

Geliş Tarihi / Received : 21.02.2025 / 02.21.2025

Kabul Tarihi / Accepted : 30.06.2025 / 06.30.2025

Araştırma Makalesi - Research Article

DOI: <https://doi.org/10.55580/oguzhan.1619918>

BELEDİYE BAŞKANI ADAY İMAJININ SEÇMEN DAVRANIŞINA ETKİSİ

THE EFFECT OF MAYOR CANDIDATE IMAGE ON VOTER BEHAVIOR

İsmail BAŞARAN^a, Adem BABACAN^b

ÖZ: Yerel yönetim seçimleri içerisinde bulunan belediye başkan seçimleri diğer seçimlerden farklılıklar gösterir. Özellikle de milletvekili seçimlerine göre belediye başkan adayının kişisel özelliklerin öncelenmesi olarak farklılıklar gösterir. Seçmenlerin aday tercihinin belirleyen bir faktör olarak belediye başkanının kişisel özelliklerinin belirgin olduğu göz önünde bulunmaktadır. Bu çalışmada uzman görüşüne başvurularak dokuz önemli özellik SWARA metodu yardımıyla belirlendi. Bu özellikler belediye başkanının kent sorunlarını biliyor olması, yerel yönetim deneyimi, eğitim seviyesi, seçim bölgesi doğumlu olması, seçim bölgesinde tanınır/bilinir olması, mesleği, etkileyici konuşabilmesi, yaşı ve cinsiyeti olarak belirlendi. Sonraki aşamada Manisa ilindeki rastgele seçilen 2000 kişilik seçmen kitlesine ulaşılarak fikirlerine başvuruldu. Geriye dönüş yapan 292 kişinin görüşlerinden faydalanıldı. Analitik Hiyerarşi Proses (AHP) Yöntemi kullanılarak bu özellikler öncelik sırasına göre ağırlıklandırıldı. Belediye başkan adayının sahip olduğu özelliklerin, yapılan bu ağırlıklandırmalar neticesinde seçmen davranışı nasıl etkilediği belirlenmeye çalışıldı. Belirlenen üç kriterin önem seviyesinin diğerlerine göre görece daha önemli olduğu tespit edildi.

Anahtar Kelimeler : Seçmen Görüşü, Yerel Yönetim, SWARA, AHP.

ABSTRACT: The mayoral elections within the local government elections differ from other elections. They particularly differ from the parliamentary elections in that the personal characteristics of the mayoral candidate are prioritized. It is considered that the personal characteristics of the mayor are significant as a factor determining the candidate preference of the voters. In this study, nine important characteristics were determined with the help of the SWARA method by applying expert opinion. These characteristics were determined as the mayor's knowledge of urban problems, local government experience, level of education, being born in the electoral district, is known in the electoral district, profession, being able to speak impressively, age and gender. In the next stage, a randomly selected 2000-person voter base in Manisa province was reached and their opinions were sought. The opinions of 292 people who responded were utilized. These characteristics were weighted according to the order of priority using the Analytical Hierarchy Process (AHP) Method. It was attempted to determine how the characteristics of the mayoral candidate affected the voter behavior as a result of these weightings. It was determined that the importance level of the three determined criteria was relatively more important than the others.

Keywords: Voter Opinion, Local Government, SWARA, AHP.

^a Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölüm, adem.babacan@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7349-7033>

^b Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, ismailbasaran74@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3792-8035>

1. GİRİŞ

Seçimler, demokrasinin en önemli enstrümanıdır. Seçimler yapıldığı çağın gerektirdiği şekillerde yapılır. Aynı zamanda seçmene ve seçilecek adaylara ihtiyaç duyar. Bu bölümlerin hepsi önemlidir. Bu sebeple bu konularda birçok çalışma bulunmaktadır. Seçmen oy verme davranışı (Arı, 2015), seçmen davranışını etkileyen sosyo-psikolojik faktörler (Filiz, 2019), yerel seçimlerde seçmen (Boyraz, 2017), dindarlık düzeyi (Sesli, 2024) ve daha birçok konuda literatürde çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmada seçime girmesi beklenen ya da belirlenen adayların kişisel özelliklerinin belirlenmesi ve bu özelliklerin önem sırasının belirlenmesi üzerine çalışıldı.

Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin Ek 1 No.lu Protokol'ün 3. Maddesi serbest seçim hakkını tanımlamıştır. Bu hak "Yüksek Sözleşmeciler Tarafından, yasama organının seçilmesinde halkın kanaatlerinin özgürce açıklanmasını sağlayacak şartlar içinde, makul aralıklarla, gizli oyla serbest seçimler yapmayı taahhüt ederler. "Bir insan hakkı olan oy verme davranışı demokrasinin temelidir. Bu yönüyle oy verme davranışının her açıdan incelenmesi önemlidir. Oy verme hakkının evrensel nitelik kazanması 1920'lerde görülmeye başlar. 1940'lardan sonra literatürdeki çalışmalar artmıştır (Ünal, 2016: 96). Oy verme davranışı çalışmaları genellikle sosyolojik model, parti kimliği modeli, ekonomik oy verme modeli ve stratejik oy verme modeli gibi dört ana teorik model olarak incelenebilir (Ünal, 2016: 96).

1913 yılında Siegfried (Siegfried, 1913) batı Fransa'daki on beş bölgede yaşayan seçmenlerin oyları üzerine coğrafi ve sosyal belirleyici faktörlerin etkisini araştırmıştır. Araştırmada yerel coğrafyaya sabitlenmiş sosyal yapılar ile seçmen davranışı arasında ilişkinin varlığını varsaymıştır.

Yönetenlerle yönetilenler arasındaki organik bağ kuran seçim kavramının çok sayıda tanımı yapılmıştır. Hikmet Sami Türk'e göre seçim: "Bir kamu görevini yürütecek kişi veya kurulun, ilgili seçmenlerce, çok sayıda aday arasında yapılacak tercihlerle belirlenmesidir." Cotteret-Emeri'ye göre seçim "Yönetilenlerin yönetenleri belirlemesiyle sonuçlanan hukuksal yöntemler ve işlemler bütünüdür" (Akçagündüz, 2021: 347).

Yerel yönetimler seçimleri ise "demokrasinin beşiği ya da kalbi" gibi sıfatlar ile daha anlamlı hale gelmektedir. Yerel yönetimler, genel olarak tarihsel süreç içerisinde ekonomik, sosyal ve siyasal durumlar neticesinde ortaya çıkmıştır. Yerel yönetimlerin temel felsefesi, optimum hizmet ölçeği çerçevesinde yerelde yaşayan vatandaşların yönetime katılabilmesini sağlamaktır. Bu şekilde yaşadıkları alanı (yereli) en iyi bilen kişiler, ait oldukları yereli de en etkin şekilde yönetebileceklerdir (Akçagündüz, 2021: 342). Bu yönü ile önem açıktır.

Yerel yönetimlerle ilgili ilk yaklaşım "bir kimi hizmetlerin etkin bir biçimde yürütülmesindeki bir örgütlenme tipidir". İkinci yaklaşım "yalnız bir teknik örgütlenmenin yanında yerel yönetimlerin toplumsal ve siyasal niteliği de vardır". Bu iki yaklaşımı birbirinden kesin bir biçimde ayırmak her zaman mümkün değildir (Çitci, 1989: 1). Kamu yönetiminin önemli ve vazgeçilmez unsurunu meydana getiren yerel yönetimler demokrasi açısından önemli olduğu kadar, yerel hizmetlerde verimliliği ve etkinliği sağlamada da vazgeçilmez kurumlardır (Eryılmaz, 2013: 171).

Bir kentin gelişmişlik düzeyi hem yerel siyaseti hem de yerel temsili etkilemektedir (Çelik, 2009: 215). Türkiye örneğinde belediye başkanının başbakan ve cumhurbaşkanı olması yerel seçimlerin önemini açıklar. Demokrasi, halkın yönetime katılımını gösterdiği gibi aynı zamanda halkın temsil edilme gücüdür. Yerel temsil ancak demokratik yerel seçimlerle mümkündür. Aynı şekilde belediye başkanı da yereldeki kitleleri temsil eder. Bu yönüyle belediye başkanının seçmen kitleleri tarafından kendilerini temsil etmesi için seçildiği var sayıldı. Buradan hareketle başkan adayı olacak kişiler arasından kimin seçmen kitlesi tarafından tercih edileceği sorunu ortaya çıkar. Bu çalışmada seçmen kitlesinin, belediye başkanında olmasını istediği kişisel özellikler belirlenip, belirlenen bu özelliklerin seçmen nazarında önem seviyeleri belirlendi.

