

**T.C.  
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER  
ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**SEÇMEN DAVRANIŞI KURAMLARI BAĞLAMINDA  
TÜRKİYE'DE OY TERCİHİNİ BELİRLEYEN  
ETMENLER: 2015 GENEL SEÇİMLERİ ÜZERİNE BİR  
DEĞERLENDİRME**

**Deniz KAYNAK**

**2501180780**

**TEZ DANIŞMANI**

**Prof. Dr. Murat METİNSOY**

**İSTANBUL – 2022**

## ÖZ

### SEÇMEN DAVRANIŞI KURAMLARI BAĞLAMINDA TÜRKİYE'DE OY TERCİHİNİ BELİRLEYEN ETMENLER: 2015 GENEL SEÇİMLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Deniz KAYNAK

Demokratik siyasi sistemlerde hükümetler belirli sürelerle, açık, şeffaf, hukuk denetiminde, adil rekabetle yapılan seçimlerde seçmenin verdiği oy sonucunda belirlenir. Seçmenin iktidarı belirleme amacıyla katıldığı her eylem, seçmen davranışı kavramı içerisinde değerlendirilir. Seçmen davranışı kavramı literatürde sosyolojik, psikolojik ve ekonomik olmak üzere üç temel kuram ile açıklanmaktadır. Bu üç kuram da sırasıyla grup aidiyeti, parti kimliği ve stratejik oy verme olmak üzere temel modeller çerçevesinde ele alınır. Seçmen oy kullanırken birbirinden farklı pek çok etmeden etkilendiği için, seçmen davranışı da bu etmenler çerçevesinde açıklanmaktadır. Türkiye’de de seçmen davranışı hem dünyada seçmen davranışını belirleyen evrensel hem de ülkeye özgü etmenlerce belirlenmektedir. Seçmenlerin siyasi kanaatlerini belirleme ve oylarına yansıtmaları açısından belki de en ilginç ve hızlı değişimin yaşandığı dönem 2015’de beş ay arayla yapılan iki genel seçim olmuştur. Bu anlamda, bu dönem, Türkiye’deki seçmenin davranışını etkileyen temel etmenleri anlamak açısından önemli bir laboratuvar olarak görülebilir. 7 Haziran ve 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri birbirinden oldukça farklı oy oranları ile sonuçlanmıştır. Bu iki seçim arasındaki dönemin özellikleri ve bu dönemde yaşanan gelişmeler seçmenin karar alma süreçlerini doğrudan veya dolaylı olarak etkilemiştir. Bu çalışmada, kısa vadede seçmen davranışını etkileyen faktörler, dönemin olağanüstü olayları da göz önünde bulundurularak, seçmen davranışı kuramları bağlamında değerlendirilmiştir. Özellikle seçmen davranışında görülen hızlı ve yüksek orandaki değişimin nedenleri ortaya koyularak, seçmen davranışına kısa vadede etki eden ve Türkiye’ye özgü faktörlerin neler olduğu incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Türk siyasi yaşamı, seçimler, seçmen davranışı, oy verme, 2015 Genel Seçimleri.

## **ABSTRACT**

### **THE FACTORS THAT DETERMINING VOTING PREFERENCE IN TURKEY WITHIN THE CONTEXT OF VOTER BEHAVIOR THEORIES: AN ASSESSMENT ON THE 2015 GENERAL ELECTIONS**

**Deniz KAYNAK**

Governments are elected by votes given in elections which are held periodically, transparently, supervised by law and with a fair competition in democratic political systems. Every action in which the voter participates in order to determine the power is considered voter behavior. The concept of voter behavior is explained with three basic theories: sociological, psychological and economic in the literature. These three theories are dealt with within the framework of basic models such as group membership, party identity and strategic voting, respectively. As voters are affected by many different factors while voting, voter behavior is also explained within the framework of these factors. Voter behavior in Turkey is determined by both universal and country-specific factors that determine voter behavior in the world. Perhaps the most interesting and rapid change in the voters' decision on their political preferences and voting was the two general elections held in 2015, with an interval of five months. In this sense, this period can be considered as an important laboratory in terms of understanding the main factors affecting the behavior of the voters in Turkey. The General Elections of 7 June and 1 November 2015 resulted in significantly different voting rates. The characteristics of the period between these two elections and the developments in this period directly or indirectly affected the decision-making processes of the electorate. In this study, the factors affecting voter behavior in the short term are discussed in the context of theories of voter behavior, taking into account the extraordinary events of the period. In particular, by revealing the reasons for the rapid and high rate of change in voter behavior, the factors that affect voter behavior in the short term and which are specific to Turkey are investigated.

**Key words:** Turkish political life, elections, voter behaviour, voting, 2015 General Elections

## ÖNSÖZ

Eğitim öğretim sürecimde ve tez çalışmam sırasında bana daima destek olan, engin bilgisi ve önerileriyle yoluma ışık tutan, öğrencisi olmaktan gurur duyduğum kıymetli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Murat METİNSOY'a en derin teşekkürlerimi sunarım.

Çalışma hayatım boyunca desteklerini esirgemeyen, araştırma görevlisi olarak akademik kadrosunda yer aldığım İstanbul Arel Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü Bölüm Başkanı, değerli hocam Prof. Dr. C. Uğur ÖZGÖKER'e, tez çalışmam boyunca beni motive eden ve bana yardımcı olan İstanbul Arel Üniversitesi'ndeki değerli çalışma arkadaşlarım Arş. Gör. Ece Bengi SAĞLAMER'e, Arş. Gör. Çağla AYDIN'a, Arş. Gör. Eray KARA'ya, Öğr. Gör. Hasan Kaan BATMAS'a sonsuz teşekkürlerimi iletmek isterim.

Eğitim ve çalışma hayatımda daima yanımda olan, beni cesaretlendiren, desteklerini hissettiren sevgili annem Gülcan KAYNAK ve babam Şenol KAYNAK'a teşekkür ederim.

DENİZ KAYNAK

İSTANBUL, 2022

## İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ÖNSÖZ.....	iv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR LİSTESİ.....	x
GİRİŞ.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### SEÇMEN DAVRANIŞI

1.1. Seçmen Davranışı Kavramı .....	10
1.2. Oy Verme Davranışı Kuramları .....	13
1.2.1.Sosyolojik Yaklaşım (Columbia Ekolü) .....	14
1.2.1.1. Grup Aidiyeti Modeli .....	15
1.2.2. Psikolojik Yaklaşım (Michigan Ekolü) .....	18
1.2.2.1. Parti Kimliği Modeli .....	19
1.2.3. Ekonomik Yaklaşım (Rasyonel Seçim Ekolü) .....	21
1.2.3.1. Stratejik Oy Verme Davranışı .....	25

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜRKİYE'DE SEÇMEN DAVRANIŞLARI VE SEÇMEN DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

2.1.Türkiye'de Seçmen Davranışları.....	29
2.1.1. Çok Partili Hayata Geçişten 2000'li Yıllara Seçmen Davranışı .....	29
2.2.Türkiye'de Seçmen Davranışlarını Etkileyen Faktörler .....	36

2.2.1. Coğrafi Koşullar .....	37
2.2.2. Etnik Kimlik ve Dini Eğilimler .....	39
2.2.3. Sosyal Çevre .....	40
2.2.4. Parti Kimliği .....	41
2.2.5. Eğitim .....	42
2.2.6. Ekonomik Koşullar .....	43
2.2.7. Kişisel Tutum ve Değerler .....	46
2.2.8. Seçim Sistemleri .....	47
2.2.9. Medya .....	53
2.2.10. Liderlik ve Siyasi Söylemler .....	56

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 7 HAZİRAN- 1KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİ ÖZELİNDE SEÇMEN DAVRANIŞI ANALİZİ

3.1.7 HAZİRAN 2015 GENEL SEÇİMİ .....	59
3.1.1. Seçime Giden Süreç .....	60
3.1.2. Seçim Verileri .....	66
3.2.1 KASIM 2015 GENEL SEÇİMİ .....	70
3.2.1. Seçime Giden Süreç .....	71
3.2.2. Seçim Verileri .....	74
3.3. 7 Haziran ve 1 Kasım Seçim Sonuçlarının Karşılaştırılması .....	77
3.4. Seçmen Davranışı Kuramları Bağlamında 2015 Genel Seçimlerinin Analizi ....	79
3.4.1. Sosyolojik Yaklaşım İzlenimleri .....	80
3.4.2. Psikolojik Yaklaşım İzlenimleri .....	82

3.4.3. Ekonomik Yaklaşım İzlenimleri .....	86
<b>SONUÇ VE TARTIŞMA</b> .....	93
<b>KAYNAKÇA</b> .....	99

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Sosyolojik Oy Verme Modeli .....	16
Şekil 3.1. 7 Haziran 2015 Genel Seçim Oy Oranları .....	68
Şekil 3.2. 1 Kasım Genel Seçimleri Oy Oranları .....	76
Şekil 3.3. 7 Haziran ve 1 Kasım Seçim Sonuçlarının İllere Göre Dağılım Haritası..	79
Şekil 3.4. Merkez Bankası 3-12 Haziran 2015 Dolar Grafiği.....	90
Şekil 3.5. Merkez Bankası 28 Ekim – 6 Kasım 2015 Dolar Grafiği .....	91
Şekil 3.6. Merkez Bankası 1 Haziran – 6 Kasım 2015 Dolar Grafiği .....	92



## TABLULAR LİSTESİ

<b>Tablo 2.1.</b> 1946'dan 2015'e Seçim Sistemleri .....	49
<b>Tablo 3.1.</b> 7 Haziran 2015 Genel Seçimi Sonuçları .....	67
<b>Tablo 3.2.</b> 1 Kasım 2015 Genel Seçimi Sonuçları .....	75
<b>Tablo 4.1.</b> Seçmen Davranışını Etkileyen Etmenlerin Sınıflandırılması .....	95



## KISALTMALAR LİSTESİ

**AKP:** Adalet ve Kalkınma Partisi

**ANAP:** Anavatan Partisi

**CHP:** Cumhuriyet Halk Partisi

**CKMP:** Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi

**DEHAP:** Demokratik Halk Partisi

**DP:** Demokrat Parti

**DTP:** Demokrasi Toplum Partisi

**FP:** Fazilet Partisi

**HADEP:** Halkın Demokrasi Partisi

**HDP:** Halkların Demokratik Partisi

**HP:** Halkçı Parti

**MBK:** Milli Birlik Komitesi

**MDP:** Milliyetçi Demokrasi Partisi

**MHP:** Milliyetçi Hareket Partisi

**MP:** Millet Partisi

**MSP:** Milli Selamet Partisi

**ÖDP:** Özgürlük ve Dayanışma Partisi

**RP:** Refah Partisi

**TBMM:** Türkiye Büyük Millet Meclisi

**TCMB:** Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası

**TESEV:** Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı

**TRT:** Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

**v.b.:** ve benzeri

**YSK:** Yüksek Seçim Kurulu



## GİRİŞ

Toplumların modernleşme ve gelişme süreçleri için demokrasi vazgeçilmez bir kavramdır. İktisadi, toplumsal ve siyasi modernleşmenin ve ilerlemenin bugün belki de en önemli ölçütlerinden biri bu toplumsal ve siyasi yapıların ne kadar demokratik olduğudur. Demokrasi sadece siyasi anlamıyla ele alınmamalıdır. Toplumda, hatta toplumun en küçük birimi olan ailede, sosyal yaşamda, ekonomik hayatta demokrasiden söz edilebilir. Bu anlamda, demokrasi siyaset biliminin temel kavramlarından biri olmasının yanı sıra disiplinlerarası ve çok daha geniş bir anlamı olması itibariyle de son derece önemlidir. Demokrasi siyaset bilimindeki en dar ve temel anlamıyla genel olarak halkın kendilerini yönetecek olan yöneticileri, belirli periyodlarla seçebildikleri sistemdir. Bu anlamda seçim süreçlerine katılımına, yönetimin halkın seçimlerde ortaya koyduğu tercihler yoluyla belirlenmesine işaret eder (Heywood, 2012: 170-173). Ancak yalnızca bu tanımla sınırlı değildir. Hakları, özgürlükleri ve bir arada yaşamın kurallarını da içermesi sebebiyle çok geniş kapsamlıdır. Bir siyasi sistemdeki toplumsal kesimlerin bir arada yaşamasını mümkün kılacak demokratik bir yönetimin belirlenmesi seçmenlerin oy vermesi ile bu oyların “temsilde adalet ilkesi” gözetilerek bir karşılık bulması yoluyla mümkün olacaktır.

Demokratik rejimler yönetim yapısını rasyonel temeller üzerine kurmayı hedefler (Duverger, 1974: 14). Demokratik toplumlarda yöneten ile yönetilen ilişkisi yasal kurallar çerçevesinde gerçekleşen seçimler yoluyla ortaya çıkar. Seçimlerde oy kullanma hakkına sahip kişi ise seçmendir. Seçmenler oy kullanarak yönetimi belirleme özellikleriyle, ülkenin geleceğine dair önemli süreçleri etkileyebilme hakkına da sahip olurlar. Demokrasi en yaygın tabirle “halkın halk için halk tarafından yönetilmesi” olarak tanımlanır. Rejim itibariyle ister Amerika Birleşik Devletleri, Türkiye, Fransa gibi “Cumhuriyet” ister İngiltere, İspanya, Japonya gibi “Monarşi” olsun demokrasi farklı rejimlerde de yer alabilmiş bir yönetilenleri belirleme ve onlara meşruluk kazandırma biçimidir. Bunun da temel yolu seçimlerdir. Öte yandan farklı demokrasi anlayışları ve tanımları da vardır. Örneğin dağılmadan önce Sovyetler Birliği sosyalist demokrasiyi hayata geçirdiğini iddia ederken, İran İslam Cumhuriyeti de “demokratik” olduğunu iddia eder. O nedenle kavram üzerinde tartışma sürse de,

demokrasinin temel tanımı itibariyle asgari tanımında, serbest, adil, yasal, öngörülebilir, şeffaf seçimler vardır. Bu anlamda demokrasinin hayata geçirilmesinin temeli seçmenlerin, belirli dönemlerle, adil, şeffaf, bağımsız hukuk sistemince denetlenen, özgür iradeleriyle kendilerinin yönetecekleri belirlemeleridir. Çağdaş demokrasi tanımının temelinde de olduğu üzere seçilen yönetici topluma hesap vermelidir. Demokratik teamüllerle seçilenler belirli bir yasallık, meşruluk, kurumsal ve siyasi kültür temelinde hareket ederler. Gerek anayasa ve anayasal kurumlara, gerek parlamento, gerekse diğer devlet kurumları tarafından denetime tabidirler. Bu noktada demokrasi aslında hükümetleri belirlemekle ilgilidir; devleti değil. Bu anlamda kurumsal özerklikler, yargının bağımsızlığı, belirli ölçülerde de olsa yasama, yürütme ve yargı erklerinin birbirinden bağımsız veya en azında birbirine tabi olmayacak derecede özerk hareket etmesini ifade eden güçler ayrılığı temeldir. Yine demokrasilerde seçimlere gidiş sürecinde seçmenlerin kime oy vereceğini belirlemede en önemli unsur olan hükümetin icraatları, toplumsal, siyasi ve ekonomik gelişmelere dair bilgi veren basın ve medyanın yöneticilerin doğrudan veya dolaylı kontrolü altında olmaması temeldir. Ve son olarak seçimleri uygulayacak, bu sürecin güvenliğini sağlayacak yargı ve güvenlik organlarının da iktidarın kontrolünde olmayan devletin özerkliği içinde yer almaları temeldir. Aksi takdirde yapılan tanımlamalarda demokrasi sorunlu hale gelmekte, yarı-demokrasiler, hibrid-rejimler, otoriter-seçimli demokrasiler gibi kavramlar ortaya çıkmaktadır (Heywood, 2012). Bu seçimlerdeki seçmen davranışını ve oy verme sürecini etkileyen unsurlar da haliyle farklı olmaktadır.

Tüm bu sebepler seçmen davranışlarını incelerken genel geçer kuram ve kavramlar kadar, hangi ülke, hangi siyasi rejim, hangi seçimler, hangi seçmenler sorularını gündeme getirmektedir. Diğer bir ifadeyle, daha özgül örneklerden ve bağlamlardan hareket etmeyi gerektirmektedir. Çünkü İsviçre'deki seçimler ile İran'daki seçimler, Rusya'daki seçimler ile İngiltere'deki seçimlerde seçimlerin içinde gerçekleştiği yasak, kurumsal, siyasi kültürel, sosyolojik, ekonomik çerçeveler farklı olduğu için aynı kavramlarla açıklanması mümkün olmayacaktır. Tüm bu sebepler seçmeni ve seçmenin oy verme sürecinde etkilendiği tüm etmenleri belirli spesifik bağlamlarda incelemenin gerekliliğine işaret etmektedir.

