nedeni olmaktan çıkarlar.

4. Araştırma Yöntemi

Bu çalışma 31 Mart 2024 yerel seçimlerinden hareketle Türkiye'deki seçmen davranışını anlamaya çalışmaktadır. Çalışmada AREDA Survey tarafından 5-8 Nisan 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilen araştırmanın verileri kullanılmıştır. Araştırma CAWI (Computer Assisted Web Interview) yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. CAWI yöntemi, bir araştırmayı panel sistemi üzerinden aynı anda tüm ülke genelinde uygulama imkanı sunmaktadır (Flatley, 2001). Araştırmada 3764 kişiden oluşan 18 yaş ve üstü bir örneklem yer almıştır. Araştırma örneklemini Türkiye İstatistik Kurumu'nun Türkiye nüfusunun demografik yapısına ilişkin verileri (TÜİK, 2023) ile 14 Mayıs 2023 milletvekili seçimlerinde ortaya çıkan sonuçlar (YSK, 2023) esas alınarak ağırlıklandırılmış ve analizler bu veriler üzerinden yapılmıştır.

Araştırma örnekleminin yüzde 50,6'sı kadınlardan, yüzde 49,4'ü erkeklerden oluşmuştur. Araştırmaya katılanların yaşları üç kategoride derlenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların yüzde 35'i 18-34 yaş aralığında, yüzde 38'i 35-50 yaş aralığında, yüzde 27'si ise 55 yaş ve üzerinde yer almaktadır. Katılımcıların eğitim düzeyi de üç kategoride toparlanarak derlenmiştir. Bu çerçevede araştırma örnekleminin yüzde 53'ü ilköğretim, yüzde 27'si lise, yüzde 20'si ise üniversite eğitimine sahiptir.

AREDA Survey araştırması, "Ayın Gündemi", "Güven", "Değerler", "Yerel Yönetimler" ve "Siyasi Nabız" başlıkları altında beş dosya konusundan oluşmuştur. Araştırmanın Ayın Gündemi ve Siyasi Nabız dosyalarında yer alan soruların bir kısmı 31 Mart yerel seçimlerine ilişkindir. Ancak araştırmada yer alan "31 Mart seçimlerinde neye göre oy kullandınız?" sorusu bu çalışma için çekilerek parti tercihi, siyasi görüş, yakınlık hissedilen lider ve demografik kimlikler üzerinden analiz edilmiştir. Böylece, "Türkiye'de seçmen davranışını belirleyen faktörlerin neler olduğu ve bunların parti tercihinin nasıl yansıdığı?" sorusuna 31 Mart 2024 yerel seçimleriyle ilgili yapılmış araştırmadan hareketle cevap aranmıştır.

31 Mart yerel seçimlerinin Türkiye'deki seçmen davranışının bir resmini ortaya koyduğu iddiası bu çalışmanın temel varsayımını oluşturmaktadır. Bu varsayımı test etmek için aynı zamanda seçmenin 14 Mayıs milletvekilinde neye göre oy kullandığı sorgulaması da yapılmış ve konuyla ilgili bulgular bir tablo halinde takip eden sayfalarda yer almıştır. Orada görüleceği gibi biri genel biri de yerel olmasına rağmen seçmenin iki seçime ilişkin davranışları örtüşmektedir. En son seçim olması hasebiyle parti tercihi, siyasi görüş, lidere yakınlık ve demografik özellikler üzerinden çapraz analizler 31 Mart yerel seçimlerine ilişkin araştırma bulguları üzerinden yapılmıştır. Seçmen davranışını etkileyen faktörlerin bu konular bağlamında etkili olup olmadığını ölçmek için Ki-kare testi yapılmıştır (Moore, Notz ve Flinger, 2013). Çapraz tabloların sağ sütununda Ki-kare test sonuçları paylaşılmıştır.

5. Türkiye'de Seçmen Davranışını Belirleyen Faktörler

Yukarıda ayrıntılı biçimde tartışıldığı gibi seçmenin siyasi tercihinde rol oynayan birbiriyle bağlantılı veya bağlantısız çok sayıda faktör söz konusudur. Parti tercihinde rol oynayan faktörler ana hatlarıyla iki genel kategoride toplanabilir. Bunlardan biri tercih edilen partinin özellikleri, biri de tercih eden seçmenin durumudur. Birincisi bağlamında partilerin söylemleri, ideolojileri, kimlikleri, tarihsel arka planları ve icraatları tercih edilmelerinde belirleyicidir. İkincisi bağlamında ise seçmenin siyasi görüşü, ideolojik eğilimi, ekonomik durumu, cinsiyeti, yaşı ve eğitimi gibi faktörler parti tercihinde rol oynamaktadır.

Tablo 1: 31 Mart 2024 Yerel Seçimlerinde Parti Tercihinde Rol Oynayan Faktörler

| | Sayı (F) | Yüzde (%) |
|---------------------|-------------|------------|
| Partinin icraatları | 1167 | 31,0 |
| Partinin ideolojisi | 1074 | 28,5 |
| Partinin lideri | 699 | 18,6 |
| Ekonomik durum | 824 | 21,9 |
| Toplam | 3764 | 100 |

Araştırmada yer alan katılımcılara dört seçenek sunularak, 31 Mart 2024 yerel seçimlerine “parti tercihini bu seçeneklerden hangisine göre yaptıkları?” sorulmuştur. Gelen cevaplara bakıldığında parti icraatı ile parti ideolojisinin en fazla tercih nedeni olan iki hususu oluşturduğu görülür. Parti lideri üçüncü sırada tercih nedeni sayılırken, ekonomik durum en sırada yer almaktadır. Araştırmada ekonomik durum, katılımcıların “kendi ekonomik durumu”

üzerinden sorgulanmıştır. Buna rağmen, seçmen partinin icraatı ile partinin ideolojini kendi ekonomik durumunun önüne koymakta ve bir partiye buna göre destek vermektedir. 2024 seçimlerinde lider faktörü, diğer faktörlere göre üçüncü sırada belirleyici olmasına rağmen partiler bazında yapılan analizlerde görüleceği gibi lider faktörü bazı partilerde ana belirleyici unsur olmuştur.

2024 yerel seçimlerinin dikkat çeken birkaç özelliği bulunmaktadır. Her şeyden önce, 31 Mart seçimleri bir yerel seçimdir. Yerel seçimlerin milletvekilliği veya cumhurbaşkanlığı seçiminden farklılık arz eden özellikleri vardır. Milletvekili seçiminde, genel olarak partinin ideolojisi, söylemi, icraatı, geçmişi, kimliği ve lideri gibi faktörler önemli rol oynar. Bir bakıma milletvekili seçimleri partilerin seçimleridir. Cumhurbaşkanlığı seçiminde partiler lokomotif rol oynamakla birlikte esas olarak belirleyici olanlar adaylardır. Adayların topluma verdikleri güven cumhurbaşkanlığı seçiminde belirleyici faktördür. Oysa yerel seçimler partilerin yanı sıra il teşkilatları ile belediye başkan adaylarının belirleyici olduğu seçimlerdir.

