

SEÇMENİN SİYASAL TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: ETİMESGUT ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Nurettin GÜZ*, Gülsen SARAY**

**Prof. Dr. Gazi Üniversitesi İletişim*

***Dr. Gazi Üniversitesi SBE Gazetecilik ABD Doktora Öğrencisi*

Özet:

Bu çalışmanın amacı Etimesgut İlçesinin seçmen profilini ve oy verme davranışını, Türkiye’de 1991 - 2015 tarihleri arasında yapılmış olan genel ve yerel seçimleri ve referandum sonuçlarının üzerinden değerlendirmektir. Hemen her seçimde seçmenlerin hangi faktörlere göre oy kullandıkları önem taşımaktadır. Etimesgut özellikle son 20 yılda yerel seçimler açısından diğer yerleşim birimlerine göre farklılık göstermektedir. Yapılan dört seçimin üçünü muhalefetteki MHP’den aday olan halen görevde bulunan Enver Demir kazanmıştır. İlçedeki seçmenlerin siyasi tercihlerinin hangi kstaslara göre yaptıklarını ortaya çıkarmak özelde Etimesgut, genelde ise diğer seçim çevrelerindeki seçmen davranışının ölçülmesine yönelik önemli bir veri olacaktır. Seçmenlerin adayları, siyasi partileri ve parti liderlerini değerlendirme sürecini etkileyen birçok faktör arasında, sosyal sınıf, din, yaş, cinsiyet, eğitim, meslek, bireyin mali durumu, ülkenin genel ekonomik gidişatı, ideolojik bakış, kültürel çevre, politik söylem, milliyetçilik, sosyal demokrasi gibi siyasal düşünceler da ön plana çıkmaktadır. Çalışma bu veriler ışığında bir durum tespitini amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Etimesgut, genel ve yerel seçim, seçmen profili, oy verme davranışı*

Abstract:

The purpose of this article is to evaluate the voting behavior of Etimesgut province of Ankara based on the general and local elections, held between 1991 and 2015, and to find out by which criterion the electoral choices are made. There are many factors, appearing on foreground, which influence the voting preferences of the voters, such as, social class, religion, age, gender, education, profession, personal

financial situation, economic conditions of the country, ideological view, cultural milieu, political discourse political trends such as nationalism or social democracy.

Keywords: *Etimesgut, general and local elections electors profile, voting behavior*

Giriş

Demokratik siyasal sistemlerde seçimler demokrasilerin bayramı olarak adlandırılırlar. Seçimlere giren parti ya da adayların seçim yarışı ipini göğüslemek temel amaç olurken seçmenin hangi faktöre göre oy vereceğini bilmek seçim yarışındakiler için büyük önem taşımaktadır. Her seçim döneminde seçmeni siyasal tercihini etkileyecek değişken faktörler kadar kısa zaman diliminde değişmeyen unsurlar da söz konusudur. Konjonktüre göre yükseliş trendinde ise iktidar partisi veya onun adayı olarak kimi zaman önemli bir avantaj olurken, trend düşme eğiliminde olduğu zaman dezavantaj olmaktadır. Yerleşim birimindeki seçmenin ağırlıklı olarak ideolojik konumu; sağ seçmen veya sol seçmen olması veya milliyetçi, muhafazakâr, liberal veya sosyal demokrat eğilimli olması aday ve partilerin başarısında önemli rol oynamaktadır.

Türkiye’deki siyasal partiler seçmen eğilimleri ve seçmeni etkileyen faktörler değerlendirildiğinde kimi yerleşim birimlerinde seçim ipini göğüsleyenlerin sık değiştiği gözlenebilmektedir. Son 15 yılda yapılan seçimlerle ilgili sonuçlar analiz edildiğinde yerleşim birimi ve seçim çevresinin konumuna göre AKP, CHP ve MHP olarak üç partinin seçim yarışına girdikleri gözlenmektedir. Kimi yerleşim birimi ve seçim çevresinde bu üç partiden birinin hep önde olduğu, kimisinde ise iki partinin yarıştığı dikkati çekmektedir. Bazı yerleşim birimleri veya seçim çevrelerinde ise üç partinin hemen her seçimde yarışın favorisi olduğu ortaya çıkmaktadır. Seçmen ve seçim analizleri yapılırken üç partinin seçimi kazanma ihtimali olan yerleşim birimleri örneklemi üzerinde yapılacak değerlendirmelerin diğer yerleşim birimleri ile ilgili yapılacak projeksiyonlar için de yararlı olacağı açıktır.

Yerel ve genel seçimler açısından seçmen eğilimlerine yönelik analizler için Etimesgut iyi bir örneklem oluşturacak konumdadır. İlçenin seçmen

eğilimleri ve partilerin oy potansiyelleri değerlendirildiğinde üç partinin de seçim yarışını kazanabilecek bir konumunun olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede her seçimde seçmenin hangi faktöre göre oy verme eğilimi içerisinde olduğu, yerel seçimler açısından son dört seçimi kazanan Enver Demirel'in seçim başarısında hangi faktörlerin etkili olduğunun ortaya çıkartılması diğer yerleşim birimlerindeki seçimler için de bir veri olabilecektir. Bu çalışmada, Türkiye'de 1991-2015 tarihileri arasında yapılmış olan genel ve yerel seçimler ve referandum sonuçları Etimesgut örnekleminde incelenerek buradaki seçmen profiline dair tipik göstergeler aranmıştır.

Çalışmada seçmenin Etimesgut'ta yerel ve genel seçimlere göre farklı siyasal tercihte bulunmalarının sebepleri belirlenmeye çalışılmıştır. Yerleşim birimi olarak uzunca bir tarihi bulunmasına rağmen ilçe olarak tarihi yeni olan ilçede ağırlıklı olarak Gümüşhane, Bayburt veya Erzincan gibi farklı illerden gelenler bulunmasına rağmen özellikle son 4 yerel seçimden üçünde MHP adayı Enver Demirel'in tercih edilmesinin arka planındaki faktörlere çalışmada yer verilmektedir.

