

Stratejik Oy Verme Davranışı: Sistemik Literatür İncelemesi

Strategic Voting Behavior: A Systematic Literature Review

Betül AYDOĞAN ÜNAL*

Öz

Seçmenlerin, bir hedefe ulaşmak amacıyla en çok tercih ettikleri partiden başka bir partiye oy vermeleri “stratejik” oy verme davranışı olarak tanımlanır. Stratejik oy verme, yaklaşım olarak seçmenlerin her durumda en çok tercih ettikleri partiye oy verdiğini varsayan temel kuramlar ayrıştır. Bu çalışma, stratejik oy verme davranışına literatürdeki farklı yaklaşımları açıklamayı ve bu davranışın ortaya çıkmasında etkili olan bireysel ve yapısal unsurları sistemik bir şekilde ele almayı amaçlamaktadır. Bu davranışın ortaya çıkmasında analitik düşünme gücü gibi bireysel unsurlar etkili olabildiği gibi, ülkenin demokrasi geçmişi, seçilen temsilci sayısı, seçim barajı ve seçim sisteminin türü gibi yapısal unsurlar da etkili olabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Seçmen davranışı, stratejik oy verme, seçim sistemleri

Abstract

It is defined as “strategic” voting behavior in which voters cast their votes for a party other than the most preferred with a goal to achieve. Strategic voting, as an approach, breaks down the basic theories assuming that people vote for the most preferred party in any case. This study aims to explain the different approaches in the literature to strategic voting behavior and to systematically review the individual and structural factors that are affecting this type of behavior. Individual elements such as analytical thinking power and structural factors such as country’s democratic past, number of elected representatives, election threshold and type of electoral system are factors affecting strategic voting behavior.

Keywords: Voting behavior, strategic voting, electoral systems

Giriş

Bir seçmen için en çok tercih ettiği partiye oy atacağı seçim, “kolay seçim” olarak nitelendirilir. Bu nitelendirmenin dolaylı olarak gösterdiği gibi, her seçim seçmenler için kolay seçim değildir. Bazı durumlarda seçmenler, çeşitli sebeplerle en çok tercih ettikleri partiden farklı bir alternatif yönelmeyi seçerler. Bu sebeplerden biri, en çok tercih ettiği partinin seçimi kazanma şansının olmamasıdır. Bu durumda seçmen, kazanma şansı olan ve kendisine ideolojik olarak yakın hissettiği başka bir partiye oy vererek oyunun harcanmasını önlemek ister. Bu çalışmada, stratejik oy verme davranışının seçmen davranışı literatüründeki yeri, oluşmasını etkileyen bireysel ve yapısal unsurlar, temel varsayımları sistemik bir biçimde ele alınacaktır. Ayrıca, bahsedilen unsurlar detaylı olarak incelenecek ve stratejik davranma mekanizmasında oynadıkları rol çözümlenmeye çalışılacaktır.

Seçmen davranışı literatüründe bu stratejik davranıştan ilk kez 1869 yılında Henry Droop tarafından bahsedildiği kabul edilir: “*Duyarlı seçmenler en çok oyu alanın kazandığı seçim sistemlerinde daha az tercih edilen fakat daha fazla kazanma şansına sahip kişiye oy verebilirler*” (Droop, 1869). En çok tercih edilen partiden farklı bir partiye oy verilen durumlar, literatürde *taktiksel*, *sofistike* ya da *stratejik* oy verme olarak adlandırılır. Birbiri yerine geçebilecek bu tanımlamalardan stratejik oy verme, son yıllarda literatürde genel kabul gördüğü için bu çalışmada da bu şekilde kullanılacaktır.

Günümüze kadar stratejik oy vermeyi farklı ve daha geniş tanımlayan çalışmalar da yapılmıştır. Örneğin, Japonya genel seçimleri üzerine çalışma yapan Kei Kawai ve Yasutora Watanabe’ye (2013) göre, stratejik seçmen ile yanlış mevzilenmiş seçmen ayrı gruplar olarak değerlendirilmelidir. Yanlış mevzilenen seçmen en çok tercih ettiği partiden başkasına yönelebilir ama bunun arkasındaki motivasyon stratejik oy vermeye yol açan motivasyonlardan değildir. Seçmen, oy verme kararını çok geç verdiği için alelacele bir partiyi seçmiş olabilir ya da çekimser kalabilir. Diğer yandan, bir seçmen diğer seçmenlerin oy eğilimlerini göz önünde

* Araş. Gör. Dr. Ege Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, betul.aydogan@ege.edu.tr

bulundurduğu halde stratejisi gereği yine en çok tercih ettiği partiye oy verebilir. Bu kavramsal çerçeveye göre, genelin önemli bir kesimi (%75,3 - 80,3) stratejik seçmendir, fakat sadece küçük bir bölümü (%2,4 - 5,5) yanlış mevzilenmiştir.

Stratejik oy verme davranışının tanımlanmasına getirilen bir diğer farklı bakış, kavrama daha geniş bir perspektiften yaklaşan Donald J. McCrone (1977) tarafından kazandırılmıştır. McCrone'a göre en basit strateji, samimi davranarak en çok tercih edilen partiye oy vermektir. Seçmenlerin oy verme sırası her zaman tercih sıralarını yansıtmaz. Stratejik oy verme olgusu; dinamik ve akışkandır. Seçmenler sadece meselenin içeriğiyle değil, aynı zamanda diğer seçmenlerin olası davranışlarıyla, üzerinde tartışılan siyasi meselelerin çeşitliliğiyle ve seçimlerin olası sonuçlarıyla da ilgilenirler.