Seçmen aldığı kararları hangi değişkenleri göz önüne alarak, nelerden etkilenerek vermektedir? Seçmenlerin siyasi davranışlarını etkileyen, onları çerçeveleyen unsurlar nelerdir? Bunlar seçmen üzerinde nasıl bir şekilde ve ne gibi etkiler yapmaktadırlar? Bu sorular seçmen davranışı çalışmalarının temel sorularıdır ve bu sorular ile birlikte seçmen davranışı kavramı üzerine teorik çalışmalar geliştirilmeye başlamıştır. Seçmenin seçim ile ilgili süreçlerdeki tüm etkinlikleri seçmen davranışı kavramı içerisinde tartışılır. Seçmen ise o ülkede yaşayan vatandaşların ta kendisidir; yani toplum. Toplumsal hayat ise pek çok değişkenden etkilenir. Her ne kadar daha çok siyaset bilimi, siyaset sosyolojisi ve alan araştırmalarının alanına giriyor gibi görünse de aslında seçmen davranışını etkileyen faktörleri incelemek interdisipliner, sosyolojik olduğu kadar tarih, iktisat, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler ve antropoloji gibi farklı alanların da yardımını gerektirir. Bu anlamda devlet-toplum ilişkilerinin en temel biçimi olarak bütünsel bir bakışla anlaşılabilir.

Siyasal bir davranış biçimi olan seçmen davranışının doğru analizi; yönetim ve vatandaş arasındaki temel ilişkiyi de ortaya koymayı sağlayacaktır (Kavas, 2017:77). Seçmen davranışı kavramı, oldukça geniş kapsamlı olmasının yanı sıra genellikle oy verme süreçlerine odaklı kullanılmaktadır. Bu sebeple seçmen davranışı ile oy verme davranışı kavramlarının literatürde eş anlamlı kullanıldığı görülmektedir. Bu tez çalışmasında da seçmen davranışı ile oy verme davranışı genel kullanıma uygun olarak eşdeğer kabul edilmiş ve kuramları açıklarken daha çok oy verme davranışı adlandırması tercih edilmiştir. Öte yandan, seçmenlerin oy verme davranışlarını etkileyen çok daha uzun bir sürenin varlığı, bu anlamda seçmen davranışının nihai ve en çok önemsenen oy verme aşamasına kadar olan evrimi ve diğer aşamaları ihmal edilmemelidir. Zira bu çalışmada, söz konusu evrimin veya değişimin rolü vurgulanacak; oy vermedeki değişkenliğin ardındaki süreçlerin önemine işaret edilecek, bir anlamda oy verme davranışının da ötesinde bir çerçeveden bakılmaya çalışılacaktır. Oy verme esnasındaki davranışları belirleyen etmenler, çok öncesinde ortaya çıkmakta, öncesindeki bilgiler, duygular, düşünce ve yorumlar ile belirli bir yöne doğru evrilmektedir. Bu evrilme sürecinin yorumlanması seçmen davranışını anlamak açısından büyük önem arz eder.

Seçmen davranışı çalışmaları ilk olarak 20.yüzyılın başında başlamış ve o yıllarda seçmenin oy verme süreçlerine dair üretilen eserlerle temel kuramlar ortaya çıkmıştır. Bir anlamda bu araştırmalar, eğitilmiş toplum kesimlerinin artması, anayasal sistemlerin gelişmesi, demokratik sistemlerin gelişmesi ile oy hakkının tabana yayılmaya başlaması, bu arada kitle iletişim araçları ile seçmenlerin davranışlarındaki değişimlerin de hızlanabildiği bir döneme rasgelir.

Seçmen davranışı literatürde üç temel yaklaşım ile açıklanmaktadır. Bu yaklaşımlardan her biri bir çalışmacı grubu ve o grubun ortaya koyduğu temel özellikler ile açıklanmaktadır. Sosyolojik, psikolojik ve ekonomik olarak adlandırılan bu yaklaşımlar seçmen davranışlarını çeşitli özelliklerine göre kategorize etmiş ve verilere dayandırarak tartışmışlardır. Seçmenlerin oy verme davranışlarını etkileyen durumları seçmenin kişisel özellikleri, çevresi, düşünüş biçimi gibi bileşenleri ön plana alarak kuramsallaştırmışlardır.

Sosyolojik yaklaşım, kuramın temel dinamiklerini ortaya koyan araştırmacıların Columbia Ekolü mensubu olmaları dolayısıyla bu isimle de anılmaktadır. Sosyolojik yaklaşımda seçmenin davranışlarının bir gruba ait olma ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Seçmenin oy verme davranışını şekillendiren temel bileşenin grup aidiyeti olması, onun ait olduğu sosyal çevrenin önemini ortaya koyar. 1948 yılında Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet adlı araştırmacıların “The People’s Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign” adlı eserleri bu yaklaşımın temel prensiplerini ortaya koymaktadır. Çalışmacılar Amerikan seçmenin oy verme davranışında neyin ön plana çıktığı sorusuna; etnik kimlik, sosyal çevre, kültürel etmenler gibi etmenleri tespit ederek cevap oluşturmuşlardır.

Bir diğer kuram olan psikolojik yaklaşım da çalışmacılarının bu ekolü kurmuş olması dolayısıyla literatürde Michigan Ekolü olarak anılmaktadır. Bu yaklaşım seçmenin psikolojik süreçleri ve kişisel özelliklerini merkeze alır. Seçmenin duygu ve düşünceleri oy verme süreçlerinin etmeni olarak seçmen davranışının temel belirleyicisidir. 1960 yılında Campbell ve diğerlerinin “The American Voter” adlı eseri bu yaklaşımın temel dinamiklerini ortaya koyar. Bu eser ile psikolojik yaklaşımın asıl vurgusu olan parti kimliği modeli ön plana çıkar. Seçmenin bir siyasi parti ile

kurduğu duygusal bağ onun oy verme tercihinin temel belirleyicisidir ve bu bağ oldukça güçlü, değişmesi zor bir niteliktedir. Parti kimliği modeli, seçimlerin en önemli aktörlerinden olan siyasi partilerin seçmen ile ilişkisini açıklamada son derece önemli bir modeldir.

Son olarak ekonomik yaklaşım, seçmenlerin grup aidiyeti veya parti kimliği gibi etmenlerden bağımsız olarak rasyonel kararlar alabilen ve seçimlerin sonucunu belirlemeye yönelik tavırlar sergileyen kişiler olduklarını varsaymaktadır. Bu yaklaşım, seçmeni rasyonel kararlar alabilir kabul etmesi dolayısıyla Rasyonel Seçim Ekolü olarak da adlandırılmaktadır. 1957 yılında Anthony Downs'un yazdığı "An Economic Theory of Democracy" adlı eserde ekonomik yaklaşımın temel kabullerinin ortaya konulmasının yanı sıra, muhalefetin seçmene yönelik davranışlarının da analiz edildiği görülür. Bu eserde rasyonel karar vericinin hedeflediği seçim sonucuna ulaşmak için en makul partiyi tespit ederek bu amaca uygun davranış geliştirmesi beklenir. Bu durum stratejik oy verme modelinin de temelini oluşturması dolayısıyla ekonomik model içerisinde stratejik oy verme davranışı kavramı yer almaktadır. Seçmen, seçim sonucunun arzu ettiği şekilde sonuçlanması için strateji geliştirir ve buna uygun olarak oy verme sürecine dahil olur.

Seçmen davranışı kuramları literatürde genellikle üç temel başlık olarak ele alınsa da bazı çalışmalarda daha fazla modele rastlanır. Bunun sebebi temel yaklaşımlar içerisindeki bazı modellerin öneminin dönemselsel olarak artmasıdır. Örneğin stratejik oy verme esasen ekonomik yaklaşım içerisinde tartışılmaktadır. Ancak son dönemde stratejik oy verme davranışının oy dalgalanmalarını açıklamada kullanılması bu modelin ayrı bir yaklaşım olarak ele alınmasını sağlamıştır. Yaygın olarak yukarıda bahsedilen bu üç temel yaklaşım ön plana çıkmakta ve bu yaklaşımlar içinde ayrı modeller tartışılmaktadır. Bu sebeple bu çalışmada da üç temel yaklaşım ve bu yaklaşımlar içerisinde ele alınan alt modeller açıklanmıştır.

Seçmen davranışı kuramları, seçmeni oy kullanma sürecinde etkileyen etmenleri ortaya koymaktadır. Bu kuramlar tüm seçmenleri etkilemekle birlikte Türkiye özelinde değerlendirildiğinde toplumsal değişim ve dönüşüm süreçlerinin etkisi ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de seçmen yaşanan toplumsal, ekonomik ve siyasi

olayların etkisi ile oy verme davranışı geliştirmektedir. Kuramsal çerçeveye ile birlikte Türkiye seçmenini etkileyen faktörleri pek çok başlıkta ele almak mümkündür. Bu çalışmada on temel başlık altında yürütülen seçmen davranışını etkileyen etmenler, diğer çalışmalardan farklı olarak vaka çalışması olarak sunulan 2015 seçimlerine giden süreçlerde ön plana çıkan içeriklerden oluşmaktadır.

Türkiye’de seçmen davranışı; coğrafi koşullar, etnik kimlik ve dini eğilimler, sosyal çevre, parti kimliği, eğitim, ekonomik koşullar, kişisel tutum ve değerler, seçim sistemleri, medya, liderlik ve siyasi söylemler olmak üzere on temel etmenin etkisiyle şekillenmektedir. Bu etmenlerin sayısı artırılabilceği gibi bu çalışmada en önemli görülen ve vaka çalışması için uygunluğu tespit edilen maddeler üzerinde durulmaktadır. Bu etmenlerin bir kısmı uzun vadeli; kolayca değişmesi mümkün olmayan etkilere sahip iken, bir kısmı da seçim döneminde şekillenebilen ve değişimi kısa süre içinde mümkün olabilenlerden oluşmaktadır. Bu durumda, seçmenin seçimlere dair oy verme davranışları değerlendirilirken; seçime giden süreçlerde yaşanan olaylar ve toplumsal kırılma noktaları büyük önem taşımaktadır. Özellikle kısa vadede, seçime giden süreçte değişebilir faktörlerin uzun vadede değişmeyen unsurlara ağır bastığı dönemlerin Türk siyasi yaşamında ve seçmen davranışlarında da önemli kırılmalara sahne olduğu görülebilmekte; bu anlamda siyasetin seçmen davranışındaki söz konusu değişimin tekrar eskiye döndürülmesi için dizayn edilmesi gibi olaylara rastlanabilmektedir. Bu tezin bir amacı da bu dönemlerden en yakın olanına işaret etmektir.

Siyaset bilimi içerisinde son derece önemli yer kaplayan seçmen davranışı ve seçmeni etkileyen faktörler bu tez çalışmasında 2015 Genel seçimleri verileri üzerinden tartışılmaktadır. 7 Haziran 2015’te gerçekleşen seçimlerde hiçbir siyasi partinin iktidar kurabilecek yeterli oy sayısına ulaşamaması dolayısıyla koalisyon hükümeti kurulması gündeme gelmiştir. Ana muhalefet partisi ile uzun süre alan “istikşafî görüşmeler” ile sonuç alınamayınca, erken seçim kararı ile 1 Kasım 2015’te tekrar seçim yapılmıştır. Bu iki seçim süreci de sonuçları da yapıldıkları koşullar da birbirlerinden oldukça farklı seyretmiştir. İki seçim arası bu kısa sürede ortaya çıkan iki farklı oy oranları tablosu, 7 Haziran’dan 1 Kasım’a giden süreçte Türkiye’deki siyasi atmosferin ve yaşanan olayların analiz edilmesi ve seçmeni ilk seçimden

ikincisine oyunu değiştirmeye yönelten etmenlerin tartişılması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bir anlamda 2002 yılından itibaren iktidarda olan 13 yıllık bir iktidar partisinin tek başına hükümet kurma yetkisini kaybetmesi seçmen davranışının belki Türk siyasi yaşamında gördüğü en kısa sredeki en büyük değişkenliği göstermesiyle sonuçlanacak gelişmelere sebep olmuştur. Bu gelişmelerin ardındaki sebepler bu çalışmanın konusunun dışındadır. Ancak, 7 Haziran ile 1 Kasım seçim sonuçlarının aradaki kısa sreye rağmen birbirinden oldukça farklı olması, seçmenin oy verme davranışını etkileyen faktörlerin neler olduğu sorusunu ortaya çıkarır. Bu alışma, bu süreçteki gelişmelerin seçmen davranışına etkisini kuramsal çerçeveye bağlamak ve belirli modellemelerle daha anlaşılır kılmayı amaçlamaktadır.

TBMM'nin 25. Dönem milletvekillerinin belirlenmesi amaçıyla gerçekleştirilen 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri; 2002 yılından o tarihe tek başına iktidar olmak için yeterli oyu bulunan AKP'nin yine birinci parti olmasına karşın oylarının azalması sonucu tek başına iktidar olmak için yeter sayıya ulaşamadığı, CHP'nin oy kaybına karşın ikinci parti olduğu, MHP'nin zm Süreci'ne karşın AKP'ye sert eleştirileri ile AKP'den kopan milliyetçi sağ seçmeni çekerek ve HDP'nin de başkanlık sistemini kabul etmemesi ve etnik politika yerine Türkiye söylemiyle hareket etmesi sonucu önceki seçimlere oranla oylarını artırarak üçüncü ve dördüncü parti oldukları bir seçim olmuştur. Bu seçimin en önemli sonucu beraberinde pek çok olayı da meydana getirecek olan yeni hükümetin kurulamaması durumudur. Bu durum seçim sonrası koalisyon görüşmeleri ve erken seçim tartişmalarının, ayrıca ülkedeki istikrar kaygıları ile diğer seçime dek yaşanan toplumsal, siyasi ve ekonomik dalgalanmaların da başlangıç noktası olmuştur.

7 Haziran sonrası erken seçim kararı ile gerçekleşen 1 Kasım seçimleri ilk seçime göre bambaşka bir tabloyu ortaya çıkarmış; AKP oy oranını yüzde 8,63 artırarak 317 milletvekili ile hükümeti kurmak için yeter sayıya ulaşmıştır. Bu seçimde AKP oylarındaki belirgin artış ile MHP ve HDP oylarındaki sırasıyla yüzde 4,39 ve yüzde 2,36 oranlarındaki gerileme oldukça önemlidir. Ortaya çıkan bu yeni tabloda; 7 Haziran'dan 1 Kasım'a giden yalnızca dört ay yirmi altı günlük sürede oy oranlarındaki bu önemli değişime sebebiyet veren durumların, seçmenin oy verme davranışını etkileyen ve ciddi oy dalgalanmalarını ortaya çıkaran etmenlerin neler

olduğu ve nasıl açıklanacağı sorusu ortaya çıkmaktadır (Tuncer, 2015: 3). Bu dönem yaşananlar ile ilgili çalışmalar her ne kadar az olsa da, olayların açıklanması yoluyla durumun seçmen nezdinde nasıl anlamlandırıldığı, seçmeni nasıl etkilediği, nasıl algılandığı üzerinden bir seçmen davranışı analizi yapmak mümkündür.

Seçmen davranışının ilgili seçime yönelik analizi için daha önceden gelen faktörlerin de dikkate alınması gerekmektedir. .Bu da 2015 seçimleri değerlendirmesinden önce Türkiye’de seçmeni etkileyen temel faktörlerin hatırlanmasını ve analize dahil edilmesini gerektirmektedir. Bu çalışmada ilk olarak bu faktörler açıklanmıştır. Bu tez kapsamında çalışma, bu faktörlerden özellikle kısa süreçler içerisinde ön plana çıkanların bu iki seçim arası dönem için de önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Yaklaşık beş aylık süreç içerisinde seçmenin coğrafi koşullarının, etnik kimliğinin, sosyal çevresinin veya bu gibi yapısal etmenlerin değişimi oldukça zor görünmektedir. O halde seçmenin ülkenin içinde bulunduğu koşullardan, ekonomik süreçlerden, medyadan ve liderlik ile siyasi söylemlerden etkilenmesi daha muhtemel gözükmektedir. Bu etmenlerin 2015 Genel seçimlerinin verilerinin sunulması akabinde, bu iki seçime giden süreçte yaşanan kırılma anlarının açıklanmasıyla seçmeni nasıl ve ne derece etkiledikleri son bölümde ele alınmaktadır.

Bu tez çalışmasının temel kuramları olan sosyolojik, psikolojik ve ekonomik yaklaşımlardan, 2015 seçimleri özelinde, seçmenin oy verme davranışındaki etmenlerin kategorize edilmesinde ve seçim üzerindeki izlenimlerin açıklanmasında yararlanılmaktadır. Çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak vaka çalışması olan 2015 genel seçimlerindeki seçmen davranışlarının, hangi kuramın temel kabulleri ile örtüştüğü tartışması yapılmıştır. Seçmeni etkileyen doğrudan veya dolaylı etmenlerden özellikle, ele alınan iki seçimde de belirleyici olan ekonomik koşullar, medya, liderlik ve siyasi söylemler ön plana çıkmaktadır. Bu etmenlerin etkileri dönemin liderlerinin sloganları, seçmenin takip ettiği kitle iletişim araçları gibi seçim özelinde örnekler ile değerlendirilmiştir.