1. Demokratik Toplumlarda Siyasal İletişim ve Seçmen Tercihleri

Demokratik toplumlarda siyasal iktidarı seçmen tercihleri belirlemektedir (Sezgin, 2007). Bir partinin iktidara gelmesinde hangi değişkenlerin rol oynadığı ve seçmen davranışlarını etkileyen faktörlerin neler olduğu birçok çalışma için inceleme konusu olmuştur. Türkiye'de yapılan birçok araştırmada seçmenlerin hangi partiye oy vereceklerine odaklanılmakta fakat oy verme davranışının ardında yatan sebeplere ayrıntılı yer verilmemektedir (Uçanok vd, 2010).

Siyaset, insanı ya da insan topluluğunun yaşadığı ülkeyi ve devleti yönetmek için gerekli olurken (Kışlalı, 1987: 3) siyasal iletişim siyasal bir süreç içinde gelişmektedir (Chafee, 1975: 85). Siyasal iletişim siyasi nitelikte olan kurumlar, örneğin siyasi partiler veya ülkeyi yönetmeye talip olan siyasi adaylar tarafından kamuoyunun desteğini almak amacıyla propaganda, reklam, tek veya çift yönlü halkla ilişkiler teknikleri kullanılarak siyasal bir sistemin içinde gerçekleştirilen iletişim türüdür (Uslu, 1996: 790). Demokrasilerde halkı temsil edecek olan kişilerin veya partilerin seçimle işbaşına gelmesi 'idareye' siyasal bir meşruiyet

kazandırır. Vatandaşlar seçimlerde seçmen kimliği ile oy kullanmak yoluyla siyasal tercihlerini kullanırlar ve kendilerini yönetecek olan kişileri seçerler.

Siyasal iletişimin kritik bir görevi, seçmen ve seçilen kişi ya da kurum arasında bir etki-bilgi iletişimini işlevsel bir araç olarak sağlamasıdır. Adaylar hakkında çeşitli iletişim araçları aracılığıyla seçmenlere bilgi verilmesi seçmenlerin oy verme yönelimlerini etkileyebilir. Bu yüzden siyasal kampanyalarda toplumsal taleplerle uyum çizgisi aranır. Medyanın gündem belirlemesi, aday farkındalığı yaratılması, adayın siyasal tercihleri ve kişisel özellikleri ön plana çıkar (Aydın, 2011: 26).

Medya siyasi söylemleri kitlelere aktaran bir araçtır. Medyanın söylem ve siyasi tercih arasındaki ilişkide seçmenin eğilim, tutum ve davranışında etkili olabilmesi söz konusu olmaktadır. Bunun sebebi seçmen ve siyasi kişiler arasında ilişkinin medya kanalıyla kurulması, özel ve tüzel siyasi kimliği olan kişilerin medya aracılığıyla yalnızca istedikleri bilgileri aktarmalarıdır. Medya kurumları siyasi mesajların ne zaman, ne sıklıkla ve hangi biçimde aktarılacağına karar vermekte, karşıt basın aynı içeriği farklı biçimlerde, farklı uzunlukta ve farklı vurgularla yeniden üretebilmektedir (Uçanok vd, 2010). Medyanın öne çıkardığı bir gündem konusu halkın ilgisini çekerek halkın gündemini de belirlemekte, gündem belirleme sayesinde belli bir konu hakkında kamuoyu oluşturmayı başlatan ilk adım atılmaktadır. Medyanın konuyu tartışmasıyla konuya hemfikir olanlar veya karşıt olanlar arasında görüşler farklılaşarak dağılmakta ve kamuoyu oluşturulmaktadır. Bu yüzden özellikle siyasal kampanyalarda hem medya hem de izleyiciler kamuoyu araştırmalarını etkileyici bulmaktadır (McCombs, 2004: 2). Medya insanlara ne düşündüklerini değil, ne hakkında düşünceleri gerektiğini önermektedir (Cohen, 1963: 13).

Seçmenlerin oy verme tercihlerini ve davranışlarını etkileyen faktörler çok çeşitlidir. Bunlar arasında sosyal sınıf, yaş, cinsiyet, eğitim, meslek, gibi sosyal kategorilerin yanı sıra ülkenin genel ekonomik gidişatı ve seçmenin kişisel mali durumu (Stegmaier, 2001: 26) gibi ekonomik faktörler vardır. Ayrıca din (Leege vd, 1993a), ideolojik bakış ve kültürel çevre (Ercins, 2007), partilerin politik söylemi, seçmenin zihni tasavvurundaki öncelikler (Güllüpnar vd, 2013) gibi ekonomik olmayan faktörler dikkat çekmektedir.

Seçmenlerin karar verme süreçleri ve oy verme davranışları ile ilgili olarak temelde sosyolojik, psikolojik ve rasyonel tercih yaklaşımı şeklinde üç yaklaşım öne çıkar (Kalender, 2005: 39). Sosyolojik yaklaşım kapsamında vurgulanan şey yapısalılık kavramıdır. Sistemin genel yapısı birçok açıdan bireylerin davranışlarını etkilemektedir. Buna örnek olarak kurallar, statüler, kültürel ve toplumsal yaptırımlar, değerler veya rol beklentileri gösterilebilir. Psikolojik yaklaşım bu bağlamda; güdüleri, tutumları, sevgi bağı, gizli istemleri ve genel psikolojik süreçleri inceler (Denton, Woodward, 1985: 26; Legee vd, 1993b). Rasyonel yaklaşıma göre birey amacına yönelik olarak oy vermekte, ayrıca seçmen iktidar partilerinin geçmişini göz önüne alabilmekte, yapılan icraatları olumlu ve olumsuz yönlerine göre değerlendirmekte ve karar almaktadır (Özkan, 2004: 116, 172). Rasyonel tercih yaklaşımı aynı zamanda ekonomik bir tercih olmaktadır. Bu yaklaşıma göre seçmen bir adaya veya bir partiye oy verirken amaç ve istekleri doğrultusunda kendi çıkarlarını gözetmekte ve en iyi hizmeti verebilecek olan adayı veya partiyi değerlendirmektedir (Kalender, 2005: 50-51). Sosyolojik bakış açısıyla sosyal etkileşimin ve aile, din gibi sosyal kurumların etkisiyle insanların politik tercihleri etkilediği ifade edilmektedir. Psikolojik yaklaşıma göre bireysel tecrübeler, kişilik yapısı, sempati, sevgi gibi duygular, seçmenlerin siyasi karar alma süreçlerini etkilemektedir. Herhangi bir partiyi desteklemeyen kararsız bir seçmenin partili olana göre siyasi bir karmaşa içinde olduğu söylenmektedir. Seçmenin oy verme davranışında öne sürülen sosyolojik, ideolojik ve rasyonel tercih yaklaşımlarının etkisi net bir şekilde ayrılmış değildir. Örneğin Gümüşhane ilinde 2011 Milletvekili Genel Seçimleri öncesinde yapılmış olan bir deneysel bir araştırmanın sonucuna göre rasyonel eğilimli seçmenlerin diğerlerine göre daha yüksek oranlarda aday merkezli oy kullandıkları görülmüştür (Güllüpunar vd, 2013).