Stratejik oy verme davranışına böylesi geniş perspektiften bakmak bu davranışın ölçülmesiyle ilgili birtakım zorluklar doğurmaktadır. Bu zorlukların başında, oya yansımayan stratejilerin seçim öncesi kurulup kurulmadığını öğrenmek gelir. Bu bilgiye erişmek için de seçim öncesi bir araştırma yapmak gerekecektir. Geniş kapsamlı bir araştırmayla ancak seçmenlerin niyetlerine ulaşılabilir. Ayrıca, seçmenin belirlediği stratejiyi uygulayıp uygulamadığının görülmesi için de seçim sonrası bir araştırma (*ex-post*) yapılmalıdır. Bu sebeplerden olacak ki bu geniş perspektif, literatürde çok kişi tarafından benimsenmemiştir.

En çok tercih edilen partinin seçilme ihtimalinin olmadığı durumlarda seçilme ihtimali olan partiye yönelme, stratejik oy verme örneklerinden biridir. Bu durum, Droop'tan sonra pek çok kez literatürde ampirik olarak test edilmesine rağmen, teorik açıklaması ilk kez Maurice Duverger tarafından yapıldığı için "*Duverger Kanunu*" olarak adlandırılır (Leighley, 2012, s. 90).

Stratejik Oy Vermeyi Etkileyen Unsurlar

Stratejik oy verme, görece yaygın olarak meydana gelse de henüz evrensel bir olgu haline gelememiştir. Literatürde bu konuda yapılan yoğun sayıda araştırma daha çok çoğunlukçu sistemler üzerine eğilmiştir, çünkü bu sistemlerde küçük partilerden büyük partilere stratejik olarak yönelme konusunda seçim kuralları sebebiyle doğrudan etkili teşvikler mevcuttur. Yine de Gary Cox (1997, s. 60), bu literatürde önemli bir yere sahip olan *Making Votes Count* adlı kitabında, stratejik oy verme davranışının tüm seçim sistemleri altında gerçekleşebildiğini gösterir.

Seçmen davranışı literatürüne göre, bu davranışı ortaya çıkaran sebepler kümesi, düzey olarak birbirini dışlayan (ayrışık, kesişmeyen) doğaya sahiptir. Daha açık ifade edecek olursak, bu davranışın oluşmasını bireye bağlı sebeplerle açıklayan araştırmacılara göre, belli karakteristik ortak özellikleri ve eğilimleri olan seçmenler stratejik oy verir. Diğer yandan, stratejik oy vermeyi kurumsal ve konjonktürel yapıların sonucu olarak açıklayan araştırmacılara göre; bazı sistemler ve bu sistemlerin ürünü bazı bağlamsal koşullar altında gerektiği durumlarda tüm seçmenler stratejik davranabilir. Bu ayrımdan hareketle, stratejik oy verme davranışında etkili olan unsurlar genel olarak bireysel ve yapısal unsurlar olmak üzere iki farklı düzeyde incelenebilir.

Bireysel Unsurlar

Stratejik oy verme davranışını bireysel düzeyde analiz eden araştırmacılar, oylarını en çok tercih ettikleri aday ya da parti için kullanan kişileri *samimi* seçmenler olarak tanımlamışlardır. Samimi seçmenler, hangi adaya ya da partiye oy vereceklerine karar verirken diğer seçmenlerin tercihleriyle ya da tercih sıralamalarıyla ilgilenmemektedirler. Stratejik seçmenler ise, karar aşamasında seçim sonuçlarıyla ilgili tahminlerini doğrulamak ve stratejilerin doğruluğunu kontrol etmek amacıyla diğer seçmenlerin oy dağılımlarını göz önünde bulundurma ihtiyacı hissederler. Bu seçmenler, yaptıkları değerlendirmeler sonucunda

en çok tercih ettikleri partiye oy atabilecekleri gibi diğer alternatiflere (en az tercih ettikleri parti hariç) de yönelebilirler (Abramowitz vd., 1981).

Bu önerme, temelde iki varsayım içermektedir. İlk varsayıma göre, stratejik davranan seçmenler diğer tüm seçmenlerin seçimde nasıl davranacaklarını ve hatta onların tercih sıralamalarını bilmektedirler. İkinci varsayıma göre ise, strateji kurabilen seçmenler, en çok tercih ettiği partiye değil de başka partiye oy verdiği takdirde istedikleri sonucu elde edebilecekleri çıkarımını yapabilecek analitik kapasiteye sahiptirler. Seçmen sayısı çok fazla olan ülke genelinde yapılan seçimlerde birinci varsayımın gerektirdiği koşulun sağlanması için seçmenlerin seçim öncesi yapılan kamuoyu yoklamalarından, haber bültenlerinden ve fikir liderlerinin yönlendirmelerinden yararlandıkları düşünülür (Ordeshook ve Palfrey, 1988).

Bu yaklaşımı benimseyen literatüre göre, stratejik seçmenler eğitim seviyesi bakımından da samimi seçmenlerden farklılık göstermektedirler. Birçok araştırmacı, stratejik oy vermenin analitik analiz yapabilme becerisi gerektirdiğini ve bunun ancak yüksek eğitimle mümkün olabileceğini ileri sürmektedir (Blais ve Turgeon, 2004). Felsenthal ve Brichta'nın (1985) İsrail seçmeni üzerinde yaptıkları çalışmaya göre, daha fazla eğitilmiş olan seçmenler seçim öncesi süreçte daha iyi bilgilendirilir ve diğer seçmenlere oranla karar verme süreçleri daha geniş zamana yayılır. Çünkü stratejik seçmenler karar aşamasında seçim anketlerinden samimi seçmenlere kıyasla daha fazla etkilenmeye açıktırlar. Aynı çalışmanın bir başka sonucuna göre, stratejik seçmenler oy kararını oluşturma sürecinde samimi seçmenlerden farklı davrandıkları gibi oy tercihleri konusunda da farklı davranırlar. Bu tip seçmenler, samimi oy kullananlara göre küçük partileri daha çok desteklemektedirler. Bu sayede, küçük partilerin meclise girmeleri ve bazen istenilen koalisyonun kurulması için gerekli desteği sağlarlar.

