

Türkiye’de Siyasal İktidarlara Gösterilen Rıza: Seçmenlerin Oy Verme Modellerini Benimseme Düzeyleri

Consent Provided to the Political Powers in Turkey: Adoption levels of Voters’ Voting Patterns

Doç. Dr. Mahmut Abdullah ARSLAN, Öğr. Gör. Dr. Fatih CEYLAN, Öğr. Gör. Erhan HANCIĞAZ

Atf/©: ARSLAN, Mahmut Abdullah, CEYLAN, Fatih, HANCIĞAZ, Erhan (2020). Türkiye’de Siyasal İktidarlara Gösterilen Rıza: Seçmenlerin Oy Verme Modellerini Benimseme Düzeyleri, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl 13, Sayı 2, ss. 76-85.

Citation/©: ARSLAN, Mahmut Abdullah, CEYLAN, Fatih, HANCIĞAZ, Erhan (2020). Consent Provided to the Political Powers in Turkey: Adoption levels of Voters’ Voting Patterns, *Erzincan University Journal of Social Sciences Institute*, Year 13, Issue 2, pp. 76-85.

Notlar:

Bu makale, EBYÜ BAP Koordinasyon Birimi, “Türkiye’de Siyasal İktidara Rızanın Dönüşümü-Siyasal İletişim Atmosferinin Kamuoyuna Dayalı Boyutları: 2000-2015” (Proje No: 251, Normal Araştırma Projesi)nden üretilmiştir.

DOI: 10.46790/erzisosbil.834563

Orcid:

<http://0000-0003-1289-3662>

Mahmut Abdullah Arslan

EBYU

Türkçe Eğitimi ABD

Erzincan

mabdullaharslan@hotmail.com

Orcid:

<http://0000-0002-7494-5635>

Fatih Ceylan

EBYU

Basın ve Halkla İlişkiler Ofisi, Erzincan

fatcey25@gmail.com

Orcid:

<http://0000-0002-4539-0394>

Erhan Hancığaz

EBYU

Büro Yönetimi ve Sekreterlik, Erzincan

ehancigaz@erzincan.edu.tr

Makale Türü-Article Type

Araştırma/Research

Geliş Tarihi-Received

2020-12-01

Kabul Tarihi-Accepted

2020-12-17

Sayfa-Pages

76-85

Yazar(lar), herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir.

Öz:

Günümüz dünyasında çok yaygın bir yönetim şekli olan demokrasinin en önemli unsuru seçimlerdir. Seçimler aracılığıyla seçmen, kendini yönetme yetkisini bir başkasına vermektedir. Bu açıdan siyasal yelpazede iktidarı elde etme amacıyla yarışanların üstesinden gelmesi gereken en önemli konu, seçmenin rızasını kazanmak olmuştur. Ayrıca “rıza” kavramı son zamanlarda üzerinde çalışılmaya başlanan önemli konulardan biridir. Bu açıdan bu çalışma ile seçmenlerin oy verme davranışlarını benimseme düzeyleri ve bu bağlamda oy verme kararlarının kendi rızalarını yansıtmıyorsa yansıtmadığı anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu çalışma betimsel tarama modeli ile yapılmıştır. Çalışma kapsamında elde edilen bulgular incelenmiş ve genel sonuç olarak vatandaşların oy verme modellerini benimseme düzeylerinin modelden modele farklılık gösterdiği görülmüştür. Ayrıca bu farklılıklara bağlı olarak seçmenlerin oy verme kararlarındaki bireysel rızalarının da farklı olabildiği anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Demokrasi, siyasal iktidar, oy verme, rıza.

Abstract:

Elections as a very common form of administration have become the most important element of democracy in today's world. With the help of elections, voter gives the power of government to another. In this respect, the most important issue that must be overcome by those who compete with the aim of gaining power in the political spectrum is gaining the consent of the voters. In addition, the concept of "consent" is one of the important issues that have been studied recently. In this respect, with this study, it was tried to understand the level of voters' adoption of their voting behavior and whether voting decisions reflect their own consent in this context. This study was conducted with a descriptive scanning model. The findings obtained within the scope of the study were examined and as a general result, it was seen that the level of citizens' adoption of voting models differed from model to model. In addition, it is understood that due to these differences, the individual consent of the voters in voting decisions may be different.

Keywords: Democracy, political power, voting, consent.

