T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

ALT GELİR GRUPLARINDA PARTİ TERCİHİ: İSTANBUL BAĞCILAR ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Tuğce KABA

İSTANBUL, 2026

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

ALT GELİR GRUPLARINDA PARTİ TERCİHİ: İSTANBUL BAĞCILAR ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Tuğce KABA
23TSIY002

Danışman: Prof. Dr. Ömer ÇAHA

İSTANBUL, 2026

ETİK BEYAN SAYFASI

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İstanbul Ticaret Üniversitesi Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

Tuğce KABA

ÖZET

Bu çalışma, gelir durumunun oy verme davranışı üzerindeki etkisini incelemeyi ve özellikle alt gelir gruplarının oy davranışlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Oy verme davranışı, bir toplumun siyasal kültürünü, sınıfsal yapısını, ekonomik eşitsizliklerini ve siyasal kurumlara duyulan güven düzeyini anlama açısından önemli bir analiz alanıdır. Demokratik sistemlerde seçimler yalnızca siyasal temsil mekanizmaları değil, aynı zamanda toplumsal taleplerin ve beklentilerin bir yansımasıdır. Bu çerçevede, alt gelir gruplarının oy davranışlarının incelenmesi, siyasal tercihlerin hangi sosyo-ekonomik ve politik dinamikler üzerinden şekillendiğini anlamak açısından önem arz etmektedir. Çalışmanın saha alanı olarak İstanbul'un Bağcılar ilçesi seçilmiştir. İlçe, yoğun göç yapısı, sosyo-ekonomik eşitsizlikleri ve düşük gelir gruplarının yüksek oranı sebebiyle oy verme davranışı araştırmaları açısından dikkat çekici bir örneklem sunmaktadır. Çalışmada, Demirkapı, 15 Temmuz ve Kirazlı mahalleleri araştırma sahası olarak belirlenmiştir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi benimsenerek veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma bulguları, alt gelir gruplarının oy verme tercihlerinin yalnızca ekonomik faktörlerle değil, aynı zamanda siyasal aidiyet, lider algısı ve hizmet beklentileriyle birlikte şekillendiğini göstermektedir. Genel seçimlerde parti kimliği ve ideolojik yakınlık daha belirleyiciyken, yerel seçimlerde aday profili ve belediyecilik hizmetlerine yönelik beklentilerin ön plana çıktığı görülmüştür. Bu yönüyle çalışma, alt gelir gruplarının oy davranışlarının tek boyutlu bir yapıya sahip olmadığını, seçim türüne bağlı olarak çok katmanlı bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimler: *Bağcılar İlçesi, Siyasal Partiler, Seçmen Tercihleri, Oy Verme Davranışı, Alt Gelir Grupları*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of income level on voting behavior and, in particular, to reveal the voting behavior of lower income groups. Voting behavior is an important area of analysis for understanding a society's political culture, class structure, economic inequalities, and level of trust in political institutions. In democratic systems, elections are not only mechanisms of political representation but also a reflection of societal demands and expectations. In this context, examining the voting behavior of lower income groups is important for understanding which socio-economic and political dynamics shape political preferences. The Bağcılar district of Istanbul was selected as the field area for this study. The district offers a remarkable sample for voting behavior research due to its high migration rate, socio-economic inequalities, and high proportion of low-income groups. In this study, the Demirkapı, 15 Temmuz, and Kirazlı neighborhoods were determined as the research area. The study adopted a quantitative research method and used the survey technique as a data collection tool. Research findings indicate that the voting preferences of low-income groups are shaped not only by economic factors but also by political affiliation, perception of leadership, and expectations regarding services. While party identity and ideological affinity are more decisive in general elections, candidate profiles and expectations regarding municipal services come to the forefront in local elections. In this respect, the study reveals that the voting behavior of low-income groups does not have a one-dimensional structure, but rather a multi-layered structure depending on the type of election.

Keywords: *Bağcılar District, Political Parties, Voter Preferences, Voting Behavior, Low-İncome Groups*

ÖNSÖZ

Bu çalışma İstanbul Ticaret Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı bünyesinde yürütülen yüksek lisans tez çalışması kapsamında hazırlanmıştır. Tez süreci boyunca ilgisi, sabrı, gösterdiği özen, sorularıma ve sorunlarıma en hızlı şekilde geri dönen, duruşuyla, bilgi birikimi ile bana her zaman örnek olan değerli danışmanım Prof. Dr. Ömer Çaha hocama çok teşekkür ederim.

Değerli jüri üyelerim, lisans dönemimde de derslerini almaktan onur duyduğum değerli Prof. Dr. Mustafa Said Yazıcıoğlu hocama ve yıllardır desteğini esirgemeyen Dr. Öğr. Üyesi Murat Tuysuz hocama teşekkür ederim. Ayrıca her zaman güler yüzle, samimiyetle beni dinleyen, zaman ayıran, süreçlerimi takip eden tüm bölüm hocalarıma çok teşekkür ederim. Bu yolu birlikte yürüdüğüm sevgili arkadaşlarıma da teşekkür ederim. Dostum Senem Kaya'ya teşekkür ederim.

Bir diğer teşekkürüm de bana ilham olan, idol olan, yürüdüğüm bu yolda ışık olan, akademide olmak istememin temel sebebi, düştüğümde kaldıran, bana inanmaktan hiçbir zaman vazgeçmeyen, sorularımdan bıkmadan usanmadan anlatan, "hayat hakkınız mücadeleniz kadardır" sözünü şiar edindiren en kıymetli hocam Dr. Okan Gülbak'a, minnettarım.

Diğer önemli teşekkürüm sevgili aile bireylerime… Her zaman arkamda dağ olan, hiçbir şeyden eksik bırakmayan canım babam Bayram Kaba'ya teşekkür ederim. Her zaman tutunabileceğim dallarım, bu hayattaki en iyi dostlarım, destekçilerim sevgili ablalarım Banu Gürsoy ve Fatma Kaba, çok teşekkür ederim, siz olmasaydınız eksik kalırdım. Yüzümü güldüren, bana moral olan kedim Balım'a da teşekkür ederim.

Son teşekkürüm de hayatta en çok güvendiğim, türlü emeklerle, zorluklarla beni bu yaşa getiren, fedakarlığın ne demek olduğunu gösteren, merhametin ve sevginin ne demek olduğunu öğreten, yanı başımdan hiçbir zaman eksik olmasını istemediğim canım anneme minnettarım. Bu tez canım annem Zeliha Kaba'ya ithaf edilmiştir.

İstanbul, 2026

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

Etik Beyan Sayfası ..... **ii**

Özet ..... **iii**

Abstract ..... **iv**

Önsöz ..... **v**

Tablolar Listesi ..... **viii**

Kısaltmalar Listesi ..... **x**

GİRİŞ **1**

Araştırmanın Amacı ve Problemi 1

Araştırmanın Özgünlüğü 2

Araştırmanın Tasarımı ve Düzeni 5

BİRİNCİ BÖLÜM: SEÇMEN DAVRANIŞINA İLİŞKİN TEMEL KAVRAMLAR VE YAKLAŞIMLAR **6**

1.1. Seçmen Davranışına İlişkin Temel Yaklaşımlar 6

1.1.1. Sosyolojik Model 8

1.1.2. Parti Kimliği (Sosyo-Psikolojik) Modeli 10

1.1.3. Ekonomik Oy Verme Teorisi (Rasyonel Yaklaşım) 11

1.1.4. Stratejik Oy Verme Modeli 12

1.2. Seçmen Davranışını Etkileyen Faktörler 13

1.2.1. Sosyo-Ekonomik Faktörler 14

1.2.2. Psikolojik Faktörler 18

1.2.3. Politik Faktörler 18

1.3. Türkiye'de Seçmen Davranışını Etkileyen Faktörler 20

1.3.1. Cinsiyet 20

1.3.2. Yaş 21

1.3.3. Eğitim 22

1.3.4. İdeoloji 23
1.3.5. Etnik Kimlik ve Din 24
1.3.6. Aile 25
1.3.7. Ekonomi 25
1.3.8. Lider 26
İKİNCİ BÖLÜM: İSTANBUL BAĞCILAR İLÇESİ VE SEÇİM SONUÇLARI .. 27
2.1. Bağcılar İlçesinin Sosyal ve Kültürel Profili 27
2.2. Bağcılar İlçesindeki Cumhurbaşkanlığı Seçim Sonuçları 29
2.3. Bağcılar İlçesindeki Milletvekili Seçim Sonuçları 31
2.4. Bağcılar'daki Mahalli İdareler Seçim Sonuçları 34
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEMİ 40
3.1. Araştırmanın Yöntemi 40
3.2. Araştırmanın Örneklemi 41
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: BAĞCILAR İLÇESİNİN KATILIMCI PROFİLİ 44
BEŞİNCİ BÖLÜM: BAĞCILAR İLÇESİNDE GENEL SEÇİMLERDE OY DAVRANIŞI 51
5.1. Parti Yakınlığına İlişkin Bulgular 51
5.2. Son Cumhurbaşkanlığı Seçimine İlişkin Bulgular 58
ALTINCI BÖLÜM: YEREL SEÇİMLERDE BAĞCILAR İLÇESİNİN SEÇMEN DAVRANIŞI 67
6.1. Son Büyükşehir Belediye Başkanlığı (31 Mart 2024) Seçimine İlişkin Bulgular 67
6.2. Son İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde (31 Mart 2024) İlişkin Bulgular 74
KAYNAKÇA 85
EKLER 92

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1. 2014-2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri 29
Tablo 2. 1995-2023 Seçimleri 31
Tablo 3. Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçim Sonuçları (1994-2024) 35
Tablo 4. İlçe Belediye Başkanlığı Seçim Sonuçları (1994-2024) 37
Tablo 5. Demografik Özellikler 41
Tablo 6. Ailenizin Aylık Geliri Ortalama Ne Kadardır? 45
Tablo 7. Ailenizde Düzenli Gelir Getiren Bir İşte Çalışan Var Mı? 45
Tablo 8. Evinizde Kaç Kişi Bir Arada Yaşamaktadır? 46
Tablo 9. Nasıl Bir Evde Oturuyorsunuz? 46
Tablo 10. Oturduğunuz Ev Kendinizin Mi Yoksa Kira Mı? 47
Tablo 11. Evinizin Fiziksel Özelliği Aşağıdakilerden Hangisine Uygundur? 47
Tablo 12. Konutunuzu Nasıl Isıtıyorsunuz? 48
Tablo 13. Hane Donanım ve Araç Sahipliği Oranları 49
Tablo 14. Kendinize En Yakın Bulduğunuz Ve Genelde Oy Verdiğiniz Parti Hangisidir? 51
Tablo 15. Bu Partiyi Hangi Özelliğinden Dolayı Kendinize Yakın Hissediyorsunuz? .. 52
Tablo 16. Cinsiyet, Yaş ve Eğitim Bağlamında Yakın Bulunan ve Genelde Oy Verilen Parti 54
Tablo 17. Son Cumhurbaşkanlığı Seçiminde (28 Mayıs 2023) Oy Verilen Aday 58
Tablo 18. Son Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Oy Vermede Adayın Dikkate Alınan Özelliği 59
Tablo 19. 28 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Aday Tercihinin Demografik Özelliklere Göre Dağılımı 60
Tablo 20. En Yakın Bulunan ve Genelde Oy Verilen İki Partinin Vatandaşa Sağladığı Katkı Düzeyi 62
Tablo 21. Aile Ve Sosyal Hizmetler Bakanlığından Veya Sosyal Yardımlaşma Vakfı'nda Alınan Destekler 65
Tablo 22. Son Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçiminde Oy Verilen Parti 67
Tablo 23. Son Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçiminde Oy Vermede En Fazla Etkili Olan Faktör 69

Tablo 24. Son Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçiminde Oy Tercihinin Demografik Değişkenlere Göre Dağılımı 70
Tablo 25. Büyükşehir Belediyesinden Alınan Yardım Oranları 73
Tablo 26. Son İlçe Belediye Başkanlığında Oy Verilen Parti 74
Tablo 27. Son İlçe Belediye Başkanlığı Seçiminde Oy Vermede En Fazla Etkili Olan Faktörler 75
Tablo 28. Cinsiyet, Yaş Ve Eğitim Bağlamında Son İlçe Belediye Başkanlığında Oy Verilen Parti 76
Tablo 29. Bağcılar Belediyesinden Alınan Yardım Oranları 79

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

Ak Parti : Adalet ve Kalkınma Partisi

ANAP : Anavatan Partisi

CHP : Cumhuriyet Halk Partisi

DEM : Halkların Eşitlik ve Demokrasi Partisi

DSP : Demokrat Sol Parti

HDP : Halkların Demokrasi Partisi

İBB : İstanbul Büyükşehir Belediyesi

MHP : Milliyetçi Hareket Partisi

SES : Sosyo-Ekonomik Statü

SP : Saadet Partisi

TİP : Türkiye İşçi Partisi

ULASAV : Ulusal Akıllı Şehir Açık Veri Platformu

YRP : Yeniden Refah Partisi

YSP : Yeşil Sol Parti

GİRİŞ

Bu çalışmanın konusu, alt gelir gruplarının oy tercihini tespit etmektir. Oy verme davranışının incelenmesi, bir toplumun siyasal kültürünü, sınıfsal yapısını, ekonomik eşitsizliklerini ve siyasal kurumlara olan güven düzeyini anlamada önemli rol oynamaktadır. Demokratik sistemlerde seçimler yalnızca siyasal temsil mekanizması değil, aynı zamanda toplumsal taleplerin bir yansımasıdır. Bu bağlamda, İstanbul'un Bağcılar ilçesi, sosyal yapısı, göç dinamikleri ve düşük gelir gruplarının yoğunluğu sebebiyle oy davranışı araştırmaları için önemli bir saha alanıdır. Bu tespitin temel dayanaklarından biri, Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından yürütülen (2016) verileridir. Bu çalışma, İstanbul'daki mahalleleri gelir düzeyi ve temel yaşam koşulları gibi değişkenlere göre değerlendirerek her mahalleye bir Sosyo-Ekonomik Statü (SES) skoru yansıtmaktadır. Bu veri setine göre (ULASAV, 2016), Demirkapı, 15 Temmuz ve Kirazlı mahalleleri Bağcılar ilçesinin en düşük SES kategorilerinden birinde konumlanmaktadır (her biri 25 puan) ve bu mahalleler özellikle düşük gelir ve yüksek sosyal yardım gibi göstergeler bakımından dezavantajlı alanlar olarak belirlenmiştir. Aynı zamanda İstanbul Büyükşehir Belediyesi Açık Veri Portalı'nda en yüksek sosyal yardım alan hane sayısına sahip bölgeler arasında bulunmaktadır. Bu bakımdan bu üç mahalle Bağcılar ilçesinde alt gelir gruplarının oy davranışlarını incelemek için önemli bir araştırma sahası sunmaktadır. Buradan hareketle çalışmanın saha araştırması, bu üç mahallenin seçmeni üzerinden yürütülmüştür.

Araştırmanın Amacı ve Problemi

Araştırmanın amacı, Bağcılar ilçesinde alt gelir grubunda yer alan seçmenlerin oy davranışlarını hem genel seçimler hem de yerel seçimler bağlamında incelemek; seçmenin oy tercihlerinin hangi sosyo-ekonomik ve politik faktörlere göre şekillendiğini ortaya koymaktır. Çalışmanın temel soruları şu şekilde formüle edilmiştir:

1. Bağcılar'da alt gelir grupları en fazla hangi partilerle yakınlık hissetmektedirler?

2. Alt gelir grupları kendilerine en çok yakın hissettikleri parti ile neden özdeşleşiyor?

3. Eğitim, yaş, cinsiyet ve sosyal yardımlar oy verme davranışını etkiliyor mu?

4. Yerel seçimlerde parti mi yoksa aday mı daha etkilidir?

Araştırmanın temel problemini oluşturan bu sorular, seçmenlerin oy davranışını açıklayan sosyolojik, ekonomik ve rasyonel modellerin Türkiye bağlamındaki işlerliğini test etmeyi de mümkün kılmaktadır. Araştırma, bu sorulara saha verilerine dayalı olarak yanıt vererek hem literatüre özgün katkı sağlamayı hem de oy davranışının hangi dinamikler üzerinden şekillendiğini ortaya koymayı hedeflemektedir.

Araştırmanın Özgünlüğü

Oy davranışı üzerine ulusal ve uluslararası literatürde, siyasal tercihleri açıklamak için farklı teorik çerçeveler geliştirilmiştir. Bu çerçevelerin temelini oluşturan çalışmalar, seçmenin yalnızca bireysel tutumlarıyla değil aynı zamanda toplumsal konum, ekonomik beklentiler, ideolojik yönelimler ve siyasi iletişim süreçleriyle şekillenen çok katmanlı bir karar verme mekanizmasına sahip olduğunu göstermektedir.

Bu literatürün omurgasını kuşkusuz Ersin Kalaycıoğlu ve Ali Çarkoğlu tarafından yürütülen çalışmalar belirlemektedir. *Kalaycıoğlu'nun Elections and Party Preferences in Turkey (1994) ve Turkish Party System: Leaders, Vote and Institutionalization* (2013) başlıklı çalışmaları, Türkiye'de oy verme davranışının tarihsel sürekliliğini, siyasal kültürün yapısını ve parti seçmenlerinin süreklilik gösteren özelliklerini çözümlemesi bakımından alana temel bir kaynak sunar. Aynı şekilde Çarkoğlu'nun *Voting Behavior* (2012) eseri ile Kalaycıoğlu & Çarkoğlu'nun birlikte yaptığı çalışma *Elections and Public Opinion in Turkey: Through the Prism of the 2018 Elections* (2023), Türkiye'de seçmen tutumlarının ideoloji, kimlik, ekonomik beklentiler ve parti aidiyeti ekseninde nasıl şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bu eserler, Türkiye'de seçmen tercihlerini açıklayan her araştırmacının mutlaka atıf yapması gereken temel referans kümesi niteliğindedir.

Türkiye'de seçmen tercihleri literatürüne en güncel katkılardan biri ise Ömer Çaha ve Fatma İlknur Akgül'ün (2024) "Türkiye'de Seçmen Davranışı ve 2024 Seçimlerine Yansıması" başlıklı çalışmasıdır. Bu çalışma, ekonomik koşullar, kimliksel aidiyet ve parti performansının seçmen davranışlarını nasıl dönüştürdüğünü kapsamlı biçimde tartışarak güncel seçim sosyolojisine önemli bir katkı sunmuştur. Bu yönüyle, Türkiye'de seçmen tercihlerinin güncel dinamiklerini anlamada başvurulması gereken en önemli kaynaklardan biri konumundadır.

Seçmen davranışı çalışmalarının önemli bir bölümü sosyolojik yaklaşıma dayanmaktadır. Duverger (1962), parti tercihlerini belirleyen toplumsal aidiyetlerin kuşaklar boyunca aktarıldığını savunur. Diğer yandan Heywood (2018), siyasal kültür, sınıf, kimlik ve toplumsal yapıların oy davranışını uzun vadeli olarak belirlediğini vurgular. Türkiye bağlamındaki mevcut akademik çalışmalar, sosyo-ekonomik koşulların oy davranışı üzerindeki etkisini özellikle öne çıkarmıştır. Lewis-Beck & Stegmaier (2000), ekonomik performans algısının oy tercihlerinin en önemli belirleyicilerinden biri olduğunu belirtirmiştir.

Seçmen tercihlerine dair bir diğer büyük yaklaşım sosyo-psikolojik modeldir. Michigan ekolünün parti kimliği kavramsallaştırması, seçmenin oy tercihlerinin çocukluktan itibaren şekillenen ve nispeten istikrarlı bir psikolojik aidiyet tarafından belirlendiğini ileri sürer. Bu yaklaşımı sistemleştiren temel eserlerden biri olan Meder & Özer (2008), siyasal toplumsallaşma süreçlerinin oy davranışını uzun vadeli olarak biçimlendirdiğini ortaya koyar. Türkiye'de parti aidiyetinin sürekliliği ve kimliksel yönü, Fırat'ın (2019), çalışmasında detaylı biçimde ele alınmış ve siyasal kimliklerin özellikle kutuplaşılmış dönemlerde oy davranışını daha da sabitlediği belirtilmiştir.

Seçmen davranışını açıklayan bir diğer önemli yaklaşım ise rasyonel tercih ve ekonomik oy verme modelidir. Downs'un (1957), temel varsayımı olan "seçmenin fayda-maliyet hesabı yaptığı" görüşü, özellikle ekonomik kriz dönemlerinde oy verme davranışlarını açıklamada etkili olmuştur. Türkiye özelinde Haydaroğlu & Korkmaz (2020), seçmenlerin ekonomik gidişata ilişkin değerlendirmelerinin oy verme davranışını güçlü biçimde etkilediğini ortaya koymaktadır.

Yerel seçimler üzerine yapılan araştırmalar da önemli bir literatür bütünlüğü içerir. Baltacı & Eke (2012), siyasal propaganda araçlarının yerel seçimlerde seçmenin algısını nasıl şekillendirdiğini inceler. Çaha, Toprak & Dalmış (2008), yerel yönetimlerde hizmet performansı ve parti aidiyeti arasındaki ilişkiyi ortaya koymuştur. Yoder (2020) ise mülkiyet sahipliğinin yerel siyasal katılımı arttıran bir unsur olduğunu uluslararası örnekler üzerinden göstermektedir.

Literatürde, Türkiye'de oy verme davranışının kimlik, din ve ideoloji gibi sosyo-kültürel değişkenlerle yakın ilişkisini değerlendiren çalışmalar bulunmaktadır. Polat (2009), ideolojik ve dini yönelimlerin özellikle genel seçimlerde güçlü bir belirleyici olduğunu

vurgulamıştır, Nar (2021), ise eğitim, demokrasi algısı ve siyasal tutumların oy davranışı üzerindeki etkisini tartışmaktadır.

Bu araştırma, aynı örneklem üzerinden Cumhurbaşkanlığı seçimi, Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimi ve İlçe Belediye Başkanlığı seçimi gibi farklı seçim türlerinde ortaya çıkan oy davranışını karşılaştırmalı olarak incelemektedir. Bu çoklu yaklaşım, oy davranışını farklı siyasal düzlemlerde nasıl konumlandığını anlamaya olanak sağlayarak literatüre yeni bir bakış açısı sunmaktadır. Araştırmanın bir diğer özgün yönü, sosyo-ekonomik kırılganlık göstergelerinin (hane geliri, sosyal yardım alma durumu, mülkiyet, eğitim, yaş, cinsiyet vb.) oy davranışı ile birlikte sistematik biçimde ele alınmasıdır. Türkiye'de ekonomik oy davranışına dair önemli çalışmalar bulunsa da bu ilişkilerin mahalle ölçeğinde, alt gelir grupları üzerinden ve hem genel hem yerel seçimleri kapsayacak şekilde incelendiği bir örnek bulunmamaktadır.

İstanbul Bağcılar, 22 mahalleden oluşan geniş ve yoğun nüfuslu bir ilçedir. İlçenin sosyo-ekonomik yapısı mahalleler arasında belirgin farklılıklar göstermekte olup, özellikle gelir düzeyi, göç geçmişi ve sosyal yardımlar açısından bazı mahalleler diğerlerine kıyasla daha dezavantajlı konumdadır. Bu dezavantajlı alanların belirlenmesinde *My Neighborhood* İstanbul SES Skorları, mahallelerin sosyo-ekonomik statüsünü gelir durumu üzerinden hesaplayan kapsamlı bir veri seti olarak önemli bir referans sunmaktadır. Söz konusu skorlar, İstanbul Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından yürütülen 34 Mahallem İstanbul Projesi kapsamında üretilmekte olup, mahalleleri "yüksek", "orta" ve "düşük" sosyo-ekonomik düzey kategorilerine ayırmıştır. Bu araştırma, Bağcılar ilçesinin Kirazlı, 15 Temmuz ve Demirkapı mahallelerinde yaşayan 210 katılımcı ile yürütülmüştür. Çalışma, sahanın genişliği ve örneklem büyüklüğü bakımından belirli sınırlılıklar taşımaktadır. Örneklem sayısı, bölgenin nüfusu dikkate alınarak ulaşılabilirlik ve zaman çerçevesinde belirlenmiştir. Mahallelerin sosyo-ekonomik homojen yapısı nedeniyle 210 kişinin çalışmanın amaçlarını karşılayabilecek yeterli temsil gücünü sağladığı düşünülmüştür. Ancak bu sayı, Bağcılar ilçesinin tamamını veya İstanbul seçmenini istatistiksel olarak tam temsil etmemektedir.

Araştırmanın Tasarımı ve Düzeni

Bu araştırma Giriş bölümü hariç olmak üzere altı bölümden oluşmaktadır ve her bölüm araştırmanın ilerleyen kısımlarına temel oluşturacak şekilde düzenlenmiştir.

Birinci bölümde, seçmen davranışına ilişkin temel teorik çerçeve ve kavramlar ele alınmaktadır. Sosyolojik, psikolojik ve ekonomik oy verme modelleri ile oy davranışını etkileyen faktörler kuramsal çerçeve içinde açıklanmaktadır. Bu bölüm, araştırmanın analiz kısmında kullanılacak kavramsal altyapının oluşturulmasını sağlamıştır.

Araştırmanın ikinci bölümünde, araştırmanın yürütüldüğü Bağcılar ilçesinin sosyal, kültürel ve demografik özellikleri tanıtılmakta, ilçenin son yıllardaki Cumhurbaşkanlığı, Milletvekilliği ve yerel seçim sonuçları değerlendirilerek bölgenin siyasal yapısı ortaya konmaktadır.

Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemi, örneklemi, veri toplama süreci ve analiz yöntemi açıklanmıştır. Bu bağlamda veri toplama araçları, katılımcıların belirlenme biçimi ve analiz yöntemi detaylandırılmıştır.

Dördüncü bölüm, katılımcı profilinin tanıtıldığı bölümdür; hane yapısı, ekonomik durum gibi temel toplumsal göstergeler burada sunulmuştur.

Beşinci bölümde genel seçimlere ilişkin bulgular yer almaktadır ve katılımcıların parti yakınlıkları, Cumhurbaşkanlığı seçimindeki tercihlerinin dağılımı ve bu tercihlerin demografik faktörlerle ilişkisi ele alınmıştır.

Altıncı bölüm de ise yerel seçimlere ilişkin oy tercihlerine yer verilmiştir. Büyükşehir ve İlçe Belediye Başkanlığı seçimlerinde oy verme davranışı, etkili faktörler ve seçmen tercihindeki değişimler incelenmiştir.

Sonuç bölümüne gelindiğinde, elde edilen bulgular bütüncül bir bakışla değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında ulaşılan çıkarımlar doğrultusunda öneriler sunulmaktadır. Bu tasarı sayesinde araştırma, kuramsal bilgiler ile saha verilerini birbirini tamamlayacak şekilde bir araya getirmiş ve oy davranışını kapsamlı bir şekilde analiz etmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM: SEÇMEN DAVRANIŞINA İLİŞKİN TEMEL KAVRAMLAR VE YAKLAŞIMLAR

Bu bölümde, seçmen davranışının temel kavramları, yaklaşımları ve belirleyici faktörleri kapsamlı bir çerçevede ele alınmaktadır. İlk olarak, seçmen davranışını açıklamaya yönelik çeşitli teorik yaklaşımlar, rasyonel seçim teorisinden psikolojik ve sosyolojik perspektiflere kadar uzanan bir yelpazede incelenecek ve bu yaklaşımların seçmen tercihleri üzerindeki etkileri tartışılacaktır. Ardından, ekonomik, sosyo-kültürel faktörlerin oy verme kararlarını nasıl şekillendirdiği detaylandırılacaktır. Son olarak, Türkiye özelinde seçmen davranışının özgün dinamikleri, ülkenin siyasi geçmişi ve güncel siyasal gelişmeler ışığında analiz edilerek, yerel bağlamda seçmen tutum ve tercihleri ortaya konulacaktır. Böylece bu bölüm hem teorik temelleri hem de pratik yansımalarıyla seçmen davranışına bütüncül bir bakış sunmayı amaçlamaktadır.

1.1. Seçmen Davranışına İlişkin Temel Yaklaşımlar

Pratik anlamda farklı uygulama ve yorumları olan, teorik anlamda da pek çok farklı tanımları olan demokrasi kavramı, en yalın anlamıyla halkın halk tarafından yönetimi olarak tanımlanmaktadır. Demokrasi kavramının kökenine bakıldığında Yunanca "*demos*" ile "*kratos*" sözcüklerinin birleşiminden doğan bir kavram olduğu ve halk yönetimi anlamına geldiği görülmektedir (Çetin, 2015). Demokratik sistemlerde halkın yönetime katılımını sağlayan en temel mekanizma seçimlerdir. Seçimler demokrasinin olmazsa olmazıdır, dolayısıyla demokrasiyi benimseyen ülkelerde iktidarın belirlenmesinde seçmen büyük bir öneme sahiptir. Seçmeni tanımlamadan önce seçim kavramını tanımlamak gerekir.

Seçim, demokratik yönetim süreçlerinde seçmenlerin tercihlerine göre kamu görevini üstlenecek kişi veya kişilerin belirlenmesi olarak tanımlanmaktadır (Kaynak, 2022). Ersin Kalaycıoğlu'na göre seçim, siyasal otorite kadrosunun değişimini gerçekleştiren yöntemler içinde en barışçıl seçenek olarak değerlendirilmektedir (Kalaycoğlu, 1984). Seçmen ise kavramsal olarak, demokratik bir ülkede yasalar doğrultusunda seçimlere katılarak oy kullanma ve yöneticileri değiştirme hakkına sahip, hakları anayasal güvence altına alınmış vatandaşı ifade etmektedir. Seçmen davranışı, demokratik süreçlerin işleyişinde kritik bir yer tutar. Bu bağlamda, vatandaşların siyasal süreçlere aktif katılımı yalnızca oy kullanmakla sınırlı kalmayıp, çeşitli tutum ve eylemlerle de kendini

göstermektedir. Seçmen davranışı ise bireylerin yerel ya da merkezi düzeyde yönetimde söz sahibi olacak kişi veya partileri etkilemek amacıyla gerçekleştirdikleri tutum ve eylemleri tanımlamaktadır. Başka bir deyişle, seçmen davranışı, vatandaşların siyasal sistemle olan ilişkilerini, tutumlarını ve tepkilerini yansıtan bir olgudur. Genel olarak, bireylerin yerel ya da ulusal düzeydeki yönetim organlarını etkilemek için yürüttükleri çeşitli girişimlerden oluşmaktadır (Arslan, 2020).

Maurice Duverger'in parti sistemleri kategorizasyonu, siyasi partilerin yapısı ve seçim sistemlerinin seçmen davranışı üzerindeki etkisini açıklamaktadır. Tek-parti sistemleri, seçmen tercihlerini kısıtlayarak genellikle rejime destek gösterisi yaratırken, iki-parti sistemleri seçmenlerin kararlarını netleştirip hükümet istikrarını artırır ancak küçük partilere yer vermez. Bununla birlikte Duverger, çok-parti sistemleri daha geniş temsil olanağı sunarken koalisyon zorunluluğu nedeniyle hükümet kurma sürecini karmaşıklaştırabildiğini de ifade etmektedir. Çoğunluk sistemleri, iki-parti sistemlerini teşvik edip seçmenleri kutuplaştırırken, nispi temsil sistemleri çok-parti yapılarını destekler ve daha fazla seçmen temsili sağlamaktadır. Seçim süreçlerinde partilerin aday belirleme mekanizmaları, lider etkisi ve parti içi ön seçimlerin dürüstlüğü, seçmenlerin güvenini ve davranışını doğrudan şekillendirmektedir (Duverger, 1962).

Seçmenlerin tercihlerini belirleyen faktörler zaman içinde değişkenlik gösterebilmekte ve farklı dinamiklere bağlı olarak şekillenebilmektedir. Oy verme davranışı, kısa ve uzun vadeli etkilerle biçimlenmektedir. Kısa vadeli etkiler, belirli bir seçime özgü olup, genellikle oy kullanma kalıplarına ilişkin genel sonuçlar çıkarılmasını mümkün kılmaz. Bu bağlamda, ekonomik durum oy verme davranışını etkileyen temel kısa vadeli unsurlardan biridir. Hükumetin popülaritesi ile işsizlik, enflasyon gibi ekonomik değişkenler arasındaki ilişki bu etkiyi belirginleştirmektedir. Bunun yanı sıra, parti liderlerinin kişiliği ve halk nezdindeki algısı da önemli bir kısa vadeli etkidir. Medyanın liderleri partilerinin marka imajı olarak sunması, lider değişikliğinin halk desteğini yeniden kazanma aracı olabileceğini göstermektedir. Kısa vadeli etkiler arasında partilerin seçim kampanyalarının tarzı ve etkinliği de yer almaktadır. Kampanya süreleri, esnek seçim sistemlerinde birkaç hafta ile sınırlıyken, sabit süreli seçimlerde iki yıla kadar uzayabilir. Bu süreçte kamuoyu anketleri, kampanyalara ivme kazandırma ya da seçmenler arasında hayal kırıklığı ve ilgisizlik yaratma potansiyeliyle önemli bir rol oynamaktadır. Son olarak, kitle iletişim araçları oy verme davranışında kısa vadeli etkiler

oluşturabilir. Yayınların yanlı veya partizan bir içerikle şekillenmesi gibi yapısal unsurlar, medyanın kısa vadeli olduğu kadar uzun vadeli etkiler de doğurabileceğini göstermektedir. Medya içeriklerinin seçimden seçime değişkenlik göstermesi, bu etkinin dinamik bir yapıda olduğunu ortaya koymaktadır (Heywood, 2018).

