

# SEÇMEN DAVRANIŞI ARAŞTIRMALARINDA YENİ UFUKLAR VE 2023 GENEL SEÇİMİ; STRATEJİK SEÇMEN VERSUS SAMİMİ SEÇMEN

Necmettin MUTLU  
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Türkiye  
Necmettin.mutlu@nisantasi.edu.tr  
<https://orcid.org/0000-0001-5509-4380>

<i>Atf</i>	Mutlu, N. (2023). Seçmen Davranışı Araştırmalarında Yeni Ufuklar ve 2023 Genel Seçimi; Stratejik Seçmen Versus Samimi Seçmen. Journal of Communication Science Researches, 3 (3), 255-270.
------------	--

## ÖZ

Siyasal sistemlerin ve seçim ekosisteminin sağlıklı işleyişi için oylama davranışının anlamlandırılması kaçınılmazdır. Bunun için seçmen davranışına etki eden faktörlerin birey ve sistem düzeyinde tespiti siyaset biliminin uzunca bir süredir tartışma konusudur. Bu çalışmada; hâkim seçmen davranışı araştırmalarından farklı olarak, Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminde eş zamanlı yapılacak seçimde seçmenin göstereceği muhtemel çoğunlukçu ve çoğulcu eğilimlerin, stratejik ve samimi oylama çerçevesinde etkileneceği kabulünden yola çıkılarak yapılacak öngörülere odaklanılmıştır. Stratejik ve samimi seçmen davranışı üzerine yürütülen uluslararası yazındaki araştırmalar sistem ve seçmen düzeyinde önemli ipuçları verdiğinden çalışma alan yazımına dair içerik analizi ile sınırlandırılmıştır. Yürütülen analizde iki ana başlık belirlenmiş, stratejik seçmen ve samimi seçmen karşılaştırmaları ve farklı oylama sistemlerinde yapılan araştırmalar incelenmiştir. Bu doğrultuda parlamento ve başkanlık için oy verme davranışı korelasyonları, sistem değişikliği sonrası kurulan siyasi partiler ve kararsız seçmenler üzerine ilgili yazında varılan sonuçlara odaklanılmıştır. Sonuç olarak Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminde yapılacak milletvekilliği genel seçimi ve cumhurbaşkanlığı seçimini etkilemesi muhtemel faktörler seçim ittifakı, seçim barajı, stratejik- samimi seçmen özellikleri ile seçim sistemi ile olan ilişkisi bağlamında tartışılmıştır. Yeni sistemde seçmen davranışına dair ana akım varsayımların değişeceği ve yeni araştırma modellerinin tasarlanması gerektiği değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Stratejik Oy Verme, Samimi Oy Verme, Oylama Sistemleri, Oylama Davranışı, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi.*

## NEW HORIZONS IN VOTER BEHAVIOR RESEARCH AND 2023 GENERAL ELECTION; STRATEGIC VOTER VERSUS SINCERE VOTER

### ABSTRACT

For the healthy functioning of the electoral ecosystem, the voting behavior should be made sense. For this reason, the determination of the factors affecting voter behavior at the level of the individual and the system has been a matter of debate in political science for a long time. In this study; Unlike the dominant voter behavior studies in Turkey, In the presidential government system, in the elections to be held simultaneously in 2023, to the voters, the focus is on the predictions that will be made with the assumption that it will be affected by strategic and sincere voting. Since the researches in the international literature give important clues at the system and voter level, the study is limited to the

content analysis of the literature. In the analysis, the comparisons of strategic voters and sincere voters and research on voting systems were examined under two main headings. As a result, the presidential government system is discussed in the context of the relationship between electoral alliance, electoral threshold, strategic and sincere voter characteristics and the electoral system. It was evaluated that in the new system, the mainstream assumptions about voter behavior would change and new research models should be designed.

**Keywords:** *Strategic Voting, Sincere Voting, Voting Systems, Voting Behavior, Presidential Government System.*

## GİRİŞ

Seçim sistemlerinde mekanik ve psikolojik etki; üçüncü sırada yer alan partinin eksik temsiliyle iki partili sisteme dönüşe dair Maurice Duverger araştırmasına dayanır. Buna göre çoğunluğa dayanan seçim sistemlerinde yenik partiler galip partilere göre her zaman eksik temsil edilir. (Duverger, 1974: 20) Mekanik ve psikolojik etkiler saptaması nedeniyle literatürde stratejik oylama çalışmaları Duverger (1951)'e dayanırken, yerini sağlamaştırması ise Gary W. Cox'un Oyların Sayılması; Dünya Seçim Sistemlerinde Stratejik Koordinasyon (Making Votes Count, 1997) adlı eseriyle olur. (Blais & Degan 2017: 4) Mekanik ve psikolojik etki saptamasına göre; üçüncü parti ikinci ya da birinci partiyi oy sayısında geride bırakana değin arka sıralarda yer alan partilerin aleyhine işler. Psikolojik etken nedeniyle seçmen en büyük rakibine karşı oyunu israf edeceğini (eksik temsil edileceğini) düşündüğünden üçüncü sırada yer alan partiye sempati duymasına rağmen ikinci sırada yer alan partiye oy verir. Bu çoğunluk oy sisteminin dualist baskısıdır. (Duverger, 1974: 36) Cox; çalışmasında seçmenlerin bölgesel ölçekte seçime hangi partilerin katıldığını takip ederek oylama sonucuna ilişkin bu iki kutup baskısı neticesinde nicel beklentiler belirlediğini saptar. (Blais & Degan 2017: 6)

Duverger'in çoğunlukçu sistemin parti sisteminin parçalanmasını engellediği görüşünü Cox iki yeni fikirle destekler. Buna göre seçmenler stratejik oy verirler ve bununla birlikte partiler de seçim sisteminin olası sonuçlarına göre konumlanırlar. (Blais vd., 2018: 15) Cox, ülkelere özgü olmayan seçim sistemleri, seçim bölgelerinin sayısı, büyüklüğü, ittifak yapılarına odaklanır. Tüm sistemlerde ortak bir form tasarımı araştırır. Cox'un odak noktası en çok seçim kurumları, oylama listeleri, adaylar, partiler, oylama bölgeleri arasında karmaşık seçim sistemlerinde oyların başarılı koordinasyonunu sağlayan koşulların tespitidir. (Cox, 1997: 124) Bu nedenle Cox'un en önemli katkısı stratejik oylamanın farklı şartlar altında farklı aktörlerde de etkili olduğunu saptamasıdır. M+1 kanunu dediği kavramda m (bölge büyüklüğü) seçilen sandalye sayısıdır. Seçmen tek kazananın olduğu bölgelerde oy dengesi için m + 1 kadar partiyi destekler. (Blais & Stephenson, 2018: 9) Duverger'e göre iki partili sistem ya da tek üyeli bölge (Single-member district) sistemi mekanik ve psikolojik etkiler nedeniyle siyasi rekabeti azaltarak küçük partilerin yetersiz temsil edilmesine neden olur. Duverger'in önemi tek üyeli bölge (Single member district) sistemlerinin seçmenler üzerinde psikolojik etkiye neden olduğu saptamasını yapan ilk kişi olmasından ileri gelir. Küçük partilerin destekçileri kazanamayacağını varsayarak partisini terk eder ve en iyi iki adaydan birine oy verir. (Blais & Degan, 2017: 11)

Söz konusu psikolojik etkiyle birlikte Cox bölge büyüklüğünün 5'ten büyük olması durumunda temsili stratejik oylama teşvikinin azaldığını ileri sürer. Yani m kadar bölgede m+1 kadar parti bulunur. Seçmen m+1. sıradaki parti ya da adayı tercih edip etmeyeceği araştırma problemidir. Seçim bölgesi büyüdükçe seçmenlerin bilgilenmesi daha yeknesak hale gelir. Bu şartlar altında seçmenler m+1. sıradaki adaya hangi bilgiler doğrultusunda oy vermesi gerektiğini kavramalıdır. Sandalye sayısını artırmak için stratejik oy verme ihtimali azalır. Buna karşılık başka nedenlerle stratejik oy verebilir. Cox, orantılı temsil sistemlerinde de oy çokluğu (First-past-the-post voting FPTP) sistemler gibi bu varsayımlar doğrultusunda stratejik oylamanın kanıtlarını bulur.

Buna göre Cox'un portföy maximize etme tanımı koalisyon sistemlerinde koalisyon içinde yer alacak partinin pazarlık gücünü artırmak amacıyla oy verme davranışını ifade eder. Bu davranış Duverger'in

mekanik etki olarak açıkladığı koltuk maximize etmekten farklıdır. Portföy maximize etme amacı büyük partilerin aleyhine bir bölüşüme neden olabilir. (Abramson vd., 2010: 39) Seçmen, Cox'un  $m+1$  formülüne göre Söz gelimi 5 sandalye varsa 6 partiye kadar stratejik bir alan tanıyacaktır. Sandalye sayısı arttıkça stratejik oy ihtimali de o oranda artacaktır. (Blais & Stephenson, 2018: 12) Siyaset biliminde stratejik ve samimi oy verme üzerine Cox ve Duverger'in aktarılan katkılarıyla birlikte; oyun teorisi, sosyal seçim teorisi, davranışsal ekonomi ve karar teorisinin de ilgi odağına girmiştir. (Sen, 1971: 1025)

Bu çalışmada Türkiye'de 2023 yılında uygulanacak Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Seçim Sisteminde seçmenin eş zamanlı seçimde Cumhurbaşkanlığı için oy çokluğu (First-past-the-post voting - FPTP) ve Türkiye Büyük Millet Meclisi için Nispi temsil veya oransal temsil sistemi (proportional representation PR) şartlarında söz konusu literatür doğrultusunda nasıl karar vereceği sorunsal tartışma konusu edilmiştir. Bu amaçla hâkim davranış araştırmalarından farklı olarak uluslararası yazında geniş bir literatüre konu olan stratejik ve samimi oylama araştırmaları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmanın özgünlüğü Türkiyede 2023 cumhurbaşkanlığı seçiminde aynı anda fptp ve pr sistemi olarak uygulanacak seçim sisteminde ana akım seçmen davranışı araştırmalarından farklı olarak stratejik ve psikolojik seçmen davranışı araştırmaları ve seçim sistemine dair öngörude bulunmasından ileri gelmektedir.