Bunlara ek olarak, Herron ve Nishikawa'nın (2001) yapmış olduğu çalışmanın gösterdiği üzere; daha önceden küçük bir partiyi destekleyenler bu konudaki tutumlarını korumaya ve yine aynı şeyi yapmaya yatkındırlar. Küçük partilere oy atan stratejik seçmenlerin bu davranışı, samimi oy kullanarak doğru tercihlerini sandığa yansıtmanın üreteceği faydanın yetersizliği üzerinden ya da stratejik davranarak oy verebilecekleri büyük bir parti alternatifinin olmayışı üzerinden açıklanabilir. Diğer yandan, seçimden seçime parti değiştirme konusunda samimi ve stratejik seçmenler önemli bir fark göstermemektedirler.

Son olarak, oy verme davranışını salt bireyi ilgilendiren bir davranış olarak ele almak bazı önemli noktaların gözden kaçması anlamına gelebilir. Nihayetinde, seçimler toplu sonuçlar üzerinden sonuçlandığı için bu davranışın sonucu da diğer seçmenlerin kararlarından bağımsız olarak gerçekleşmez. Örneğin; çoğunlukçu sistemlerde kazanması istenmeyen bir adayın o seçimlerde başarılı olmasının önüne geçebilmek için bir grup seçmenin adayın iki rakibinden birinin arkasında iyi koordine olmuş şekilde destek oluşturması gerekir (Myatt ve Fisher, 2002). Stratejik seçmenler, aynı zamanda diğer stratejik seçmenlerin kuracakları stratejileri ve hangi adaydan yana tercihlerini değiştireceklerini bilmeleri gerekmektedir. Fakat, yapılan çalışmalar gösteriyor ki; stratejik oy kullanma niyetinde olan seçmen sayısındaki artış, bireyin stratejik davranma dürtüsünü olumsuz etkiler. Diğer bir deyişle, stratejik oy verme oranını düşürür. Bu açılardan değerlendirildiğinde stratejik oy verme davranışı, sadece bireyin belirleyebildiği bir olgu değil, bireyin çevresiyle girdiği ilişkinin de etkili olabileceği bir davranış olarak değerlendirilmelidir.

Yapısal Unsurlar

Stratejik oy verme davranışını yapısal unsurlara bağlayan çalışmalara göre; bireylerin karakteristik özelliklerinden ziyade seçimlerin gerçekleştiği ülkenin demokrasi geçmişi, seçilen temsilci sayısı, seçim barajı ve seçim sistemi bu davranışın ortaya çıkması konusunda belirleyici etkilere sahiptir.

Demokrasi geçmişi

Seçimlerin yapıldığı ülkedeki demokrasinin hangi seviyede ve ne kadar uzun geçmişi olduğu da belirleyici unsurlardan biridir. Söz konusu demokrasiye yeni geçiş yapmış ülkeler olduğunda, bu konuda görüş ayrılığı mevcuttur. Bir görüşe göre; yeni demokrasilerde seçmenler hem henüz seçim kurallarına henüz aşinalık kazanmamış hem de seçim sonrası durumu öngörebilecek bilgi birikimine henüz sahip olmadıkları için stratejik davranma oranı düşüktür. Demokrasi geleneklerinin oturması için gereken zaman gibi, bu davranışın oluşması bazı koşullar etkili ve bazen belirleyici olmaktadır.

Diğer bir görüşe göre, yeni demokrasilerde stratejik oy vermenin daha fazla olması beklenir. Bunun sebebi olarak, seçmen ile en çok tercih ettiği siyasi parti arasındaki bağın henüz derinleşmemesi gösterilir. Dolayısıyla, seçmenin sandıkta bu partiden başka bir partiyi desteklemesi, partisine yıllar boyunca destek vermiş birine göre daha olasıdır. Genç demokrasilerde seçmenlerin parti tercihleri açısından yıllardır değişmeyen tercihler görülmediği için çoğu zaman alternatif partiler denemek istenebilir. Haliyle, seçim sonuçları seçmen topluluğunun en çok tercih ettikleri partileri büyük oranda yansıtamaz. Bu sebeple, stratejik oy verme demokratik alışkanlıkları henüz yerleşmemiş yapısal düzenlerde demokratik pekişmeyi ve dengeli bir siyasi sistemin oluşmasını önlediği için potansiyel bir tehlike olarak değerlendirilir (Duch ve Palmer, 2002).

Temsilci sayısı

Demokrasi geçişinin stratejik davranış üzerindeki etkisi konusunda bir uzlaşma olmamasına benzer biçimde o seçim bölgesinden seçilecek temsilci sayısının etkisi konusunda da fikir birliği mevcut değildir. Temsilci sayısı ile belirtilmek istenen, çok adaylı/partili seçimlerde kaç tane adayın/partinin seçimlere katıldığı değil, bu seçim yarışında varlık gösterebilecek aday/parti sayısıdır. Bu sayı belirlendikten sonra o seçim bölgesindeki seçmenlerin stratejik davranabilme olasılığı hesaplanabilir.

Bu konuyla alakalı ilk çalışmalar Colin Leys (1959) ve Giovanni Sartori (1968) tarafından yapılmıştır. Her ikisi de seçim bölgesi büyüdükçe stratejik oy vermenin düşeceği sonucuna varmışlardır fakat hangi noktada sınırlanacağına dair bir sınır işaret etmezler. Cox (1997, s. 100), bir seçim bölgesinden seçilecek temsilci sayısı eğer beşten fazlaysa stratejik düşünebilme ve davranmanın ortadan kalktığını iddia eder, çünkü durum karmaşıklaşmaktadır. Seçmenler için tek tek hangi partinin ne derece başarılı olacağını hesaplanması temsilci sayısı arttığı için karmaşık hale gelmektedir. Bu durumda strateji kurmak hayli zorlaşır. Cox; bu teorisini Japonya, Kolombiya ve İspanya seçim sonuçları üzerinde test etmiştir. Çıkan sonuçların da işaret ettiği gibi; beş temsilci bir sınır olarak kabul edilmiştir. Örneğin, Cox'un bu iddiasını Türkiye mahalli idareler genel seçimlerine uygulayacak olursak, beşten fazla belediye meclis üyesi çıkaran illerde o seçim bazında stratejik oy vermenin görülmemesi gerekir.