2015 seçimleri, özellikle uzun süredir iktidarda olan bir partinin yeterli sandalye sayısına ulaşamaması ve beş ay sonra sürecin benzeri görülmemiş bir tabloya dönüşmesi sebebiyle Türkiye için son derece önem taşımaktadır. Zira 7 Haziran

seçimleri sonucunda gündeme gelen koalisyon hükümeti formülünün verimsiz bulunması ve yönetimde istikrar sağlanamayacağı düşüncesiyle reddedilmesi, erken seçime giden süreçteki siyasi temasların da belirleyicisi olmuştur. Böylece 1 Kasım seçim sonuçlarında ortaya çıkan oy değişimi bu iki seçim arası dönemde yaşanan gelişmelerin seçmenin oy verme davranışına olan etkileri ile tartışılmaktadır. Genelde tarihin bugün için ders çıkarmak açısından öneminden sık sık söz edilse de, henüz tarih olmamış ama yedi yıl önce yaşanmış olması itibariyle yakın geçmiş denebilecek 2015 seçimlerinin, o dönemdeki olayların ve özellikle Türk demokrasisi için seçmen davranışlarının anlaşılması büyük bir öneme sahiptir.

Bu çalışma, konuya dair kuramsal çalışmalar ışığında söz konusu döneme dair gözlemcilerin anı, gözlem ve kamuoyu araştırmalarından da yararlanılarak, seçmeni böylesine “tepkisel” davranmaya yönelten etmenlerin ne olduğu; bu etmenlerin hangi kuramlar ve modellerle açıklanabileceği gibi soruları tartışmaktadır. Her ne kadar Türkiye’de istisna olabilecek bir dönem olsa da, bu sorulardan yola çıkarak bir anlamda yöntemsel olarak bir vaka çalışması üzerinden 2015 seçimleri özelinde, Türkiye’de seçmen davranışlarını belirleyen temel unsurlar, olağanüstü şartlardaki seçmen tercihleri ve tepkileri dolayısıyla aslında bu tez Türkiye’deki siyasi, ideolojik ve kurumsal fay hatları ve hassasiyetlere de ışık tutmayı amaçlamaktadır.

Bu vaka üzerinden Türkiye seçmeninin oy verme davranışını etkileyen en önemli faktörleri ortaya koymak, kategorize etmek ve teorik çerçevede tartışarak Türk siyasi hayatı, politik kültürü ve demokrasi tarihi literatürlerine de katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## SEÇMEN DAVRANIŞI

Siyaset bilimi literatüründe seçmenin seçim süreçlerine dair, iktidarı belirleme amacı güderek katıldığı tüm eylemler seçmen davranışı olarak adlandırılır (Özer ve Meder, 2008: 30). Literatürde oldukça geniş yer kaplayan seçmen davranışı, seçimleri ve buna bağlı olarak seçmenin seçim süreçlerinin tamamında gösterdiği davranışları içermektedir. Seçmenler siyasi düşünce ve davranışlarını siyasi yaşamdaki gelişmelere, ideolojik gelişmelere, siyasi iktidarın yönetim tarzına, politikalarına ve toplumsal, iktisadi, sosyal ve dış politikaya dair meselelere göre belirlemektedirler. Aynı zamanda seçmen davranışları, seçmenin seçim sürecinde bulunduğu ülkeden ve koşullardan bağımsız olarak evrensel bir nitelik de taşımaktadır. Yani seçmen davranışına dair her toplumun kendine ait özgül etmenleri olmakla birlikte, demokratik rejimlere dair ortak genellemeler yapmak mümkündür. Seçmenler ülkelerinin siyasal kültürüne uygun davranışlar geliştirmekle birlikte temelde benzer etmenlerden etkilenerek oy verme davranışı gösterirler. Sosyolojik, ekonomik ve psikolojik etmenler, tüm seçmenler için genellenebileceği gibi, seçmenin yaşadığı bölgeye göre şekillenmiş halde ön plana çıkar. İşte seçmenin bu evrensel olarak nitelendirilen davranış biçimleri, seçmen davranışlarının kuramsal çerçevesi oluşturmaktadır.

### 1.1. Seçmen Davranışı Kavramı

Seçim, demokratik yönetim süreçlerinde kamu görevini üstlenecek kişi veya kişilerin belirlenmesi amacıyla seçmenlerin tercih yapması olarak bilinmektedir (Yılmaz, 2021: 25). Yönetimin eşit oy hakkına dayalı seçimler yoluyla belirlenmesi demokrasi için olmazsa olmazdır. Yöneticiyi belirlemek üzere bir seçimde oy verme koşullarını sağlayarak oy kullanmaya hak kazanmış kişiler seçmen olarak adlandırılır.

Demokrasinin en önemli unsurlarından olan seçimler Antik Yunan'dan günümüze toplumların içinde bulunduğu dönemin özelliklerine göre değişik şekillerde gerçekleşmektedir. Toplumsal değişim ve dönüşüm dönemleri siyasal kültürü etkiler ve seçmenin davranışlarını anlayabilmek; siyasal kültürü, toplumun içinde bulunduğu

sosyal, kültürel ve ekonomik koşulları anlayabilmek yoluyla mümkün olur (Beren, 2013: 193-194).

Seçmen davranışı, siyaset bilimi içerisinde ilk olarak davranışsalci yaklaşımlarla birlikte tartışılmaya başlamıştır. Davranışsalci yaklaşımlar siyasal davranışı, sosyal ve ekonomik davranışlarla bir arada değerlendirir ve birbirlerine bağımlı olarak tartışır (Gülmen, 1979: 3). Seçmenin oy verme süreçlerini, seçimlere dair davranışlarının tümünü bu anlamda sosyal ve ekonomik süreçlerle bir arada düşünmek, seçmenin toplumsal ve ekonomik olaylara dair değerlendirmelerinin siyasi değerlendirmeleriyle etkileşim halinde olduğunu söylemek mümkündür.

Seçimler ülkelere göre değişik kurallar çerçevesinde gerçekleşiyor olsa da seçmen davranışı teorileri genel hatlarıyla tüm toplumları kapsayıcı özellikler üzerinden tartışılır. Seçmen davranışı kavramı, toplum üyelerinin yöneticilerini seçme amacıyla katılım gösterdiği süreci konu alırken aynı zamanda seçmenin oy verme sürecini etkileyen faktörleri de tartışmayı mümkün kılar. Bu sebeple seçmen davranışı teorilerini genel bir çerçeve olarak düşündüğümüzde, seçmen davranışını etkileyen faktörleri seçim veya siyasal kültür özelinde ele almak mümkündür.

Seçimler belirli siyasi birimler olan devletlerin vatandaşları için başta ekonomik, siyasi, hukuksal, psikolojik olmak üzere pek çok açıdan önem taşımaktadır. Seçmenin seçim süreçlerindeki davranışları da bu etkileşim alanlarına ek olarak özellikle siyaset bilimi ve siyaset sosyolojisi alanlarıyla doğrudan ilintilidir. Seçmenin yönetim süreçlerine dair aldığı her karar ve içerisine bulunduğu her eylem seçmen davranışı içerisinde incelenir. Seçimler, siyasi partiler, siyasi figürler, seçim sistemleri, seçmenlerin kişisel özellikleri, toplumsal, ekonomik, siyasal süreçler ve daha pek çok bileşen bu konu için son derece önem taşımaktadır.

Bu anlamda, seçmen davranışı kavramı bireyin kendi yaşamından hareketle siyasal hayatı anlamlandırırken sahip olduğu tutum, kanaat, düşünce ve izlenimi kapsamaktadır (Temizel, 2012: 6). Birey seçim süreçlerinde bireysel düşüncelerinden, varsa grup kimliğinden ve çevresinde gerçekleşen çeşitli olay akışlarından etkilenir. Seçmen davranışı tüm bu süreçlerle şekillenerek ortaya çıkar ve bir ülke için

yönetimin, iktidarın, liderlerin kısaca siyasal hayatın temel belirleyicilerinden biri olarak rol oynar.

Seçmen davranışı çeşitli süreçlerle şekillenmektedir. Burada seçmenin oy verme sürecinde etkilendiği faktörlerin değerlendirilmesi, seçmeni oy verme veya vermeme kararına yönlendiren süreçlerin analiz edilmesi gereklidir. Seçmen davranışı daima seçmenin aktif durumunu ifade etmemektedir. Seçmen ilgili seçimde çeşitli sebeplerle seçime olan inancını kaybetmiş olabileceği gibi, fiziki koşulları oy vermeye elverişsiz olabilir veya tamamen yüzeysel sebeplerle dahi seçimde oy kullanmama kararı almış olabilir. Bu gibi seçmenin aktif olmadığı durumlar da seçmen davranışı içerisinde incelenir, çünkü seçmenin karar alma süreçlerinin tamamı aktif veya pasif olmasından bağımsız olarak bu kavramın kapsam alanındadır.

Seçmenin seçime katılma kararı da farklı değişkenlere bağlıdır. Çevresel uyarıcılar, kişisel süreçler, seçim kampanyaları, medya gibi kanallar seçmeni seçime dair düşünmeye yönlendirebilir. Kişisel ilişkiler, aile ve iş ortamlarındaki tutumlar seçime katılım konusunda bireyi harekete geçirme potansiyeline öncelikle sahiptir. Ek olarak bireyi doğrudan ilgilendiren ve katılma kararına etkisi olan bileşenleri yaş, cinsiyet, etnik kimlik, sosyal statü, yerleşim yeri olarak sıralamak mümkündür (Temizel, 2012: 10).

Seçmen davranışı siyasal katılım, siyasal kültür, siyasal değerler ve siyasal partilerle yakından ilişkilidir. Bu kavramlar birbirleriyle bütünlük içerisinde seçmene, seçime ve daha geniş olarak siyasal hayata dair süreçleri ortaya koyar. Türkiye özelinde de seçmen davranışı sosyolojik, kültürel ve siyasal temellere dayanır. Parti tercihlerinde rol oynayan temel değerler, seçmenlerin beklentileri, siyasetle ilişkileri, toplumun değerleri gibi bileşenlerin değerlendirilebilmesi için literatürde ampirik çalışmalar mevcuttur (Çaha, 2008: 4).

Seçmen davranışında genel olarak iki karar alma aşaması mevcuttur. İlk aşamada birey ülke yöneticilerinin seçim aşamasında oy kullanıp kullanmayacağına dair bir karar verirken ikinci aşamada oyunu ne yönde kullanacağına dair bir karar verir. Seçmen davranışının temeli olan bu karar süreçlerini belirleyen birtakım etmenler mevcuttur ve bunlar oy verme davranışı kuramları çerçevesinde literatürde

yer almaktadır. Oy verme en temel seçmen davranışı olup literatürde seçmen davranışı kavramıyla eş anlama gelecek şekilde de yer almaktadır.

## 1.2. Oy Verme Davranışı Kuramları

Oy verme davranışı, seçmen davranışı çalışmalarında en geniş yere sahip olan konudur. Bunun sebebi olarak; oy vermenin demokrasilerde tüm bireylerin hakkı olması, kolay gerçekleşebilmesi ve iktidarı belirlemede her bir birey için eşit derecede etkili olması gösterilmektedir. Bu bağlamda oy verme davranışı en önemli seçmen davranışı olarak ele alınmakta ve çoğu çalışma içerik olarak “seçmen davranışı” kavramını “oy verme davranışı” kavramına eş değer kabul etmektedir (Ceylan ve İspir, 2020: 1492).

Seçmenler seçimlerde oy kullanırken farklı etmenlerden etkilenmektedir. Oy verme davranışı çalışmaları bireylerin oy kullanırken hangi faktörlerden etkilendiği üzerine yoğunlaşmıştır. Oy vermeyi etkileyen tüm süreçlerin kuramsal çerçevesi daha açıklayıcı olabilmesi adına belirli temel yaklaşımlar çerçevesinde tartışılır.

Seçmenin oy verme süreçlerini inceleyen temel çalışmalar 1900’lü yılların başlarına kadar uzanmaktadır. Özellikle Campbell ve arkadaşlarından oluşan Michigan Ekolü’nün “The American Voter” adlı eseri bu çalışmaların ABD’de yoğunlaştığına işaret etmektedir (Kalender, 2012: 36). Çalışmalar daha sonra farklı yerlerde ve farklı milletlerden seçmenler üzerinde de yoğunlaşmış, farklı ülkelerin toplumsal, siyasal ve ekonomik yapıları ve farklı siyasi sistemleri sonucu farklı seçmen davranışlarının kavramsallaştırılmasıyla seçmen davranışının ilişkin farklı ekoller ortaya çıkmıştır.

Oy verme davranışı çalışmaları literatürde farklı farklı kategorize edilmiş olsa da temelde üç ana başlık altında sınıflandırılır. Bu çalışmada da üç ana kuram olarak ele alınan sosyolojik, psikolojik ve ekonomik yaklaşımlar, bu yaklaşımların genel hatlarını belirleyen üç temel çalışma ile açıklanır. Bunlardan ilki olan sosyolojik yaklaşım; Lazarsfeld ve arkadaşlarının “The People Choice: How The Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign” adlı eseri temel alınarak kuramsallaştırılır. Adı üstünde, sosyolojik etmenlere odaklanır. Seçmenlerin gelişmeleri algılayışı, kişisel, duygusal, kimliğe dayalı özelliklerine vurgu yapan psikolojik yaklaşımda ise

Campbell ve arkadaşlarının “The American Voter” adlı eseri temel niteliktedir. Son olarak seçmenlerin üretim, tüketim, istihdam gibi ekonomik koşulları ve ekonomiye bakışının oy verme davranışına etkisine yoğunlaşan ekonomik yaklaşımda temel eser Anthony Downs’un 1957 yılında yazdığı *An Economic Theory of Democracy* adlı eseridir. (Kalender, 2012: 37).

Yukarıda bahsedilen üç temel yaklaşımdan ilki olan sosyolojik yaklaşım (Columbia Ekolü), seçmenlerin grup aidiyetlerini ön plana alır. Bireyin, ait olduğu grubun diğer üyeleriyle aynı partiye oy verme davranışı gösterdiği varsayılır. Bu yaklaşım bağlamında bireyin ait olduğu sosyal sınıf, sosyo-ekonomik durumu, toplumsal statüsü, etnik kökeni, dini inançları ve yaşadığı yer gibi etmenler doğrudan incelenir. Tüm bu kavramların etkinliği, bireyi etkileme düzeyi oy verme davranışı üzerinde etkili olacaktır. Psikolojik yaklaşımda (Michigan Ekolü), bireyin kişisel özellikleri ve buna bağlı tercihleri esas alınır. Burada birey siyasi partiler ile geliştirdiği aidiyet bağı üzerinden oy tercihini belirler. Parti aidiyeti olarak tanımlanabilecek bu bağ bireyin oy verme tercihinde doğrudan etkili olmaktadır. Son olarak ekonomik yaklaşım ise rasyonel seçimler yapan bireyin her seçim sürecinde farklı değişkenleri göz önüne alarak karar verdiğini savunur. Bu yaklaşımda seçmenlerin her seçimde farklı tercihlerde bulunması veya stratejik davranarak kazanmasını istediği partinin lehine bir davranış sergilemesi söz konusudur.

Oy verme davranışını kavramını ortaya koyan bu üç temel kuram detaylı olarak üç temel eser üzerinden açıklanmaktadır. Bu kuramların çalışma alanı olan ekoller ve kuramların kapsadığı alt başlıklar çalışmanın gelecek kısmında detaylandırılacaktır.

### **1.2.1. Sosyolojik Yaklaşım (Columbia Ekolü)**

Sosyolojik yaklaşım, seçmenleri bireysel olarak değil ait oldukları sosyal gruplar özelinde ele alan bir seçmen davranışı yaklaşımıdır. Sosyal sınıflar bu yaklaşımda oy verme tercihine dair temel değişkenlerden biridir. Bu yaklaşımın kökenleri Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet’in 1948 yılında yayımlanan *Halkın Seçimi: Başkanlık Seçiminde Halk Nasıl Karar Verir* adlı eserine dayanmaktadır. Bu eserde mülakatlar yoluyla Amerikan seçmenin oy verme tercihlerine dair veriler elde edilmiştir. Eserin Amerikan seçmenlerin oy tercihlerini belirleme sürecinde en önemli

unsur olarak gördüğü grup aidiyetine yaptığı vurgu sosyolojik modelin temel savını oluşturur. Bu çalışmada, birlikte yaşayan ve birlikte çalışan grupların oy verme davranışlarının aynı yönde gelişeceği vurgusu ön plana çıkmaktadır (Lazersfeld, 1948: 138'den aktaran Temizel, 2012: 45) Bahsi geçen yazarlar daha sona Kolombiya Okulu'nu kurmuş ve sosyolojik çalışmalarla oy verme davranışını belirleyenler bu okulun ismiyle anılmaya başlamıştır.

Sosyolojik yaklaşımda kişinin ait olduğu sosyal çevre ve aileden gelen değerler son derece önemlidir. Bireyin etnik kimliği, dini eğilimleri, aile yaşantısı, aldığı eğitim, yaşadığı yer gibi faktörler oy verme davranışında doğrudan etkili olacaktır. Bireyin ait olduğu grubun önemini ortaya koyan bu faktörler göstermektedir ki sosyolojik yaklaşım bireye değil gruba odaklanmaktadır. Grup kimliği taşıyan birey, oy verme davranışını bu kimlikle bağlantılı şekilde ortaya koyacaktır.

#### **1.2.1.1. Grup Aidiyeti Modeli**

Bireyler sosyolojik yaklaşımın temelinde ele alındığı gibi bireysel düşüncelerine değil grup kimliklerine odaklanmaktadır. Grup dinamikleri, aileden gelen deneyimler, iş ortamı, dini düşünceler, sosyo-ekonomik statü gibi değişkenler bireyin politik eğilimlerini ortaya çıkarır. Toplumsal yapı ve ilişkiler içinde baskın olan politik eğilimler o yapı içindeki bireylerin kendine uygun bir partiyi benimsemesine yol açar ve buradan hareketle bireyin oy verme davranışı belirlenir (Peşkircioğlu, 2017: 4).