Aynı çalışmada seçmen tercihi bakımından bu yaklaşımlara ilaveten konuya oy verme veya ideolojik duruş sergileyene oy verme gibi yaklaşımlar da inceleme konusu olmuştur. Konu önceliği hipotezi, belli bir konuya öncelik veren vatandaşın hükümetin tecrübelerine önem verdiğini ve ekonomik sorunu en iyi çözecek partiye oy verme eğilimi gösterdiğini savunur. Bu çerçevede sol partiler, işsizliğe çare bulmak için yüksek enflasyona izin vererek genelde düşük ve orta gelir guruplardan oluşan

seçmen tabanını genişletme yoluna giderken sağ partiler bunun tersini yapmakta, enflasyona karşı duyarlı kalarak orta ve yüksek gelirli seçmen gurubuna hitap etmektedirler (Sezgin, 2007).

Seçmenin tercihini yapması sürecinde; bir görüş seçmenin kendisi üzerine, ikinci görüş ise siyasi partinin tutumu üzerine çalışarak vurgu yapmaktadır (Bartolini, Mair: 1985). Seçmenin siyasi partilerin yönlendirmesi ile oy verdiği görüşü seçmenin tutum ve davranışında söylemin etkisi üzerinde durmaktadır. Politik kimlikler ve siyasi parti liderlerinin söylemleri seçmen üzerinde bir ikna etkisi oluşturmakta oy verme davranışını ve siyasi tercihlerine şekil vermektedir. Söylemler siyasi eğilimlere ve tutumlara biçim vermekte ve bireyleri oy vermeye yönlendirmektedir. Bazı seçmenler güçlü ideolojik bağ kurdukları partiler doğrultusunda oy kullanma eğilimi göstermektedirler. Seçmenlerin partiye olan yakınlıkları, ideolojik duruşları, siyasal kampanyalar, propaganda ve reklam gibi etkenler seçmenlerin oy verme davranışını etkileyebilmektedir. Seçim öncesi yapılan politik pazarlama, parti liderlerinin vaatleri özellikle genç seçmenleri etkilemektedir (Aydın, 2011: 48, 50).

Seçmen davranışını belirleyen ekonomik olmayan faktörler arasında özellikle parti kimliği, toplumsal bölünmeler, değerler ve sosyo-demografik değişkenler bulunmaktadır. Bunların alt kümelerinde değerler, güncel sorunlara yaklaşım, dindarlık düzeyi ve etnik kimlik, yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi yer almaktadır (Ercins, 2007).

Ekonomik şartların siyasal tercihleri hangi yönde belirlediği birçok ampirik araştırmanın konusu olmaktadır (Erikson, 1989: 567; Keyman, 2003; Sencer, 1974). Ekonomik koşulların seçmen tercihlerini hangi yönde etkilediği Ekonomik Oy Verme Teorisi ile açıklanmaktadır. Bu teori oy verme fonksiyonu ve popülerlik fonksiyonu olarak adlandırılan iki ana öğeden oluşmaktadır.

Oy fonksiyonu (voting function) seçim zamanında kullanılan oyları veri olarak almakta, işsizlik, enflasyon gibi makroekonomik verilerin yukarı ya da aşağı hareketlerinin işaret ettiği ekonomik performans göstergeleri ile siyasal destek arasında görülen ilişkiyi modellemektedir. Oy fonksiyonu ilk aşamada sorumluluk hipotezi ele alınarak belirlenmektedir. Sorumluluk hipotezine göre seçmenler ekonomik durumdan hükümeti sorumlu tutmaktadır. Seçmenler ekonomik koşulların iyiye gitmesi durumunda

iktidar partisini desteklemekte yani ödüllendirmekte, kötü giderse cezalandırmakta yani desteğini çekmektedir. Ekonomide görülen değişimler popüleriteyi de değiştirmektedir. Seçmenler sağ, sol ayırımı yapmaksızın işsizlik, enflasyon gibi ekonomik şartlara göre oy kullanmaktadır (Warren, 1998: 1). Seçmenler oy vermeden önce iktidarın ekonomik gidişatını gözlemlene ve değerlendirme sürecine alırlar. Bu durum oy fonksiyonunu belirleyen ikinci aşamadır. Daha sonra ekonomi ile siyasal iktidarın popülerliği arasındaki karmaşık ilişkiler ortaya çıkmaktadır. Vatandaşın derinliği olmayan sıradan ekonomi bilgisiyle makro ve mikro bazda ekonomiyi değerlendirmeden yoksun olmasından dolayı bu süreç öznel ve yanlı bir nitelik taşır. Vatandaşın, geçmişe ya da geleceğe yönelik olarak ya kendi bütçesine göre birey eksenli ya da ülkenin gidişatına göre toplum eksenli bir değerlendirme yapması göreceli bir durumdur. Hükümeti destekleyen seçmenler ekonomik gidişata iyi yönlerden bakar, desteklemeyenler ise başarısızlıklara odaklanırlar. Bu durum oy fonksiyonunda gelinen son aşamadır (Sezgin, 2007).

Popülerlik fonksiyonu (vote popularity function), ekonomik oy verme teorisinin ikinci ögesidir. Seçim arası dönemde partiler, parti liderleri ve ekonomik durum hakkında oluşan kamuoyu düşünceleri popülerlik (popularity) anketi ile ölçülür (Turcotte, 1998: 19-24). Anket sonuçları vasıtasıyla ekonomik ve politik çıktılarının bir fonksiyonu olarak hükümete verilen desteği açıklarlar. Genelde iktidarın aldığı reel oylarda görülen değişim ile anket sonuçlarının birbirine benzediği kabul edilmektedir (Nannestad ve Paldam, 1994: 213). Yapılan analizlerde ekonomik koşulların hükümetin popülerliğini etkilediği saptanmıştır. Araştırmalara göre ekonomide görülen enflasyon iktidar partisinin popülerliğini ilk seçim döneminde olumsuz etkilemekte, ekonomik büyüme ise daha uzun dönemde olumlu etkilemektedir (Sezgin, 2007).