Araştırmanın sınırı doğrudan ve dolaylı yaklaşımların seçim öncesi ve seçim sonrası tutum değişikliği araştırmalarını içermesinden kaynaklanmaktadır. Bu araştırma tutum değişikliği araştırması sonucu doğrudan stratejik ve samimi seçmen katsayısını tespit araştırması değil, uluslararası yazının içerik analizi yöntemiyle incelenmesi sonucu Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi ile karşılaşılması mümkün olabilecek yeni modellerin tespiti amacıyla yürütülmüştür.

## DAVRANIŞSAL EKONOMİ VE OYLAMA HESABI

Geleneksel rasyonel seçim teorisi seçmenleri, stratejik oy verme davranışıyla da ilişkilendirilen fayda maximizasyonu edinen tüketiciler olarak görür. Seçmenler, bazı adayların daha güçlü diğerlerinin daha zayıf olduğunu algılayarak nelerin belirleyici olduğunu tarar. Nesnel bilgilere erişemediğinden ve siyasal sistemin karmaşıklığından dolayı seçmenler, stratejik oy vermede kayıtsız kalabilir. Seçmenler için iki nesnel bilgi kaynağı vardır bunlar ise önceki seçimlerin sonuçları ve kamuoyu yoklamalarıdır. Dijitalleşme çağı ile bilgiye erişim için bu kıstaslar ortadan kalmış olmakla birlikte, bilgilere erişimin mikro ya da makro düzeyde zor olduğu bir ortamda aday kalitesi, aday profili, adayın temsil edeceği görevle ilgi düzeyi önemli olabilir.

Ana akım seçmen davranışı araştırmalarından farklı olarak stratejik oy verme davranışı ile samimi oy verme davranışını karşılaştırmalı inceleyen araştırmalar literatürde geniş bir yer işgal etmektedir. Stratejik seçmen ve samimi seçmen araştırmalarına göre seçmenler, en basit tanımıyla kendi tercihlerine göre oy kullandıklarında içtenlikle (samimi) oy verirler. Diğer seçmenlerin davranışlarını gözlemlediklerinde ise stratejik olarak oy verirler. Stratejik olan yani mevcut literatür göz önünde bulundurulduğunda samimi olmayan oy denilebilecek davranış, davranışsal ekonominin de odak noktasıdır. (Lebon vd., 2018: 214) Diğer seçmenlerin davranışlarını gözleme tanımını Elisabeth Neumann daha da genelleyerek tüm seçmenlerin istatistikvari algı yetisi der. Buna göre insanlar sürekli etrafi gözlemleyerek stereotipler üreterek oy verirler. (Neumann, 1998: 72) Samimi seçmen seçimlere klasik iktisat teorisindeki gibi yatırım ya da tüketim olarak yaklaşmaz. Örneğin tüketim teorisindeki gibi kimin kazanıp kaybettiğini belirlemek için oy vermemektedir. Bunun yerine motivasyonu desteğini ifade etmektedir. Buna örnek olarak bir spor müsabakası öncesi sonucun ne olacağı önemli olmaksızın biletini ödeyerek seyretmeye giden taraftar örneği verilir. Ya da yatırım teorisindeki gibi bir gıda ürünü satın alan seçmen doğrudan doymakla ilgilenir. Ürünü satın aldığı kimin kazandığıyla ilgilenmez. Tüm yaklaşımlarda saf haliyle stratejik oylama seçimi kimin kazandığı ya da kaybettiğidir. Saf haliyle samimi oylama ise seçmenin kimi desteklediği ya da desteklemediğidir. (Blais & Stephenson, 2018: 22)

Stratejik seçmen, literatürde rasyonel seçim yapan araçsal davranan alternatif tercih yönelimiyle fayda maximizasyonu elde eden taktik seçmen olarak da tanımlanmaktadır. Yani taktik seçmen seçim bölgesinde kimin kazanacağını doğrudan etkilemek isteyen, ilk tercihinden farklı bir partiye oy veren, seçim bölgesinde beklentilerinden faydasını maximize etmeye çalışan seçmendir. (Fisher, 2004: 155) Fayda maximizasyonu ile hareket eden seçmenler; en çok tercih edecekleri aday ya da partiye oy verecekleri veyahut en çok tercih edilen partiye rakip olan ikinci partiyi tercih edecekleri motivasyonlar taşır. Oylama hesabı teorisine göre stratejik oy verme seçmenin verdiği oydan beklediği fayda ile oylama sonucunun belirleyiciliği beklentisinin çarpımıdır. Samimi seçmen yalnızca tercihleri fayda motivasyonu haline getirirken, stratejik seçmen fayda ve beklentileri fayda motivasyonu haline getirir. Somut ifadeyle üç partili bir bölgesel yarışta seçmenlerin  $\frac{2}{3}$  inin tercihi en çok oyu alması beklenen ilk iki parti olacaktır. (Abramson vd., 2018: 34)

Diğer yandan, stratejik seçmen, yatırım hesabı amacıyla oy vererek vatandaşlık görevini yerine getirmenin tatminini yaşamak ister. Bu; seçmenin suçluluk maliyetinden kaçınma isteğidir. Seçmen bu denklemde oyunu en etkili şekilde kullanmak için adayların bağ kurma ve koparma potansiyellerini hesaplayacaktır. (Blais & Stephenson, 2018: 13) Riker ve Ordeshook oy verenlerin ya da oy vermeyenlerin rasyonel veya irrasyonel olarak ayırmadan makul ölçüde politik davranış teorisine sığdırılabilecek bir oylama hesabı yaptığı saptamasını yapar. (Riker & Ordeshook 1968: 30) Politik ekonominin temeli olan diğer bir görüş olan mekânsal oylama teorisi ve mutluluk noktası ideolojik seçmenin bir mutluluk noktası olduğunu belirtir. Seçmen söz konusu mutluluk noktasına göre alternatif aday, parti ve politikaları en uygundan en az uyguna göre sıralar. (Degan & Merlo, 2009: 1870) Davranışsal ekonomi stratejik oylamanın fayda ve beklentiler ölçeğinde tanımlanmasıdır. Samimi seçmenle birleştiği ve ayrıldığı noktaların da davranışsal ekonomi odağında olduğu söylenebilir. Bu noktada samimi ve stratejik seçmenin neden literatürde karşı karşıya geldiğinin incelenmesi gerekir.

## AMAÇ VE YÖNTEM

Bu çalışmada ana akım seçmen davranışı araştırmalarından farklı olarak stratejik seçmen ve samimi seçmen davranışı üzerine birey ve sistem düzeyinde yapılan araştırmalara dair literatür, Türkiye’de 2023 Cumhurbaşkanlığı seçiminde hem parlamento (yasama organı) hem de başkanlık seçimi (yürütme organı) pusulası oylanacağından, seçmenin FPTP ve PR sisteminin özellikleri gereği hangi pusulada hangi davranışı gösterme eğiliminde olacağı sorunsalı odağında incelenmiştir.

### Amaç

Bu araştırmanın amacı; Türkiye’de 2023 Cumhurbaşkanlığı seçiminde eş zamanlı hem parlamento (yasama organı) hem de başkanlık seçimi pusulası oylanacağından, seçmenin FPTP ve PR sistemi altında hangi pusulada hangi davranışı gösterme eğiliminde olduğu sorunsalının tespiti amacıyla uluslararası literatürde birey ve sistem düzeyinde yürütülen araştırmaları tespit etmek ve seçmen araştırmalarındaki hâkim literatürün dışındaki gelenekleri analiz etmektir. Ülke çapında stratejik oylama (FPTP) bölge çapında samimi oylama (PR) sonucuna katkıda bulunan, stratejik ve samimi seçmeni birey ve sistem düzeyinde analiz eden gelecek araştırma modellerinin tasarımı için yerli yazında zayıf olan bir boşluğun doldurulması amaçlanarak stratejik ve psikolojik seçmen davranışına dair literatür içerik analizi yöntemiyle incelenerek hâkim eğilimlerin dışında bir projeksiyon çizilmesi hedeflenmiştir. Çünkü aktarılan bu bilgiler ışığında; samimi oy veren seçmenin parti eşliğini aşip parlamentoda asgari düzeyde temsilini amaçlamasının yanında, stratejik seçmenin başkanlık yarışında bölge çapında oy verdiği parti ve liderini terk edip kazanmasını istemediği tarafa rakip adaya oy verebilmesi de muhtemeldir. İki modelin bir arada ve aynı anda gerçekleşeceği seçimde seçmenlerin nasıl davranacağını öngöreceği araştırma modelinin tasarlanması, hususiyile yerli literatüre önemli bir katkıdır. Stratejik ve samimi oylama olarak görülen davranışlar, uluslararası literatürde parlamenter demokrasilerden başkanlık sistemlerine kadar çeşitli seçim sistemleri için ve farklı seçim kuralları altında belgelenmiştir. Bu kapsamda çalışmada şu sorular üzerinden yanıt aranmıştır.