1. GİRİŞ

İnsan odaklı bir edim olan siyasetin kökeninin ilk insanlara kadar indirilmesi mümkündür (Genel, 2010: 8). Çünkü siyaset, yöneten-yönetilen ilişkisi üzerine inşa edilen bir olgudur ve insanoğlunun kurduğu ilk toplumsal yapılardan, günümüz çağdaş toplumsal yapılarına kadar, tüm toplumsal yapılarda bu ilişki olagelmıştır.

İnsan, yaratılışı itibarıyla sosyal bir canlı olduğu için her zaman bir toplum halinde yaşamıştır. Çünkü insanoğlu güven, beslenme, refah ve iletişim gibi temel ihtiyaçlarını ancak bir toplum içinde karşılayabilmektedir. Toplum halinde yaşama durumu ise insanoğlunu toplumsal amaçlara ulaşılması, toplumsal düzenin, güvenin ve iş bölümünün sağlanması gibi birçok sorun ile baş başa bırakmıştır. Kısaca toplum yaşamında var olan bu tip kaotik durumlar siyaset olgusunu ortaya çıkarmıştır (Topbaş, 2009:1).

İlk toplumsal yapılardan beri insanoğlu içinde yaşadığı toplumun siyasal düzenini teşkil etmekte ve daha iyi bir düzen için devamlı bir arayış içindedir olmaktadır. Bu bağlamda tarihsel süreçte toplumlar belirli dönemlerde teokrazi, monarşi, oligarşi ve demokrasi gibi belirli yönetim şekillerini yaygın olarak kullanılmışlardır. Şüphesiz ki günümüzde bu yönetim şekillerinden en yaygın olarak kullanılanı demokrasidir.

En öz ifadeyle "Halk Egemenliği" olarak adlandırılan demokrasi, ortaya çıktıktan sonra toplumlar tarafından hızla benimsenmiş ve yayılmıştır. Schumpeter (2014:321), demokrasi felsefesini; "Demokratik metot, halkın kendi iradesini gerçekleştirmek için, toplanacak kişileri seçme yoluyla, sonuçlar üzerinde son sözü söyleyerek ortak iyiliği sağlayan politik kararlara varması bakımından gerekli organizasyon tekniğidir." şeklinde tanımlanmıştır. Lincoln'un meşhur, 'Halkın halk tarafından ve halk için yö-netilmesi' şeklinde ifadesiyle en iyi tanımlarından birini bulan demokrasi, "Halkın Yasası Tanrının Yasasıdır", şeklindeki özdeyişte vurgulanan inanç düşünceden kaynaklanan bir sistemdir (Anıl, 2006, 9).

Günümüz toplumlarında en yaygın şekilde kullanılan bir yönetim şekli olan temsili demokrasilerde vatandaşlar seçimler aracılığıyla ülkeyi, yani kendilerini yönetecek olanları yine kendileri seçerler. Başka bir ifadeyle demokratik toplumlarda siyasal iktidarın belirlenmesi noktasında en önemli olgu seçimlerdir. Dolayısıyla çağdaş demokratik toplumlarda temsili demokrasinin gelişmesiyle artık seçim olgusu büyük önem kazanmış (Gül; Kiriş; Negiz vd. 2014, 108) ve siyaset kurumunu belirleyen en önemli faktör durumundadır.

Demokratik toplumlarda halk egemenliği, toplumu oluşturan bireylerin seçimlerle kendini yönetme yetkisini kendi özgür iradesiyle kullandığı oy ile bir başkasına vermesiyle gerçekleşir. Onun için seçimler ve oy verme, demokrasinin en önemli olmazsa olmazlarından biri olarak değerlendirilir (Doğan ve Göker, 2010, 160). Bundan dolayı günümüz demokratik toplumlarında seçmenin oy verme davranışlarının anlaşılması hayati derecede önemlidir. Çünkü bu toplumlarda siyasal iktidarlar ve önemli ülke meseleleri seçimler aracılığıyla halkın temayülüne göre belirlenmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada seçmenin oy verme modellerini/davranışlarını benimseme düzeyleri ortaya konularak, bu düzeylere göre oy verme kararlarının kendi bireysel rızalarını yansıtıp-yansıtmadığı, tartışılarak belirlenmeye çalışılmıştır.