Oy pusulalarının seçmen davranışları üzerinde etkili olduğu görülmüştür (Kimball, Kropf, 2005: 526). Bu kapsamda adaya odaklanan oy verme davranışı bakımından oy pusulası tasarımı önem taşır. Oy pusulasında adayın fotoğrafının kullanılması (Johns ve Shephard, 2011: 653), oy pusulasında adayların hangi sırada olduğu (Brook ve Upton, 1974: 414; Upton, Brook, 1975: 280; Wood vd., 2011: 2390). Seçimin yerel ya da

genel türde olması, seçmenin doğru oy kullanması (Kimball ve Kropf, 2005, 526; Leigh ve Susilo, 2009: 69) gibi unsurların seçmenin oy verme davranışı üzerinde siyasal bir yönlendirme etkisine sahip olabildiğini göstermiştir.

Siyasal partilerin adaylarının imajları da seçmenleri etkileyen önemli bir faktör olmaktadır. Siyasal iletilerin bazı simgelere gönderme yapması durumunda imaj bir yerlerde olan bir varlık değil fakat seçmenlerin kendi ilgileri doğrultusunda üzerine anlam yükleyebileceği veya yorum yapabileceği üretilen bir ürün olarak algılanmaktadır (Bennett, 2000: 164-165). Siyasal adayın imajı, kişisel veya kariyer özelliklerin, tecrübelerin vurgulandığı, belli konularda seçmenlerin ihtiyaçlarının giderilmesini sağlayan, ihtiyacı gideren bir varlık ve imaj yaratıcılar tarafından oluşturulan standartlaştırılmış bir ürün (Illich, 2000: 23) olarak tasarlanmaktadır.

Siyasal kampanyalarda adaylar hakkında halkın oy verme potansiyelini yönlendirebilecek bir imaj yaratmak, gazeteler veya televizyonlarda siyasi lideri toplumsal kabul gören tarzlarını vurgulamak, vatandaşların tercihlerini yönlendirmede bir etki unsuru olmaktadır. Seçmenler parti için yaratılan imajlarda parti ideolojisine, geçmiş dönemlerde sergilenmiş olan parti icraatlarına veya izlenen parti politikasına dikkat etmektedir.

2. Türkiye’de Genel ve Yerel Seçimler, Referandum Sonuçları, Etimesgut ve Enver Demirel

Bu araştırmada söz konusu olan 20 Ekim 1991 tarihinden 1 Kasım 2015 tarihine kadar yapılmış olan genel ve yerel seçimlerin bilançosu ve referandum sonuçları Etimesgut örneğinde seçmen davranışları açısından analiz edilmektedir.

2.1. Seçimler, Referandum Sonuçları ve Etimesgut

Türkiye’de 2002 Genel Seçimlerine kadar 14 kere seçim yapılmıştır. Şerif Mardin (1986: 109-132) 19. asırdan günümüze dek süregelen merkez-çevre karşıtlığını vurgu yaparken çevreyi temsil eden esnaf ile merkezi temsil eden memur bürokrat arasında bir çatışmayı işaret etmiştir. Türk siyasal hayatının dinamiklerini merkez-çevre etkileşimi belirlemiştir. Çok partili demokrasiye geçişten 1980’lere kadar merkez bürokratlar CHP etrafında, çevre ise Demokrat Parti, daha sonra Adalet Partisi etrafında toplanmıştır. 12 Eylül darbesinden sonra iktidar olan ANAP hükümeti döneminde merkez sağ ve merkez sol şeklinde iki siyasal parti belirmiştir. ANAP’ın 1983 seçimlerinden sonra 1987 seçimini birinci parti olarak kazanmış ve tek başına iktidarda kalmıştır. 1991 seçimlerini kazanan DYP kabineyi oluşturamamış ve DYP-SHP ittifakı ile başlayan bir koalisyonlar dönemine girilmiştir. 1995 genel seçimlerini kazanan REFAH Partisi hükümeti kuramamış önce ANAP-DYP koalisyonu kurulmuş, daha sonra REFAH-DYP hükümeti, ANAP-DSP-DTP koalisyon hükümetleri kurulmuştur. 1999 Genel Seçimlerinden sonra DSP-MHP-ANAP koalisyonu kurulmuştur. Bu dönemde ekonomide yaşanan büyük bir kriz sonrası 3 Kasım 2002 tarihinde AK PARTİ’li yılları açacak olan erken seçim yapılmış ve sadece AK PARTİ ve CHP seçim barajını geçmiştir (Sezgin, 2007). AK PARTİ 2002 seçiminde en çok oyu alarak iktidara gelmiş ve 2007 seçiminde oy oranını artırmış, müteakip 2009 ve 2014 yerel seçimlerinde, 2010 ve 2015 genel seçimlerinde iktidarda kalmıştır.

Aşağıda yer alan Tablo:1 ’de Türkiye’de 20 Ekim1991 tarihinden 1 Kasım 2015 tarihi arasında yapılmış olan genel ve yerel seçimlerin bilançosu farklı kaynaklardan derlenerek birleştirilmiştir.

Tablo 1: Türkiye’de 1991 - 2015 tarihleri arasında yapılmış olan genel ve yerel seçimlerin bilançosu

1 Kasım 2015 Genel Seçimi									
Seçim/Partiler	TBMM Milletvekili sayısı	Türkiye Geneli %	Ankara Milletvekili sayısı	Ankara Geneli %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara İl Medisi %
AK Parti	317	% 49.5	16	%49.0	%43.8	% 55.5	% 45.6	148,724 oy	
CHP	134	% 25.3	11	%30.4	%34.7	% 25.0	% 30.5	99,453 oy	
MHP	40	% 11.9	4	%14.0	%14.1	% 13.9	% 17.9	58,312 oy	
HDP	59	% 10.8	1	%4.4	%5.2	% 3.4	% 4.1	13,226 oy	
BBP	–	–	–	%0.7	%0.6	% 0.8	% 0.7		
Diğer	0	% 2.5							