31 Mart seçimleri ikinci olarak, 14 Mayıs milletvekili seçimleri ile 28 Mayıs Cumhurbaşkanlığı seçiminden sonra gerçekleşen ilk seçimdir. Muhalefet partileri 14 Mayıs seçimlerine ciddi bir hazırlık ve iş birliği yaparak hazırlanmıştı. Altı partiden oluşan Millet İttifakı, “Güçlendirilmiş Parlamenter Sistem” projesini geliştirmiş ve bu projeyi hayata geçirecek bir anayasal hazırlık yapmıştı. Bununla birlikte, Millet İttifakı, ekonomiden kültürel politikalara, milli eğitimden sosyal politikalara genişçe bir program hazırlayarak seçimlere girmiştir (CHP, vd., 2023). Ne var ki, geniş bir ittifakla seçime girmesine rağmen Millet İttifakı hem milletvekili seçimini hem de cumhurbaşkanlığı seçimini kaybetti.

Mayıs 2023 seçimleri Millet İttifakı’nın dağılmasıyla sonuçlandığı gibi, ittifakı sağlayan çatı niteliğindeki CHP’nin kendi içinde ciddi bir hesaplaşma sürecine girmesine de yol açtı. Seçim yenilgisinden sonra İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu partide değişim hareketi başlattı. İmamoğlu ve ekibi 4-5 Kasım 2023’te yapılan Olağan CHP Kurultayı’na değişim söylemiyle girdi ve bu kurultayda mevcut yönetimi devirmeyi başardı. Millet İttifakı’nın mimarı olan ve CHP’yi 2010 yılından beri yöneten Kemal Kılıçdaroğlu devrilerek yerine Genel Başkan Yardımcısı Özgür Özel Genel Başkanlığa getirildi. 31 Mart yerel seçimleri, CHP’nin yeni yönetimi açısından bir çeşit 2023’ün rövanş seçimi oldu. CHP bu seçime yeni bir lider ve yeni bir ekip imajıyla girdi ve seçimde beklediği sonucu elde etti.

31 Mart seçimleri üçüncü olarak, Türkiye’de üç yıldan beri yaşanan derin bir ekonomik krizin gölgesinde gerçekleşmiştir. 2023 milletvekili ve cumhurbaşkanlığı seçimleri de esas itibarıyla

ekonomik krizin gölgesinde gerçekleşmişti. Ancak, o seçimde iktidar cephesi “milli beka” söylemini ön plana çıkararak sonuç almayı başardı. Fakat 2024 seçimleri yerel seçim olması hasebiyle milli bekayı ilgilendiren herhangi bir boyutu söz konusu değildi. Bu bakımdan seçmenin Türkiye’deki ekonomik tablodan ve hükümetin performansından hareketle parti tercihinde bulunacağı beklentisi hakimdi. Nitekim de öyle oldu. Seçmen üç yıldan beri sürmekte olan ekonomik krizi çözmekte başarısız olan hükümeti cezalandırdı ve elindeki birçok kentin belediye yönetimini CHP’ye teslim etti.

31 Mart seçimleri kendine özgü özelliklerine rağmen Türkiye’deki seçmen davranışına ışık tutacak nitelikte bir seçim olmuştur. Tablo 1’de görüldüğü gibi, Türkiye’de üç yıldan beri sürmekte olan derin ekonomik krize rağmen seçmenin ancak yüzde 21,9’u ekonomik durumdan hareketle parti tercihinde bulunmuştur. Parti tercihinde “icraat” ile “ideoloji” ekonomik durumdan daha fazla oranda belirleyici olmuştur. Çarkoğlu (2012), 2001 yılındaki derin ekonomik krize rağmen 2002-2011 yılları arasında gerçekleşen üç seçimde ideolojinin ekonomiden daha fazla belirleyici olduğunu tespit ederek bu araştırmanın bulgularıyla benzer bir sonuca ulaşmıştır.

6. İcraat ile Kimlik Sarkacında Seçmen Davranışı

Tablo 1, Türkiye’deki seçmen davranışına ilişkin genel bir resmi ortaya koymaktadır. Bu tabloya göre Türkiye’de seçmen davranışını belirleyen faktörler arasında partinin icraatları ile ideolojisi en fazla belirleyici hususlardır. Ancak söz konusu faktörlerin partilere göre nasıl bir dağılım gösterdiği önemlidir. Türkiye’de belli başlı partilerle adeta evli olan ve farklı siyasi ideolojilere sahip seçmen hangi saiklerle herhangi bir partiye yönelmektedir? Aşağıda yer alan tablolar esas olarak bu sorunun cevabını bulmaya yönelik bulguları ortaya koymaktadır.

Araştırmanın Tablo 2’ye yansıyan bulguları parti tercihinde rol oynayan dört faktörün partilere hangi düzeyde desteğe dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Ki-kare testine göre seçmen davranışını belirleyen dört faktör bağlamında seçmenlerin parti tercihleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($P=,000$). Değişik partileri destekleyen seçmen, oy davranışını etkileyen dört faktör konusunda farklı tutumlar ortaya koymaktadır. Başka bir deyişle, partilerin desteklenmesinde rol oynayan faktörler bağlamında seçmenin farklı tutumlar ortaya koyduğu yolundaki hipotez doğrulanmış olmaktadır.

31 Mart seçimlerinde Ak Partililerin tercihinde rol oynayan iki ana faktörün partinin icraatları ve partinin lideri olduğu anlaşılmaktadır. CHP’yi tercihte rol oynayan iki faktör seçmenin ekonomik durumu ile partinin ideolojisidir. MHP’liler partinin icraatının yanı sıra parti

ideolojisine, İyi Partililer ekonomik durum ve parti ideolojisine, Dem Partililer parti ideolojisi ve ekonomik duruma, Yeniden Refah Partililer ise ekonomik durum ve parti ideolojisine göre tercihte bulunmuştur. Diğer küçük partileri tercih nedeni olarak parti ideolojisi ile ekonomik durum belirleyici faktör olarak dikkat çekmektedir. “Diğer” kategorisi içinde değerlendirilen partilerin Saadet Partisi, Büyük Birlik Partisi, Memleket Partisi, Zafer Partisi, Türkiye İşçi Partisi, Deva Partisi ve Memleket Partisi olduğunu belirtmekte yarar vardır.