2. GEREÇ VE YÖNTEM

Bu çalışmanın ana amacı seçmen davranışı çalışmalarında günümüze kadar kullanılan oy verme modellerinin seçmenler tarafından benimsenme düzeylerini ortaya koymaktır. Yine bu

çalışmada seçmenlerin oy verme modellerini benimseme düzeylerine göre oy verme kararlarının kendi bireysel rızasından mı yoksa başka unsur/lardan mı kaynaklandığının tartışılması da amaçlanmaktadır.

Bu çalışma betimsel tarama modeliyle yapılmıştır. Çalışmanın veri toplama aracı, toplam 6 oy verme modeliyle (Sosyolojik Model, Psikolojik Model, Ekonomik Model, İdeolojik Model, Konuya Oy Verme Modeli ve Sezgisel Model) ilgili olarak önceki zamanlarda yapılmış çalışmalardan derlenen sorulardan oluşturulmuştur. Bu modellerin seçilme sebebi, bunların ilk üçünün temel oy verme modelleri olması ve geriye kalan üçünün de temel oy verme modellerinden üretilmiş olmasıdır. Aynı zamanda bu modeller seçmen davranışlarının anlaşılması konusunda literatürde yaygın olarak kullanılan modellerdir. Dolayısıyla ilgili literatür incelemiş, alanla ilgili uzman görüşleri alınmış ve sonuç olarak bu altı oy verme modelinin, seçmelerin oy verme davranışlarının ortaya konulması konusunda yeterli kapsamda olduğu anlaşıldığı için bu çalışmada, bu modellerin kullanılmasına karar verilmiştir. Veri toplama aracı oluşturulurken yararlanılan temel kaynaklar şunlardır: Aydın, 2011; Aydoğan Ünal, 2016; Başarır, 2015; Converse, 1989; Eroğlu Yalın, 2007; Polat, 2009; Temizel, 2012 ve Topbaş, 2009. Veri toplama aracındaki sorular 3 likertli (1=Benimsemiyorum, 2=Kararsızım, 3=Benimsiyorum) yapıdan oluşmaktadır.

Bu çalışmanın örneklem grubu, Erzincan'da ikamet eden ve seçmen olma özelliği taşıyan farklı demografik özelliklerden kolayda örneklem yöntemiyle seçilen 380 katılımcıdan oluşmaktadır. Örneklem grubu saha çalışmasının yapıldığı 2016 yılı Ekim ayında seçilmiştir. Bu çalışma kapsamında derlenen veriler SPSS 22 programında analiz edilmiştir. Analizlerde sonucun elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir.

3. BULGULAR VE SONUÇ

Araştırmaya katılan katılımcıların; %54,7'si (208) erkek iken %45,3'ü (172) erkektir. Katılımcıların %41,6'sı (158) bekâr iken %58,4'ü (222) evlidir. Katılımcıların %23,4'ü (89) 18-27, %27,7'si (105) 28-37, %17,1'i (65) 38-47, %16,3'ü (62) 48-57 ve %15,5'i (59) ise 58 ve üzeri yaş aralığındadır. Katılımcıların %5,3'ü (20) ilköğretim, %21,9'u (83) lise, %45,6'sı (173) üniversite, %10,9'u (41) yüksek lisans ve %16,3'ü (63) de doktora düzeyinde eğitime sahiptir. Katılımcıların %25'i (95) 0-2500 TL, %35,5'i (135) 25001-5000 TL, %23,2'si (88) 5001-7500 TL, %12,1'i (46) 7501-10000 TL ve %4,2'si (16) ise 10001 TL veya üstü bir gelir düzeyine sahiptirler.