Oy verme davranışı, dört temel yaklaşımla incelenebilir. Bunlardan biri, sosyolojik model olup; sosyolojik yapıların ve bireylerin mensubu oldukları sosyal grupların oy verme davranışları üzerinde belirleyici bir etkisi olduğunu öne sürmektedir. Bu yaklaşım genel olarak, seçmen davranışlarını sosyal sınıf, din, etnik kimlik ve benzeri aidiyetler çerçevesinde açıklamaya çalışmaktadır. İkinci model, parti kimliği modeli (*party identification*), seçmenlerin belirli bir partiye karşı geliştirdikleri psikolojik bağlılık duygusuna dayanmaktadır. Bu model, seçmenlerin partilere yönelik uzun vadeli bağlılıklarını ve bu bağlılıkların tutumlar ile gündemdeki meselelere ilişkin tercihler üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Üçüncü model, ekonomik oy verme teorisi olarak bilinmekte ve bu teori, seçmenlerin rasyonel bireylerden oluştuğu varsayımı üzerine kuruludur. Bu modele göre, seçmenler seçim dönemine özgü siyasi ve ekonomik koşulları değerlendirdikten sonra, fayda-maliyet analizi yaparak kendileri için en yüksek faydayı sağlayacak seçeneği tercih etmektedirler. Ekonomik oy verme teorisi, seçmen davranışını bireysel faydayı maksimize etme çabasıyla ilişkilendirmektedir. Dördüncü ve son model ise stratejik oy verme teorisidir. Bu teori, ekonomik oy verme modelinden türemiştir ve seçmenlerin rasyonel davranış gösterdikleri varsayımında birleşmektedirler (Heywood, 2018). Ancak farklı olarak stratejik oy verme teorisi, seçmenlerin seçim kurallarını dikkate alarak istedikleri sonucu elde etmek için farklı bir partiye oy verme davranışında bulunabileceğini savunmaktadır. Bu modele göre, seçmenlerin yalnızca bireysel faydayı değil, seçim sisteminden kaynaklı sonuçları da göz önünde bulundurduklarını göstermektedir (Ünal, 2016).

1.1.1. Sosyolojik Model

Sosyolojik yaklaşım, Columbia ekolü olarak da bilinmektedir, 1940 ve 1950'li yıllarda etki göstermiştir. Bu modele göre, sosyal bir canlı olan seçmenler oy verme süreçlerinde sosyal niteliklerinin etkisi altında kalmaktadırlar. Bu modelde, seçmenlerin sosyal nitelikleri önceliklendirilmiş ve seçmenlerin mesleki, dini, etnik ayrılıklarının tesirinde kalmasıyla oy verme davranışında bulundukları belirtilmiştir.

Modern akademik oylama araştırmalarının kökenleri, 1940 yılında Columbia Üniversitesi'nde görev yapan sosyolog Paul Lazarsfeld'in Ohio eyaletindeki Erie County'de yürüttüğü çalışmalara dayanmaktadır. Lazarsfeld, sosyal bilimcileri bir araya getirerek çeşitli anket çalışmalarına öncülük etmiş ve seçmen davranışlarını analiz etmiştir. Bu araştırmalar, karmaşık yapısına rağmen, Columbia Ekolü olarak bilinen sosyolojik yaklaşımın temel taşlarını oluşturmuş ve sonraki birçok araştırmaya rehberlik etmiştir (Turna, 2022).

Sosyolojik yaklaşıma göre, seçmen davranışını belirleyen en önemli faktörün toplumdaki sosyal ayrışmalar olduğu öne sürülmektedir. O dönemde, seçmenlerin mensup oldukları sosyal kimlikleri oy tercihleriyle siyasal kararlarına yansıttıkları varsayılmıştır. Seçmenlerin tercihleri, dini aidiyetler ve günlük alışkanlıklarla benzer bir şekilde tanımlanmıştır. Ancak, zaman içinde yapılan deneysel araştırmalar, sınıf temelli oy verme davranışını açıklayan bu yaklaşımın, oy kaymalarını anlamada yetersiz bir teori sunduğunu ortaya koymuştur. Sosyolojik yaklaşım modeli, sosyal gruplar, grup deneyimleri ve sosyal ilişkilerin etkisini vurgulayarak, bireyin içinde bulunduğu toplumsal yapının siyasal kültür üzerindeki etkisine dikkat çekmektedir (Doğan & Tokgöz, 2022).

Bu modelde, seçmenler, bireylerden oluşan bir topluluk gibi değil, farklı gruplar olarak düşünülmektedir. Oy verme kararında kişisel tutumlar, değerler veya mantıklı değerlendirmeler pek etkili değildir. Bunun yerine, kişinin sosyo-ekonomik durumu, dini inançları, yaşadığı bölge ya da ait olduğu grup gibi faktörler daha belirleyicidir. Bu durumda oy kararı bireysel olarak değil, grubun kolektif davranışıyla şekillenmektedir (Polat, 2009). Eğer bir birey, grubun aldığı karara uymazsa, grup normlarına aykırı hareket etmiş olur ve bu durum çeşitli şekillerde cezalandırılır. Bu sebeple de birey, grupla uyumlu olmaya ve cezadan kaçınmaya çalışacaktır. Sosyolojik modele göre grup kimlikleri, bireylerin tutum ve çıkarlarını etkiler ve bu tutumlar bireylerin oy verme davranışını şekillendirir. Ancak pratikte, bir grubun üyesi olmanın oy verme üzerindeki etkisi ile tutumları şekillendirme gücü aynı seviyede olmayabilir. Toplumsal bölünmelerin tutumlar ve oy verme davranışı üzerindeki tesirlerini tamamen reddetmek mümkün değildir. Bununla birlikte, bu modelin bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Örneğin, neden bazı toplumsal bölünmelerin (sınıf gibi) oy verme davranışı üzerinde diğerlerine

kıyasla daha etkili olduğunu ya da bu etkilerin ülkeler arasında neden farklılık gösterdiğini açıklamakta yetersiz kalmaktadır.

Tüm bunlarla birlikte, sosyolojik model değişen ekonomik koşullara bağlı olarak seçimden seçime değişen oy dağılımlarını açıklamakta yeterli gelmeyebilir. Model, sosyal faktörlerin uzun vadede seçmen davranışını etkilediğini savunsa da aynı seçmenin farklı seçimlerde farklı yönlerde oy kullanmasını ya da aynı sosyal gruba ait bireylerin farklı oy tercihlerini neden yaptığını açıklayamamaktadır. Örneğin, işçi sınıfına mensup bazı seçmenler muhafazakâr sağ partileri desteklerken, yine aynı sınıfa mensup diğer bireyler sol partilere oy verebilmektedir. Bu durum, sınıfsal özellikler, günlük alışkanlıklar ve genel tutumlar açısından benzerlik gösterilmesine rağmen, parti tercihinde farklılık yaşanabileceğini ortaya koymaktadır. Söz gelimi, sosyal sınıfı oy verme davranışının temel belirleyicisi olarak görmek, seçmenlerin hükümet performansına dair değerlendirmelerini ve bireysel tercihlerini göz ardı etme riski taşımaktadır. Bu nedenle, sosyolojik model, seçmen davranışını açıklamada her zaman yeterli bir araç olarak kabul edilmemekte ve eleştirilmektedir (Ünal, 2016).

1.1.2. Parti Kimliği (Sosyo-Psikolojik) Modeli

Michigan Ekolü olarak da bilinen sosyo-psikolojik model, Columbia okulunun sosyolojik bakış açısını eleştiren bir modeldir. Bu model, Michigan Üniversitesi'nden Angus Campbell, Philip Converse, Warren Miller ve Donald E. Stokes tarafından 1960'ta geliştirilmiştir. Seçmen tercihine dair araştırmalara yeni bir perspektif kazandıran bu model, genellikle "parti kimliği modeli" olarak anılmaktadır (Akgün, 2000) . Özellikle 1948, 1952 ve 1956 yıllarındaki Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Başkanlık seçimleri sırasında yapılan çalışmalarla temellendirilmiştir. Modelin temelinde, seçmenin belirli bir partiye duyduğu psikolojik bağlılığın oy verme davranışını etkilediği varsayımı yer almaktadır. Campbell ve arkadaşları, partiyle özdeşleşmeyi ilk kez "*The American Voter*" adlı kitaplarında ele almış ve bu kavramın Amerikalı seçmenlerin siyasal kimliklerinin önemli bir parçası olduğunu öne sürmüştür. Columbia ekolünün sosyal bağlamı vurgulayan yaklaşımına karşın, Michigan ekolü bireysel seçmen davranışına odaklanmaktadır. Bu görüşe göre, seçmenlerin bir partiye olan bağlılığı çocukluk dönemi itibarıyla gelişir ve zamanla kalıcı bir hal alır. Çocuklukta aile çevresinden alınan etkilerle

oluşan bu bağlılık, seçmenlerin oy verme davranışlarını yönlendiren önemli bir faktördür (Küçük & Toklu, 2020).

Bu modele göre, bireylerin siyasal tutumları ve düşünme biçimleri, geçmişte tecrübe ettikleri psikolojik süreçlerin bir yansımasıdır. Parti kimliği modeli, seçmenlerin kendilerini belli bir partiyle özdeşleştirerek o partiye bağlılık göstermesi üzerine kuruludur. Bu bağlılık, hukuki bir bağ gerektirmez; bireyler, genellikle çevrelerinden taşıdıkları etkilerle bir partiye yakınlık duymaya başlar ve bu bağ zaman içerisinde güçlenir (Meder & Özer, 2008). Bu yaklaşımda, seçmen davranışını etkileyen tutumlar ve bu tutumların yoğunluğu ön plandadır. Tutumlar, bireylerin hangi sebeple belirli bir partiye oy verdiğini ya da hangi sebepten oy kullanmadığını açıklamada kritik bir role sahiptir. Ayrıca, seçmenin oy tercihinde, siyasal partilerin programlarından çok parti imajının belirleyici olduğu da öne sürülmektedir. Seçmen, çoğunlukla nesnel sebeplerden ziyade partiye karşı duyduğu önyargılarla hareket etmektedir. Yani, bu model, bireylerin siyasal olayları ve davranışlarını geçmişte var olmuş psikolojik bağları çerçevesinde yorumladığını savunmaktadır. Karmaşık siyasal olaylar, bireylerin parti kimliği doğrultusunda anlamlandırılır ve değerlendirilir. Bu durum, bireylerin sadece kendi çıkarlarını değil, mensubu oldukları grubun çıkarlarını da göz önünde bulundurarak siyasal tutumlar geliştirdiğini göstermektedir (Filiz, 2019).

1.1.3. Ekonomik Oy Verme Teorisi (Rasyonel Yaklaşım)

Ekonomik oy verme teorisi ya da rasyonel yaklaşımın öncüsü Anthony Downs'tur ve bu yaklaşım, Downs'un "*An Economic Theory of Democracy*" adlı eseriyle şekillenmeye başlamıştır. Ekonomik oy verme teorisi, seçmenin kendi çıkar ve beklentilerini karşılaması gereken, aynı zamanda kişisel görüşlerini en iyi şekilde yansıtan parti veya adayı seçmesi gerektiğini savunmaktadır. Seçmen, bu değerlendirmeler neticesinde kendisine en uygun olan parti ya da adaya oy verir. Bu teori, toplumsal grupların davranışlarından ve sosyalleşmelerinden ziyade, bireysel davranışlara odaklanmaktadır (Arslan, 2020). Ayrıca, bu yaklaşımın bir diğer versiyonu da "geçmişe dönük oy verme" olarak bilinmektedir. Bu yaklaşıma göre, genellikle seçmenler ekonominin iyiye gittiği zamanlarda iktidardaki partiyi ödüllendirir, kötüye gittiğinde ise cezalandırır. Rasyonel ve ekonomik tercihleri savunanlar, bireylerin oy verme kararlarını çoğunlukla kendi istek

ve hedefleri gereğince ve matematiksel formüllerle açıklamaya eğilimli olduklarını öne sürmektedir (Gökçe, 2022).

Heywood'a göre rasyonel yaklaşım, oy verme davranışını bireysel düzeyde ele alır ve toplumsal grupların ve sosyalleşmenin etkisinden uzaklaşır. Bu yaklaşıma göre, oy verme davranışı rasyonel bir eylem olarak değerlendirilir çünkü bireyler, tercih ettikleri partiye oy verirken kendi kişisel çıkarlarını gözetirler. Oy verme davranışı, alışkanlıklar veya daha geniş toplumsal bağlılıkların bir sonucu olmak yerine, amaca ulaşmak için bir araç olarak görülür ve doğası gereği faydacı bir davranış olarak kabul edilir (Heywood, 2018).

Ekonomik oy verme teorisi, seçmenlerin oy verme davranışlarını, iktidardaki siyasi partinin geçmişteki performansı ve uygulamaları üzerinden değerlendirir. Bu teoride, seçmenler siyasi seçenekler arasında tercih yapan birer tüketici olarak görülmektedir. Geleceğe odaklanmak yerine geçmişteki icraatları dikkatlice inceleyerek oy verme kararlarını verirler. Seçmenler, özellikle iktidar partilerinin geçmişteki uygulamalarını değerlendirir ve bu icraatlardan ne kadar fayda sağladıklarını göz önünde bulundurarak oylarını belirlerler (Gökçe, 2022). Bu teoride, seçmen başlangıçta tercihlerine uygun bir karar verse de bazı koşullar değiştiğinde bu tercih yeniden şekillenebilmektedir. Ekonomik koşullardaki değişiklikler, seçmenin siyasal tercihlerinin ve yönetim değerlendirmelerinin değişmesine yol açabilir. Yani, seçmen, ekonomideki olumlu ya da olumsuz gelişmelere göre etkilenebilir ve buna bağlı olarak oy verme kararını yeniden gözden geçirebilir. Ayrıca, seçmenler, ekonomideki olumsuz değişimlere, olumlu değişimlerden daha hızlı tepki verebilirler (Arslan, 2020).

1.1.4. Stratejik Oy Verme Modeli

Stratejik oy verme davranışı modelinin, ekonomik oy verme teorisinin bir uzantısı olduğu söylenebilir. Bunun temel sebebi, her iki modelde de seçmenlerin rasyonel bir şekilde hareket ettiklerinin varsayılmasıdır. Ancak bu model, ekonomik oy verme modelinden farklı olarak, seçmenlerin istedikleri seçim sonuçlarına ulaşabilmek için stratejik planlar yapabileceklerini öne sürmektedir. Bu bağlamda, seçimleri hükümeti belirlemenin bir aracı olarak görürler (Özdamar, 2019). Stratejik oy verme modeli, geleneksel teorilere kıyasla bir adım daha ileri giderek, seçmenlerin belirli durumlarda klasik modellerin öngördüğünden farklı davranışlar sergilemelerinin nedenlerini açıklamaya çalışır (Balcı, 2022). Örneğin, seçmenler en çok destekledikleri partinin tek başına hükümet

kuramayacağını düşünüyorsa, bu partinin bir koalisyon ortağı olmasını sağlayacak bir başka partiye oy verebilirler. Bu strateji, küçük partilere verilen oyların, seçim sonrası pazarlıklarda etkili olmasını ve hükümetin şekillenmesinde önemli bir rol oynamasını amaçlar. Böylece, stratejik davranış gösteren seçmenler kendi tercihlerini doğrudan ifade etmek yerine, uzun vadeli çıkarlarına hizmet edecek bir sonuç elde etmeye çalışırlar.

Stratejik oy verme modeli, seçmenlerin klasik teorilerin öngördüğünden farklı davranışlar sergileyebileceğini vurgular. Geleneksel teoriler, seçmenlerin en çok tercih ettikleri partiye oy vereceğini varsayarken, stratejik oy verme modeli bu yaklaşımı sorgular ve seçmenlerin rasyonel hesaplamalar yaparak stratejik kararlar alabildiğini öne sürer. Bu model, seçmenlerin sadece bireysel çıkarlarını değil, aynı zamanda seçim sonuçlarının toplumsal ve politik etkilerini de dikkate aldığını belirtir. Stratejik seçmenler, diğer seçmenlerin davranışlarını ve tercihlerinin muhtemel sonuçlarını da hesaba katarak oylarını planlar. Bu bağlamda, seçim öncesi yapılan kamuoyu yoklamaları, seçmenlerin stratejilerini şekillendirmelerinde önemli bir bilgi kaynağı olur. Stratejik oy verme, seçmenlerin sadece bireysel çıkarlarıyla değil, aynı zamanda seçim sonuçlarının daha geniş etkileriyle ilgilendiği bir davranış modelidir. Bu model, hem bireysel faktörleri (eğitim seviyesi, analitik kapasite gibi) hem de yapısal faktörleri (seçim yasaları, parti sistemleri gibi) dikkate alarak seçmen davranışlarını analiz eder (Ünal, 2016).

1.2. Seçmen Davranışını Etkileyen Faktörler

Seçmen davranışını etkileyen faktörler kısa vadeli ve uzun vadeli olarak iki grupta incelenebilir. Uzun vadeli faktörler birinci kısımda değinilen temel yaklaşımlardan oluşmaktadır (Sosyolojik model, parti kimliği modeli, rasyonel model). Demokrasiyi benimseyen toplumlarda genellikle seçmen davranışını etkileyen faktörler kısa vadeliyken, Türkiye'de yerleşmiş kültürel derinlikten dolayı seçmen davranışını etkileyen faktörler uzun vadelidir. Kısa vadeli faktörler, seçimlerin yapıldığı zamanla ilgilidir. Ülkedeki ekonomik durum, var olan partilerin çıkardıkları adaylar ve medya kısa vadeli faktörlerdir. Uzun vadeli faktörlere bakıldığında, seçmenin partilerle olan daha kalıcı ve derin ilişkisini ifade eder. Bu unsurlar arasında partilerin ideolojisi, lideri, kimliği ve yaptıkları önemli bir yer tutar. Seçmen davranışında kısa vadeli faktörler arasında ekonomi önemli bir rol oynar. Ekonomik durum, hükümetlerin seçim stratejilerini etkiler; iyi ekonomik dönemlerde hükümetler daha rahat seçim yapar çünkü

seçmen mevcut durumu sürdürmeyi tercih eder. Ancak ekonomik krizlerde seçmen kararsız kalır ve güven veren bir muhalefet varsa, desteğini hükümetten alıp muhalefete verir. Bu nedenle hükümetler, genellikle ekonominin iyi olduğu bahar veya sonbahar aylarında seçim yapmayı tercih eder. Bir diğer kısa vadeli faktör medyadır. Medya, ideolojik ve kültürel değerleri taşıyan bir araçtır ve bu yüzden siyasetle yakından ilişkilidir. Türkiye'de medya, yasama, yürütme ve yargının yanı sıra "dördüncü kuvvet" olarak kabul edilmektedir (Çaha & Akgül, 2024).

Parti tercihini etkileyen faktörler genel olarak iki ana başlık altında incelenebilir: partilerin özellikleri ve seçmenlerin durumu. Partilerin özellikleri bağlamında, parti söylemleri, ideolojileri, kimlikleri, tarihsel geçmişleri ve gerçekleştirdikleri icraatlar tercih edilme sürecinde önemli bir rol oynar. Seçmenlerin durumu ise, bireyin siyasi görüşü, ideolojik eğilimi, ekonomik koşulları, cinsiyeti, yaşı ve eğitim seviyesi gibi unsurları kapsar. Bu iki kategori, parti tercihi üzerindeki etkilerin hem partiye ait hem de seçmene ait yönlerini anlamak için temel bir çerçeve sunmaktadır (Çaha & Akgül, 2024).

1.2.1. Sosyo-Ekonomik Faktörler

Sosyo-ekonomik faktörler, bireyin siyasal katılımında önemli bir rol oynar. İnsan, sosyal bir varlık olarak toplumun normlarından, kurallarından ve statülerinden etkilenir. Gelir durumu, meslek, eğitim ve cinsiyet gibi unsurlar, siyasal katılım sürecini büyük ölçüde şekillendirmektedir (Çetin, 2015).

1.2.1.1. Gelir Durumu

Gelir ve refah düzeyinin siyasal katılım üzerinde etkili olduğu yaygın bir görüştür. Özellikle refah seviyesi yüksek bireylerin, az varlıklı kişilere göre siyasete daha fazla ilgi gösterdiği iddia edilmektedir (Silsüpür, 2021). Bunun nedeni, modern devletlerin refahı yeniden dağıtıcı bir role sahip olması ve varlıklı bireylerin sermayenin yapısı gereği devletle sıkı bir ilişki içinde bulunmalarıdır. Bu durum, onların siyasete daha aktif katılım göstermelerini mümkün kılmaktadır. Ancak, varlıklı olmanın her durumda siyasal katılımı artıracağı yönündeki genellemenin tartışmalı olduğu vurgulamak gerekmektedir (Çetin, 2015).

Gelir düzeyinin seçmen davranışları üzerindeki etkisi incelendiğinde, genel olarak gelir arttıkça siyasal eğilimlerin de arttığı gözlemlenmektedir. Düşük gelir gruplarındaki seçmenler, gelirlerini artırma veya koruma amacıyla hareket etmekte ve ekonomik vaatlere daha fazla önem vermektedir. Bu nedenle, gelirlerini artırabileceklerine inandıkları partilere yönelirler (Aşuk, 2019). Orta ve yüksek gelir gruplarında ise seçmenler, mevcut gelir düzeylerini koruma eğilimindedir ve bu nedenle genellikle iktidar partisini desteklerler. Ayrıca, bu gruplar, gelirlerini koruma amacıyla siyasal yapının değişimine daha mesafeli yaklaşır. Genel bir analiz yapıldığında, düşük gelir gruplarının sosyalist partilere, yüksek gelir gruplarının ise ekonomik serbestliği destekleyen merkez partilere eğilimli olduğu iddia etmek yanlış bir olmayacaktır (Turna, 2022).

1.2.1.2. Meslek

Meslek, tıpkı gelir durumu gibi, bireyin toplumsal faaliyetlerini ve siyasete katılımını etkileyen önemli bir faktördür. Meslek sahibi olmak, kişinin siyasetle daha ilgili hale gelmesini, düşüncelerini ifade etme konusunda daha yetkin olmasını ve benzer görüşlere sahip insanlarla etkileşim kurmasını sağlamaktadır. Meslek grupları, yaş veya eğitim gibi aileden gelen özelliklerden farklıdır. Eğitimle sınıf değiştirme ihtimali olsa da bu genelde zaman almaktadır. Her meslek bir siyasi görüş kazandırmaz, ancak bireyin siyasete ilgisini artırabilir ve onu daha aktif hale getirebilir. Bazı meslekler ise bireylerin siyasette daha fazla rol almasını kolaylaştırabilir. Örneğin, bazı toplumlarda mesleki konumları güçlü kişiler sadece seçmen olmakla kalmayıp, siyasi aday olarak da öne çıkmaktadır (Fırat, 2019).

1.2.1.3. Eğitim

Eğitim, bireylerin oy verme davranışlarını etkileyen önemli bir etkendir. Eğitim seviyesi yükseldikçe, insanların oy kullanma olasılığı da artmaktadır. Nie ve arkadaşlarının (1976) çalışmasına göre, eğitim düzeyi, siyasal katılımın en güçlü belirleyicilerinden biridir. Benzer şekilde, Evans ve Andersen'in (2006) araştırması, yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin genelde daha sol görüşlü siyasi tercihlere yöneldiğini ortaya koymuştur. Bunun sebebi, eğitimli bireylerin farklı fikirlere açık olması, eleştirel düşünme becerilerini geliştirmesi ve bilgiye daha kolay ulaşabilmesidir. Eğitimli bireyler, sosyal adalet, eşitlik ve ilerici politikalar gibi konulara daha fazla önem vermektedir. Ayrıca, eğitim seviyesi

arttıkça siyasi katılımın da arttığı görülmektedir. Eğitimli bireyler sadece oy kullanmakla kalmaz, aynı zamanda siyasi tartışmalara katılma ve siyasi örgütlerde aktif olma konusunda da daha istekli olurlar. Bu da onların siyasal süreçte daha etkili olmalarını sağlar ve daha bilinçli tercihler yapmalarına yardımcı olur (Kulachai, Lerdtomornsakul, & Homyamyen, 2023).

Eğitim, bireylerin ülke tarihini anlamalarını, siyasi bilinç kazanmalarını ve geleceğe yön vermelerini sağlamaktadır. Ailede başlayan siyasal kültür, eğitimle pekişir ve bireyler eğitim sayesinde farklı görüşlere hoşgörüyle yaklaşmayı öğrenir. Eğitim, bireylerin araştırma ve analiz yeteneklerini geliştirerek oy verme sürecinde toplumsal değerleri, partilerin faydasını ve seçim sonrası etkileri değerlendirmelerine olanak tanımaktadır. Eğitim seviyesi arttıkça bireylerin siyasi bilgisi, eleştirel düşünme becerisi ve sorgulama kapasitesi de artmaktadır (Turna, 2022). Ancak, tarih boyunca eğitim bazen ideolojik amaçlar için bir güç aracı olarak kullanılmıştır. Örneğin, Hitler Almanya'sında faşizm, Stalin Rusya'sında ise komünizm eğitim yoluyla benimsetilmiştir. Demokratik eğitim ise bireyleri siyasal olarak bilinçlendirirken, evrensel değerlere uyumu destekler ve toplumsal birliği güçlendirir. Bu nedenle eğitim, siyasal katılım ve toplumsal birliğin temel faktörlerinden biridir (Selçuk, 2019).

1.2.1.4. Cinsiyet

Kadın ve erkeklerin toplumda farklı rollere sahip olması, olaylara bakış açıları ve siyasal tutumlarında bazı farklılıklara yol açmaktadır. Bu farklılıkların kökeni biyolojik, psikolojik ya da ekonomik nedenlere dayansa da özellikle çocuk doğurma ve büyütme gibi sorumlulukların genellikle kadınlara yüklenmesi, kadınları daha çok ev işleriyle uğraşmaya yönlendirmiştir. Bu durum, erkeklerin ekonomik olarak güçlenmesine ve kadınların toplumsal ilgi alanlarının farklılaşmasına zemin hazırlamıştır (Gümüş B. , 2006). Araştırmalar, kadınların erkeklere oranla daha tutucu olduklarını, seçimlere daha düşük oranlarda katıldıklarını ve siyasal tercihlerinde duygusal faktörlerden daha fazla etkilendiklerini göstermektedir. Ayrıca kadınların, genellikle güçlü olan tarafa yönelme ve eşlerinin etkisi altında oy kullanma eğiliminde oldukları da ortaya konmuştur. Kadınların siyasal yaşama daha az ilgi göstermeleri, büyük ölçüde toplumsal rollerinden kaynaklanmaktadır. Kadının eşine bağımlı olarak oy kullanmasının temel sebebi,

ekonomik olarak özgür olmaması yani eşine bağımlı olması olarak ifade edilmektedir (Kışlalı, 1976).

1.2.1.5. Yaş

Yaş, seçmen davranışını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Siyasal katılım, belirli bir yaşta şekillenmeye başlar ve yaşam boyu devam eder. Bu katılım, sürekli aktif olmayı, siyasetten uzak durmayı ya da kararsız bir birey olarak araştırma yapmayı içerebilir (Özhan, 2018). Toplumsallaşma süreci, genellikle aile içinde başlar ve bireyin siyasetle küçük yaşlarda tanışmasına olanak tanımaktadır. Aile üyelerinin bir siyasi partiye bağlı olması, çocuğun bu partiye yönelik bilgi edinerek büyümesine yol açabilir; ancak bu durum, çocuğun partiye destek vermesine ya da karşı çıkmasına da neden olabilmektedir. Örneğin, bir ailenin siyasete katılım oranı düşükse, çocuğun sosyal çevresi dar kalabilir ve siyasete ilgisiz bir birey olarak büyüme olasılığı artırabilir. Aile, toplumsallaşma süreci boyunca çocuğa hem toplumsal gereklilikleri hem de siyasete dair temel bilgileri aktarmaya başlar. Bu süreç, arkadaş çevresi ve okul gibi diğer sosyal ortamlarla birlikte gelişerek bireyin siyasal eğilimlerini şekillendirmektedir (Fırat, 2019).

1.2.1.6. Yerleşim Yeri (Kentlileşme)

Seçmen davranışı üzerinde etkili olan önemli değişkenlerden biri, bireylerin yaşadığı yerleşim biçimidir. Kent, köy ya da gecekondu gibi farklı yerleşim alanlarında yaşayan bireylerin siyasal davranışları belirli düzenlilikler gösterebilmektedir. Yerleşim yeri yalnızca bireylerin siyasal katılım düzeylerini değil, aynı zamanda diğer toplumsal faktörleri de etkileyerek dolaylı bir rol oynamaktadır (Filiz, 2019). Kuramsal olarak, büyük kentlerde yaşayan bireylerin siyasal katılım düzeylerinin daha yüksek olması beklenebilir. Kentleşme süreci, siyasal katılımın niteliğini ve düzeyini değiştiren bir toplumsal hareketlilik olgusu olarak ele alınabilir. Köyden kente göç eden bireylerin, geleneksel bir yaşam biçiminden kentsel değerlere geçişi sadece çevre değişimi değil, aynı zamanda sosyo-kültürel ve ekonomik bir dönüşüm sürecidir. Göçle başlayan bu süreçte birey, kentsel tutum ve davranışları benimseyerek "kentli" kimliğine ulaşır. Kentleşme, bireylerin siyasal toplumsallaşmasını artırır ve siyasal katılım düzeylerinde farklılıklar yaratabilmektedir (Özer, 1988).

1.2.2. Psikolojik Faktörler

Psikolojik faktörler, seçmenlerin oy verme davranışını ve parti tercihlerini doğrudan etkilemektedir. Sosyal faktörlerle dolaylı bir bağlantıya sahip olan bu etkenler, bireyin temel ihtiyaçlarından kaynaklanmaktadır. İnsanlar, hayatın her alanında olduğu gibi siyasette de kendilerini bir yere ait hissetmek ve ihtiyaçlarını karşılamak için hareket ederler. Siyasetle ilgilenen, girişken bireyler, toplumda aktif bir rol oynar ve siyasal katılımda daha etkindir. Bu kişiler, yönelimlerini açıklarken ve başkalarıyla paylaşırken kendilerine güvenen bir duruş sergilerler. Diğer yandan, içe dönük bireyler, siyasal süreçlerden uzak durma eğilimindedir. Kendini ifade etmekte zorlanan bu bireyler, oy verme gibi temel siyasal katılım yollarında bile aktif bir rol almazlar. Bazı psikolojik faktörler ise siyasal katılımı olumsuz yönde etkiler. Örneğin, toplumdan yabancılaşma hissi yaşayan bireyler, siyasal sisteme olan güvenlerini kaybeder ve katılımda bulunmayabilir. Ayrıca, bireylerin refah düzeyinin düşük olduğu ve sistemin bireyden kopuk bir yapıya sahip olduğu durumlarda, insanlar ülkeye karşı bir aidiyet hissetmez ve siyasetten uzaklaşır. Hemşerilik ilişkileri gibi faktörler de seçmen davranışlarını etkileyen psikolojik unsurlardandır. Seçmenler, kendilerine yakın gördükleri hemşerilerini, sorunlarına daha kolay çözüm bulabileceklerine inanarak tercih edebilmektedir (Akgül, 2013).

1.2.3. Politik Faktörler

Siyasal partiler, toplumdaki farklı çıkarları bir araya getiren, halk ile iktidar arasında köprü görevi gören ve siyasal süreçlerin temel aktörleri arasında yer alan önemli kuruluşlardır. Partiler, lider ve yöneticilerin seçilmesini sağlarken, iktidarda olduklarında karar alma süreçlerini yönetir, muhalefette olduklarında ise denetleme işlevi üstlenir. Seçmen tercihleri üzerinde partilerin ideolojisi, vaatleri, lider ve seçmenle ilişkileri büyük rol oynar. Özellikle kararsız seçmenler, partilerin bu özelliklerinden etkilenerek kararlarını şekillendirebilir. Seçmenler, adayların ideolojik duruşu, siyasi deneyimi ve imajını değerlendirirken, alışkanlıkları ve yaş gibi faktörler de tercihlerini etkileyebilir. Ayrıca, kararsız seçmenlerin yönelimi seçim sonuçlarında belirleyici bir etken olabilir, bu nedenle siyasal partiler stratejilerini bu grup üzerinde yoğunlaştırabilir (Fırat, 2019).