- 1) Ana akım seçmen davranışı araştırmalarından farklı olarak stratejik seçmen ve samimi seçmen araştırmaları ve oylama sistemleri düzeyinde hangi araştırmalar yürütölmektedir?
- 2) Stratejik ve samimi oy verme davranışının uluslararası yazında yaygın karşılaştırmalara konu olan özellikleri nelerdir?

### **Yöntem**

Stratejik ve samimi oylamaları tespit çalışmaları uluslararası yazında iki ana yaklaşıma dayanır. Bunlar doğrudan ve dolaylı yaklaşımlardır. Doğrudan yaklaşım stratejik oylama için gereken asgari koşulların karşılaştırmalı incelemesini içerir. Dolaylı yaklaşım seçmenlerin parti tercihleri ve seçim sonuçlarına ilişkin beklentilerini öngörmekten meydana gelir. İki yaklaşımda da katsayılar beklentilerin seçim sonucunu hangi derecede etkilediğini ve oyların hangi motivasyonlarla kullanıldığını analiz ederek seçim sonucuna ilişkin simülasyonlar oluşturur. (Blais & Degan, 2017: 15) Seçmenin rasyonel stratejik aktörler ya da psikolojik oy veren aktörler olarak tartışan mevcut yaygın literatürde stratejik seçmeni test etmenin yolu olarak aday yaşayabilirliğine (politik olarak hayatta kalma) yönelik anket verileri de sıklıkla kullanılmaktadır. (Van der Straeten vd., 2010: 437) Samimi ve stratejik seçmen arasındaki temel ayrım oy pusulasındaki tercih sıralamasının motivasyonlarıyla olan tutarlılığıdır. Bu ayrımın anlamı şudur.

### **Sınırlılık**

Stratejik seçmenin tespit edilebilmesi için tercih ettiği aday ya da partiden başka birine oy verme niyetinin ölçülmesi ve seçimin ardından bu tercihin doğrulanması gerekir. Samimi seçmen ise diğer tüm şartları göz ardı ederek her zaman tercih ettiği partiye oy verecektir. (Blais & Degan, 2017: 14) Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı ve Türkiye Büyük Millet Meclisi için yapılacak eş zamanlı oylama, stratejik ve samimi oylama için etkili teşvikler sağlamaktadır. Bu çalışmayı meydana getiren kaynaklarda yapılan içerik analizi yönteminde stratejik seçmen ve samimi seçmen davranışını karşılaştırmalı olarak inceleyen araştırmalar incelenmiş, ilgili literatürde Seçimsel Demokrasi Çalışması (MEDW) projesinden de vaka incelemelerinde faydalanılmıştır (<http://bit.ly/3YnezAy>). Bu kapsamda; 2012 Katalan Bölgesel Seçim Çalışması, 2013 Aşağı Saksonya eyaleti seçim çalışması, 2013-2014 Bavyera çalışması, 2014 Belçika Ulusal seçim çalışması, 2015 Madrid Bölgesel Seçim çalışması, 2012 Fransız Yasama seçimi çalışması, 2011 İsviçre federal seçim çalışması, 2015 Kanada federal seçim çalışması, Kanada, Fransa, İspanya, İsviçre, Almanya veri kümeleri veri setleri ve teknik raporları analiz edilmiştir.

### **SEÇMEN DAVRANIŞI ARAŞTIRMALARINDA YENİ UFUKLAR**

Stratejik ve samimi oy verme araştırmaları Duverger'in mekanik ve psikolojik etkiler saptamasına dayanmaktadır. Cox'un en önemli katkısı olan farklı oylama sistemlerinde farklı şartlar altında stratejik oylamanın etkisini saptamasıyla söz konusu araştırmalar oylama sistemlerine göre test edilen araştırmalara evrilmektedir. Birey ve sistem düzeyinde yapılan söz konusu araştırmalar stratejik oy verme ve samimi oy verme davranışının özellikleri ile farklı oylama sistemlerinde etki kapasiteleri olmak üzere iki ana başlığa dayanmaktadır.

### **Stratejik Seçmen Versus Samimi Seçmen**

Stratejik seçmen diğer seçmenlerin davranışlarını ve olası tercihini gözlemleyen seçmendir. Bu yolla araçsal ve rasyonel davranmak isteyecek ve oy tercihinden elde edeceği faydayı maximize edecektir. Dolayısıyla ana motivasyonu beklentilerinden elde edeceği faydadır. Bir nevi vereceği oyu yatırım portföyü olarak görmekte ve uzun vadede elde edeceği geliri hesaplamaktadır. Bu yüzden eğer oy vereceği aday ya da partinin kazanamayacağını algılayarsa kazanmasını istemediği rakip aleyhine stratejik oy vererek en çok tercih ettiği ikinci adaya oy verecektir.

Samimi seçmen ise yalnızca tercihleriyle ilgilenmektedir. Kimin kazanacağı ya da kaybedeceğine dair istatistikvari yetisi devre dışıdır. Motivasyonu yalnızca kazanmasını istediği aday ya da partiye oy vermektir. Seçimin sonucunu etkileyecek ya da sonuca dair diğer tüm şartlar desteklediği aday ya da

partinin gerisindedir. Bir nevi tüketicinin satın aldığı üründen elde edeceği haz motivasyonu taşır. Seçimlerde tek başına oy kullanan seçmen gibi davranır. Diğer seçmenlerin tercihi onun için önemsizdir.

Stratejik seçmen samimi seçmen karşılaştırmasının dinamikleri oylama sistemlerinde test edilmiş geniş bir literatüre sahiptir. Yukarıda aktarıldığı gibi samimi seçmen oylama davranışından tüketici satın alma faydasına benzer bir haz elde eder. Yalnızca oyuyla sonucu doğrudan ve tam etkilediğini düşünür. Stratejik seçmen ise yalnızca bireysel oyuyla sonucu tamamen etkileyemediğinin farkındadır. Diğer seçmenlerin davranışına dair öngörüler üretir. Psikolojik seçmenin küçük partileri stratejik seçmenin ise büyük partileri ağırlıklı desteklediği bu tespitle öngörülebilir. Ana akım seçmen davranışı literatürü seçmenleri sosyolojik, psikolojik ya da stratejik aktörler ya da oy vermekten kaçınan protesto oy verme davranışı gösteren aktörler olarak görme eğilimindedir. Lakin seçmenlerin adayların siyasi yarışta kalabilme gücüne gösterdiği dikkatten dolayı bu yaklaşımın güncel olarak sorunlu olduğu söylenebilir. Ayrıca eğitim, gelir düzeyi, cinsiyet, yaş, bilgi eksikliği ve seçmen miyopluğu gibi birçok faktör katılımı etkiler. Sosyal seçim teorilerinde ise seçmen adayları en iyiden en kötüye doğru sıralar. Klasik anlamda rasyonel seçimin tanımı budur. Samimi seçmenler de stratejik seçmenler gibi adayları en iyiden en kötüye sıralayabilir. Anketler, sonuçları tahmin etmekte yetersiz olabilir. Ücretli laboratuvar deneyleri kısmi olarak ipuçları verse de bilişsel süreci tam olarak saptayamaz. Bu noktada siyasi yönelim ile somut davranış arasındaki boşluğun tespiti edilmeli gerekir. (Lebon vd, 2018: 220)

Spesifik motivasyonları olan seçmen ilk iki adaydan birine mesaj vermek için daha alt sıradaki bir adayı destekleyebilir. Literatürde bunun adı ters stratejik oylamadır. Blais'e göre ters stratejik oylamanın ayırt edilebilmesi için seçmenin en iyi iki adaydan birinin kazanacağına inanması gerekir. İlk turda zayıf bir adaya oy verir ve kişisel olarak önemli bulduğu sorunlardan en az biriyle başa çıkması için zayıf adaya oy verme motivasyonu taşır. Ters stratejik oylamanın tüm seçim sistemlerinde olabileceği fakat tek üyeli çoğunlukçu modellerde daha yüksek olduğu yaygın kanaattir.

Stratejik oylamanın olmadığı durumlarda seçmen parti ya da aday için güçlü bağlara ve tercihlere sahiptir. Tercih ettiği tarafın gücünü abartma eğiliminde basmakalıp düşünceler geliştirir. Anket bilgileri ve siyasal enformasyon kaynakları tercihini etkilese de her birey bu bilgileri nesnel ve tarafsız değerlendiremeyebilir. Blais vd. nesnel bilgi durumunda seçmenlerin daha fazla stratejik oy verme eğiliminde olup olmadığını test etmekte ve genel bilgi düzeyinin stratejik kararı değiştirmede sonucuna varmaktadır. Araştırmaya göre internet postları, el afişleri, mailler ve gönderiler stratejik kararı etkilememektedir. Yine sonuçlardan siyasi çıkarı yüksek olanların stratejik oylama için daha fazla teşvik olduğunu öne sürmektedir. (Blais vd., 2018: 92) Fakat samimi seçmen, en yakın olduğu alternatifin kazanmaması bilgisi durumunda diğer alternatifleri de puanlaması gerektiğini bilir. Samimi seçmen seçimde tek başına oy kullanan seçmen gibi davranır. Eğer yöneleceği alternatifin seçimi kaybedeceğini algılasa diğer bir alternatifine yönelebilir.