Çalışmaya katılan katılımcıların %46,6'sı (177) sosyolojik oy verme modelini benimsemediğini belirtirken, %33,2'si (126) benimsediğini belirtmiştir. Geriye kalan %20,2'si (77) ise kararsız olduklarını belirtmiştir. Sosyolojik oy verme modeline göre seçmenin içinde yaşadığı toplumun kültürel değerleri, buyrukları, beklentileri, yaptırımları ve kısaca genel sisteminin tüm kuralları karar ve davranışlarını etkiler (Denton ve Woodward, 1985: 26). Çünkü sosyolojik model, bireylerin politikleşmesinin ancak bir sosyal yapı içinde mümkün olabileceğini belirtir. Onun için, içinde bulunduğu toplumun veya sosyal çevrenin kurallarına aykırı hareket edenler, toplum veya grup tarafından farklı şekillerde cezalandırılırlar. Bundan dolayı sosyolojik model, seçmenlerin oy verme kararını içinde yaşadığı sosyal çevrelerdeki (aile, okul, arkadaş, iş...vb.) grupların görüşleri, eğilimleri ve normları doğrultusunda verdiklerini büyük ihtimal dahilinde görür (Başarır, 2015: 35). Bu bağlamda sosyolojik modeli benimsediğini belirten seçmenlerin oy verme kararlarının, kendilerinin salt bir şekilde verdikleri bireysel kararlar olmadığı; aksine ağırlıklı olarak sosyal çevrelerinin etkisi altında verilmiş kararlar oldukları anlaşılmaktadır. Bu çalışmaya katılan katılımcıların çoğunluğunun

(%46,6) sosyolojik oy verme modelini benimsemediği ve azınlığının (%33,2) benimsediği bulgusu göz önüne alındığında; sosyolojik oy verme modelini benimseme durumuna göre katılımcıların çoğunluğunun oy verme kararlarının kendi bireysel rızaları çerçevesinde verilmiş birer karar olduğu söylenebilir.

Çalışmaya katılan katılımcıların %51'i (194) psikolojik oy verme modelini benimsemediğini belirtirken, %30'u (114) benimsediğini belirtmiştir. Geriye kalan %19'u (72) ise kararsız olduklarını belirtmiştir. Psikolojik oy verme modeline göre seçmen, taraftarlık, aidiyet ve sevgi gibi duygularla belirli bir partiye bağlanarak her seçimde o partiye oy verir (Özer ve Meder, 2008: 32). Çünkü psikolojik model, seçmenin tüm psikolojik süreçlerini (güdüler, inanışlar, tutumlar, kompleksler...vb.) kapsamakta (Denton ve Woodward, 1985: 26) ve seçmen karar ve davranışlarında bu süreçlerin etkili ve belirleyici olduğunu vurgulamaktadır. Bu yüzden psikolojik oy verme modelini benimseyen seçmenler bağlandıkları partinin siyasal arenada başarılı olup olmamasına önem vermeden, adeta bir futbol takımı tutmaya benzer şekilde siyasi bir partiyi tutarlar (Turan, 1976: 110) ve seçimler genellikle taraftarı olduğu bu partiye oy verirler. Bu bağlamda psikolojik modeli benimsediğini belirten seçmenlerin oy verme kararlarının, kendilerinin salt bir şekilde verdikleri objektif bir karar olmadığı; aksine bireyin bazen kendisinin dahi %100 farkında olmadığı ve kolayca kutulamadığı saplantılar, kompleksler, tutumlar, inançlar ve güdüler gibi tüm psikolojik bağlılıklarına ve yapısına göre verilmiş kararlar olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmaya katılan katılımcıların çoğunluğunun (%51) psikolojik oy verme modelini benimsemediği ve azınlığının (%30) benimsediği bulgusu göz önüne alındığında; psikolojik modeli benimseme durumuna göre katılımcıların çoğunluğunun oy verme kararlarının kendi bireysel rızaları çerçevesinde verilmiş birer karar olduğu söylenebilir.

Çalışmaya katılan katılımcıların %27,1'i (103) ekonomik oy verme modelini benimsemediğini belirtirken, %54,2'si (206) benimsediğini belirtmiştir. Geriye kalan %18,7'i (71) ise kararsız olduklarını belirtmiştir. Ekonomik oy verme modelinin temel varsayımına göre seçmen, kendi çıkar ve amaçlarını iyi bilir ve seçilmesi halinde kendi menfaatlerine ve faydasına en fazla ve en iyi hizmet edeceğini düşündüğü aday veya partiyi iyi bir şekilde analiz edebilir. Yaptığı analizler sonucunda seçmen, kendi faydasına ve menfaatlerine en uygun olduğunu gördüğü aday veya partiye oy verir (Kalender, 2005: 50). Ancak burada önem verilen ekonomi, seçmenin bireysel ekonomisi olabildiği gibi ülke ekonomisi de olabilmektedir. Kısaca ekonomik model, genel anlamda seçmenin oy verme karar ve davranışlarını ekonomi ve refah faktörlerine göre belirlediğini, yani seçmenin ekonomik açıdan en fazla katkı yapacağını düşündüğü aday veya partiye oy verdiğini ifade eden bir modeldir. Bu bağlamda ekonomik modeli benimsediğini belirten seçmenlerin oy verme kararlarının, ağırlıklı olarak kendilerinin bireysel kararları olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmaya katılan katılımcıların azınlığının (%27,1) ekonomik oy verme modelini benimsemediği ve çoğunluğunun (%54,2) benimsediği bulgusu göz önüne alındığında; ekonomik oy verme modelini benimseme durumuna göre katılımcıların çoğunluğunun oy verme kararlarının kendi bireysel rızaları çerçevesinde verilmiş birer karar olduğu söylenebilir.