1.2.3.1. Lider

Liderlerin seçmen tercihleri üzerindeki etkisi oldukça belirgin bir şekilde hissedilir. Özellikle seçmenler, partilerin politikaları, programları ve vaatlerinden ziyade liderlerin kişilik özellikleri, ideolojileri ve hitabet yeteneklerine göre karar verme eğilimindedir. Siyasal liderler, yalnızca partilerini temsil etmekle kalmaz, aynı zamanda seçmenler için bir sembol haline gelir ve onların güvenini kazanarak parti politikalarının benimsenmesini sağlamaktadır.

Liderlerin karizmatik özellikleri, onların seçmenler tarafından daha çekici bulunmasını sağlarken, hitabet yetenekleri ve toplumsal beklentilere yanıt verebilme becerisi, liderin etkisini artırır. Ayrıca, liderin kriz anlarında sergilediği yönetim becerisi ve aldığı kararlar, seçmenlerin algılarını güçlü bir şekilde etkileyebilir. Bununla birlikte, liderin toplumun değerleriyle uyum içinde olması ve halkın beklentilerini karşılaması, seçimlerdeki başarının anahtarı olarak ifade edilmektedir (Çakıcı, 2020).

1.2.3.2. Siyasal Propaganda

Siyasal propaganda, seçmen davranışını şekillendiren en etkili araçlardan biri olarak kabul edilir. Siyasi partiler, seçmenleri etkilemek ve yönlendirmek amacıyla çeşitli propaganda yöntemleri kullanır. Bu yöntemler arasında televizyon, gazete, sosyal medya ve yüz yüze iletişim gibi araçlar öne çıkmaktadır (Kılıç A. F., 2024). Araştırmalara göre, teknolojik araçlarla birlikte sosyal medya hayatımızın onulmaz bir parçası olması rağmen, televizyon en etkili propaganda aracı olarak öne çıkmakta, özellikle kararsız seçmenler üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Propaganda faaliyetleri, seçmenlerin umutlarını, kaygılarını ve beklentilerini hedef alarak onların siyasal tercihlerine yön verir. Kararsız seçmenlerin propaganda araçlarına karşı daha açık olduğu gözlemlenmiş, bu da seçim sonuçlarında önemli bir etki yaratmaktadır. Bunun yanı sıra, propaganda araçlarının etkinliği, seçmenlerin demografik özelliklerine ve toplumsal bağlamlara göre değişkenlik gösterebilir. Genel olarak, siyasal propaganda, seçmen davranışını etkileyen güçlü bir mekanizma olarak, demokratik seçim süreçlerinde kritik bir role sahip olduğunu vurgulamak gerekmektedir (Baltacı & Eke, 2012).

1.3. Türkiye'de Seçmen Davranışını Etkileyen Faktörler

Seçimlerde seçmenlerin siyasal katılım gösterip göstermemesi önemli bir konudur. Eğer seçmenler mevcut sisteme güven duyuyorsa, katılım oranı yüksek olur ve oy verme tercihlerini etkileyen faktörler daha belirgin hale gelir. Ancak sistem güven vermiyorsa, katılım oranı düşer. Türkiye'de seçmenlerin oy verme sürecinde etkilenebileceği pek çok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler arasında cinsiyet, yaş, eğitim, ideoloji, din, aile, ekonomi ve lider gibi unsurlar yer alır. Her biri seçmen davranışını şekillendiren önemli birer etken olduğunu belirtmek gerekir (Selçuk, 2019).

1.3.1. Cinsiyet

Cinsiyet rolleri, yalnızca oy verme sürecinde değil, genel olarak seçmen davranışlarında da önemli bir etkiye sahiptir. Erkeklerin kadınlar üzerindeki üstünlüğü, tarihin en eski toplum yapılarında iş bölümüne dayalı olarak ortaya çıkmış ve günümüzde de etkisini sürdürmektedir. Günümüzde bu durum kısmen değişmiş olsa da, sosyo-ekonomik açıdan kendini geliştirebilmiş kadınlar için bu değişimin daha belirgin olduğu söylenebilir. Eğitim ve toplumsal gelişmeler, kadının iş hayatında olduğu gibi siyaset ve yönetimde de erkeklerle daha eşit bir konuma gelmesini sağlamış ve geçmişe kıyasla daha güçlü bir yer edinmesine katkıda bulunmuştur (Gümüş H. , 2009).

Farklı ülkelerde yapılan araştırmalar, kadınların siyasal katılım oranlarının erkeklere kıyasla daha düşük olduğunu göstermektedir. Gabriel Almond ve Sidney Verba'nın (1989), Amerika, İngiltere, Almanya, İtalya ve Meksika'da gerçekleştirdikleri çalışmada, kadınların psikolojik olarak siyasal katılıma erkeklerden daha az hazır oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde, Ersin Kalaycıoğlu'nun (1984), Kenya, Kore ve Türkiye'de gerçekleştirdiği araştırmalar, kadınların siyasal katılım açısından erkeklerin gerisinde kaldığını ortaya koymuştur. Ancak bu çalışmalar genellikle kadınların siyasal katılımını yalnızca oy verme eylemiyle sınırlandırmaktadır ve bu nedenle kadınların diğer siyasal faaliyetlerdeki rolleri hakkında yeterli bilgi sunmamaktadır. Kadınlar, oy verme oranları açısından erkeklerin gerisinde kalmış olabilir, ancak özellikle gelişmiş ülkelerde birçok önemli kadın hareketine öncülük ederek kadın hakları için mücadele etmişlerdir. Türkiye'de de kadınlar, Osmanlı'nın son dönemlerinden itibaren siyasetle aktif olarak ilgilenmiş ve çeşitli haklar kazanmak için mücadele etmişlerdir. 1980 sonrası Türkiye'de, kadınlar feminist ve İslamcı hareketler aracılığıyla önemli bir toplumsal dönüşüm

sağlamışlardır. Sokak protestoları ve sivil toplum faaliyetleriyle siyasal otorite üzerinde etkili olmuş, bu dönemde Türkiye'de sivil toplum gelişimine önemli katkılar sağlamışlardır. Bu süreç, kadınların hem bireysel hem de grupsal düzeyde siyasallaştığını ve toplumsal değişime öncülük ettiğini göstermektedir (Çaha, Toprak, & Dalmış, 2008).

1.3.2. Yaş

Birey, yaşamı boyunca sürekli bir öğrenme ve uygulama süreci içindedir. Bu süreçte edindiği davranışlardan biri de siyasal davranıştır. Siyasal tutum ve katılım, bireyin yaşına bağlı olarak farklı şekillerde ortaya çıkabilir. Çocukluk, gençlik, orta yaş ve yaşlılık dönemlerinde bireyin siyasal hayata dair bilgi, duygu ve düşünceleri değişiklik gösterir. Çocukluk döneminde aile ve çevrenin etkisi belirgin olurken, gençlik yıllarında bireyin siyasal kimliği şekillenmeye başlar. Orta yaşta siyasal katılım daha bilinçli hale gelirken, yaşlılık döneminde ise tecrübeler ve geçmiş deneyimler doğrultusunda farklı bir perspektif gelişebilir (Özdamar, 2019). Kuşaklar arasındaki tutum farklılıkları, siyasal davranışlara da doğrudan yansımaktadır. Yapılan araştırmalara göre, gençler genellikle yaşlılara kıyasla daha yenilikçi ve değişime açık bir bakış açısına sahiptir. Buna karşın, orta yaş ve yaşlı bireylerde daha tutucu ve geleneksel değerlere bağlı kalma eğilimi gözlemlenmektedir. Genç kuşaklar, toplumsal ve siyasal değişimleri desteklerken, yaş ilerledikçe bireylerin mevcut düzeni koruma yönündeki tutumları güçlenmektedir (Sönmez, 2004).

Yapılan saha araştırmaları, farklı yaş gruplarının siyasal davranışları üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bireyler, yaş ilerledikçe yalnızca fiziksel değil, siyasal tutumları açısından da değişim geçirmektedir. Gençler, enerjik yapıları ve ideolojik hassasiyetleri nedeniyle siyasete daha fazla ilgi göstermektedir. Genç kuşaklar, yaşlılara kıyasla değişime ve yeniliğe daha açıkken, yaşlı bireyler daha tutucu ve mevcut düzeni koruma eğiliminde olmaktadır. Bu tutuculuk yalnızca dini değerlerle sınırlı olmayıp, mevcut statükoyu desteklemek ve var olan görüşleri pekiştirmek anlamında da değerlendirilmektedir. Muzaffer Sencer'in 1970'lerde gerçekleştirdiği araştırmaya göre Türkiye İşçi Partisi'ni destekleyenlerin çoğunluğunun 21-29 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir (Sencer, 1974). Benzer şekilde, Nermin Abadan'ın araştırmaları da (1965), gençlerin siyasal tercihlerinde uç partilere yöneldiğini ortaya koymuştur. Buna göre, gençler aşırı sağ ve aşırı sol görüşleri benimseyerek, Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve

Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) gibi partilere yönelim göstermektedir (Özhan, 2018, s. 31).

1.3.3. Eğitim

Eğitim, bireyin toplumsallaşmasında en etkili araçlardan biridir ve siyasal toplumsallaşmayı da kapsar. Bu nedenle, eğitim bireylere siyasal değerler kazandırmada doğrudan bir rol oynar. Eğitim alan bir birey, siyasal katılımın istenen bir davranış olduğunu öğrenir, siyasal sistem hakkında bilgi edinir ve siyasal etkinliklere katılmak için kendini daha hazır hisseder (Çelik, 2021). Eğitim düzeyi, oy verme davranışını şekillendiren önemli bir faktördür. Eğitim seviyesi yükseldikçe bireylerin daha rasyonel ve bilinçli bir şekilde oy kullanması beklenir. Eğitimli bireyler, politikaları, seçimleri, yasaları ve adayların vaatlerini daha eleştirel bir şekilde değerlendirebilir ve bu vaatlerin ne derece uygulanabilir olduğunu analiz etme yeteneğine sahip olur. Bu durum, onların oy verme sürecinde daha ekonomik ve mantıklı kararlar almasına olanak tanımaktadır (Kaya, 2024).

Eğitim, seçmen davranışını olumlu etkileyen bir faktör olmasının yanı sıra, siyasal katılımda eşitsizliklere de yol açabilmektedir. Türkiye'de eğitim düzeyi, siyasal hakların kullanımını önemli ölçüde etkileyen bir unsur olarak öne çıkar. Her ne kadar seçmen olabilmek için bir eğitim şartı aranmasa da milletvekili seçilebilmek için en az ilkokul mezunu olma zorunluluğu bulunmaktadır.

Günümüzde eğitim, seçmen davranışını yalnızca bilgiye erişim bakımından değil, aynı zamanda siyasal hakların bilinçli kullanımını mümkün kılan bir kapasite olarak şekillendirmektedir. Dolayısıyla, siyasal sistemin işleyişine dair temel bilgilere erişmek, adayları ve partileri karşılaştırmak, siyasi söylemin niteliğini değerlendirmek ve kamusal meselelerde fikir üretebilmek ancak belirli bir eğitim seviyesinin kazandırdığı eleştirel düşünme becerileriyle mümkündür. Bu bağlamda eğitim, siyasi katılımın niteliğini dönüştüren önemli bir unsurdur (Gümüş B. , 2006).

Eğitim, seçmen tercihinin önemli bir bileşeni olmakla birlikte, oy verme davranışının tek başına açıklayıcısı değildir. Eğitim düzeyinin düşük olması oy vermeyi engellememektedir ancak seçmenin karar verme sürecinin niteliğini, siyasal kampanyalara açıklığını, lider algısını ve parti aidiyetini belirgin biçimde etkilemektedir.

1.3.4. İdeoloji

İdeoloji, bireylerin ve grupların dünyayı nasıl algıladıklarını, değer sistemlerini, inançlarını ve yaşam tarzlarını yansıtan temel bir kavramdır (Selçuk, 2019). Ekonomik faktörlerin ötesinde, ideolojik ve kültürel faktörlerin seçmen tercihlerinde belirleyici rol oynadığı söylenebilir. Özellikle toplumsal kutuplaşmanın en yoğun olduğu dönemlerde, seçmenler sosyo-psikolojik nedenlerle kendilerini ait hissettikleri siyasal akımlara yönelmektedir. Bu durum, ideolojinin seçmen davranışları üzerindeki etkisinin ne kadar güçlü olduğunu açıkça ortaya koymaktadır (Tüysüz, 2022).

Uzun yıllar boyunca seçmenlerin ideolojik konumlandırılmasında klasik sağ-sol ayrımına başvurulmuştur. Ancak siyasal alanda yaşanan dönüşümlerle birlikte, bu ayrım artık seçmenlerin ideolojik duruşlarını tam olarak açıklamaya yetmemektedir. Türkiye'de de bu nedenle sağ-sol yerine, toplumsal ve kültürel farklılıkları göz önüne alan merkez-çevre ekseni üzerinden bir kategorileştirme yaklaşımına yönelim artmıştır (Şahan, 2020). Türkiye'de Cumhuriyet'in ilanından sonra ideolojik kutuplaşma, solun aydınlanma ve çağdaşlık ; sağın ise geleneksel değerlere bağlılığı temsil ettiği bir yapı oluşturmuştur. Ancak eğitim seviyesindeki artış ve önceliklerin değişmesi, seçmenlerin katı ideolojik kalıplara bağlı kalmadan tercihlerini zamanla değiştirmesine neden olmaktadır. Seçmen tercihi yalnızca bu tarihsel kalıplara göre şekillenmemektedir. Siyasal tercihler zamanla hükümet performansı, ekonomik koşullar, lider değişimleri, parti içi dönüşümler ve toplumsal beklentiler gibi pekçok etkenin bileşimiyle yeniden şekillenebilmektedir. Bu sebeple, belirli partilerin zaman içinde oy kazanması ya da kaybetmesi yalnızca ideolojik değişimle açıklanamaz, seçmenin gündelik yaşam koşulları, siyasal güveni ve yönetime dair beklentileri de bu süreçte belirleyici rol oynamaktadır (Nar, 2021).

Dolayısıyla, ideoloji, seçmen davranışını açıklayan tek başına belirleyici bir değişken değil; diğer sosyo-ekonomik ve politik faktörlerle birlikte işleyen çok katmanlı bir çerçevedir. Seçmenlerin ideolojik pozisyonları, lider algısı ve kimliksel aidiyetler gibi unsurlarla etkileşim içindedir. Bu nedenle, Türkiye'de seçmen tercihinin değişimini açıklarken ideolojiyi tek başına belirleyici görmek yerine, onun diğer faktörlerle birlikte nasıl dönüştüğünü analiz etmek daha sağlıklı bir yaklaşım sunmaktadır.

1.3.5. Etnik Kimlik ve Din

Din ve siyaset ilişkisi, uzun yıllardır üzerinde durulan önemli bir konudur. Çünkü iktidar, devlet ve egemenlik gibi kavramların meşrulaştırılmasında din, uzun süre etkili bir araç olarak kullanılmıştır. Din, siyasal hayatın bazen aktif bir oyuncusu, bazen de nesnesi olarak karşımıza çıkmış ve bu durum sosyal araştırmalarda din ile siyaset arasındaki gerilimi ön plana çıkarmıştır. Siyasal inanç sisteminin en belirgin işlevlerinden biri, kitlenin, otoriteyi elinde bulunduran seçkinlere olan inanç ve değerleri sayesinde itaati sağlamasıdır. Karl Marx'ın "din toplumların afyonudur" sözü, dinin kitlelerin itaatini temin etmedeki rolüne dikkat çeker. Burada Marx, ideolojinin gerçeği gizleyerek bireylerin bilinçlenmesini etkilediğini ifade eder (Aşuk, 2019).

Türkiye'de dindarlığın oy tercihleri üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalarda dindar seçmenin oy tercihlerini irrasyonel biçimde değil, çoğunlukla kimlik temelli, değer yönelimli ve toplumsal aidiyetle uyumlu biçimde oluşturduğu ortaya konmaktadır. Bu bağlamda siyasal inanç sistemi, yalnızca seçmenleri belirli siyasal aktörlere itaat ettiren bir mekanizma olarak değil, seçmenlerin toplumsal konumlarını anlamlandırmalarını ve kendilerini bir grup içinde tanımlamalarını sağlayan bir kimlik çerçevesi olarak değerlendirilmektedir (Esmer & Pettersson, 2007).

Türkiye'de din, temel kurumlar arasında yer aldığı için toplumu doğrudan ilgilendiren önemli bir unsurdur. Geçmiş seçim dönemlerine bakıldığında, etnik meselelerin partiler arası gerilimlerde öne çıktığı gözlemlenmiştir. Tıpkı etnik tartışmalar gibi, din de Türkiye siyasetinin merkezinde yer almaktadır. Her iki konu da seçmenlerin oy verme süreçlerinde belirleyici rol oynayan ve siyasi partiler tarafından etkili bir biçimde kullanılan unsurlar olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, Türkiye farklı etnik kimliklere sahip insanların bir arada yaşadığı bir ülke olduğundan, bireylerin etnik kimlikleri kendilerini ifade edebilmeleri ve içinde bulundukları toplumda varlıklarını sürdürebilmeleri açısından büyük önem taşır. Bu nedenle, seçmenler oy verme davranışlarını, kendi etnik kökenleriyle ilgili değerlerini koruma ve bu kimlikleriyle kazandıkları kültürü sürdürme amacıyla da şekillendirebilirler (Kaynak, 2022).

Türkiye'de etnik kimlik, özellikle Kürt nüfusun yoğun olduğu bölgelerde seçmen davranışını belirleyen temel dinamiklerden biri olarak ön plana çıkmaktadır. Seçim sonuçlarına ilişkin bulgular, Kürt seçmenlerin önemli bir bölümünün siyasal tercihlerini

kimlik temsili üzerinden oluşturduğunu ve bu doğrultuda HDP/DEM çizgisinin bölgedeki en güçlü siyasal aktör haline geldiğini ortaya koymaktadır (Kılıç L. K., 2018) .

1.3.6. Aile

Aile, bireylerin siyasal kimliklerini oluşturmalarında önemli bir rol oynar. Siyasal değerler ve normlar genellikle çocukluk döneminde aile içinde öğrenilir ve bu süreç bireyin oy verme davranışını şekillendiren temel unsurlardan biri haline gelir. Aile bireylerine siyasal yönelim kazandırırken, onların toplumsal ve siyasal sistemlerle bütünleşmesine katkıda bulunur. Aile, siyasal kültürün kuşaktan kuşağa aktarılmasında önemli bir rol oynar ve seçmenin siyasal yönelimlerinin önemli bir kısmı bu erken dönemde içselleştirilir. Bununla birlikte aile etkisi tüm toplum kesimlerinde aynı yoğunlukta işlemez, eğitim düzeyi ve toplumsal konum gibi değişkenlere bağlı olarak farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır (Uysal, 1984).

Türkiye'de özellikle CHP seçmenlerinde parti aidiyetinin kuşaklar boyunca aktarılma eğiliminin daha güçlü olduğu görülmektedir. Birçok CHP seçmenin "aileden CHP'liyiz" biçimindeki ifadeleri, bu kuşaklar arası sürekliliğin güçlü bir göstergesidir. Buna karşın, muhafazakar ve sağ seçmenlerde aile etkisi bulunmakla birlikte, genç kuşakların ailelerinden daha bağımsız tercihler yapma eğilimi daha yüksektir. Dolayısıyla aile etkisi her iki seçmen tabanında da mevcuttur fakat etkisinin yoğunluğu farklı toplumsal kesimlerde farklı şekillerde tezahür etmektedir. Diğer yandan, özellikle dini değerin güçlü olduğu aile yapılarında siyasal tutumların aktarıldığı daha sık görülmektedir. Bu durum tamamıyla yönlendirme anlamına gelmez bireylerin kendilerini ait hissettikleri kimlik grubunun siyasal tercihlerini benimsemesi, kimlik temelli oy verme tercihinin doğal bir uzantısıdır. Bu sebeple aile, seçmenin siyasal kararlarının belirlenmesinde tek başına belirleyici olmasa da, kimlik, aidiyet ve siyasal tutumların aktarımında oldukça etkili çevresel faktörlerden biri olmayı sürdürmektedir (Yıldırım, 2023).

1.3.7. Ekonomi

Ekonomik koşullar, seçmenlerin oy verme kararlarını doğrudan etkileyebilir. İşsizlik, enflasyon ve ekonomik büyüme gibi faktörler seçmenlerin iktidara yönelik memnuniyetini veya değişim isteğini şekillendirir. Kendi mali durumu iyi olan bireyler mevcut yönetimi desteklemeye yatkınken, ekonomik zorluk yaşayanlar değişim vaat eden

adaylara yönelme eğilimindedir. Ancak, sosyal konular ve aday özellikleri de seçmen tercihlerinde etkili olabilir. Bu yüzden siyasi partiler, ekonomik politikalarına vurgu yaparak seçmen desteğini kazanmayı hedefler (Kulachai, Lerdtomornsakul, & Homyamyen, 2023). 2001 ekonomik krizinin ardından Türkiye'de yapılan seçimlerde iktidarın büyük oy kaybına uğraması, ekonomik faktörlerin seçmen davranışları üzerindeki etkisini gösteren önemli bir örnektir (Haydaroğlu & Korkmaz, 2020).

3 Kasım 2002 seçimleri, Türkiye'nin tarihindeki en büyük ekonomik krizlerden birinin gölgesinde gerçekleşmiş ve seçmenlerin ekonomik sıkıntılara sandıkta verdiği bir tepki olarak değerlendirilmiştir. Seçim sürecinde partiler kampanyalarını büyük ölçüde ekonomik vaatler üzerine kurmuş, seçmenler ise ekonomik krizin sorumlusu olarak gördükleri mevcut partileri cezalandırarak meclis dışı bırakmıştır. Sonuç olarak, Ak Parti ve CHP'nin yer aldığı iki partili bir meclis oluşmuş, Ak Parti'nin seçim zaferinde ideolojik faktörlerden ziyade, ekonomik koşulların ve halkın değişim arzusunun belirleyici olduğu görülmüştür. Bu durum, Ak Parti'nin devlet merkezli değil, toplum odaklı bir yaklaşımla seçmen desteği kazandığını göstermektedir (Fırat, 2019).

1.3.8. Lider

Liderin seçmen davranışı üzerindeki etkisi, seçmenlerin oy verme kararlarını şekillendiren en önemli faktörlerden biridir. Liderler, toplumun beklentilerine yanıt verebilme yeteneği, kişisel karizmaları, hitabet güçleri ve kriz anlarında sergiledikleri duruş ile seçmen üzerinde doğrudan bir etki oluştururlar. Özellikle Türkiye gibi lider odaklı siyaset kültürüne sahip ülkelerde, seçmenlerin tercihlerinde liderin kişisel nitelikleri, deneyimi ve vizyonu büyük rol oynamaktadır. Seçmenler sadece bir partinin politikalarını değil, liderin karar alma yeteneğini, güvenilirliğini ve kriz yönetme becerilerini de göz önünde bulundururlar (Çakıcı, 2020). Lider ile seçmen arasındaki bağ, inanç ve kişisel özellikler üzerinden kurularak seçmen davranışında belirleyici bir rol oynar. Özellikle karizmatik liderler, seçmenin oy verme davranışını etkileyen diğer faktörleri geri planda bırakabilecek kadar güçlü bir etkiye sahip olabilir. Türkiye'de siyasal, kültürel ve ekonomik koşullar, güçlü lider figürlerinin seçmenle özdeşleşmesine uygun bir ortam yaratmaktadır. Liderin, parti politikalarının belirlenmesi, adayların seçimi ve seçmen kitlesinin yönlendirilmesi gibi birçok konuda etkili olması, lider-seçmen özdeşliğini daha da pekiştirmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM: İSTANBUL BAĞCILAR İLÇESİ VE SEÇİM SONUÇLARI

Bu bölümde İstanbul'un en yoğun nüfuslu ilçelerinden biri olan Bağcılar'ın sosyal, kültürel ve siyasal yapısı kapsamlı biçimde ele alınmıştır. İlçenin demografik özellikleri, ekonomik koşulları ve kültürel dinamikleri oy davranışının oluşumunda belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, öncelikle Bağcılar'ın sosyal ve kültürel profili incelenerek oy davranışlarını etkileyen temel unsurlar analiz edilmiştir. Sonrasında, Cumhurbaşkanlığı, milletvekili ve mahalli idareler seçimleri (ilçe ve büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri) açısından seçim sonuçları kronolojik bir biçimde değerlendirilmiştir. Böylece, ilçedeki siyasal eğilimlerin zaman içindeki değişimi, parti bazlı oy dağılımları ve oy davranışındaki dönüşümler ortaya konmuştur.

2.1. Bağcılar İlçesinin Sosyal ve Kültürel Profili

Bağcılar, tarihsel süreçte Osmanlı döneminde Rum halkının ikamet ettiği Mahmutbey Nahiyesi'ne bağlı köylerden biri olarak öne çıkar. Mahmutbey Nahiyesi, 11 köyden oluşan ve İstanbul'un en eski yerleşim merkezlerinden sayılan bir bölgedir. Bu 11 köyün altısı; Avaz, Ayapa, Ayayorgi, Çıfıtburgaz, Vidos ve Yenibosna köyleri olarak bilinmektedir. Zaman içinde, bu köylerden bazıları isim değişikliğine uğrayarak sırasıyla Ayapa Kirazlı, Litros Esenler, Vidos Güngören, Ayayorgi Kayabaşı, Nifos Kocasinan ve Çıfıtburgaz adını almış, nihayetinde bu bölgeye Bağcılar adı verilmiştir (Salkım, 2012).

1924 yılında yapılan mübadele anlaşmasıyla Mahmutbey ve Bağcılar çevresine Selanik'ten gelen Türkler yerleştirilmiştir. Bunu takiben, 1929 yılında Bulgaristan'ın Varna şehrinden gelen Türkler, Çıfıtburgaz Çiftliği olarak bilinen bölgeye yerleşmiştir (Şenel, 2014).

1939 yılında üzüm bağlarının bolluğu nedeniyle "Bağcılar Köyü" olarak adlandırılan bölge, 1975 yılında "Yeşilbağ" ismini almış ancak 1980 darbesi sonrası belediyenin kapatılmasıyla tekrar "Bağcılar" adını geri kazanmıştır. Bu süreçte, Anadolu'dan gerçekleşen yoğun göç dalgaları nedeniyle bölgenin nüfusu hızla artmıştır. 3 Haziran 1992'de çıkarılan bir kanunla Bağcılar resmî olarak ilçe statüsüne kavuşmuştur. Bağcılar, 1924 mübadelesiyle Yunanistan'dan gelen Türklerin ikinci vatanı olurken, 1929'da Bulgaristan'ın Varna şehrinden gelen Türkler de bölgeye yerleşmiştir. 1970'lerden itibaren ise Anadolu'dan İstanbul'a yönelik hızlı göç dalgaları, ilçenin büyümesine büyük

katkı sağlamıştır. Günümüzde, İstanbul'un en yoğun nüfuslu ilçelerinden biri olan Bağcılar, demografik yapısıyla adeta Türkiye'nin bir yansıması niteliğindedir (Çaycı, 2024).

İstanbul'un Avrupa yakasında yer alan Bağcılar, 22 kilometrekarelik bir yüzölçümü sahip olup, 713,594 nüfusuyla kentin en büyük üç ilçesinden biridir. Bağcılar Belediyesi'nin sunduğu hizmetler ve hayata geçirdiği projeler, ilçenin görünümünü ve sosyal yapısını dönüştürmüştür. Kültürel projeler, ilçedeki sosyal dokuya ve aile yaşamına olumlu katkılar sağlamaktadır. Tarihsel olarak, Balkanlardan gelen Türklerin yerleşimiyle başlayan Bağcılar, zamanla Kazakistan'dan gelen Kazak Türkleri ve Türkiye'nin dört bir yanından gelen göçlerle tam anlamıyla bir Türkiye mozaiği haline gelmiştir. Günümüzde, ilçede ayrıca 42 bin mülteci de yaşamaktadır. Son yıllarda Bağcılar, İstanbul'un büyüyen nüfus ve yerleşim alanları içinde merkezi bir konuma yerleşmiştir. Havalimanlarına, köprülere giden otoyolların kesişim noktasında bulunması ve İstanbul'un iki yakasını birbirine bağlayan raylı sistem ağına (4 metro ve 1 tramvay hattı) entegre olması, ilçeyi ulaşım açısından önemli bir merkez haline getirmiştir (Kıskaç, 2020).

Bağcılar'ın güncel nüfusu Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) 2024 verilerine göre nüfus, 361.158 erkek ve 352.436 kadından oluşmaktadır (TUİK, 2024). Bu nüfusla Bağcılar, Türkiye'nin 9. ve İstanbul'un 3. en kalabalık ilçesi konumundadır (Bağcılar Belediyesi, 2024). İlçenin sosyal ve kültürel profiline bakıldığında, Bağcılar Belediyesi eğitime verdiği önem doğrultusunda birçok okulu kendi imkânlarıyla inşa etmekte, bazılarını ise hayırsever iş insanlarının katkılarıyla kazandırmaktadır. Belediye, eğitimde kaliteyi artırmayı hedefleyerek, sınıf mevcutlarını en fazla 30 öğrenciyle sınırlandırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, öğrencilerin teknolojiye erişimini sağlamak adına ilçedeki tüm okulların sınıflarına bilgisayar ve projeksiyon cihazları hediye edilmiştir. İlçenin 22 mahallesinde eğitim ve bilim alanında destek sağlayan Bağcılar Fuat Sezgin Bilim Merkezi, 8D Planetaryum, Mahmutbey Bilgi Evi ve Gözlem Evi ile Enderun Yetenekli Çocuklar Merkezi gibi önemli hizmet birimleri bulunmaktadır. 2011 yılında faaliyete geçirilen Feyzullah Kıyıklık Engelliler Sarayı, Bağcılar'da yaşayan engellilerin sosyal, kültürel, sanatsal ve mesleki eğitim ihtiyaçlarını karşılayan özel bir merkez niteliği taşımaktadır. Bunun yanı sıra, Engelliler Rehabilitasyon Merkezi, belirli yaş grubundaki engellilerin tedavisini sağlayarak onların topluma kazandırılmasına destek olmaktadır. Belediyenin 2005 yılında hizmete açtığı Halk Sarayı, modern ve klasik mimariyi

birleştiren örnek bir yapı olup, nikâh ve düğün törenlerinin yanı sıra birçok sosyal ve kültürel etkinliğe ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca, Gençlik Merkezi ve Kültür Merkezleri bünyesinde yer alan kütüphane, çok amaçlı salon, spor alanları ve internet erişimi, halkın ve özellikle öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik önemli hizmetler sunmaktadır (Bağcılar Belediyesi, 2024).

2.2. Bağcılar İlçesindeki Cumhurbaşkanlığı Seçim Sonuçları

Bağcılar ilçesine, Cumhurbaşkanlığı seçimleri özelinde bakıldığında, ilçede oy davranışının yıllar içinde nasıl bir değişim geçirdiğini görmek önemlidir. Aşağıdaki tablo, 2014–2023 yılları arasında gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Bağcılar'daki oy dağılımını karşılaştırmalı bir biçimde göstermektedir (2014 Cumhurbaşkanlığı seçimi Türkiye'de halkın doğrudan oyuyla gerçekleştirilen ilk Cumhurbaşkanlığı seçimidir. Bu tarihten önce Cumhurbaşkanı, Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından seçilmekteydi).

Tablo 1. 2014-2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri

	2014	**2018**	**2023 (1)**	**2023 (2)**
Seçmen Sayısı	499.376	506.091	517.237	517.688
Geçerli oy	357.790	435.770	460.623	448.891
Recep Tayyip Erdoğan	60,6	61,3	57,90	59,6
Ekmeleddin İhsanoğlu	25,7			
Kemal Kılıçdaroğlu			37,03	40,3
Muharrem İnce		21,4	0,22	
Selahattin Demirtaş	13,7	12		
Meral Akşener		4		
Temel Karamollaoğlu		1,1		
Doğu Perinçek		0,1		
Sinan Oğan			4,84	

Kaynak: (TUİK, İl ve İlçelere Göre Cumhurbaşkanlığı Seçim Sonucu)**.**

10 Ağustos 2014 tarihinde gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde, İstanbul'un en büyük ilçelerinden biri olan Bağcılar, seçmen sayısı ve oy dağılımı açısından dikkat çeken bölgelerden biri olmuştur. İlçede toplam 1.277 sandık kurulmuş ve 499.376 kayıtlı seçmen bulunmuştur. Bu seçmenlerden 363.576'sı sandık başına giderek oy kullanmıştır.