Cox'un bu yaklaşımı, Gschwend (2004, s. 58) tarafından eleştirilmiştir. Bu çalışmanın sonucuna göre, seçmenler oy verme kararlarını verirken seçim bölgesinden seçilecek temsilci sayısını düşünmezler ve hatta çoğu zaman tam sayısı konusunda bilgi sahibi değillerdir. Sadece partilerine oy verince oylarının boşa gidip gitmeyeceğiyle ilgilenirler. Seçmenler bir önceki seçim sonuçlarını kesin olarak hatırlayamazlar da genel çerçeve olarak hatırlarlar. Karar verme aşamasında bu bilgileri hatırlayabildikleri kadarıyla göz önünde bulundurlar. Eğer partileri bir önceki seçimde o bölgede temsilci kazanmamışsa, stratejik oy verme için hissettikleri teşvik duygusu daha güçlüdür. Bu yönde stratejik oy verme davranışından barajı geçememe ihtimali olan partiler yararlanır. Sonuç olarak bu farklı görüşe göre, seçim bölgesine bakmaksızın stratejik oy verme davranışı gözlemlenebilir.

Cox'un kuramına göre, küçük partileri destekleyenler eğer o parti temsilci kazanamayacak gibiyse, o seçim bölgesinde kazanılması mümkün olan son temsilciye odaklanmamalıdır. Nispi temsil seçim kurallarının geçerli olduğu ve seçim bölgesinden seçilecek aday sayısı M olarak kabul edilirse, bu yarış iki aday arasında ya da M 'inci ve $M + 1$ 'inci en çok oyu alacak aday arasında geçecektir. Son temsilci için gerçekleşecek yarış, basit çoğunlukçu (bir seçim bölgesinde sadece tek bir kişinin kazandığı) seçimlere benzerdir. Parlamenter sistemlerde, Duvergerci sonuçlarda sadece M sayıda parti oyların hepsini almalıdır, çünkü seçmenler, diğer partilerin ya da adayların temsilci kazanmasını olanaksız olarak görür. Yine bu sistemlerde, Duvergerci olmayan durumlarda ise $M + 2$ sayıda parti oyların hepsini almalıdır. Çünkü seçmenler hangi iki partinin M 'inci parti olacağı konusunda net bir bilgi sahibi değildir.

Bu sonuçlara göre, nispi temsil sistemlerinde de ikinci kaybedenin birince kaybedene oranı mutlaka çift olasılıklı dağılıma sahip olacaktır. Cox (1997, ss. 103-105), nispi temsil sistemlerindeki çift olasılık hipotezini Japonya parlamento seçimlerinde ve Kolombiya meclis seçimlerinde test etmiştir. Sonuçlarına göre; ikinci kaybedenin birinci kaybedene oranı, genellikle ya bir seçim bölgesindeki seçmen sayısı arttıkça ya da seçilen temsilci sayısı arttıkça küçülmüştür. Bu durum, ikiden fazla partinin son temsilci için oy kazandığını göstermektedir. Özetle, oy alan parti sayısı arttıkça, stratejik oy oranı düşer. Seçmenlerin seçim bölgesi büyüdükçe stratejik davranmaları daha az muhtemel olmuştur. Bu netice, Cox'un (1997, s. 100) şu sonuca varmasına sebep olur: "*Seçim bölgesinden seçilen aday ya da parti sayısının beşin üzerine çıktığı çok adaylı bölgelerde stratejik oy verme yok olur*".

Ayrıca Cox, stratejik oy verme teorisine katkıda bulunan Duverger, Leys ve Sartori'nin kullandığı, seçmenlerin temsilci maksimizasyonu stratejisiyle hareket ettiği varsayımını da mercek altına alır. Seçmenler sadece seçim yarışını kazanma şansı olanlar için oy kullanarak temsilci dağılımında oylarının harcanmadığından emin olmak isterler. Geleneksel olarak, seçim bölgesi düzeyindeki bu stratejilerin bir şekilde genel seçimlerde de kullanıldığı varsayılır. Duverger, hipotezlerinin ülke çapında yapılan genel seçimler için geçerli olmadığını, seçim bölgesi ile sınırlı olduğunu belirtmiştir. Buna ek olarak Cox, Leys ve Sartori'nin ileriye dönük tahminlerinin işe yaramadığını da ileri sürmektedir. Cox'un bulgularına göre, bu seçim bölgesi düzeyindeki stratejiler sistematik bir etki ile ulusal temsilci dağılımı üzerinde hiçbir etkiye sahip olmamaktadır çünkü seçmenler seçim sonuçlarını seçim bölgeleriyle sınırlı olmak üzere etkilemeyi amaçlamaktadırlar. Cox'a göre, seçmenler en çok tercih ettikleri partinin, buldukları seçim bölgesinde en çok temsilciyi elde etmesi için stratejik davranırlar. Yani seçmenler temsilci maksimizasyonu varsayımıyla partilerinin seçimde elde ettikleri başarılarından memnun olmak isterler. İkinci dereceden bir tatmin duygusu yaşayan seçmenler, seçim sonrası izlenecek politikalar üzerindeki olası etkileriyle ilgilenmezler. Seçmenler hükümeti oluşturacak parti ya da partilerin politikaları hakkında bir kaygı taşımadıkları için stratejik oy kullanmayacaklardır. Cox'a göre, eğer temsilci maksimizasyonu varsayımı bir kenara bırakılırsa ve seçmenlerin kurulacak hükümetin kompozisyonunu etkilemeye odaklandığı varsayılırsa ancak ulus düzeyinde seçmenlerin stratejik oy kullanabileceği düşünülebilir.