7 Haziran 2015 Genel Seçimi									
Seçim/Partiler	TBMM Milletvekili sayısı	Türkiye Geneli %	Ankara Milletvekili sayısı	Ankara Geneli %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara İl Medisi %
AK Parti	258	% 41.0	15	%41.4	%36.6	% 47.5	% 38.0	117	
CHP	132	% 25.0	11	%29.2	%33.2	% 24.0	% 28.9	88,979	
MHP	80	% 16.3	5	%17.8	%18.1	% 17.5	% 21.2	65,298	
HDP	80	% 13.2	1	%5.6	%6.5	% 4.4	% 5.2	16,044	
BBP	–	–	–	%2.6	%2.3				
Diğer	0	% 4.6	0	%6.0		%3 Bağ	%1.9 SP	5,710 SP	

30 Mart 2014 YEREL Seçimleri									
Seçim/Partiler	TBMM Milletvekili sayısı	Türkiye Geneli %	Ankara Milletvekili sayısı	Ankara Geneli %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara İl Medisi %
AK Parti		% 45.6		% 44.9			% 37.1	106,632	% 42.4
CHP		% 27.8		% 43.8			% 20.0	57,542	% 31.9
MHP		% 15.2		%7.8	Enver Demirel		% 39.8	114,364	% 17.3
BTP		% 4.2		% 0.1					
HDP		% 1.9		% 0.9			% 0.9	2,653	% 1.1
BBP		% 1.1		% 1.3			% 1.1	3,201	% 4.9
Diğer		% 0.2 SP		% 0.5			%0.5 SP %0.2 İP	1.336 SP 452 İP 401 DP	% 0.8 SP % 0.4 DP

Ulusal Arası Tarihî Etmesgut Sempozyumu (UTES)

12 Haziran 2011 Genel Seçimi									
Seçim/Partiler	TBM M Millet vekili sayısı	Türkiye Genel i %	Ankara Millet vekili sayısı	Ankara Genel i %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara il Medisi %
AK Parti	326	% 49.8	17	% 49.2	% 44.8		% 47.77	109	
CHP	135	% 26.0	10	% 31.3	% 35.6		% 30.44	69	
MHP	55	% 13.0	6	% 14.6	% 14.8		% 16.86	39	
HDP	34	% 6.4	0	% 1.0	% 1.2		% 1.3	3	
BBP							% 1.09	2	
Diğer	0		-2	% 3.8	% 0.7		% 3.5 % 0.7 HAS % 0.53 SP % 0.36 DP	1,511 HAS 1,206 SP 751 DP	

29 Mart 2009 YEREL Seçimleri									
Seçim/Partiler	TBM M Millet vekili sayısı	Türkiye Genel i %	Ankara Millet vekili sayısı	Ankara Genel i %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara il Medisi %
AK Parti		% 38.80		% 38.5			% 34.2	64,062	% 38.7
CHP		% 23.10		% 31.5			% 27.1	50,73	% 28.9
MHP		% 16.10		% 26.9	Enver Demirel		% 35.0	65,589	% 25.0
DTP		% 5.07		% 0.03			% 0.0	59	
BBP		% 0.22		% 0.01			% 1.4	2,698	% 2.4
Diğer		% 5.20 SP % 3.70 DP % 2.80 DSP		% 1.10 SP % 0.3 DP % 0.4 İP			% 0.9 SP % 0.7 DSP % 0.2 DP	1.727 SP 1.232 DSP 358	% 1.8 SP % 0.6 DSP % 0.7 DP

22 Temmuz 2007 Genel Seçimi									
Seçim/Partiler	TBMM Milletvekili sayısı	Türkiye Genel i %	Ankara Milletvekili sayısı	Ankara Genel i %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara il Medisi %
AK Parti	341	% 46.6	16	% 47.5				43.9	
CHP	112	% 20.0	9	% 28.0				29.0	
MHP	71	% 14.3	4	% 15.2				18.1	
B.sız	26	% 5.2	0	% 1.2					
BBP									
Diğer	0	% 1.3	0	% 28 DP					

28 Mart 2004 Belediye Seçimi									
Seçim/Partiler	TBMM Milletvekili sayısı	Türkiye Geneli %	Ankara Milletvekili sayısı	Ankara Geneli %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara İl Medisi %
AK Parti		% 40.17		% 49.34	Serhat K. Yılmaz		% 42.49		
CHP		% 20.69		% 27.24			% 24.32		
MHP		% 10.13		% 10.80			% 24.58		
DYP		% 9.45		% 3.70			% 2.28		
SP		% 4.78 SP							
Diğer				% 2.20 SHP			% 2.53 DSP		

3 Kasım 2002 Genel Seçimi									
Seçim/Partiler	TBMM Milletvekili sayısı	Türkiye Geneli %	Ankara Milletvekili sayısı	Ankara Geneli %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara İl Medisi %
AK Parti	363	% 34.4	17	% 38.1				35.9	
CHP	178	% 19.4	12	% 28.0				29.4	
DYP		% 9.54	0	% 8.6				4.2	
MHP		% 8.36	0					10.9	
Genç Patri		% 7.25	0						
B. sız	9	% 1.0	0	% 0.0					
Diğer	0	% 45.2	0						

18 Nisan 1999 Genel Seçimi 18 Nisan 1999 Genel Seçimi Yerel Genel									
Seçim/Partiler	TBMM Milletvekili sayısı	Türkiye Geneli %	Ankara Milletvekili sayısı	Ankara Geneli %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara İl Medisi %
DSP	136	% 22.2	9	% 23.1			19.69	27.6	
MHP	129	% 18.0	8	% 21.6			22.47	24.2	
FP	111	% 15.4	5	% 17.1			19.06	14.4	
ANAP	86	% 13.2	4	% 10.8			9.12	10.4	
DYP	85	% 85.0	2	% 7.3			4.22	5.8	
CHP	3	% 0.9	0	0			13.37		
Diğer	0	% 18.3	0	% 20.1					

24 Aralık 1995 Genel Seçimi									
Seçim/Partiler	TBMM Milletvekili sayısı	Türkiye Geneli %	Ankara Milletvekili sayısı	Ankara Geneli %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara İl Medisi %
Refah P	158	% 21.4	7	% 20.9					
ANAP	132	% 19.7	8	% 21.6					
DYP	135	% 19.2	4	% 13.1					
DSP	76	% 14.6	4	% 14.2					
CHP	49	% 10.7	5	% 16.9					
MHP	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Diğer	0	% 14.4	0	% 13.4					