1.1. Seçimler

Seçim, birden fazla seçenek arasından birini tercih etmektir. Siyasal araç olarak seçim ise siyasal iktidarı belirlemek amacıyla belirli süreliğine onay vermek, önceden verilen onayı tekrarlamak yahut bu onayı geri çekmektir. Demokrasinin ana omurgasını oluşturan seçimler, halk olarak adlandırılan bütün vatandaşlar tarafından çok sayıdaki aday arasından kendi temsilcilerini belirlemek amacıyla

sandık başına gidilerek yapılan işlem ve faaliyettir. Vatandaşların irade ve tercihlerini sandıklara yansıttıkları önemli mekanizma olarak seçimler, ülke yönetimini belirleyecek ve kanun yapıcı yahut koruyucu kesimini kararlaştıracak araç olmanın yanı sıra seçen tarafından seçilenin denetlendiği, kendilerine verilen görev ve sorumlulukları belirtilen şekilde gerçekleştirip gerçekleştirilmediğini kontrol etme olanakları sunmaktadır. Haliyle vatandaşlar, kendi iradeleriyle oylama yaparak yani seçimler aracılığıyla iradelerini açıklayarak bir nevi konuşmaktadırlar (Gülbay, 2017: 4-7; Öztay, 2020: 17-19; Türk, 2006: 76).

Siyasal sistem ve hukuki düzenin devamlılığını oluşturan seçimler, ülkeden ülkeye göre farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Ülkemiz kapsamında iki tür seçim yapılmaktadır. Kendine özgü özellikleri ve süreçleri bakımından bunlar genel seçim ve yerel seçimdir. Genel seçim, ülke yönetimi için vatandaşların kendilerini yönetecek kişiler olarak milletvekillerini seçmesidir. Yerel seçim ise vatandaşın yerel yönetim yani mahalli idare temsilcisini seçmek için sandık başına gitmesidir. Yerel seçimler, yerel projelerin ön safhada bulunduğu yereldeki seçim yarışıdır. Vatandaşlar mahalli müşterek nitelikteki kamusal hizmet sunulması gibi yerel düzeydeki hizmetlerin veya bu hizmetlere ilişkin projelerde kendi arzu ve beklentisine en uygun yolu bularak hizmeti sunabilecek il belediye başkanı, ilçe belediye başkanı, encümeni veya muhtarın temsilci olarak vatandaşların kendi hür iradeleriyle seçilmesidir. Haliyle yerel seçimler sonucu belirlenen mahalli idare yönetici ve mahalli idare meclis üyeleri aslında siyasal kültürün miladı gibidir (Öztay, 2020: 20).

Ülkemizde yerel seçimlerin gündeme gelmesi, Tanzimat dönemine kadar uzanmaktadır. Bu dönemde yerel seçimler il meclislerini seçmek amacıyla uygulanmaya başlamıştır (Alkan, 2006, s.138). Nitekim belediye başkanlarının seçimi Cumhuriyet dönemi süresince 1963 yılına kadar gerçekleştirilmemiştir. Bu süreçte belediye başkanları, belediye meclislerinin üyelerince çoğunlukla kendi üyeleri arasından seçilmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir (Öztay, 2020: 20; Gülbay, 2017: 11-12). Ancak 1963 yılı yerel seçimiyle beraber belediye başkanları ilk defa doğrudan halk tarafından seçilmeye başlamıştır (Şen, 2017: 26). Günümüz çağındaki yerel seçimler hem siyaseti belirlemede hem de yerel demokrasiyi güçlü kılmada önemli sorumlulukları olması bakımından oldukça önemlidir (Öztay, 2020: 19; Gülbay, 2017: 12). Bu hususta yerel seçim sürecin halk olarak seçmenlerin seçim sürecinde kendilerini temsil edecek temsilcileri belirlerken birtakım faktörler etkili olmaktadır. Seçmen davranışlarını etkileyen bu faktörlerin ne olduğunun belirlenmesinden hareketle çalışmalar yapılmıştır. Bu kapsamda birden çok faktörün etkili olduğu tespit edilmiştir (Coşkun, 2019: 242).

1.2. Seçmen Davranışı

Seçmen yahut oy veren birey sözcüğü, basit bir ifade ile seçim hakkına sahip olan kişidir. Seçmen, seçim süreçlerinde adaylar arasında kendilerini temsil edecek yönetici ya da meclis üyesini tercih etmek için kullandıkları eylem hakkına sahip olan kişiler olarak tanımlanmaktadır. Bir ülkede seçmen, siyasal sistem içerisinde yönetici kadroyu belirlemek amacıyla kendisine tanınan yasal hak ve görevler doğrultusunda seçimlere aktif şekilde katılarak eylemini gerçekleştirmesidir (Coşkun, 2019: 242; Öztay, 2020: 19-20). Bu eylemle seçmenin siyasal sisteme katılımı sağlanmış olmakla beraber içinde bulunduğu toplumsal yapının gelişmesi ve ilerlemesinde gösterdiği irade kilit role sahiptir (Tokgöz, 2008:178; Tosun, 2012: 326).

Bir ülkenin vatandaşı olarak seçmenin seçimlere katılarak kendisini temsil edebileceğini inandığı siyasal parti veya adaya oy verme eyleminde bulunması yani seçimlere katılmasıyla ilgili davranışı oldukça önemlidir. Bu önem şu şekilde sıralanabilir (Gülmen, 1979: 14):

- Demokratik yapıda halkın çoğunluğunun katılım sağladığı siyasal eylemlerden en önemlisi oy vermedir.
- Demokratik sistemdeki vatandaşların siyasal görevleri ve sosyal rollerine bakılmaksızın herkesin seçimlere katılma hakkı bulunmaktadır. Bu katılım hakkı herkese eşit bir şekilde dağıtılmıştır.
- Ulusal ölçekteki seçimlerle her vatandaşa etkisinin eşit olması sağlanmış ve her oyun değeri eşit olarak belirlenmiştir. Seçmen, bu oyunu kullanma veya kullanmama davranışında bulunması, oyun etkisi açısından eşit ağırlığa oturtulmuştur.

- Seçmen davranışı, genellikle bütün topluluklarda görülen bir katılım eylemi olması bakımından karşılaştırmalı siyasal çalışma ve faaliyetlerde başvuru olan önemli bir araçtır.
- Siyasal davranış olarak seçmen davranışını diğerlerinden ayıran özelliği hem nicel hem de nitel değerlerle açıklanabilmektedir.
- Siyasal sistem açısından belirli fonksiyonlara sahip seçimler aslında seçmen davranışının gerçek anlam kazanmasıyla oluşmaktadır.

Seçmen davranışı, toplum üyelerinin yöneticilerini seçme işleminin yanında kamu politikalarının belirlenmesinde doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemek amacıyla katıldıkları ortak faaliyeti de içermektedir (Özer, 2008: 30). Bunun yanında seçmenler katılım davranışını sergilerken farklı düşünce, istek ve beklentileri doğrultusunda hareket etmektedir. Tabii siyasal katılımına ilişkin tutum ve davranış doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Çok boyutlu bir kavram olarak seçmen davranışını etkileyen durumlar sosyo-ekonomik durum, kültürel durum, siyasal durum ve psikolojik durumlardır (Tokgöz, 2008: 178; Tosun, 2012: 326). Sosyo-ekonomik durum olarak eğitim, gelir, meslek, cinsiyet, yaş, aile ve yerleşim biçimi gibi unsurları içermektedir. Kültürel durum olarak din ve ideoloji etkili olmaktadır. Siyasal durum olarak siyasal propaganda, kitle iletişim araçları, kamuoyu araştırmaları ve seçim kampanyaları seçmen davranışını etkileyen unsurlardır. Psikolojik durum olarak siyasal etkinlik duygusu, sosyal girişkenlik ve güven duygusu, vatandaşlık görevi duygusu, siyasal ilgi düzeyi, empati, parti kimliği ve parti liderleri, protesto oyu, yabancılaşma, anomi, apati, kinizm ve parti bağlılığı gibi unsurları içermektedir (Filiz, 2019). Bahsi geçen bu faktörlerin yanında seçmen davranışlarına ilişkin etkili olan yaklaşımlar da bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar arasında en çok rasyonel tercih, sosyolojik ve psikolojik yaklaşımlar kullanılmaktadır.

Rasyonel Tercih/Ekonomik Yaklaşım: Seçmen kendi istek, beklenti ve arzuları yani kendi çıkarları doğrultusunda kendisi için en iyi hizmeti sunabilecek ve en yararlı olduğuna veya olacağını düşündüğü siyasal parti ve adayı analiz ederek buna göre oy verme ve destek sağlama eğiliminde olmaktadır (Coşkun, 2019: 243). Seçmen isteğinde bulunduğu kişisel amaç ve çıkarları doğrultusunda oy verme eğiliminin hangi yönde olacağını bu yaklaşımla sergilemektedir (Kalender, 2005: 50-51). Seçmenin kendi istek ve beklentileri karşılanmaması durumunda siyasal parti ve adaya oy verme veya destekleme tercihinin değişebileceğini göstermektedir. Yani bu yaklaşımda seçmen bir ürün veya hizmeti satın alırken kendisi için fayda, çıkar ve beklentilerine göre oy verme eyleminde bulunması rasyonel bir eylem olarak açıklanmaktadır (Öztürk, 2020: 4552- 4553).