Çalışmaya katılan katılımcıların %35,8'i (136) ideolojik oy verme modelini benimsemediklerini belirtirken, %38'i (144) benimsediklerini belirtmiştir. Geriye kalan %26,2'si (100) ise kararsız olduklarını belirtmiştir. İdeolojik oy verme modeline göre seçmenlerin belirli bir dünya görüşleri/ideolojileri vardır. Bundan dolayı seçmen kararlarını belirleyen en önemli faktör ideolojidir. Başka bir deyişle belirli ideolojik görüşleri olduğu için bu tip seçmenler, ideolojik görüşleri doğrultusunda bir partiyle özdeşleşerek, o partiye

bağlanıp taraftar olmaktadır (Karaçor ve Gözüm, 2012: 411). Bu şekilde seçmenler ideolojik görüşlerine bağlı kalarak bir partiye veya adaya oy verme kararı alırlar (Bayır ve Aslan, 2019: 878) ve bu parti veya adayın başarılı olup-olmamasına bakmadan, her seçimde ona oy vermektedirler. Bu bağlamda ideolojik modeli benimsediğini belirten seçmenlerin oy verme kararlarının, kendilerinin salt bir şekilde verdikleri objektif kararlar olmadığı; aksine bireyin doğuştan beri içinde bulunduğu sosyal çevre tarafından şekillenen ve etkisinden kurtulup objektif olarak kendi bireysel kararlarını vermesinin çok zor olduğu ideolojik görüşlerine göre verilmiş kararlar olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmaya katılan katılımcıların %35,1'inin ideolojik oy verme modelini benimsemediği ve biraz daha çoğunluğunun (%38) benimsediği bulgusu göz önüne alındığında; ideolojik oy verme modelini benimseme durumuna göre katılımcıların çoğunluğunun oy verme kararlarının kendi objektif değerlendirmeleriyle verilmiş birer karar olmadığı söylenebilir.

Çalışmaya katılan katılımcıların %16,8'i (64) konuya oy verme modelini benimsemediklerini belirtirken, %54,5'i (207) benimsediklerini belirtmiştir. Geriye kalan %28,7'si (109) ise kararsız olduklarını belirtmiştir. Konuya oy verme modeline göre bazı bazı ülkelerde ve dönemlerde seçim için yarışan partilerin söylemleri birbirine çok benzemektedir. Bu durumda seçmenler partilerin birbirinden farkı yokmuş gibi algılar ve oy verme kararlarını, partilerin ve adayların sosyo-kültürel ve siyasi gündem konularına olan yaklaşımlarını ve değerlendirmelerini analiz ederek verirler (Converse, 1989: 127-128). Dolayısıyla bu durumda seçmenler, partilerin veya adayların seçime dönemlerinde cereyan eden savaş, ekonomik kriz, işsizlik...vb. gündem konularını değerlendirmelerini izleyerek, kendi görüşleriyle aynı veya en yakın değerlendirme yapan aday veya partiye oy verirler (Akt. Kalender, 2005, 58). Bu minvalde düşünüldüğünde konuya oy verme modelini benimsediğini belirten seçmenlerin oy verme kararının kendi görüş ve düşüncelerine dayalı alınmış birer karar olduğu açıktır. Çünkü defaatle söylendiği gibi bu tip seçmenlerin kendi görüşleri vardır ve bunlar kendi görüşleriyle aynı veya en yakın olan politikacılara oy verirler. Bu çalışmaya katılan katılımcıların oldukça azınlığının (%16,8) konuya oy verme modelini benimsemediği ve büyük çoğunluğunun (%54,5) benimsediği bulgusu göz önüne alındığında; konuya oy verme modelini benimseme durumuna göre katılımcıların çoğunluğunun oy verme kararlarının kendi bireysel rızaları çerçevesinde verilmiş birer karar olduğu söylenebilir.