Seçim sonuçları adaylar arasındaki oy dağılımını net bir şekilde ortaya koymaktadır. Recep Tayyip Erdoğan, 2014 Cumhurbaşkanlığı seçiminde, Bağcılar ilçesinde geçerli oyların yüzde 60,6'sını alarak birinci sırada yer almıştır. Bu oran, ilçede Erdoğan'a olan yüksek desteği gözler önüne sermektedir. Selahattin Demirtaş ise yüzde 13,7'lik oy oranı ile üçüncü sırada yer alırken, Ekmeleddin Mehmet İhsanoğlu yüzde 25,7 oranında oy almıştır.

Bağcılar'ın sosyo-politik yapısı göz önüne alındığında, seçim sonuçları ilçenin genel eğilimleriyle paralellik göstermektedir. Recep Tayyip Erdoğan'ın aldığı yüksek oy oranı, ilçede muhafazakâr ve sağ eğilimli seçmenlerin güçlü bir şekilde temsil edildiğini göstermektedir. Ekmeleddin İhsanoğlu'nun yüzde 25,7'lik oy oranı ise muhalefetin burada sınırlı bir desteğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan, Selahattin Demirtaş'ın aldığı yüzde 13,7'lik oy oranı, ilçede Halkların Demokratik Partisi'nin (HDP) belirli bir seçmen tabanına ulaştığını ancak oy potansiyelinin sınırlı kaldığını göstermektedir.

2018 seçim sonuçlarına bakıldığında, Recep Tayyip Erdoğan Bağcılar'da yüzde 61,3 oy alarak birinci olmuştur. 2014 seçimleriyle karşılaştırıldığında, Erdoğan'ın ilçedeki oy oranının büyük ölçüde korunduğu gözlemlenmektedir. Muharrem İnce yüzde 21,4 oy oranına ulaşarak ikinci sırada yer alırken, Meral Akşener yüzde 4 oranında oy almıştır. Selahattin Demirtaş yüzde 12'lik bir oy oranına sahiptir ve bu oran 2014 seçimlerine kıyasla hafif bir artış göstermektedir. Temel Karamollaoğlu yüzde 1,1 ve Doğu Perinçek yüzde 0,1 oy almıştır. Bu da Bağcılar'da daha düşük destek gören adaylar arasında olduklarını ortaya koymaktadır.

Bu sonuçlar, Bağcılar'ın siyasi eğilimleri açısından Recep Tayyip Erdoğan'ın ve Ak Parti'nin güçlü desteğini sürdürdüğünü göstermektedir. Muhalefet cephesinde ise Muharrem İnce'nin oy oranı, 2014'te Ekmeleddin İhsanoğlu'nun aldığı oy oranından daha düşük kalmıştır. Öte yandan, Selahattin Demirtaş'ın oy oranındaki hafif artış, ilçedeki HDP seçmen tabanının korunarak genişlediğine işaret etmektedir.

2023 Cumhurbaşkanlığı seçimleri, Bağcılar ilçesinde yüksek bir katılım oranıyla gerçekleşmiştir. 1. turda katılım oranı yüzde 90,51 gibi dikkat çekici bir seviyeye ulaşmış, 2. turda ise yüzde 87,63 ile hafif bir düşüş göstermiştir. Yüksek katılım oranı, seçime olan ilginin ve seçmenlerin politik süreçlere katılım isteğinin arttığını göstermektedir. Recep

Tayyip Erdoğan, 2023 seçimlerinde Bağcılar'da 1. turda yüzde 57,90 oy alırken, 2. turda oy oranını yüzde 59,6'ya yükseltmiştir. Bu artış, Cumhur İttifakı'nın seçmen desteğini koruduğunu ve ikinci tur stratejisini başarılı şekilde yürüttüğünü göstermektedir. Erdoğan'ın 1. turda aldığı oy oranı, önceki seçimlere kıyasla hafif bir düşüş gösterse de 2. turda seçmen desteğini artırmayı başarmıştır. Bu durum, Sinan Oğan gibi ilk turda farklı adaylara oy veren seçmenlerin ikinci turda Erdoğan'a yöneldiğini düşündürmektedir.

Kemal Kılıçdaroğlu, 1. turda yüzde 37,03 oy alarak, CHP'nin Bağcılar'daki önceki seçim performansına kıyasla belirgin bir yükseliş göstermiştir. 2. turda ise oy oranını yüzde 40,3'e çıkararak yaklaşık 10 bin yeni seçmenin desteğini almıştır. Kılıçdaroğlu'nun oylarını artırması, Millet İttifakı'nın ikinci tur stratejisi doğrultusunda ek bir seçmen mobilizasyonu gerçekleştirdiğini göstermektedir. Ancak, Erdoğan'ın oy oranındaki artış, muhalefetin ikinci turda seçmen desteğini daha güçlü bir şekilde konsolide edemediğini ve kararsız seçmeni yeterince etkileyemediğini ortaya koymaktadır.

2.3. Bağcılar İlçesindeki Milletvekili Seçim Sonuçları

Bağcılar ilçesinde milletvekili seçimleri, seçmenlerin parti tercihlerindeki sürekliliği ve dönemsel değişimleri görebilmek açısından önemli bir göstergedir. İlçenin demografik yapısı, sosyo-ekonomik profili ve politik kültürü, bu seçimlere yansıyan tercihlerin şekillenmesinde belirleyici olmaktadır. Aşağıdaki tablo, 1995–2023 yılları arasında Bağcılar'da gerçekleşen milletvekili seçim sonuçlarını karşılaştırmalı olarak sunmaktadır.

Tablo 2. 1995-2023 Seçimleri

	1995	**1999**	**2002**	**2007**	**2011**	**2015-1**	**2015-2**	**2018**	**2023**
Seçmen Sayısı	183.190	242.417	368.104	352.911	485.367	509.576	510.228	506.091	517.237
Geçerli oy	175.706	230.384	259.504	272.083	410.571	410.193	444.401	435.910	455.488
ANAP	14,9	7,2	29,6						
DSP	19,5	26,2	7,8						
Ak Parti			48,00	56,00	60,19	50,02	59,59	51,7	44,31
CHP	11,9	9,7	15,00	15,00	17,97	15,99	16,23	14,8	16,65

MHP	4,6	12,2	5,00	9,00	8,55	10,74	8,11	10,2	7,76
HDP			9,00	7,00	8,26	16,89	13,77	15,2	12,33
İyi Parti			---	---	---	---	---	6,00	6,35
SP			5,00	3,00	2,08	2,06	0,94	1,6	
YRP			---	---	---	---	---	---	4,1
TİP			---	---	---	---	---	---	2,3

Kaynak: TUİK, Seçim Çevresi ve İlçelere Göre Milletvekili Genel Seçimi Sonuçları

1995 ve 1999 Cumhurbaşkanlığı seçim sonuçları, Bağcılar ilçesinde 2002 sonrasında ortaya çıkan siyasal tabloyu anlamak açısından önemlidir. 1995 seçimlerinde ilçede oyların, Anavatan Partisi (ANAP) yüzde 14,9, Demokratik Sol Parti (DSP) yüzde 19,5 ve CHP yüzde 11,9 şeklinde dağıldığı görülmektedir. Bu dönemde Bağcılar seçmeninin oy davranışlarının belirgin bir şekilde parçalı olduğu, herhangi bir partinin tek başına baskın bir konuma sahip olmadığı dikkat çekmektedir. 1999 seçiminde ise Bağcılar'daki siyasal dengelerde belirgin bir kayma yaşandığı görülmektedir. DSP'nin oy oranını artırarak yüzde 26,2'ye yükseltmiştir. Buna karşın ANAP'ın oy oranı yüzde 7,2'ye gerilemiştir.

2002 Cumhurbaşkanlığı seçimiyle birlikte Ak Parti'nin Bağcılar ilçesinde yüksek oy oranına ulaşması, yalnızca yeni bir partinin yükselişi olarak değil, aynı zamanda ANAP ve DSP gibi partilerin temsil ettiği seçmen tabanının önemli ölçüde Ak Parti bünyesinde yeniden toplandığı bir siyasal dönüşüm olarak değerlendirildiği söylenebilir.

Bu bağlamda 1995 ve 1999 seçimleri, Bağcılar ilçesinde 2002 sonrasında Ak Parti'nin yükselişini getiren siyasal zeminin, merkez partilerde yaşanan çözülme ve seçmen tercihlerindeki dağınıklık üzerinden şekillendiğini göstermektedir. Bağcılar ilçesinde 1995 yılından 2023 yılına uzanan seçim sonuçları hem seçmen katılımında hem de partilerin oy dağılımında dikkate değer değişimler olduğunu göstermektedir. 2002'de 368 bin civarında olan seçmen sayısı 2023'e gelindiğinde 517 bini aşmıştır. Bu artış, ilçenin yoğun göç alan ve hızla büyüyen demografik yapısıyla ilişkilendirilebilir. Katılım oranlarının da aynı dönemde belirgin şekilde yükselmesi, özellikle 2011 sonrası seçmenlerin politik sürece daha fazla ilgi duyduğunu ve sandığa gitme eğiliminin arttığını ortaya koymaktadır. 2002'de yaklaşık yüzde 73 seviyesinde olan katılım oranının 2023'te yüzde 90'ı aşması, Türkiye ortalamasının da üzerinde bir politik katılımı yansıtmaktadır.

İlçede Adalet ve Kalkınma Partisi (Ak Parti), 2002 seçimlerinde yüzde 48 civarında başlayan oy oranını 2011'de yüzde 60'ı aşarak zirveye taşımış, 2015 Haziran seçimlerinde kısmen geriledikten sonra Kasım 2015 seçimlerinde yeniden toparlanmıştır. Ancak 2018 ve özellikle 2023 seçimlerinde düşüş eğilimine giren Ak Parti, 2023'te yüzde 44,31 seviyesinde kalmıştır. Bu durum, partiye yönelik desteğin hala güçlü olmakla birlikte önceki yıllara kıyasla azaldığını göstermektedir. Ekonomik koşullar, yerel yönetim politikaları ve genel siyasi atmosfer, Bağcılar seçmeninin tercihlerini etkileyen başlıca faktörler olarak öne çıkmaktadır. 2018 ve 2023 seçim sonuçları değerlendirildiğinde, Ak Parti'nin Bağcılar ilçesindeki oy oranında belirgin bir gerileme olduğu görülmektedir. Buna karşılık aynı dönemde İyi Parti ve YRP'nin oy oranlarında artış yaşanmıştır. Bu durum, Ak Parti'den kopan oyların önemli bir bölümünün mevcut muhalefet partilerine değil, farklı partiler üzerinden siyasal sistem içinde kalmaya devam ettiğini göstermektedir. Seçmen davranışındaki bu değişim, Bağcılar'da oy tercihinin tamamen yön değiştirmediğini ancak parti tercihleri arasında bir dağılım yaşandığını ortaya koymaktadır.

CHP, 2002 ve 2007 seçimlerinde yüzde 15 bandında oy alarak ilçede sınırlı ancak istikrarlı bir tabana sahip olduğunu göstermiştir. 2011'de yüzde18'e yakın bir yükseliş yaşayan parti, 2015 seçimlerinde yeniden yüzde 15-16 seviyesine gerilemiş, 2018'de ise yüzde 14,8 ile en düşük düzeye inmiştir. 2023'te yüzde 16,65'e çıkarak kısmen toparlanması, muhalefetin ortak söylemlerinin ve yeni ittifak stratejilerinin ilçedeki seçmen üzerinde bir miktar etkili olduğunu düşündürmektedir. Ancak CHP'nin Bağcılar'daki oy oranı, ilçenin sosyokültürel yapısı ve seçmen profilinden ötürü Ak Parti karşısında belirgin bir sıçrama kaydedememiştir.

MHP, 2002'de yüzde 5 seviyesinden başlayarak 2007'de yüzde 9'a yaklaşmış, 2011'de yüzde 8,5 ile dalgalı bir seyir izlemiştir. 2015 Haziran seçimlerinde yüzde 10'u aşarak ilçede gücünü artıran MHP, Kasım 2015'te ve sonrasında oy oranlarında tekrar gerileme yaşamış, 2023'te yüzde 7,76'da kalmıştır. Bu durum, MHP seçmeninin Ak Parti ile yakınlaşması ya da alternatif sağ partilere kaymasıyla ilişkilendirilebilir. Aynı dönemde HDP ve bağımsız adaylar, özellikle 2015 seçimlerinde ilçede dikkat çekici bir yükseliş göstermiş, Haziran 2015'te yüzde 16,89'a kadar ulaşmıştır. Bu sıçrama, Kürt seçmen yoğunluğunun artması ve HDP'nin Türkiye partisi olma iddiasının Bağcılar'da da karşılık

bulmasıyla açıklanabilir. Ancak sonraki seçimlerde HDP oylarının yüzde 12-15 bandında dalgalandığı ve 2023'te yüzde 12,33'e gerilediği görülmektedir.

İyi Parti, ilk kez katıldığı 2018 seçimlerinde yüzde 6 oy alarak ilçede yeni bir merkez sağ seçmen kitlesi edineceğini göstermiş, 2023'te ise oy oranını çok az da olsa artırarak yüzde 6,35'e çıkarmıştır. Bu kısmi artış, özellikle MHP ve Ak Parti tabanından gelen sınırlı bir kaymanın sonucu olarak değerlendirilebilir. Yeniden Refah Partisi (YRP) ve Türkiye İşçi Partisi (TİP) gibi partiler ise 2023 seçimlerinde ilçede yüzde 4,1 ve yüzde 2,3 gibi kayda değer oylar alarak Bağcılar'ın giderek çeşitlenen siyasi yelpazesini yansıtmaktadır.

Genel tabloya bakıldığında, Bağcılar seçmeninin büyük oranda muhafazakâr-sağ partiler etrafında konsolide olduğu, bununla birlikte muhalefetin farklı kesimleri temsil eden yeni oluşumlar aracılığıyla ilçede bir ölçüde oy kazanabildiği söylenebilir. Nüfus artışı, demografik değişimler ve Türkiye'nin genel siyasi atmosferi, bu seçim dönemlerinde ortaya çıkan oy kaymalarını açıklamaya yardımcı olan temel etkenler olarak öne çıkmaktadır. Özellikle 2015 yılındaki iki seçim, seçmen davranışının kısa vadede dahi büyük ölçüde değişebileceğini göstermiştir. Tüm bu veriler, Bağcılar'ın son yıllarda siyasi rekabetin yoğunlaştığı bir ilçe haline geldiğini, ancak yine de Ak Parti'nin geleneksel üstünlüğünü büyük ölçüde koruduğunu ortaya koymaktadır.

2.4. Bağcılar'daki Mahalli İdareler Seçim Sonuçları

Bağcılar ilçesindeki mahalli idareler seçimleri, oy davranışının yerel düzeyde nasıl şekillendiğini gözlemlemek açısından önemlidir. İlçede hem büyükşehir belediye başkanlığı hem de ilçe belediye başkanlığı seçimleri, parti rekabetinin, aday etkisinin ve yerel hizmet algısının zaman içindeki dönüşümünü yansıtmaktadır. Aşağıdaki tablolar, 1994–2024 döneminde Bağcılar'da büyükşehir ve ilçe belediye başkanlığı seçimlerine ilişkin sonuçları karşılaştırmalı olarak sunarak bu değişimin görülmesine olanak sağlamaktadır.

Tablo 3. Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçim Sonuçları (1994-2024)

	1994	**1999**	**2004**	**2009**	**2014**	**2019**	**2024**
Seçmen Sayısı	189.839	241.866	374.872	461.697	500.615	498.314	511.524
Geçerli Oy	177.171	228.530	237.376	361.073	424.309	406.704	383.829
ANAP	15,7	9,8					
DSP	19,1	21					
Ak Parti			50,8	54,9	59,2	56,2	49,3
CHP	1,2	12,4	16,9	21,0	23,8	42,5	39,1
MHP	2,7	8,4	5,9	5,0	4,2		
DEM Parti							3,1
İyi Parti							0,6
YRP							3,5

Kaynak: Belediyelere Göre Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçim Sonucu (YSK).

1994-2024 yılları arasında Bağcılar ilçesinde gerçekleştirilen Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçim sonuçları incelendiğinde hem seçmen sayısındaki artış hem de partilerin oy oranlarındaki değişimler bağlamında dikkat çekici eğilimler gözlemlenmektedir.

1994 ve 1999 Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçim sonuçları, Bağcılar ilçesinde siyasal tercihlerde rekabetçi bir yapının hakim olduğunu ortaya koymaktadır. 1994 seçimlerinde ANAP yüzde 15,7, DSP ise yüzde 19,1 oy alarak ilçede belirgin bir ağırlık kazanmıştır. 1999 seçimlerinde ANAP'ın oy oranı yüzde 9,8'e gerilerken, DSP oylarını yüzde 21'e yükselterek ilçedeki en güçlü aktörlerden biri olmuştur. CHP'nin oylarında ise dikkat çekici bir artış yaşanmış ve yüzde 12,4 seviyesine ulaşmıştır. Bu artış, 1990'lı yılların sonuna doğru Bağcılar ilçesinde CHP'nin yeniden görünürlük kazanmaya başladığını göstermektedir. Aynı dönemde MHP'nin oy oranının yüzde 8,4'e yükselmesi, milliyetçi seçmen desteğinin de ilçede yükseldiğine işaret etmektedir.

İncelenen dönemde seçmen sayısı sürekli bir artış göstermiş; 2004 yılında 374.872 olan kayıtlı seçmen sayısı, 2024 yılı itibarıyla 511.524'e yükselmiştir. Bu artış, ilçedeki yoğun göç hareketleri, kentleşme süreçleri ve demografik yapıda meydana gelen değişimlerle doğrudan ilişkilendirilebilir.

Katılım oranları açısından değerlendirildiğinde ise seçmen sayısındaki artışla paralel bir artış eğilimi gözlemlenmemiştir. 2004 yılında yüzde 66,6 olan katılım oranı, 2009 seçimlerinde yüzde 81,6'ya, 2014 seçimlerinde ise yüzde 88,7 gibi oldukça yüksek bir seviyeye ulaşmıştır. Ancak takip eden seçimlerde bu oranda düşüş yaşanmış; 2019 seçimlerinde yüzde 83,46'ya, 2024 seçimlerinde ise yüzde 78,23'e gerilemiştir. Bu düşüş eğilimi, seçmenlerin yerel seçimlere yönelik ilgisinde bir azalma olabileceğini düşündürmekte ve siyasal aidiyetlerdeki değişimin bir yansıması olarak değerlendirilebilmektedir.

Partilerin oy oranları bağlamında değerlendirildiğinde, Adalet ve Kalkınma Partisi'nin söz konusu dönemde Bağcılar ilçesinde sürekli olarak birinci parti konumunda olduğu görülmektedir. 2004 yılında yüzde 50,8 oranında oy alan Ak Parti, 2014 yılında yüzde 59,2'ye ulaşarak ilçedeki en yüksek oy oranını elde etmiştir. Ancak 2019 ve 2024 seçimlerinde sırasıyla yüzde 56,2 ve yüzde 49,3 oy alarak anlamlı bir düşüş yaşamıştır. Bu düşüş, partiye yönelik seçmen desteğinin azaldığını ve siyasal tercihlerde bir çözülme yaşandığını ortaya koymaktadır. Özellikle 2024 seçim sonuçları, Ak Parti'nin ilçedeki hegemonik konumunun zayıflamaya başladığının bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Cumhuriyet Halk Partisi ise incelenen dönemde oy oranlarında istikrarlı bir artış göstermiştir. 2004 yılında yüzde 16,9 oranında oy alan CHP, 2014 yılında yüzde 23,8 oya, 2019 yılında ise yüzde 42,5 oy oranına ulaşmıştır. 2024 seçimlerinde yüzde 39,1 oy almakla birlikte, bir önceki seçime göre hafif bir düşüş yaşadığı görülmektedir. Ancak genel eğilim, CHP'nin ilçede seçmen tabanını genişlettiği ve siyasal rekabet ortamında güçlendiği yönündedir. CHP'nin artan oy oranı, ilçedeki demografik değişimlerin, muhalefetin stratejik birlikteliğinin ve yerel düzeyde yürütülen kampanyaların etkisiyle açıklanabilir.

Milliyetçi Hareket Partisi'nin performansı ise daha dalgalı bir seyir izlemiştir. 2004 ve 2009 seçimlerinde nispeten sınırlı bir seçmen desteğine sahip olan MHP, 2014 seçimlerinde önemli bir artış göstermiş, ancak sonraki yıllarda varlığı belirgin ölçüde azalmıştır. 2024 seçimlerinde bağımsız bir veri sunulmaması, MHP'nin ilçedeki etkisinin ciddi ölçüde zayıfladığına işaret etmektedir.

Yeni siyasi aktörler olarak Demokrasi ve Eşitlik Partisi (DEM), Yeniden Refah Partisi ve İyi Parti'nin performansları da dikkat çekicidir. DEM Parti 2024 yılında yüzde 3,1 oy

alarak ilçede kendine belirgin bir alan açmıştır. Bu durum, özellikle Kürt seçmen kitlesinin Bağcılar'daki siyasal temsili açısından önem arz etmektedir. Yeniden Refah Partisi 2024 yılında yüzde 3,5 oy alarak, geleneksel muhafazakâr seçmenler arasında alternatif bir adres oluşturduğunu göstermiştir. İyi Parti'nin ise 2024 seçimlerinde yalnızca yüzde 0,6 oy alabilmesi, partinin ilçedeki etkisinin oldukça sınırlı kaldığını ve önceki seçim dönemlerindeki performansına kıyasla ciddi bir erozyon yaşadığını göstermektedir.

Tüm bu veriler özelinde değerlendirildiğinde, Bağcılar ilçesinde 2004-2024 yılları arasında yerel seçimlerde siyasal rekabetin yapısal olarak değişmeye başladığı, Ak Parti'nin mutlak hâkimiyetinin zayıfladığı ve CHP başta olmak üzere farklı siyasal aktörlerin etkinlik alanını genişlettiği görülmektedir. Seçmen davranışlarındaki bu dönüşüm, yalnızca partisel dinamiklerle değil, aynı zamanda ilçedeki sosyodemografik değişim, ekonomik koşullar ve siyasal mobilizasyon süreçleri ile de yakından ilişkilidir. Bu bağlamda Bağcılar'daki siyasal alanın giderek daha rekabetçi bir yapıya evrildiği söylenebilir, ancak nihai değerlendirmeler için uzun dönemli eğilimlerin izlenmesi gerekmektedir.

Tablo 4. İlçe Belediye Başkanlığı Seçim Sonuçları (1994-2024)

	1994	**1999**	**2004**	**2009**	**2014**	**2019**	**2024**
Seçmen Sayısı	189.903	241.624	374.872	461.697	500.615	498.314	511.524
Geçerli Oy	177.158	226.291	236.652	360.051	423.394	396.601	385.143
ANAP	14,6	**7**					
DSP	24,2	29,5					
Ak Parti			43,91	49,39	57,29	57,89	55,42
CHP	1,3	10,3	14,89	18,33	19,72		32,87
MHP	3,1	9,1	7,72	5,65	6,75		
YSP/DEM					9,36	12,81	
İyi Parti						20,49	1,01
YRP							3,88

Kaynak: TUİK, Belediyelere Göre Belediye Başkanlığı Seçim Sonuçları.

Bağcılar ilçesinin 1994-2024 yılları arasındaki yerel seçim sonuçları hem seçmen katılım oranlarında hem de parti tercihlerinde önemli değişimler olduğunu göstermektedir. 1994 İlçe Belediye Başkanlığı seçimleri, Bağcılar'da dağınık bir oy dağılımının varlığını göstermektedir. Bu seçimde DSP yüzde 24,2 oy oranına ulaşırken, ANAP yüzde 14,6 oy almıştır. 1999 seçimlerinde ise DSP'nin oy oranını yüzde 29,5'e yükselttiği, buna karşılık ANAP'ın oy oranının yüzde 7'ye gerilediği görülmektedir. CHP'nin oy oranı bu dönemde yüzde 10,3'e çıkarak 1994'e kıyasla önemli bir artış göstermiştir. MHP'nin oy oranının yüzde 9,1'e yükselmesi ilçede milliyetçi seçmen desteğinin arttığına işaret etmektedir.

2004 yılında yaklaşık 374 bin olan seçmen sayısı, yıllar içinde düzenli bir artış göstererek 2024 seçimlerinde 511 bine ulaşmıştır. Ancak bu artışa rağmen katılım oranlarında dalgalanmalar yaşanmıştır. 2004 yılında yüzde 66,45 olan katılım oranı 2014'te yüzde 88,55 gibi zirve bir noktaya ulaşmış, ancak sonraki seçimlerde düşüş eğilimi göstererek 2024'te yüzde 78,17 seviyesine gerilemiştir. Katılım oranındaki bu düşüş, seçmenlerin yerel yönetimlere olan ilgisinin azaldığına veya mevcut siyasi aktörlere yönelik bir memnuniyetsizlik nedeniyle sandığa gitmemeyi tercih ettiklerine işaret edebilir.

Bağcılar, ilçe belediye başkanlığı seçiminde Ak Parti'nin İstanbul'daki en güçlü kalelerinden biri olmuştur. 2004'te yüzde 43,91 oranında oy alan parti, 2014'te yüzde 57,29'a kadar yükselmiş, 2019'da yüzde 57,89, 2024'te ise yüzde 55,42 oranına düşmüştür. Bu tablo, Ak Parti'nin ilçedeki güçlü konumunu koruduğunu ancak belirgin bir oy kaybı yaşadığını göstermektedir. Özellikle 2019 sonrasında yaşanan düşüş, ilçedeki seçmen eğilimlerinin değişmeye başladığını ortaya koymaktadır. Bunun en somut örneği, CHP'nin oylarında yaşanan dikkate değer artıştır. 2004 yılında yüzde 14,89 oy oranında olan CHP oyları, 2014'te yüzde 19,72, 2024'te ise yüzde 32,87 oranına yükselmiştir. Bu yükseliş, CHP'nin hem kendi tabanını genişlettiğini hem de Ak Parti'den kopan bazı seçmenleri kazandığını göstermektedir.

MHP 2004'te yüzde 7,72 oranında oy alarak Bağcılar'da sınırlı bir varlık göstermiştir. Ancak 2019 ve 2024 seçimlerinde MHP'nin oyları Ak Parti ile olan ittifakı nedeniyle bağımsız bir aday göstermediğini düşündürmektedir. Diğer yandan, 2019 ve 2024 seçimlerinde Yeşil Sol Parti (YSP) adıyla giren Kürt siyaseti çizgisindeki partinin Bağcılar'da önemli bir oy kitlesi oluşturduğu görülmektedir. 2019'da yüzde 12,81 oranında oy oranına ulaşmıştır. Bu, ilçede Kürt seçmenin giderek daha fazla örgütlü bir

şekilde hareket ettiğini ve Bağcılar'daki siyasi dengeleri etkileyebilecek bir güç haline geldiğini göstermektedir.

İyi Parti, 2019 seçimlerinde yüzde 20,49 oranında oy alarak Bağcılar'da büyük bir sürpriz yapmıştı. Ancak 2024'te yalnızca yüzde 1,01 oya düşmesi, partinin ilçede ciddi bir kan kaybettiğini göstermektedir. Bu büyük düşüş, İyi Parti'nin Bağcılar'daki tabanını koruyamadığını ve seçmeninin büyük ölçüde CHP veya Ak Parti'ye yöneldiğini düşündürmektedir. Öte yandan, Yeniden Refah Partisi 2024 seçimlerinde yüzde 3,88 oy alarak ilçede yeni bir muhafazakâr alternatifin oluştuğunu ortaya koymaktadır. YRP'nin aldığı oy oranı, Ak Parti'den kopan muhafazakâr seçmenlerin bir kısmının bu partiye yönelmiş olabileceğini düşündürmektedir.

Bağcılar, uzun yıllardır Ak Parti'nin güçlü olduğu bir bölge olmasına rağmen son yıllarda CHP'nin yükselişi dikkat çekmektedir. Ak Parti hâlâ en çok oy alan parti olsa da 2014'ten sonra düzenli bir oy kaybı yaşamaktadır. CHP'nin yükselişi, ilçede muhalefetin güçlenmeye başladığını göstermektedir. İyi Parti'nin büyük ölçüde yok olması ve YRP'nin sahneye çıkması, Bağcılar'daki sağ seçmen içinde yeni kırılmalar yaşandığını göstermektedir. Önümüzdeki seçimlerde, Ak Parti'nin ilçedeki düşüşünü durdurup durduramayacağı, CHP'nin yükselişinin devam edip etmeyeceği Bağcılar ilçesinin yerel siyasetinde belirleyici faktörler olacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEMİ

Bu bölümde çalışmanın bilimsel temelini oluşturan yöntemsel çerçeve, çalışmada kullanılan veri toplama teknikleri, örneklem yapısı ve katılımcıların demografik özellikleri ayrıntılı biçimde ele alınmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda seçilen yöntem, elde edilen bulguların güvenilirliğini ve geçerliliğini sağlamaya yöneliktir. Bu kapsamda öncelikle araştırma örneklemi, veri toplama araçları ve uygulama süreci açıklanmıştır. Son olarak, araştırmaya katılan bireylerin cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve siyasi tercih gibi demografik değişkenleri analiz edilerek, bulguların yorumlanmasında kullanılacak istatistiksel temeller ortaya konmuştur.

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada kullanılan araştırma tekniği, nicel araştırma yöntemidir. Nicel araştırmalar, değişkenler arasındaki ilişkileri ölçmeye, karşılaştırmaya ve genellemeye olanak sağlayan sistematik bir yöntem ortaya koymaktadır. Creswell'e göre nicel araştırma yöntemleri, çoğunlukla iki temel eksende şekillenmektedir: anketler (survey) ve deneysel çalışmalar (Creswell & Creswell, 2018). Franklin'e göre nicel analiz yöntemi, sosyal bilimlerde kuramsal yaklaşımları genelleştirmeye olanak sağlar. Tek bir vaka üzerinden nedensel sonuçlara ulaşmak mümkün değildir ama vaka sayısı arttıkça değişkenler arasındaki ilişkiler daha belirgin hale gelir ve nicel ifadeler üretilebilir. Bu nedenle nicel analiz yöntemi, sosyal kuramların geliştirilmesinde önemi olan bir araçtır (Franklin, 2019). Bu çalışmada, örneklemin özelliklerini ve seçmen davranışlarını betimlemek amacıyla anket yöntemi tercih edilmiştir.

Anket yöntemi, belirli bir evrenden seçilen örneklem üzerinde gerçekleştirilen ölçümler yoluyla, katılımcıların tutum ve davranışlarını nicel olarak açıklamayı hedeflemektedir. Neuman, anketleri sosyal bilimlerde en yaygın kullanılan yöntemlerden biri olarak tanımlamaktadır ve bu yöntemin özellikle geniş örneklemler üzerinden eğilimlerin ortaya konmasını sağladığını vurgulamaktadır (Neuman, 2014). Bu çalışmada, veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket soruları, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini, siyasal tavır ve tutumlarını, oy verme davranışlarını ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Toplanan veriler, SPSS (29) programı ile analiz edilmiştir. Analiz sürecinde tanımlayıcı istatistiklerin (yüzde, ortalama) yanı sıra değişkenler arası ilişkileri test etmek amacıyla çapraz tablolar yapılmıştır. Neuman'ın belirttiği gibi

(Neuman, 2014, s. 335), istatistiksel analizler yalnızca verilerin sayısal dağılımını göstermekle kalmaz, aynı zamanda kuramsal varsayımların test edilmesine de imkan tanır.

3.2. Araştırmanın Örneklemi

Bu çalışmanın örneklemi, İstanbul'un Bağcılar ilçesinde Kirazlı, 15 Temmuz ve Demirkapı mahallelerinde ikamet eden seçmenlerden oluşmaktadır. Saha araştırması kapsamında söz konusu üç mahallede anket uygulaması gerçekleştirilmiş, toplamda 210 katılımcıdan (her üç mahalleden 70'er kişi olmak üzere) veri toplanmıştır. Katılımcılar, farklı yaş grupları, eğitim düzeyleri ve meslek gruplarından bireylerden oluşmakta olup, mahallelerin demografik yapısını yansıtmaktadır. Örneklem büyüklüğü, araştırmanın hedefleri çerçevesinde güvenilir sonuçlara ulaşmayı sağlayacak düzeyde tutulmuş, ek olarak sosyo-demografik çeşitlilik dikkate alınarak temsil gücünün artırılması amaçlanmıştır.