Sosyolojik Yaklaşım: Seçmen üyesi olduğu toplumdaki sosyal gruplara aidiyet duygusu ve eğilimi olması nedeniyle içinde bulunduğu bu sosyal çevrenin davranış, tutum ve tercihlerinden etkilenebilmektedir (Korkut, 2021: 208). Sosyo-ekonomik statü, yerleşim birimi, mensubu olduğu grup, dinsel bağlılıkları gibi pek çok unsur seçmenin oy vermesi üzerinde etkili olmaktadır. Aslında burada seçmenin kişisel tutum ve değerlerinden ziyade üyesi olduğu grup veya toplumun sosyal kimlikleri önem teşkil etmektedir. Dolayısıyla seçmenler siyasal duruş sergileme, siyasal karar verme veya siyasal tercihlerde bulunurken içerisinde yaşanan toplumlar belirleyici olmaktadır (Teyyare, 2016: 55).

Psikolojik Yaklaşım: Partiyle özdeşleşme yaklaşımı olarak kullanılan bu yaklaşımda seçmenin partiye olan sevgisi, taraftarlığı ve tutkulu bağlılığı bulunmaktadır. Burada seçmenin bir partiye karşı bağlılık hissetmesi için herhangi bir hukuki bağının bulunması şartı aranmamaktadır. Aslında buradaki yakınlık ve tutkulu bağlılık o partiye duyulan psikolojik sevgi bağıdır (Teyyare, 2016: 56). Bu sevgi bağı ve bağlılık seçmenin çocukluk çağından itibaren aile ve yakın çevresinin benimsediği ve onların etkisi altında kaldığı siyasal görüş, parti ve ideolojiye kadar uzanmaktadır. Geçmişe dayalı bu yakınlık parti kimliği kavramını ön plana çıkarmaktadır (Nas, 2020: 19). Bu yakınlık zaman içinde güçlenerek yaşamları boyunca desteklerinin devam edeceği beklenmektedir (Öztürk, 2020: 4552).

Haliyle seçmen davranışını etkileyen faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kalaycıoğlu, 2014:4):

- Seçmen erken yaşlarında siyasal kişiliğini oluştururken ve geliştirirken kendisine empoze edilen belirli bir siyasal parti ya da görüşe yakınlık hisseder. Zaman içinde o parti veya görüşü benimseyerek oyuyla destek verir.

- Seçmen zaman içinde siyasal görüşü benimseyerek siyasete bakış açısı olur ve hatta bu bakış açısı siyasal ideolojiye dönüşmektedir. Seçmen tarafından bu ideolojiye sahip siyasal partiye oyuyla da destek sağlar.
- Seçmen tüketici gibi kararlarını rasyonel almaktadır. Siyasal partilerin geçmişteki performanslarını analiz etmenin yanı sıra iktidardaki parti veya partilerin ne yaptıklarına ve performanslarını nasıl sergilediklerini bakarak değerlendirirler. Bu değerlendirme sonrası onayladığı partiye oyuyla destek sağlar.
- Seçmen, partilerin geçmişteki performansları yanında geleceğe ilişkin hangi siyasal partinin kendisine, ailesine ve yakın çevresine fayda sağlayacağını dikkate alarak o partiye oy desteği sağlar.
- Seçmen siyasal partileri analiz ederken mevcut durumda içinde yer aldığı toplumsal durum, konumu ve topluluğu göz önünde bulundurarak gerçekleştirir. Hem kendisi hem de içinde yer aldığı toplumsal konuma fayda sağlayacağı partiye oy desteği sağlar.

1.3. Seçimlerin Seçmen Tercihini Belirlemesi

Seçmenlerin, sandık başına giderek oy kullanma eyleminde bulundukları faaliyeti seçimdir. Ülkemizde genel ve yerel seçimlerde seçmenler, siyasal karar tercihlerini gerçekleştirmek için oy kullanırken birtakım faktörlerden etkilenmektedir. Bu etkilere göre seçmenler tercihlerini belirlemektedir. Yerel yöneticileri belirlemek amacıyla yapılan yerel seçimler, genel seçimlerden farklılık göstermektedir. Yerel dinamiklerin devreye girdiği seçim olarak yerel seçimlerde seçmenler seçim süreçlerinde birden çok aday arasından bir tanesini tercih etmektedir. Bu tercihi belirlemek amacıyla oy kullanan seçmen siyasal davranış sergilemektedir (Doğan, 2010).

Bir önceki seçim işleminde seçmen, oy verdiği siyasal parti ve adayın, belirli süre içinde görevlerini yerine getirirken sunduğu vaatler ve eylemlerine yani faaliyetlerindeki tutarlılığa odaklanmaktadır. Buna göre seçmen yapılan icraatlara bakarak kendi üzerinde oluşan bu izlenim, yerel seçimlerde siyasal karar verilmesinde göz önünde bulundurulmaktadır. Ayrıca kitle iletişim araçlarında yayınlanan haber ve programlar, seçmen tercihi doğrudan veya dolaylı olarak etkileyebilmektedir. Her seçime özgü oluşan seçim kampanyaları seçmen tercihinde etkilidir.

Akgül tarafından 2007 yılında yerel seçimler çerçevesinde yapılan çalışmada seçmen tercihinin belirlenmesinde üç faktörden bahsetmektedir. Bu faktörler şöyle sıralanabilir:

- Türk seçmenlerinin siyasal partilerle olan bağlılıkları güçlüdür. Bu durum genel ve yerel seçimler açısından bakıldığında seçmenler kendilerine yakın hissettikleri siyasal partiye oy verme eylemleri devam etmektedir.
- Türk seçmeni, ekonomik olarak kendi istek ve beklentilerin uygun siyasal parti ve adayı desteklemesi güçlüdür. Haliyle belediyelerin harcama politikaları, belediye başkanların siyasal geleceğini belirleyecektir.
- Son zamanlarda kültürel, etnik ve sosyal farklılıkların politize edilmesiyle beraber bazı siyasal partiler ön plana çıkmaya başlamıştır.

1.4. Seçmen Davranışında Aday İmajı

İmaj kavramı, gerçeğin fiziksel ya da imgesel temsili olmakla beraber gerçeğin yeniden üretilmesi olarak açıklanmaktadır. İmaj, fiziksel yani dış görünüşle ilgili anlamlandırılabilir da birbirinden farklı pek çok kanaldan örneğin reklamlardan doğal ilişkilere, mensubu olunan toplumunun kültürel ikliminden sahip olunan ön yargılara değin ulaşılan bilgi ve verilerin analizi sonucu yorumlanmasıyla ortaya çıkmaktadır (Aydın, 2013: 48). Buna göre imaj her bir bireyin duyu organları tarafından nesnelerden alınan sinyallerin zihinlerde görsel olarak oluşan algılarından ayrılmaktadır (Balci, 2003, s.152). Bir başka ifadeye göre imaj, farklı algılayıcılar tarafından çeşitli anlamların yüklendiği ve kişinin sahip olduğu eğitim düzeyi, hayat şartları ve yerleşim yeri, ideolojik görüşü, kültürel yapısı ve toplumsal düzeydeki ilişkileri gibi çeşitli unsurlardan doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen bir kavram olarak ifade edilmektedir. Bazen görsel ve içsel, bazen gerçek ve yalan, bazen ideolojik, kültürel ve toplumsal

kurgularla ilişkilendirilen değer olabilmektedir. Bu bağlamda imaj bir defa sahip olunan ve daima devam edebilen bir kavram olmayıp her bir kişinin zihninde zamanla yavaş ve birikimsel şekilde oluşan imgeler bütünüdür (Güllüpunar, 2010a: 60).

İmajın oluşumunda birtakım ögeler üzerinde durulmaktadır. Bunlar görsel, duyuşsal ve bilişsel şeklinde sıralanabilir. Görsel ögeler olarak içinde bulunulan iletişim ortamında bu ortamın tasarımı, iletiyi aktaranın fiziksel yani dış görünüşünden kaynaklanan etkisinin, sunulan hizmet veya ürün yahut kişinin görsel çekiciliği üzerinde kurulan tasarımındaki mesaj şifrelerinin anlamlandırılmasında oldukça önemli etkisi olduğu ifade edilmektedir. Duyuşsal öge olarak karizma, tavır ve güven gibi kaynak ile alıcı arasında gelişen ancak tanımlanamayan olguların varlığının kabul edilmesi biçiminde açıklanmaktadır. Bir lideri başarılı veya başarısız yahut iyi veya kötü gibi sıfatlarla nitelendirirken somut uygulamalardan hareket edilmesine rağmen yakın-uzak, itici-çekici, sıcak-soğuk veya karizmatik-sıradan gibi tanımlamaların somut zemini bulunmamaktadır. Bunlar duyuşsal olarak kaynakla alıcı arasında inşa edilen algılama farklılıkları biçiminde ifade edilmektedir. Bilişsel olarak adayın kendi bilişsel algı düzeyi ve seçmenin bilişsel temelleri aday imajında kilit role sahiptir. Adayın bilişsel düzeyde tartışma becerisinin yüksek olması, konuları algılaması ve iyi düzeyde yorumlaması ve hatta farklı perspektiften bakarak yeni boyutlar kazandırması adaya karşı olumlu imajlar sağlamaktadır. Ayrıca seçmenin bilişsel eğiliminin yüksek olması, adaylar arasında karşılaştırma yaparak kendi beklentilerine bilişsel düzeyde karşılık verebilen adaya olumlu bakarken karşılık veremeyene karşı olumsuz imaj oluşturmaktadır. Haliyle olumlu imaj oluşturan adaya oy verme ve destekleme eğilimi bulunurken olumsuz imaj oluşturan aday yerine olumlu imaj kazandıran başka bir adaya yönelebilmektedir. Bu seçeneğin olmaması durumunda kendisinde olumlu imaj oluşturan adayın gelecekte kazanması için zeminini oluşturmak adına oy verme eylemini gerçekleştirebilmektedir (Güllüpunar, 2010a: 62-67). Bu durumda adayın konumu seçmenlerin gözünde belirlenmiş olmaktadır. Ayrıca adayların gündemini oluşturan konuların seçmenler tarafından ilgi ve bilgileri ile adayların sorunlar ve konular karşısında seçmenlerin arzu ve beklentilerine göre farklı tutum ve davranış sergilemeleri adayın imajı ile ilgili algıları etkilemektedir (Ayдын, 2013: 50).