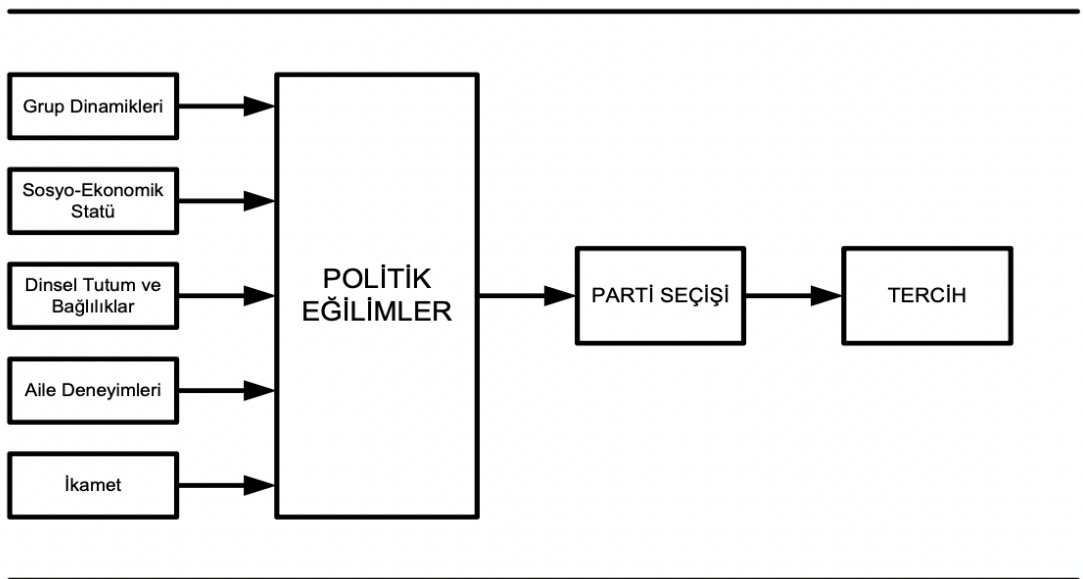
Birey ve grup ilişkisi çeşitli süreçleri kapsamaktadır. Bu anlamda aile ilişkileri en önemli aşamadır. Bireyin ilk grup deneyimi ailedir ve aileden edinilen değerlerin oy verme tercihinin yoğun olduğu bilinmektedir. Daha sonraki dönemde iş ortamı grup deneyimi için uygun bir alan olarak değerlendirilmektedir. Burada günün büyük bölümünü bir arada geçiren ve bir iş çevresinde paylaşımlar yapan kişilerin aynı partilere oy verme eğilimi göstermesi beklenebilir. Aile ve iş ortamı sosyolojik yaklaşımın en temel örneklerini içermekle birlikte bireylerin grup aidiyeti kurduğu farklı alanlar da mevcuttur. Kişilerin iradeleri olarak bulunmayı tercih ettikleri gruplar (dini kurumlar, spor kulüpleri, yurt v.b.), evlilik gibi aşamalar da grup aidiyeti oluşturan alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bireyi grupla bütünleşmiş olarak değerlendiren bu yaklaşıma göre oy verme kararı alırken birey ait olduğu gruptan etkilenmektedir. Birey aidiyet taşıdığı grubun değerlerini göz önüne almakta ve bu yönde oy kullanmaktadır. Bireysel görüş ve düşüncelerden ziyade grubun değerleri oy verme davranışını belirler. Bireyin taşıdığı grup kimliğinin değerlendirilmesi ve bir gruba ait olma süreçlerinin kapsamı sosyoloji alanının inceleme konusudur ve bu sebeple bu yaklaşım sosyolojik yaklaşım olarak adlandırılmıştır.

Grup aidiyeti kurmuş ve grup normlarına uyum sağlama sorumluluğunda olan birey bu doğrultuda oy kullanma eğiliminde olacaktır. Grup aidiyetinde çeşitli sebepler ile grupla aynı yönde oy kullanma eğilimi ortaya çıkmaktadır. Ayrıca kişi grup normlarına ters düşmemek ve cezai bir yaptırımla karşılaşmamak adına da grubun benimsediği şekilde oyunu kullanmayı tercih eder.

Bireyin ait olduğu sosyal grup çeşitli değerleri savunmakta ve bu durum toplumsal gerilimlerde bireyin de taraf olmasını sağlamaktadır. Bu gerilimler etnik, cinsiyet, sınıf, bölge ve inanç temelli olarak ortaya çıkabilir. Bu bileşenlerden her biri için bireyin ait olduğu grubun bir tavrı mevcuttur ve bu tavır o grubun ve bağlantılı olarak o bireyin oy verme davranışının belirleyicisidir (Heywood, 2007: 34).

**Şekil 1.1. Sosyolojik Oy Verme Modeli**



**Kaynak:** Berelson, Lazarsfeld ve McPhee, 1954'den aktaran Temizel, 2012: 46

Şekil 1.1’de görüldüğü üzere politik eğilimleri belirleyen pek çok etken mevcuttur. Bunların tamamı seçmenin grup aidiyeti geliştirmesine yöneliktir. Seçmen grup aidiyeti geliştirmesini sağlayan etmenler yoluyla kazandığı politik kimlikle parti seçmeye yönelir. Bahsi geçen partiyi seçmesi süreç içerisinde oluşturulmuş bu grup kimliğinin bir sonucudur ve kişinin bireysel duygu ve düşüncelerinden bağımsızdır.

Yukarıda da açıklandığı üzere sosyolojik modelin temelinde oy vermenin bir grup deneyimi olduğu çıkarımı yer almaktadır. Bireyler çoğunlukla bahsi geçen gruplarla aynı adaylara, aynı siyasi partilere oy vermeyi seçecektir. Bu yaklaşımda temel olarak gruba uyum sağlama davranışı söz konusudur (Temizel, 2012: 48). Aile bireylerinin aynı partiye oy vermeleri yaygın görülmektedir. Ek olarak ailedeki çocukların da ailede yaygın olan siyasi görüşe eğilimli olması ve bu yönde oy kullanması muhtemel görülmektedir.

Sosyolojik modelin grup aidiyeti vurgusu dolayısıyla oy dalgalanmalarını açıklamada yetersiz kaldığı yönünde eleştiriler mevcuttur. Bireylerin ait olduğu sosyal grupların ve genel olarak da toplumsal yapıların değişimi pek hızlı ve kolay olmadığından teoride seçmenin oy verme davranışının da sürekli aynı yönde olması beklenir. Ancak oy dalgalanmaları, özellikle de kısa dönemlerde ortaya çıkan oy kaymaları, bu durumun böyle olmadığını göstermektedir. Seçmenin farklı alternatiflere yöneliyor olması farklı değişkenlerin devreye girdiğine işaret etmektedir. Benzer sınıfsal konuma, statüye, etnik kimliğe sahip olan çok sayıdaki seçmenin farklı partilere oy verme eğilimi gösterebildiği bilinmektedir. Burada da bu farklı oy verme davranışını açıklamak için sosyolojik yaklaşımın belirli sınırlara sahip olduğu görülmektedir.

Sosyolojik yaklaşımın temel dinamiklerini ortaya koyan eser olan *The People’s Choice*” adlı çalışmanın araştırmacıları söz konusu soruları dikkate alarak, Amerikan seçmeninin oy verme davranışı üzerine yaptıkları bu çalışmada toplumsal etmenlerin yanında, başkanlık seçimlerinde propaganda ve medyanın rolünü de araştırmışlar; fakat söz konusu etmenlerin seçmenlerin karar süreçlerine kayda değer bir etkisi olmadığına ulaşmışlardır. Seçmenlerin politik tercihlerini belirleyen etmenler arasında sosyal çevreleri, kültürel geçmişleri ve etnik kimlikleri gibi etmenler ön plana

çıkılmıştır. Ayrıca bu çalışma Amerikan seçmeni üzerinde uygulanan ilk sistematik anket olma özelliği taşımaktadır (Ünal, 2016: 97). İlginçtir, bu ilk sistematik anket çalışması, aslında ABD'deki seçimlerde ve siyasette belki en belirleyici unsur olan medya ve propagandanın etkisini gösterememiştir; bu anlamda seçmen davranışına dair davranışsalci kuramların temel metodu olan anket yöntemine yönelik de sorular daha ilk çalışmalardan itibaren oluşmaya başlamıştır.

Çalışmada seçmenin oy verme davranışında etkili olan temel etmenler eğitim, sosyal statü, kültür düzeyi, gelir düzeyi, ikamet yeri gibi değişkenler olarak ortaya koyulmuştur. Seçmenin oy verme davranışı tüm bu değişkenlere bağlı olarak bireysel değil bir grup deneyimi halinde ortaya çıkmaktadır. Seçmenler, bir arada yaşadıkları aileleriyle ve bir arada çalıştıkları iş arkadaşlarıyla benzer siyasi eğilimler göstermekte yani gruplar halinde oy verme davranışı sergilemektedir. Lazarsfeld ve arkadaşlarının ortaya koyduğu tüm bu çıkarımlar sosyolojik yaklaşımın temelini oluşturmaktadır.

### **1.2.2. Psikolojik Yaklaşım (Michigan Ekolü)**

Literatürde Michigan Ekolü olarak da adlandırılan psikolojik yaklaşım, seçmen davranışlarının psikolojik açıdan değerlendirildiği bir yaklaşımdır. Burada seçmenin duyguları ön plandadır. Oy verme davranışı da bir araç olarak değil, seçmenin duygu ve düşüncelerinin bir tezahürü olarak var olmaktadır. Toplumsal, siyasi ve ekonomik meselelerden çok burada söz konusu olan bu meselelerin yarattığı sosyal psikoloji, bunların algılanışı ve uyandırdığı hislerdir.

Bu konuda özellikle Amerikalı seçmenin oy verme davranışının dayandığı psikolojik dinamiklere, partilerle kurulan ilişkilere vurgu yapan öncü çalışma Campbell ve arkadaşlarının *Amerikan Seçmeni* (Campbell, 1960) adlı eseri olmuştur. Seçmen çeşitli sebeplerle bir siyasal oluşum ile psikolojik bağ kurmaktadır. Bu sebeple bu yaklaşımda rasyonel karar vermeden değil duygusal bir karar vermeden söz edilmektedir. Seçmenin duygularıyla hareket ederek içgüdüsel tercihler yaptığı görülmektedir. Burada seçmen davranışının belirleyici unsurları olarak değerler ve kişisel özellikler ön plana çıkmaktadır (Peşkircioğlu, 2017: 8).

Aynı parti veya aynı adaya oy veren seçmenin birbirinden farklı inanç gruplarından gelmesi, farklı etnik kimlikler taşıması veya farklı sosyoekonomik gruba

dahil olması durumları diğer yaklaşımlarla açıklanamamaktadır. Bu noktada psikolojik yaklaşım, farklılıklarına rağmen aynı partiye oy veren seçmeni aidiyet saiki temasıyla ele alır. Siyasi sosyalleşmenin ilerlemesiyle bireyler belirli partilere doğru cezbedilme veya onlardan uzaklaşma eğilimi gösterirler (Çarkoğlu, 2016: 214). Tüm bu süreçler seçmenin psikolojisi ile ve dolayısıyla ilgili partiye duyduğu bağ ile ilintilidir.

Diğer yaklaşımlardan farklı olarak psikolojik modelde birey verdiği oyu seçim sonucunu değiştirme motivasyonu ile vermemektedir. Elbette verilen oy desteklenen partinin kazanmasını arzu ederek verilmektedir ancak buradaki fark seçmenin seçim sonucuna odaklı olmamasıdır. Seçmen istediği partinin kazanıp kazanmamasından daha çok o partiye oy vermiş olmaya odaklıdır. Bu yönüyle diğer yaklaşımlardan keskin olarak ayrılır. Seçmen davranışı seçim sonucuna yönelik olarak değil, direkt olarak parti aidiyetiyle şekillenmektedir. Seçmen verdiği oyun seçim sonucuna etkisini düşünmeyecek ve bu doğrultuda oy verme davranışında herhangi bir değişikliğe gitmeyecektir.

Psikolojik yaklaşımda seçmenin parti ile kurduğu bağ, duygu ve düşünceleri başat rol oynamaktadır. Bu bağ o denli güçlüdür ki seçmen kolay kolay farklı bir partiye oy vermeyecektir. Ancak seçmenin daima oy verme motivasyonu taşıdığını da söylemek mümkün değildir. Seçmen kendini parti ile ilişkilendirmiş, o partiye ve partinin savunduğu değerlere bağlılık göstermiş olsa da seçimler konusunda duyarsız kalarak sandığa gitmemeyi tercih edebilir. Bu gibi durumlarda psikolojik yaklaşım yetersiz kalmaktadır. Yine bireylerin psikolojik eğilimlerinin, hissiyatlarının kimi zaman olayların algılanışına ve düşüncelerin değişmesine göre, ki bu noktada medya ve propagandanın rolü veya seçmenlerin koşullarının değişmesi önemlidir, dönüşebildiği görülmektedir. Bu anlamda psikolojik yaklaşım yetersiz kalmaktadır.

### **1.2.2.1. Parti Kimliği Modeli**

Psikolojik yaklaşımın en önemli vurgusu seçmenlerin partilerle kurduğu bağa ilişkindir. Bu sebeple bu yaklaşım parti kimliği modelini içermektedir. Parti kimliği modelinde seçmenler bir parti ile çeşitli sebeplerle bağ kurmaktadır. Bu bağ siyasi atmosferden veya kişinin çıkarlarından çok daha üstün olduğundan kolay kolay

sarsılmaz bir haldedir. Parti ile kurduğu bağ dolayısıyla seçmen, diğer değişkenlerden bağımsız olarak o partiye oy verme eğilimini her koşulda sürdürür.

Parti ile kurulan bağ, bireyin sosyo-kültürel yaşamının bir yansıması olmakla birlikte ona ait bir kimliğe kaynaklık etmektedir. Parti kimliği kazanmış birey günlük yaşantısını ve sosyal hayatını etkileyen tüm süreçlerde bu kimliğin belirleyiciliğiyle karşı karşıyadır. Bireyin temel alışkanlıkları, gittiği yerler, okuduğu gazete, izlediği televizyon kanalı ve hatta ihtiyaçları dahi bu kimliğe paralel olarak değişim gösterir (Çaha, 2008: 2).

Bireylerin parti kimlikleri pek çok değişkenle ilişkili olarak kurulur. Aileden gelen inanışlar, değerler veya sonradan oluşan bağlantılar yoluyla parti kimliği edinilebilir. Yani bireylerin erken yaşlarında aile içinde edindiği değerler, ileri yaşlarda ise iş hayatından veya sosyal çevrelerinden kazandıkları değerler ile parti kimliği kurulur. Bu sebeple de parti kimliği modelinde bireylerin partilerle kurdukları psikolojik yakınlık uzun süreli, güçlü ve değişmez bir yapıdadır (Ünal, 2016: 102).

Parti kimliği, özellikle aileden kazanıldığında uzun süreli ve kalıcı olduğu bilinen bir oy verme davranışı modelidir. Kişi alışmış ve kurmuş olduğu bağdan çoğu zaman memnun ve bu durumu sorgulamaz haldedir. Ancak kişinin sosyal çevresinde, sosyal statüsünde meydana gelen keskin değişimler onu bu bağlılığı sorgulamaya yöneltebilir. Aile bağlarının zayıflaması, eğitim hayatındaki veya iş hayatındaki değişimler oy verme davranışını etkileyebilir. Kişi parti kimliğini sorgulayarak değişen düşüncelerini temsil edecek alternatifler üzerine yoğunlaşabilir.

Partizan kimlik erken çocukluk döneminde aile içinde başlayan bir sürecin ürünüdür. Gençlik dönemlerinde politik bir görüşe aidiyet gelişir ve bu görüşü temsil eden parti ile bir bağ kurulur. Çarkoğlu bu konuda evlatların oy verme kararlarında ebeveynlerinin desteklediği parti tercihinin büyük bir etkisi olduğuna dikkat çekmektedir (Çarkoğlu, 2016: 217). Partiyle kurulan bu derin aidiyet bağı süreç içindeki gelişmelerden bağımsız olarak sürmekte ve seçmen bu aidiyetten dolayı her yeni seçimde o partiye oy vermeyi bırakmamaktadır.

1960 yılında yayınlanan *The American Voter* adlı eser Angus Campbell, Philip Converse, Warren Miller ve Michigan Üniversitesi'nden meslektaşları tarafından

ortaya konmuştur. Psikolojik yaklaşımın Michigan Ekolü olarak adlandırılmasının sebebi bu çalışmanın psikolojik yaklaşımın temel varsayımlarını içeriyor olmasıdır. Amerikan seçmenin partizanlık bağına ve de spesifik bir seçime dair çözümler içermesinin yanı sıra bu eser oy verme davranışına yönelik çalışmalar için temel kaynak niteliğindedir.