Tablo 5. Demografik Özellikler

		S	**%**
Cinsiyet	Kadın	97	46,2
	Erkek	113	53,8
Yaş	18-25	46	21,9
	26-35	64	30,5
	36-45	46	21,9
	46-60	33	15,7
	61+	21	10,0
Eğitim	Okula gitmedi	6	2,9
	İlköğretim/Ortaokul	61	29,0
	Lise	57	27,1
	Üniversite	86	41,0
Meslek	İşçi	69	32,9
	Memur	20	9,5
	Esnaf	32	15,2

	Tüccar/İşletme sahibi	13	6,2
	Öğrenci	15	7,1
	Ev kadını	14	6,7
	Emekli	14	6,7
	İş arayan	23	11,0
	Diğer	10	4,8

Çalışmanın demografik özellikleri bağlamında, cinsiyet dağılımı inceldiğinde, katılımcıların yüzde 46,2'si kadın, yüzde 53,8'i erkektir. Bu dağılım, örneklemde cinsiyet açısından dengeli bir temsil sağlandığını göstermektedir. Yaş gruplarına bakıldığında, katılımcıların yüzde 21,9'unun 18-25 yaş aralığında, yüzde 30,5'inin 26-35 yaş aralığında, yüzde 21,9'unun 36-45 yaş aralığında, yüzde 15,7'sinin 46-60 yaş aralığında ve yüzde 10,0'ının 61 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum, özellikle genç ve orta yaş seçmenlerin araştırmaya katılımlarının yoğun olduğunu ortaya koymaktadır. Eğitim düzeyi verileri incelendiğinde, katılımcıların yüzde 2,9'unun okuma yazma bilmediği, yüzde 29,0'unun ilkokul veya ortaokul mezunu, yüzde 27,1'inin lise mezunu, yüzde 41,0'inin üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Örneklem seçimi, basit rastgele örnekleme yaklaşımı esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Basit rastgele örnekleme, her bireyin araştırmaya eşit seçilme olasılığına sahip olduğu ve bu yönüyle örneklemede yanlılığı azaltmayı hedefleyen bir yöntemdir (Noor, Tacik, & Golzar, 2022). Araştırma kapsamında ulaşılan katılımcı profilinin önemli bir kısmının genç kuşaklardan oluştuğu görülmektedir. Bu durum, eğitim düzeyi açısından önceki kuşaklara nazaran görece daha yüksek bir profile çizmektedir ancak çalışmanın odağının alt gelir gruplarından uzaklaştığı anlamına gelmemektedir. Örneklemde yüzde 41 oranında üniversite mezunu bulunması ilk bakışta dikkat çekmektedir. Bu veri, Türkiye'deki genel ortalamanın üzerinde olup özellikle alt gelir gruplarının yoğunlukta olduğu bir ilçede beklenen bir durum değildir. Ancak bu durumun birkaç nedenden kaynaklandığı söylenebilir: Birinci olarak, araştırma evreninde yaşayanların önemli bir kısmı genç kuşaklardan oluşmakta olup bu kuşakların eğitim düzeyi önceki kuşaklara kıyasla daha yüksektir. İkincisi, alt gelir grubuna mensup olmak ile düşük eğitim düzeyinde olmak her zaman örtüşmemektedir; üniversite mezunu olmak, bireylerin

ekonomik anlamda üst gelir grubunda yer aldıkları anlamına gelmemektedir. Özellikle son yıllarda üniversite mezunları arasında işsizlik oranının artması, yükseköğrenim görmüş olsa bile birçok bireyin alt gelir grubunda yer almasına yol açmıştır. Hal böyle olunca örneklemdeki yüksek üniversite mezunu oranı, araştırmanın "alt gelir gruplarının oy davranışı"na odaklanma amacına aykırılık ifade ermez; tam aksine, günümüz Türkiye'sinde eğitim düzeyi yüksek bireylerin de alt gelir grubuna dahil olabileceğini göstermesi açısından anlam ifade etmektedir.

Meslek dağılımı incelendiğinde, katılımcıların yüzde 32,9'unun işçi, yüzde 15,2'sinin esnaf, yüzde 11,0'ının iş arayan, yüzde 9,5'inin memur, yüzde 7,1'inin öğrenci, yüzde 6,7'sinin ev kadını, yüzde 6,7'sinin emekli ve yüzde 6,2'sinin tüccar/işletme sahibi olduğu görülmektedir. Bu dağılım, katılımcıların özellikle işçi ve esnaf kesiminde yoğunlaştığını göstermektedir.

Çalışmanın örneklemi cinsiyet, yaş, eğitim ve meslek grupları gibi çeşitli bir profil sunmaktadır. Özellikle işçi ve esnaf katılımcıların yoğunlukta olması, çalışmanın alt gelir gruplarının oy davranışlarını anlamaya yönelik amacını destekler niteliktedir. Eğitim düzeyinde ortaya çıkan görece yüksek üniversite mezunu oranı ise, Türkiye'deki mevcut işsizlik ve gelir dengesizliği koşulları dikkate alındığında, alt gelir gruplarının heterojen yapısını yansıtması açısından anlam ifade eder.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: BAĞCILAR İLÇESİNİN KATILIMCI PROFİLİ

Araştırma evrenini İstanbul'un Bağcılar ilçesinde yer alan Kirazlı, 15 Temmuz ve Demirkapı mahallelerinde yaşayan toplamda 210 kişi oluşturmaktadır. Bu mahallelerin seçilmesinin ana nedeni, resmi veri kaynaklarında bu bölgelerin Bağcılar ilçesinin düşük sosyo-ekonomik düzeye sahip mahalleleri arasında yer almasıdır. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı'nın Ulusal Akıllı Şehir Açık Veri Platformu (ULASAV) kapsamında paylaşılan *My Neighborhood Istanbul SES Scores* verilerine göre (2016), Kirazlı, Demirkapı ve 15 Temmuz mahallelerinin her biri 25 puanlık Sosyo-Ekonomik Statü (SES) değeriyle düşük gelişmişlik grubunda sınıflandırılmaktadır. (ULASAV, 2016).

Bu veriyi destekleyen bir diğer gösterge ise İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) Açık Veri Portalı'nda yer alan 2021 yılı sosyal yardım verileridir. İBB kayıtlarına göre 15 Temmuz Mahallesi'nde (50.175 nüfus) 853, Demirkapı Mahallesi'nde (54.498 nüfus) 1260 ve Kirazlı Mahallesi'nde (39.528 nüfus) 750 hane sosyal yardım almıştır. Sosyal yardım alan hane sayılarının bu denli yüksek oluşu, mahallelerin düşük gelir gruplarının yoğunlaştığı yerler olduğunu doğrular niteliktedir (İBB, 2025). Yine İBB Açık Veri Portalı'nda yer alan "2024 Yılı Muhtarlıklar Tarafından Dağıtılan Alışveriş Kartı Sayısı" veri setinde örneklem mahallelerinde yüksek yardım sayısı dikkat çekmektedir. Buna göre, Demirkapı Mahallesi 138, 15 Temmuz Mahallesi 138, Kirazlı Mahallesi ise 118 alışveriş kartıyla ilçenin en çok yardım alan mahallelerinden olmuştur. Bu nedenle araştırmada, ekonomik kırılganlığın seçmen davranışları üzerindeki etkisini gözlemlemeyi mümkün kılan bu üç mahallenin incelenmesi tercih edilmiştir. Katılımcıların sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri, çalışmanın konusunu oluşturan alt gelir gruplarının oy davranışları açısından ciddi ipuçları vermektedir. Bu çalışmada seçmen davranışlarında, seçmenin ekonomik koşullarının siyasal tercihler üzerindeki belirleyici rolü vurgulanmaktadır. Bu nedenle çalışmada gelir, mülkiyet ve hane büyüklüğü gibi değişkenler ayrıntılı biçimde incelenmiştir.

Tablo 6. Ailenizin Aylık Geliri Ortalama Ne Kadardır?

	Sayı	**%**
10.001 ve altı	7	3,3
10.001- 20.000	17	8,1
20.001-30.000	39	18,6
30.001- 50.000	62	29,5
50.001 ve üstü	85	40,5
Toplam	**210**	**100**

Katılımcıların yüzde 40,5'i 50.001 TL ve üzeri gelir beyan etmiştir. İlk başta bu durum katılımcı grubunun yüksek gelirli olduğu izlenimini verebilir. Ancak gelir tek başına ekonomik refahı yansıtmaz; hanede yaşayan kişi sayısı ve düzenli çalışan birey sayısı da dikkate alınmalıdır.

Örneğin, tek maaşa bağımlı bir hanede toplam gelir yüksek görünse bile ekonomik kırılganlık devam etmektedir. Bu nedenle araştırma, "düşük gelir grubu"nu tanımlarken hane geliri, hane büyüklüğü ve çalışan sayısı değişkenlerini birlikte ele almıştır. Bu yaklaşım, literatürde ekonomik oy verme teorisiyle uyumludur; seçmenler ekonomik koşullarını değerlendirirken yalnızca toplam geliri değil, refah düzeylerini etkileyen faktörleri dikkate alarak siyasi tercihlerini şekillendirir (Lewis-Beck & Stegmaier, 2000).

Tablo 7. Ailenizde Düzenli Gelir Getiren Bir İşte Çalışan Var Mı?

	Sayı	**%**
Hayır yoktur	31	14,8
Bir kişi var	101	48,1
Birden fazla kişi var	78	37,1
Toplam	**210**	**100**

Katılımcıların yüzde 48,1'i yalnızca 1 düzenli gelir kaynağına sahiptir. Bu durum, tek gelirli yapının ekonomik kırılganlık oluşturabileceğini göstermektedir. Birden fazla çalışanı olan haneler (yüzde 37,1) daha güçlü bir yapıya sahipken, hiç çalışanı olmayan (yüzde 14,8) kesim sosyal yardımlara daha bağımlıdır. Rasyonel tercih teorisine göre

seçmenler, ekonomik güvenliklerini artırma potansiyeli olan partilere yönelmektedir (Downs, 1957).

Tablo 8. Evinizde Kaç Kişi Bir Arada Yaşamaktadır?

	Sayı	**%**
1-2 kişi	55	26,2
2-4 kişi	106	50,5
5 kişi ve üstü	49	23,3
Toplam	**210**	**100**

Katılımcıların yüzde 50,5'i 2–4 kişilik hanelerde yaşamaktadır. Bu durum, örneklemin ağırlıklı olarak çekirdek aile yapısına sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Beş kişi ve üzeri hanelerin oranı ise yüzde 23,3'tür.

Tablo 9. Nasıl Bir Evde Oturuyorsunuz?

	Sayı	**%**
Apartman dairesi	176	83,8
Müstakil ev	20	9,5
Diğer	14	6,7
Toplam	**210**	**100**

Katılımcıların yüzde 83,8'i apartman dairesinde yaşamaktadır. Bu bulgu, araştırma alanının kentleşmiş yapısını göstermektedir. Yüzde 9,5 müstakil evde, yüzde 6,7'si ise farklı tür konutlarda yaşamaktadır. Bu veriler, kentsel yaşam biçiminin hakim olduğunu ortaya koymaktadır. Apartman yaşamı, modern kentleşmenin göstergelerinden biri olarak değerlendirilebilir. Müstakil evde yaşayanların ise daha çok geleneksel yaşam alanlarında bulunduğu düşünülebilir. Siyasal davranışta apartmanda yaşayan bireyler, bireyselci eğilimler gösterebilirken, müstakil evlerde yaşayan kesim daha geleneksel tercihlere yönelebilir.

Tablo 10. Oturduğunuz Ev Kendinizin Mi Yoksa Kira Mı?

	Sayı	**%**
Kendimizin	122	58,1
Kira	77	36,7
Diğer	11	5,2
Toplam	**210**	**100**

Katılımcıların yüzde 58,1'i ev sahibi, yüzde 36,7'si kiracıdır. Ev sahipliği, özellikle yerel seçimlerde siyasal tercihleri etkileyen bir faktördür. Ev sahipleri kentsel dönüşüm ve altyapı hizmetlerine, kiracılar ise kira ve yaşam maliyetlerine odaklanma eğilimindedir (Yoder, 2020). Ev sahipliği, ekonomik istikrarın ve uzun vadeli yerleşikliğin bir göstergesidir. Kiracı olan grup, ekonomik açıdan daha hareketli ve belirsiz bir yaşam tarzına sahip olabilir. Bu farklılık, siyasal tercihler üzerinde de etkili olabilir; çünkü ev sahipleri istikrarı korumayı, kiracılar ise ekonomik kolaylık ve destek sağlayacak politikaları öncelikli görebilir.

Tablo 11. Evinizin Fiziksel Özelliği Aşağıdakilerden Hangisine Uygundur?

	Sayı	**%**
Bir artı bir (bir salon, bir oda)	20	9,5
İki artı bir (bir salon, iki oda)	100	47,6
Üç artı bir (bir salon üç oda)	85	40,5
Diğer	5	2,4
Toplam	**210**	**100**

Katılımcıların neredeyse yarısı (yüzde 47,6) iki artı bir, yüzde 40,5'i ise üç artı bir konutlarda yaşamaktadır. Bu tablo ile görünen, araştırma alanındaki konut stokunun büyük ölçüde orta büyüklükte aile konutlarından oluştuğunu göstermektedir. Daha küçük (bir artı bir) dairelerde yaşayanların oranı (yüzde 9,5) görece sınırlıdır. Dolayısıyla, araştırma evreninin tamamen düşük gelirli bir kesimden oluşmadığı gibi orta sınıfa da hitap eden bir konut yapısının bulunduğunu göstermektedir.

Konutun fiziki büyüklüğü, yalnızca yaşam konforu yönünden değil, aynı zamanda hane halkının ekonomik kapasitesinin bir yansıması olarak da yorumlanabilir. Üç artı bir gibi daha büyük konutlarda yaşayan haneler genellikle daha geniş ailelere sahiptir ve çoğu zaman birden fazla çalışan bireyi barındırabilir. Bu da gelir tablosunda yüksek görünen değerlerin, aslında aile başına bölündüğünde alt gelir grubuna işaret edebileceğini destekler niteliktedir.

Tablo 12. Konutunuzu Nasıl Isıtıyorsunuz?

	Sayı	**%**
Soba	24	11,4
Merkezi kalorifer	29	13,8
Kat kaloriferi/ kombi	151	71,9
Klima	2	1,0
Elektrikli ısıtıcı	3	1,4
Diğer	1	,5
Toplam	**210**	**100**

Katılımcıların büyük bir kısmı (yüzde 71,9) kombi ile ısınmayı sağlamaktadır. Bu veri, araştırma evreninde modern konut altyapısının yaygın olduğunu göstermektedir. Merkezi sistemle ısınanların oranı yüzde 13,8, soba kullananların oranı ise yüzde 11,4'tür. Klima (yüzde 1) ve elektrikli ısıtıcı (yüzde 1,4) kullanımının düşük olması, bu yöntemlerin yalnızca küçük bir kitle tarafından tercih edildiğini göstermektedir.

Isınma şekli, aslında yalnızca teknik bir olay değil, hane gelir düzeyinin ve yaşam standardının dolaylı bir göstergesidir. Kombi sisteminin yaygınlığı, araştırma evrenindeki konutların büyük bölümünde doğal gaz altyapısının bulunduğunu ve hanelerin bu hizmetten yararlanabildiğini göstermektedir. Buna karşılık, soba ile ısınan yüzde 11,4'lük kesim, daha düşük gelir grubunu temsil ediyor olabilir; çünkü soba kullanımının tercih edilmesinde genellikle ekonomik nedenler veya konutun altyapısal yetersizlikleri etkili olmaktadır.

Tablo 13. Hane Donanım ve Araç Sahipliği Oranları

	1 Yok	**2 Var**
Otomobil	44,8	55,2
Kamyonet	91,9	8,1
Motosiklet	72,4	27,6
Renkli televizyon	3,8	96,2
Buzdolabı	2,4	97,6
Çamaşır makinası	5,7	94,3
Bulaşık makinası	10,5	89,5

Bu tablo, katılımcıların hanelerinde bulunan dayanıklı tüketim malları ve ulaşım araçlarına dair verilere yer vermektedir. Araştırma sonuçlarına göre renkli televizyon yüzde 96,2, buzdolabı yüzde 97,6 ve çamaşır makinesi yüzde 94,3 gibi temel ev eşyalarının neredeyse tüm hanelerde bulunması, bu mahallelerdeki ailelerin asgari yaşam standartlarını karşılayacak düzeyde bir dayanıklı tüketim altyapısına sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum, Türkiye'de düşük ve orta gelir gruplarında da zorunlu ev eşyalarının yaygınlaşmış olmasının doğal bir yansımasıdır. Diğer yandan, otomobil sahipliği oranının yüzde 55,2 düzeyinde olması, ilk önce görece yüksek bir refah göstergesi olarak değerlendirilecek olsa da, bu veri tek başına ekonomik üstünlük anlamına gelmemektedir. Türkiye bağlamında bakıldığında otomobil, özellikle İstanbul gibi büyük bir şehir için lüks tüketimden ziyade zorunlu bir ulaşım aracı olarak görülmektedir. Kamyonete sahip olma oranının yüzde 8,1 gibi oldukça sınırlı bir düzeyde kalması ve motosiklet sahipliğinin yüzde 27,6 oranında seyretmesi, hanelerin ekonomik hareketlilik kapasitesinin düşük olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca bulaşık makinası sahipliğinin yüzde 89,5 gibi bir oranla diğer temel beyaz eşyalara kıyasla daha geride kalması, hanelerin ekonomik önceliklendirme stratejileri açısından dikkat çekicidir. Bu durum alt gelir düzeyinin olduğu hanelerde zorunlu ihtiyaçlar ile ertelenebilir ihtiyaçlar ayrımının hala varlığını koruduğunu göstermektedir.

Genel tabloda, Bağcılar ilçesindeki hanelerin dayanıklı tüketim mallarına sahip olma oranları, ekonomik kırılganlığın tamamen yoksunluk düzeyinde olmadığını ancak ekonomik güvenliğin sınırlı kaldığını göstermektedir. Bu sebeple ekonomik açıdan istikrarsız grupların oy davranışlarında hizmet performansı, sosyal yardım programlarına

erişim ve partilerin ekonomik vaatleri gibi unsurlara daha duyarlı olması beklenen bir durumdur.

BEŞİNCİ BÖLÜM: BAĞCILAR İLÇESİNDE GENEL SEÇİMLERDE OY DAVRANIŞI

Bu bölümde araştırmaya katılan bireylerin genel seçimlerdeki oy davranışı cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyi gibi değişken üzerinden incelenmiştir. Çalışmanın bu kısmında elde edilen veriler, katılımcıların hem kendilerini yakın hissettikleri siyasi parti hem de son Cumhurbaşkanlığı seçiminde tercih ettikleri aday üzerinden değerlendirilmiştir. Hedef, katılımcıların demografik özelliklerinin oy davranışı üzerindeki olası etkilerini ortaya koymak ve genel seçimlerdeki oy verme davranışının toplumsal alt yapıyı açıklamaktır.

5.1. Parti Yakınlığına İlişkin Bulgular

Katılımcıların siyasal aidiyetlerini ve uzun dönemli oy tercihlerindeki eğilimlerini anlamak amacıyla çalışmada parti yakınlığına ilişkin sorular yöneltilmiştir. Parti yakınlığı, seçmenin sadece güncel seçim davranışını değil, aynı zamanda kimliksel ve duygusal bağlılıklarını da yansıttığı için oy davranışının önemli bir belirleyicisidir. Bu nedenle katılımcıların "kendinize en yakın bulduğunuz ve genelde oy verdiğiniz parti hangisidir?" sorusuna verdikleri yanıtlar, çalışmanın siyasal yönelimler bakımından temel eğilimlerini ortaya koymaktadır. Bu bölümdeki tablolar, araştırma kapsamında elde edilen parti yakınlığı dağılımını göstermekte ve aynı zamanda cinsiyet, yaş ve eğitim bağlamında da değerlendirilmektedir.

Tablo 14. Kendinize En Yakın Bulduğunuz Ve Genelde Oy Verdiğiniz Parti Hangisidir?

	Sayı	**%**
Ak Parti	91	43,3
CHP	61	29,0
MHP	16	7,6
YRP	8	3,8
İyi Parti	5	2,4
Dem	14	6,7
Diğer	15	7,1
Toplam	**210**	**100**

Katılımcılara “Kendinize en yakın bulduğunuz ve genelde oy verdiğiniz parti hangisidir?” sorusu yöneltildiğinde, yanıtların yüzde 43,3’ü ile en yüksek oran Ak Parti’ye aittir. Bunu yüzde 29,0 ile CHP takip etmektedir. Üçüncü sırada yüzde 7,6 ile MHP, dördüncü sırada ise yüzde 6,7 ile DEM Parti yer almaktadır. Yeniden Refah Partisi yüzde 3,8, İyi Parti yüzde 2,4 oranında tercih edilirken, diğer partilere oy verdiğini belirtenlerin oranı yüzde 7,1’dir. Bu dağılım, katılımcıların büyük ölçüde iki ana akım parti (Ak Parti ve CHP) etrafında kutuplaştığını göstermektedir. Bununla birlikte, MHP, DEM ve YRP gibi partilere de belli bir düzeyde destek verildiği görülmektedir. “Diğer” kategorisinin yüzde 7,1 gibi kayda değer bir orana sahip olması, alternatif partilere yönelimin de tamamen ihmal edilemeyeceğini göstermektedir.

Tablo 15. Bu Partiyi Hangi Özelliğinden Dolayı Kendinize Yakın Hissediyorsunuz?

	Ak Parti	**CHP**	**MHP**	**YRP**	**İyi Parti**	**Dem**
Başarılı icraatları	33,0		6,3		20,0	
Lideri	38,5	9,8	37,5	12,5	20,0	7,1
Dini ve milli değerlere bağlılığı	16,5	4,9	31,3	25,0		14,3
Laik ve modern duruşu	4,4	60,7				14,3
Programı ve ideolojisi	4,4	9,8	12,5	50,0	40,0	28,6
Diğer	3,3	14,8	12,5	12,5	20,0	35,7

Tablo 15, katılımcıların kendilerini yakın hissettikleri ve genelde oy verdikleri siyasi partiyi hangi özelliğinden dolayı tercih ettiklerini göstermektedir. Elde edilen veriler, Türkiye’de seçmenlerin parti aidiyetini sadece ideolojik değil, aynı zamanda lider, değerler ve icraat temelli bir yaklaşımla kurduklarını ortaya koymaktadır.

Türkiye’de siyasal partiler tarihsel olarak liderleriyle özdeşleşmiş, seçmen tercihi zaman zaman lider merkezli bir aidiyet üzerinden şekillenmiştir. Siyasal yönelimlerin “Erbakancılar” (Necmettin Erbakan), “Karaoğlancılar” (Bülent Ecevit) gibi ifadelerle tanımlanması, bu kişiselleşmiş siyaset anlayışının yerleşik bir örneğidir. Seçmenlerin liderlere ilişkin algıları, liderin söylemi ve tutumu üzerinden oluşmaktadır ve bu algılar

oy tercihlerine yansımaktadır. Bu bağlamda lider, sadece partinin temsilcisi değil, seçmen nezdinde siyasal sürecin referans noktalarından biridir (Çakıcı, 2020).

Tablo 15'te dikkat çeken bulgu, lider etkisinin en baskın tercih nedeni olmasıdır. Katılımcıların yüzde 24,3'ü genelde oy verdiği partiyi "lideri" nedeniyle seçtiğini belirtmiştir. Bu oran, özellikle Ak Parti (yüzde 38,5), MHP (yüzde 37,5) ve İyi Parti (yüzde 20) seçmenleri arasında daha çok ön plana çıkmaktadır. Veriler parti bağlamında incelendiğinde, lider etkisinin özellikle sağ ve muhafazakâr partiler açısından belirgin olduğu görülmektedir. Bu durum, lider odaklı oy verme davranışının tüm partiler için genellenemeyeceğini, daha çok sağ partiler bağlamında anlam kazandığını göstermektedir. Parti kimliği, programdan veya ideolojiden ziyade liderin kişiliği, hitabeti ve temsil gücü üzerinden şekil almaktadır. Özellikle Recep Tayyip Erdoğan ve Devlet Bahçeli gibi uzun yıllardır aktif rol oynayan liderlerin seçmen üzerindeki sembolik etkisi bu verileri destekler niteliktedir.

CHP seçmeninde ise lider etkisi (yüzde 9,8) daha sınırlı kalmıştır. Bu, CHP seçmeninin daha ideolojik temelli bir bağlılık geliştirdiğini göstermektedir. Laiklik, modernleşme ve parti geleneği CHP seçmeninde liderden bağımsız bir sadakat duygusu oluşturmaktadır.

Bir başka başlık olarak, "dini ve milli değerlere bağlılık" unsuru da özellikle muhafazakâr partilerde güçlüdür. MHP (yüzde 31,3) ve Yeniden Refah Partisi (yüzde 25,0) seçmenlerinin önemli bir kesimi partiyi bu özelliği sebebiyle kendine yakın bulduğunu belirtmiştir. Ak Parti seçmeninde ise bu oran yüzde 16,5'tir. Bu veri, Ak Parti'nin yalnızca değer temelli değil, aynı zamanda icraat ve yönetim performansı üzerinden de destek gördüğüne işaret etmektedir.

Öte yandan, "laik ve modern duruş" ifadesi CHP seçmenlerinde yüzde 60,7 gibi oldukça yüksek bir oran ve dolayısıyla öneme sahiptir. Bu veri, CHP seçmen tabanında ideolojik kimlik ve cumhuriyetçi değerlerin güçlü bir belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yönüyle CHP'de seçmen davranışı, lider veya icraat değerlendirmelerinden ziyade uzun dönemli kimliksel aidiyetlerle şekillenmektedir. Partiyle özdeşleşme modeline göre seçmenler, kendilerini bir partiyle tanımlar ve oy tercihi bu aidiyetin süreklilik gösteren bir ifadesi olarak ortaya çıkar. Dolayısıyla, CHP seçmenlerinin tercihlerinde laiklik, modernlik ve cumhuriyetçi değerlerin belirleyici olması, bu seçmen grubunun partiyle kurduğu ilişkinin araçsal değil, kimlik temelli bir nitelik taşıdığını göstermektedir (Şahan,

2020). Benzer bir şekilde "laik ve modern duruş" seçeneğini DEM Parti (yüzde 14,3) kategorisinde yer alan bazı sol eğilimli seçmenlerin de desteklediği görülmektedir.

"Programı ve ideolojisi" başlığı diğer başlıklardan daha düşük olsa da özellikle YRP (yüzde 50,0), İyi Parti (yüzde 40,0) ve DEM Parti (yüzde 28,6) seçmenlerinde belirgin olarak öne çıkmaktadır. Bu sonuçlar, küçük ya da yeni partilere yönelen seçmenlerin, liderden ziyade parti programı ve ilkeleriyle özdeşleşme eğiliminde olduğunu göstermektedir. İyi Parti'deki yüksek oran, parti seçmeninin merkez sağ ile milliyetçi söylemler arasında ideolojik bir arayış içinde olduğunu, DEM Parti'de ise kimlik temelli ideolojik bir bağlılığın hâkim olduğu görülmektedir.

Ak Parti seçmenleri arasında yüzde 33'lük bir oranla "başarılı icraatlar" başlığının öne çıkması, iktidar partisinin uzun süreli yönetim tecrübesiyle oluşturduğu performans algısının seçmen nezdinde hala etkili olduğunu ortaya koymaktadır. MHP'de bu sonuç yüzde 20 iken, CHP'de sadece yüzde 6,3'tür. Bu fark, iktidar-muhalefet konumunun seçmen algısına doğrudan yansıdığını göstermektedir. Dolayısıyla seçmen, partiyi iktidar başarısı veya iktidara alternatif üretme kapasitesi üzerinden değerlendirmektedir.

Genel tabloya bakıldığında, katılımcıların önemli bir kısmı partiyi, programından ve ideolojisinden ziyade lider üzerinden tanımlayıp desteklemektedir. Merkez sağ, dini ve milli değerler etrafında birleşirken, CHP laiklik ve modern duruş ekseninde konumlanmaktadır. YRP, İyi Parti ve Dem gibi partilerde ise ideolojiye dayalı bir bağlılık öne çıkmaktadır. Bu durum, Türkiye'de çok partili yapının kimlik ve inanç çeşitliliğini yansıttığını ortaya koymaktadır.

Tablo 16. Cinsiyet, Yaş ve Eğitim Bağlamında Yakın Bulunan ve Genelde Oy Verilen Parti

		Ak Parti	**CHP**	**MHP**	**YRP**	**İyi Parti**	**Dem**
Cinsiyet	Kadın	42,3	33,0	7,2	2,1	1,0	8,2
	Erkek	44,2	25,7	8,0	5,3	3,5	5,3
Yaş	18-25	32,6	32,6	6,5	10,9	2,2	4,3
	26-35	32,8	34,4	10,9	1,6	4,7	7,8
	36-45	52,2	32,6	4,3	2,2	2,2	2,2
	46-60	51,5	21,2	6,1	3,0		12,1
	61 ve üstü	66,7	9,5	9,5			9,5

Eğitim	Okula gitmedi	50,0	33,3				16,7
	İlkokul	72,4	10,3	3,4			13,8
	İlköğretim/Ortaokul	53,1	15,6	12,5		3,1	9,4
	Lise	42,1	35,1	10,5	3,5		1,8
	Üniversite	30,2	36,0	5,8	7,0	4,7	5,8

* Yüzde 1'in altında kalan partiler analiz kapsamının dışında bırakıldığından, tabloda yer alan oranlar yüzde 100'e tamamlanmamaktadır**.**

Cinsiyet, hayatın birçok alanında olduğu gibi siyasal katılımda da etkili olan bir faktördür. Oy vermenin toplumsal rollerle çelişmemesi, ek bir çaba gerektirmemesi ve özellikle yerel düzeyde topluluk içinde gerçekleştirilen bir davranış olması, kadın ve erkek seçmenler arasındaki farkların oy verme tercihlerine sınırlı ölçüde yansımasına neden olduğu söylenebilir (Eser & Sarışahin, 2016).

Cinsiyete göre dağılımlar incelendiğinde hem kadın hem de erkek katılımcılar arasında en yüksek yakınlık oranının Ak Parti'ye ait olduğu görülmektedir. Kadın katılımcıların yüzde 42,3'ü Ak Parti'yi kendisine yakın bulurken, bu oran erkek katılımcılarda yüzde 44,2'dir. CHP'ye yakınlık ise kadınlarda yüzde 33,0, erkeklerde yüzde 25,7'dir. Bu durum, CHP'ye yönelik yakınlığın kadınlar arasında görece daha fazla olduğunu ancak toplam kadın seçmen kitlesi içinde Ak Parti'nin hala birinci sırada yer aldığını ortaya koymaktadır. Erkeklerdeki Ak Parti yakınlığı geleneksel değer yargılarının ve otorite, istikrar, güvenlik gibi temaların siyasetteki karşılığıyla ilişkilendirilebilir.

Tabloya 16'ya göre, yaş ilerledikçe seçmenlerin siyasal tercihlerinde belirgin bir şekilde sağ partilere (özellikle Ak Parti) yönelim gözlenmektedir. 18-25 yaş grubunda Ak Parti ve CHP oranları eşit (yüzde 32,6) iken, bu durum 26-35 yaş grubunda CHP lehine az bir farkla dengelidir. Bu iki yaş grubunda partiler arasındaki farkların eşit veya düşük olması, genç seçmenlerin oy tercihlerinde kesinleşmiş bir yönelimin henüz oluşmadığına işaret etmektedir. Fakat 36 yaş ve sonrasında tablo belirgin biçimde değişmektedir: 36-45 yaş aralığında Ak Parti desteği yüzde 52,2'ye çıkarken CHP desteği yüzde 32,6'da kalmıştır. 46-60 yaş aralığında bu fark bir hayli açılmış, Ak Parti yüzde 51,5 ile öne çıkarken CHP

yüzde 21,2'ye düşmüştür. 61 yaş ve üzeri grupta ise Ak Parti desteği yüzde 66,7'ye yükselmiş, CHP yüzde 9,5 oranındadır. Bu bulgular, yaş arttıkça muhafazakâr ve geleneksel değerlere atıf yapan partilere yönelimin güçlendiğini gösterirken, genç kuşaklarda ise daha dengeli bir görünüm vardır.

Bu sonuçlar, seçmen davranışının yalnızca ekonomik değil, kültürel ve kuşaksal faktörlerle de yakından ilişkili olduğunu göstermektedir (Al & Tuncer, 2024). Türkiye'de yaşı ileri seçmenlerin siyasi aidiyetlerinin daha kalıtsal ve istikrarlı olduğu, genç seçmenlerin ise siyasal değişime biraz daha açık, ancak aynı zamanda parti bağlılıklarının daha zayıf olduğu görülmektedir. Ayrıca, 18-25 yaş grubundaki "diğer partilere" oy oranının (yüzde 10,9) yüksek oluşu, yeni kuşakların alternatif siyasal aktör arayışında olduklarını da göstermektedir.