Çalışmaya katılan katılımcıların %50,5'i (192) sezgisel oy verme modelini benimsemediklerini belirtirken, %28,4'ü (108) benimsediklerini belirtmiştir. Geriye kalan %20,1'i (80) ise kararsız olduklarını belirtmiştir. Sezgisel modele göre bazı seçmenler hukuki ya da hukuki olmayan birçok sebepten ötürü siyasal olaylar, olgular, adaylar ve partiler gibi politik konularda tam bilgiye sahip değildir (Temizel, 2012: 51). Politik bilgisi ve siyasal ilgisi ya hiç olmayan ya da çok az olan bu tip seçmenler bilgi edinmek için hiçbir çaba ve maliyete katlanmazlar. Bunun yerine mevcut durumlarını koruyarak, hisleri ve sezgilerinden hareket ederler ve bu şekilde buldukları ipuçlarıyla, sezgisel olarak bir adaya veya partiye oy verme kararı verirler (Brady ve Siniderman, 1985). Kısaca fazla politik bilgisi ve siyasal ilgisi olmayan seçmenler, sezgi ve hislerinin yönlendirmesiyle, sezgisel olarak bir tarafa oy verme kararı alırlar. Bu bağlamda sezgisel modeli benimsediğini belirten seçmenlerin oy verme kararlarının, kendilerinin bireysel kararları olduğu anlaşılmaktadır. Ancak buradaki oy verme kararı, ağırlıklı olarak bireyin sezgilerine dayalı olarak verilen bir karar olduğu için tam olarak seçmenin bireysel rızasını yansıtan bir karar olmadığı anlaşılmaktadır. Başka bir ifadeyle sezgisel modeli benimsediğini belirten seçmenlerin oy verme kararları bilinçli ve bilgili bir şekilde, bireyin kendisine ve topluma fayda sağlamayı amaçlayan tipte bir karar olmadığı için tam olarak

kendilerinin rızasını yansıtan bir karar olmadığı anlaşılmaktadır. Bu çalışmaya katılan katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%50,5) sezgisel oy verme modelini benimsemediği ve azınlığının (%28,4) benimsediği bulgusu göz önüne alındığında; sezgisel oy verme modelini benimseme durumuna göre katılımcıların çoğunluğunun oy verme kararlarının kendi bireysel rızaları çerçevesinde verilmiş birer karar olduğu söylenebilir.

Başta siyasal iktidar olmak üzere önemli ülke meselelerinin seçimler aracılığıyla, halkın temayülüne göre belirlendiği çağımız demokratik toplumlarında seçimler ve seçimlerin gerçekleşmesini sağlayan en temel eylem olan seçmenin oy verme davranışının anlaşılması günümüzde çok önemli bir konu durumundadır. Bu bağlamda yapılan bu çalışmada seçmenin oy verme davranışlarına yaklaşımlarının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bunun için bu çalışmada oy verme modelleri ele alınarak, katılımcıların bu modelleri benimseyip benimsemedikleri durumu araştırılmıştır.

Çalışmada derlenen veriler analiz edilip, elde edilen bulgular incelendiğinde, genel sonuç olarak; katılımcıların oy verme modellerini benimseme durumuna göre oy verme kararlarının çoğunlukla kendilerinin rızaları ile alınmış, bireysel kararlar olduğu anlaşılmıştır. Bu sonuç bize Orçan'ın (2019: 52), modernleşmeye kadar bireylerin siyasal sosyalleşmesinde din ve geleneksel çevrelerin etkili olduğu, modernleşmeyle birlikte bunların yerini ideolojilerin ve kapitalizmin aldığı ve modernleşme sonrasında, günümüzde ise yeni iletişim, etkileşim ve tüketim araçlarının kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte insanların gittikçe bireyselleştiği ve kaynaklarından koparak köksüzleştiği savını doğrular niteliktedir. Çünkü bu çalışmada elde edilen genel sonuç bize seçmenlerin oy verme kararlarında daha çok geleneksel çevrenin bir ürünü olan psikolojik bağımlılıklar, ideolojiler ve sosyal çevrenin etkisinin azaldığını göstermektedir. Sonuç olarak bu çalışmanın, seçmen davranışları ve oy verme konularında gelecekte çalışma yapacak olan araştırmacılara ve politikacılara ışık tutacağı ve yeni araştırmalara esin kaynağı olacağı düşünülmektedir.