Çalışmada partizanlık bağına özellikle vurgu yapılmıştır. Seçmeni kuşatan partizan etki seçmenin partisine göre şekil almasını sağlamaktadır. Seçmen partiye duyduğu aidiyete ve partizan etkiye dayanarak bilgi sahibi olmadığı konularda partisinin tutumunu benimser. Partinin görüşü seçmenin görüşü haline gelir. Seçmenin partiyle kurduğu bağın gücü, yaşadığı bu yanlısamanın büyüklüğünü de doğrudan etkileyecektir (Ünal, 2016: 102). Kurulan bağa dayanarak seçmen partinin savunduğu değerleri kendi değerleri olarak alabilir. Bu da seçmeni bilgi sahibi olmaya çalışmaktan daha kolay olana, partisinin düşüncelerini doğrudan kendine almaya yönlendirecektir.

### **1.2.3. Ekonomik Yaklaşım (Rasyonel Seçim Ekolü)**

Ekonomik yaklaşım, bireyin rasyonel tercihlerine bağlı olan ve ekonomik süreçlerin bireyin oy verme davranışına doğrudan etkisi olduğunu öne süren bir yaklaşımdır. Rasyonel seçim ekolü olarak da anılmasının temelinde bireyin oy verme sürecini şahsi çıkarlarını ön plana alarak rasyonel kararları ile yönetmesi yatmaktadır. Esasen bu yaklaşımda bireyin karar mekanizması diğer tüm unsurlardan önce gelmektedir. Gerçi bu yaklaşım, rasyonelliği bir anlamda piyasa ekonomisindeki aktörler gibi çıkarları doğrultusunda karar alınmasına, maddi çıkarlara ve kazanımlara sabitlese de, ekonominin ve seçmenlerin geçim kaynaklarına yönelik kaygı ve düşüncelerle oylarını belirlemelerinin önemine vurgu yapmaları siyasetin siyaset dışı, ekonomik etmenlerini ortaya koymak açısından önemlidir.

Ekonomik yaklaşımın temelinde seçmenin oy vermeyi hedefine ulaşmak için bir araç olarak kullanması yer almaktadır. Bireyler rasyonel rasyonel bir aktör olarak davranırlar ve kişisel refahlarını, kişisel çıkarlarını maksimize etmek üzere bir davranış geliştirirler. Ayrıca bu yaklaşım bireylerin oy verme sürecinde siyasal partilere dair tüm bilgilere sahip olduklarını varsayarlar. Mevcut ve tam bilgileri

eşliğinde faydalarını ön plana alarak oy verme davranışı geliştirirler (Temizel, 2012: 36).

Ekonomik yaklaşımda bireyler sosyolojik yaklaşımda olduğu gibi bir gruba aidiyet duyarak veya psikolojik yaklaşımda olduğu gibi parti kimliğini benimseyerek değil, kişisel refahlarını göz önünde tutarak oy verirler. Sosyolojik ve psikolojik yaklaşımlarda bireyin seçimden seçime oy değiştirmesinin sebebinin yeterince açıklanamaması durumu ekonomik yaklaşımda değişmektedir. Bu yaklaşım bireyin kişisel refahıyla ve ekonomik trendlerle kurduğu ilişki doğrultusunda oy dalgalanmalarını açıklamaya da yardımcı olmaktadır. Yani her seçim dönemindeki siyasi ve ekonomik durum, seçmen davranışını doğrudan etkileyecektir (Ünal, 2016: 104).

Seçmen davranışını açıklayan teoriler bireylerin oy verirken neleri ön plana aldığını açıklamaktadır. Ancak seçmen her seçimde aynı partiye oy verme eğilimi göstermemektedir. Tokgöz'e göre seçim sandığına gitmekle birlikte gitmemek ya da boş oy kullanmak da yine rasyonel bir siyasi tercihtir. Bu durumda seçmenin siyasal katılma değil katılmama eğilimi gösterdiği söylenebilir (Tokgöz, 2014: 135). Rasyonel model de bu durum üzerine yoğunlaşmaktadır. Bireyler neden seçimden seçime farklı oy verme eğilimi gösteriyor? Bu soruya cevap vermekte yetersiz kalan diğer modellerin aksine rasyonel model tam da bu noktaya odaklanmaktadır. Bu yaklaşımda oy dalgalanmalarının sebeplerine yönelik çalışmalar yer almaktadır. Buna göre, seçmenin oy verme davranışı geliştirirken kişisel özellikleri, beklentileri ve edindiği bilgiler belirleyici olacaktır. Ayrıca seçim döneminde ülkenin siyasal ve ekonomik durumu, seçmen davranışında belirleyicidir. Seçim dönemlerindeki siyasi söylemleri, ekonomik koşullara dair halka sunulan bilgileri etkileyecektir. Tüm bu unsurlar siyasi liderler tarafından seçmenin tercihini etkilemek üzere kullanılacaktır. Bu sebeple liderlerin söylemleri seçmeni etkilemek ve oyunu alabilmek üzere şekillenecektir. Seçmen tüm bu süreçlere yönelik yaptığı değerlendirmeler sonucu kişisel çıkarlarına en uygun olan partiye oy verme eğilimi gösterecektir.

Bireylerin seçimlerde oy vermeme eğilimi göstermesi de bir diğer olası durumdur. Burada seçmenin kişisel çıkarlarını seçenek olarak gördüğü partilerin

hiçbiri ile ilişkilendirememesi durumu yaşanabilir. Seçmenin, seçim öncesi elde ettiği bilgilerle yapmış olduğu analiz sonucunda partiler arası belirgin bir fark oluşmuyorsa, oy vermeme eğilimi artacaktır (Ünal, 2016: 106). Rasyonel birey oyunu bir bağlılık göstergesi veya sosyolojik olarak toplumsal faktörlerin zorlaması olarak değil, faydasını maksimize edecek bir araç olarak değerlendirdiğinden amacına hizmet etmeyecek bir oylamayı anlamsız bulması muhtemeldir.

Politikacıların özellikle seçim öncesi beyanları, seçmenin oy davranışını doğrudan etkileyen bir etmendir. Burada rasyonel addedilen bireyin bilgi toplama süreci bu beyanları da içerir. Adayların beyanlarının güvenilirliği, bu beyanların seçmen üzerindeki algısı karar verme süreci için büyük önem taşır (Merill ve Grofman, 1999: 185). Liderlerin söylemleri, propaganda tarzları, seçime giden süreci yönetme biçimleri gibi unsurlar seçmenin düşünce biçimini ve dolayısıyla oy verme davranışını etkileyecektir. Liderler bu süreçleri oy kazanmak için verimli değerlendirmeye çalışırken seçmen de kendisi için fayda sağlayacak verilere ulaşmaya çalışır.

Özetle, bu yaklaşıma göre, temelde rasyonel seçmen seçim süreçleri için bilgiye ihtiyaç duyar ve bunu eksiksiz ve doğru olarak edinmeye çalışır. Daha sonra bu bilgileri değerlendirmeye alarak kendisi için en çok fayda sağlayacak, pozitif yönleri diğer seçeneklerden daha fazla olan partiyi tespit eder. Bu durumda seçmen elindeki bilgileri kendi süzgecinden geçirerek, sadece kişisel faydasını göz önüne alarak değerlendirmeye almış olacaktır. Seçmen tüm bu süreçlerin akabinde oyunu, tespit ettiği partinin kazanması yönünde bir araç olarak kullanma bilinciyle oy verme davranışı geliştirir. Partilerin ve adayların geçmiş icraatlarını değerlendirir, alternatiflerle kıyaslar. Burada temel motivasyonu çoğunlukla ekonomik süreçler olacaktır.

Ekonomik yaklaşımın öne çıkan temel değerlendirmelerinin literatürde eleştirildiği bazı noktalar mevcuttur. Bunlardan ilki, seçmenin karar alma sürecindeki bilgisi hususundadır. Ekonomik yaklaşımda seçmenlerin adaylara veya partilere yönelik bilgisinin tam ve eksiksiz olduğunu, buradan hareketle oy verme sürecinin rasyonel karar alma ile bütünleştiği varsayılmaktaydı. Ancak seçmen, adayın pozisyonu ve duruşu hakkında tam bilgiye sahip değilse ve rasyonel bilgi eksikliği

mevcutsa veya adayın seçmen tercihlerini yansıtmaya yeteneği eksikse ve seçmen bu durumdan haberdar değilse, adayların seçim propagandası sırasında aday tercihlerini daima doğru yansıtmıyorsa rasyonel modelin işlerliğini yitireceği eleştirisi ortaya çıkmaktadır (Temizel, 2012: 38).

Literatürde ekonomik yaklaşım Anthony Downs'un 1957 yılında yazdığı *An Economic Theory of Democracy* adlı eseriyle anılmaktadır. Bu eserde Downs ekonomik modelin temel dinamiklerini siyaset bilimi alanıyla ilişkilendirerek ortaya koyar. Downs'a göre bu yaklaşımda oy verme, seçmenin siyasi partilere yönelik bir çıkar analizi yapmasıyla şekillenir. Seçmen bir tüketici gibi faydasına yönelik bir partiye yönelir. (Downs, 1957). Downs'un eserinde seçmen, davranışlarının dayandığı temeller incelenmek yoluyla hükümet ve muhalefetin seçmene yönelik davranışları da analize tabi tutulur. Seçmenin rasyonel kararları ön plana alınır ve bu konuda Downs modelini açıklarken şu ifadelerle yer vermiştir:

*“Bir teorisyen bir karar vericinin amaçlarını biliyorsa bunlara ulaşmak için hangi önlemlerin alınacağını şu şekilde tahmin edebilir:*  
*(1) Karar vericinin hedeflerine ulaşması için en makul yolu hesaplar ve*  
*(2) Bu yolun aslında karar vericinin rasyonel olması nedeniyle seçileceğini varsayar” (Downs, 1957: 4).*

Ekonomik yaklaşım, seçmenin oy verirken değerlendirmeye aldığı pek çok bileşeni incelemektedir. Downs'a göre, seçmen seçim öncesi dönemi bilgi toplayarak geçirir. Seçim sürecinde ise seçime dair bilgilerinin tam olduğuna inanır. Bu dönemde kendi çıkarlarına yoğunlaşır ve bu doğrultuda kendisi için en uygun partiye oy verme eğilimi gösterir. Downs seçim ortamını pazar alanına benzeterek ekonomik-siyasal bir analiz ortaya koyar. Partiler seçmeni ilgilendiren konuları pazar alanında satıcının tüketiciye sunduğu ürünler gibi seçim arenasında sunarlar. Seçmenler sunulan bilgiler, vaatler ve söylemler arasından kendileri için en fazla fayda getirebilecek olana yönelerek oy verme davranışı geliştirirler. Burada seçmenlerin siyasi partilere dair net bilgilere sahip olduğu varsayımı da ön plandadır. Bireyde, kendisine sunulan ürünler arasından en verimlisini seçme eğilimi olacaktır. Tıpkı ekonomik süreçlerdeki

gibi burada da seçmen faydasını maksimize etme eğilimiyle oy verir. Özetle ekonomik ilişkilerdeki arz adımını siyasi partiler, talep adımını ise seçmenler karşılamaktadır.

Downs'a göre seçmenler seçim süreçlerinde hükümetin alacağı kararlar ve bu kararların doğuracağı sonuçlarla ilgili bilgilendirilecektir. Süreçlere dair bilgi sahibi olan seçmen de buradan hareketle oy verirken rasyonel davranacaktır. Hükümet ayrıca seçmenlerin çoğunluğunun tercihine yönelik hareket etmelidir. Çünkü seçimlerde seçmenin oyunu almak, seçmenin ilgili konulardaki çıkarlarını gözeterek mümkün olabilir (Downs, 1957: 54).

Seçimlerde hükümet ve muhalefet olarak iki temel taraftan söz ederken Downs, tarafların çoğunluk olan seçmenlerin taleplerine yoğunlaştığına vurgu yapmaktadır. İktidarda kalabilmek seçmenlerin çoğunluğunu kazanmakla mümkün olduğundan; liderlerin söylemleri, politikalar, seçim faaliyetleri gibi araçların tümü çoğunluk seçmenin taleplerine cevap vermeye yönelik işleyecektir. Seçmen mevcut hükümetten aldığı hizmetle, muhalefetin vaatleri arasında bir değerlendirme yapar. Bu değerlendirme sonucu kendi taleplerine en uygun olan tarafa yönelim gösterir. Seçim dönemleri bu sebeple vaatlerin yarıştığı ve seçmen faydasının ön plana alındığı dönemler olarak ortaya çıkmaktadır.

### **1.2.3.1. Stratejik Oy Verme Davranışı**

Rasyonel kararlar alan ve kendi faydasına yönelik oy kullanan seçmen öncelikle istediği partinin iktidar olmasını hedeflemektedir. Ancak bu hedefin gerçekleşmeyeceği durumlar söz konusudur. Seçmen her ne kadar seçim öncesi sahip olduğu bilgi ile kendisinin düşüncelerini yansıtan partiyi seçmek istese de, düşüncelerini yansıtmayan ve kendisi için olumsuz süreçlere sebep olabilecek bir partinin iktidar olma olasılığını yüksek görüyorsa bu konuda farklı bir karar almayı seçecektir. Özetle, seçmenin elindeki verilere dayanarak yaptığı analiz sonucu, kendi faydasını sağlayacak partinin iktidar olamayacağı ihtimali yüksek görünüyorsa stratejik oy verme davranışı ortaya çıkar. Böyle durumlarda ortaya çıkan stratejik oy verme davranışlarından biri desteklemediği partinin kazanmasına engel olma davranışıdır.

Stratejik oy verme davranışı seçmenin bireysel, psikolojik veya sosyal bir sebeple seçtiği partiye oy vermesi durumunu değiştirmektedir. Bu yaklaşımda seçmen, seçim sonucunda oluşmasını hedeflediği senaryo için gerekli partiye oy vererek stratejik davranır. Yani seçmen oy vermeyi yalnızca tercihlerinin bir sonucu olarak değil hükümeti belirlemenin bir aracı olarak da kullanmaktadır (Ünal, 2016: 111).

Stratejik oy verme literatürde çoğunlukla ekonomik (rasyonel) oy verme yaklaşımı içinde ele alınır. Bunun sebebi bu oy verme davranışının da bireysel tercihlere, rasyonel kararlara dayanıyor olmasıdır. Ancak son yıllarda yapılan çalışmalar stratejik oy vermeyi ayrı bir yaklaşım olarak ele almaktadır. Stratejik yaklaşımda seçmen, elindeki verileri ve kişisel kararlarını çeşitli stratejiler kurarak verdiği oya yansıtmaktadır. Seçmen, seçim sonrası için istediği sonuca ulaşabilmek adına en çok tercih ettiği partiden farklı bir partiye oy verme eğilimi gösterecektir.

Ekonomik modelde, seçmen hükümetin süregelen politikalarını değerlendirir, yeterli bulursa o partiye, yetersiz bulursa da muhalefete oy verme eğilimi gösterir. Yalnız iki partinin olduğu bir düzende rasyonel model görece işlerlik gösterebilir. Ancak iktidar ve ana muhalefet dışındaki üçüncü partilerin olası ittifak ve koalisyonlarla siyasi iktidara ortak olması veya siyasi iktidarı belirleyebilecek noktaya gelmesi durumları da stratejik oy verme çalışmalarına olan ilgiyi arttırmış ve bu yaklaşım, bu sayede ekonomik modelden ayrı olarak ele alınmaya başlanmıştır.

Stratejik model, bireyin oy verme davranışının farklı motivasyonlara dayandığını vurgular. Birey istediği partiye oy vermekten uzaklaşıp seçim sonucunda oluşmasını istediği senaryoya odaklanır. Burada örnek olarak seçim barajının seçim sonuçlarını ve seçmen tercihlerini etkilediği seçim sistemleri stratejik oy verme yaklaşımını daha fazla öne çıkarmaktadır. Seçim barajının yüksek olduğu ülkelerde temsilde adalet ilkesinin zarar gördüğü ve barajı geçemeyen partilerin aldığı oyların birinci partiye fayda sağladığı bilinmektedir. Bu durumda birinci partinin meclisteki temsil sayısını azaltma stratejisi ile hareket eden bir seçmenin, baraj altı kalması muhtemel partilere oy vermesi mümkündür. Seçmen baraj altı kalacak partiye kendine yakın gördüğü veya fayda sağladığı için değil, aksi bir durumda oluşacak senaryoyu

engellemek için oy verecektir. Birinci partinin kazanmasını istememe durumu seçmeni stratejik oy verme davranışına yönlendirir.

Stratejik oy vermenin ülkemizde olduğu gibi pek çok ülkede de örnekleri bulunmaktadır. Burada Duch ve Palmer'ın komünizm sonrası bir demokrasi olan Macaristan'daki seçimlerdeki oy verme davranışlarına yönelik yaptıkları çalışma bir örnek niteliği taşımaktadır. Çalışmada seçmenlerde stratejik oy verme teorilerine uyum sağlayan bir oy verme eğilimi tespit edilmiştir. Seçim sistemleri de göz önünde bulundurularak seçmenin boşa giden oy durumuna verdiği tepkiler analiz edilmektedir. Boşa giden oy endişesine yönelik toplanan verilerle ilerleyen bu çalışmada yazarlar Macar seçmenin post-komünizm dönemindeki sınırlı demokratik katılım ortamında stratejik oy verme eğiliminin öne çıktığını ortaya çıkarmışlardır. Buradan hareketle ellerindeki bulguların yeni doğan demokrasilerde seçmenlerin “boşa giden oy” durumuna tepki olarak stratejik davrandıkları sonucuna ulaşmışlardır (Duch ve Palmer, 2002: 63). Stratejik oy vermede seçmenin kendi istediği partiye oy vermeme sebebi oyunun boşa gideceği endişesidir. Verilen oyun bir sonuç doğurması, bir şeyleri değiştirmesi ve bu değişimlerin tercih etmediği partilerin aleyhine olması amacıyla seçmen stratejik davranacaktır. Aksi durumda seçmenin verdiği oy bir anlam ifade etmeyecek, bir değişim yaratmayacak yani boşa gitmiş olacaktır.