Tablo 2: 31 Mart 2024 Yerel Seçimlerinde Partilere Göre Oy Tercihi

| | Partinin icraatları | Partinin ideolojisi | Partinin lideri | Kendi ekonomik durumu | Chi Square |
|-----------|---------------------|---------------------|-----------------|-----------------------|---|
| AK Parti | 37,5 | 20,0 | 35,2 | 7,3 | N=3764 X ² =874,558 Df= 21 P=,000 |
| CHP | 29,1 | 30,6 | 8,6 | 31,7 | |
| MHP | 47,3 | 26,8 | 14,5 | 11,4 | |
| İYİ Parti | 22,2 | 26,5 | 18,8 | 32,5 | |
| DEM Parti | 7,8 | 56,1 | 16,5 | 19,6 | |
| YRP | 18,4 | 24,2 | 14,8 | 42,6 | |
| Diğer | 26,3 | 52,2 | 7,0 | 14,6 | |

Tablo 2'ye yansıyan veriler üzerinden genel bir değerlendirme yapıldığında, iktidardaki partilerin tercih edilmesinde parti icraatının, muhalefetteki partilerin tercih edilmesinde ise ekonomik durum ile parti ideolojisinin en yüksek oranda belirleyici faktörler olduğu söylenebilir (Kalaycıoğlu, 2010). Araştırma bulgularına göre lider faktörünün en etkin olduğu parti Ak Parti'dir. Ak Parti'nin tercih edilmesinde lider, partinin icraatları kadar belirleyicidir (Tug-Kızıltoprak, 2018). Lider faktörü diğer partilerde belirleyici bir faktör değildir. MHP öteden beri ideolojik duruşu olan bir partidir (MHP, 2024). Buna rağmen 31 Mart seçimlerinde bu partinin tercih edilmesinde partinin icraatı ideolojiden daha fazla tercih nedeni olmuştur. Bu da MHP'nin iktidar ortağı olmasıyla açıklanabilir.

MHP ile benzer çizgide siyaset yapan İyi Parti seçmeni, parti tercihinde kendi ekonomik durumunu başa yerleştirmektedir. Hükümete mesafeli olan ve ekonomik durumundan memnun olmayan milliyetçi seçmen kitlesinin İyi Parti'de yoğunlaştığı anlaşılmaktadır (TEAM, 2019). Benzer bir değerlendirme sağda konumlanan Yeniden Refah Partisi (YRP) için de yapılabilir. Ak Parti'ye yakın olup ekonomik durumunu iyi görmeyen seçmen YRP için oy kullanmıştır. Ancak gerek İyi Parti'nin gerekse Yeniden Refah Partisi'nin tercih

edilmesinde ideoloji ikinci sırada gelmektedir. Bu da iki partinin birer ideolojik temele dayandığı ve bunun kendi seçmenlerinin tercihinde rol oynadığı gerçeğini ortaya koymaktadır. Çok sayıda belediye yönetimini kazanan ve kendisini solda konumlandıran CHP'ye bakıldığında, ekonomik durum ile ideolojinin bu partiyi tercihte belirgin rol oynadığı görülür. CHP'nin tercih edilmesinde seçmenin ekonomik durumu ile parti ideolojisi neredeyse başa baş gitmektedir. Seçmenin ekonomik durumunun 2024 yerel seçimlerinde konjonktürel bir değer olduğu gerçeğini dikkate aldığımızda, ideolojik referansın CHP açısından ne denli belirleyici olduğunu daha iyi anlamış oluruz (Doğan, 2018: 20).

İdeolojinin diğer tüm parti seçmeninden keskin biçimde ayrıştırdığı seçmen kitlesi DEM Parti'de görülmektedir. Zira bu partiye oy veren seçmenin yarıdan fazlası (yüzde 56,1) ideolojik bir tercihe sahiptir ve partisine bundan dolayı oy vermiştir. Partinin icraatı, DEM Parti seçmeni tarafından hemen hemen hiç dikkate alınmamaktadır. Yine lider ve ekonomik durum, partilerini desteklemede DEM Partililer için fazla önem taşımamaktadır (Kutlu, 2018). Dolayısıyla DEM Parti seçmeni, ideolojik bağ ve kimlik üzerinden kendisini partisiyle özdeşleştirmekte ve bunun üzerinden partisine destek vermektedir.

Seçmen davranışını belirlediği varsayılan dört faktör, 14 Mayıs milletvekili seçimleri üzerinden de test edilmiştir. Ki-kare testi, seçmen davranışını belirleyen faktörlerin partiler arasında anlamlı farklılıklar oluşturduğunu ortaya koymaktadır ($P=,000$). 14 Mayıs 2023 milletvekili seçimlerinde genel hatlarıyla 2024 yerel seçimleriyle benzer bir tablo ortaya çıkmıştır. Bu da Türkiye'deki seçmen davranışının, seçimin türüne bakılmaksızın benzer biçimde seyrettiği tezini desteklemektedir. 14 Mayıs seçimlerinde sağ partilerin tercih edilmesinde rol oynayan ana faktör "icraat" iken, sol partilerin tercih edilmesinde rol oynayan ana faktör ise "ideoloji" olmuştur. Bu genel yargıyı sağda bozan iki parti Yeniden Refah Partisi ile Zafer Partisi'dir. İdeoloji bu iki partinin tercih edilmesinde ana unsur olmuştur. Söz konusu genel yargıyı solda bozan parti ise Muharrem İnce ile özdeşleşmiş olan Memleket Partisi'dir. Bu partiye oy veren seçmen, lider faktörünü öncelikli değer olarak dikkate almıştır. İyi Partililer, gerek 2023 milletvekili gerekse 2024 seçimlerinde benzer bir tutum ortaya koymaktadırlar. Ekonomik durum, iki seçimde de bu partiye oy veren seçmen kitlesinin oy davranışında en fazla etkili olan faktördür. Bu da hükümete ekonomi politikaları üzerinden kızgın olan seçmenin yoğunlaştığı partinin İyi Parti olduğunu ortaya koymaktadır. İyi Parti seçmeninin tutumu, yukarıda ileri sürülen, sağ seçmenin genel olarak pragmatik bir rasyonaliteden hareketle icraat ve ekonomik durumu dikkate alarak oy davranışında bulunduğu yönündeki tezi desteklemektedir.

Tablo 3: 14 Mayıs 2023 Milletvekili Seçiminde Partilere Göre Oy Tercihi

| | Partinin icraatları | Partinin ideolojisi | Partinin lideri | Kendi ekonomik durumu | Chi Square |
|-----------|----------------------------|----------------------------|------------------------|------------------------------|---|
| AK Parti | 36,8 | 19,5 | 30,3 | 13,4 | N=3762 X ² =648,835 Df= 33 P=,000 |
| CHP | 29,9 | 39,3 | 9,1 | 21,7 | |
| MHP | 37,7 | 19,5 | 20,3 | 22,5 | |
| İYİ Parti | 24,5 | 21,2 | 12,0 | 42,3 | |
| YSP | 15,1 | 43,4 | 14,4 | 27,1 | |
| YRP | 18,4 | 33,0 | 29,1 | 19,3 | |
| MP | 20,4 | 20,2 | 40,1 | 20,3 | |
| BBP | 43,2 | 37,8 | 5,4 | 13,6 | |
| ZP | 7,4 | 53,1 | 1,2 | 38,3 | |
| TİP | 23,4 | 39,1 | 18,8 | 18,7 | |