Seçmenler; partiler, adaylar ve anketler arasındaki durum ne kadar karmaşıkça oy verme kararı üzerindeki baskı da o kadar artar. Kazananın tüm sandalyeleri aldığı seçimlerde karşı ittifakların koordinasyon düzeyi seçmen karar stratejileri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Seçmen seçim ortamında beklenti ve tercihleriyle zıt olan fikir ve enformasyon kaynakları ile karşılaştığında kaygı yaşar. Siyasi konumlanmaya muhalif bilgi kaynakları seçmen kararsızlığına neden olur. Ters ve zıt bilgi kaynaklarıyla karşılaşmanın partizanlığı, parti aidiyetini zayıflatıcı etkisinin olduğu bilinmektedir. (Dumitrescu & Blais, 2014: 460)

Bunun bir sonucu olarak stratejik seçmenin parti aidiyeti zayıf seçmen olduğu söylenebilir ve beklentilerinden elde edeceği faydayı maximize eden aday ya da partiden yana oy kullanacaktır. Abramson vd. İngiliz referandumunda yalnızca ulusal düzeydeki bilgilere dayanan seçmenin hâkim gündem belirli olduğundan neden taktiksel oy verdiğini araştırmakta ve bunu destekler bir sonuca varmaktadır. (Abramson vd., 2018: 42) Karşıt olarak kazanan her şeyi alır sistemlerinde büyük partilere orantısız avantaj sağladığından sıklıkla partizan oyların desteklediği Kanada'daki çoğunluk

hükümetlerine atıf yapılırlar. Çünkü partizan seçmenin stratejik oy verme olasılığı tercihlerin ve bağların yoğunluğundan dolayı daha düşüktür. Siyasal enformasyon düzeyi stratejik oy vermenin en önemli belirleyicilerinden biridir. Siyasal enformasyonun partizan seçimde daha düşük ve yanlış olduğu ifade edilebilir. Stereotipler geliştiren seçmen taraflı bilgilerden faydalanır. (Daoust, 2018: 83)

Yerel mülhazalar samimi oylama, ulusal mülhazalar stratejik oylama için teşvikler üretir. Seçimin kazanımı olmak yerel ve ulusal mülhazaların uyumunu gerektirir. Ayrıca bilgi kaynakları da stratejik oylamayı teşvik edebilir. Tercih edilen tarafın seçim sonuçlarına dair beklentilerde anketlerde kaybedeceği bilgisini edinmek stratejik oylamayı artırabilir. Burada stereotipler ve algılamaların önemi devreye girmektedir. Fakat seçmenler aday ve parti hakkında tam ve eksiksiz bir bilgilenmeye sahip olduğu durumda bu kaynaklar zıt olsada çoğunluğun peşine takılarak bu bilgileri görmezden gelebilir. (Callander, 2007: 653) Yani oyunu boşa harcama endişesi hem zayıf partileri hem de güçlü partileri terk ettirebilir.

Seçmen oy vereceği partinin kazanan koalisyonda olacağı beklentisine sahip değilse yakın olduğu partiyi terk edip kazanma beklentisi olan koalisyonda yer alan partiye oy verebilir. Duverger mantığına yakın olan bu görüş oy çokluğuna dayalı (First-past-the-post voting FPTP) sistemler için geçerlidir. FPTP Sistemlerde büyük partiye karşılık küçük partileri destekleyerek stratejik geniş çaplı koalisyon meydana getirme davranışı öncesine nazaran çok daha nadirdir. (Bargsted and Kedar 2009: 313) Anlaşılacağı üzere samimi ve stratejik oylamanın ortak yanı tercih ve faydalara bağlı olmasıdır. Farklı yanı ise seçim sonucuna ilişkin beklentilerdir. Samimi seçmenler beklentileri dikkate almazlar. Yani seçimde seçmen ya tercih edilene oy verecek, ya desteğini ifade edecek ya çekimser kalacak ya da sandığa katılımı reddedecektir. Seçmenin buradaki ikilemi ya favori adayına oy vermek ya da en çok sevdiği aday için görevini yerine getirmektir. Stratejik seçmen seçim sonucunu etkilemek için oy kullanır. Samimi seçmen küçük bir partinin kazanma şansı çok az olan spesifik alanlardaki politikalarına saf haliyle sevdiği için oy vermektedir.

Samimi seçmenin en önemli özelliği aday, parti, kişisel tercihler ve özelliklerle doğrudan ilgilenmemesidir. Sosyolojik oy verme davranışıyla benzer şekilde hane halkının davranışını doğrudan taklit edebilir. Görev duygusu olarak davranabilir. Seçimlerle ve politikayla doğrudan ilgilenmemesi rastgele oy vermesi de mümkündür. Tüm bunlarla birlikte vatandaşları ya tam haliyle saf stratejik seçmen ya da tam haliyle samimi seçmen olarak tanımlayabilecek genel geçer kabul mevcut değildir. Söz konusu eğilimlerde olan seçmenler (stratejik ve samimi seçmen özellikleri taşıyan seçmenler) en güçlü iki partiden herhangi birini de destekleyebilir. (Blais & Stephenson, 2018: 17)

Seçimin seçmen grupları üzerinde oluşturduğu baskı, gruplar içindeki seçmenlerin hâkim kanaatleri ve bireysel seçmenin faydacı yaklaşımı arasında bir denge üzerine inşa edilecektir. (Coate & Conlin, 2004: 1482) Seçmen grup tercihinden farklı bir tercihe oy verirse oylama düzenini manipüle edebilir ve henüz hiçbir seçim sistemi yanlış tercihleri güvenilir ve sağlam işleyen düzenler haline getirebilecek şekilde tasarlayamamıştır. (Gibbard, 1973: 590) Bu sebeptendir ki mekanik etkiler oylamadan sonra ortaya çıkar. Psikolojik etkiler ise oylamadan önce ortaya çıkar. Mekanik etki oylama sonucu birinci olan partiye seçim sisteminin kazandırdığı sandalye sayısıdır. Psikolojik etki ise seçmenin kimin kazanacağına dair algıları sonucu oylama yönünü değiştirmesidir. Seçmenlerin yanında siyasi partilerin de seçim öncesi ittifaklarında psikolojik etki görülebilir. (Blais vd., 2011: 1605) Çünkü seçim sistemi seçim sonuçlarını etkiler. Seçimlere girip girmeme noktasında partiler üzerinde seçim barajı gibi nedenlerden dolayı psikolojik etki bırakabilir. Oylama davranışını stratejik ya da samimi yönde etkileyebilir. Söz konusu iki faktör toplam psikolojik etkiyi meydana getirir. (Blais vd., 2011: 1607)

Seçim sisteminin bir sonucu olarak taktik oylama davranışı artabilir. Taktik oylama davranışının artması seçmenin parti, aday ya da liderle kurduğu partizan bağın giderek zayıflaması olarak yorumlanmaktadır. Kanıt olarak ise seçimler hakkında bilgilenme düzeyinde artış, eğitim seviyesinin artması ve kitle iletişim araçlarının mobilizasyonundaki artış gösterilmektedir. Bu özellikleri taşıyan seçmenin daha

fazla stratejik oy verme eğiliminde olduğu ifade edilmektedir. (Evans vd.,1998: 70) Seçmenin Bilgi ortamındaki değişiklikler (kitle iletişim araçları ve anketler), parti rekabeti, artan mobilizasyon önemli bölgesel tercih eşikleridir. (Evans vd., 1998: 73) Medyan seçmenin de bilgilenme düzeyiyle doğru orantılı olarak yürütmenin başının doğrudan seçildiği bir seçim sisteminde stratejik oy verme teşvikinin arttığı bilinmektedir. Seçmen bilgilenme düzeyiyle birlikte, siyasal yönelim dışındaki tercihler; kişisel karizma, medyanın başarılı kullanımı ve ulusal kahraman statüsü gibi özellikler nedeniyle merkez aday ya da parti dışında bir seçenek kullanabilir. (De Mesquita, 2000: 74) Stratejik seçmenler bunun bir sonucu olarak araçsal düşüncelerle hareket eder ve oy verdiği seçimden daha fazla bir sonraki seçimlere yatırım yapar. Stratejik oylama için uzak olmayan bir gelecekte seçim olması ve belirsizlik ortamının hâkim olması gereklidir. Çekişmeli bir rekabet ve tercih edilebilir alternatiflerin de olması gerekir.

Meffert nesnel anketleri ve partizan iş birliği sinyallerini manipüle ederek stratejik seçmenin karar verme motivasyonlarını incelemekte ve koalisyon sinyallerinin stratejik oy verme motivasyonunu artırdığını bulmaktadır. (Meffert & Gschwend, 2011: 641) Çünkü belirsizliğin hâkim olduğu bir seçimde psikolojik ya da samimi seçmenin oy verme davranışı doğru aday tercihini seçimler hakkında bilgilenme düzeyine göre değiştirebilir. (Degan & Li, 2014: 244) Hatırlanacağı üzere Duverger kanununa göre psikolojik etki seçim öncesi taraflar etrafında bir tür kutuplaşmayı mekanik etki ise oylara göre temsilde eksikliği ifade eder. Psikolojik etkide seçmen, küçük partilerden yana yapacağı tercihin seçim sonrası temsilde etki göstermeyeceğini fark eder ve temsilde etkili olacağını düşündüğü partiye yönelir. Mekanik etkinin tanımlanması oy ve sandalye sayısı arasındaki farktan dolayı kolaydır. Fakat psikolojik etkinin nasıl şekillendiği literatürde ciddi bir araştırma konusudur. Bu yüzden belirsizliğin hâkim olduğu seçim ortamlarında yapılan tutum değişiklikleri önemli işaretler vermektedir. Psikolojik etki siyasi elitler, partiler ve seçmen arasındaki karmaşık etkileşime göre şekillenir. Finlandiya örneğinde partilerin umutsuz oldukları bölgelerde aday göstermemesi bunun bir örneğidir. Ayrıca bu tespit Cox'un partilerin psikolojik etkiden dolayı konumlanmasına dair yaptığı açıklamaya da uygundur. (Blais & Carty, 1991: 84)