27 Mart 1994 Belediye Seçimi									
Seçim/Partiler	TBMM Milletvekili sayısı	Türkiye Geneli %	Ankara Milletvekili sayısı	Ankara Geneli %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara İl Medisi %
RP		% 19.07		% 19.68	Kazandı		% 23.34		
ANAP		% 22.97		% 19.96			% 17.09		
MHP				% 11.99			% 14.85		
DYP		% 18.90		% 10.63					
DSP		% 7.87					% 12.94		
SHP		% 16.70		% 23.75			% 11.51		

20 Ekim 1991 Genel Seçimi									
Seçim/Partiler	TBMM Milletvekili sayısı	Türkiye Geneli %	Ankara Milletvekili sayısı	Ankara Geneli %	Ankara 1.Bölge %	Ankara 2.Bölge %	Etimesgut Geneli %	Etimesgut Geneli oy sayısı	Ankara İl Medisi %
DYP	178	% 27.0	7	% 23.3					
ANAP	115	% 24.0	7	% 23.8					
SHP	88	% 20.8	7	% 24.7					
Refah Partisi	62	% 16.9	2	% 17.6					
DSP	7	% 10.7	0	% 10.4					
MHP	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Diğerleri	0	0	0	% 0.4					

Kaynak: www.secim.ihh.com.tr/; www.yenisafak.com/secim-2015/; Türkiye geneli: www.ysk.gov.tr/tr/1-kasim-2015--26-donem-milletvekili-genel-secimi/3413/; www.secim.haberler.com/etimesgut-secim-sonuclari/?redirect=false

20 Ekim 1991 Genel Seçiminde MHP, RP ve IDP ile birlikte seçim ittifakı yapmış ve RP listelerinden adaylarını göstermiştir. Seçim sonucunda milletvekili seçilen adaylar RP'nden ayrılmış ve MHP'ye geçmiştir. Çalışma çerçevesinde incelenen seçim dönemlerinden 24 Aralık 1995 Genel Seçiminde MHP seçim barajını geçemediği için Meclis dışı kalmıştır. 18 Nisan 1999 Genel Seçimlerinde ise MHP % 18 oy oranı ile ikinci parti olarak çıkmış ve kurulan koalisyon hükümetinde yer almıştır. Ancak 3 Kasım 2002 Genel Seçimlerini Türkiye genelinde % 34,4 oy ile AK PARTİ kazanmış, CHP ve DYP'den sonra MHP dördüncü parti olmuş fakat baraj altında kalmış ve TBMM'de temsil edilmemiştir. Seçim barajını AK PARTİ ve CHP geçebilmiştir.

22 Temmuz 2007 Genel Seçimlerinde MHP Türkiye genelinde % 14,3 oy oranıyla 71 Milletvekili, Ankara genelinde % 15,2 oyla 4 Milletvekili çıkarmış ve seçimlerde üçüncü siyasi parti olarak çıkmıştır. 12 Haziran 2011 Genel Seçimlerinde MHP Türkiye genelinde % 13,0 oy oranıyla 55 Milletvekili, Ankara genelinde %14,6 oyla 6 Milletvekili çıkarmış, Ankara 1. Bölgede % 14,8 oranında oy almış ve Etimesgut genelinde %16.86 oy oranı ile seçimlerde üçüncü parti olmuştur.

7 Haziran 2015 Genel Seçimine katılan ve % 10'luk seçim barajını geçen partiler AK Parti, CHP, MHP, HDP olmuştur. Genel Seçimde MHP Türkiye genelinde % 16,3 oy oranıyla 80 milletvekili, Ankara genelinde %17,8 oyla 5 milletvekili çıkarmış, Ankara 1. Bölgede % 18,1 oranında oy almış ve Etimesgut genelinde % 21,2 oy oranı ile üçüncü parti olmuştur. Yenilenen 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde ise yine dört parti seçim barajını geçmiş ve MHP Türkiye genelinde % 11,9 oy oranıyla 40 milletvekili, Ankara genelinde % 14,0 oy oranıyla 4 Milletvekili çıkarmıştır. Ankara 1. Bölgede % 14,1 oranında oy almış ve Etimesgut genelinde % 17,9 oy oranı ile yine üçüncü parti olmuştur.

2.2. Etimesgut Seçimleri ve Enver Demirel

Tablo:1'deki yerel seçimlere ilişkin veriler değerlendirildiğinde, çalışma çerçevesinde incelenen dönemde Etimesgut Yerel Seçimlerinin farklı bir özellik gösterdiği dikkati çeker. Birlikte yapılan 18 Nisan 1999 Genel ve Yerel Seçimlerine ait yerel seçim sonuçlarına bakıldığında belediye başkanlığı için

yarışan beş parti adayı içerisinde MHP adayı Enver Demirel'in genel seçimlerin birinci partisi DSP ve üçüncü partisi FP adaylarının önünde seçim yarışını birinci tamamladığı görülmektedir. Bir sonraki yerel seçimlerin yapıldığı 28 Mart 2004'teki yarış ise, yapılan 2002 Genel Seçimlerinde Meclise giren iki partiden birisi olan iktidar partisi AK Parti adayı Serhat Yılmaz'ın belediye başkanlığı seçimini kazandığı görülmektedir.

Sonraki yerel seçimler olan 29 Mart 2009'da AK Parti CHP ve MHP adaylarının seçim yarışında birbirine yakın oranlarda oy aldıkları dikkati çekmektedir. Seçimlerden MHP adayı Enver Demirel beş yıl aradan sonra tekrar seçim yarışını kazanarak yeniden belediye başkanı olmuştur. 30 Mart 2014'te yapılan yerel seçimlerde ise MHP adayı Enver Demirel'in seçimi tekrar kazanarak belediye başkanlığını devam ettirdiği tablo verilerinden anlaşılmaktadır.