Bununla birlikte, 26-35 yaş grubunda YRP ve DEM Partilerine yönelim oranlarının gençlere kıyasla düşük, ancak orta yaş grubuna göre daha dengeli oluşu; bu yaş aralığının ideolojik olarak geçiş döneminde bulunduğunu göstermektedir. 46 yaş üzerindeki seçmenlerde YRP'nin yüzde 3 civarında kalması, sağ eğilimli seçmenlerin büyük çoğunluğunun halihazırda Ak Parti çatısı altında birleştiğini göstermektedir.

Tablo 16, eğitim düzeyi bağlamında incelendiğinde, kademeli ve farklılaşan bir yapıya işaret etmektedir. Ak Parti, tüm eğitim gruplarında önemli bir seçmen desteğine sahip olmakla birlikte eğitim seviyesine göre farklılık göstermektedir. Okula gitmeyen bireylerde Ak Parti oranı yüzde 50 iken, ilkokul mezunlarında bu oran yüzde 72,4 ile zirveye ulaşmıştır. Bu grup, geleneksel değerlere bağlılık, devlet otoritesine güven ve dini duyarlılıklar gibi faktörlerin daha etkili olduğu bir seçmen profiline işaret etmektedir. Ancak eğitim seviyesi arttıkça Ak Parti'ye olan destek kademeli bir şekilde düşmektedir. Örneğin, lise mezunlarında yüzde 42,1, üniversite mezunlarında ise yüzde 30,2 seviyesine gerilemiştir. Bu düşüş, yükseköğrenim görmüş bireylerde farklı ideolojik ve politik değerlere yönelimin arttığını, siyasal tercihlerin daha eleştirel ve çeşitlenmiş hale geldiğini göstermektedir.

CHP tarafından tobloya bakıldığında ise destek oranlarının eğitim düzeyine göre doğrusal bir artış göstermediği ancak yükseköğretim düzeyinde belirginleştiği görülmektedir. Okula gitmeyen bireylerde CHP'ye yakınlık yüzde 33,3 iken, ilkokul mezunlarında bu oran yüzde 10,3'tür. Buna karşın lise mezunlarında CHP'ye yakınlık yüzde 35,1'e,

üniversite mezunlarında ise yüzde 36,0'a yükselmektedir. Özellikle üniversite mezunları arasında CHP'nin Ak Parti'nin önüne geçmesi, eğitim düzeyi ile parti tercihi arasında belli bir ilişki bulunduğunu ortaya koymaktadır ancak bu ilişkinin 'yalnızca eğitim arttıkça CHP'ye yönelim artar' şeklinde basitleştirilemeyeceği, lise ve üniversite düzeyleri arasındaki farkın sınırlı olduğu göz önünde bulundurulduğunda, eğitim değişkeninin tek başına belirleyici bir faktör olarak ele alınmaması gerektiğini göstermektedir.

MHP seçmen profili incelendiğinde, bu partinin daha çok orta eğitim düzeyine sahip gruplarda yer bulduğu anlaşılmaktadır. İlköğretim/ortaokul mezunlarında yüzde 12,5 gibi bir orana sahip MHP, lise düzeyinde yüzde10,5, üniversite düzeyinde ise yüzde 5,8 oranında destek görmüştür. Bu, MHP'nin milliyetçi söylemlerinin özellikle orta gelir ve orta eğitim düzeyindeki bireylerde daha fazla karşılık bulduğunu düşündürmektedir. Üniversite mezunlarında YRP'ye destek yüzde 7,0'a ulaşmıştır. Bu durum, partinin genç ve muhafazakâr entelektüeller arasında belli bir karşılık bulmaya başladığını göstermektedir. Geleneksel muhafazakâr çizgiye alternatif bir duruş sergilemesi, bazı yüksek eğitimli dindar seçmenleri kendine çekmiş olabilir. İyi Parti seçmenine bakıldığında, bu partinin en yüksek desteği yine üniversite mezunları arasında bulduğu görülmektedir (yüzde 4,7). Lise düzeyinde yüzde 3,5 olan oran, alt eğitim gruplarında çok düşüktür. Bu durum, İyi Parti'nin merkez-sağ, milliyetçi fakat seküler bir tabanda karşılık bulduğunu göstermektedir. DEM Parti'ye bakıldığında, oy oranı eğitim seviyesi yükseldikçe hafif bir düşüş gösterse de en yüksek oranına üniversite mezunlarında (yüzde 5,8) ulaşmıştır. Bu durum, partinin özellikle kimlik temelli siyaseti benimseyen, ancak aynı zamanda eğitimli ve genç seçmenlerde de belli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir

Tablo, eğitim ile oy davranışı arasındaki güçlü korelasyonu açık biçimde ortaya koymaktadır. Eğitim seviyesi düştükçe muhafazakâr ve iktidar yanlısı partilere (özellikle Ak Parti) yönelim artarken, eğitim seviyesi yükseldikçe muhalif, seküler ve alternatif partilere (özellikle CHP, İyi Parti, Dem) destek artmaktadır. Dolayısıyla, bireylerin oy davranışlarını homojenleştiren değil, aksine çeşitlendiren ve farklılaşmayı derinleştiren bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır.

5.2. Son Cumhurbaşkanlığı Seçimine İlişkin Bulgular

Bu bölümde katılımcıların 28 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı ikinci tur seçimindeki tercihleri ve bu tercihleri şekillendiren sosyo-demografik özellikler incelenmektedir. Tablo 17, seçmenlerin hangi adaya oy verdiğini göstererek genel yönelimi ortaya koymaktadır. Tablo 18, oy verilen adayın hangi özelliğinin dikkate alındığını, Tablo 18 ise oy davranışının cinsiyet, yaş ve eğitim gibi temel değişkenlerle nasıl ilişkilendiğini ayrıntılı biçimde değerlendirmektedir.

Tablo 17. Son Cumhurbaşkanlığı Seçiminde (28 Mayıs 2023) Oy Verilen Aday

	Sayı	**%**
Recep Tayyip Erdoğan	112	53,3
Kemal Kılıçdaroğlu	98	46,7
Toplam	**210**	**100**

Bu tablo, 28 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı ikinci tur seçiminde katılımcıların oy tercihlerine ilişkin verileri göstermektedir. İkinci tur seçim verilerine geçmeden önce birinci seçim verilerine bakmakta fayda vardır. 14 Mayıs 2023'te yapılan birinci turda Bağcılar ilçesinde Recep Tayyip Erdoğan oyların yüzde 57,9'unu Kemal Kılıçdaroğlu ise yüzde 37,3'ünü almıştır.

Tablo 17'deki verilere göre katılımcıların yüzde 53,3'ü Recep Tayyip Erdoğan'a, yüzde 46,7'si ise Kemal Kılıçdaroğlu'na oy vermiştir. Bu dağılım, örneklemin genel eğiliminin az bir farkla da olsa Cumhur İttifakı adayının lehine olduğunu göstermektedir. Veriler, Türkiye genelindeki resmi seçim sonuçlarıyla da paralellik göstermektedir. Cumhurbaşkanlığı ikinci tur seçiminde Erdoğan oyların yüzde 52,18'ini, Kılıçdaroğlu ise yüzde 47,82'sini almıştır. Dolayısıyla bu paralellik, katılımcıların siyasi eğilimler bakımından toplumsal yapıyı büyük ölçüde yansıttığını düşündürmektedir. Katılımcıların yarıdan fazlasının Erdoğan'a oy vermesi, muhafazakâr-milliyetçi değerlerin ve mevcut iktidara olan güvenin hala belirli bir toplumsal tabanda güçlü bir biçimde yer bulduğunu ortaya koymaktadır. Buna karşın, Kılıçdaroğlu'na verilen yüzde 46,7'lik destek, muhalefetin de ciddi bir karşılık bulduğunu göstermektedir.

Tablo 18. Son Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Oy Vermede Adayın Dikkate Alınan Özelliği

	Recep Tayyip Erdoğan	Kemal Kılıçdaroğlu
Sözüne bağlı ve dürüst olması	14,3	12,2
İcraatlarında başarılı olması	25,9	6,1
Cesur ve kararlı olması	18,8	14,3
Milli ve dini değerlere bağlı olması	33,0	4,1
Laik ve modern olması	1,8	50,0
Diğer	6,3	13,3
Toplam	**100**	**100**

Tablo, seçmenlerin son Cumhurbaşkanlığı seçiminde oy verirken adaylarda en çok hangi özellikleri dikkate aldıklarını göstermektedir. Buna göre Recep Tayyip Erdoğan'a oy veren seçmenlerin yüzde 33'ü onun "milli ve dini değerlere bağlı" olmasını öncelikli sebep olarak görürken, yüzde 25,9'u "icraatlarında başarılı olmasını" temel tercih sebebi olarak belirtmiştir. Bu durum, Erdoğan seçmeninin daha çok muhafazakâr ve geleneksel bir tutum sergilediğini göstermektedir. Aynı zamanda "cesur ve kararlı olması" özelliği de yüzde 18,8 oranında önemsenmiştir; bu da güçlü bir karizmatik lider imajına verilen değeri ortaya koymaktadır.

Diğer yandan Kemal Kılıçdaroğlu'na oy veren seçmenlerde en yüksek oran yüzde 50 ile "laik ve modern olması" özelliğine verilmiştir. Bu veri, Kılıçdaroğlu'nu destekleyen seçmenlerin daha seküler ve ideolojik temelli bir tercih yaptığını göstermektedir. Diğer yandan, yüzde 14,3 ile "cesur ve kararlı olması" ve yüzde 13,3 ile "sözüne bağlı ve dürüst olması" başlıkları takip etmektedir. Bu dağılım, Kılıçdaroğlu seçmeninin liderden beklentisinin toplumsal vizyonla ilgili olduğunu ortaya koymaktadır.

Genel tabloya bakıldığında, seçmenlerin yüzde 19,5'i "milli ve dini değerlere bağlılık" unsurunu, yüzde 16,7'si "icraatlarda başarıyı" ve yine yüzde 16,7'si "cesur ve kararlı olmayı" önemsemektedir. Bu veriler, Türkiye'de seçmen davranışlarının hem değer temelli (milli, dini, laik) hem de performans temelli (başarı, kararlılık) faktörlerden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, oy davranışlarında ideolojik kimlikler kadar liderin kişisel özellikleri ve imajı da belirleyici bir rol oynamaktadır.

Tablo 19. 28 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Aday Tercihinin Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

		Recep Tayyip Erdoğan	Kemal Kılıçdaroğlu
Cinsiyet	Kadın	48,5	51,5
	Erkek	57,5	42,5
Yaş	18-25	45,7	54,3
	26-35	51,6	48,4
	36-45	50,0	50,0
	46-60	60,6	39,4
	61 ve üstü	71,4	28,6
Eğitim	Okula gitmedi	50,0	50,0
	İlkokul	69,0	31,0
	İlköğretim/ortaokul	71,9	28,1
	Lise	49,1	50,9
	Üniversite	44,2	55,8

Tablodaki verilere göre kadınların yüzde 48,5'i Recep Tayyip Erdoğan'a, yüzde 51,5'i ise Kemal Kılıçdaroğlu'na oy vermiştir. Erkeklerde ise yüzde 57,5'i Erdoğan'a, yüzde 42,5'i ise Kılıçdaroğlu'na oy vermiştir. Bu veriler, cinsiyetin siyasi tercihler üzerinde belirli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Erkeklerin yüksek oranda Erdoğan'a oy vermesi, geleneksel, muhafazakâr ve ataerkil değerlerin erkek oy davranışında daha baskın olduğunu düşündürmektedir. Kadın seçmenlerin ise biraz farkla da olsa Kılıçdaroğlu'na yönelmesi, değişim ve eşitlik taleplerinin etkisini gösterebilir. Dolayısıyla, Türkiye'de cinsiyet faktörünün oy davranışında önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır ve erkeklerin daha istikrarlı biçimde iktidar destekçisi, kadınların ise değişime daha açık bir eğilim sergilediğini göstermektedir. Bu farkın, toplumsal cinsiyet rolleri, eğitim düzeyi ve ekonomik katılım gibi yapısal etkenlerle ilişkili olduğu söylenebilir.

Verilere göre genç yaş grubundaki seçmenlerin tercihleri ile ileri yaş grubundakilerin tercihleri arasında belirgin bir farklılık ortaya çıkmıştır. 18–25 yaş aralığındaki gençlerin yüzde 45,7'si Recep Tayyip Erdoğan'a, yüzde 54,3'ü ise Kemal Kılıçdaroğlu'na oy vermiştir. Bu sonuç, genç seçmenlerin çoğunlukla muhalefet adayına yöneldiğini göstermektedir. Gençlerin değişim, yenilik ve özgürlük taleplerinin daha yoğun olması, halihazırdaki ekonomik sorunlardan ve işsizlikten daha fazla etkilenmeleri bu tercihi şekillendiren önemli etkenler arasında değerlendirilebilir. 26–35 yaş grubunda oranlar birbirine yaklaşmakta (yüzde 51,6 Erdoğan, yüzde 48,4 Kılıçdaroğlu) ve kararsızlığın bu yaş aralığında daha yüksek olabileceğini düşündürmektedir. 36–45 yaş aralığına bakıldığında ise oranların eşit olduğu görülmektedir (yüzde 50–yüzde 50). Bu durum, orta yaş grubunun siyasal olarak iki ana akım parti arasında dengeli bir dağılımın ortaya çıktığını göstermektedir.

46–60 yaş grubunda Erdoğan'ın oy oranı yüzde 60,6'ya yükselirken, Kılıçdaroğlu'nun oranı yüzde 39,4'e düşmektedir. Bu yaş aralığındaki seçmenlerin daha istikrar odaklı ve geçmiş politik deneyimlere dayanarak tercih yapma eğiliminde olduklarını işaret edebilir. 61 yaş ve üzeri seçmenlerde ise fark çok daha belirgin bir haldedir. Erdoğan yüzde 71,4, Kılıçdaroğlu ise yüzde 28,6 oranında destek görmüştür. Yani, yaş ilerledikçe mevcut iktidara olan desteğin belirgin şekilde arttığı görülmektedir. Genel olarak bakıldığında Erdoğan yüzde 53,3, Kılıçdaroğlu yüzde 46,7 oranında oy almıştır. Bu dağılım, yaş ilerledikçe muhafazakâr değerlere yönelimin artıp, buna karşın genç seçmenlerin muhalefete daha yakın durduğunu ortaya koymaktadır.

Verilere göre eğitim düzeyi arttıkça seçmen davranışında belirgin bir yön değişimi gözlenmektedir. Okula gitmeyen bireylerde oy dağılımı eşit görünmektedir (yüzde 50'ye yüz50). Ancak ilkokul ve ortaokul mezunlarında Recep Tayyip Erdoğan'a verilen destek oranı bir hayli yükselmektedir. İlkokul mezunlarının yüzde 69,0'ı, ortaokul mezunlarının ise yüzde 71,9'u Erdoğan'a oy vermiştir. Bu sonuç, eğitim seviyesi düşük gruplarda iktidara olan desteğin daha güçlü olduğunu göstermektedir. Bu, genel olarak geleneksel değerlere bağlılık, istikrar arayışı ve devlet otoritesine duyulan güvenle açıklanabilir.

Lise düzeyine bakıldığında oranlar birbirine yaklaşmaktadır: Erdoğan yüzde 49,1, Kılıçdaroğlu yüzde 50,9 oranında oy almıştır. Bu eğitim grubu, siyasal tercih bakımından geçiş alanı niteliğindedir; hem muhafazakâr hem değişim odaklı eğilimleri bir arada

görülmektedir. Üniversite mezunlarında ise tablonun tamamen tersine döndüğü görülmektedir: Erdoğan yüzde 44,2, Kılıçdaroğlu ise yüzde 55,8 oranında destek bulmuştur. Bu bulgu, eğitim seviyesi yükseldikçe muhalefet adayına yönelimin arttığını açıkça ortaya koymaktadır. Genel tabloya bakıldığında Erdoğan yüzde 53,3, Kılıçdaroğlu ise yüzde 46,7 oy oranına sahiptir. Ancak spesifik olarak bakıldığında, eğitim düzeyi ile oy davranışı arasında ters orantılı bir ilişki olduğu görülmektedir. Eğitim seviyesi yükseldikçe eleştirel düşünme, farklı bilgi kaynaklarına erişim ve siyasal bilinç düzeyi artmaktadır ve bu da seçmenlerin muhalefet partilerine yönelme olasılığını artırmaktadır.

Dolayısıyla, Türkiye'de eğitim faktörünün siyasal tercihleri şekillendiren başlıca sosyolojik değişkenlerden biri olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi düşük seçmenlerin mevcut düzeni ve liderliği koruma eğiliminde oldukları, yükseköğrenim görmüş bireylerin ise değişim ve reform taleplerine daha açık oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 20. En Yakın Bulunan ve Genelde Oy Verilen İki Partinin Vatandaşa Sağladığı Katkı Düzeyi

AK PARTİ	**1** **Çok sağladı**	**2** **Biraz sağladı**	**3** **Pek sağlamadı**
Ekonomik durumumun iyileşmesi	50,5	25,3	24,2
İnancımı ve kültürümü rahatça	67,0	14,8	59,0
Yaşam tarzımı hayata geçirmem	53,8	26,4	19,8
Bana değer verilmesi	58,2	22,0	19,8
Eşit muamele görmem	57,1	19,8	23,1
İyi iş imkanlarına kavuşmam	48,4	23,1	28,6
Güvenli bir ülkede yaşamam	58,2	15,4	26,4
CHP			
Ekonomik durumumun iyileşmesi	14,8	14,8	70,5
İnancımı ve kültürümü rahatça	26,2	14,8	59,0
Yaşam tarzımı hayata geçirmem	19,7	14,8	65,6
Bana değer verilmesi	19,7	19,7	60,7
Eşit muamele görmem	21,3	14,8	63,9
İyi iş imkanlarına kavuşmam	16,4	18,0	65,6
Güvenli bir ülkede yaşamam	23,0	14,8	62,3

Katılımcılara yakın hissettikleri ve genelde oy verdikleri partilerin kendilerine ne kadar katkı sağladığı sorulmuştur. Katılımcılar, ekonomik durum, inanç ve kültürel özgürlük, yaşam tarzı, değer görme, eşitlik, iş olanakları ve güvenlik gibi farklı başlıklarda değerlendirme yapmıştır. Verilere göre, Ak Parti seçmenlerinin en çok katkı aldığı alan "inanç ve kültürünü rahatça yaşama" başlığıdır. Katılımcıların yüzde 67'si bu başlıkta partinin "çok katkı sağladığını" ifade etmiştir. Bu sonuç, Ak Parti'nin muhafazakâr seçmen bandında dini ve kültürel özgürlüklerin güçlendirilmesi yönündeki politikalarının ciddi bir karşılık bulduğunu göstermektedir.

Aynı şekilde, "bana değer verilmesi" (yüzde 58,2) ve "güvenli bir ülkede yaşama" (yüzde 58,2) başlıklarında da katılımcıların çoğunluğu desteklediği partiden yüksek memnuniyet belirtmiştir. Bu veriler, Ak Parti seçmeninin güvenlik, aidiyet ve temsil edilme duygusu açısından kendini partisiyle özdeşleştirdiğini göstermektedir. "Yaşam tarzımı hayata geçirmem" ifadesine yüzde 53,8 oranında "çok sağladı" yanıtı verilmiştir. Bu sonuç, partinin seçmen tabanında bireysel yaşam tarzlarının desteklendiği algısının güçlü olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak "ekonomik durumumun iyileşmesi" konusunda bu oran yüzde 50,5'e düşmektedir. Katılımcıların dörtte biri "biraz sağladı", yaklaşık dörtte biri ise "pek sağlamadı" yanıtı vermiştir. Bu durum, ekonomik alanda memnuniyet düzeyinin diğer başlıklara kıyasla daha düşük olduğunu ortaya koymuştur.

"Eşit muamele görmem" ve "iyi iş imkânlarına kavuşmam" alanlarında da memnuniyet oranları diğer başlıklara göre az da olsa düşüktür. Katılımcıların yüzde 57,1'i eşit muamele konusunda "çok sağladı" dese de yüzde 23,1'lik bir kesim "pek sağlamadı" görüşündedir. İş olanakları konusunda ise memnuniyet biraz daha düşük seviyededir: yüzde 48,4 "çok sağladı" derken, yüzde 28,6'sı "pek sağlamadı" ifadesini kullanmıştır. Bu sonuç, istihdam ve gelir adaleti konularında partinin seçmen beklentilerini tam olarak karşılayamadığına işaret ediyor olabilir.

Genel olarak tablo 20, Ak Parti seçmeninin partisini değerler, kimlik ve güvenlik temelli konularda yüksek düzeyde desteklediğini, buna karşın ekonomi ve istihdam konularında kısmen de olsa eleştirel bir tutum sergilediğini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, seçmen-

parti ilişkilerinde kimliksel aidiyetin ekonomik memnuniyetten daha belirleyici olduğunu ve seçmen sadakatinin bu kimliksel temeller üzerinden sürdüğünü göstermektedir.

Diğer yandan tablo 20, desteğini CHP'ye veren seçmenlerin, oy verdikleri partinin kendilerine ne ölçüde katkı sağladığına dair algılarını ortaya koymaktadır. Veriler, CHP'ye oy veren katılımcıların partilerinden genel olarak sınırlı düzeyde bir memnuniyet duyduklarını göstermektedir. Tablodaki yedi farklı başlıkta "çok sağladı" diyenlerin oranı düşük, "pek sağlamadı" diyenlerin oranı ise oldukça yüksektir. En dikkat çeken veri, ekonomik durumun iyileşmesi başlığındadır. Katılımcıların yalnızca yüzde 14,8'i bu alanda partilerinin kendilerine "çok katkı sağladığını" düşünürken, yüzde 70,5'i "pek sağlamadı" yanıtını vermiştir. Bu oran, CHP seçmeninin partisini ekonomik sorunların çözümünde yeterli bulmadığını göstermektedir. Benzer bir şekilde "iyi iş imkanlarına kavuşmam" başlığında da memnuniyet oranının düşük olduğu görülmektedir; yalnızca yüzde 16,4 "çok sağladı" derken, yüzde 65,6 "pek sağlamadı" yanıtını vermiştir. Bu veriler, CHP'nin özellikle ekonomik performans ve istihdam politikaları konularında seçmen nezdinde güven yaratmakta başarılı olamadığını göstermektedir.

Kimlik ve değer temelli konularda da benzer bir tablo görülmektedir. "İnancımı ve kültürümü rahatça yaşamam" konusunda yüzde 26,2 oranında "çok sağladı" yanıtı verilmiş olsa da yüzde 59,0'lık bir kitle "pek sağlamadı" demiştir. Bu sonuç, CHP'nin tarihsel olarak muhafazakâr kesimlerde oluşmuş "inanç özgürlüğü" konusundaki olumsuz algıyı tam anlamıyla tersine dönmediğini göstermektedir.

"Yaşam tarzımı hayata geçirmem" ve "bana değer verilmesi" konularında da memnuniyet oranları düşüktür. Her iki alanda da katılımcıların yaklaşık yüzde 65'i partilerinin kendilerine yeterli katkı sağlamadığını belirtmiştir. "Eşit muamele görmem" alanındaysa yüzde 63,9'luk bir kesim "pek sağlamadı" yanıtını vermiştir; bu da partinin adalet ve temsil algısının seçmen nezdinde zayıf olduğunu işaret edebilir. "Güvenli bir ülkede yaşamak" başlığında memnuniyet biraz daha yüksektir (yüzde 23,0 "çok sağladı"); ancak burada da katılımcıların yüzde 62,3'ü "pek sağlamadı" demektedir. Dolayısıyla sonuçlar, CHP seçmeninin güvenlik, huzur ve istikrar konularında partisini yeterince etkili bulmadığını işaret etmektedir.

Genel olarak bakıldığında, CHP'ye oy veren seçmenlerin partilerini ilkesel olarak destekliklerini ancak pratik açısından eleştirel bir tutum sergiliklerini

göstermektedir. Bu durum, seçmen-parti ilişkisinin daha çok ideolojik sadakat, alternatif iktidar ve yenilik arayışı üzerinden şekillendiğini ortaya koymaktadır. Söz gelimi, muhalefetin, kimliği üzerinden destek görmeye devam ettiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Tablo 21. Aile Ve Sosyal Hizmetler Bakanlığından Veya Sosyal Yardımlaşma Vakfı'nda Alınan Destekler

	1 Epey aldık	**2 Biraz aldık**	**3 Hiç almadık**
Aile bireylerine eğitim desteği	19,5	17,6	62,9
Aileye yönelik maddi destek	10,5	17,1	72,4
Yiyecek ve giyecek desteği	11,4	14,3	74,3
Aile bireylerine yönelik sağlık desteği	12,4	16,7	71,0
Aileye yönelik konut veya kira desteği	13,3	11,9	74,8
Aile bireylerine bakım desteği	15,2	14,8	70,0

Türkiye'de sosyal yardımlar, özellikle son yirmi yılda refah devleti uygulamalarıyla birlikte politik bir araç olarak da kabul edilmektedir. Literatürde, sosyal yardım alan bireylerin genellikle mevcut iktidarı "devletle özdeşleştirerek" oy verme eğiliminde oldukları belirtilmektedir (Aytaç, 2013). Dolayısıyla, yardım alan kesimin, özellikle maddi veya gıda desteklerinden yararlanan grupların iktidar partisine yönelik daha fazla destek vermesi beklenebilir. Verilere bakıldığında, katılımcıların büyük bir kısmının Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı veya Sosyal Yardımlaşma Vakfı'ndan herhangi bir destek almadığı görülmektedir.

Tüm destek türlerinde "Hiç almadık" seçeneği yüzde 62,9 ile yüzde 74,8 arasında değişmektedir. Bu durum, sosyal yardımların toplumsal düzeyde sınırlı bir kesime ulaştığını, dolayısıyla devlet desteklerinin yaygınlığının sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır. Destek türleri arasında en çok yararlanılan alan "Aile bireylerine eğitim desteği" olmuştur. Katılımcıların yüzde 19,5'i bu desteği "epey aldık", yüzde 17,6'sı ise "biraz aldık" şeklinde belirtmiştir. Bu sonuç, eğitim alanında sağlanan yardımların diğerlerine nazaran daha erişilebilir veya farkındalığının yüksek olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, en az yararlanılan destek türü ise "Aileye yönelik konut

veya kira desteği" olmuştur (yalnızca yüzde 13,3'ü "epey aldık"). Bu oran, barınma temelli yardımların yetersiz veya sınırlı düzeyde olduğunu düşündürmektedir.

Aileye yönelik maddi destek (yüzde 10,5 "epey aldık"), yiyecek ve giyecek desteği (yüzde 11,4), sağlık desteği (yüzde 12,4) ve bakım desteği (yüzde 15,2) oranları da oldukça düşük seviyededir. Bu veriler, hane halkının temel yaşam gereksinimlerine yönelik yardımların bile toplumun büyük çoğunluğuna ulaşmadığını ortaya koymaktadır.

Genel tabloya bakıldığında iki şekilde yorum yapılabilir. Birincisi, yardımların sahiden ihtiyaç sahiplerine yönlendirildiği, geniş bir kitleye değil belirli bir kesime ulaşma hedefi olduğu düşünülebilir. Diğer bir yorum ise, sosyal yardımlardan yararlanma oranlarının düşüklüğü, bilgilendirme eksikliği, bürokratik engeller veya yardım programlarının yetersizliği gibi sebeplerle toplumun önemli bir kesiminin sosyal destek sistemine dahil olamadığı anlamına gelebileceğidir.

ALTINCI BÖLÜM: YEREL SEÇİMLERDE BAĞCILAR İLÇESİNİN SEÇMEN DAVRANIŞI

Bu bölümde çalışmanın yerel seçimlere ilişkin verileri ele alınmıştır. Katılımcıların büyükşehir ve ilçe belediye başkanlığı seçimlerinde oy davranışları; cinsiyet, yaş ve eğitim düzeylerine göre incelenmiştir. Ayrıca oy verme nedenleri ile belediyelerden yardım alıp almadıkları da değerlendirilmiştir. Yerel seçimlerin, seçmenlerin gündelik yaşamına doğrudan etki eden hizmetlerle ilişkili olması sebebiyle, tercihlerin genel seçimlerden farklı dinamiklerle şekillendiği görülmektedir. Bu bağlamda, ortaya çıkan veriler yerel düzeyde oy davranışının hangi etkenlerden beslendiğini ortaya koymaktadır.

6.1. Son Büyükşehir Belediye Başkanlığı (31 Mart 2024) Seçimine İlişkin Bulgular

Bu bölümde, katılımcıların son İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimine ilişkin tercihleri çok yönlü olarak ele alınmaktadır. Seçmenlerin hangi partiye oy verdikleri, oy verme kararlarında hangi faktörlerin belirleyici olduğu ve bu tercihlerin cinsiyet, yaş ve eğitim gibi temel demografik değişkenlere göre nasıl farklılaştığı incelenmektedir.

Tablo 22. Son Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçiminde Oy Verilen Parti

	Sayı	**%**
Ak Parti	98	46,7
CHP	96	45,7
MHP	5	2,4
YRP	8	3,8
İyi Parti	2	1,0
Dem	1	,5
Toplam	**210**	**100**

Tabloya 22'ye göre, son büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde katılımcıların oy davranışlarına bakıldığında, oranların oldukça dengeli ve iki ana parti arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Katılımcıların yüzde 46,7'si Ak Parti'ye oy verirken, yüzde 45,7'si CHP'ye oy verdiğini belirtmiştir. Aradaki fark sadece yüzde1'dir. Bu durum, büyükşehir düzeyinde seçmenlerin neredeyse iki eşit blok halinde kutuplaştığını, fakat rekabetin oldukça yüksek bir seviyede gerçekleştiğini göstermektedir. Özellikle

büyükşehirlerde seçmenin tercihinde parti aidiyetinden ziyade adayın kişisel özellikleri ve hizmet geçmişi performansının daha etkili olabileceği düşünülmektedir. Bu da seçmen davranışında rasyonel tercih unsurlarının öne çıktığına işaret etmektedir (Teyyare & Avcı, 2016).

YRP yüzde 3,8 oranında oy toplayarak üçüncü sırada yer alırken, MHP yüzde 2,4, İyi Parti yüzde 1,0 ve DEM Parti ise yüzde 0,5 oranında oy almıştır. Bu dağılım, küçük partilerin oy oranlarının düşük olması, büyükşehir seçmeninin oy davranışında stratejik tercihlere önem verdiğini düşündürmektedir. Özellikle seçim yarışının başa baş geçtiği şehirlerde seçmenlerin oylarını "boşa gitmemesi" için güçlü gördükleri adaylardan yana kullanma eğilimi de bu sonucu desteklemektedir. Bu durum, seçmenlerin stratejik hareket ettiği varsayımına dayanmasıyla örtüşmektedir. Stratejik tercih modelinde seçmenler, seçimlerin istedikleri doğrultuda sonuçlanabilmesi için oy tercihlerini stratejik olarak şekillendirebilmektedir. Dolayısıyla, seçmenlerin oylarını "boşa gitmemesi" kaygısıyla, kazanma olasılığı daha yüksek olan aday ve partilere yöneltebildikleri görülmektedir (Balcı, 2022).

Ak Parti'nin yüzde 46,7'lik oy oranı, partinin yerel yönetimlerdeki tecrübesinin ve uzun senelere dayanan kurumsal kimliğinin halihazırda seçmen üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Diğer yandan, CHP'nin yüzde 45,7 oranla oldukça yakın düzeyde oy alması, muhalefet partisi olarak büyükşehirlerdeki etkinliğini artırdığını ve özellikle kentli, eğitim düzeyi yüksek seçmen tabanında karşılık bulduğunu göstermektedir. Bu yakınlaşma, özellikle 2019 yerel seçimleriyle birlikte Ekrem İmamoğlu'nun adaylığı sonrasında CHP'nin oy oranında yaşanan belirgin yükseliş ile birlikte değerlendirildiğinde daha anlamlı hale gelmektedir. Nitekim CHP'nin İstanbul'daki oy oranı İmamoğlu öncesi dönemde yüzde 21–24 bandındayken, 2019'da yüzde 42,5'e kadar yükselmiş ve 2024'te ise yüzde 39,1'dir. Dolayısıyla burada açıkça aday etkisinin ve liderlik algısının büyükşehir seçmeninin oy davranışında belirleyici olabildiği görülmektedir. Tablo 22'deki veriler, oy davranışında sosyoekonomik yapı, eğitim düzeyi ve kentleşme oranı gibi faktörlerin belirleyici olabileceğine de işaret etmektedir.

Genel tabloya bakıldığında, oranlar seçmenlerin yerel seçimlerde ideolojik aidiyetlerden çok, yaşam kalitesine doğrudan etki eden somut hizmetleri dikkate aldığını ortaya koymaktadır.