Seçmen davranışını açıklamaya yönelik aday imajı veya aday değerlendirmesi, siyasal iletişim araçlarında önemli rolü bulunmaktadır (Göker, 2013: 32). Çünkü adaylar, siyasal iletişim araçlarıyla vatandaşların yani seçmenlerin siyasal davranışlarını etkileyebilmektedir. Aday imajı, seçmenin seçim yarışında adaylara yönelik oluşturduğu ve geliştirdiği davranış ve duygular ile zihninde oluşan izlenimler bütünüdür (Uztuğ, 2004: 183-184; Çağlar, 2014: 31). Seçmen davranışlarında bu izlenimi oluşturun üç öge bulunmaktadır. Bunlar ise güvenilirlik, çekicilik ve özdeşleşmedir. Aday imajı açısından güvenilirlik önemli bir yer tutmaktadır. Seçmenler, oy vermek ve desteklemek istedikleri adaylarda güven duygusu aramaktadır. Adayın fiziksel, toplumsal ve çevreyle olan iletişim ve ilişkileri de seçmen davranışını belirlemede önem teşkil etmektedir. Böylece seçmen adayın cazibesi yani çekiciliği karşısında onu yakından tanıma ve oy verme isteğini arttırmaktadır. Özdeşleşme olarak seçmenin mensubu olduğu toplumsal yapı, yerleşim alanı, kolektif değerleri ve inançları bakımından adayla bütünleşmesini temsil eden ve adayın imajının oluşmasında etkili olmaktadır (Uztuğ, 2004: 60). Bir başka ifadeyle, adayın kişisel özellikleri, yaşam şekli, fiziksel yapısı ve dış görünüşü, sosyo-demografik yapısı, sorunlara uygun ve dikkat çekici çözümler üretmesi ve bunu güvenilir şekilde sunması, sorunları giderici iletişim becerisine sahip olması, farklı sorunlar ve değişik konular karşısındaki duruş ve görüşü, seçmen davranışlarını şekillendirmektedir (Çağlar, 2014: 31; Göker, 2013: 48; Damlapınar, 2005: 62). Haliyle seçmenler bir adayda ulaşılabilirlik, ileri görüşlülük, yöresel tutkuluk, yardımcılık, ahlaki karakter, mütevazilik, bilgelik, geçmiş dönemdeki başarıları, siyasi deneyim, yeni projelere sahip olma, etkili ve dikkat çeken iletişim becerisi, ikna yeteneği, çalışkanlık, işinin ehli, talip olduğu görevde işine önem vermesi, yaptırım gücü, yolsuzluklar karşısında hassasiyet, dürüstlük, güvenilirlik, inanırılık gibi özellikleri aramaktadır (İslamoğlu, 2002; Çağlar, 2014: 32-33). Nitekim seçmen davranışlarını belirleyen aday imajları zaman, mevcut koşullar, aday kaynaklı özellikler yahut mekân gibi unsurlara bağlı farklılaşabilmektedir. Dolayısıyla seçmen davranışlarını şekillendiren aday imajlarını keskin bir şekilde genelleştirmek güç olduğu düşünülmektedir (Negiz, 2012: 178).

1.5. Seçmen Davranışını Etkilemesi Açısından Aday Tercihi

Seçmen davranışını etkileyen mekanizmalardan biri aday tercihidir. Seçmen tarafından adaya duyulan kişisel sempati, parti tercihlerinde de etkin olmaktadır. Bir seçmen adayın ideolojik görüşü doğrultusunda kendisini yakın hissetmesi bağlamında her ne kadar o adayın bulunduğu partiyi sevmese de adayın etkin olmasını istediği için adaya ve ilgili partiye oy vererek destek sağlayabilir. Bunun tersi de gerçekleşebilir. Yani seçmen adayı kendisine yakın olarak görse de bağlı olduğu partinin etkin olmasını istemediği için o partiye destek sağlayıcı oy verme eyleminde bulunmayabilir. Bunun yanında seçmen, adaylar arasında tercih yaparken adayın kişisel özellikleri, etkin hitabet şekli, etnik kökeni veya mensubu olduğu toplum, eğitim düzeyi, seçmenle iletişimi ve seçmenlere sunduğu vaatleri dikkate almaktadır (Öztay, 2020: 47).

Seçmen davranışını etkileyen adayların sahip oldukları özelliklere ilişkin yapılan çalışmalarda adayların kişiliği, bağlı olduğu partisi, ideolojik görüşü, güvenilirliği, çekiciliği yani karizmatik özelliği, partisine özgü sevgi bağının oluşması ve partisile özdeşleşmesi ortaya konmuştur (Öztay, 2020: 48). Ayrıca seçmen aday tercihinde bulunurken adayla aynı yerden gelmeleri, seçmenin o adayla kendilerini özdeşleştirmeleri açısından adayı pozitif yönde etkilemektedir. Bunun yanı sıra adayın imajı da seçmenlerin oy verme davranışını etkilemektedir. Seçmenler oy verme kararlarında adayların sorunlar karşısındaki tutumları, farklı ve yeni çözüm yöntemlerini ortaya koyup koymadıklarını değerlendirerek tercihlerde bulunmaktadır. Buna ek olarak adayın geçmiş dönemdeki deneyimleri ve buna göre oluşturduğu izlenim aday tercihinde etkili olmaktadır (Aydın, 2013: 52).

Ehemiyle üzerinde durulması gereken nokta seçmenlerin aday tercihlerinde bulunurken seçimlerin hangi düzeyde yapıldığıdır. Diğer bir ifadeyle genel seçim ve yerel seçimler seçmenlerin aday tercihinde etkili olmaktadır (Damlapınar, 2005: 66). Genel seçimler açısından bakıldığında seçmenler üzerindeki etki tek tek adaylar bağlamında değil siyasal partinin önde gelen yani lider konumundaki adayı etkilidir. Burada adayın karizmatik duruşu, güvenilirliği, dürüstlüğü gibi kişisel özellikleri partinin önüne geçerek seçmenlerin oy verme ve destekleme eylemini etkilemektedir (Öztay, 2020: 48). Yerel seçimler açısından bakıldığında ise seçmenlerin tercih mekanizmasını etkileyen önemli seçim olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerel seçimlerde seçmenler aday tercihinde bulunurken siyasal partileri değil bu partilerden aday gösterilen kişilere göre değerlendirme yapmaktadır. Seçmen bu değerlendirmede talep ve beklentilerine uygun hizmet üretebileceğine inandığı ve deneyimli olan adaya oy kullanma eğiliminde bulunmaktadır. Çünkü yerel seçimlerde yerel düzeydeki koşullar ön plandadır. Bu durumda yerel seçimlerde seçmenlerin aday tercihinde bu koşullar belirleyici olmaktadır (Negiz, 2012: 175-177). Ayrıca seçmenlerin kendine yakın hissettiği ve tanıdığı adaya oy verme eğilimi de yüksektir. Bu bakımdan aday, seçmenlerin hangi tür kişilik özelliklerini sevdiklerini dikkate alarak partiye bağlı kalmadan bu kişilik özelliklerini ortaya koymaya çalışmaktadır (Topuz, 1991: 183).