Partiler açısından icraata göre tercih edilmekle, parti ideolojine göre tercih edilmek arasında önemli bir farklılık bulunmaktadır. İcraata göre tercih edilen partiler daha kırılğan olup, başarılı icraat gösteremedikleri zaman seçmen desteğini kaybetme riskiyle karşılaşabilmektedirler. Bugün iktidarda olan Ak Parti ile MHP'nin ortaya koyduğu resim bu tezi desteklemektedir. Ak Parti'yi yirmi yılı aşkın süre birinci parti konumunda tutan seçmen, ekonomideki üç yıllık kötü gidişat karşısında bu partiden ayrılarak başka partilere yönelmiş ve partisini 2024 seçimlerinde ikinci parti konumuna düşürmüştür. Öte yandan iktidarın performansından memnun olmayan milliyetçi seçmen MHP'den ayrılarak İyi Parti'yi ortaya çıkarmıştır. Oysa ideolojik referanslardan hareketle tercih edilen partilerin böyle bir riski yoktur. Seçmen, icraatına ve performansına bakmaksızın bu tür partilere ideolojisi üzerinden destek vermektedir. Dolayısıyla CHP ve DEM Parti'nin, ideolojik duruşlarını muhafaza ettikleri sürece belli oranda seçmenin desteğini arkalarında hep hissedeceklerini iddia etmek yanlış olmayacaktır.

7. Siyasi Kimlikler ve Seçmen Davranışı

Türkiye'de İkinci Meşrutiyet ile birlikte belli başlı düşünce akımları sahneye çıkmış ve bugüne kadar varlıklarını sürdürmüştür. İkinci Meşrutiyet döneminde siyaset sahnesinde boy gösteren üç baskın fikir akımı Batıcılık, milliyetçilik ve İslamcılık idi (Çarkçı, 2024). Cumhuriyet döneminde bu akımların bir kısmı form değiştirirken bir kısmı ana yapısını

koruyarak günümüze kadar gelmiştir. Batıcılık, Cumhuriyet döneminde genel olarak Atatürkçülüğe evrilirken, İslamcılık muhafazakarlığın sarmalında kalan bir karakter kazandı (Evkuran, 2016). Özellikle Ak Parti iktidarı ile birlikte muhafazakarlık ideolojisi İslamcılığı da kapsayacak genişlikte bir ideoloji haline geldi (Özbudun, 2009). Öte yandan milliyetçilik, ana sütunlarını korurken, diğer ideolojilere renk veren bir ana harç haline geldi. Türkiye’de Atatürkçülük ve muhafazakarlık da milliyetçi bir karaktere sahiptir ve hatta çoğu zaman milliyetçilik, milliyetçi-muhafazakâr örneğinde olduğu gibi iki ayaklı bir terkibe bürünmektedir (Bora, 2021). Çok partili hayatla birlikte bugün kadim üç akımın dışında çok sayıda farklı fikri akım da Türkiye’de boy göstermektedir. Liberalizm, sosyalizm, feminizm ve Kürt milliyetçiliği son elli yılda Türkiye’nin siyasal hayatına damga basan akımlar haline geldiler. Bu tür fikri akımların birer kimliğe dönüştüğünü söyleyebiliriz.

Tablo 4: Siyasi Kimliğe Göre Oy Tercihi

| | Partinin icraatları | Partinin ideolojisi | Partinin lideri | Kendi ekonomik durumu | Chi Square |
|-------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------|------------------------------|---|
| Milliyetçi | 38,1 | 18,3 | 20,5 | 23,2 | N=3765 X ² =410,162 Df= 12 P=,000 |
| Muhafazakâr | 29,9 | 24,4 | 28,1 | 17,6 | |
| Atatürkçü | 31,0 | 36,0 | 11,2 | 21,8 | |
| Sosyal demokrat | 41,4 | 12,1 | 17,9 | 28,6 | |
| Kürt milliyetçisi | 13,4 | 59,7 | 2,0 | 24,9 | |

Araştırmada oy tercihinde rol oynayan faktörlere siyasi kimlikler üzerinden de bakılmıştır. Oy davranışında rol oynayan faktörlerin siyasi siyasi kimliklere göre nasıl yayılım gösterdiği sorgulaması 2024 yerel seçimleri üzerinden yapılmıştır. Test edilen siyasi kimlikler Tablo 4’te görüldüğü gibi milliyetçilik, muhafazakarlık, Atatürkçülük, sosyal demokratlık ve Kürt milliyetçiliğidir. Milliyetçilikten genel olarak Türk milliyetçiliği anlaşıldığı için bu kimliğin önüne başka da bir sıfat konmaya gerek görülmemiştir. Ki-kare testine bakıldığında parti tercihinde rol oynayan faktörler bağlamında siyasi kimliklerin oy tercihi önemli ölçüde ayrılmaktadır (P=,000).

Kendisini milliyetçi olarak tanımlayanların parti tercihinde en fazla rol oynayan faktör partilerin icraatıdır. Milliyetçilerde parti icraatını takip eden diğer bir faktör seçmenin ekonomik durumudur. Milliyetçilik ideolojisinin ana kulvarının sağda konumlanmış olan Milliyetçi Hareket Partisi ile İyi Parti olduğu gerçeğini dikkate aldığımızda buradaki bulguların Tablo 2 ve Tablo 3’e yansıyan bulgularla paralel olduğu söylenebilir. Muhafazakâr

seçmen, parti tercihinde partinin icraatları ile partinin liderini temel referans olarak kabul etmektedir. İcraat ve lider muhafazakâr kimliğe sahip olan seçmen için partinin ideolojisinden veya ekonomik durumdan daha önceliklidir. Muhafazakâr seçmenin ekseri çoğunluğunun Ak Parti'den yana tercihte bulunduğu gerçeğini dikkate aldığımızda bu bulgunun da yukarıdaki tespitlerle uyumlu olduğu görülür.

Atatürkçülük, Türkiye'de milliyetçilikten sonra gelen en baskın kimliklerden biridir. Bugün milliyetçilik gibi Atatürkçülük de farklı siyasi eğilimlere veya kimliklere yansıyan bir ideoloji veya dünya görüşü haline gelmiştir. Atatürkçülük, Altı Ok'ta somutlaşmış bir ideoloji olmakla birlikte esasında modernleşmeyi, ulusal bağımsızlığı ve kadın-erkek eşitliğini sembolize eden bir dünya görüşüdür. Atatürkçülük, bu özelliğinden dolayı farklı ideolojilere bir şekilde sirayet etmeyi başarmıştır (Demirtaş-Bagdonas, 2008). Kendisini Atatürkçü olarak tanımlayanların parti tercihinde rol oynayan en önemli faktör parti ideolojisidir. Atatürkçülerin genel bir eğilim olarak CHP'ye destek verdiği gerçeğini dikkate aldığımızda, CHP ideolojisinin bu partinin performansının ötesinde Atatürkçüleri cezbedtiğini söyleyebiliriz.