Seçim barajı

Seçim sistemlerinin temel görevi sınırlı sayıdaki yasama temsilcisinin partiler arasında bölüşümünü belirlemektir. Bazı nispi temsil seçim kuralları partilerin aldıkları oyların temsilciye çevrilebilmesi için seçim barajı olarak tabir edilen belli bir oy kotasını ya da belli bir oy yüzdesini aşmayı şart koşar. Bu kurallar altında işleyen sistemlerde, temsilci kazanabilecek parti sayısı kotanın genişliğine ya da barajın yüksekliğine bağlıdır. Leys (1959) ve Sartori (1968) bu şartlar üzerinden seçim kurallarının seçmen davranışı üzerinde etkiye sahip olduğunu

belirtir. Bu anlayışa göre, eğer nispi seçim kuralları parlamentoya girebilecek parti sayısını azaltıcı yönde sınırlayıcıysa, daha fazla sayıda seçmen sadece meclise girebilme şansı olan partilere oy atacaktır. Tıpkı çoğunlukçu sistem seçmenleri gibi, nispi temsil sistemlerinde de seçmenler oylarını başarısız partilere atmaktan imtina edebilirler.

Duverger'ye (1954, s. 263) göre psikolojik etki, diğer bir deyişle, oyunu boşa harcamama eğilimi stratejik davranmaya yönelir. Stratejik oy verme davranışı, esasen seçmen açısından seçim sonuçlarından elde edeceği faydayı maksimize etmeye çalışmaktır. Dünyadaki birçok nispi temsil sisteminde seçim barajı ya yoktur ya da çok azdır. Bu durumda, seçmenler için küçük partilerin seçim barajını geçerek temsil hakkı kazanmasını sağlamak ve büyük partilerin mecliste oy oranlarından daha yüksek bir temsile ulaşmalarını önlemek amacıyla stratejik olarak küçük partilere yönelmesine pek lüzum yoktur. Duverger, böyle durumlarda stratejik oy vermenin seçmen için *a priori* olarak ortadan kalktığını savunur.

Gary Cox ise, bir seçim bölgesinde beşten fazla temsilcinin seçildiği seçimlerde hangi partinin ya da hangi adayın seçim yarışından uzak kaldığını belirlemenin zorluğuna dikkat çeker. Nispi temsil sistemlerinde çokça rastlanan bu durum da seçmenlerin strateji geliştirmeleri önünde bir diğer engeldir. Bu iki unsur birlikte düşünüldüğünde, eğer bu sistemlerdeki mevcut seçim barajı yüksekse, seçmenlerin oy kararlarını verirken dikkat ettikleri en önemli husus, oylarının boşa gitmemesidir. Onlar için seçim bölgesinden seçilecek temsilci sayısı etkili bir belirleyici olmaz.

Çok partili ve çok adaylı sistemlerde seçmenler diğer partilerin ya da adayların o seçimdeki muhtemel performanslarını değerlendirirken bir önceki seçim sonuçlarını kesin olarak hatırlayamamaları da yaklaşık olarak hatırlayıp karar verme aşamasında göz önünde bulundurulur. Eğer en çok tercih ettikleri parti ya da aday bir önceki seçimde temsilci kazanmamışsa, stratejik oy vermek için hissettikleri istek daha güçlüdür. Bu tip durumlardan, stratejik oy verme davranışından barajı geçme korkusu olmayan veya geçmeye çok yakın partiler yararlanır. Bu sebeplerle, seçim bölgesinin büyüklüğüne bakılmaksızın stratejik oy verme davranışı vardır denebilir.

Seçim sistemi

Seçmen davranışı alanında, seçim kurallarının ve kurumlarının oy verme davranışı üzerindeki etkisini belirleme amacıyla yapılan çalışmaların birkaç seçim sistemiyle sınırlı kaldığı söylenebilir. Bu durumun bir yansıması da stratejik oy verme davranışı üzerine yapılan çalışmalarda görülür. Bu alanda yapılan çalışmalar genel olarak çoğunlukçu sistemleri konu almaktadır. Hatta çoğunlukçu sistemlerde araştırma konusu yapılan ülkeler bile çok sınırlı kalmıştır. Yapılan çalışmalar çoğunlukla ABD ve İngiltere üzerinedir. Siyaset bilimi literatüründe siyasi kurumların yapısı ve işleyişi bolca çalışılmış olmasına rağmen bu kurumların seçmen davranışı üzerindeki etkileri yeterince ele alınmadığı söylenebilir. Stratejik oy verme davranışı özelinde düşünüldüğünde farklı seçim sistemlerinde seçim sistemlerinin bu davranış üzerindeki etkileri araştırılmalıdır.

Boşa harcanan oyun devası olarak görülen nispi temsil sistemleri, Maurice Duverger tarafından seçmenlerin stratejik davranışları için hiçbir sebeplerinin olmadığı bir sistem olarak gösterilmektedir (Clark ve Golder, 2006). Çünkü Duverger'ye göre, oy oranları aşağı yukarı aynı oranlarda temsilci olarak meclise yansıdığı için seçmenlerin stratejik oy vermek için herhangi bir dürtüleri yoktur (Cox ve Shugart, 1996). Bu, seçmenlerin oylarının boşa gideceği korkusu yaşamadan samimi oy kullanmakta özgür olmaları demektir (Karp et al., 2002). Duverger'nin stratejik oyların gereksizliği konusundaki görüşüyle birlikte belki de bu sebeple literatürde nispi sistemlerde stratejik oy verme davranışı araştırmalarına pek fazla ilgi gösterilmemiştir. Duverger, nispi temsil sistemlerinde stratejik oy vermenin gereksiz olduğunu düşünürken, Downs ise bunun imkansız olduğunu belirtmektedir. Downs'a göre, seçmenler

seçimlere bir sonraki hükümetin belirlenmesini sağlayan bir araç gözüyle bakmaktadırlar ve çok partili sistemlerde sadece bu fikirle oy kullanmaktadırlar.