Genel bağlamda bakıldığında seçmen davranışını etkilemesi açısından aday tercihinde bulunulan kriterler şu şekilde sıralanabilir: cinsiyet dağılımı, medeni hali, adayın dürüst ve güvenilir karakteristiğinin olması, bulunulan bölgenin sorunlarına önem vermesi, vatandaşın taleplerine cevap verebilen olması, hizmet sunumu potansiyeline sahip olması, hizmet sunumunda deneyimli olması, engelli, yaşlı, hasta gibi dezavantajlı ve diğer vatandaşların farklı sorunlarıyla ilgilenmesi ve uygun çözümler bulması, dış görünümün etkileyici olması, toplumun değerlerine önem vermesi, toplumla iletişim bağının yüksek ve hitabetinin herkesin anlayacağı biçimde olması, sosyal gruplarla iç içe geçmiş olması ve onlara samimi tutum sergilemesi, vatandaşın müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını bilen ve bunları karşılamaya gönüllü olması, yürütülen faaliyetlerde tutarlı olması, çevre tarafından sevilen olması, bir işi yapabilecek yeterliliğe sahip, hemşeri olması, yaşam koşulları ve kültürünün aday olduğu topluma veya bölgeye uygun olması, sosyo-kültürel kimliğini olması, vaatlerinin ve bunu yapabilecek hem eğitiminin hem de deneyiminin olması, projelere açık ve üretken olması, mensubu olduğu parti içindeki konumu ve ilişkisi, mensubu olduğu partiye dair bilgi sahibi olması gibi geniş yelpazeye sahiptir.

1.6. Seçmen Davranışını Etkilemesi Açısından Belediye Başkanı Aday İmajı

Yerel seçim, yerel demokrasinin gelişmesinde önem teşkil etmektedir (Eroğlu ve Avcı, 2021: 202). Yerel seçim, yerel düzeydeki topluluk üyelerinin gereksinimlerini karşılayan yerel yöneticilerin belirlenmesi amacıyla kanunda gösterilen vatandaşların yani seçmenlerin sandık başına giderek oy kullanma eyleminde bulundukları faaliyet sürecidir. Yerel yöneticiler, yerel yönetim birimlerindeki tüzel kişiliğin temsilcileridir. Ülkemizde 1982 Anayasası'nın 127.maddesine göre yerel yönetim birimleri, bir diğer ifade ile mahalli idare birimleri il özel idaresi, belediye ve köyden oluşmaktadır. Bu birimlerin başında yer alan yerel yöneticiler ile yerel idarelerin meclis üyelerinin seçimine ilişkin usul ve esasları 2972 sayılı Mahalli İdareler İle Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanun'la düzenlenmektedir. Yerel yönetim organı ve yerel yönetici olarak belediye başkanı, *"belediye idaresinin başı ve belediye tüzel kişiliğinin temsilcisidir."* (5393 sayılı Kanun, mad.37). Tarihsel açıdan belediye başkanı, belediye meclisi tarafından seçilirken 19 Temmuz 1963 tarihinde çıkarılan 307 sayılı Kanun ile beraber doğrudan halk tarafından seçilmeye başlamıştır. Belediye başkanı, içerisinde yer aldığı belde halkının sağlık, huzur ve mutluluğu için gerekli tedbirleri almak, yoksul, muhtaç ve engelli vatandaşlara yönelik hizmetler sunmak gibi seçmene ilişkin görev ve sorumlulukları bulunmaktadır (5393 sayılı Kanun, mad.38). Bu kapsamda görev ve sorumluluklar yerine getirilirken sunulan kamusal hizmetlerin kalitesi ve vatandaş memnuniyeti, belediye başkanı seçiminde oldukça önemlidir (Eroğlu, 2021: 202-203).

Yerel seçimlerde seçmen, yerel yönetici olarak belediye başkan adayını analiz ederken birtakım faktörleri göz önünde bulundurarak oy verme eğilimini gerçekleştirmektedir. Bu faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Seçmen öncelikle belediye başkanı adayı üzerinde oluşan pozitif ve negatif yönlerdeki izlenim ve algıyı dikkate alacaktır. Haliyle belediye başkanı adayının kişisel özellikleri, ailesi, yakın çevresi ve içinde bulunduğu çalışma ekibi dikkate alınarak değerlendirme yapılacaktır. Böylece belediye başkan adayı ve çevresindeki kişilerin şaibesiz olması oldukça etkili olacaktır.
- Seçmen, belediye başkan adayının toplumla iç içe geçmesi, onlarla iletişiminin iyi ve ilişkinin samimi olmasına önem vermektedir. Seçmenin, belediye başkan adayına ulaşabilirliği, güvenilirliği, söz ve davranışlarının tutarlılığı, toplumsal gruplara ve onların değerlerine önem vermesi pozitif yönde etkileyerek oy verme eğilimini arttıracaktır.
- Seçmen, yaşadığı bölgenin gelişmesine yönelik plan ve projelerin belediye başkan adayının açık, öncü ve üretken olmasına dikkat etmektedir. Ayrıca bölgedeki farklı sorunlar ve çeşitli konular karşısında nasıl çözümler üreteceği ve vizyon geliştireceğine önem vermektedir. Belediye başkan adayının bu niteliği taşıması ve seçmenlere doğru bir şekilde aktarması olumlu yönde etkileyecektir.
- Seçmen, belediye başkan adayını analiz ederken adayın ekonomik planları ve yatırım vaatlerini göz önünde bulundurmaktadır.

Yerel seçimlerde, yerel yönetici olarak özellikle belediye başkanlığı seçimlerinde din, mezhep, etnik köken, ideoloji gibi faktörler seçmen davranışını etkilemektedir. Bunun yanında belediye başkanının aday olarak yer aldığı bölgedeki yerel vatandaşa sunulan belediye hizmetleri ile ortaya koyduğu hizmet odaklı vizyonlar da belediye başkanının tercih edilmesinde etkili olmaktadır (Bilgiç, 2020).

Genel anlamda bakıldığında yerel seçimlerde seçmen davranışını etkileyen belediye başkanı aday imajı şu başlıklar altında incelenebilir: fiziksel özellik, kişisel özellik, eğitim, iletişim becerisi, geleceğe dair projeleri, ideoloji/parti ve hemşericiliktir. Bir belediye başkan adayının seçmen için imajı ile ilgili kriterler, genç veya orta yaş olması, dini inanışı, ekonomik açıdan yüksek gelirli olması, eğitilmiş olması, cinsiyeti, hitabetinin iyi olması, bilgili, kariyer sahibi olması, herkesçe tanınan biri olması, deneyim sahibi olması, dış görünüş olarak fizikselinin iyi olması, o işi yapabilecek yetkinliğe sahip olması ve o işi gerçekleştirebilecek yönlerinin bulunması, fiziksel ve profesyonel niteliklerinin yani imajının düzgün olması gibi sıralanabilir (Canöz, 2010: 96). Dolayısıyla aday imajını oluşturan yani adayın vitrine sunulan