REFERENCES/KAYNAKÇA

- ANIL, YAŞAR ŞAHİN (2006). *Antik Çağda Demokrasinin Doğuşu*, İstanbul: Kastaş Yayınevi
- AYDIN, E. (2011). *Yerel Seçimlerde Seçmenlerin Oy Verme Kararlarında Etkili Olan Siyasal Faktörlere İlişkin Bir Araştırma: Ankara Örneği*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara.
- AYDOĞAN ÜNAL, B. (2016). *Stratejik Oy Verme Davranışı*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir.
- BAŞARIR, M. (2015). *Siyasal İletişim Sürecinde Lider Üslubunun Seçmen Davranışındaki Rolü Üzerine Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya.
- BAYIR, O. VE E. Ş. ASLAN. (2019). "Siyasal Lidere Duyulan Güven Bağlamında Seçmen Davranışı Üzerine Bir Araştırma". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 868-901.
- BRADY, H. E. VE P. M. SNİDERMAN. (1985). "Attitude Attribution: A Group Basis for Political Reasoning". *American Political Science Review*, 79(4), 1061-1078.
- CONVERSE, P. E. (1989). Kamuoyu ve Oy Verme Davranışına Ailenin Etkisi. N. H. Nie, S. Verba ve P. E. Converse (der.), *Siyasal Katılma Kamuoyu ve Oy Verme Davranışı* içinde (ss. 93-212). (Çev. İter Turan ve Tunçer Karamustafaoğlu), Ankara: Siyasi İlimler Türk Derneği Yayını.
- CONVERSE, P. E. (1989). Kamuoyu ve Oy Verme Davranışına Ailenin Etkisi. N. H. Nie, S. Verba ve P. E. Converse (der.), *Siyasal Katılma Kamuoyu ve Oy Verme Davranışı* içinde (ss. 93-212). (Çev. İter Turan ve Tunçer Karamustafaoğlu), Ankara: Siyasi İlimler Türk Derneği Yayını.
- DENTON, R. E. VE G. C. WOODWARD (1985). *Political Communication in America*. New York: Praeger Publishers.
- DOĞAN, A. VE G. GÖKER. (2010). "Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi (29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmeni Örneği)". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 159-187.
- EROĞLU YALIN, B. (2007). *Siyasal Düşünce ve Siyasal Tercih Üzerine Değerlerin Etkisi (Siyaset ve Değer İlişkisi ya da İletişimin Siyasalı)*. Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul.
- GENEL, M. G. (2010). *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Almanya'daki Türk Medyasının, Almanya'da Yaşayan Türklerin Siyasal Tercihleri Üzerine Etkisi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul.
- GÜL; KİRİŞ; NEGİZ vd. (2014). *Türkiye'de Yerel Yönetimler ve Yerel Siyaset*. Ankara: Detay Yayınları.
- KALENDER, A. (2005). *Siyasal İletişim: Seçmenler ve İkna Stratejileri*. (2. Baskı). Konya: Çizgi Kitapevi.
- KARAÇOR, S. VE P. GÖZÜM. (2012). "Türkiye'de Seçmen Tercihlerinin Oluşmasında Seçim Kampanyaları ve Siyasal Pazarlamanın Rolü Üzerine Bir Araştırma". *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(24), 403-426.
- MARDİN, Ş. (1973). "Center-Periphery Relations: A Key to Turkish Politics". *Deadalus*, 102, 169-190.