Tablo 23. Son Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçiminde Oy Vermede En Fazla Etkili Olan Faktör

	Ak Parti	**CHP**	**MHP**	**YRP**	**İyi Parti**	**Dem**
Başkan adayının özellikleri	12,2	24,0	20,0	12,5		100
Belediyenin başarılı icraatları	29,6	17	20,0			
Başkan adayının bağlı olduğu parti	50,0	44,8	60,0	87,5	100	
Diğer	8,2	13,5				
Toplam	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Tablo, seçmenlerin büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde oy davranışlarını etkileyen faktörleri partilere göre karşılaştırmalı olarak ortaya koymaktadır. Verilere göre, seçmenlerin davranışında en belirleyici unsurun "başkan adayının bağlı olduğu parti" olduğu görülmektedir. Ak Parti seçmenlerinin yüzde 50'si, CHP seçmenlerinin yüzde 44,8'i, MHP seçmenlerinin yüzde 60'ı ve YRP seçmenlerinin yüzde 87,5'i oy davranışında en etkili faktör olarak partiyi göstermiştir. Bu sonuç, yerel seçimlerde dahi parti kimliğinin ve siyasal aidiyetin önemli bir etken olduğunu, katılımcıların büyük bir bölümünün adayın kişisel niteliklerindense partisine bağlılık üzerinden oy verdiğini göstermektedir. Özellikle YRP ve MHP seçmenlerinde bu oranların yüksek olması, parti bağlılığının bu gruplarda daha güçlü olduğunu göstermektedir. Bu durum, parti kimliği modeli ile uyumludur. Parti kimliği, bireyin kendisini belirli bir siyasal oluşumla özdeşleştirmesi ve bu özdeşleşmenin oy davranışında süreklilik oluşturması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda YRP ve MHP seçmenleri arasında partiye atfedilen önemin yüksek olması, bu gruplarda parti kimliğinin güçlü olduğunu ortaya koymaktadır (Alkan, 2023).

Diğer yandan, CHP seçmenlerinde "başkan adayının özellikleri" faktörünün yüzde 24 oranında, Ak Parti seçmenlerinde ise yüzde 12,2 oranında etkili olduğu görülmektedir. Bu veri, CHP seçmenlerinin adayın kişisel karizması ve vizyonu gibi bireysel niteliklerine daha fazla önem verdiğini düşündürmektedir. Ak Parti seçmeninde ise adayın özelliklerinin parti aidiyetine kıyasla ikinci planda kaldığı gözlemlenebilir. Bu farklılık,

seçmenlerin oy davranışlarında ideolojik aidiyet ile bireysel değerlendirme arasındaki dengeyi göstermesi bakımından önem taşır.

Başka bir önemli faktör "belediyenin başarılı icraatları" olmuştur. Ak Parti seçmenlerinin yüzde 29,6'sı, CHP seçmenlerinin ise yüzde 17,7'si oy verirken belediyenin geçmişteki performansını dikkate aldığı görülmüştür. Bu durum, yerel yönetimlerde hizmet odaklı politikalara verilen önemin özellikle iktidar partisi seçmeninde daha belirgin olduğunu göstermektedir. Ak Parti'nin uzun süredir yerel yönetimlerde iktidarda bulunması, seçmenlerin hizmet odaklı bir algı oluşturmasına olanak sağlamış olabilir. CHP seçmeninde bu oran biraz daha düşük olsa da özellikle büyükşehir belediyelerinde son dönemde elde edilen başarıların bu algıyı güçlendirmeye başladığı söylenebilir.

Tablo 24. Son Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçiminde Oy Tercihinin Demografik Değişkenlere Göre Dağılımı

		Ak Parti	**CHP**	**MHP**	**YRP**	**İyi Parti**	**DEM**
Cinsiyet	Kadın	47,4	47,4	2,1	1,0	1,0	1,0
	Erkek	46,0	44,2	2,7	6,2	0,9	
Yaş	18-25	32,6	54,3	2,2	10,9		
	26-35	43,8	50,0	1,6	1,6	1,6	1,6
	36-45	52,2	45,7			2,2	
	46-60	48,5	42,4	3,0	6,1		
	61 ve üstü	71,4	19,0	9,5			
Eğitim	Okula gitmedi	66,7	33,3				
	İlkokul	69,0	24,1	6,9			
	İlköğretim/ortaokul	68,8	25,0	6,3			
	Lise	40,4	56,1		3,5		
	Üniversite	33,7	54,7	1,2	7,0	2,3	1,2

* Yüzde 1'in altında kalan diğer partiler kategorisi tabloya dahil edilmediğinden toplamlar yüzde 100'e tam olarak ulaşmamaktadır. Ayrıca yüzdeler ondalık yuvarlama ile verildiği için bazı toplamlar yüzde 100'ün altında veya üzerinde görünebilmektedir.

Tablo, son büyükşehir belediye başkanlığı seçiminde de seçmenlerin oy davranışını cinsiyet değişkenine göre karşılaştırmalı olarak sunmaktadır. Genel tabloya bakıldığında, kadın ve erkek seçmenlerin oy davranışlarının yani parti tercihlerinin birbirine oldukça yakın olduğu görülmektedir. Kadınların yüzde 47,4'ü Ak Parti'ye, yine benzer şekilde yüzde 47,4'ü CHP'ye oy verdiğini belirtmiştir. Erkeklerde ise Ak Parti'ye oy verenlerin oranı yüzde 46,0, CHP'ye oy verenlerin oranı yüzde 44,2 olduğu görülmüştür. Bu verilere bakarak, genel eğilim açısından değerlendirildiğinde, cinsiyetin büyükşehir seçimlerinde çok belirleyici bir farklılık yaratmadığını, her iki cinsiyet grubunda da oy tercihlerinin benzer bir şekilde dağılım gösterdiği söylenebilir.

Diğer partiler açısından incelendiğinde, bazı farklılıklar göze çarpmaktadır. Kadın seçmenler arasında Yeniden Refah Partisi, İyi Parti ve DEM Parti'ye oy oranı yüzde 1 düzeyinde kalırken, erkek seçmenlerde YRP'nin oy oranı yüzde 6,2'ye kadar yükseldiği görülmektedir. Bu yükselişin, YRP'nin erkek seçmen tabanında daha fazla karşılık bulduğunu, dini ve muhafazakâr değerlere vurgu yapan politikaların erkek seçmenler arasında daha fazla etki oluşturduğu söylenebilir. Buna karşılık veriler, kadın seçmenlerin, geleneksel veya dini söylemlerden ziyade sosyoekonomik temelli ve şehir yaşamına ilişkin politikalara yönelme eğiliminde olduğunu düşündürebilir.

Cinsiyet temelinde genel eğilime bakıldığında hem kadın hem erkek seçmenlerin büyük oranda Ak Parti ve CHP arasında yoğunlaştığı söylenebilir. Bu durum, büyükşehirlerde cinsiyetin, oy davranışını ciddi bir biçimde değiştirmediğini, oy davranışlarında parti kimliği, ideolojik yönelim ve yerel hizmet performansının daha belirleyici faktörler olduğunu göstermektedir. Özellikle kadın seçmenlerdeki denge, bu kesimin oy davranışında tek yönlü bir eğilimden ziyade çok boyutlu bir değerlendirme yaptığını ortaya koymaktadır. Erkek seçmenlerde ise parti sadakatinin biraz daha belirgin olduğu, özellikle sağ partilerde (Ak Parti, YRP, MHP) daha yüksek oranların görülmesi bu yorumu destekler niteliktedir. Sözgelimi tablo, Türkiye'de yerel düzeyde oy davranışında cinsiyet farklılıklarının giderek azaldığını, fakat ideolojik temelli eğilimlerin hala cinsiyetler arasında kısmen de olsa farklı şekillerde tezahür ettiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 24, son büyükşehir belediye başkanlığı seçimindeki oy davranışını yaş gruplarına göre göstermektedir. Bu bağlamda, yaş yükseldikçe Ak Parti'ye verilen desteğin belirgin

olarak yükseldiği, buna karşın genç seçmenlerde CHP'nin daha güçlü bir konumda olduğu görülmektedir.

18-25 yaş grubunda CHP yüzde 54,3 ile açık ara birinci parti durumundadır. Ak Parti ise bu yaş grubunda yüzde 32,6 oranında oy oranına ulaşmıştır. Bu bulgu, genç seçmenlerin siyasal eğilimlerinde değişim ve yenilik arzusunun belirleyici olduğunu, muhalefet partilerinin özellikle genç kesim arasında daha fazla bir desteğe sahip olduğunu göstermektedir. Aynı yaş grubunda YRP'nin yüzde 10,9 oranında destek bulması da dikkat çekicidir. Bu durum, genç seçmenler arasında muhafazakâr söylemi benimseyen ancak mevcut iktidardan farklı bir alternatif arayışında olan bir grubun varlığına işaret etmektedir.

26-35 yaş grubunda da aynı şekilde CHP'nin yüzde 50,0 ile önde olduğu, ancak Ak Parti'nin yüzde 43,8 ile aradaki farkı kapattığı görülmektedir. Bu yaş aralığında MHP, İyi Parti ve DEM Parti'nin oranlarının birbirine yakın (yüzde 1,6) olması, seçmenlerin temel olarak iki büyük parti arasında bölündüğünü düşündürmektedir.

36-45 yaş grubunun oy davranışı incelendiğinde dengelerin Ak Parti lehine değişmeye başladığı açıkça görülmektedir. Bu grupta Ak Parti yüzde 52,2, CHP ise yüzde 45,7 oranında oy almıştır. 46-60 yaş aralığında da benzer şekilde sürmekte, Ak Parti yüzde 48,5 ile önde yer alırken, CHP yüzde 42,4 oranında kalmaktadır. Yeniden Refah Partisi'nin yüzde 6,1 ve MHP'nin yüzde 3,0 oranında oy alması, bu yaş grubundaki seçmenler arasında sağ ideolojilere yönelimin daha güçlü olduğunu göstermektedir.

61 yaş ve üzerindeki seçmen grubunda ise Ak Parti büyük bir üstünlük elde etmiştir. Bu grupta Ak Parti'ye verilen destek yüzde 71,4'e ulaşırken, CHP yüzde 19 oranında kalmıştır. Aynı yaş grubunda MHP'nin yüzde 9,5 oranında destek alması, genel olarak sağ tandanslı partilerin belirgin bir üstünlüğe sahip olduğunu göstermektedir. Genel tablo değerlendirildiğinde veriler, Türkiye'de siyasal tercihlerde kuşak farklılıklarının belirginleştiğini, genç seçmenlerin değişim odaklı politik söylemlere daha açık olduğunu, ileri yaş gruplarındaki seçmenlerin ise istikrar, geleneksel değerler ve geçmiş yönetim deneyimlerine daha fazla önem verdiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 24'te, eğitim düzeyi ile son büyükşehir belediye başkanlığı seçiminde oy verilen parti arasında belirgin bir ilişki olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi arttıkça merkez

sağdan ziyade CHP'ye verilen desteğin arttığı, buna karşın Ak Parti'ye verilen desteğin azaldığı dikkat çekmektedir. Özellikle "okula gitmeyen" ve "ilkokul" mezunlarında Ak Parti'nin oy oranı yüzde 66–69 bandında oldukça yüksekken, üniversite mezunlarında bu oran yüzde 33,7'ye kadar düşmektedir. Diğer yandan CHP'nin oy oranı, ilkokul mezunlarında yüzde 24,1 iken, üniversite mezunlarında yüzde 54,7'ye kadar yükselmiştir. Bu bağlamda, yüksek eğitim düzeyine sahip katılımcıların daha çok sola kaydığı yani CHP'yi tercih ettiğini, daha düşük eğitim seviyesine sahip seçmenlerin ise Ak Parti'ye yöneldiği görülmektedir. Lise mezunlarında dengeli bir dağılım söz konusudur, burada Ak Parti yüzde 40,4, CHP ise yüzde 56,1 oy oranına sahiptir.

Diğer partilerin oranları incelendiğinde, YRP'nin en çok üniversite mezunlarından (yüzde 7,0), MHP'nin ise düşük eğitim düzeyindekilerden (yüzde 6 civarında) oy aldığı görülmektedir. İyi Parti ve DEM Parti destekleri ise genel toplamda oldukça düşüktür (yüzde 2,3 ve yüzde 1,2). Genel olarak, eğitim seviyesi yükseldikçe oy davranışında merkez-sol ve seküler partilere yönelimin arttığını, daha düşük eğitim seviyelerinde ise muhafazakâr ve sağ eğilimli partilerin öne çıktığı görülmektedir.

Tablo 25. Büyükşehir Belediyesinden Alınan Yardım Oranları

	1 Epey aldık	**2 Biraz aldık**	**3 Hiç almadık**
Aile bireylerine eğitim desteği	17,6	16,2	66,2
Aileye yönelik maddi destek	9,0	16,2	74,8
Yiyecek ve giyecek desteği	8,1	10,0	81,9
Aile bireylerine yönelik sağlık desteği	8,6	10,0	81,4
Aileye yönelik konut veya kira desteği	11,4	6,2	82,4

Bu tablo, büyükşehir belediyesinden alınan sosyal yardımların türlerine göre dağılımını göstermektedir. Verilere göre, katılımcıların büyük bir çoğunluğu büyükşehir belediyesinden herhangi bir yardım almadığını belirtmiştir. En yüksek oranda "hiç yardım almadık" diyenlerin olduğu başlık konut veya kira desteği (yüzde 82,4) olmuştur. Bunu yiyecek-giyecek desteği (yüzde 81,9) ve sağlık desteği (yüzde 81,4) takip etmektedir. Bu durum, büyükşehir belediyesinin sosyal yardım politikalarının geniş halk

kitlelerine ulaşmadığını ya da bu yardımlardan haberdarlığın düşük seviyede olduğunu düşündürmektedir.

Diğer yandan, en fazla yardım alınan başlık "aile bireylerine eğitim desteği"dir. Katılımcıların yüzde 17,6'sı "epey aldık", yüzde16,2'si ise "biraz aldık" demiştir. Bu, büyükşehir belediyesinin özellikle eğitim alanında daha görünür bir destek sağladığını ortaya koymaktadır. Maddi destek (yüzde 9 epey, yüzde16,2 biraz) oranları da görece diğer başlıklara göre yüksektir. Bu da ekonomik sıkıntı yaşayan hanelerin doğrudan yardımlardan belirli ölçüde faydalandığını göstermektedir.

Maddi destek (yüzde 9 epey, yüzde 16,2 biraz) oranları da görece diğer başlıklara göre yüksektir. Bu da ekonomik sıkıntı yaşayan hanelerin doğrudan yardımlardan belirli ölçüde faydalandığını göstermektedir. Genel tabloda, belediye yardımlarının toplumun sınırlı bir kesimine ulaştığını, ancak eğitim ve maddi destek alanlarında belirli bir etkinlik bulunduğunu göstermektedir.

6.2. Son İlçe Belediye Başkanlığı Seçimlerinde (31 Mart 2024) İlişkin Bulgular

Bu bölümde, katılımcıların son İlçe Belediye Başkanlığı seçimlerine yönelik tercihleri ve bu tercihlerin arkasında yatan motivasyonlar incelenmektedir. Seçmenlerin ilçe düzeyinde hangi partiye oy verdikleri görülmekte, böylece yerel ölçekteki siyasal yönelimlerin dağılımı göstermektedir. Diğer yandan, seçmenlerin oy davranışlarını belirleyen temel faktörleri göstererek, yerel seçimlerde aday özelliklerinin mi, partisel kimliğin mi yoksa belediye hizmetlerine ilişkin memnuniyetin mi daha etkili olduğuna dair önemli ipuçları sunmaktadır.

Tablo 26. Son İlçe Belediye Başkanlığında Oy Verilen Parti

	Sayı	**%**
Ak Parti	113	53,8
CHP	81	38,6
MHP	4	1,9
YRP	8	3,8
İyi Parti	3	1,4
DEM Parti	1	,5
Toplam	**210**	**100**

Tablodaki veriler, son ilçe belediye başkanlığı seçiminde seçmenlerin yarısından fazlası yüzde 53,8 oranıyla Ak Parti'ye oy vermiştir. Ak Parti'yi yüzde 38,6 ile CHP takip ederken, diğer partilerin oy oranları oldukça düşük seviyede kalmıştır. YRP yüzde3,8, MHP yüzde 1,9, İyi Parti yüzde1,4 ve DEM Parti yüzde 0,5 oranında oy almıştır. Bu dağılımda, Bağcılar'da yerel düzeyde Ak Parti'nin gücünü hala sürdürdüğü görülmektedir. Özellikle 2004 yılından bu yana ilçede süreklilik kazanan muhafazakâr-milli eğilimli oy davranışının, yerel yönetimlerde de etkisini sürdürdüğünü göstermektedir. CHP'nin Ak Parti'nin arkasından gelmesi ise, ilçede artan kentleşme, genç nüfus ve eğitim düzeyindeki yükseliş gibi unsurların oy davranışında farklılaşmaya yol açtığını göstermektedir. Ancak yine de sonucun Ak Parti lehine olması, Bağcılar seçmeninin istikrar, hizmet odaklılık ve yerel yönetim tecrübesi gibi unsurlara öncelik verdiğini düşündürebilir.

Genel tabloya bakıldığında, Bağcılar'da yerel seçimlerde merkez sağ ve muhafazakâr partilerin ağırlığının sürdüğünü, ancak CHP'nin oy oranını artırarak rekabeti güçlendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, ilçede siyasal dengenin belirgin şekilde iki ana parti ekseninde şekillendiğini göstermektedir.

Tablo 27. Son İlçe Belediye Başkanlığı Seçiminde Oy Vermede En Fazla Etkili Olan Faktörler

	Ak Parti	**CHP**	**MHP**	**YRP**	**İyi Parti**	**Dem**
Başkan adayının özellikleri	17,7	14,8				100
Belediyenin başarılı icraatları	37,2	12,3	25,0			
Başkan adayının bağlı olduğu parti	41,6	56,8	75,0	100	100	
Diğeri	3,5	16,0				

Tabloda, son ilçe belediye başkanlığı seçimlerinde oy davranışını belirleyen en önemli faktörün genel olarak "başkan adayının bağlı olduğu parti" olduğu görülmektedir. CHP seçmenlerinin yüzde 56,8'i ve Ak Parti seçmenlerinin yüzde 41,6'sı da aynı biçimde parti aidiyetine dayalı bir tercih yaptıklarını ifade etmiştir. Bu durum, Bağcılar'da parti kimliğinin bireysel aday özelliklerinden veya icraatlardan daha etkili olduğunu göstermiştir. Diğer yandan, belediyenin başarılı icraatları özellikle Ak Parti seçmenleri arasında yüzde 37,2 oranıyla ikinci sırada önemli bir faktör olarak öne çıkmıştır. Bu bağlamda, Ak Parti'ye verilen desteğin yalnızca ideolojik değil, aynı zamanda hizmet

performansına dayalı bir rasyonaliteyle de öne çıktığını düşündürmektedir. CHP seçmenlerinde ise belediye icraatlarının etkisi biraz daha düşük (yüzde 12,3) kalırken, parti bağlılığı belirleyici unsur olmaya devam etmektedir.

"Başkan adayının kişisel özellikleri" etkeni, özellikle Ak Parti (yüzde 17,7) ve CHP (yüzde 14,8) seçmenleri arasında dikkat çekse de, bu oranlar genel eğilim içinde sınırlı kalmıştır. Dolayısıyla seçmenlerin, adayların bireysel niteliklerindense parti aidiyeti üzerinden oy verme eğiliminde oldukları düşünülebilir. Genel olarak tablo, Bağcılar'da parti kimliğinin güçlü, yerel siyasal davranışın ise ideolojik çizgilerle uyumlu bir yapıda olduğunu göstermiştir. Oy davranışında rasyonel gerekçelerden çok, parti sadakati ve siyasi aidiyet bilincinin baskın olduğu görülmektedir.

Tablo 28. Cinsiyet, Yaş Ve Eğitim Bağlamında Son İlçe Belediye Başkanlığında Oy Verilen Parti

		Ak Parti	**CHP**	**MHP**	**YRP**	**İyi Parti**	**Dem**
Cinsiyet	Kadın	54,6	40,2	2,1	2,1	1,0	
	Erkek	53,1	37,2	1,8	5,3	1,8	0,9
Yaş	18-25	41,3	47,8		10,9		
	26-35	50,0	40,6	3,1	1,6	3,1	1,6
	36-45	60,9	34,8	2,2		2,2	
	46-60	57,6	36,4		6,1		
	61 ve üstü	71,4	23,8	4,8			
Eğitim	Okula gitmedi	50,0	50,0				
	İlkokul	75,9	20,7	3,4			
	İlköğretim/ortaokul	65,6	34,4				
	Lise	57,9	36,8	1,8	3,5		
	Üniversite	39,5	46,5	2,3	7,0	3,5	1,2

Tablodaki veriler, son ilçe belediye başkanlığı seçimlerinde cinsiyet değişkeninin oy davranışı üzerindeki etkisini anlamayı hedeflemiştir. Kadın ve erkek seçmenlerin oy

davranışlarının benzer eğilimler taşıdığını, ancak bazı partiler özelinde önemli farkların bulunduğu görülmektedir. Kadın katılımcılar yüzde 54,6'sı Ak Parti'ye, yüzde 40,2'si ise CHP'ye oy verdiğini belirtmiştir. Erkek katılımcılarda ise bu oranlar Ak Parti yüzde 53,1 ve CHP yüzde 37,2 olarak kaydedilmiştir. Bu sonuçlar, her iki cinsiyet grubunda da Ak Parti'nin birinci parti konumunu koruduğunu, ancak kadın seçmenler arasında CHP'nin erkek seçmenlere göre daha yüksek bir orana ulaştığını ortaya koymuştur. Dolayısıyla, kadın seçmenlerin oy davranışında partiler arası rekabetin erkeklere kıyasla daha dengeli olduğu söylenebilir.

Bununla birlikte, erkek seçmenlerin YRP'ye (yüzde 5,3) kadın seçmenlerden (yüzde 2,1) daha fazla yöneldiği görülmektedir. Bu farklılık, bazı erkek seçmenlerin alternatif muhafazakâr partilere ilgi duyduğunu, siyasal kimlik tercihlerinde partiler arası küçük kaymaların mümkün olabildiğini düşündürebilir. MHP, İyi Parti ve DEM Parti'nin oy oranlarının her iki cinsiyet grubunda da düşük kalması, ilçede siyasal tercihin ağırlıklı olarak iki ana parti etrafında şekillendiğini göstermektedir.

Genel tablo değerlendirildiğinde, cinsiyetin Bağcılar'da oy davranışında belirleyici bir değişken olmadığı, seçmen tercihlerinin daha çok parti aidiyeti, yerel yönetim performansı ve genel siyasal eğilimlerle ilişkili olduğu söylenebilir. Kadın ve erkek seçmenlerin benzer oranlarda aynı partilere yönelmesi, ilçede politik kutuplaşmanın cinsiyet temelli değil, parti temelli bir yapı sergilediğini göstermiştir.

Tablo 28, yaş gruplarına göre son ilçe belediye başkanlığı seçiminde oy davranışının nasıl farklılaştığını göstermektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, yaş arttıkça Ak Parti'ye verilen desteğin yükseldiği, buna karşın CHP'nin genç seçmenler arasında daha yüksek oranda tercih edildiği görülmektedir. Bu eğilim, Türkiye genelinde sıklıkla gözlemlenen yaş temelli siyasal yönelimlerin Bağcılar örneğinde de geçerli olduğunu göstermiştir.

18-25 yaş grubundaki katılımcılarda CHP yüzde 47,8 ile birinci sıradadır, Ak Parti ise yüzde 41,3 oy oranıyla ikinci sırada yer almıştır. Bu durum, genç seçmenlerin oy davranışında değişim, yenilik ve farklı yönetim anlayışı arayışının etkili olabileceğini düşündürmektedir. 26-35 yaş grubunda ise oranlar biraz daha dengelenmekte, Ak Parti yüzde 50 ile yeniden öne geçmektedir. Bu yaş aralığı hem genç hem de iş hayatına yeni katılan bireyleri içerdiği için, ekonomik istikrar ve hizmet beklentilerinin oy davranışında etkili olduğu düşünülebilir.

Ak Parti, 36-45 yaş grubunda yüzde 60,9, 46-60 yaş aralığında yüzde 57,6, 61 yaş ve üstünde ise yüzde 71,4 oranına ulaşmıştır. Bu artış, özellikle uzun süredir ilçede yaşayan seçmenlerin yerel hizmetlerden memnuniyet düzeyi ve parti sadakati gibi etkenlerle ilişkili olabilir. Buna karşın, CHP'nin oy oranı yaş ilerledikçe kademeli biçimde azalmaktadır; 61 yaş ve üzerindeki seçmenlerde yüzde 23,8'e kadar düşmüştür.

Diğer partiler açısından bakıldığında, YRP'nin 18-25 yaş grubunda yüzde 10,9 oranına ulaşması dikkat çekmektedir. Bu oran, genç seçmenler arasında yeni ve alternatif siyasal söylemlere yönelik bir ilginin varlığını göstermektedir. Genel tabloda, Bağcılar'da yaşın faktörünün oy davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunduğu görülmektedir. Genç seçmenlerde muhalefet partilerine yönelim, orta ve ileri yaşlarda ise iktidar partisine bağlılık eğilimi belirgindir. Bu durumda, ilçedeki siyasal dinamiklerin hem demografik faktörlerden hem de siyasal deneyim ve istikrar algısından etkilendiği sonucuna varılmaktadır.

Tablo 28, eğitim düzeyi ile son ilçe belediye başkanlığı seçiminde oy davranışı arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Genel eğilime bakıldığında, eğitim seviyesi yükseldikçe Ak Parti'nin oy oranında azalma, CHP'nin oy oranında ise artış olduğu görülmektedir. Bu durum, eğitim düzeyinin seçmenlerin siyasal yönelimleri üzerinde etkili bir değişken olduğu sonucunu doğurmaktadır.

Tablo 28'deki verilere göre, ilkokul mezunu katılımcılarda Ak Parti yüzde 75,9 ile açık ara birinci durumdadır. Bu grup, partiye en yüksek desteği veren eğitim düzeyidir. Aynı grupta CHP'nin oy oranı yüzde 20,7'dir. Benzer şekilde, ilköğretim/ortaokul mezunları arasında da Ak Parti yüzde 65,6 ile güçlü bir desteğe sahip olup, CHP'nin oranı yüzde 34,4'tür. Bu veriler, özellikle daha düşük eğitim düzeyine sahip seçmenlerde Ak Parti'nin hizmet temelli politikalarının ve yerel yönetim icraatlarının daha fazla karşılık bulduğunu düşündürebilir.

Eğitim seviyesi yükseldikçe tabloda değişiklikler gözlemlenmektedir.

Lise mezunlarında Ak Parti'nin oy oranı yüzde 57,9'a gerilerken, CHP'nin oranı yüzde 36,8'e yükselmiştir. En belirgin fark ise üniversite mezunlarında görülmektedir. Bu gruptaki katılımcılarda CHP yüzde 46,5 ile birinci sırada, Ak Parti ise yüzde 39,5 ile ikinci sırada yer almaktadır. Bu sonuç, yükseköğretim görmüş seçmenlerin muhalefet

partilerine daha yakın eğilim sergilediğini göstermektedir. Aynı grupta YRP'nin yüzde 7 oranına ulaşması, özellikle genç ve eğitimli muhafazakâr seçmenler arasında yeni siyasal alternatiflere yönelim olabileceğine işaret edebilir. Sözgelimi, düşük eğitim düzeyinde Ak Parti'nin belirgin üstünlüğü, partinin yerel hizmet ve istikrar söylemleriyle uyumludur. Öte yandan üniversite mezunu seçmenlerde CHP'nin yükselişi, ilçede toplumsal ve kültürel çeşitliliğin oy davranışına da yansıdığını göstermektedir.

Tablo 29. Bağcılar Belediyesinden Alınan Yardım Oranları

	1 Epey aldık	**2 Biraz aldık**	**3 Hiç almadık**
Aile bireylerine eğitim desteği	18,6	11,4	70,0
Aileye yönelik maddi destek	11,0	11,9	77,1
Yiyecek ve giyecek desteği	11,0	11,0	78,1
Aile bireylerine yönelik sağlık desteği	11,0	11,4	77,6
Aileye yönelik konut veya kira desteği	13,3	7,1	79,5

Bu tablo, Bağcılar Belediyesi'nin sosyal yardım politikalarının yerel halk üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun belediyeden doğrudan bir yardım almadığı görülmektedir. Özellikle "hiç almadık" şıkkını seçenlerin oranı tüm yardım türlerinde yüzde 70'in üzerinde seyretmektedir. Bu veri, belediyenin sosyal yardım hizmetlerinin yerel halkın geneline ulaşmadığını ya da vatandaşların bu hizmetlerden yeterince haberdar olmadığını düşündürebilir.

Aile bireylerine eğitim desteği alanların oranı toplamda yüzde 30 civarındadır. Bu oran, eğitime yönelik sosyal politikaların sınırlı bir kitleye ulaştığını düşündürmektedir. Aynı şekilde, maddi destek (yüzde 22,9) ve yiyecek-giyecek yardımı (yüzde 22) alanların oranı da oldukça düşüktür. Özellikle ekonomik kırılganlık yaşayan haneler için sosyal yardımın yaygınlık düzeyinin düşük kaldığı görülmektedir.

Sağlık desteği alanların oranı yüzde 22,4 iken, konut veya kira desteği alanların oranı yüzde 20 civarındadır. Türkiye'de büyükşehirlerin yoksul ve yoğun nüfuslu ilçelerinde barınma ihtiyacı önemli bir alanı olmasına karşın, bu desteğin sınırlı kalması dikkat çekicidir.

Genel tabloya bakıldığında, Bağcılar Belediyesi'nin sosyal yardım faaliyetlerinin toplumsal bazda yaygın olmadığı, ancak belirli bir kesime sınırlı düzeyde ulaştığı izlenimini vermektedir. Bunun nedeni, ya belediyenin yardım politikalarının kapasite sınırlarıyla ilişkili olabilir ya da vatandaşların yardım programlarından haberdar olma ve başvuru süreçlerinde yaşadığı zorluklardan kaynaklı olabilir. Dolayısıyla, yerel yönetimlerin sosyal yardım politikalarının erişilebilirliği ve adaletli dağılımı açısından geliştirilmesi gerektiği düşünülebilir.

SONUÇ

Bu araştırma, İstanbul'un Bağcılar ilçesinde yer alan Kirazlı, 15 Temmuz ve Demirkapı mahallelerinde yaşayan 210 katılımcının oy tercihlerine odaklanarak, Türkiye'de alt gelir gruplarının oy verme davranışının nasıl şekillendiğini incelemiştir. Bağcılar'ın sosyo-ekonomik ve kültürel yapısı, araştırmanın başlangıcında teorik olarak öngörülen ekonomik kırılganlık, kimliksel yakınlık, parti aidiyeti gibi unsurların pratikte nasıl işlediğini görmek açısından verimli bir saha olmuştur. Araştırmanın tüm bulguları birlikte değerlendirildiğinde oy verme davranışının tek bir nedene indirgenemeyecek kadar çok boyutlu olduğu, ekonomik, kültürel ve psikolojik faktörlerin iç içe geçtiği bir süreç tarafından belirlendiği görülmüştür.

Araştırma, alt gelir gruplarının siyasal tercihlerinin en belirgin özelliğinin süreklilik ve istikrar arayışı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Katılımcıların önemli bir bölümü kendisini belirli bir partiye yakın hissettiğini belirtmiş ve parti yakınlığının gerekçeleri arasında liderlik, dini-milli değerler, uzun süreli siyasi aidiyet sıklıkla dile getirilmiştir. Özellikle Cumhurbaşkanlığı seçiminde Recep Tayyip Erdoğan'a verilen yüksek destek, liderliğin karizma, güven ve süreklilik temaları etrafında değerlendirildiğini ortaya koymuştur. Bu durum, literatürde yer alan sosyo-psikolojik model ile uyumludur. Diğer taraftan, Kemal Kılıçdaroğlu'na verilen oyların daha çok laiklik, değişim ve modernite beklentisi üzerinden şekillenmesi, Bağcılar ilçesinde değişim eğiliminin genç ve eğitimli gruplarında belirli ölçüde karşılık bulduğunu göstermiştir.

Demografik veriler oy davranışının farklı bileşenlerle nasıl kesiştiğini somut biçimde ortaya koymuştur. Yaş arttıkça iktidar partisine verilen desteğin güçlendiği, genç seçmenlerde ise muhalefete yönelişin daha belirgin olduğu görülmüştür. Bu bulgu hem genel seçimlerde hem büyükşehir hem ilçe seçimlerinde aynı yönelimle ortaya çıkmıştır. 18–25 yaş grubu CHP'ye daha yüksek oranda oy verirken, 61 yaş üstü seçmenlerde AK Parti'ye yüksek destek vermiştir. Bu, yaş ile siyasi istikrar beklentisi arasında güçlü bir bağ bulunduğunu göstermektedir.