görselliği seçmen davranışını önemli ölçüde etkilemektedir. Adayın sahip olduğu kişisel özellikler seçmen davranışını etkilemektedir. Bu bağlamda adayın kişisel imajını oluşturan özellikleri olarak görünüş, beden dili, halk arasında tanınmışlığı, halk arasında sevilmesi, iletişim biçimi ve duruşudur. Adayın karakteristik olarak dikkat çekiciliği yani karizması, seçim çevresindeki sorunlara karşı tutum ve duyarlılığı, geçmiş dönemlerde seçim çevresi ve bölgesindeki performansı ve deneyimi, topluma örnek olacak kişiliğe sahip olması, dürüstlük, adillik, sıcak ve cana yakınlık, güvenilirlik, tutarlılık, özdeşleşme, herkesçe bilinen olması, halk tarafından sevilmesi, cinsiyeti, zengin olması, liderlik özelliklerine sahip olması, meslek sahibi olması ve bu kariyerinde itibar sahibi ve saygın olması, seçim bölgesindeki toplumla kültürel açıdan uyumlu olması, etnik aidiyet, seçim bölgesindeki sosyo-ekonomik özelliklere sahip olması, bağlı olduğu partiyle ilişkisi ve parti içindeki rolü ve etkinliği, seçmen desteğini kazanabilecek ve siyasal yeterliliğe sahip olacak kapasitesinin ve performansının olmasıdır (Canöz, 2010: 98; Güllüpınar, 2013b: 30). Belediye başkan adayının eğitim durumu, mesleği ve belediye hizmetlerine ilişkin bilgi, yeterlilik ve deneyimi seçmenlerin kararlarında yönlendirici olmaktadır. Ayrıca adayın mesleği, bilgi ve becerisi, deneyimli olması belediye başkan adayı imajında oldukça önemli parçadır. Seçmenlerin kararlarını, adaylar arasında karar verme sürecinde mevcut başkanın yahut eski ve deneyimli başkanın aday olması durumunda seçmenleri yönlendirmektedir. Bunun yanında deneyimli olmayan ve ilk defa belediye başkan adayı olması durumunda seçmenler, kendisini temsil edecek adayı belirlerken mesleği ile geçmiş dönemlerdeki performansları dikkate alarak analiz yapmaktadır. Bu hususta belediye başkan adayının hukukçu, mühendis, eğitimci veya tıp doktoru olması, seçmenlerin karar verme sürecinde etkili olmaktadır (Negiz, 2012: 180). Belediye başkan adayının güçlü iletişim becerisine sahip olması seçmenlerin kararlarında etkili faktördür. Adayın toplumla iç içe geçtiği ve sosyal gruplarla yakın temasta bulunduğu iletişim dili, hitabet şekli, beden dili ve iletişimde dinleyicileri etkileyecek coşkunluk, heyecan vericilik ve gür ses tonu, jest ve mimikleri ile topluma iletilmek istenen mesajların basit, kısa, açık ve anlaşılır şekilde sunulması oldukça önemlidir. Vatandaşlarla kurulan ilişkide onların desteğini alarak güvenini kazanmak sadece seçim sürecinde değil aynı zamanda seçim sonrası süreçte de belediye başkanı adayı için büyük önem taşımaktadır. İletişimde önemli rol oynayan beden dili belediye başkan adayının siyasal imajını oluşturmada da oldukça önemlidir. Sözlü iletişimin olmadığı durumlarda kişinin beden dili olarak giyim tarzı, ellerin kullanımı, beden duruşu, bakışlar, kullandığı takılar ve aksesuarlar ve hatta içinde bulunduğu fiziksel ortamdaki nesneler dahil etkilemesi bakımından oldukça geniş bir dağılım göstermektedir. Bu geniş dağılımdaki tüm unsurlar aday tarafından göz önünde bulundurulmaktadır. Bir diğer ifade ile adayın fiziksel görünüşü, jest ve mimikleri, seçmenler üzerinde sergilediği izlenim gibi bütün unsurların birleşimi, aday hakkında seçmen algılayışında oldukça önemli olmakla beraber bu çerçeve içinde aday analiz edilerek değerlendirilmektedir (Negiz, 2012: 180; Balci, 2003: 153; Güllüpınar, 2013b: 33). Seçmenlerin aday tercihini belirleyen bir faktör olarak geleceğe dair projeleri, seçmenlerin kararlarında yönlendirici olmaktadır. Adayın seçim sürecinde ele aldığı konular, sunduğu vaatler, sorunlara karşı çözüm önerileri ve geleceğe dair projeleri etkilidir. Toplumların yani seçmenlerin eğitim düzeyi arttıkça ve siyasal bilinçleri geliştikçe halka yönelik vaatlerin projelendirilmiş olma halleri seçmen kararlarında kilit role sahiptir. Adayın gerek toplumsal gerek ekonomik gerekse yerel düzeydeki sorunlara karşı sözleri ve bu sözlerin ne kadarının yapıldığı diğer ifadeyle sorunlara karşı yaklaşımın sadece sözlerde kalmayıp uygulanması önemlidir. Ayrıca adayın, rakipleri karşısındaki duruşu, sorunlara karşı farklı ve güncel çözüm önerileri üretip projelendirerek sergilemesi seçmenlerin pozitif yönde etkilenmesini sağlayacaktır. Rakipler, adayın mevcut konumunu bozmak ve seçmen gözünde negatif etki yaratmak için adayın plan ve projelerinin zayıf yönlerine odaklanacaktırlar. Ancak aday geleceğe dair plan ve projelerini hazırlarken bilimsel araştırmaları dikkate alarak kapsamlı şekilde hazırlamasıyla rakiplerine karşı önemli hale gelerek seçmenlerce tercih edilmesi mümkündür (Negiz, 2012: 181). Bir siyasal parti aday belirlerken o kişinin aday olacağı parti hakkındaki bilgisi, ideolojisi, inanç yapısı, siyasal parti tüzüğü, siyasal parti programı, insan profili veya siyasi tecrübesi gibi birtakım koşullar bulunmaktadır (Canöz, 2010: 96). Bir adayın ideolojiye sahip olup olmaması ile mensubu olduğu siyasal partiye bağımlılığı, seçmenin oy verme davranışını etkilemektedir (Negiz, 2012: 181). Seçmenlerin oy verme eyleminde etkili olan bir diğer faktör ise adayın doğduğu yerdir. Aday tercihinde önemli parçayı oluşturan hemşericilik faktörü, aday ve aday olarak çıktığı bölge halkı arasında yakınlık, adayın

sahiplenilmesi açısından önemlidir. Dolayısıyla aday, doğduğu ve yetiştiği bölgeyi bilmesi bakımından bölgede ortaya çıkan sorunları ve buna yönelik ne tür çözümlerin sağlanacağını sunulacağını bilecektir. Ayrıca büyük kentler ve metropollerde seçmenler arasındaki farklılıkların artması nedeniyle seçmenler siyasi aktör olarak aday tercihinde bu faktörü daha çok dikkate almaktadırlar (Negiz, 2012: 182-183). Bu çerçevede seçmenin davranışını etkileyen faktörler değişmekle beraber seçmenin sorunlarını tespit edip çözümler üreten ve mahalli müşterek nitelikteki gereksinimleri karşılayacak yetkinliğe sahip belediye başkan adaylarının yer alması elzemdir.

2. YÖNTEM

Türkiye’de belediye başkanlığı seçiminde çoğunluk sistemi uygulanmaktadır (mad.2). Yerel yönetimlerin tam anlamıyla yerel halkı temsil etmesi gerekliliği açıktır. Aynı zamanda yerel yönetim faaliyetlerinin halkın taleplerini karşılaması beklenir. Bu sebeple halkın yerel yönetim seçimleriyle diğer seçimlere göre daha fazla ilgili olması beklenir.

Yerel halkın kendisine hizmet edebilecek adayları tercih edeceği beklenir. Seçimlerde, adayın partisi, siyasi ve ideolojik görüşü ikinci plandadır. İlk planda ise yerel şartlar gelmektedir. Özellikle belediye başkanının kişisel özelliklerin önemi açıktır (Çaha, 2002: 139). 18 Nisan 1999 milletvekili ve yerel seçimlerinin sonuçlarındaki farklılık buna örnek gösterilebilir. Bu sebeple yerel seçimlerde Belediye başkanının kişisel özelliklerinin hem belirlenmesi hem de önem sırası ve önem yüzdelerinin (ağırlıklandırılması) belirlenmesi önem kazanmaktadır. Kriterlerin belirlenmesi, aralarında sıralanması ve ağırlıklarının belirlenmesi için Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) metotlarını kullanmak literatürde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada ÇKKV metotlarından SWARA (Adım Adım Ağırlık Değerlendirme Oranı Analizi Yöntemi: Step-Wise Weight Assessment Ratio Analysis) ve Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) yöntemleri tercih edildi. Veri seti oluşturulurken, ana kitle olarak Manisa ilinde ikamet eden seçmenler kullanıldı. Örneklem olarak rastgele seçilen 2000 kişilik seçmen kitlesine ulaşılarak fikirlerine başvuruldu. Geriye dönüş yapan 292 kişinin görüşlerinden faydalandı. Üniversitelerin Siyaset Bilimi alanında çalışan uzmanların görüşleri doğrultusunda hem Tablo 1’de gösterilen dokuz kriter hem de bu kriterlerin ağırlıkları belirlendi. Sonra bu kriterler ile Manisa seçmenleri görüşlerine başvuruldu. Bu başvuru neticesinde toplanan veriler Analitik Hiyerarşi Proses (AHP) Yöntemi kullanılarak seçilmeyi etkileyen belediye başkanı kişisel özellikleri öncelik sırasına göre ağırlıklandırıldı. Belediye başkan adayının sahip olduğu özelliklerin, yapılan bu ağırlıklandırmalar neticesinde seçmen davranışı nasıl etkilediği belirlenmeye çalışıldı.

Tablo 1. Belediye Başkan Adayı Kişisel Özellikleri

	KRİTERLER	Ağırlıklar
1	Belediye Başkanının Kent Sorunlarını Biliyor Olması	0,257536
2	Belediye Başkanının Yerel Yönetim Deneyimi	0,177467
3	Belediye Başkanının Eğitim Seviyesi	0,13412
4	Belediye Başkanının Seçim Bölgesi Doğumlu Olması	0,105405
5	Belediye Başkanının Tanınırlığı	0,089207
6	Belediye Başkanının Mesleği	0,072386
7	Belediye Başkanı Etkileyici Bir Şekilde Konuşabilmesi	0,061346
8	Belediye Başkanının Yaşı	0,054143
9	Belediye Başkanının Cinsiyeti	0,048391

ÇKKV’de metodoloji geliştirmek için önemli miktarda hesaplama yapılmalıdır (Figuera, 2005, s. xxxv). Karar vericilerin daha iyi kararlar verebilmeleri için düşüncelerini bütün yönleriyle şeffaflaştırdıktan sonra bu düşüncelerinin formüle etmeleri gerekir. Karar verme sürecinde birçok kriter ve bunlara ait alt kriter bulunmaktadır. Aynı zamanda bu kriterler fiziksel olarak ölçülemez olabilir, aynı zamanda seçim için bir rehber görevi görecektir ölçüleri de olmayabilir. Alternatiflerin önceliklerini ağırlıklandırmak ve arzu edilen sıralamayı yapmak için, tüm kriterleri probleme eklemek,

kriterlerin kendileri içinde öncelikler oluşturmak zorlu bir görevdir. Bu amaçlar doğrultusunda, araştırmada kullanılan AHP, SWARA vb. yöntemler kullanılabilir (Babacan, 2022, s.1989).