- ORÇAN, M. (2019). Siyasal Kültürün Bir Unsuru Olarak Politik Sosyalleşme. S. Elik ve C. Gündüz (der.), *Türk Siyasal Kültür Havzaları* içinde (ss. 47-56). Kütahya: GRTC-Küresel Araştırma Düşünce Merkezi Yayınları.
- ÖZER, İ. VE M. MEDER. (2008). *Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı*. İstanbul: Ege Yayınları.
- POLAT, F. (2009). *Dinin Türk Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi: Denizli İli Örneği*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Antalya.
- SARIBAY, ALİ YAŞAR (1998). *Siyaset, Demokrasi ve Kimlik*. Bursa: Asa Yayınları.
- SCHUMPETER, J. A. (2014). *Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi*. (Çev. Hasan İlhan) Ankara: Alter Yayınları.
- ŞENTÜRK, HULİSİ (2008). *Seçmenin DNA'sı Seçmen Tercihlerini Etkileyen Faktörler* (1. Basım). İstanbul: Okutan Yayınları.
- TEMİZEL, M. (2012). *Türkiye'de Seçmen Davranışlarında Sosyo-Psikolojik, Kültürel ve Dinsel Faktörlerin Rolü: Kuramsal ve Ampirik Bir Çalışma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya.
- TERKAN, B. (2005). *Türkiye'de Basın ve Siyaset İlişkisi: Basın Gündemi ve Siyasal Gündemin Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Gündem Belirleme Çalışması*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya.
- TOPBAŞ, H. (2009). *David Easton'un Siyasal Sistem Teorisi Bağlamında Türkiye'de Siyasal İletişim ve Siyasal Katılma (Erzurum Seçmeni Üzerine Bir Araştırma)*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara
- TURAN, İ. (1976). *Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış*. İstanbul: Der Yayınları

EXTENDED SUMMARY

Introduction

Popular sovereignty in societies in representative democracies, the authority of individuals that make up the society to govern themselves through elections, it takes place by giving a vote of his own free will to someone else. Therefore, understanding and guiding the voting behavior of the voters is of vital importance in today's democratic societies. The main purpose of this study, which is considered in this way, is to determine the level of voters' adoption of voting behaviors / models and to understand whether voting decisions reflect their consent in this context.

Method

This study was conducted with a descriptive scanning model. The data collection tool of the study, with a total of 6 voting models (Sociological, Psychological, Economic, Ideological, Voting and Intuitive) it was formed from questions compiled from previous studies. The sample group of this study consists of 380 participants who reside in Erzincan and selected from different demographic characteristics that have the characteristics of being a voter, using the easy sampling method. The data compiled within the scope of this study were analyzed in SPSS 22 program.

Findings

23.4% of the participants (89) 18-27, 27.7% (105) 28-37, 17.1% (65) 38-47, 16.3% (62) 48 -57 and 15.5% (59) are in the age range of 58 and over.

5.3% (20) of the participants are primary education, 21.9% (83) high school, 45.6% (173) university, 10.9% (41) graduate and 16.3% (63) have doctorate level education.

25% of the participants (95) 0-2500 TL, 35.5% (135) 25001-5000 TL, 23.2% (88) 5001-7500 TL, 12.1% (46) 7501-10000 TL and 4.2% (16) of them have an income level of 10001 TL or more.

While 46.6% (177) of the participants in the study stated that they did not adopt the sociological voting model, 33.2% (126) stated that they did.

While 51% (194) of the participants in the study stated that they did not adopt the psychological voting model, 30% (114) of them stated that they did. The remaining 19% (72) stated that they were indecisive.

While 27.1% (103) of the participants in the study stated that they did not adopt the economic voting model, 54.2% (206) stated that they did. The remaining 18.7% (71) stated that they were indecisive.

While 35.8% (136) of the participants in the study stated that they do not adopt the ideological voting model, 38% (144) of them stated that they did. The remaining 26.2% (100) stated that they were indecisive.

While 16.8% (64) of the participants participating in the study stated that they did not adopt the voting model for the issue, 54.5% (207) stated that they did. The remaining 28.7% (109) stated that they were undecided.

While 50.5% (192) of the participants participating in the study stated that they did not adopt the intuitive voting model, 28.4% (108) of them stated that they did. The remaining 20.1% (80) stated that they were indecisive.

Result

As a general result; it has been understood that voting decisions are mostly taken with their consent according to the participants' adoption of voting models and are individual decisions. This result shows us that Orçan (2019: 52), religion and traditional circles were effective in the political socialization of individuals until modernization, It confirms the argument that ideologies and capitalism replaced them with modernization, and after modernization, today, with the widespread use of new communication, interaction and consumption tools, people are increasingly individualized and rooted by detaching their resources. Because the general result obtained in this study gives us psychological dependencies, which are a product of the traditional environment, in voting decisions of the voters, It shows that the influence of ideologies and social environment is decreasing.