Psikolojik etkinin buradaki tanımı; seçmenin bu ortamda mevcut şartları gözlemleyip seçim barajına göre dışlanması muhtemel partileri desteklememeye karar vermesidir. Bu tespitler uyarınca stratejik oylamanın psikolojik etkinin sonucu olduğu söylenebilir. Sofistike oylama çalışmalarında aday profili tercihinin parti sıralamalarındaki yerleri de anket verilerinde kullanılmaktadır. Sofistike oylamaya çalışmalarında da seçmenler eksik bilgi durumunda mevcut belirsiz enformasyona güvenemediklerinden parti bağlılığını göz önünde bulundurarak karar veremezler. Dolayısıyla mevcut adaylar arasından seçim yaparlar. Duygu termometresi kullanılan söz konusu çalışmalar oylama hesabı olarak bilinmektedir. Sofistike oylama basit tanımla 3 adaylı bir yarışta seçmenin kazanma ihtimali olan birbirine yakın 2 aday ya da partiden birinden yana oy kullanmasıdır. Seçmen bu yolla seçimin karmaşık aktörlerini kategorize eder. Sofistike oy hem beklentilerin hem de tercihlerin göz önünde bulundurulması olarak tanımlanmaktadır. Hatırlanacağı üzere beklentiler stratejik oyda önemli iken tercihler samimi oylamada önemlidir. Sofistike oy bunların bir karması olarak tanımlanabilir. (Abramson vd., 1992: 63)

Battaglini; müzayede teorisinde müzayedeyi kazanan fakat aşırı yüksek teklif verdiği için sabotaj edilen kazananın laneti olarak bilinen davranışsal sorunla kararsız seçmenin lanetini kreatif şekilde karşılaştırmaktadır. Buna göre seçimler hakkında bilgili seçmenler rasyonel oy verir. Bilgisiz seçmenler ise ya statükoya yani kazanması beklenene oy verir ya da kararsız seçmenleri gözlemleyerek oy vermekten kaçınır. (Battaglini vd., 2010: 68)

Oylama maliyetini etkileyebilecek diğer faktörler her ülkede gözlemlenebilecek hava durumu, seçmen kayıt prosedürleri, seçim bölgesine olan ulaşım mesafesi olabilir. Ayrıca eğitim ve gelir gruplarında üst basamaklarda bulunanlar enformasyon düzeyleri artırıldığında seçime daha fazla katılım gösterebilir. (Feddersen, 2004: 110)

Toparlamak gerekirse seçmenin tercih ettiği aday ya da parti için içtenlikle mi yoksa araçsal olarak mı oy verdiği siyaset biliminin uzun süredir önemli araştırma problemlerinden biridir. (Bassi, 2008: 37) Bu



araştırmanın konusunu teşkil eden aynı anda hem çoğunlukçu hem de nispi temsil sisteminin etkileyeceği Cumhurbaşkanlığı hükümet etme sisteminde stratejik ve samimi oylamaya ilişkin öngörülere veri sağlayacak mevcut yerli literatürdeki çalışmaların uluslararası literatürdeki çalışmalara kıyasla yeterli olmamasından dolayı; bu aşamada uluslararası literatürdeki seçim sistemleri ve stratejik-samimi seçmen çalışmalarına değinilecektir.

### **Oylama Sistemleri ve Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi**

Gibbard ve Satherthwaite'in tüm oylama sistemlerinin stratejik oylama davranışına açık olduğunu öne sürdükleri araştırma oylama sistemleri ile ilgili literatürün ilk kırılma noktasıdır. (Ninbat, 2018: 5) Cox'ta bu iddiayı haklı çıkarıncasına tekli ve çoklu oylama sistemleri arasında vatandaşın nasıl oy verdiği ile ilgili ayrıma gider. Seçim sistemiyle oyların başarılı koordinasyonu doğrudan ilgilidir. (Cox, 1997) Blais ve Stephenson 1999 yılında İsrail'de ki erken seçimde Yitzhak Mordechai Ehud Barak Benjamin Netanyahu arasında stratejik oyların Mordechai daha fazla sevilmesine rağmen Netanyahu'ya karşı kazanma şansı algısından dolayı Ehud Barak'a gittiğini buluyor. Buna göre 5 adaylı seçimde Mordechai'nin seçimden çekilmesi stratejik oylar nedeniyle olmuştur.

Orantılı temsil sistemlerinde hiçbir oyun boşa gitmediği ve tam ve eksiksiz temsil edildiği varsayımı nedeniyle stratejik oylama üzerine yapılan araştırmalar nispi temsil sistemlerinde kullanılmamıştır. Fakat orantılı temsil sistemlerinde de sınırlı sayıda temsil sandalyesi bulunduğundan oy kaybı mümkündür. Cox'un çalışması tek üyeli değil (single member) değil orantılı temsil şartlarında oylamayı öngörmek amacıyla bir model geliştirmektedir. Orantılı temsil sistemi şartları altında parti aidiyeti olmayan ve küçük partileri destekleyen seçmen stratejik oy vermeye daha meyillidir. Bu şartlarda tercih edilen parti ya da adaydan stratejik nedenlerle olmayan ayrılmanın en önemli faktörü başka bir partinin liderine duyulan aidiyet nedeniyledir. Ayrıca yerel bir aday profiline duyulan bağ da bu nedenle stratejik nedenlerle olmayan ayrılışın nedeni olabilir. (Blais vd., 2014: 342)

Almanya ve Avusturya gibi seçim sistemlerinde görülen bu davranışta büyük parti seçmeni seçim barajı sınırında algıladığı küçük partiye emanet oy verebilir. Küçük parti destekçileri eğer partinin seçim barajının altında kalacağını kesin olarak algılayorsa oyunu boşa harcamamak için büyük partiyi destekleyebilir. Çoğunlukçu seçim sistemlerinde partiler arasında kutuplaşma ne kadar yüksek olursa stratejik kaçışlar o derece az olacaktır. İdeolojik bağlar nedeniyle seçmen fayda maximizasyonu ya da oylama hesabı yapmayabilir. Her koşulda FPTP ya da PR seçim sistemleri fark etmeksizin seçime katılan parti ne kadar çok olursa stratejik sapma o kadar kolay olacaktır.

Literatürdeki hâkim araştırmalardan farklı olarak iki turlu cumhurbaşkanlığı seçimlerinde stratejik oy verme davranışını inceleyen araştırmalar Cox'un ileri sürdüğü gibi iki turlu seçimlerde stratejik oylamanın daha az olması gerektiğini ifade eder. Bu görüşe göre seçmen daha fazla bilgiye stratejik oylama için ihtiyaç duyacaktır. Seçmen iki ayrı seçimde muhtemel olması gereken farklı adayları hesaplamak zorunda olduğundan stratejik oy daha seyrek olacaktır. Fransa modelinde olduğu gibi ilk turda öncelikli tercihlerin ikinci tura çıkması amaçlandığından ters stratejik oylama görülebilir. Almanya örneğinde Hristiyan demokratlar ve Sosyal Demokratlar'dan Hür Parti, Yeşiller Partisine %5 barajını aşmaları için liste oyu kullandığı bilinmektedir. (Blais vd., 2014: 341) Buna karşılık Clark ve Golder'a göre siyasal partilerin sayısını toplumsal güçlerin itici gücü belirler. Toplumsal mozaik ne kadar çeşitli olur ve genişlerse siyasal partiler de o yönde genişleyecektir. Seçim kurumları ve seçim yasaları ise toplumsal çeşitliliğin ya da hareketliliğin siyasal partiler üzerindeki baskısını dengelemeye yarar.

Özellikle orantılı temsil sistemlerinde siyasal partilerin sayısı sosyolojik faktörler olarak tanımlanabilecek toplumsal baskılara bağlı olarak doğru orantılı artacak ya da azalacaktır. Yani sosyal güçler parti sayısını belirlemede seçim yasalarından daha etkilidir. Seçim kurumları ve seçim yasaları toplumsal heterojenliği parti sayısına bağlayan bir ön eleme sistemi görür. Büyük ilçe bölgeleri büyük partiler için avantaj sağlar. Küçük partilere oy verme eğiliminde olan sosyal gruplar ise küçük ve tek

üyeli bölgelerde yükselecektir. Seçim kurumları ve yasalarının sıkı olduğu durumlarda politik müteşebbisler mevcut partiler içinde görev almaya istekli olacaktır. Fakat seçim yasaları esnek ise sosyal hareketlilik yeni siyasal partilerin ortaya çıkması anlamına gelir. (Clark & Golder, 2006: 686)

Anglo Amerikan seçimlerde sosyal hareketliliğin bir sonucu olarak çoğunlukçu oylama sistemlerinin birinci olan partiye oy sayısından çok daha fazla sandalye kazandırması Duverger'in mekanik etki dediği durumdur. Bununla birlikte seçmenler bu sistemlerde oyunu en etkili şekilde kullanmak için ilk iki sıradaki adaya odaklanırlar. Bu ise psikolojik etki dediği durumdur. Fakat bu durumda istisnası olan durumlar mevcuttur. Lago İspanya seçimlerinde büyük illere göre küçük seçim bölgelerinde üçüncü ve dördüncü sırada yer alan partilere oy verme ihtimalinin iki kat fazla olması durumunu sofistike oylama ve prima facie durumu olarak kavramlaştırmaktadır. (Lago, 2018: 70)

Bir diğer görüşe göre Duverger'in mekanik ve psikolojik etkiler dediği olgu Birleşik Krallık seçim modelinde büyümüştür. Buna göre muhafazakâr veya işçi partisi oyların yani sandalyelerin orantısız çoğunluğunu edinir. Üçüncü sırada yer alan Liberal demokratlar stratejik oylamadan dolayı her zaman eksik temsil edilir. Yani mekanik etkiler psikolojik etkilerle tamamlanır. (Abramson vd., 2018: 35) FPTP Sistemler ile PR sistemlerin bir arada kullanıldığı karma üyeli sistemlerin çoğunda bir oy tek üyeli bir bölgenin sonucunu belirlerken diğer bir oy partiyi desteklemek için kullanılır. Yani sistem FPTP ve PR sisteminin sonucunu ayrı ayrı birleştirir.