Özetle, bu bölümde seçmen ve seçmen davranışı kavramlarının genel hatları ortaya konulmuş olup, seçmen tercihlerinden yola çıkarak oy verme davranışı kuramları incelenmiştir. Seçmenin oy tercihini belirleyen faktörlere göre oy verme sosyolojik, psikolojik ve ekonomik oy verme modelleriyle açıklanmaktadır. Beraber yaşayan, beraber çalışan yani sosyal ortamları ortak olan seçmen sosyolojik model içerisinde, bireysel tercihleri veya partiye duyduğu aidiyet bağı güçlü olan seçmenler psikolojik model içerisinde, rasyonel seçim yapma eğilimi gösteren ve oyunu çeşitli stratejiler kurarak kullanan seçmen ise ekonomik model içerisinde değerlendirmek mümkündür. Bu bölümde bu üç ana model, modellerin genel hatlarını ortaya koyan temel eserlerin incelenmesi yoluyla analiz edilmiş ve seçmen davranışlarını anlamak için temel olan kuramsal çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır.

Gelecek bölümde bir önceki bölümde ortaya konulan kuramsal çerçeveden yola çıkılarak, Türkiye’de seçmen davranışlarının analiz edilmesi, Türkiye’de seçmeni etkileyen faktörlerin ortaya konulması hedeflenmektedir. Çok partili hayata geçişten günümüze yapılan seçimlere dair verilerin sunulacağı bu bölümde seçim sistemlerinin genel bir değerlendirmesi de yer alacaktır. Bu noktada, Türkiye’de özellikle seçim sistemlerinin seçmen davranışı üzerindeki etkisi dolayısıyla oldukça önemli olduğunun altı çizilecektir. Bundan dolayı seçim sistemlerinin Türkiye’deki değişim ve dönüşümleri ele alınarak seçim ve seçmen ilişkisi kronolojik olarak incelenecektir. Türkiye’de seçmenin oy verme davranışı pek çok faktörden etkilenmektedir. Özellikle Türkiye siyasi tarihinde yaşanmış pek çok olay; siyasi partilerin yapısı, özellikleri, seçim sistemlerinde yaşanan değişiklikler, seçime giden süreçlerde yaşanan olağanüstü olaylar, askeri darbeler gibi kırılma süreçleri seçmen davranışı alanı için son derece önem taşımaktadır. Seçmenin oy verirken etkilendiği bileşenleri belirlemek ve bunları oy verme davranışı kuramları bağlamında tartışabilmek, oy vermeye dair doğru analizler ortaya koyabilmeye imkân tanıyacaktır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜRKİYE'DE SEÇMEN DAVRANIŞLARI VE SEÇMEN DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

#### 2.1. Türkiye'de Seçmen Davranışları

Türkiye'de seçmen davranışlarını incelemek, seçimlere yönelik oy dalgalanmalarını ve oy kaymalarını analiz edebilmek ve seçmenin gelecek seçimlere yönelik davranışlarına dair öngörülebilir bulunabilmek açısından son derece önemlidir. Bu araştırmada, seçmen davranışı içindeki nihai ve en önemli aşama olan oy verme davranışı analiz edilecek; bu süreçte oy tercihlerinin etkilendiği temel faktörler ve seçmenin bu etmenlerden etkilenme biçimi tartışılacaktır. Demokratik siyasette temel aktörler olan seçmenlerin tercihlerinin ve oy verme davranışlarının anlaşılması Türkiye siyasetine ve siyasi kültürüne yönelik de önemli ipuçları sağlayacaktır.

Türkiye'de çok partili hayata geçiş yılı olan 1946 seçimlerinden günümüze kadar yapılan seçimler, seçmen davranışı analizi için bolca veri sunmaktadır. Seçmenlerin bir seçimden diğerine değişen veya değişmeyen parti tercihleri veya oy verme-vermeme kararlarındaki değişim yine çeşitli faktörlerin etkisi ile sağlanmaktadır. Seçmenler ülkede yaşanan siyasi, ekonomik ve toplumsal gelişmeleri yorumlayarak ve gelecek bölümde on temel başlık altında kategorize edilmiş seçmen davranışlarını etkileyen faktörlerden etkilenerek siyasi davranışlarını ortaya koyarlar.

Türkiye'de seçmenin tercihleri pek çok faktörden etkilendiği gibi seçim atmosferinin de özellikleri temel belirleyiciler arasında yer almaktadır. Seçim kanunu, seçim sistemleri, parti sistemleri ve bu gibi siyasal hayatın seçim sürecindeki temel faktörleri seçmeni etkileme özelliği taşımaktadır. Bu anlamda Türkiye'de de diğer toplumlarda olduğu gibi seçimlerin gerçekleştiği, seçmenlerin tabii olduğu siyasi sistem ve seçim sistemin etkileri de dikkate alınması gerekmektedir.

##### 2.1.1. Çok Partili Hayata Geçişten 2000'li yıllara Seçmen Davranışı

Osmanlı'da 1876'da Sultan Abdülaziz'in tahttan indirilerek anayasal sistemin ilanı ile seçimler, seçmen kitlesinin oldukça sınırlı olmasına karşın, ilk defa Türkiye

siyasetinin bir parçası haline geldi. Kısa süren bu deneyim II. Abdülhamid'in 1878'da hükümdarlığını garantiye alarak Meclis'i feshetmesiyle anayasa resmen kaldırılmasa da 1908'e dek aksadı. Yaklaşık otuz yıllık otoriter bir evre sonrası 1908'de II. Meşruiyet ile anayasa tekrar uygulanmaya başlandı. Buna karşın bu tarihten itibaren hem seçim sisteminin getirdiği sorunlar hem siyasi kültürün Osmanlı'dan gelen niteliği hem de siyasi ve iktisadi anlamdaki olağanüstü koşullar Türkiye'de demokratik siyasetin ve seçimlerin yapılış biçiminde belirleyici olmuştur. Örneğin 1912 seçimleri eşit şartlarda olmaması, adaylara baskı yapılması nedeniyle "sopalı seçimler" olarak adlandırıldı. Ardından gelen Bab-ı Ali Baskını ile yapılan hükümet darbesi sonrası karizmatik bir asker olan Enver Paşa liderliğinde İttihatçı yönetim biçimi ortaya çıkması önemlidir. Ortaya çıkan bu yönetim biçimine Cemal ve Talat paşaların da varlığıyla "Triumvira" üçlü yönetim denilmiştir (Zürcher, 2016: 145-169). Bu süreç Osmanlı'nın Birinci Dünya Savaşı'nı kaybına dek sürmüştür. Osmanlı'nın yıkılması ve Anadolu'da TBMM liderliğindeki Milli Mücadele döneminde de çok sınırlı ve kısıtlı seçimler yapılarak siyasi temsilcilerin belirlenmesi süreçleri yaşandı. Atatürk liderliğindeki modernleşmeci reformlar sürecinde ise ortaya çıkan CHP tek parti rejimi altında ise çok az sayıda yeni parti kuruldu ve muhalefete cesaret edebildi. Bu partiler de kapatıldı. Bu dönemdeki seçimler ise daha çok CHP'nin ve mevcut sistemin meşruiyetini göstermek niyetiyle yapılıyordu. Akın'a göre, "1927,1931,1935 Meclisleri için tam Kemalist meclisler diyebiliriz. Bu meclisler, Mustafa Kemal Atatürk'ün "seçiciliğinden geçmiş" onun onayı ile milletvekili olmuş kadrolardan oluşmuştur" (Akın, 2012: 291). Serbest Fırka deneyiminin bu anlamda çok partili hayat denemesinde yeterli olmadığı görülmektedir. Bu dönemdeki en önemli gelişme kadınlara seçme ve seçilme hakkının tanınarak ilerisi için önemli bir adım atılması oldu. Bir sonraki adım ise Türkiye'nin İkinci Dünya Savaşı döneminde yaşadığı büyük ekonomik ve toplumsal sıkıntılar sonucunda toplumdaki şikâyetlerin artması, uygulanan Varlık Vergisi, Toprak Mahsulleri Vergisi, Çiftçiyi Topraklandırma Kanunu gibi uygulamaların CHP içindeki mülkiyet sahibi kapitalist çiftçi ve iş adamlarını yabancılaştırması sonrasında bu kesimlerin savaş sonrasında Demokrat Parti'yi kurmaları olacaktı. Kuşkusuz bu süreçte en belirleyici olan Cumhurbaşkanı İsmet İnönü'nün dünyada savaş sonrasındaki siyasi kutuplaşmayı ve Soğuk Savaş'ı önceden tahmin ederek ABD ve Batı blokuna dahil olmak gayretiyle

rejimi liberalleştirme girişimi olacaktır. Buna göre farklı muhalefet partilerinin kurulmasına izin verilecekti. Bundan sonraki süreçte ise Demokrat Parti'nin de çabalarıyla seçim sistemi demokratik, görece daha eşitlikçi ve saydam hale getirilecekti. Çift dereceli seçimlerden tek dereceli seçimlere, açık oy gizli sayımdan gizli oy-açık sayıma, seçimlerin hukuki güvence altına alınmasına pek çok seçim sistemine ilişkin değişiklik 1950'ye kadar tamamlandı. Ve Türkiye'nin ilk gerçek anlamda eşit, saydam, adil ve kitlesel seçimlerinde Demokrat Parti birinci parti olarak hükümeti CHP'den devraldı (Metinsoy, 2016).

Bu anlamda çok partili hayata geçiş süreci ilk etapta Osmanlı Devleti'nden gelen seçim geleneğinin etkileriyle şekillenmiştir. Uzun süre Türk siyasi yaşamını anlamak için anahtar bir kavram ve seçmen davranışlarını etkileyen temel unsur olarak Şerif Mardin'in ortaya koyduğu “merkez-çevre” kavramı kullanıldı (Mardin, 1973). Buna göre, merkez genelde Osmanlı'dan Cumhuriyet'e kentlerdeki bürokratik, eğitilmiş, muktedir kesimleri ifade ederken; çevre ise daha çok taşra toplumunu, ekonomide bürokrasinin çok az dikkate aldığı piyasa aktörlerini, eşrafı, siyasi karar alma süreçlerinden dışlanan halkı ifade etmektedir. Toplumsal ve ekonomik değişimler merkez-çevre ilişkilerini etkileyen önemli bir faktördür. Ek olarak eğitim, din ve modernleşme olgularının da bu ilişkileri etkilediği; zaman zaman kopmalara veya yakınlaşmalara sebep olduğu görülmektedir. Merkez ve çevre ilişkileri, çevrenin yönetim ve adalet gibi süreçlere dahil edildiği dönemlerde olumlu, ekonomik zorluklarla karşı karşıya kaldığı dönemlerde ise olumsuz seyretmiştir. Ancak bugünü tartışırken merkez-çevre temelli yaklaşımların yerini yeni tartışmaların aldığı da görülmektedir. Mardin'in bu kavramsallaştırmasına literatürde seçmen davranışının sosyolojik etkileri tartışılırken sıkça yer verildiği için, bu çalışmada merkez-çevre ikilemini detaylı açıklamakta fayda görülmüştür.

Türkiye'nin erken Cumhuriyet döneminde dil, din, kültür, tarih konularında merkez-çevre ikiliği yaşandığı görülür. Sonrasında özellikle “çok partili hayata geçiş sürecinde çevre, potansiyel bir muhalefet alanı olarak görüldüğü için merkez tarafından sıkça gözetim altında tutulmuştur” (Mardin, 1973: 51). Çevre ve merkez ilişkilerinin kontrol altında tutulmaya çalışılmasına rağmen başarılı olunamamıştır. Buna örnek olarak, ilgili dönemde en belirgin sorunlardan olan köy sorununa dair köy

enstitüleri denemeleri yapılmasına rağmen bürokratların köylülerle özdeşleşme konusunda yetersiz kaldığı gösterilebilir (Mardin, 1973: 51). Özetle Türkiye'nin demokrasi ve seçimler tarihi zamanla çevre olarak adlandırılan toplumsal kesimlerin merkez denilen bürokratik-muktedir kesimlere karşı alanını aşama aşama genişletmesi biçiminde ilerlemiştir.

Türkiye'de kuruluş yıllarından çok partili seçimlere dek tek bir parti iktidarı mevcuttur. Çok partili hayata geçiş yılı olan 1946'ya kadar devletin resmi partisi olan CHP siyasi süreçlerde temel aktör olarak yer almaktaydı. 1946 yılı sonrası, çeşitli fikir ayrılıkları sonucu CHP'den ayrılan parlamenterlerin kurduğu Demokrat Parti'nin seçimlerde aktif rol oynadığı görülür. Bu yıllar ilk kez birden fazla partinin varlığı dolayısıyla çoğunlukçu seçim sistemlerinin temel dinamiklerinin oluşmaya başladığı yıllar olarak son derece önem taşımaktadır. Özellikle 1950 yılı demokrasi anlamında önemli bir dönüm noktasıdır. İsmet İnönü 14 Mayıs 1950 seçimlerinde, DP'nin iktidar mücadelesinin meşrulaşmasına büyük destek vererek demokratikleşme sürecine belirgin bir katkı sağlamıştır (Akın, 2012: 343).

1950, 1954 ve 1957 seçimleri; CHP ve DP'nin toplamda seçmen oylarının yüzde 90'ından fazlasını aldıkları ve parlamentoda yüzde 98 oranında sandalye kazandıkları seçimlerdir (Temizel, 2012: 77). Çok partili hayatın doğrudan bu iki partinin liderliğinde gelişmesinin temelinde seçim sistemleri süreçlerinin ve seçmenin tercihlerini belirleyen etmenlerin temel rolü ön plana çıkmaktadır. CHP ve DP'nin temel aktör olarak yer aldığı bu dönemde; seçmenin yaşadığı coğrafi bölge, eğitim seviyesi, ekonomik koşullar seçmen davranışlarında rol oynamış, ayrıca parti söylemleriyle gelişen bir aidiyet bağı şekillenmiştir.

27 Mayıs 1960 Darbesi'yle Türkiye'de seçimler için yeni bir dönem başlamıştır. DP yöneticilerinin yargılanması ve yeni anayasa çalışmaları bu dönemde ön plandadır. İktidarı ele alan Milli Birlik Komitesi'nin siyasal alana yönelik müdahalesi ile bütün siyasal toplantılar yasaklanıp parti etkinlikleri kısıtlanmıştır. Siyasal partilerin etkinliklerinin kısıtlanması seçime giden süreci etkilemiştir (Aydın ve Taşkın, 2017: 69). Darbe yönetiminin ardından yeni anayasa ile yeni seçim sistemi ortaya konmuştur. 1961 Anayasası ile birlikte yeni bir seçim kanunu düzenlenmiş ve

çoğunluk sistemi terk edilerek nispi (oransal) seçim sistemlerine geçilmiştir. Nispi temsil sistemleri küçük partilerin büyük partilere oranla dezavantajlı olması durumunu ortadan kaldırmaktadır.

27 Mayıs 1960 Darbesi'nin ardından yeni anayasa'nın kabulü ile yeni siyasi partiler kurulması süreci başlar. Bu süreçte DP değerlerini sahiplenen ve Türk siyasi tarihi için önemli yere sahip olan Adalet Partisi (AP) kurulmuştur. Seçmenin bir önceki seçimlerde değerler üzerinden kurduğu parti aidiyeti yeni bir siyasi parti formunda devam etmektedir. Bu dönemde kurulan bir diğer parti olan Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi (CKMP) özünde 1948 yılında kurulmuş ve DP döneminde kapatılmış Millet Partisi (MP) idi. Ve bu parti 60'lı yılların sonunda Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) olarak siyasi partiler içerisinde yerini almıştır. (Aydın ve Taşkın, 2017: 84). Geçmişten günümüze siyasi partiler bu gibi kapanma süreçleriyle çeşitli değişimler geçirmelerinin yanı sıra ideolojik olarak aynı kalmaları ve aynı değerler üzerinden siyaset yürütmeleri dolayısıyla partiyle bağ kurmuş seçmen tarafından daima tercih edilmektedir.