2.1. AHP Yöntemi

1980’li yıllarda Saaty tarafından geliştirilen Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP), daha sonraki zamanlarda giderek daha popüler hale gelmiştir (Triantaphyllou: 2000: 5). AHP, karar verme sürecinde kriterler arası ikili karşılaştırmaların kullanılır. Bu yönü ile oldukça önemlidir. AHP hem kriterleri ağırlıklandırır hem de alternatifler arasında seçim yapar. AHP’ye göre en iyi alternatif (maksimizasyon durumunda) denklem (1)’deki gibi gösterilebilir.

$$AHP_{score} = \max_i \sum_j^n k_{ij} w_j ; i=1,2,3,..,n \text{ ve } j=1,2,3,..,n$$

Burada k_{ij} alternatiflerin sahip olduğu kriterlerinin birbirine göre göreceli değeridir. w_j , kriter j ’nin ağırlığıdır (önem seviyesi). Bu çalışmada, AHP’de seçmenlerin seçim davranışının belirlenmesinde, belediye başkanlarının kişisel özellikleri kriterlerin ağırlıklandırılması kısmı üzerinde durulacaktır.

Saaty, yöntemi geliştirme sürecinde, 1980’de Weber’in 1946’daki ölçülebilir büyüklükte bir uyarana ilgili açıkladığı yasayı kullanmıştır. Weber’in teorisine göre, uyarana, uyarının kendisinin sabit bir yüzdesi kadar artırıldığında, algılamada bir değişiklik fark edilecektir. Yani, insanlar sonsuz bir kümeden seçim yapamayacaklardır. Psikolojik deneyler, çoğu kişinin aynı anda yediden fazla nesneyi (artı ya da eksi iki) karşılaştıramadığı gibi ilginç bir gerçeği de ortaya koymaktadır (Miller;1956’dan aktaran Triantaphyllou: 2000: 5). Bu gerçek, Saaty’nin (1980: 54) kendi ölçeğini geliştirmesini sağlamıştır (Babacan,2022: 1989). Tablo 2’te Saaty (1980) tarafından geliştirilen önem dereceleri tablosu görülmektedir.

Tablo 2. Saaty (1980) Tarafından Geliştirilen Önem Dereceleri Tablosu

Puan	Tanım	Açıklama
1	Eşit Derecede Önemli	Her iki kriter aynı öneme sahip.
3	Orta Derece Önemli	Tecrübe ve yargılara göre bir kriter diğerinden biraz daha önemli
5	Kuvvetli Derecede Önemli	Bir kriter diğerinden kuvvetle daha önemlidir
7	Çok Kuvvetli Derecede Önemli	Bir kriter diğerine göre yüksek derecede kuvvetle tercih edilmektedir.
9	Mutlak Derecede Önemli	Kriterlerden biri diğerinden çok yüksek derecede önemlidir
2,4,6,8	Ara Değerleri Temsil Etmektedir	İki kriter arasındaki tercihte küçük farklar olduğunda kullanılır.
Karşılıklı Değerler	i, j ile karşılaştırırken bir değer (x) atanmış ise; j, i ile karşılaştırılırken atanacak değer (1/x) olacaktır.	

AHP’de hiyerarşinin kurulması, karmaşık yapıları karar verme problemlerinin sebep-sonuç ilişkilerinin açıklanmasına ve problemin daha iyi anlaşılmasını sağlar. Problemin hiyerarşisi Şekil 1’de amaç doğrultusunda kuruldu.

Şekil 1. Kriterler Hiyerarşisi



Hiyerarşi ve kriterler oluşturulduktan sonra seçmen görüşleri alınarak Tablo 3’te gösterilen karar matrisi oluşturulmuştur.

Tablo 3. Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9
K1	1	2,3	4,5	2,8	5,1	5,6	4,2	6,8	8,4
K2	0,43	1	3,2	3,2	4,2	4	3,6	5,7	7,7
K3	0,22	0,3	1	2	1,9	2,3	2,9	3,7	5,8
K4	0,36	0,3	0,5	1	1,2	2	1,5	3,5	4,5
K5	0,2	0,2	0,5	0,8	1	1,2	1	2,1	4,3
K6	0,18	0,2	0,4	0,5	0,8	1	2	4,4	5,6
K7	0,24	0,3	0,3	0,7	1	0,5	1	2,7	3,6
K8	0,15	0,2	0,3	0,3	0,5	0,2	0,4	1	2,5
K9	0,12	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	1

Daha sonra bu karar matrisi kıyaslanabilir hale getirmek amacıyla normalize edilir. Normalize edilmiş A_{norm} Matrisi Tablo 4’te gösterilmektedir.

Tablo 4. Normalize Matris

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9
K1	0,3	0,5	0,4	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2
K2	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
K3	0,08	0,06	0,09	0,18	0,12	0,13	0,17	0,12	0,13
K4	0,12	0,06	0,04	0,09	0,08	0,12	0,09	0,12	0,10
K5	0,07	0,05	0,05	0,07	0,06	0,07	0,06	0,07	0,10
K6	0,06	0,05	0,04	0,04	0,05	0,06	0,12	0,14	0,13
K7	0,08	0,06	0,03	0,06	0,06	0,03	0,06	0,09	0,08
K8	0,05	0,03	0,02	0,02	0,03	0,01	0,02	0,03	0,06
K9	0,04	0,03	0,02	0,02	0,01	0,01	0,02	0,01	0,02

Bu aşamadan sonra, öncelikler vektörü de denilen kriter ağırlıklarının hesaplanması için ise normalize edilmiş matrisin satır elemanlarının ortalaması alınmaktadır. Tablo 5’de kriter ağırlıkları hem siyaset bilimi uzman görüşü hem de seçmen görüşü olarak verilmiştir. İstatistiksel olarak (T-test sonucu olarak) anlamlı bir fark ölçülme de yine de bir fark gözlemlenmiştir.

Tablo 5. Kriter Ağırlıkları (Öncelikler Vektörü (W))

Sıra	Kriterler	Ağırlıklar	
		Uzman (SWARA) Görüşü	Seçmen Görüşü (AHP)
1	Belediye Başkanının Kent Sorunlarını Biliyor Olması	0,257536	0,309
2	Belediye Başkanının Yerel Yönetim Deneyimi	0,177467	0,222
3	Belediye Başkanının Eğitim Seviyesi	0,13412	0,121
4	Belediye Başkanının Seçim Bölgesi Doğumlu Olması	0,105405	0,091
5	Belediye Başkanının Tanınırlığı	0,089207	0,066
6	Belediye Başkanının Mesleği	0,072386	0,078
7	Belediye Başkanı Etkileyici Bir Şekilde Konuşabilmesi	0,061346	0,061
8	Belediye Başkanının Yaşı	0,054143	0,032
9	Belediye Başkanının Cinsiyeti	0,048391	0,020

Saaty ve Vargas'a göre bir matrizen öncelikler vektörü elde etmek için sonsuz sayıda yol bulunmaktadır (Saaty, 1982: 8). Fakat AHP, sonuçların tutarlılık oranı (consistency ratio) hesabını için kullanılması gereken özdeğer tanımlamaktadır. Bu hesap çalışmada 0,04 olarak hesaplandı. Bu sonuç 0,1'den küçük olduğu için sonuç tutarlı sayıldı.

3. BULGULAR VE YORUM

Bu çalışmada, Manisa ilinde seçmen olan kişilerin yerel seçimlerde oy verme davranışlarını etkileyen Belediye Başkanı kişisel özelliklerinin önem seviyeleri belirlenmeye çalışıldı. Çalışmada, kriterler için Üniversitelerin siyaset bölümündeki uzmanların görüşleri alındı. Bu görüşler Tablo 5'te gösterilen SWARA yöntemi ile değerlendirildi. Seçilen kriterlerin ikili karşılaştırmaları için rastgele örneklem yöntemiyle seçilen katılımcıların görüşüne başvuruldu. Seçmen görüşü için Manisa ilinde yaşayan 2000 kayıtlı seçmene başvuruldu. Bu seçmenlerden geri dönüş yapan 292 kişinin görüşleri AHP yöntemiyle yeniden değerlendirildi. Tablo 5'te görülen, her iki yöntem ağırlık değerleri sonuçları arasında küçük farklar olsa da istatistiksel olarak bir fark bulunmadı. Bu sonuçlar Tablo 5'de gösterildi. Bu tabloya göre kriterlerin önem sıralaması hem uzman görüşünde hem de seçmen görüşünde aynı çıkmıştır. Bilgi ve deneyimle ilgili kriterler önem sıralamasında her iki yöntemde de ilk üç sırayı oluşturdu. Ancak ilk iki sırayı oluşturan "Belediye Başkanının Kent Sorunlarını Biliyor Olması", "Belediye Başkanının Yerel Yönetim Deneyimi" ve altıncı önem sırasında değerlendirilen "Belediye Başkanının Mesleği" kriterleri seçmen görüşünde daha büyük önem yüzdesi sonucu vermiştir. Yedinci önem sırasındaki "Belediye Başkanı Etkileyici Bir Şekilde Konuşabilmesi" kriteri her iki yöntemde de hemen hemen aynı çıktı. Diğer kriterlerde ise az farkla da olsa daha küçük sonuçlar vermiştir. Örneğin, Belediye Başkanının Kent Sorunlarını Biliyor Olması kriteri uzman görüşünde %25,75 iken seçmen görüşünde %30,9 önem seviyesinde belirlenmiştir. Yine Belediye Başkanının cinsiyeti uzman görüşü ve seçmen görüşü sırasıyla %4,83 ve %2 olarak çıkmıştır. Cinsiyetin seçmen gözünde önemi oldukça düşük olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar seçmen gözünde belediye başkanının bilgi ve becerileri ile ilgili kriterlerin %64 gibi önemli bir orana sahip olduğu gözlemlenmiştir.