Birbirine zaman olarak yakın olan ya da eş zamanlı olan seçimlerde seçimlerde farklı partilere oy verme bölünmüş oy (split ticket voting) olarak tanımlanmaktadır. (Plescia, 2016: 10) Koalisyon sistemlerinde seçmenler için risk ve belirsizlik, seçim sonrası hangi partinin çoğunluk koalisyonu kuracağı hakkındadır. Çoğunlukçu sistemde ise seçmenin endişesi tercih edilen partiye verilen oyun kazananı hangi yönde etkileyeceği üzerine olan belirsizliktir. Stratejik ve samimi seçmen oylamasının oylama sistemlerindeki karşılığı bu temel üzerine kuruludur. Bargsted & Kedar 2006 İsrail Ulusal Seçimlerini incelendiği araştırmada koalisyon sistemlerinde seçmenlerin kendilerine ideolojik olarak yakın olan adaya çoğunlukçu sistemlere kıyasla daha az oy verdiğini ortaya koyuyor. (Bargsted & Kedar, 2009: 315) Amerikan ve Alman seçmenleri karşılaştırmasında görüldüğü gibi stratejik seçmen bu nedenle ikinci tercihinin ilk tercihinin oranla göstereceği aday, parti, program performansından etkilenecektir. Bu nedenle stratejik seçmenin çoğunluk tarafından kayırılan tarafta olacağı kuvvetli bir ihtimaldir. Beğeni ve kazanma ihtimali arasındaki ayırım nedeniyle bir adayı ya da partiyi daha çok beğendiği halde kazanma şansının düşük algılanması stratejik oy vermeye neden olacaktır. (Abramson vd., 2010: 63) Seçmen bu nedenle ulusal düzeyde rekabet yüksek olduğunda ülkede ve seçim bölgesinde farklı kararlar verebilir. İki türlü çoğunlukçu Cumhurbaşkanlığı seçim sistemlerinde en belirgin stratejik oylama davranışı ilk turda zayıf adayların terk edilmesidir. İlk turda seçmenler sevdikleri mi yoksa kazanmasını istedikleri mi adayı tercih edecekleri ikilemiyle karşı karşıya kalırlar. Mantık FPTP seçim sistemleriyle aynı olmakla birlikte seçmen ikinci tura çıkma olasılığı yüksek olan adaydan yana stratejik hamle yapacaktır. Yani seçmen hem ilk turu hem de ikinci turu hesaplamak zorundadır. İki adayın ikinci tura çıkması kesinleşirse seçmenler alt sırada yer alan adayı ikinci turda spesifik konularda politikalara ağırlık vermesi için destekleyebilir. Bunun en tipik örneği Fransa seçim sistemidir. Fransa örneğinde devlet başkanının partisi parlamentoda çoğunluk olmayabilir. Fakat Fransa'da Cumhurbaşkanlığı ile parlamento seçimi aynı anda olmadığından bu beklentiler devreye girmemektedir. Cumhurbaşkanlığı ve yasama kombinasyonunun aynı anda dikkate alınması gerektiği bir durumda seçmenin nasıl davranacağı da bu araştırmanın ana problemini teşkil etmektedir.

ABD örneğinde seçmen üç seçim kombinasyonunu dikkate almak zorundadır. Fakat aynı anda yapılmadığından burada da beklentilerin farklı olabileceği gözlemlenebilir. Söz konusu sofistike oylama sistemlerinde bölünmüş hükümet sorunu literatürde dikkate değer bir yer işgal etmektedir. Kanada ve Birleşik Krallık dışında çoğu seçim sistemi FPTP ve PR sistemlerin bir karışımıdır. Orantılı temsil sistemlerinde İsrail ve Hollanda örneğinde görüldüğü gibi ülke tek bir bölge olarak modellenebilir. Ya da İspanya ve Norveç örneğindeki gibi çok üyeli bölgelere ayrılabilir. Parlamento temsili oy oranına

göre dağıtılır. Bölge, yasama ve hükümette kimin olacağı oylanıldığından stratejik oylama araştırmaları için zengin bir veri kaynağı sağlar. Çünkü partiler ve bölge adayları sıklıkla seçmene oyunu boşa vermemesi gerektiğini içeren mesajlarla dolu kampanya stratejileri yürütür. Yakın hissedilen partiye seçim barajı eşliğini aşdırmak PR ve FPTP sistemlerinde stratejik ve samimi seçmenin ortak davranışı olabilir.

FPTP sistemlerde seçmenlerin bölgesel olarak karar verme eğilimi vardır. Fakat bölgesel kararlarını ulusal şartlar etkiler. Stratejik oylamaya ilişkin çalışmalar bu sebepten literatürde FPTP sistemlerde yoğunlaşmaktadır. Kanada ve Birleşik Krallık modellerinde seçmenler tek kamaralı ulusal hükümeti kimin kazandığı ya da kaybettiğiyle ilgilenir. Fakat ABD modelinde görüldüğü gibi temsilciler meclisi ve senatodan gelen sonuçlar hükümeti kimin kuracağını etkiler. Dolayısıyla ABD modelinde seçmenler sadece bölgesel değil aynı zamanda ulusal düzeyde karar vermek zorundadır. (Blais & Stephenson, 2018: 9) Klasik stratejik oylama araştırmalarında seçmenin yalnızca yerel düzeyde stratejik oylama için teşvik olduğu durumlarda ulusal düzeyde farklı bir tercihte bulunacağı fakat ulusal düzeyde stratejik oylama için teşvik olduğu durumda yerel düzeyde de stratejik oy verme eğiliminde olacağı ifade edilmektedir. Bunun gerekçesi olarak ise yerelde faktörlerin daha çeşitli (etnik köken, aday profili vb.) olması ifade edilmektedir. Ayrıca yerelde sonuca dair enformasyon kaynakları kısıtlıdır. Fakat ulusal düzeyde yapılan anketler tam ve eksiksiz bir bilgilenme ortamı sağlayabilir.

Modern westminster modeli parlamenter sistemlerde seçmen yerel düzeyde verdiği oyların ulusal sonuçlarını hesap etmek zorundadır. Medya genelde ulusal gündeme odaklandığından seçmen beklentilerini şekillendirirken iyi kaynaklara sahipken yerelde bilgi kaynaklarının boyutu ve niteliği düşük olabilmektedir. Ulusal ve yerel enformasyon kaynaklarının yeterliliği de önemli bir faktördür. (Abramson vd., 2018: 50) Fakat hangi model ve örnek ülke göz önünde bulundurulursa bulundursun Oylama sistemlerinin hiçbirinde samimi seçmenlerle stratejik seçmenler arasında Nash dengesi oluşturulamaz. (Bassi, 2008: 23) Her seçimin yürütüldüğü zamana özgü kendine has nitelikleri vardır.

### **2023 Genel Seçimi Siyasi Partiler ve İttifaklar**

2023 seçimlerine girecek partiler ve ittifaklar dikkate alındığında 2023/643

Sayıli Yüksek Seçim Kurulu kararıyla 24 siyasi parti 14 Mayıs 2023 28.Dönem Milletvekilliği Genel Seçimine girecek durumdadır. (YSK, 2023a)

26 Siyasi parti aday listelerini sunmuş ve Cumhuriyet İttifakı, Millet İttifakı, Emek ve Özgürlük İttifakı, Ata İttifakı ve Sosyalist Güç Birliğı ittifakı olarak 5 ayrı siyasi parti ittifakı altında oy pusulasında yer alacaktır.

Söz konusu partiler; "Adalet Birlik Partisi, Adalet Partisi, Adalet ve Kalkınma Partisi, Anavatan Partisi, Bağımsız Türkiye Partisi, Büyük Birlik Partisi, Büyük Türkiye Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi, Genç Parti, Güç Birliğı Partisi, Hak ve Özgürlükler Partisi, Halkın Kurtuluşu Partisi, İYİ Parti, Memleket Partisi, Millet Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi, Milli Yol Partisi, Sol Parti, Türkiye İşçi Partisi, Türkiye Komünist Hareketi, Türkiye Komünist Partisi, Vatan Partisi, Yeniden Refah Partisi, Yenilik Partisi, Yeşiller ve Sol Gelecek Partisi, Zafer Partisi'dir.

Her bir ittifak içerisindeki siyasi partilerin her birinin geçerli oyu; ittifakı oluşturan siyasi partilerin o ilçede tek başına aldıkları oy sayısına, ittifakın ortak oylarından gelen payın ilave edilmesiyle elde edilir. İttifak yapan her bir partiye ortak oylardan gelen pay; ittifak yapan siyasi partilerin tek başına aldıkları oyun bu partilerin toplam oyuna bölünmesi ile elde edilen katsayının ittifakın ortak oyu ile çarpımı sonucu elde edilecektir (YSK, 2023b).

Cumhuriyet İttifakı; Adalet ve Kalkınma Partisi, Büyük Birlik Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi ve Yeniden Refah Partisi'nden oluşacaktır. Millet İttifakı; Cumhuriyet Halk Partisi ve İYİ Parti'den oluşacaktır. Ata

İttifakı; Zafer Partisi ve Adalet Partisi'nden oluşmaktadır. Emek ve Özgürlük İttifakı; Yeşiller Sol Parti ve Türkiye İşçi Partisinden oluşmaktadır. Sosyalist Güç Birliği İttifakı; Türkiye Komünist Hareketi, Türkiye Komünist Partisi ve Sol Parti'den oluşmaktadır.