27 Mayıs sonrası 1961 Anayasası'nın kabulü ve sonrasında tekrar çok partili hayata geçiş sürecinde DP'nin halkçı pragmatik çizgisini devam ettiren AP yüzde 52,8 oyla tek başına hükümet kurma yeterliğine erişmiştir (Karpuz, 2012: 185). AP'nin seçmen tarafından tek başına iktidara getirilmesi DP geleneğinden geliyor olmasıyla özellikle ilişkilidir. AP'nin icraatlarının DP hükümetiyle benzer olması ve iktidara gelmesi, seçmenin parti kimliği bağlılığına bir örnek teşkil edebilir. AP başkanı Demirel o dönemde milli irade kavramı üzerinden siyaset yapmıştır. Seçmenin duygularına hitap eden ve onun hem lider hem de parti ile kurduğu bağı değerler üzerinden şekillendirmesini sağlayan bu kavram AP'nin aldığı oylar ile ilişkili olarak tartışılmaktadır. Burada seçmenin değerlerini parti değerleriyle bağdaştırması ön plandadır (Aydın ve Taşkın, 2017: 141-143). 1960'lı yıllar ayrıca Türk dış politikasında da önemli gelişmelerin olduğu yıllardır. Dönemin özellikleri ve dış ilişkiler iç politikayı da etkilemektedir. İç politikada yaşanan gelişmeler de doğrudan seçimleri ve seçmen kararını etkilemektedir.

1970'li yıllar, 12 Mart 1971 tarihinde ordunun seçilmiş hükümete verdiği muhtıra (ihtar, uyarı yazısı) sonrası siyasi atmosfer ile alakalı olarak seçmenin farklı eğilimler gösterdiği yıllar olmuştur. Bu dönemde ordunun siyasete müdahalesi had safhaya çıkmıştır. Pek çok özerk kamu kurumunun özerkliği sonlandırılmış, bu anlamda demokratik siyasetin içinde gerçekleştiği siyasi, idari ve özgürlükler çerçevesi 1961 Anayasası ile getirilen sisteme göre daraltılmıştır. Buna direnmeyen Demirel liderliğindeki AP ise seçmenin oy verme davranışındaki değişikliklerle karşı karşıya kalmıştır. 12 Mart sonrası yapılan ilk serbest seçimlerde Demirel liderliğindeki AP'ye karşılık Ecevit liderliğindeki CHP en yüksek oy oranına sahip olarak birinci parti olmuştur. Ancak salt çoğunluk sağlanmadığından koalisyon ya da azınlık hükümeti kurulması gerekliliği doğmuştur (Zürcher, 2016: 377). 70'li yılların bu özelliği, dönemde yaşanan siyasi istikrarsızlıklar, seçmenin iç politika krizlerini ve yıkıcı toplumsal olayları bu istikrarsızlıkla bağdaştırmasına sebebiyet vermiştir.

Türk siyasi tarihinin bir diğer kırılma noktası olan 12 Eylül 1980 darbesiyle siyasi parti ve sendika faaliyetleri durdurulmuş; Türkiye'de demokratik siyasi kültür yeniden kesintiye uğramış, yeni bir darbe almıştır. Askeri darbe sonrasında toplumsal kesimlerin çok daha az temsil edildiği bir yeni anayasa yazımı süreci yaşanmıştır. Yeni anayasa ile 1961 Anayasası'nın tüm özgürlükçü ve demokratik unsurları ortadan kaldırılmıştır. Anayasa'nın yazılarak referanduma sunulması süreci de daha uzun sürmüş, ülke uzun süre askeri rejim tarafından yönetilmiş, seçimler de uzun süre yapılamamıştır. 12 Eylül darbesi sonrası ilk seçim olan 1983 seçimleri ise siyasi yasaklı olan politikacıların ve kapatılan partilerin seçime girmesinin mümkün olmadığı bir ortam yaratmıştır. 1983 yılında seçime girme izni bulunan üç parti mevcuttur. Bu partiler Milliyetçi Demokrasi Partisi (MDP), CHP geleneğini temsil eden Halkçı Parti (HP) ve muhafazakâr ve merkez sağ eğilimleri temsil eden Turgut Özal liderliğindeki Anavatan Partisi (ANAP)'dir. Bu yılda yapılan seçim sonuçlarına göre ANAP yüzde 45'in üzerinde bir oy oranıyla birinci parti olmuştur. Darbe sonrası dönemde yaşananlar seçmenin oy verme davranışını etkileme özelliği gösterirken dönemin seçim sisteminin büyük partilerin lehine seçim sonuçlarına imkân tanıdığı görülmektedir (Zürcher, 2016: 406-407).

1990'lı yıllar Türkiye'si gerek toplumun gerekse siyasetin oldukça kaygan zeminde hareket ettiği, hızla değişen dönüşen bir niteliğe sahiptir. Bu dönemde siyasi atmosfer 12 Eylül öncesi aktif olan sosyalist solun, sendikaların, derneklerin bastırıldığı ve etkisizleştirildiği bir ortam yaratmıştır. Dünyada da neoliberalizm, Reaganizm ve Thatcherizm ile birlikte yeni sağın yükselmesi, sosyal devletin sınırlandırılması, özelleştirmeler ile sanayinin pek çok alanında, sağlık ve eğitim gibi pek çok kamu hizmeti alanında kamunun yerini özel sektörün alması, kırsal destekleme alımlarının kesilmesiyle tarım kesiminin iyice gerilemesi ve kente göçünün hızlanması sonucu kentlerdeki gecekondu niteliğindeki yerleşim alanlarının artması; tüm bu sürece paralel olarak kimlik temeline dayalı dayanışma biçimlerinin gelişmesi bu yılları karakterize eden gelişmeler olmuştur. Kürt siyasi hareketinin PKK'nin şiddet eylemlerine dönüşmesi sonucu etnik temelli kimlik siyaseti gütmeye başlaması ve artan yoksullaşma, gecekondu nüfusu, işsizlik ve sosyal politikaların azalmasıyla güvensizlik ortamı oluşması dönemin en kritik gelişmelerden oldu. Buna paralel olarak 1990'lar siyasi aktörlerin de yoğun değişim ve dönüşüm süreçleri içinde aktif olduğu, pek çok partinin kurulma, dağılma, kapatılma, evrilme süreçleri yaşadığı yıllar oldu. Bu özellikler seçmenin kararlarına etki eden etmenlerin çeşitlenerek daha karmaşık bir hale gelmesine sebebiyet vermekteydi. Seçmenin söz konusu toplumsal, iktisadi ve siyasi alt üst oluşa ve derin değişim sürecine verdiği reaksiyon da belirgin oy dalgalanmaları olarak ortaya çıktı. Özellikle darbe sonrasında Demirel, Ecevit, Erbakan, Türkeş gibi etkili popüler siyasi liderlerin siyaset yapmasına getirilen yasaklamalardan ve partilerin kapatılmasından yararlanarak ANAP'ın tek başına iktidar olma fırsatını yakalaması dışında, hiçbir partinin tek başına yeterli sayıya ulaşamaması koalisyon hükümetlerinin kurulmasına, partiler arası değişik dinamiklere sahip iş birliklerine, müzakerelere dayalı bir siyasi kültürün doğmasına sebep olacaktı (Tunçay,Koçak,Özdemir, Boratav, Hilav, Katoğlu, Ödekan, 1997).

Bu dönemde yüzde 10'luk seçim barajı, bunun yarattığı temsilde adalet kavramıyla ilgili tartışmalara karşın, 1995 yılı itibarıyla mecliste toplam 11 farklı partinin varlık gösterdiği bilinmektedir. Merkez sağ ve merkez sol partilerin farklılaşması, gelenekselleşmiş iki partili yapının bozulması seçmeni farklı partilere oy vermeye yöneltmiş ve mecliste temsilci parti sayısının artmasına sebep olmuştur.

Sağ ve sol ideolojilere sahip partiler benzer temelde farklı partilerle ortaya çıkmıştır. Temizel'e göre 1990'lı yıllardaki Türk parti sistemindeki dağınıklık olarak adlandırılan bu durum beraberinde kutuplaşmayı da getirmiş, benzer ideolojilere sahip parti ve seçmenler arasında mücadelelerin yükseldiği bir dönem yaşanmıştır (Temizel, 2012: 87).

2000'li yıllar ise Türkiye siyasetinde ve parti sisteminde geçmiş dönemlere nazaran oldukça büyük değişimler görülen yıllardır. 2002 yılında AKP'nin yüzde 34'lük oy oranıyla tek başına hükümet kurma yeterliliğini sağlaması 1990'lardaki koalisyon hükümetleri sürecinin ve buna dayanan müzakereci politik kültürün sona ermesi dolayısıyla son derece önemlidir. Özellikle 2001 ekonomik krizi ve bu krizin hükümetçe iyi yönetilememesi, üstelik AKP öncesindeki Ana-Sol-D ve Ana-Sol-M hükümetleri dönemindeki yolsuzluklar ve Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer ile Başbakan Bülent Ecevit arasındaki gerilimin yarattığı siyasi belirsizlik havası ve PKK karşısındaki etkili mücadele ve Abdullah Öcalan'ın yakalanmasıyla seçmeni geçmiş seçimlerdeki oy verme davranışını değiştirmeye yöneltti. AKP'nin ve lideri Erdoğan'ın seçmenlerin nabzını tutarak, etkili bir halkla ilişkiler çalışması içinde, muhafazakâr, liberal, Kürt, İslamcı, kent ve kırsal yoksulları gibi kesimlerden büyük oylar almasını sağladı. Geçmiş dönemlerde yaşanan kaotik toplumsal süreçler ve siyasi istikrar sorunları sonrasında AKP, genel olarak Türkiye'de mevcut seçeneklerin tükendiği bir dönemde tek alternatif olarak ön plana çıktı. Seçmenin pek çok açıdan aidiyet geliştirdiği AKP'li parti kimliği, gelecek dönem seçimlerinde de güçlü bir seçmen davranışı etmeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda, Gökçe, Akgün ve Karaçor tarafından hazırlanan çalışmada, seçmenlerin yarısından fazlasının bir önceki seçime göre verdiği oyu değiştirmesinin nedenleri araştırılmış ve parti kimliğinin Türkiye'de seçmen davranışını yönlendirmede önemli bir rolü olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Gökçe, Akgün ve Karaçor, 2002: 1).

## **2.2. Türkiye'de Seçmen Davranışlarını Etkileyen Faktörler**

Seçmen davranışı seçmenin oy verme süreçlerini etkileyen pek çok olayla ilintili olarak çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Türkiye'de seçmen davranışı, seçimlerin geçmişten günümüze incelenmesi sonucu gözlemlenen değişimlerin

sebepleri araştırılarak açıklanmaktadır. Türkiye’de seçmenin oy kullanacağı seçim döneminin özellikleri; dönemin siyasi atmosferi, ekonomik ve sosyal koşulları ve siyasi liderlerinin özellikleri/söylemleri gibi bileşenler oy verme davranışının belirleyicileri olarak görülmektedir. Bu bağlamda Çarkoğlu, “Türkiye’de oy vermenin cinsiyet, etnik ve dini kimlik, ideolojik inanç, bir araya gelmiş sosyoekonomik grup, aynı parti içinde olmak gibi kriterlerin çizildiği geniş bir çerçeve içinde gerçekleştiği” değerlendirmesinde bulunmaktadır (Çarkoğlu, 2016: 216). Bu geniş çerçeve içerisindeki kriterler, bu çalışma özelinde konuyu daha iyi açıklayabilmek amacıyla on temel başlık altında kategorize edilmiştir. Seçmenin yaşadığı coğrafi konum, etnik kökeni, sosyal çevresi, edinmiş olduğu parti kimliği, eğitim seviyesi, içinde bulunduğu ekonomik koşullar ve kişisel değerleri ile seçim sistemleri, medya, siyasi söylemler ve liderlik konuları seçmenin verdiği oyu doğrudan etkilemesi dolayısıyla temel faktörler olarak ele alınmakta ve açıklanmaktadır.

Seçmen yukarıda sıralanan bu etmenlerde yaşanan değişim ve dönüşümler ile oy verme davranışını şekillendirmektedir. Bu etmenlerin bir kısmı kişinin çok uzun yıllar beraberinde olan, değişmesi uzun ve zorlu süreçler gerektirecek şekilde karşımıza çıkmaktadır. Özellikle kişisel süreçlerle ilgili olan etmenler bu kategoride yer almaktadır. Diğer bir kısmı ise kişinin dışında gelişen olaylarla ilintilidir. Burada siyasi aktörlerin, partilerin, seçmeni etkilemek üzere yaptığı çalışmalardan kaynaklı bir oy verme değişiminden bahsedilebilir. Bu süreçler diğer sınıflandırmaya göre oy tercihinde daha kısa süreli değişimlerin gözlenebildiği, seçmenin bir seçimden diğer seçime tamamen farklı sayılabilecek bir oy tercihinde bulunmasının mümkün olabileceği süreçlerdir. Tüm bu kategoriler on temel başlık halinde bu bölümde ele alınacak ve seçmeni ne şekilde etkilediklerine dair bir tartışma yürütülecektir.

### **2.2.1. Coğrafi Koşullar**

Seçmenin yaşadığı bölge, öncelikle seçime katılım kararını veya seçime katılımının mümkün olma durumunu etkilemektedir. Türkiye’de coğrafi olarak, seçimlerin fiziken gerçekleştiği okullara ulaşmanın güç olduğu şehirler bulunmaktadır. Özellikle iklim koşullarının da elverişsiz olduğu bir dönemde seçim yapılıyorsa seçmenin sandığa gitme motivasyonu bu durumdan negatif etkilenebilir. Bu durum

özellikle oy vermeyi yeterince önemli görmeyen veya oyunun bir şeyi değiştirmeyeceği inancı taşıyan seçmen kitlesi için gerçekleşecektir.

Kır ve kent ayrımı, kentleşme kavramı, modernleşme süreçleri içinde siyaset bilimi ve sosyoloji çalışmalarında temel tartışma konuları arasında yer almaktadır. Bu iki disiplin için son derece önemli olan koşullar temelde bireylerin etkilendiği faktörlerin farklılaşması açısından önem taşımaktadır. Coğrafi koşullar başlığı altında en önemli alan kırsal alanda yaşayan seçmen ile kentlerde yaşayan seçmenin oy verme davranışına dair farklılıklar ve bu farklılıkların dayandığı bileşenler olacaktır.

Coğrafi koşullar olarak kır ve kent ayrımı oy verme davranışını etkilemektedir. Köylerde yaşayan seçmenin genellikle siyasi süreçlere katılım gösterme eğiliminin düşük olduğu düşünülür. Burada seçmenin eğitim ve gelir seviyesinin kentte yaşayan seçmene göre istatistiksel olarak daha düşük olması ön plana çıkmaktadır. Siyasal olayların günlük hayata, sosyal ortamlara yansımaları durumu köylerde daha az gerçekleşmektedir. Ayrıca siyasal etkinlikler yoluyla politik süreçlere ilgiyi canlı tutan bileşenlerin oranının köylerde kentlere göre daha az olduğu görülmektedir (Temizel, 2012: 105).

Coğrafi koşullar seçmen davranışını etkileyen diğer faktörlerin de etki oranlarını değiştirme özelliğine sahiptir. Örneğin ileride detaylandırılacak olan medya etmeni, kırsal bölgede yaşayan bir seçmen ile kentte yaşayan seçmen için farklı önem derecesi taşımaktadır. Burada kitle iletişim araçlarına ulaşmanın güçlüğü ön plana çıkar. Kır ve kent ayrımının siyasal karar süreçlerine yansımaları bu gibi pek çok durumda seçmen davranışını etkileme özelliğine sahiptir.

Burada özellikle Türkiye’de geç kentleşme olgusu önemlidir. 1980’lerde halen Türkiye’de nüfusun önemli bölümü köylüdür. 1980’lerdeki neoliberal politikalarla dağılan kırsal nüfus kentlere hızla akmasıyla gecekonducular giderek yayılır ve kalabalıklaşır. Bunun yanında kentlere gelen nüfus kentlerde genelde kayıt dışı işlerde çalışırlar veya işsizdirler; gecekonducularda yaşar; sosyal devletin nimetleri kısıldığı bir dönemde hemşerilik dernekleriyle ve dayanışmasıyla ayakta kalır. Kentlerin bu yeni sakinleri aslında kırsal, geleneksel, ataerkil, dinsel, geniş aileye dayalı yaşamını ve kültürünü kentlerin çeperlerinde devam ettirir. Kentlerin eski sahipleri olan

sekülerleşmiş, eğitilmiş, kentlerin fırsatlarından yararlanan eski sahiplerine, sendikacı işçilere, memurlara, orta sınıflara ve onların tüketim ve yaşam kalıplarına da yabancılaşmışlardır (Metinsoy, 2016). Bu anlamda özellikle Türkiye için coğrafi koşullar seçmen davranışı tartışmalarında son derece önemli bir yere sahip görülmektedir.

### **2.2.2. Etnik Kimlik ve Dini Eğilimler**

Seçmenin oy verme davranışını etkileyen bir diğer faktör olan etnik kimlik Türkiye siyasetinde geçmişten günümüze önemli bir etmen olarak görülmektedir. Geçmiş seçim dönemlerine bakıldığında Türkiye’de etnik meselelerin partiler arası gerilimlerde de ön planda olduğu görülmektedir. Din olgusu ise tıpkı etnik tartışmalar gibi Türkiye siyasetinin merkezinde bir konudur. Her iki başlık da seçmenin oy verme süreçlerinde önem taşıyan ve tüm siyasi aktörlerin, özellikle siyasi partilerin içinde bulunduğu seçmeni etkilemesi yönüyle başat olarak değerlendirilebilecek başlıklardır.