Seçmenlerin nispi temsil sistemlerinde stratejik davranmak için karşılaştıkları dürtüler genel olarak şu şekilde sıralanmıştır. İlk olarak, seçmenler koalisyon kurma ihtimali olan partilere oy verme dürtüsüne sahiptir. Bu dürtü, portföy maksimizasyonuna denk düşmektedir (Bargsted ve Kedar, 2009). Stratejik oy verme yaklaşımına göre, seçmenler beklenen faydayı maksimize etmek isterler; bu da seçim sonucuyla ilgili tercihlerin ve beklentilerin çeşitli kombinasyonuna dayanır (Abramson vd., 1992; Abramson vd., 2007). Literatürdeki egemen sava göre, seçmenler için bir partinin ya da adayın kazanıp kaybedeceği ne kadar belirsizse, stratejik oy verme oranı o kadar düşme eğilimindedir (Clough, 2007; Tyson, 2016; Andrews & Jackman, 2005). Seçimler öncesi yapılan kamuoyu yoklamaları ve anket sonuçları bu belirsizliğin giderilmesi açısından önemli başvuru kaynaklarıdır. Seçim sistemleri üzerine çalışan uzmanlara göre seçim bölgesi büyüdükçe, daha az bir seçmen yüzdesi kazananları kaybedenlerden ayırabilmektedir. Bu sebeple, hangi adayın ya da partinin yarışın dışında kaldığından emin olmak zorlaştıkça bir adayı ya da partiyi silme dürtüsü netleşmez (Irwin ve Van Holsteyn, 2012). Her ne kadar seçimde yarışan adayların güçlü mü yoksa zayıf mı olduğu dar bölge seçim sistemlerinde olduğu kadar belirgin bir teşvik oluşturmaya da, nispi temsil sistemlerindeki seçmenler farklı teşviklerle karşılaşır. Mesela, çok partili koalisyon hükümetleri seçmenler için stratejik davranmak için bir dürtü yaratırlar. Seçim sonrası kurulacak koalisyon hükümetinin hangi partilerden oluşacağına etki etmeyi istemek, başlı başına stratejik davranmak için bir teşviktir.

İkinci olarak, seçmenler hükümeti kuracak partiyi de belirlemek isterler çünkü o parti koalisyonun nasıl kurulacağını da belirleyecektir (Ansolabehere vd., 2005). Nispi sistemlerde seçmenler, seçimlere tercihlerin ifadesi olarak yaklaşmak için rasyonel olarak hükümeti seçme zorluğuyla hareket ederler. Bu tip oy verme davranışı, “*koalisyon tercih oyu*” olarak adlandırılmaktadır (Downs, 1957; Irwin ve Van Holsteyn, 2012). Nispi seçim sistemlerinde nelerin seçmenleri samimi olmayan seçim davranışına yönelteceği farklı değerlendirmelerle gösterilebilir.

Üçüncü olarak, seçmenler koalisyon ortaklarından daha küçük olana oy vermeye meyillidir (Kedar, 2005). Bu sebeplerle bir seçmen, birçok parti varken tercih ettiği partiden başka partiye oy vermeyi göz önünde bulundurabilir. En küçük partilerin bile parlamentoda temsil hakkını kazanabilmesi sebebiyle yakın bir zamana kadar literatürde stratejik oy verme davranışının nispi temsil sistemlerinde zayıf olacağı iddia edilmekteydi. Yakın zamandaki analizler, bu sistemlerin de stratejik oy verme için benzer dürtüler taşıdığını ortaya koymuştur (Adams vd., 2005, ss. 9-19; Groseclose, 2001; Kedar, 2005). Örneğin, yarışı önde bitireceği apaçık belli olan partinin seçmeni, hükümetin küçük ortağını belirlemek için o parti için oy kullanılabilir. Sonuç olarak, nispi temsil sistemlerinde daha fazla partinin temsil hakkı kazandığı bir durumda çok daha az oy, Duvergerci mantığıyla harcanır. Bu sebeple, literatürdeki birçok çalışma nispi temsil sistemlerinde psikolojik etkinin yok olduğunu varsaymaktadır (Blais & Carty, 1991; Taagepera & Grofman, 1985; Shively, 1970).

Psikolojik etki ile ilgili iddialara rağmen, Leys (1959) ve Sartori (1968) küçük seçim bölgelerinde stratejik oy verme teşviklerinin daha güçlü olduğunu söylerler. Stratejik oy vermenin nispi temsiline olduğu ve az sayıda kişinin seçildiği seçim bölgelerinde siyaseten önemli olduğunu belirtmektedirler. Dar bölge seçimindeki mantıktan çok farklı olmamak üzere, küçük partileri tercih eden seçmenler az sayıdaki seçim bölgelerinde oylarının boşa gitmesi açısından benzer bir çeşit kaygıyı yaşarlar. O bölgede seçilen kişi sayısı arttıkça bu kaygı daha az etkili olur. Cox ve Shugart (1996) çok üyeli seçim bölgelerinde farklı seçim kuralları altında stratejik oy verme davranışının olduğuna dair bulgular sunarlar. Cox (1997, s. 100), seçim bölgesi büyüklüğünün beşi aştıktan sonra stratejik oy üretme konusunda dürtüsünü yitirdiğini

söylemektedir. Seçim bölgesindeki aday sayısı yükseldikçe seçmen açısından bilgi toplama ve adaylar arasında tercihler oluşturmak zorlaşır. Bu sebeple Cox, çoklu temsilci seçim bölgelerinde strateji kurabilmenin mümkün olduğu durumlar için üst sınırı beş aday olarak çizmiştir.