13 Siyasi parti ittifaklarda yer almadan seçime girmekte ve oy pusulularında yer almayan partilerin ittifak bileşenlerinin ana akım partilerinin listelerinden seçime girmesi öngörülmektedir.

## SONUÇ

2022 yılında yapılan son değişiklikle birlikte Türkiye'de milletvekili seçim sistemi usulü tek dereceli ve nispi temsil sistemine göre bütün yurttaki aynı gün yapılacak şekilde düzenlenmiştir. Ayrıca siyasi partilerin ittifakla seçime katılması kanunla düzenlenmiş durumdadır. Buna göre ittifak yapacak siyasi partiler bir ittifak protokolünü Yüksek Seçim Kuruluna temsil ederek seçime yukarıda aktarılan kendi aday listeleriyle ya da destekledikleri ittifak partilerinin listesinden katılacaktır. İttifak protokolünde ittifak ünvanının da belirtilmesi talep edilmektedir. Ayrıca ittifaka dahil olma, çekilme gibi başlıklar da söz konusu düzenlemede yer almaktadır. Seçim ittifakı seçmen pusulularında da yer alacaktır. İttifaka katılan siyasi partilerin listesi, ittifak adı, genel başkanların isimlerinin yer aldığı birleşik oy pusuluları düzenlenecektir. Söz konusu düzenlemeye göre "ittifak içerisindeki siyasi partilerin her birinin geçerli oyu; klasik anlamda D'Hondt uygulaması olarak bilinen, ittifakı oluşturan siyasi partilerin o seçim çevresinde tek başına aldıkları oy sayısına, ittifakın ortak oylarından gelen payın ilave edilmesiyle elde edilecektir." (Milletvekili Seçim Kanunu, 2022)

İttifak yapan siyasi partilere ortak oylardan gelecek pay her bir siyasi partinin tek başına aldığı oyun ittifakın toplam oyuna bölünerek elde edilecek kat sayı ile ortak oyların toplamının çarpımı sonucu belirlenecektir. Ayrıca Cumhurbaşkanı Seçim Kanununda yapılan düzenleme gereği Türkiye Büyük Millet Meclisi (T.B.M.M) yani milletvekili genel seçimi ile Cumhurbaşkanlığı seçimi aynı gün yapılacaktır. Cumhurbaşkanlığı seçiminde ilk turda oyların salt çoğunluğunu eğer sağlanamazsa ikinci turda (sonraki Pazar günü) oyların çoğunluğunu alan aday Cumhurbaşkanı seçilecektir. (Cumhurbaşkanı Seçim Kanunu, 2022)

Seçimlerde seçim barajı %7 olarak uygulanacak, oy toplamı ülke genelinde %7'yi aşan ittifakların seçim bölgelerindeki milletvekili dağılımı bölgedeki oy sayılarına göre hesaplanacaktır. Söz konusu düzenlemeler ve aktarılan bilgiler uyarınca 2023 yılında yapılması öngörülen milletvekili genel seçimi ve cumhurbaşkanlığı seçiminde seçmenin önüne değerlendirmesi gereken nispi temsil (PR) sistemine ittifaklar uyarınca seçim yapacağı ve çoğunlukçu sisteme (FPTP) göre aday seçimi yapacağı (Seçimin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanun, 2022) iki ayrı pusula yani bu makalenin tartışma konusunu teşkil eden iki ayrı korelasyon (Stratejik seçmen ve samimi seçmen) gelecektir.

Çalışma bulgularında da belirtildiği üzere samimi oy veren seçmen, desteklediği partinin eşiği aşmış parlamentoda asgari düzeyde temsilini amaçlayabilir. Stratejik seçmen başkanlık yarışında bölge çapında oy verdiği parti ve liderini terk edip kazanmasını istemediği tarafa rakip adaya oy verebilir. İki modelin bir arada ve aynı anda gerçekleşeceği seçimde seçmenlerin nasıl davranacağına dair öngörüler yerli yazına önemli bir katkıdır. İsviçre ve Japonya'da uygulanan karma sistemde yapılan araştırmalar gerekli ipuçlarını verebilir. Seçmenler TBMM Parlamentosu seçimlerinde samimi oy verme davranışı, Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde stratejik oy verme davranışı eğiliminde olabilir. Sistem değişikliği sonrası kurulan partiler çoğunlukla samimi oy verme eğilimi olan seçmenlerden oluşabilir. Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminin düalist baskısına rağmen birçok yeni partinin kurulmuş olması bu savı destekler niteliktedir. Ulusal anketlerde boyutu oldukça fazla olan kararsız seçmenler çoğunlukla stratejik oy verme eğilimi olan seçmenlerden oluşabilir. Bunun bir uzantısı olarak seçmenler TBMM Parlamentosu seçimlerinde samimi oy verme davranışı, Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde stratejik oy verme davranışı eğiliminde olabilir. Ülke çapında stratejik oylama (FPTP) bölge çapında samimi oylama (PR) sonucuna seçimlerden önce ve sonra tutum değişikliklerini de içeren öngörülerden oluşan araştırma modelinin tasarlanması için tutum değişikliği araştırmalarının yapılması

gerekmektedir. Stratejik ve samimi seçmen katsayısını araştırarak çalışmalar, genel seçmen içinde küçük bir dilimi kapsadığı düşünülse de salt çoğunlukla belirlenen Cumhurbaşkanlığında kazanımı belirleyen önemli bir parametre olarak karşımıza çıkmaktadır.

Duverger'in çoğunlukçu sistemin parti sisteminin parçalanmasını engellediği görüşünü Türkiye'de seçim öncesi küçük ve büyük partiler arasında yapılan ittifaklar hakkı çıkarmaktadır. Fakat yine bir Duverger görüşü olarak T.B.M.M milletvekilliği genel seçiminde uygulanacak nispi temsil sistemi küçük partilerin yetersiz temsil edilmesini engelleyecek ve küçük partiler ittifak partileri altında seçime girerek bu eşiği aşmak isteyecektir. Yeni kurulan küçük partilerin %50 + 1 kazanan sisteminde azınlık oyların öneminden dolayı portföy maximize etme girişimleri büyük partilerin temsilini olumsuz etkileyebilir.

Seçim sonrası tutum değişikliği araştırmalarını içeren doğrudan ve dolaylı yaklaşımlar; stratejik ve samimi seçmen katsayısının tespitiyle gelecek seçimlerde oylama davranışının, seçim sisteminin ve dahi Türkiye siyasetinin daha iyi anlaşılabilmesi için gerekli ipuçlarını verecektir. Aday yaşayabilirliği (politik olarak hayatta kalma) faktörü geçmiş seçimlerden farklı olarak bölgesel oylamada yani milletvekilliği genel seçimi adaylığında önemli olacaktır. Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminde yapılacak 2023 seçimlerine yönelik kamuoyu yoklamaları, anket bilgileri ve siyasal enformasyon kaynakları yeni oylama sisteminin söz konusu getirileri ve ihtimalleri göz önünde bulundurulduğunda sonuçları tahmin etmede nesnel ve tarafsız bilgi sağlamada yetersiz kalacaktır. Cumhurbaşkanlığı seçimi ilk turunda mülteci meselesi gibi spesifik sorunları gündeme getiren yeni kurulan partilerin lehine ters stratejik oylama davranışı görülebilir. Konvansiyonel medyaya alternatif (sosyal medya ve mobilite) enformasyon kaynaklarının artmasından dolayı stratejik oy verme davranışı samimi oy verme davranışına nazaran daha şiddetli olacaktır.

Duverger mantığa uygun olarak güncel aday tartışmaları oylamadan önce ortaya çıkan psikolojik etkileri hakkı çıkarmaktadır. Seçim barajı ve seçim ittifaklarına yönelik güncel düzenlemelerle yeni ittifakları ortaya çıkaracak psikolojik etkiler görülebilir. Mevcut seçim ittifakları kadar seçim sonrası iş birliği sinyalleri de stratejik oy verme davranışını artıracaktır. Kazanması muhtemel olarak algılanan adayların aday gösterilmemesi durumunda hem beklenti (stratejik oy verme) hem de tercihlerin (samimi oy verme) bir karması olarak sofistike oylama görülebilir. Kamuoyu yoklamalarında yüzdelik dilimi bir hayli fazla görülen kararsız seçmen, protesto oyların artmasına ya da seçim katılımının düşmesine neden olabilir. Cox'un m+1 formülü uyarınca orantılı temsil şartlarında parti aidiyeti olmayan ve küçük partileri destekleyen seçmen eş zamanlı seçimde T.B.M.M milletvekilliği ve Cumhurbaşkanlığı için farklı tercihlerde bulunabilir. Yine Cox bakış açısına uygun olarak seçime girecek parti sayısının çokluğu stratejik kaçışları artırabilir. İttifak toplam oyları seçim barajını aştığında bölgesel olarak paylaştırılacağından barajı aşması için partilere verilecek Alman seçim sistemine benzer emanet oy davranışı görülmeyecektir. Fakat bunun için seçmenin tam ve eksiksiz bilgilenmesi gerekir. Bundan farklı olarak Fransa modeliyle benzer şekilde seçmen iki turu ayrı ayrı hesaplamak zorunda olduğundan ilk turda samimi oy verme davranışı artabilir.