Eğitim düzeyi, oy davranışındaki farklılaşmanın en güçlü belirleyicilerinden biri olarak öne çıkmıştır. İlkokul ve ortaokul mezunlarında Ak Parti'ye verilen destek belirgin şekilde yüksekken, üniversite mezunlarında tercihler çeşitlenmiştir ve CHP'ye yönelim artmıştır. Bu durum, eğitim düzeyi arttıkça siyasal tercih çeşitlenir yaklaşımını Bağcılar

ilçesi bağlamında doğrulamıştır. Alt gelir gruplarında parti aidiyetinin özellikle düşük eğitim düzeylerinde daha güçlü bir şekilde sürdüğünü göstermiştir.

Araştırmanın en özgün bulgularından biri, genel seçimlerle yerel seçimler arasındaki rasyonalite farklarının belirgin bir şekilde ortaya çıkmasıdır. Cumhurbaşkanlığı seçiminde oy tercihi büyük ölçüde lider temelli ve ideolojik bir çerçevede şekillenmiştir. Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçiminde CHP'nin oy oranının Ak Parti ile başa baş bir düzeye ulaşması, buna karşın İlçe Belediyesi seçimlerinde Ak Parti ile CHP arasındaki farkın sürmesi, seçmenin büyükşehir düzeyinde parti kimliğinin ötesine geçerek aday odaklı ve performans temelli bir değerlendirme yaptığını düşündürmektedir. Bu ayrışmada Ekrem İmamoğlu faktörünün belirleyici olduğu söylenebilir. Öyle ki CHP'nin Bağcılar ilçesinde 2009 ve 2014 yerel seçimlerinde sınırlı kalan oy oranlarının, 2019 ve 2024 büyükşehir seçimlerinde belirgin biçimde artması ve buna karşın ilçe düzeyinde benzer bir sıçramanın gerçekleşmemesi, seçmenin İmamoğlu'nu büyükşehir ölçeğinde güçlü bir lider ve hizmet üretme kapasitesi yüksek bir aktör olarak konumlandırdığını ortaya koymaktadır.

Katılımcıların büyük bir bölümü, belediye başkanına oy verirken adayın bağlı olduğu partiyi dikkate aldığını belirtmiştir. Bu bulgu, oy davranışının bağlama göre farklı işlediğini, ulusal siyaseti belirleyen motivasyonların yerelde aynı ağırlıkla devreye girmediğini ortaya koymuştur.

Parti yakınlığına ilişkin bulgular, Bağcılar ilçesinde kimliksel oy verme davranışının güçlü olduğunu göstermektedir. Katılımcıların büyük kısmı, kendisini yakın hissettiği partiyi liderle, ideolojiyle, kültürel değerlerle veya geçmiş icraatlarla tanımlamıştır. Bu durum, Bağcılar'ın göç geçmişi, aile yapısı ve kültürel homojenliği ile birleştiğinde parti kimliğinin burada bir sosyolojik bağa dönüştüğünü göstermiştir. Aynı zamanda, parti kimliği güçlü olan seçmenlerin bile yerel seçimlerde aday performansına göre karar verebilmesi, seçmen davranışının çok katmanlı doğasını desteklemektedir.

Bağcılar ilçesinin homojen sayılabilecek sosyo-kültürel yapısı, özellikle muhafazakâr değerlerin güçlü oluşu, seçmenlerin belirli partilerle özdeşleşmesini pekiştirmiştir. Bu nedenle, araştırmanın temel problemlerinden olan "alt gelir grupları neden belirli partilere daha yakın?" sorusu hem ekonomik hem kimliksel çok katmanlı açıklamalarla karşılık bulmuştur.

Çalışmanın bir diğer sorusu olan “eğitim, gelir, yaş ve cinsiyet gibi demografik değişkenler oy davranışını nasıl şekillendirir?” sorusu da saha verileriyle bir yanıt bulmuştur. Eğitim düzeyi arttıkça CHP’ye yönelişin artması, ilkokul ve ortaokul mezunlarının ise daha yüksek oranda iktidar partisini tercih etmesi, literatürdeki genel bulgularla örtüşen güçlü bir bağ sunmuştur. Genç yaş gruplarında zaman zaman parti bağlılığının zayıfladığı ve özellikle genel seçimlerde ekonomik memnuniyetin daha belirleyici hale geldiği görülmüştür.

Araştırmanın temel problemlerinden biri olan “genel seçimlerdeki tercihle yerel seçimlerdeki tercihin neden farklılaştığı” sorusu da saha verileriyle ortaya konmuştur. Veriler, genel seçimlerde lider algısının ve ulusal siyasetin belirleyici olduğunu, yerel seçimlerde ise adayın bağlı olduğu partinin daha etkili olduğunu göstermiştir. Böylece tezin girişindeki temel varsayım doğrulanmış; seçmenin ulusal ve yerel seçimlerde farklı motivasyonlarla hareket ettiği görülmüştür.

Bu araştırma, Bağcılar ilçesinin düşük gelirli üç mahallesinde gerçekleştirilen saha çalışmasına dayanarak alt gelir gruplarının oy davranışını kapsamlı bir şekilde incelemiş olsa da, daha geniş ölçekli çalışmalar için yeni kapılar aralamıştır. Öncelikle, oy davranışının mahalle düzeyinde güçlü biçimde farklılaşabildiği dikkate alındığında, gelecekteki çalışmalarda Bağcılar ilçesinin diğer mahallelerinin de incelemeye dahil edilmesi, sosyo-ekonomik heterojenliğin siyasi tercihlere nasıl yansıdığını karşılaştırmalı olarak analiz etmeyi mümkün kılabilir. Diğer yandan, İstanbul’un farklı ilçelerinde özellikle sosyo-ekonomik açıdan Bağcılar'a benzer veya zıt özelliklere sahip bölgelerde aynı modelin uygulanması, oy davranışının yalnızca Bağcılar özelinde mi yoksa daha geniş bir alt sınıf siyasetinin parçası olarak mı ortaya çıktığını görebilmek açısından önemlidir.

Gelecek araştırmaların bir diğer yönelimi, bu araştırmada nicel ağırlıklı olarak ölçülen değişkenlerin nitel yöntemlerle daha derinlemesine analiz edilmesi olabilir. Özellikle parti kimliği, sosyal yardım ilişkileri, lider algısı, belediye hizmetleri gibi faktörlerin bireysel düzeyde nasıl deneyimlendiğini anlamaya yönelik derinlemesine mülakatlar, siyasi davranışın arka planındaki anlam dünyasını daha görünür kılabilir. Ayrıca, sosyal yardımların oy davranışı üzerindeki etkisinin zaman içinde nasıl değiştiğini inceleyen

çalışmalar, seçmen davranışının ekonomik dalgalanmalardan nasıl etkilendiğine dair daha güçlü çıkarımlar yapılmasına imkân sağlayabilir.

Ek olarak, teknolojik dönüşümün ve sosyal medyanın seçmen davranışı üzerindeki artan etkisi de dikkate alınmalıdır. Bağcılar gibi genç nüfus oranı yüksek ilçelerde dijital siyasal iletişimin davranışları nasıl yönlendirdiği, hangi platformların daha etkili olduğu ve bilgi akışının seçmen kararlarını nasıl şekillendirdiği gelecekteki araştırmalar için geniş bir alan sunmaktadır.

Söz gelimi, bu araştırmanın tüm bulguları birlikte değerlendirildiğinde, oy verme davranışının ekonomik kırılganlık, sosyal yardımlar, kültürel kimlikler, lider etkisi, yerel hizmet deneyimi vb. ile örülen çok katmanlı bir yapı olduğu görülmüştür. Gündelik yaşamın pratikleri ile siyasal tercihler arasındaki bağın en görünür halini sunan alt gelir grupları, Türkiye'de siyasal katılımın ve tercihlerdeki sürekliliğin en önemli taşıyıcılarından biridir. Bu araştırma, Bağcılar ilçesi özelinde bu gerçekliği hem teorik hem ampirik düzeyde ortaya koyarak, oy verme davranışına ilişkin literatürde önemli bir boşluğu doldurmuştur.

Siyasal tercihler, bireylerin yalnızca seçim dönemlerinde verdikleri kararlardan ibaret değildir; yaşadıkları ilçe ve mahalleden algıladıkları hizmetlere, ekonomik güvencelerinden kültürel kimliklerine kadar pek çok dinamiğin birleşimiyle oluşan çok katmanlı bir süreçtir. Bu araştırmadaki bulgular, siyaset bilimi ve yerel yönetimler literatürü açısından olduğu kadar, Türkiye'de politika üretimi ve kamu hizmetlerinin yönlendirilmesi açısından da dikkate değer çıkarımlar ortaya koymaktadır. Bu yönüyle araştırma hem mevcut literatürü tamamlayan hem de gelecekte yapılacak araştırmalara yol gösterici nitelikte bir çerçeve sunmaktadır.

KAYNAKÇA

Abadan, N. (1965). Ankara Şehir Nüfusunun Siyasi Eğilimlerinden Bazı Örnekler Nisan 1964. *20(2)*. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi.

Akgül, F. İ. (2013). Türkiye'de Seçmen Davranışları: Politik Sosyo-Ekonomil Boyutlarıyla Etkileyen Faktörler. *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Gediz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akgün, B. (2000). Türkiye'de Seçmen Davranışı: Partizan Tutumlar, İdeoloji ve Ekonomik Faktörlerin Oy Vermeye Etkisi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler M.Y.O Dergisi.

Al, A., & Tuncer, H. (2024, Mayıs). Türkiye'de Sosyo-Ekonomik Faktörlere Bağlı Olarak Değişen Seçmen Davranışı. *3. BİLSEL INTERNATIONAL TRUVA SCIENTIFIC RESEARCHES AND INNOVATION CONGRESS*, (s. 1075-1081). Çanakkale.

Alkan, B. (2023). Hükümet Sistemlerinin Seçmen Davranışları Üzerine Etkileri ve Stratejik Oy Verme Davranışı (Türkiye ve Fransa Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz). *14(40)*. Vizyoner Dergisi Süleyman Demirel Üniversitesi.

Almond, G., & Verba, S. (1989). *The Civic Culture.* SAGE Yayınları, Inc.

Arslan, A. (2020). Seçmen Davranışarına Yönelik Yeni Yaklaşımlar. *Seminer Projesi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aşuk, İ. (2019, Temmuz). Seçmen Tercihlerini Etkileyen Sosyo-Politik Faktörler (1946-2007 Dönemleri Arası). *Yüksek Lisans Tezi*. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aytaç, S. E. (2013). Distributive Politics in a Multiparty System: The Conditional Cash Transfer Program in Turkey. *Comparative Political Studies, 47(9)*. Sage Journals.

Bağcılar Belediyesi. (2024). Mart 02, 2025 tarihinde İlçemizi Tanıyalım: https://www.bagcilar.bel.tr/icerik/ilcemizin-sosyal-yapisi adresinden alındı

Balcı, E. (2022, Temmuz). 2019 Yerel Seçimlerinde Seçmenlerin Oy Verme Davranışı Üzerine Bir İnceleme: İstanbul Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Baltacı, C., & Eke, E. (2012). Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisine Yönelik Seçmen Algısı: Isparta Örnek Olayı. *4(1)*. Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5 b.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Çaha, Ö., & Akgül, F. İ. (2024). Türkiye'de Seçmen Davranışı ve 2024 Seçimlerine Yansıması. *1(1)*. Toplum ve Kimlik Dergisi.

Çaha, Ö., Toprak, M., & Dalmış, İ. (2008). Seçmenin Parti Tercihinde Rol Oynayan Faktörler: Kırıkkale Örneği. Ö. Çaha içinde, *Seçmen Davranışı ve Siyasal Partiler.* Ankara: Orion Kitabevi.

Çakıcı, F. O. (2020, Ağustos). Siyasal Liderlik Faktörlerinin Seçmen Tericih Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *13(47)*. Tarih Okulu Dergisi.

Çaycı, S. (2024). Yerel Yönetimlerde Çalışan Memnuniyeti: Bağcılar Belediyesi Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Çelik, E. (2021). Seçmen Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve Seçmenlerin İkinci Parti Tercihleri. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çetin, H. (Dü.). (2015). *Siyaset Bilimi* (5 b.). Ankara: Orion Kitabevi.

Doğan, A., & Tokgöz, E. (2022, Eylül). Seçmen Tercihinde Ekonomik Gelişmelerin Rolü: Ekonomik Oy Verme Teorisi Bağlamında Türkiye Genel Seçimleri Üzerine Bir İnceleme. *10(2)*. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi.

Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy.* Harper and Row.

Duran, H. (2015). Siyasal Katılmayı Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma: Tavşanlı-Kütahya Örneği. *(13)*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.

Duverger, M. (1962). Partiler ve Siyasi Rejimler. *19(1,0)*. (E. Özbudun, Çev.) Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi.

Eser, H. B., & Sarışahin, P. (2016). Cinsiyet-Siyasal Katılım İlişkisi: SDÜ Örnek Olayı. *7(15)*. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi.

Esmer, Y., & Pettersson, T. (2007). *The Effects of Religion and Religiosity on Voting Behavior.* Oxford University Press.

Evans, G., & Andersen, R. (2006). The Political Conditioning of Economic Perceptions. The University of Chicago Press Journals.

Filiz, U. (2019). Seçmen Davranışını Etkileyen Sosyo-Psikolojik Faktörler: Pamukkale Üniversitesi Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Denizli: Pamukkale Üniversitesi.

Fırat, E. (2019). Türkiye'de Seçmen Davranışı. *6(34)*. Sosyal Bilimler Dergisi.

Franklin, M. (2019). Nicel Analiz. D. D. Porta, & M. Keating içinde, *Sosyal Bilimlerde Yaklaşımlar ve Metodolojiler Çoğulcu Bir Perspektif* (S. Gürses, Çev.). İstanbul: Küre Yayınları.

Gökçe, A. (2022). Seçmen Davranışı ve Seçmen Davranışı Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin İncelenmesi: İstanbul İli Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İbn Haldun Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Gümüş, B. (2006). Eğitim Düzeyinin Seçmen Davranışındaki Rolü Ve Antalya Örnek Olayı. *Yüksek Lisans Tezi*, 58. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gümüş, H. (2009). Türk Seçmen Davranışı ve AKP, CHP, MHP'nin Seçmen Tabanları. *Yüksek Lisans Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Haydaroğlu, C., & Korkmaz, F. (2020). Ekonomi Politikalarının Seçmen Davranışları Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *7(12)*. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi.

Heywood, A. (2018). *Siyaset* (19 b.). (D. D. Bakırcı, Çev.) Ankara: BB101 Yayınları.

İBB. (2025). *İBB Açık Veri Portalı.* Kasım 17, 2025 tarihinde 2024 Yılı Mahallelere Göre Sosyal Yardım Alan Hane Sayısı: https://data.ibb.gov.tr/dataset/mahallelere-gore-sosyal-yardim-alan-hane-sayisi/resource/7d35492c-255c-46d7-b640-c0e60b3b2d3b adresinden alındı

Kalaycıoğlu, E. (1984). *Karşılaştırmalı Siyasal Katılma.* İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler.

Kalaycıoğlu, E. (1984). *Çağdaş Siyasal BİIim.* Beta Basım Yayın.

Kaya, F. (2024). Türkiye'de İşçilerin Sınıf Bilinci Ve Oy Verme Davranışı: Kocaeli İli Örneği. *Doktora Tezi*. Çorum: Hitit Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Kaynak, D. (2022). Seçmen Davranışı Kuramları Bağlamında Türkiye'de Oy Tercihini Belirleyen Etmenler: 2015 Genel Seçimleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

Kılıç, A. F. (2024, Mayıs). Yerel seçimlerde Seçmen Davranışına Etki Eden Faktörler: Ataşehir Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Medeniyet Üniversitesi Lisansütsü Eğitim Enstitüsü.

Kılıç, L. K. (2018, Haziram). Religious Divisions And Ethnic Voting: The Case Of Sunni Kurds in Turkey. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Yüksek Lisans Programı İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi.

Kıskaç, A. (2020, Ağustos). Türkiye'de Sosyal Belediyecilik ve Medya Uygulamaları: Bağcılar, Esenler, Bahçelievler Belediyeleri Örnekleri. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Kışlalı, A. T. (1976). Siyasal Tutumlarda Kuşak ve Cinsiyet Etkenleri (Bir Alan Araştırması). *31(1)*. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi.

Kulachai, W., Lerdtomornsakul, U., & Homyamyen, P. (2023, Ağustos). Factors Influencing Voting Decision: A Comprehensive Literature Review. *12(9)*. Social Sicences.

Küçük, H. Ö., & Toklu, İ. T. (2020). Seçimlerde Oy Verme Davranışını Ne Etkiler? Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma. *8(5)*. Business & Management Studies: An International Journal.

Lewis-Beck, M. S., & Stegmaier, M. (2000). Economic Determinants of Electoral Outcomes. *3(1)*. Annual Review of Political Science.

Meder, M., & Özer, İ. (2008). *Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı.* İstanbul: Ege Yayınları.

Nar, M. Ş. (2021, Eylül 30). Eğitim, İdeoloji, Demokrasi İle Oy Verme Davranışı Arasındaki İlişki: Türkiye Örneğ. *6(12)*. MECMUA Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi.

Neuman, w. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7 b.). Harlow: Pearson Education Limited.

Nie, N. H., Verba, S., & Petrocik, J. R. (1976). *The Changing American Voter.* Harvard University Press.

Noor, S., Tacik, O., & Golzar, J. (2022). Simple Random Sampling. *1(2)*. IJELS.

Özdamar, H. (2019). Seçmenlerin Oy Verme Davranışına Etki Eden Faktörler: Mamak İlçesi Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özer, İ. (1988). Toplumsallaşma Sürecinin Siyasal Boyutu, Siyasal Katılma ve Kentlileşme. *6(1-2)*. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi.

Özhan, M. (2018). Türkiye'de Seçmen Davranışları: Güneydoğu Anadolu İncelemesi. *Doktora Tezi*, 31. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Polat, F. (2009). Dinin Türk Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi: Denizli İli Örneği. *Doktora Tezi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Salkım, S. (2012). Dinin Seçmen Davranışı Üzerine Etkisi: Bağcılar Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Selçuk, A. (2019). Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışını Etkileyen Faktörler: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sencer, M. (1974). *Türkiye'de Sınıfsal Yapı ve Siyasal Davranışlar.* May Yayınları.

Silsüpür, Ö. (2021, Ağustos). Siyasal Katılım, Siyasal İletişim ve Medya. *3(6)*. Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi.

Sönmez, S. (2004). Türkiye'de Siyasal Kültürün Siyasal Katılmaya Etkileri. *Yüksek Lİsans Tezi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Şahan, S. (2020, Şubat). Liderin Siyasal Kimliğinin ve İmajının Seçmenin Oy Verme Davranışındaki Rolü: Gaziantep. *Doktora Tezi*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Şenel, S. (2014). Yerel Demokrasi ve Bağcılar Belediyesi Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Teyyare, E., & Avcı, M. (2016). Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışları: 2014 Yerel Seçimleri ve Zonguldak İli Örneği. *4(1)*. Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi.

TUİK. (2024). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları.* Türkiye İstatistik Kurumu. https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr adresinden alındı

TUİK. *İl ve İlçelere Göre Cumhurbaşkanlığı Seçim Sonucu.* Mart 6, 2025 tarihinde alındı

Turna, B. (2022, Haziran). Türkiye'de 1980 Sonrası Genel ve Yerel Seçimlerinde Makro İktisadi Göstergelerin Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisine İlişkin Bir Analiz. *Yüksek Lisans Tezi*. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tüysüz, M. K. (2022). Seçmen Davranışlarını Etkileyen Faktörler: Siverek Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ULASAV. (2016). Kasım 17, 2025 tarihinde My Neighborhood Istanbul SES Scores for 2016: https://ulasav.csb.gov.tr/dataset/34-mahallem-istanbul-projesi-ses-sosyo-ekonomik-statu-skorlari/resource/838cc840-87f9-4c13-8f2f-8128bcce756f adresinden alındı

Uysal, B. (1984). *Siyasal Katılma ve Katılma Davranışına Ailenin Etkisi.* Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü.

Ünal, B. A. (2016). Oy Verme Davranışı Modelleri. *6(15)*. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi.

Ünal, B. A. (2016). Stratejik Oy Verme Davranışı. *Doktora Tezi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yaşar, A. (2019). Siyasal Parti Aidiyeti ve Seçmen Davranışı: Kütahya ve Afyonkarahisar'da CHP'ye Oy Veren Seçmen Örneği. *2(3)*. Folklor Akademi Dergisi.

Yıldırım, Ö. (2023). Siyasal Katılma ve Türk Siyasal Yaşamında 1988 Halkoylaması. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Rumeli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Yoder, J. (2020). Does Property Ownership Lead to Participation in Local Politics? Evidence from Property Records and Meeting Minutes. *114(4)*. American Political Science Association.

Yüksek Seçim Kurulu. (2024). Mart 12, 2025 tarihinde Sandık Sonuçları ve Tutanaklar : https://sonuc.ysk.gov.tr/sorgu adresinden alındı

EK 1. Etik Kurul Onay Belgesi

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ

2025 AİLE YILI

Tarih:05/06/2025 10:42
Sayı: E-65836846-044-354425
REKTÖRLÜK

354425

Sayı : E-65836846-044-354425
Konu : Etik Onayı

Sayın Tuğce KABA

İlgi : 20.05.2025 tarihli dilekçeniz.

İlgi yazınız ile "Alt Gelir Gruplarının Oy Davranışı: İstanbul Bağcılar Örneği" isimli çalışmanın anket sorularına Etik Kurul onayı talep edilmektedir.

Adı geçen ve ekte yer alan anket soruları, Üniversitemiz Etik Kurulunca incelenerek etik tanım, değer ve ilkelere aykırı bir düzenleme tespit edilmediği, yetkili makamlardan gerekli izinlerin alınması koşuluyla, önerilen anket sorularının etik kurallara uygun olduğu ve etik onayının verildiği ifade edilmiştir.

Konuya ilişkin bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Hanifi PARLAR
Rektör a.
Rektör Yardımcısı

Ek: Etik Onaylı Anket Soruları

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu:
0277E0A7-9271-4736-BC16-C965EA20E865
Adres: Örnektepe Mah. İmrahor Cad. No: 88/2 Beyoğlu/İstanbul
Telefon N : 0212 320 70 11
E-Posta: dresi: www.ticaret.edu.tr
KEP Adr .kep.tr

Belge Doğrulama Adresi:
https://www.turkiye.gov.tr/istanbul-ticaret-universitesi-ebys
Büro Personeli
Telefon No:

1 / 1

EK 2. Bilgilendirilmiş Onam Formu

BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu çalışma, Prof. Dr. Ömer ÇAHA danışmanlığında İstanbul Ticaret Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Yüksek Lisans programı öğrencisi Tuğce KABA tarafından yürütülen "Alt Gelir Gruplarının Oy Davranışı: İstanbul Bağcılar Örneği" isimli bir tez çalışmasıdır.

Çalışmanın amacı, ekonomik gelir ve oy davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

Bu çalışma 18 yaş ve üzeri katılımcıları kapsamaktadır.

Araştırmaya katılımınız tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Araştırma sırasında sizden alınan bilgiler grup halinde değerlendirileceğinden, sizden kimlik belirleyici bilgiler istenmeyecektir. Cevaplarınız gizli tutulacak ve sadece araştırmacı tarafından bilimsel çalışmalarda kullanılacaktır. Bu anlamda, araştırma sonuçlarından sağlıklı bilgiler edinilebilmesi için soruların samimi bir şekilde doldurulması ve soruların boş bırakılmaması oldukça önemlidir. Bu çalışma genel olarak kişisel rahatsızlık teşkil edecek soruları içermemektedir. Ancak araştırma sırasında herhangi bir nedenden dolayı rahatsızlık hissederseniz, katılımınızı sonlandırabilirsiniz. Çalışma sırasında sizden istenilen, çalışmada yer alan maddeleri ve/veya soruları boş bırakmamaya özen göstererek samimi bir şekilde doldurmanızdır. Çalışmaya katılım yaklaşık 10 dakika sürecektir. Çalışma hakkında daha fazla bilgi almak için Tuğce Kaba'ya adresinden ulaşabilirsiniz. Katılımınız için şimdiden teşekkür ederiz. Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve istediğim zaman katılımımı sonlandırabileceğimi biliyorum. Verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlı kullanımını kabul ediyorum.

Evet ( ) Hayır ( )

Araştırmacının Adı Soyadı

Tuğce KABA

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL ONAYI ALMIŞTIR
Kurul Tarihi: 30.05.2025
Kurul Karar No: 07-17

EK 3. Onaylanmış Anket Formu

DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

1. Cinsiyeti
1. Kadın
2. Erkek

2. Medeni durumu
1. Evli
2. Bekar

3. Yaşı
1. 18-25
2. 26-35
3. 36-45
4. 46-60
5. 61 ve üstü

4. Eğitim düzeyi
1. Okula gitmedi
2. İlkokul
3. İlköğretim/ortaokul
4. Lise
5. Üniversite

5. Mesleği
1. İşçi
2. Memur
3. Esnaf
4. Tüccar/işletme sahibi
5. Öğrenci
6. Ev kadını
7. Emekli
8. İş arayan

Diğer (belirtiniz)……

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL ONAYI ALMIŞTIR
Kurul Tarihi: 30.05.2025
Kurul Karar No: 07-17

İSTANBUL BAĞCILAR İLÇESİ SEÇMEN DAVRANIŞI ANKETİ

Sayın Katılımcı,
Bu anket çalışması, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü'nde yürütmekte olduğum yüksek lisans teziyle ilgilidir. Kimliğiniz gizli tutulacak olup verdiğiniz bilgiler bunun dışında başka bir amaç için kullanılmayacaktır. Ankete katıldığınız için çok teşekkür ediyorum.
Tuğçe Kaba

A1. Kendinize en yakın bulduğunuz ve genelde oy verdiğiniz parti hangisidir?
……..

A2. Son Cumhurbaşkanlığı seçiminde (28 Mayıs 2023) kime oy verdiniz?

A3. Bu partiyi hangi özelliğinden dolayı kendinize yakın hissediyorsunuz? (Yalnızca bir (1) seçenek)

1. Başarılı icraatları
2. Lideri
3. Dini ve milli değerlere bağlılığı
4. Laik ve modern duruşu
5. Programı ve ideolojisi
6. Diğer (belirtiniz)……..

A4. Cumhurbaşkanlığı seçiminde adayın hangi özelliğini dikkate alarak oy verirsiniz? (Yalnızca bir (1) seçenek)

1. Sözüne bağlı ve dürüst olması
2. İcraatlarında başarılı olması
3. Cesur ve kararlı olması
4. Milli ve dini değere bağlı olması
5. Laik ve modern olması
6. Diğer (belirtiniz)……..

A5. Kendinize yakın bulduğunuz ve oy verdiğiniz parti aşağıdaki hususlarda size ne kadar katkı sağladı?

	1 Çok sağladı	2 Biraz sağladı	3 Pek sağlamadı
A5a. Ekonomik durumumun iyileşmesi			
A5b. İnancımı ve kültürümü rahatça yaşamam			
A5c. Yaşam tarzımı hayata geçirmem			
A5d. Bana değer verilmesi			
A5e. Eşit muamele görmem			
A5f. İyi iş imkanlarına kavuşmam			
A5g. Güvenli bir ülkede yaşamam			

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL ONAYI ALMIŞTIR
Kurul Tarihi: 30.05.2025
Kurul Karar No: 07-17

A6. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığından veya Sosyal Yardımlaşma Vakfı'ndan şimdiye kadar aşağıdakilerle ilgili herhangi bir destek aldınız mı?

	1 Epey aldık	2 Biraz aldık	3 Hiç almadık
A6a. Aile bireylerine eğitim desteği			
A6b. Aileye yönelik maddi destek			
A6c. Yiyecek ve giyecek desteği			
A6d. Aile bireylerine yönelik sağlık desteği			
A6e. Aileye yönelik konut veya kira desteği			
A6f. Aile bireylerine bakım desteği			

A7. Son büyükşehir belediye başkanlığı seçiminde hangi partiye oy verdiniz?
……..

A8. Büyükşehir Belediye Başkanlığında oy vermenizde en fazla etkili olan faktör aşağıdakilerden hangisidir? (Yalnızca bir (1) seçenek)

1. Başkan adayının özellikleri
2. Belediyenin başarılı icraatları
3. Başkan adayının bağlı olduğu parti
4. Diğer (belirtiniz)……

A9. Büyükşehir Belediyesinden şimdiye kadar siz veya aileniz aşağıdakilerle ilgili herhangi bir yardım aldınız mı?

	1 Epey aldık	2 Biraz aldık	3 Hiç almadık
A9a. Aile bireylerine eğitim desteği			
A9b. Aileye yönelik maddi destek			
A9c. Yiyecek ve giyecek desteği			
A9d. Aile bireylerine yönelik sağlık desteği			
A9e. Aileye yönelik konut veya kira desteği			

A10. Son ilçe belediye başkanlığında hangi partiye oy verdiniz?
……

A11. İlçe belediyesinde oy vermenizde en fazla etkili olan faktör aşağıdakilerden hangisidir? (Yalnızca bir (1) seçenek)

1. Başkan adayının özellikleri
2. Belediyenin başarılı icraatları
3. Başkan adayının bağlı olduğu parti
4. Diğer (belirtiniz)……

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL ONAYI ALMIŞTIR
Kurul Tarihi: 30.05.2025
Kurul Karar No: 07-17

A12. Bağcılar Belediyesinden şimdiye kadar siz veya aileniz aşağıdakilerle ilgili herhangi bir yardım aldınız mı?

	1 Epey aldık	2 Biraz aldık	3 Hiç almadık
A12a. Aile bireylerine eğitim desteği			
A12b. Aileye yönelik maddi destek			
A12c. Yiyecek ve giyecek desteği			
A12d. Aile bireylerine yönelik sağlık desteği			
A12e. Aileye yönelik konut veya kira desteği			

B1. Ailenizin aylık geliri ortalama ne kadardır?

1. 10.000 ve altı
2. 10.001-20.000
3. 20.001-30.000
4. 30.001-50.000
5. 50.001 ve üstü

B2. Ailenizde düzenli gelir getiren bir işte çalışan var mı?

1. Hayır yoktur
2. Bir kişi var
3. Birden fazla kişi var

B3. Evinizde kaç kişi bir arada yaşamaktadır?

1. 1-2 kişi
2. 2-4 kişi
3. 5 kişi ve üstü

B4. Nasıl bir evde oturuyorsunuz?

1. Apartman dairesi
2. Müstakil ev
3. Diğer (belirtiniz)……

B5. Oturduğunuz ev kendinizin mi yoksa kira mı?

1. Kendimizin
2. Kira
3. Diğer (belirtiniz)……

B6. Evinizin fiziksel özelliği aşağıdakilerden hangisine uygundur?

1. Bir artı bir (bir salon, bir oda)
2. İki artı bir (bir salon, iki oda)
3. Üç artı bir (bir salon, üç oda)
4. Diğer (belirtiniz)……..

B7.Konutunuzu nasıl ısıtıyorsunuz?

1. 1.Soba
2. 2.Merkezi kalorifer
3. 3.Kat kaloriferi/kombi
4. 4.Klima
5. 5.Elektrikli ısıtıcı
6. 6.Diğer (belirtiniz)…….

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL ONAYI ALMIŞTIR
Kurul Tarihi: 30.05.2025
Kurul Karar No: 07-17

B8. Ailenizde aşağıdakilerden hangisi bulunmaktadır?

	1 Yok	2 Var
B8a. Otomobil		
B8b. Kamyonet		
B9c. Motosiklet		
B9d. Renkli televizyon		
B9e. Buzdolabı		
B9f. Çamaşır makinası		
B9g. Bulaşık makinası		

C1. Cinsiyeti

1. Kadın
2. Erkek

C2. Medeni durumu?

1. Evli
2. Bekar

C3. Yaşı

1. 18-25
2. 26-35
3. 36-45
4. 46-60
5. 61 ve üstü

C4. Eğitim düzeyi

1. Okula gitmedi
2. İlkokul
3. İlköğretim/ortaokul
4. Lise
5. Üniversite

C5. Mesleği

1. İşçi
2. Memur
3. Esnaf
4. Tüccar/işletme sahibi
5. Öğrenci
6. Ev kadını
7. Emekli
8. İş arayan
9. Diğer (belirtiniz)……

Anketin Yapıldığı

Tarih…….

Mahalle…….

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL ONAYI ALMIŞTIR
Kurul Tarihi: 30.05.2025
Kurul Karar No: 07-17