Gschwend ve Stoiber'e (2014) göre; nispi temsil sistemlerinde stratejik oy verme davranışı mutlak değer olarak az olsa da, etki bakımından büyüktür. Duverger'nin psikolojik etki olarak tanımladığı, oyunu harcamama isteği bu sistemlerde de stratejik davranmaya yöneltir. Ama nispi temsil sistemlerinde bir oy barajı yoksa ya da çok az ise, küçük partiler de temsil hakkını elde edebilir. Dolayısıyla, stratejik oy verme için motivasyonlar *a priori* azalmıştır.

Üç ya da daha fazla partinin olduğu seçim yarışlarında, seçmenler açısından samimi oy vermeye teşvik edici genel olarak kabul edilmiş tek bir seçim prosedürü yoktur (Fishburn ve Gehrlein, 1982). Dolayısıyla, her seçim sisteminde stratejik davranma konusunda farklı boyutlarda etkili olan teşviklerin mevcut olduğu varsayılabilir. Mesela bu teşviklerden biri, seçim barajının olduğu seçimlerde baraj altında kalacağı kesin olan küçük partiler için oy atmama eğilimi olabilir. Bu eğilim, harcanan oy mantığıyla paraleldir. Esasen burada seçmenin çabası oy verme eyleminin sonucundan elde edeceği faydayı maksimize etmektir. Harcanan oy mantığı, beklenen faydanın maksimizasyonu üzerine kurulu oy verme aritmetiği yaklaşımı ile uyumludur. Bu aritmetik, ilk olarak Downs (1957) ve sonrasında Riker ve Ordeshook (1973, s. 87) tarafından iki partili sistemlerde oy verme oranı üzerine geliştirilmiştir. Daha sonra çok adaylı seçimlere McKelvey ve Ordeshook (1972) tarafından genişletilerek uygulanmış ve stratejik oy verme unsurları belirtilmiştir. Farklı ülkelerde yapılan anket sonuçları üzerinden nispi temsil sistemlerinde de seçmenlerin stratejik oy verdiğine dair bulgular elde edilmiş ve böylece bu aritmetik test edilmiştir. Sonuç olarak genel kaniya göre, nispi sistemlerinde stratejik oy verme oranı çok azdır. Fakat yakın zamanda gerçekleştirilen ampirik çalışmalar bu varsayımın gözden geçirilmesi gerektiğini göstermektedir (Blais vd., 2006; Blais vd., 2011).

Oy verme üzerinde etkili olan unsurları sadece birey ya da sadece yapısal olarak ayırtmak konunun bütünsel olarak ele alınmasında önemli sorunlar doğurur. Bu kararın verildiği süreçte etkili olan tüm unsurlar araştırmanın amacına yönelik olarak dikkatle ele alınmalıdır.

Sonuç

Geleneksel oy verme davranışı kuramlarında, seçmenlerin her durumda en çok tercih ettikleri partiye oy verdikleri varsayılır. Fakat son yıllarda yapılan çalışmalar, bazı seçmenlerin bazı durumlarda belli bir amaca ulaşmak niyetiyle en çok tercih ettikleri partiden başka bir partiye oy verebildiğini göstermektedir. Stratejik oy verme olarak adlandırılan bu davranış, seçmen davranışı literatüründe temel varsayımların gözden geçirilmesini sağlayan yeni bir yaklaşımla ele alınmıştır. Bu davranışı sergileyen seçmenlerin son yıllarda birçok seçimin kaderini de belirleyen seçmen grubunu oluşturması, bu yaklaşıma olan ilgiyi arttırmıştır. Seçmenlerin kendi çıkarları doğrultusunda hareket ettikleri varsayımını bir kenara bırakmadan, seçim kurallarını kendi amaçlarına yönelik kullanarak istedikleri sonuçları elde etmek için en çok tercih ettikleri partiden başka bir alternatife yönelebilecekleri durumları hesaplamalara dahil eder. Böylece rasyonel seçmen varsayımının bir parçası olan seçimlere araçsal yaklaşma tam karşılığını bulmuş olur. Çünkü seçmenler için nihai amaç, seçimler sonucunda en çok tercih ettikleri partinin oy potansiyelini doğru yansıtmak değil, istedikleri tablonun oluşmasını sağlamaktır.

Rasyonel seçmenler, stratejiler kurup uygulayarak esas amacı düzeni sağlamak ve korumak olan kuralları kendi istedikleri sonucu ortaya çıkaracak şekilde etkileyebilmektedirler. Bu durum, kurumların işleyişini iyi derecede çözen bireylerin kurallara hakim olacak şekilde

iyi öğrendiklerinin ve onları kontrol etme yetilerinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu sebeplerden dolayı seçmenlerin kullandığı her oy, samimi oy olarak değerlendirilmemelidir. Bu çalışma, stratejik oy verme davranışına literatürdeki farklı yaklaşımları açıklamayı ve bu davranışın ortaya çıkmasında etkili olan bireysel ve yapısal unsurları sistematik bir şekilde ele almayı amaçlamıştır. Bu davranışın ortaya çıkmasında analitik düşünme gücü gibi bireysel unsurlar etkili olabildiği gibi, seçimin gerçekleştiği ülkenin demokrasi geçmişi, seçilen temsilci sayısı, seçim barajı ve seçim sisteminin türü gibi yapısal unsurlar da etkili olabilmektedir.