Yeni partilerin ortaya çıkışı ve siyasi girişimcilerdeki hareketlilik göz önüne alındığında yeni seçim yasalarının sosyal hareketliliği artırıcı bir etki yaptığı söylenebilir. FPTP ve PR sistemin sonucunu aynı anda birleştirecek 2023 seçiminde bölünmüş oyların (split ticket voting) görülmesi de olasıdır. Bu seçmen; ilk tercihinden farklı bir partinin aday, parti ve program performansından etkilenen seçmenler olacaktır. Özellikle etnik kimlik motivasyonlu oylarda bu davranış görülebilir. Fransa örneğinde görüleceği gibi Cumhurbaşkanının partisi parlamentoda çoğunluk olmayabilir. Seçim ittifaklarının Cumhurbaşkanlığı seçimine yönelik seçmene yönelteceği stratejik teşviklerin eksiksiz yerine getirilmesi iki ayrı turda iki ayrı seçim kombinasyonu karşı karşıya kalacak seçmenin tam ve eksiksiz bilgilendirilmesini gerektirmektedir. Seçmenin Birleşik Krallık ya da Kanada modellerinden farklı olarak ABD modelinde görüleceği üzere hem yerel (milletvekilliği) hem de ulusal (Cumhurbaşkanlığı) düzeyde oy verecek olması çapraz oyları tetikleyebilir.

## KAYNAKÇA

Abramson, P. R., Aldrich J.H., Diskin, A., Houck, A.M, Levine, R. & Scotto, T.J., (2018). The effect of national and constituency expectations on tactical voting in the british general election of 2010. Stephenson Laura B. et al. (Ed). The many faces of strategic voting and political institutions, 32, 28-61.

Abramson, P. R., Aldrich, J. H., Blais, A., Diamond, M., Diskin, A., Indridason, I. H., Lee, D. J., & Levine, R. (2010). Comparing strategic voting under FPTP and PR. *Comparative Political Studies*, 43(1), 66, 61–90. <https://doi.org/10.1177/0010414009341717>

Abramson, P. R., Aldrich, J. H., Paolino, P. & Rohde, D. W. (1992). “Sophisticated” voting in the 1988 presidential primaries. *The American Political Science Review*, 86(1), 59, 55–69. <https://doi.org/10.2307/1964015>

Bargsted, M. A. & Kedar, O. (2009). Coalition-Targeted duvergerian voting: how expectations affect voter choice under proportional representation. *American Journal of Political Science*, 53(2), 313, 307–323. <http://www.jstor.org/stable/25548120>

Bassi, A. (2008). Voting systems and strategic manipulation: an experimental study. *Journal of Theoretical Politics*, 14, 1-35.

Battaglini, M., Morton, R. B. & Palfrey, T. R. (2010). The Swing voter’s curse in the laboratory. *The Review of Economic Studies*, 77(1),78, 61–89. <http://www.jstor.org/stable/40587621>

Blais, A. & Carty, R. K. (1991). The Psychological impact of electoral laws: measuring duverger’s elusive factor. *British Journal of Political Science*, 21(1), 90, 79–93. <http://www.jstor.org/stable/193756>

Blais, A. & Stephenson, B.(2018).Strategic voting and political institutions. Stephenson Laura B. et al. (Ed). The many faces of strategic voting and political institutions, 14, 1-28.

Blais, A. & Degan, A. (2017). The empirical study of strategic voting. *Actualite Economique*, 93(1-2), 59,47-78.

Blais, A., Erisen, C. & Rheault, L. (2014). Strategic voting and coordination problems in proportional systems: An experimental study. *Political Research Quarterly*, 67(2), 393, 386–397. <http://www.jstor.org/stable/24371802>

Blais, A., Lachat, R., Hino, A. & Doray-Demers, P. (2011). The Mechanical and psychological effects of electoral systems: a quasi-experimental study. *Comparative Political Studies*, 44(12), 1605, 1599–1621. <https://doi.org/10.1177/0010414011407472>

Blais, A., Young, R. & Turcotte, M. (2005). Direct or indirect? Assessing two approaches to the measurement of strategic voting. *Electoral Studies*, 165, 163-176.

Blais, A., Loewen, P., Rubenson, D., Stephenson, Laura B. & Gidengil E. (2018). Information on party strength and strategic voting: evidence of non-effects from a randomized experiment. Stephenson Laura B. et al. (Ed). The many faces of strategic voting and political institutions, 92, 89-104.

- Bol, D., Blais, A. & Labbé St-Vincent, S. (2018). Which matters most: party strategic exit or voter strategic voting? A laboratory experiment. *Political Science Research and Methods*, 6(2), 235, 229-244.
- Callander, S. (2007). Bandwagons ve momentum in sequential voting. *The Review of Economic Studies* , Jul., 2007, Vol. 74, No. 3 (Jul., 2007), s.653.
- Clark, W. R. & Golder, M. (2006). Rehabilitating duverger's theory: testing the mechanical and strategic modifying effects of electoral laws. *Comparative Political Studies*, 39(6), 685, 679–708. <https://doi.org/10.1177/0010414005278420>
- Coate, S. & Conlin, M. (2004). A group rule: utilitarian approach to voter turnout: theory and evidence. *The American Economic Review*, 94(5), 1487, 1476–1504. <http://www.jstor.org/stable/3592831>
- Cox, G. W. (1997). *Making votes count : Strategic coordination in the world's electoral systems*. Cambridge University Press. Accessed March 26, 2022. ProQuest Ebook Central.
- Daoust, J. F. (2018). Support for minority government and strategic voting. Stephenson Laura B. et al. (Ed). *The many faces of strategic voting and political institutions*, 75-89.
- De Mesquita, E. B. (2000). Strategic and nonpolicy voting: A coalitional analysis of Israeli electoral reform. *Comparative Politics*, 33(1), 63–80. <https://doi.org/10.2307/422424>
- Degan, A. & Li, M., Psychologically-based voting with uncertainty. CESifo Working Paper, 5014. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2512801>
- Degan, A. & Merlo, A. (2009). Do voters vote ideologically. *Journal Of Economic Theory*. 144, 1868–1894.
- Dumitrescu, D & Blais, A. 2014. Anxiety and vote decision making in winner-take-all elections. *Canadian Journal of Political Science*. 47: 3: 451-474.
- Duverger, M. (1974). *Political parties*. Bilgi Publishing.
- Evans, G., Curtice, J. & Norris, P. (1998). New labour, new tactical voting? The causes and consequences of tactical voting in the 1997 general election. *British Elections & Parties Review*, 8(1), 65-79.
- Feddersen Timothy, J. (2004). Rational choice theory and the paradox of not voting. *Journal of Economic Perspectives*, 18 (1): 99-112.
- Fisher, S. D. (2004). Definition and measurement of tactical voting: The role of rational choice. *British Journal of Political Science*, 34(1), 152–166. <http://www.jstor.org/stable/4092405>
- Gibbard, A. (1973). Manipulation of voting schemes: A general result. *Econometrica*, 41(4), 587–601. <https://doi.org/10.2307/1914083>
- Lago, I. (2018). Strategic voting in changing times: The 2016 election in Spain. Stephenson Laura B. vd. (Ed). *The many faces of strategic voting and political institutions*, 61-75.

Lebon, I., Baujard, A., Gavrel, F., Igersheim, H. & Laslier, J. F. (2018). Sincere voting, strategic voting: A laboratory experiment using alternative proportional systems. Stephenson Laura B. vd. (Ed). The many faces of strategic voting and political institutions, 203-233.

Meffert, M. F. & Gschwend, T. (2011). Polls, coalition signals and strategic voting: an experimental investigation of perceptions and effects. European Journal of Political Research, 50(5), 636-667. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2010.01986.x>

Neumann, N. E. (1998). *Discovering the spiral of silence*. Dost Publishing House.

Ninjabat, U. (2018). A missing proof of The Gibbard-Satterthwaite theorem. Hitotsubashi Journal of Economics, 59(1), 1–8. <http://www.jstor.org/stable/44711483>

Plescia, C. (2016). Split-Ticket voting in mixed-member electoral systems: A theoretical and methodological investigation. A thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy. University of Dublin Department of Political Science, Trinity College Dublin.

Riker, W. H. & Ordeshook, P. C. (1968). A Theory of the Calculus of voting. The American Political Science Review, 62(1), 25–42. <https://doi.org/10.2307/1953324>

Sen, A. (1971). Review of theory of voting, The Economic Journal, 81(324), 1024–1026. <https://doi.org/10.2307/2230373>

Van der Straeten, K., Laslier, J.-F., Sauger, N., ve Blais, A. (2010). Strategic, sincere, and heuristic voting under four election rules: An experimental study. Social Choice and Welfare, 35(3), 435–472.

Resmi Gazete. (2022, Aralık). *Milletvekili Seçimi Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*. Kanun No. 7393 <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/04/20220406-1.htm#:~:text=MADDE%209%2D%20298%20say%C4%B1%C4%B1%20Kanunun,oy%20kullanma%20hakk%C4%B1ndan%20yoksun%20b%C4%B1rak%C4%B1lamaz.>

Resmi Gazete. ( 2022, Aralık ). *Milletvekili Seçim Kanunu*. Kanun No: 2839. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2839.pdf>

Resmi Gazete. ( 2022, Aralık ). *Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanun*. Kanun No: 298 <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.4.298.pdf>

Resmi Gazete. (2022, Aralık). *Cumhurbaşkanı Seçim Kanunu*. Kanun No:6271. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=6271&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>

Harvard Üniversitesi Veri Tabanı. (2022, Kasım). *Seçimsel Demokrasi Araştırması*, <https://dataverse.harvard.edu/dataverse/MEDW>

2023 a <https://www.ysk.gov.tr/doc/karar/dosya/1542793/2023-643.pdf>

2023 b <https://www.ysk.gov.tr/doc/genelge/dosya/77668/2018CBMV-Genelge136.pdf>