Konuya Kürt milliyetçileri üzerinden bakıldığında oy tercihinde ideolojik referansın oldukça baskın olduğu görülür. Tablo 4'te görüldüğü gibi, kendisini Kürt milliyetçisi olarak tanımlayanların yüzde 59,7 gibi büyük bir çoğunluğu parti ideolojisinden hareketle oy tercihinde bulunmaktadır. Kürt milliyetçilerinin tercihini sağlayan partinin de benzer biçimde etnik milliyetçilik çizgisinde konumlandığı söylenebilir. Bugünkü adı DEM olan etnik milliyetçi çizgideki parti sürekli isim değiştirmesine rağmen, aynı ideolojiyi taşımakta ve aynı teşkilat omurgası üzerinde yükselmektedir. Farklı isimler altında siyaset yapmasına rağmen bu parti, seçmen tabanı ile güçlü ideolojik bağ kurduğu için sürekli olarak tabanından aynı oranlarda oy desteği almaktadır.

Kendisini sosyal-demokrat çizgide konumlandıran seçmenin genel olarak parti icraatı ile ekonomik durumunu dikkate alarak tercihte bulunduğu anlaşılmaktadır. Türkiye'de Kemalizm'den çok sosyalist veya sosyal demokrat düşünce geleneğinden beslenen kitlenin önemli bir kesimi yüzergezer oy kitesini oluşturmaktadır. Bu çizgideki seçmenin bir kısmı zaman zaman kendisini muhafazakâr-demokrat (Akdoğan, 2004) olarak tanımlayan Ak Parti'ye oy vermiştir veya Ak Parti tarafından önerilen referandumlara destek vermiştir. 2010 referandumuna "yetmez ama evet" söylemiyle destek veren seçmen kitlesinin önemli bir kısmının bu kesimden olduğunu unutmamak gerekir (Sandıkçı, 2023).

Tablo 5: Lidere Yakınlığa Göre Oy Tercihi

| | Partinin icraatları | Partinin ideolojisi | Partinin lideri | Kendi ekonomik durumu | Chi Square |
|------------------|---------------------|---------------------|-----------------|-----------------------|---|
| R.T. Erdoğan | 39,0 | 19,0 | 29,8 | 12,2 | N=3763 X ² =675,398 Df= 36 P=,000 |
| Ö. Özel | 31,0 | 35,7 | 13,4 | 19,9 | |
| D. Bahçeli | 41,0 | 18,9 | 12,2 | 27,9 | |
| M. Akşener | 36,6 | 17,9 | 16,4 | 29,1 | |
| S. Demirtaş | 11,7 | 45,5 | 11,7 | 31,1 | |
| F. Erbakan | 16,0 | 34,0 | 26,6 | 23,4 | |
| Ü. Özdağ | 20,3 | 50,0 | 1,8 | 27,9 | |
| M. İnce | 26,4 | 19,8 | 30,7 | 26,1 | |
| M. Destici | 42,3 | 42,5 | 6,1 | 9,1 | |
| T. Karamollaoğlu | 23,3 | 62,8 | 2,3 | 11,6 | |
| A. Babacan | 44,4 | | 3,7 | 55,6 | |
| A. Davutoğlu | 26,8 | 20,2 | 28,1 | 22,6 | |
| Hiçbiri | 16,5 | 27,8 | 14,7 | 41,0 | |

Araştırmada analiz edilen hususlardan biri de lidere yakınlık duygusuna göre oy tercihinde rol oynayan faktörlerin etkinliği olmuştur. Parti tercihinde rol oynayan faktörler, parti ve siyasi kimlikte olduğu gibi lidere yakınlık bakımından da seçmen kitleleri arasında anlamlı bir farklılığa yol açmaktadır (P=,000). Kendisini Cumhurbaşkanı Erdoğan'a yakın hissedenler partinin icraatına ve liderine göre oy tercihinde bulunmuştur. Özgür Özel'e yakın hissedenler en fazla oranda parti ideolojisi ve partinin icraatına göre hareket ederek oy davranışı sergilemiştir. Devlet Bahçeli ve Meral Akşener'e yakın hisseden seçmen, parti icraatının yanı sıra ekonomik duruma göre tercihte bulunmuştur. Selahattin Demirtaş'a yakınlık hisseden seçmenin oy davranışını belirleyen iki faktör parti ideolojisi ve seçmenin kendi ekonomik durumudur. Fatih Erbakan bağlılarının oy davranışını belirleyen iki faktör parti ideolojisi ve lideridir.

31 Mart seçimlerinde oy oranı yüzde 5'in altında seyreden küçük partilere bakıldığında şöyle bir tablo ile karşılaşılır: Ümit Özdağ, Mustafa Destici ve Temel Karamollaoğlu'na yakın hissedenlerin oy davranışında belirleyici rolü oynayan faktör parti ideolojisidir. Saadet Partisi Genel Başkanlığı yapan Karamollaoğlu, köklü bir geleneğe sahip olan Milli Görüş ideolojisine sahiptir ve bu ideoloji üzerinden seçmeni ile bağ kurmaktadır (Baykal, 2021).

Muharrem İnce ve Ahmet Davutoğlu'na yakın hissedenerler lider faktörünü ön plana çıkararak oy vermiştir. Ali Babacan yanlıları kendi ekonomik durumlarını dikkate alarak olarak oy kullanmıştır. Kendisini hiçbir lidere yakın hissetmeyen seçmen de benzer biçimde kendi ekonomik durumuna göre 31 Mart yerel seçimlerinde oy davranışında bulunmuştur.

Kısaca, lider faktörünün daha çok sağ çizgideki partileri harekete geçirdiği ve oy tercihinde belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Lider figürünün Türk kültüründe önemli bir değer taşıdığını unutmamak gerekir. Lider, Türk siyasal kültüründe bir partinin genel başkanından daha fazla şey ifade eder. Türk kültüründe lider, yol ve istikamet göstererek kendi milletinin kaderini tayin eden kült bir karaktere sahiptir. Türkçede liderin bu özelliğini vurgulayan çok sayıda atasözü ve deyim bulunmaktadır (Koşar ve Gürer, 2023). Araştırma bulgularından hareketle, seçmen tercihinde rol oynayan liderlerin bir siyasal gelenek veya bir siyasal ideolojiden çok kendi karizmalarından güç aldıklarını söyleyebiliriz.

8. Demografik Özelliklere Göre Oy Tercihi

Seçmen davranışını etkileyen faktörler konusunda demografik özellikler anlamlı bir farklılık oluşturmakta mıdır? Bu soruya cevap vermek için araştırmaya katılanların cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenleriyle, seçmen davranışını belirleyen faktörlerin çapraz analizi yapılmıştır.