Kaynakça

- Abramowitz, A., McGlennon, J., & Rapoport, R. (1981). A note on strategic voting in a primary election. *The Journal of Politics*, 43(3), 899–904.
- 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), 55.
- Abramson, P. R., Aldrich, J. H., Rickershauser, J., & Rohde, D. W. (2007). Fear in the voting booth: The 2004 presidential election. *Political Behavior*, 29(2), 197–220. <http://dx.doi.org/10.1007/s11109-006-9018-1>
- Adams, J. F., Merrill III, S., & Grofman, B. (2005). *A unified theory of party competition: A cross-national analysis integrating spatial and behavioral factors*. Cambridge University Press.
- Andrews, J. T., & Jackman, R. W. (2005). Strategic fools: electoral rule choice under extreme uncertainty. *Electoral Studies*, 24(1), 65–84.
- Ansolabehere, S., Snyder, J. M., Strauss, A. B., & Ting, M. M. (2005). Voting weights and formateur advantages in the formation of coalition governments. *American Journal of Political Science*, 49(3), 550–563.
- 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), 307–323.
- Blais, A., & Bodet, M. A. (2006). How Do Voters Form Expectations about the Parties’ Chances of Winning the Election?. *Social Science Quarterly*, 87(3), 477–493.
- Blais, A., & Carty, R. K. (1991). The psychological impact of electoral laws: measuring Duverger's elusive factor. *British Journal of Political Science*, 21(1), 79–93.
- 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), 1599–1621. <http://dx.doi.org/10.1177/0010414011407472>
- Blais, A., & Turgeon, M. (2004). How good are voters at sorting out the weakest candidate in their constituency?. *Electoral Studies*, 23(3), 455–461.
- 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), 679–708.
- Clough, E. (2007). Strategic voting under conditions of uncertainty: A re-evaluation of Duverger's law. *British Journal of Political Science*, 37(2), 313–332.
- Cox, G. W. (1997). *Making votes count: strategic coordination in the world’s electoral systems*. Cambridge: Cambridge Univ Press.
- Cox, G. W., & Shugart, M. S. (1996). Strategic voting under proportional representation. *Journal of Law, Economics, and Organization*, 12(2), 299–324.
- Downs, A. (1957). An economic theory of political action in a democracy. *Journal of political economy*, 65(2), 135-150.
- Droop, H. R. (1869). On the political and social effects of different methods of electing representatives. *Papers Read Before the Juridical Society*, 3, 469–507.
- Duch, R. M., & Palmer, H. D. (2002). Strategic voting in post-communist democracy? *British Journal of Political Science*, 32(01), 63–91.

-
- Duverger, M. (1954). *Political parties their organization and activity in the modern state*. Methuen & Company Limited.
- Fishburn, P. C., & Gehrlein, W. V. (1982). Majority efficiencies for simple voting procedures: Summary and interpretation. *Theory and Decision*, 14(2), 141–153.
- Groseclose, T. (2001). A model of candidate location when one candidate has a valence advantage. *American Journal of Political Science*, 862–886.
- Gschwend, T. (2004). *Strategic voting in mixed electoral systems*. Statistisches Bundesamt.
- Gschwend, T., & Stoiber, M. (2014). Strategic voting in proportional systems: the case of Finland. *IHS Political Science Series*, 218, 1–22.
- Herron, E. S., & Nishikawa, M. (2001). Contamination effects and the number of parties in mixed-superposition electoral systems. *Electoral Studies*, 20(1), 63–86.
- Irwin, G. A., & Van Holsteyn, J. J. M. (2012). Strategic electoral considerations under proportional representation. *Electoral Studies*, 31(1), 184–191. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2011.10.007>
- Karp, J. A., Vowles, J., Banducci, S. A., & Donovan, T. (2002). Strategic voting, party activity, and candidate effects: testing explanations for split voting in New Zealand's new mixed system. *Electoral Studies*, 21(1), 1–22.
- Kawai, K., & Watanabe, Y. (2013). Inferring strategic voting. *The American Economic Review*, 103(2), 624–662.
- Kedar, O. (2005). When moderate voters prefer extreme parties: Policy balancing in parliamentary elections. *American Political Science Review*, 99(02), 185–199.
- Leighley, J. E. (2012). *The Oxford handbook of American elections and political behavior*. Oxford University Press.
- Leys, C. (1959). Models, theories, and the theory of political parties. *Political Studies*, 7(2), 127–146.
- McCrone, D. J. (1977). Identifying Voting Strategies from Roll Call Votes: A Method and an Application. *Legislative Studies Quarterly*, 2(2), 177.
- McKelvey, R. D., & Ordeshook, P. C. (1972). A general theory of the calculus of voting. *Mathematical Applications in Political Science*, 6, 32–78.
- Myatt, D. P., & Fisher, S. D. (2002). Tactical coordination in plurality electoral systems. *Oxford Review of Economic Policy*, 18(4), 504–522.
- Ordeshook, P. C., & Palfrey, T. R. (1988). Agendas, strategic voting, and signaling with incomplete information. *American Journal of Political Science*, 32(2), 441.
- Riker, W. H., & Ordeshook, P. C. (1973). *An introduction to positive political theory*. Prentice Hall.
- Sartori, G. (1968). Political development and political engineering. *Public Policy*, 17, 261–298.
- Shively, W. P. (1970). The Elusive 'Psychological Factor': A Test for the Impact of Electoral Systems on Voters' Behavior. *Comparative Politics*, 3(1), 115–125.
- Taagepera, R., & Grofman, B. (1985). Rethinking Duverger's law: predicting the effective number of parties in plurality and PR systems—parties minus issues equals one. *European Journal of Political Research*, 13(4), 341–352.
- Tyson, S. A. (2016). Information acquisition, strategic voting, and improving the quality of democratic choice. *The Journal of Politics*, 78(4), 1016–1031.
-