KAYNAKÇA

- Akçagündüz, E. (2021). Yerel Yönetimlerde Seçim Sistemlerinin Demokratik Temsil Üzerine Etkisi: İstanbul Adalar ve Sultanbeyli Belediye Meclisleri Üzerine İnceleme. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39(3), 342-358.
- Alkan, M. Ö. (2006). Türkiye'de Seçim Sistemi Tercihinin Misyon Boyutu ve Demokratik Gelişime Etkileri. *Anayasa Yargısı*. Cilt: 22, Sayı: 1, ss: 133-165.
- Aydın, Kılıç, E. (2013). Seçmen Tercihinde İmaj Faktörü: Siyasal Parti ve Aday İmajı Karşılaştırmasına Yönelik Bir Alan Araştırması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. Sayı:6. ss: 46-73.
- Arı, E., Yılmaz, V., Başkan, E. (2015). Seçmen oy verme davranışlarının betimlenmesi için bir yapısal eşitlik model önerisi: Yalova ili mahalli idareler seçimi örneği. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(3).
- Babacan, A. ve Tuncay, M. (2022). Türk Enerji Sektöründe Çalışma Sermayesi Ve Finansal Performans Arasındaki Etkileşim: SWARA, AHP ve TOPSIS Yöntemleriyle Karşılaştırmalı Bir Araştırma . *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 9 (3), 1976-2005 . DOI: 10.30798/makuiibf.1097378
- Balcı, Ş. (2003). Politik Kampanyalarda İmaj Yönetimi (Genç Parti Örneği). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Sayı: 9. ss: 143-161.
- Bilgiç, A. K. (2020). Belediye Hizmetleri ve Seçmen Davranışı. Ankara. İdealkent Yayınları.
- Boyraz, E. (2017). Seçmen kimdir, ne ister? Yerel seçimlerde seçmen Pazarının bölümlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(1).
- Canöz, K. (2010). Seçmen Tercihinde Aday İmajının Rolü: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri Öncesinde Konya Seçmeni Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*. Cilt: 6. Sayı: 2. ss: 95-114.

- Coşkun, B., Çetin, M. Ş. (2019). Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışını Etkileyen Faktörler: Muş Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 6. ss: 241-255.
- Çaha, Ö., Toprak M. Dalmış İ. (2002). Seçmenin Parti Tercihinde Rol Oynayan Faktörler (Kırıkkale Örneği), (Der. Ömer Çaha), *Seçmen Davranışı ve Siyasal Partiler*, Gendaş Yayınları, İstanbul, 116-141.
- Çağlar, N., Gelir, Y. (2014). Yerel Seçimlerde Aday İmajı: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Öncesinde Isparta Seçmeni Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt: 16. Sayı 2. ss: 27-50.
- Çelik, A., Uluç, A. V. (2011). Yerel Siyasette Temsil Üzerine Bir Çalışma: Şanlıurfa Örneği. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*(41), 215-231.
- Çitci, O. (1989). Yerel Yönetimlerde Temsil –Belediye Örneği-. Ankara: TODAİE Yayını
- Damlapınar, Z. Balcı, Ş. (2005). Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen Etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan Araştırması. *Selçuk İletişim*. Cilt: 4. Sayı: 1. ss: 58-79.
- Doğan, A. Göker, G. (2010). Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi (29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmeni Örneği). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*. Cilt: 5. Sayı: 2. ss: 159-187.
- Eroğlu, E. Avcı, E. (2021). Yerel seçimlerde hizmet kalitesi ve vergilemenin seçmen tercihi üzerindeki etkisi: Çanakkale belediyesi örneği. *Journal of Life Economics*. Volume: 8. Issue: 2. pp: 201-217.
- Eryılmaz, B. (2013). Kamu Yönetimi. 6. Baskı. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Figuera J., Greco, S., Ehr Gott M. (2005). Multiple criteria decision analysis, state of the art surveys, Springer, New York
- Filiz, U. (2019). Seçmen Davranışını Etkileyen Sosyo-Psikolojik Faktörler: Pamukkale Üniversitesi Örneği. *Pamukkale Üniversitesi SBE. Yüksek Lisans Tezi*. Denizli.
- Göker, G. Doğan, A. (2013). Siyasal İletişim Araştırmaları. Ankara: Nobel.
- Gülbay, A. (2017). 12 Mart'tan 12 Eylül'e Türkiye'de Seçimler ve Sonuçları. Hacettepe Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü. Doktora Tezi. Ankara.
- Güllüpınar, H. (2010a). Seçmen Tercihi Bakımından Aday İmajı: Konya 2009 Yerel Seçimleri. *Selçuk Üniversitesi SBE. Doktora Tezi*. Konya.
- Güllüpınar, H. (2013b). Belediye Başkanlığı Aday İmajı Algısı: Gümüşhane Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. Sayı: 36. ss: 29-45.
- Gülmen, Y. (1979). Türk Seçmen Davranışı. İstanbul: İÜİF.
- İslamoğlu, A. H. (2002). Siyaset Pazarlaması Toplam Kalite Yaklaşımı. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kalaycıoğlu, E. (2014). Türkiye'de Seçmen Davranışı, Şimdi Neler Olacak. *Toplumsal Düşünce Enstitüsü Raporu*. ss: 1-12. Erişim Adresi: <https://www.toplumcudusunceenstitusu.org/wp-content/uploads/2021/02/yerel-secimler-2014-sunum-1-pdf-393.pdf> .E.T.22/08/2024.
- Kalender, A. (2005). Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Korkut, H. (2021). Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet ve Yerel Seçim Sonuçları Arasındaki İlişki. *Adam Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt: 11. Sayı: 1. ss: 203-228.
- Nas, Z. (2020). Seçmen Tercihine Etki Eden Faktörler: Van Örneği. Ankara: İKSAD.
- Negiz, N. Akyıldız, F. (2012). Yerel Seçimlerde Seçmenin Tercihi Üzerinde Aday İmajının Etkisi: Uşak Örneği. *Süleyman Demirel Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Sayı: 15 ss: 171-199.
- Öztürk K. H., Toklu, İ. T. (2020). Seçimlerde Oy Verme Davranışını Ne Etkiler? Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma. *BMIJ*. Cilt: 8, Sayı: 5. ss: 4546-4574.
- Özer, İ., Meder, M. (2008). Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı. İstanbul: Ege Yayınları.
- Öztay, O. H. (2020). Yerel Seçim ve Siyasal Tercih. Ankara: Astana Yayınları.
- Saaty, L.T.(1980), *The Analytic Hierarchy Process*, USA: Mcgraw-Hill Comp.
- Saaty, L. T.(1982). *Decision making for leaders; the Analytical Hierarchy Process for decisionsin a complex world*, Belmont, CA.
- Sesli, M., Koroğlu, A. (2024). Dindarlık düzeyinin partiye yönelik tutum üzerindeki etkisinde lider imajının aracılık rolü. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 59-84.
- Şen, Z. (2017). Türkiye'de Genel ve Yerel Seçimlerin 2002-2015 Dönemi İlişkisi. İstanbul Aydın Üniversitesi SBE. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

- Teyyare, E., Avcı, M. (2016). Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışları: 2014 Yerel Seçimleri Ve Zonguldak İli Örneği. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* 4/1, 51-76.
- Tokgöz, O. (2008). *Siyasal İletişimi Anlamak*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Topuz, H. (1991). *Seçimlerde iletişim politikaları*. İstanbul: Anadolu Matbaası.
- Tosun, T., Tepeciklioğlu, A. O. (2012). *Siyasi Partiler, Siyasi Katılım ve Propaganda*. Halis Çetin (Ed.). *Siyaset Bilimi*. Ankara: Orion Kitabevi.
- Triantaphyllou E. (2000). *Multi-criteria decision making methods: A comparative study*. Springer-Science and Business Media B.V. Originally published by Kluwer Academic Publishers.
- Türk, H. S. (2006). Seçim, Seçim Sistemleri ve Anayasal Tercih. *Anayasa Yargısı*. Cilt: 22, Sayı: 1, ss: 75-113.
- Uztuğ, F. (2004). *Siyasal İletişim Yönetimi: Siyasette Marka Yaratmak*. İstanbul: Mediacat Kitapları.
- Ünal, B. A. (2016). Oy Verme Davranışı Modelleri. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(15), 95-119.
- Siegfried, A. (1913). *Tableau politique de la France de l'ouest sous la troisième république: 102 cartes et croquis, 1 carte hors texte*. Colin