Öncelikle seçmen davranışını belirleyen dört faktör bağlamında kadınlarla erkeklerin sergilediği tutum arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($P=,000$). Tablo 6'da görüldüğü gibi, kadınlar için partinin icraatı ile partinin ideolojisi en yüksek oranda belirleyici iki değerdir. Erkeklerde de benzer biçimde parti icraatı ile parti ideolojisi en yüksek oranda belirleyici faktörlerdir. Ancak söz konusu faktörler üzerinden partilere destek verme eğiliminde kadınlarla erkekler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Kadınlar erkeklere göre daha fazla oranda parti icraatı ve liderine önem vermektedirler. Buna karşın erkekler kadınlara göre daha fazla oranda partinin ideolojisine ve kendilerinin ekonomik durumuna ağırlık vermektedirler. Erkeklerin kadınlara göre daha fazla ideolojik davrandığını ve ekonomik sorumluluk duygusuna sahip olduklarını söyleyebiliriz.

Tablo 6: 31 Mart 2024 Yerel Seçimlerinde Demografik Özelliklere Göre Oy Tercihi

| | Partinin icraatları | Partinin ideolojisi | Partinin lideri | Kendi ekonomik durumu | Chi Square |
|------------|---------------------|---------------------|-----------------|-----------------------|---|
| | CİNSİYET | | | | N=3763 X ² =43,933 Df= 3 P=,000 |
| Kadın | 32,6 | 27,7 | 21,4 | 18,3 | |
| Erkek | 29,4 | 29,4 | 15,7 | 25,6 | |
| | YAŞ | | | | N=3764 X ² =75,443 Df= 6 P=,000 |
| Genç | 30,1 | 36,5 | 14,5 | 18,8 | |
| Orta yaş | 31,0 | 22,8 | 21,3 | 24,9 | |
| İleri yaş | 32,1 | 26,3 | 20,0 | 21,7 | |
| | EĞİTİM | | | | N=3766 X ² =57,557 Df= 6 P=,000 |
| İlköğretim | 32,1 | 28,2 | 21,1 | 18,6 | |
| Lise | 30,3 | 25,2 | 18,3 | 26,3 | |
| Üniversite | 29,1 | 33,9 | 12,4 | 24,6 | |

Yaş değişkeni de seçmen davranışını etkileyen faktörler bağlamında katılımcılar arasında anlamlı bir farklılığa yol açmaktadır (P=,000). Genç kuşaktaki katılımcılar, partilerin ideolojisi ile icraatını dikkate alarak oy verme eğilimindedirler. Bu kuşaktaki katılımcılar, parti ideolojisini diğer faktörlere göre daha yüksek oranda ön plana çıkarmaktadırlar. Bu da gençlerin parti misyonuna yüklediği anlamla bağlantılı olabilir (Saktanber, 2007). İleri yaştaki katılımcıların da gençlere benzer bir tutum içinde oldukları görülmekle birlikte onlarda öncelikli tercih nedeni olan faktör parti icraatıdır. Buna karşın orta yaştaki katılımcılar diğerlerine göre partilerin icraatları ile kendi ekonomik durumlarını daha fazla oranda ön plana çıkarmaktadırlar. İlgili tabloda görüldüğü gibi, üç kuşağın parti tercihinde rol oynayan faktörler farklı olduğu gibi her kuşağın bu faktörlere verdiği öncelik ve ağırlık da farklıdır. Gençler parti ideolojisini öncelikli tercih nedeni olarak belirtirken, ileri ve orta yaştaki katılımcılar parti icraatını en fazla oranda tercih nedeni olarak görmektedirler.

Eğitim düzeyi de parti tercihinde rol oynayan faktörler bağlamında katılımcılar arasında anlamlı bir farklılığa yol açmaktadır (P=,000). İlköğretim mezunlarının oy tercihini en fazla belirleyen iki faktör parti icraatı ile parti ideolojisidir. Lise mezunlarının parti tercihinde en fazla rol oynayan iki faktör sırasıyla partilerin gerçekleştirdiği icraat ile kendi ekonomik durumlarıdır. Üniversite mezunları, diğerlerinin aksine önceliği parti ideolojisine vermektedirler. Üniversite eğitimine sahip olan katılımcılar, partilerin icraatını ikinci sırada

tercih nedeni olarak belirtmektedirler. Buna göre üniversite mezunları, ilköğretim ve lise eğitimine sahip olan katılımcılara göre parti tercihinde daha fazla ideolojik referansları dikkat almaktadır. Bu durum üniversite eğitiminin, öğrencilere farkındalığın yanı sıra politik ve ideolojik pozisyon kazandırmasıyla açıklanabilir. Kuşkusuz, 2020'lerin üniversite gençliği 1970'lerin üniversite gençliği gibi politik duruşa sahip değildir. Ancak üniversite eğitimine sahip olanlar, yine de ilköğretim ve lise eğitimine sahip olanlara göre daha fazla politik ve ideolojik karaktere sahiptir.

9. Sonuç

Demokratik sistemlerde seçmen ile siyasi partiler arasında geçici ve kalıcı bağlar bulunmaktadır. Geçici bağlar, partilerin performansının yanı sıra konjonktürel şartlarla bağlantılıdır. Partilerin performanstan düşmesi veya şartların değişmesiyle birlikte seçmen partisinden desteğini çekerek kararsız duruma düşer veya başka partilere yönelir. Oysa ideoloji ve parti kimliğinden kaynaklanan kalıcı bağlar, seçmenin bir partiye göbek bağıyla bağlanmasına ve sadakat göstermesine yol açar. Seçmenle parti arasında kimlikten, ideolojiden, tarihsel veya kültürel koşullardan kaynaklanan derin bağlar bulunmaktadır. Partinin icraatı, kadrosu, lideri, performansı veya konjonktürel şartlar seçmenle parti arasındaki bağı koparmaya yetmez. Bu tür faktörler söz konusu bağı ya pekiştirir veya olsa olsa zayıflatır; ancak asla koparmaz.

Türkiye'deki seçmen davranışının genel olarak icraat ile ideoloji tarafından belirlendiğini söyleyebiliriz. Merkez sağ partiler genel olarak icraatları ve liderleri üzerinden seçmen desteği alırlar. Lider başarısız olduğunda ve parti icraatçı özelliğini yitirdiğinde seçmen desteğini kaybeder. Merkez sağ seçmenin adresinin yine de merkezdeki partiler olduğunu unutmamak gerekir. Bu siyasi yelpazede seçmen desteğini kaybeden partinin yerine yine merkez sağda yeni bir parti uç verir, merkez sağdaki seçmen bu kez ona yönelir. Türkiye'de Demokrat Parti ile başlayıp Ak Parti'ye kadar süren deneyim bunu göstermiştir. Bu cenahtaki iki parti (Demokrat Parti ve Adalet Partisi) askeri darbelerle siyasetin dışında kalırken, iki parti de (Anavatan Partisi ve Doğru Yol Partisi) liderlerinin devreden çıkmasıyla ve icraatçı özelliklerini yitirmeleriyle birlikte siyaset sahnesinin dışında kalmıştır.