Çalışmayı özgün kılan ve son dört yerel seçimde aday olduğu partisi Etimesgut'ta en çok oyu alamamasına rağmen Enver Demirel'i başarılı kılan faktörün ortaya konmasına yönelik incelemedir. Birlikte yapılan 18 Nisan 1999 Genel ve Yerel Seçimlerinde Etimesgut'ta DSP (% 27, 6), FP (% 14,4), ANAP (% 10,4), CHP (% 10,1), DYP'nin (% 5,8) yarıştığı seçimlerde MHP % 24,2 oy oranı ile ikinci parti olmuştur. Yerel seçimlerde ise MHP adayı Enver Demirel ilçede parti oylarından az oy almasına rağmen birinci olarak seçim yarışını kazanmıştır.

Sonra yapılan 3 Kasım 2002 Genel Seçimlerinde Etimesgut'ta MHP % 10,9 oy alırken, 28 Mart 2004'te yapılan yerel seçimlerde MHP adayı Enver Demirel % 24,6 ile ikinci olarak belediye başkanlığı yarışını kaybetmiştir. 22 Temmuz 2007 Genel Seçimlerinde Etimesgut'ta MHP % 18,1 oy oranı ile AKP ve CHP'nin akasından üçüncü parti olurken, iki yıl sonra 29 Mart 2009 Yerel Seçimlerinde MHP adayı Enver Demirel % 35 oy oranı ile seçimden birinci çıkarak belediye başkanlığını tekrar kazanmıştır.

Sonraki seçimlerde de durum değişmemiştir. 12 Haziran 2011 Genel Seçimlerinde Etimesgut'ta MHP % 16,9 oy oranı ile AKP ve CHP'den sonra üçüncü olurken, 30 Mart 2014 Yerel Seçimlerinde MHP adayı Enver Demirel % 39,8 oy oranı ile seçimi yine birinci tamamlayarak belediye başkanlığını devam ettirmiştir. Ertesi yıl yapılan 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde Etimesgut'ta MHP % 17,5 ve % 13,9 oy oranları ile üçüncü parti olmuştur.

Son yirmi yılda yapılan yerel ve genel seçimler birlikte değerlendirildiğinde Etimesgut seçmeninin genel ve yerel seçimlerde farklı faktörleri dikkate alarak oy kullandıkları sonucuna ulaşmak mümkündür. Sadece MHP değil diğer partiler açısından da genel ve yerel seçimlerde farklı faktörleri dikkate alarak siyasal tercihini yaptığı dikkati çekmektedir. Örneğin genel seçimlerde iktidar faktörünü dikkate alarak iktidardaki partiyi ağırlıklı olarak tercih ederken yerel seçimlerde parti faktörünü dikkate almadan siyasal tercihini yapmaktadır

Türkiye geneli ile ilgili yapılan birçok araştırmada yerleşim birimine göre seçmenler yerel ve genel seçimlerde aday ve parti faktörünü ayrı değerlendirdikleri görülmektedir. Bazı yerleşim/seçim bölgelerinde yerel ve genel seçimlerde aday faktörünü ön planda tutarken, bazılarında ise parti faktörünü dikkate alarak siyasal tercih yapabilmekte, bununla ilgili de farklı faktörleri (Keyman, 2003; Sencer, 1974: 277-278) dikkate almaktadır. Etimesgut'un farkı, genel seçimlerde parti faktörünü dikkate alırken yerel seçimlerde adaya göre oy tercihi yapmasıdır.

Etimesgutluların aday faktörünü dikkate alırken son dört yerel seçimin üçünü kazanan Enver Demirel'in tercih edilmesinde kişisel özelliklerinin ne oranda etkili olduğu ayrıca yapılacak alan araştırması ve derinlemesine görüşmelerle test edilmelidir.

Sonuç

Etimesgut'un farklı bir eğilim ortaya koyarak yerel seçimlerde parti faktörüne değil de aday faktörüne önem vererek oy verdiği görülmüştür. Yerel seçimlerde bölgenin kültürüne göre partiden ziyade önce halkın güvenini kazanacak adaylar öne çıkmıştır. Etimesgut genelinde siyasi parti tercihinin MHP doğrultusunda yapıldığı, yerel yönetimlerde Belediyelerin verdiği hizmet açısından Enver Demirel'in takdir edildiği seçim sonuçlarından anlaşılmaktadır.

Etimesgut'un muhafazakâr bir sosyal dokusu vardır, ilçede sağ seçmen ağırlıklıdır. Konunun odak noktası genel veya yerel seçimlerde yapılan siyasal partilerin sloganları veya propagandalarından da öte yerel belediyeler tarafından halka sunulan hizmetin kalitesi, halkın öz beldelerinde kendi yaşam alanlarında buldukları huzur, seçilmişlere duydukları güven, yöreye has aidiyet duygularının ve milliyetçilik hislerinin bariz bir göstergesi olmaktadır.

Kaynaklar

- AYDIN, Esra (2011) “Yerel Seçimlerde Seçmenlerin Oy Verme Kararlarında Etkili Olan Siyasal Faktörlere İlişkin Bir Araştırma: Ankara Örneği” (Basılmamış Doktora Tezi,) Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Ankara
- BARTOLINI, Stefano, Peter MAIR (2007) *Identity, Competition and Electoral Availability: The Stabilization of European Electorates*, Cambridge University Press, Cambridge
- BENNETT W. Lance (2000) *Politik İllüzyon ve Medya*, (Çev. Seyfi Say), Nehir Yayınları, İstanbul
- BROOK, D., G. J. G. UPTON (1974) “Biases in Local Government Election Dueto Position on the Ballot Paper”, *Journal of Royal Statistical Society*, Vol. 23(3), pp. 414-419.
- CHAFEE Steven (1975) *Political Communication*, Sage, 1975: 85.
- COHEN, Bernard (1963) *The Press and Foreign Policy*, Princeton University Press, Princeton-NJ
- DENTON, Robert E., Gary C. WOODWARD (1985) *Political Communication in America*, Praeger Publishers, New York
- ERCİNS, Gülay (2007). “Türkiye’de Sosyo-Ekonomik Faktörlere Bağlı Olarak Değişen Seçmen Davranışı”, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S. 8/2, s. 25-40
- ERIKSON, Robert s (1989) “Economic Conditions and the Presidential Vote”, *The American Political Science Review*, Vol. 83, No. 2, pp. 567-573.
- Flas Gazetesi, (03 Nisan 2014 - Perşembe 02:31). “Etimesgut'ta Mahallelere Göre Oy Dağılımı”.
www.flasgazetesi.com.tr/haberetimesgutta_mahallelere_gore_oy_dagilimi-7121.html(erişim 25, 2, 2018)
- GÜLLÜPUNAR, Hasan, Ersin DİKER, Emre S. ASLAN (2013) “Oy Verme Yaklaşımları Bağlamında Aday Merkezli Seçmen Tercihi Üzerine Deneysel Bir Araştırma”, *Akademik Bakış Dergisi*, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, S. 35, Mart-Nisan 2013, Celalabat – KIRGIZİSTAN, ISSN:1694-528x, www.akademikbakis.org
- ILLICH, Ivan (2000) *Tüketim Köleliği*, (Çev. Mesut Karaşahan), Pınar Yayınları, İstanbul
- JOHNS, Robert. ve SHEPHARD, Mark. (2011). “Facing the Voters: The Potential Impact of Ballot Paper Photograph in Biritish Elections”, *Political Studies*, 59, 636 - 658.
- KALENDER, Ahmet (2005) *Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri*, Çizgi Kitabevi, Konya
- KEYMAN, E. Fuat (2003) “Türkiye’deki Politik Deprem: AK PARTİ Hükümetinin Bir İncelemesi” www.stradigma.com/turkce/ekim2003/makale_02.html
- KIMBALL, Davit C.. Martha KROPF (2005) “Ballot Design and Unrecorded Votes on Paper Based Ballots”, *Public Opinion Quarterly*, Vol. 69 (4), pp.508-529.
- KIŞLALI, Ahmet Taner, (1987) “*Siyaset Bilimi*”, Ankara Üniversitesi BYYO Yayınları, Ankara,