Türkiye'de öte yandan ideolojik nedenlerle seçmen desteğini alan partiler vardır. Merkez solu domine eden CHP ile sağın ve solun periferisinde yer alan ideolojik partiler bu nitelikte partilerdir. İdeoloji, seçmenle parti arasında derin bir bağ oluşturduğu için bu tür partiler her

zaman belli oranda seçmen desteğine sahiptirler. Seçmen partinin icraatına, liderine veya kadrosuna bakmaksızın ideolojik bağ kurduğu partiyi destekler. CHP'nin farklı liderler ve kadrolar tarafından yönetilmesine rağmen belli bir oy tabanını her zaman muhafaza etmesi bundan kaynaklanmaktadır. Yine sağda ve solda belli bir seçmen kitlesine hitap eden ve onların her halükârda adresi haline gelen partileri ayakta tutan güç de ideolojidir. İdeolojik partiler performanslarıyla değil, ideolojiye sadakat ve bağlılıklarıyla değerlendirilir ve bunun üzerinden kendisiyle özdeşleşmiş seçmenin desteğini alır.

31 Mart 2024 seçimleri adayların ve parti teşkilatlarının belirleyici rol oynadığı bir yerel seçim olmasına ve ağır bir ekonomik krizin gölgesinde gerçekleşmiş olmasına rağmen seçmen bu seçimde kendisinin ekonomik durumundan çok partilerin icraatçı veya ideolojik özelliğine göre tercihte bulunmuştur. Bu da Türkiye'deki seçmen davranışına ilişkin yukarıda ileri sürülen tezi desteklemektedir.

Kaynakça

- Akbayır, M. (2018). Darbe Dönemlerinde Türk Medyası: 27 Mayıs, 12 Eylül ve 15 Temmuz Örneğinde Medya-Demokrasi İlişkisi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Akdoğan, Y. (2004). *Ak Parti ve Muhafazakar Demokrasi*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Albayrak, M. (2004). *Türk Siyasi Tarihinde Demokrat Parti (1946-1960)*. İstanbul: Phoenix Yayınevi.
- Akgül, F. İ. (2013). Türkiye'de Seçmen Davranışları: Politik Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Etkileyen Faktörler (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gediz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Aydın, K., Yılmaz, E., Çaha, Ö., ve Uzunöz, M. (2019). *Türkiye'de Romanlar: Bir Kimlik Ekonomisi*. 116R050 Nolu TÜBİTAK Projesi Raporu.
- Bakacak, A. A. (2023). Türkiye'de Siyaset ve Medya: 2007 Cumhurbaşkanlığı Seçim Sürecinde Hürriyet Gazetesinin Tutumu. *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 19(65), 164-191.
- Baykal, Ö. (2021). Sağ Bir Siyaset Olarak Milli Görüş Hareketi. *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 17(60), 34-58.

- Besli, H. ve Özbay, Ö. (2017). *Bir Liderin Doğuşu: R. Tayyip Erdoğan*. İstanbul: Meydan Yayıncılık.
- Bilginer-Erdogan, Ş. (2022). *Türkiye'deki Askeri Müdahaleler ve Medya*. EKEV Akademi Dergisi, (89), 307-324.
- Bogart, D. (2013). Political Party Representation and Electoral Politics in England and Wales, 1690-1740. *Social Science History*, 40(2), 271-303. Doi: 10.1017/ssh.2016.4
- Bora, T. (2021). *Türk Sağının Üç Hali: Milliyetçilik, Muhafazakarlık, İslamcılık*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çaha, Ö. (2020). Yeni Medya ve Değişen Toplumsal Hareketler. *Bilişim Teknolojileri ve İletişim: Birey ve Toplum Güvenliği* içinde (s. 248-164). Şeker, M., Bulduklu, Y., Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi. Doi: 10.53478/TUBA.2020.020
- Çaha, Ö. ve Guida, M. (2011). *Türkiye'de Seçim Kampanyaları*. Ankara: Orion.
- Çarkçı, A. (2024). *Meşrutiyet Dönemi Siyasal Akımları*. İstanbul: Akademisyen Kitabevi.
- Çarkoğlu, A. (2008). Ideology or Economic Pragmatism?: Profiling Turkish Voters in 2007. *Turkish Studies*, 9(2), 317-344. Doi: 10.1080/14683840802012074.
- Çarkoğlu, A. (2012). Economic Evaluations vs. Ideology: Diagnosing the Sources of Electoral Change in Turkey 2002-2011. *Electoral Studies*, 31(3), 513-521. Doi: 10.1016/j.electstud.2012.02.005.
- CHP., Deva., DP., Gelecek., İyi Parti., Saadet. (2023). *Ortak Politikalar Mutabakat Metni*. (30 Ocak). Ankara: Cumhuriyet Halk Partisi Yayınları.
- Congcong, W. ve Dan, K. (2020). The Greening of European Radical Left Parties: Red and Green Politics. *Journal of Contemporary European Studies*, 28(4), 494-513. doi: 10.1080/14782804.2020.1792280
- 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. Doi: 10.1080/15377850902813386
- Demirtaş-Bagdonas, Ö. (2008). The Clash of Kemalism?: Reflections on the Past and the Present Politics of Kemalism in Turkish Political Discourse. *Turkish Studies*, 9(1), 99-114. Doi: 10.1080/14683840701814034

- Doğan, A. ve Tokgöz, E. (2022). Seçmen Tercihinde Ekonomik Gelişmelerin Rolü: Ekonomik Oy Verme Teorisi Bağlamında Türkiye Genel Seçimleri Üzerine Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(2), 1179-1205. Doi: 10.19145/e-gifder.1112826.
- Doğan, S. (2018). *Konda Seçmen kümeleri: CHP Seçmenleri*. İstanbul: Konda Seçmen Kümeleri Analizi. Erişim adresi: <https://konda.com.tr/uploads/konda-secmenkumeleri>
- Erdem, F. H. (2019). 31 Mart Seçimleri ve Kürtler. *E-Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi*, 11(3), 1548-1565. Doi: 10.26791/sarkiat.670203
- Evkuran, M. (2016). İslamcılık-Muhafazakarlık İlişkinin Politik Teolojisi: Muhafazakar Siyaset ve İslamcılık Üzerine Tezler. *Uluslararası Günümüz İslam Dünyasında Meseleler ve Çözüm Yolları Kongresi*. İstanbul: 10-12 Ekim.
- Fieldhouse, E., Green, J., Evens. G., Mellon, J., Prosser C., Schmitt H. ve Eijk, C. D. (2019). *Electoral Shocks: The Volatile Voter in a Turbulent World*. Oxford: Oxford University Press.
- Flatley, J. (2001). Computer-Assisted Self-Interviewing over the Web: Criteria for Evaluating Survey Software with Reference to Blaise IS. *Proceedings of the 7th International Blaise Users Conference*. Washington (September, 12-14). Erişim adresi: https://www.blaiseusers.org/2001/papers/IBUC_2001-10-9-01.
- Guida, M. (2022). Çay Politics: Informal Politics in Turkey and Vote Mobilization in Istanbul and Şanlıurfa. *Informal Politics in the Middle East* içinde (s. 43-66). Suzi Mirgani, Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197604342.003.0003> (10 Mayıs 2024).
- Heywood, A. (2013). *Politics*. Fourth Edition. New York: Palgrave Macmillan.
- Kalaycıoğlu, E. (2010). Justice and Development Party at the Helm: Resurgence of Islam or Restitution of the Right-of-Center Predominant Party. *Turkish Studies*, 11(1), 209-44. Doi: 10.1080/14683841003747013.
- Kaliber, A. ve Tocci, N. (2010). Civil Society and the Transformation of Turkey's Kurdish Question. *Security Dialogue*, (41), 191-216. Doi: 10.1177/0967010610361890.
- Keyman, E. F. (2010). Modernization, Globalization and Democratization in Turkey: The AKP Experience and its Limits. *Constellations*, 17(2), 312-327. Doi: 10.1111/j.1467-8675.2010.00596.x.

- Keyman, F. (2012). Rethinking the 'Kurdish Question' in Turkey: Modernity, Citizenship and Democracy. *Philosophy Social Criticism*, 38(4-5), 467-476. Doi: 10.1177/0191453711435655.
- Kızıltoprak-Tuğ, A. A. (2018). Türk Siyasetinde Recep Tayyip Erdoğan'ın Karizmatik Liderliği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(30), 613-638. Doi: 10.16990/SOBIDER.4613
- Koşar, D. ve Gürer, G. T. (2023). Atasözleri Bağlamında Türk Kültüründe Liderlik. *Milli Folklor*, 18(138), 198-205. Doi: 10.58242/millifolklor.1162625
- Küçükömer, İ. (2007). *Batılılaşma ve Düzenin Yabancılaşması*. Beşinci Baskı. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Kutlu, Y. (2018). *Konda Seçmen Kümeleri: HDP Seçmenleri*. İstanbul: Konda Seçmen Kümeleri Analizi. Erişim adresi: <https://konda.com.tr/uploads/konda-secmen-kumeleri-mhp-secmenlerimayis-201884-c4f8ea-e7f81009213ecf5-6438d-c44-39f-e03-77e-6192-46d3377-e765fcb397cf5.pdf>
- Lewis-Beck, M. S. ve Nadeau, R. (2012). PIGS or Not? Economic Voting in Southern Europe. *Electoral Studies*, 31(3), 472-477. Doi: 10.1016/j.electstud.2012.02.008.
- Lijphart, A. (2012). *Patterns of Democracy: Government Forms and Performance in Thirty-Six Countries*. Second Edition. New Haven & London: Yale University Press.
- Mardin, Ş. (1973). Center-Periphery Relations: A Key to Turkish Politics? *Daedalus*, 102(1), 169-190. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/20024114>.
- Milliyetçi Hareket Partisi. (2024). *Milliyetçi Hareket Partisi Parti Programı*. [Adobe Digital Editions]. Erişim adresi: https://mhp.org.tr/html/docs/mhp/program/mhp/mhp_tarihcesi.html
- Milbarth, W. M. ve Goel, M. L. (1982). *Political Participation: How and Why do People get Involved in Politics*. İkinci Baskı. New York ve London: University Press of America.
- Moore, D. S., Notz, W. I. ve Flinger, M. A. (2013). *The Basic Practice of Statistics* (6th ed.). New York: W. H. Freeman and Company.
- Müftüler-Baç, M. ve Keyman, E. F. (2012). Turkey Under the AKP: The Era of Dominant-Party Politics. *Journal of Democracy*, 23(1), 85-99. Doi: 10.1353/jod.2012.0000.

- Nos-Aldas, E. (2015). Activism, Transmedia Storytelling and Empowerment. Baybars-Hawks içinde *New Media Politics: Rethinking Activism and National Security in Cyberspace* (78-94). Cambridge: Cambridge Scholar Publishing.
- Oğur, Y. (2024). Seçmen Artık Sadık Değil, Macera Peşinde. *Karar Gazetesi*. Erişim adresi: <https://www.karar.com/yazarlar/yildiray-ogur/secmen-artik-sadik-degil-macera-pe-sinde-1600190>
- Öniş, Z. (2007). Conservative Globalists Versus Defensive Nationalists: Political Parties and Paradoxes of Europeanization in Turkey. *Journal of Southern Europe and the Balkans*, 9(3), 247-261. Doi: 10.1080/14613190701689902.
- Özbudun, E. (2009). From Political Islam to Conservative Democracy: The Case of the Justice and Development Party in Turkey. *South European Society and Politics*, 11(3-4), 543-557. Doi: 10.1080/13608740600856561.
- Pulzer, P. G. J. (2008). *Political Representation and Elections in Britain*. Michigan: Michigan University Press. https://books.google.com.tr/books/about/Political_Representation_and_Elections. (28 Mayıs 2024).
- Rackaway, C. ve, Romance, J. (2022). *Primary Elections and American Politics: The Unintended Consequences of Progressive Era Reform*. Albany: State University of New York.
- Rae, N. C. (1992). Class and Culture: American Political Cleavages in the Twentieth Century. *The Western Political Quarterly*, 45(3), 629-650. Doi: 10.2307/448685
- Saktanber, A. (2007). Cultural Dilemmas of Muslim Youth: Negotiation Muslim Identities and Being Young in Turkey. *Turkish Studies*, 8(3), 417-434. Doi: 10.1080/14683840701489290.
- Sandıkçı, E. (2023). Yetmez Ama Evet'in Düşünsel Arkaplanı Olarak Post-Kemalizm (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Selçuk, E. K. (Der). (2023). *Kuruculuktan Daimi Muhalefe CHP'nin 100 Yılı*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- TEAM. (2019). *Seçmen Blokları Zayıflıyor: İyi Parti Seçmen Analizi*. İstanbul. Toplumsal Etki Araştırmaları Merkezi.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2023). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları*. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2023-49684>

Yanık, M. (2015, 5 Ekim). Muhafazakar Kürtlerin Oylarında Değişim Mümkün. *Star*. Erişim adresi: <https://www.star.com.tr/yazar/muhafazakar-kurtlerin-oylarinda-degisim-mumkun-yazi-106004/>

Yüksek Seçim Kurulu. (2023). *Yurt İçi, Yurt Dışı ve Gümrük Sandıkları Dahil Milletvekili Genel Seçim Sonucu*. Erişim adresi: <https://ysk.gov.tr/tr/14-mayis-2023-secimleri/82491>

Yazarların Katkı Oranı

Yazarlar çalışmaya eşit katkıda bulunmuştur.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazarlar çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan etmektedirler.