- LEEGE, David C., Lyman A. KELLSTEDT, Kenneth D. WALD (1993a) *Religion and Politics: A Report on Measures of Religiosity in the 1989 NES Pilot Study*, UK-Routledge
- LEEGE, David C., Lyman A. KELLSTEDT, Kenneth D. WALD (1993b). "Public Dimensions of Private Devotionalism", *Rediscovering the Religious Factors in American Politics*, (Eds. David C. Legee, Leyman A. Kellstedt), Armonk, NY: M.E. Sharpe, pp 139-156,
- LEIGH, Andrew, Tirta SUSILO (2009) "Is Voting Skin-Deep? Estimating the Effect of Candidate Ballot Photographs on Election Out Comes", *Journal of Economic Psychology*, Vol. 30, pp. 61-70
- MARDİN, Şerif (1986) "Türk Siyasetini Açıklayabilecek Bir Anahtar: Merkez-Çevre İlişkileri", *Türk Siyasal Hayatının Gelişimi*, Ed. Ersin Kalaycıoğlu ve A. Yaşar Sarıbay, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. İstanbul
- MCCOMBS, Maxwell (2005) *Setting the Agenda*, Polity Press, Cambridge-UK
- NANNESTAD, Peter ve Martin PALDAM (1994) "The VP Function: A Survey of the Literature on Vote and Popularity Function After 25 Years", *Public Choice*, Vol. 79, pp.213-245
- ÖZKAN, Abdullah (2004) *Siyasal İletişim*, Nesil Matbaacılık, İstanbul
- SENCER, Muzaffer (1974) *Türkiye'de Sınıfsal Yapı ve Seçmen Davranışları*, May Yayınları, İstanbul
- SEZGİN, Şennur (2007) "Ekonomik Oy Verme Teorisi: Türkiye Örneği (1998-2003)". *TODAİE Dergisi*, C.40, S.2, Haziran 2007, s.21-38
- STEGMAIER, Mary Ann (2001) "Voting Behaviour Transition Countr", (Yayımlanmamış Doktora Tezi,) University of Iowa.
- TURCOTTE, Andrea (1998) *Dialogue de Sourds: Economic Voting in Canadian Federal Election*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), University of Toronto.
- UÇANOK, Başak, Elif SUDAGEZER, Sıla SEFERCİOĞLU (2010). Türkiye'deki seçmenin oy verme davranışı üzerinde söylemin etkisi". www.dspace.marmara.edu.tr/handle/11424/5414
- UPTON, G. J. G., D. BROOK (1975) "The Determination for the Optimum Position on a Ballot Paper" *Journal of the Royal Statistical Society*, Vol. 24(3), pp.279-287.
- USLU, Zeynep Karahan (1996) "Siyasal İletişim ve 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri", *Yeni Türkiye Dergisi*, S:11, Ankara
- WARREN, Mark Thomas (1998) "Reconsidering the Impact of Economic Conditions in Individual Vote Choice Models", (Yayımlanmamış Doktora Tezi), University of Texas.
- WOOD, Jo, Donia BADAWOOD, Jason DYKES, Aidan SLINGSBY (2011) "Ballotmaps: Detectin Name Bias in Alphabetically Ordered Ballod Papers", *Visualisation and Computer Graphics I EEE Transaction on*, Vol. 17(12), pp.2384-2391
- www.akademikbakis.org (erişim 25, 2, 2018)
- www.cumhuriyet.com.tr (erişim 25, 2, 2018)
- www.dspace.marmara.edu.tr/handle/11424/5414 (erişim 25, 2, 2018)
- www.etimesgut.bel.tr/index.php?Page=Haberler&DuyuruNo=1613 (erişim 25, 2, 2018)



- www.haberankara.com/iste-ankara-ilcelerinin-2016-yili-nufusu-ilce-ilce-tam-liste/56939/(erişim 25, 2, 2018)
- www.milliyet.com.tr/ankara-nin-ilcelerinin-isimleri-nereden-geliyor--gundem-1432593/(erişim 25, 2, 2018)
- www.sabah.com.tr/ankara-baskent/2018/02/02/nufusu-en-fazla-artan-ilce-etimesgut.(erişim 25, 2, 2018)
- www.secim.haberler.com/2017(erişim 25, 2, 2018)
- www.secim.haberler.com/cumhurbaskanligi-secimi(erişim 25, 2, 2018)
- www.secim.haberler.com/etimesgut-secim-sonuclari/?redirect=false (erişim 25, 2, 2018)
- www.secim.iha.com.tr/; (erişim 25, 2, 2018)
- www.yenisafak.com/secim-2015 (erişim 25, 2, 2018)
- www.ysk.gov.tr(erişim 25, 2, 2018)
- www.ysk.gov.tr/tr/1-kasim-2015--26-donem-milletvekili-genel-secimi/3413 (erişim 25, 2, 2018)