Türkiye farklı etnik kimliğe sahip insanların bir arada yaşadığı bir ülkedir. Buradan hareketle kişinin etnik kimliği, kendisini ifade edebilmesi ve içinde bulunduğu toplumda bu kimlik ile var olabilmesi anlamında önemlidir. Seçmen oy verme davranışını kendisini doğrudan ilgilendiren bir konu olan etnik kökeni ile ilgili değerlerini koruyabilme ve etnik kimliğiyle kazandığı kültürünü sürdürebilme amacıyla şekillendirebilir.

Muhafazakar düşüncenin dini toplum için bir motivasyon kaynağı olarak gördüğü ve ahlaki bir rehber olarak merkeze aldığı görülmektedir. Din bu düşüncede toplumsal dayanışmayı artıran birlik ve beraberlik sağlayan önemli bir araçsal kaynaktır. Bu özellikleriyle din seçmen için hayatın temelinde yer alır. Seçmen; kendi dini eğilimlerini destekleyen, bunları koruyan ve toplumsal alanda yaygınlaştıran, liderlerin yaşam tarzları ve söylemleriyle, parti programlarıyla koruyan bir partiye oy vermeyi tercih edecektir. Hatta dini eğilimlerine ters düşen partileri başka yönleriyle güçlü olsalar bile alternatifleri arasına almayacaktır (Temizel, 2012: 119).

Siyasal kültür çerçevesinde din, Türkiye için yukarıda bahsedilen sebeplerle oldukça önemlidir. Türkiye’de din temel kurumlar arasında kabul edilir ve bu sebeple toplumu doğrudan ilgilendiren bir nitelik taşımaktadır (Bozkurt, 2010: 256). Bu

çerçevede görülmektedir ki dinin seçmen davranışını etkilemesi süreci önce kişisel inançlarla temellenmekte ve ardından toplumsal süreçlerle olan ilişkisi bağlamında ön plana çıkmaktadır. Daha sonra seçmenin siyasal davranışı, onun iktidarın barındırmasını temenni ettiği özellikleri seçmesi ile şekillenir. Dini ön plana alan seçmen, dini düşüncelerine uygun, inandığı değerleri koruyan, yaşatan ve tüm söylem ile aktivitelerine bunu yansıtan bir iktidar kurulması amacıyla oy verme davranışını belirler.

### 2.2.3. Sosyal Çevre

Kişinin ilk sosyalleşme alanı olarak doğduğu aile ve ardından akrabalar kabul edilmektedir. Modernleşme süreçlerinde aile yapısı değişiyor olsa da geleneksel aile değerleri bireyler için önemini yitirmemektedir. Birey için sosyal çevre ileri evrelerde okul ve iş ortamı, evlilik gibi süreçlerle değişmektedir. Bireyin ait olduğu sosyal çevre ve çevresinde hâkim görüş ve düşünceler bireyi doğrudan etkileme özelliğine sahiptir (Bozkurt, 2010: 261-276).

Sosyal çevrenin seçmenin oy verme davranışına olan etkisi bu tez çalışmasının teorik kısmı olan ilk kısımda yer aldığı üzere sosyolojik kuram içerisinde incelenmektedir. Seçmen ait olduğu sosyal çevredeki hâkim görüşü kendi görüşü olarak benimsemektedir. Veya çevrenin hâkim görüşü kendi görüşüyle benzerlik gösterdiği için o sosyal çevreyle aidiyet kurmayı seçmektedir. Burada sosyalleşme alanları ön plandadır. Bu alanlar görüş ve düşüncelerin ifade edildiği, tartışıldığı ve yayıldığı alanlardır. Seçmen ait olduğu sosyal alanın siyasi görüşünü benimser ve oyunu bu şekilde kullanma eğilimi gösterir.

Türkiye’de ailenin siyasi eğilimlerdeki etkisi bilinen bir gerçektir. Seçmenin içine doğduğu ailenin siyasi ve ideolojik görüşleri bireyin büyürken yaşadığı pek çok evrede onun düşünüş biçimini de etkileyecektir. Genellikle bireyler kendi sosyal çevrelerinden biriyle evlendiklerinde de bu durum devamlılık kazanmış olur. Aileden kazanılan ideolojiler bireyi yaşam biçimini ve sosyal çevresini bu ideolojiye uygun olarak şekillendirmeye yönlendirir. Türkiye’de siyasi eğilimlerin aile bağlarıyla şekillenmesi oldukça yaygın görünmektedir.

#### 2.2.4. Parti Kimliği

Partiye duyulan aidiyet bağı, seçmen davranışını etkileyen temel faktörlerden bir diğeridir. Bu faktör, bu tez çalışmasının birinci bölümünde ele alınmış olan psikolojik kuram çerçevesinde özellikle incelenmektedir. Bireyleri kişisel özellikleri ve psikolojik süreçleri bağlamında ele alan psikolojik kuramda parti aidiyeti önemli bir model olarak ön plana çıkmaktadır.

Siyasi partiler farklı görüş ve düşünceler etrafında şekillenip kişinin kendine en uygun bulduğu ideolojiyle paralel olarak seçtikleri siyasi oluşumlardır. Hacıbrahimoğlu'na göre, "siyasi partiler, dağınık ferdi enerjileri birleştiren, bunlara birlik olmanın kuvvetini veren ve böylece geniş halk yığınlarının siyasi iktidara etki yapabilmesini ve işleyişine katılabilmesini sağlayan vasıtalar"dır" (Hacıbrahimoğlu, 2010: 10). Seçmen ideal bir fikir çerçevesinde birleşmiş kişilerden oluşan siyasi parti ile kendi idealleri arasında bir bağlantı kurarak parti kimliğini oluşturur. Bu bağın psikolojik niteliğinin baskın oluşu da seçmen davranışı ile parti kimliği arasındaki ilişkiye işaret etmektedir.

Parti bağlılığı gruplar yerine bireylere odaklı bir modeldir. Seçmenlerin doğdukları andan itibaren içinde buldukları aile ve sonrasında sosyal çevreleri etkisiyle ortaya çıkan siyasal sosyalleşme süreçlerinde elde ettikleri düşünceler, oy verme süreçlerinde doğrudan etkili görölmektedir (Temizel, 2012: 120). Seçmen kişisel tercihleri doğrutusunda benimsediği ideolojileri sahiplenilen partileri seçme eğilimi gösterir. Parti ile bu ideolojiler üzerinden kurulan bağ, kişinin ön plana çıkan değerlerinin parti kimliğiyle özdeşleşmesi de kişi ile parti arası kurulan psikolojik bağı ortaya çıkarmaktadır. Partiyle aidiyet kuran seçmen artık kendi kimliğini parti kimliği ile özdeşleştirmiştir ve partinin daimi üyesi, daimi seçmeni olması, bu yönde bir oy verme davranışı geliştirmesi beklenmektedir.

Türkiye'de parti aidiyetinin oldukça fazla örneklenebilir olduğu görölmektedir. Geçmişten günümüze muhafazakâr ideoloji benimsemiş partiler, siyasi kısıtlamalarla karşılaştıkları süreçlerde dahi seçmenin aidiyeti dolayısıyla pratikte yok olmamışlardır. Birbirinin devamı niteliğinde olan partilere bu anlamda Türkiye siyasi tarihinde sıkça rastlanmaktadır.

Türk siyasi tarihinde kapatılan pek çok parti mevcuttur ancak aynı fikirle yola çıkarak başka bir isim altında örgütlenip aynı ideolojiyle yola devam edilmiştir. DTP ÖDP, DEHAP, HADEP gibi partiler dışlanmış toplumsal kesimlerin temsili ve hakları noktasındaki benzer ideolojik temellerde buluşmuş partilerdir. Öte yandan aynı siyasi fikir çizgisinde buluşan diğer partiler RP, FP ve AKP olarak görülmektedir (Hacıbrahimoglu, 2010: 74-91). Seçmen kitlesi büyük ölçüde örtüşen bu partilerin varlık göstermesi, seçmenin parti aidiyetinin güçlü olduğu ortaya çıkmaktadır. Seçmen ait olduğu parti kimliğine derin ve kopması güç bir bağ ile bağlı olduğundan, oy verme davranışını şekillendirirken bu faktör tarafından doğrudan etkilenmektedir.

### **2.2.5. Eğitim**

Eğitim bireylerin toplumsallaşma alanları olarak ortaya çıkmaktadır. Küçük yaşlardan itibaren bireyler eğitim yoluyla siyasal süreçler konusunda bilinçli hale gelmektedir. Bireyler siyasal süreçleri öğrenmelerinin ardından seçmen olma yaşına geldiklerinde tercihlerine yönelik oy kullanırlar. Oy vermeye giden süreçte eğitim seviyesi bu anlamda önem taşımaktadır. Kişinin aldığı eğitimin niteliği, eğitim seviyesinin yüksek olması gibi durumlar oy verme davranışını etkileyen durumlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitimin, siyasal katılıma ve bireylerin siyasi süreçler ile olan alakasına olumlu etki ettiği literatürde kabul görmüş bir değerlendirmedir.

Eğitimin bir diğer katkısı, bireyin eğitim seviyesindeki artış ile mesleki olarak gelişmesi ve iyi bir statü kazanması durumudur. Sosyal çevresi gelişen ve ekonomik kaygıları azalan bireyin oy verme davranışı da buna göre şekillenir. Ayrıca bireyin eğitim seviyesindeki artış onu özgür düşünmeye yönlendirebilir, fikir ve düşünce özgürlüğü bireylerin siyasal katılım ve oy verme süreçlerini etkilemektedir. Ek olarak okul ve eğitimin bireylerin sosyalleşmesine olan katkısı siyasal davranışlarını da etkileyecektir. Siyasi süreçlere katılım ve ilgi artışının eğitim seviyesiyle alakalı olduğu, iyi eğitilmiş bireylerin siyasal süreçlerde etkin olma eğilimi gösterdikleri ön plana çıkmaktadır (Temizel, 2012:125).

Birinci bölümde ele alınan üç temel yaklaşımdan biri olan rasyonel yaklaşımın burada eğitim ile ilişkisine ayrıca değinmek mümkündür. Bireyin kişisel duygularından veya sosyal çevresinden bağımsız olarak rasyonel kararlar aldığını

varsayan bu yaklaşım, bireyi doğrudan rasyonel kabul ederek yola çıkmaktadır. Bireylerin rasyonelliğini eğitim süreçleriyle özdeşleştirmek mümkündür. Eğitimli bireyin; olayları yorumlama, olaylar arası bağlantı kurma ve olayların kendi istediği şekilde seyretmesi için gereklilikleri ön plana alma gibi özellikleri gelişmiş olacaktır. Bu özellikler sayesinde de oy verme davranışını rasyonel kararları ile ortaya koyacaktır. Bireylerin siyasi olayları gözleme, yorumlama ve çözüm odaklı düşünme becerileri eğitim ile ilişkili olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitim konusu tüm bu sebeplerle oy vermenin temel değişkenlerindedir.

Türkiye’de seçmenin eğitim durumu seçmen davranışına etkisi dolayısıyla önemlidir. Yukarıda bahsedilen rasyonel düşünme ve seçimin sonucuna odaklı tercihler konuları seçmenin eğitim düzeyi arttıkça ön plana çıkmaktadır. Örneğin Tan ve Baydaş, “Seçmen Özelliklerinin Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisi” başlıklı çalışmalarında eğitim durumu ile seçmen davranışı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu çalışmada lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimi olan seçmenlerin hangi partiye oy vereceklerini seçerken partinin kadrosu ve programları gibi konuları diğer eğitim düzeylerindeki seçmenlere göre daha fazla ön plana aldıkları görülmektedir (Tan ve Baydaş, 2017: 613).

#### **2.2.6. Ekonomik Koşullar**

Seçmen davranışının siyasal, sosyal ve ekonomik süreçlerden doğrudan etkilendiği literatürde genel bir kabuldür. Ülkelerin içinde buldukları bu süreçler seçmenin oy verirken değerlendirmeye aldığı süreçlerdir. Ekonomi kavramı, üretim ilişkileri temelli düşünüldüğünde tarım toplumundan, sanayi toplumuna oradan da bilgi toplumuna geçişte yaşanan üretim süreçleri siyasal davranışı etkileme potansiyeline sahip görünmektedir (Dursun, 2004: 237).

Ekonomik olarak gelişmiş ve görece zengin, kentlileşmiş toplumlar; bu yönden geri kalmış, kırsal özellikleri daha ön planda olan toplumlara göre farklı siyasallaşma süreçleri gösterirler. Seçmenin siyasal katılımının yüksek olduğu toplumların ekonomik olarak gelişmiş olduğu da söylenebilir. Sosyo-ekonomik modernleşme ile siyasal süreçlere katılım ve oy vermenin doğrudan ilişkili olduğu değerlendirilmektedir (Temizel, 2012: 139). Buradan hareketle siyasal davranışın

siyasi süreçlere katılım konusunda verimliliğinin ekonomik koşulların iyileşmesiyle paralel ilerlediğini söylemek mümkündür.

Siyasi süreçlere ilgi duyan seçmenin ekonomik koşullarının görece iyi olduğu düşüncesi yaygındır. Ancak ekonomik koşulları yeterince iyi olmayan seçmenin siyasi süreçlere katılmamayı tercih etmesi durumundan daha çok odak noktasının farklı olduğunu söylemek mümkündür. Seçmenin geçim kaygısı; onu siyasi süreçlerle ilgilenmek yerine temel ihtiyaçlarına odaklanma sürecine yaklaştıracığı gibi siyasi süreçlere olan inancın yitirilmesi şeklinde de seyredebilir. Ancak aksi şekilde, içinde bulunulan ekonomik koşulların sebebini iktidara bağlaması durumunda seçmen siyasi süreçlerde oy verme ile söz hakkına sahip çıkabilir. Buradan da anlaşıldığı üzere ekonomik koşullar bireyi siyasi süreçlere ilgisiz hale getirebilmesinin yanı sıra, çözüm odaklı düşünen rasyonel bir birey için başlı başına sandığa gitme sebebi olabilmektedir.

Ekonomik koşulları iyi olan seçmenin, koşulları zayıf olan seçmene göre siyasi süreçlerden haberdar olması daha kolaydır. Bu haber alma süreci kitle iletişim araçları yoluyla gerçekleşebilirken kötü ekonomik koşullarda veya kırsal bölgelerde bu araçlara ulaşımın zorlaştığı, haliyle haber almanın güçleştiği görülmektedir. Bu durumda seçmenin içinde bulunduğu ekonomik koşullar, seçim süreçlerinde haber alma ve siyasi etkinliklerle etkileşimde olma durumunu da dolaylı olarak etkileyecektir.

Farklı toplumlar üzerine yapılan çalışmalarda, alt gelir grubuna dahil edilen çiftçi, işçi gibi meslek gruplarının genelde sol partilere, mülkiyet sahibi ve yöneticilerden oluşan orta ve yüksek gelirli meslek gruplarının liberal ve sağ partilere oy verme eğiliminde oldukları görülmektedir (Lipset, 1986: 219). Buradan hareketle seçmenin içinde bulunduğu ekonomik durum seçtiği partiyi yani oy verme davranışını doğrudan etkilemektedir. Kuşkusuz her toplumun kendi farklı dinamikleri bu tabloyu karmaşıklatabilmektedir. Özellikle de kimlik siyasetinin yükseldiği dönemlerde, patronaj ilişkileriyle, yani iş bulmak, sosyal yardım sağlamak, kayırmacılık gibi yöntemlerle, dar gelirli, işçi sınıfına mensup seçmenlerin oy verme davranışına da

etkilenebilmektedir. Ekonomik koşulların iyileştirilmesi vaatleri oy verme süreçlerinde doğrudan etkili olabilmektedir.

Ekonomik koşullar hem seçmenin içinde bulunduğu ekonomik durumu, hem de seçmenin bu durumunun ülkenin genel durumu ile olan alakası kapsamında incelenebilir. Bu anlamda ekonomik koşulların seçmen davranışına olan etkisinin tek yönlü ve sabit olmadığı ortaya çıkmaktadır. Seçmenin ekonomik durumundan daha çok ülkenin içinde bulunduğu ekonomik durum ve değişimlerin önemi ön plana çıkmaktadır. Ülkenin hâlihazırda içinde bulunduğu ekonomik durum ve bu durumun bir önceki seçim dönemine göre gösterdiği değişim ayrıca ülke içi alınan ekonomik kararlar, bu kararların ülke ekonomisine olan etkileri gibi tüm süreçler seçmen davranışını ve doğrudan seçmenin oy verme sürecini etkilemektedir.

Ekonomi faktörünü Türkiye özelinde iki yönüyle de ele almak için ilk olarak seçmenin içinde bulunduğu ekonomik koşullara değinmek gereklidir. Türkiye’de seçim süreçlerinde daima seçmenin ekonomik koşullarını iyileştirmeye yönelik vaatlere rastlanır. Bu vaatler de göstermektedir ki Türkiye’de ekonomik koşullarının iyileştirilmesi gereken pek çok bölge ve pek çok seçmen mevcuttur. Bu seçmenler yukarıda bahsedildiği üzere genel durumlarının yeterince iyi olmayışı veya kırsal bölgelerde siyasi süreçlere dair edindikleri bilgilerin zayıflığı kaynaklı oy verme ve siyasi katılım süreçlerinde pasif davranışlar sergileyebilmektedir.

İkinci yön kapsamında genel olarak Türkiye’nin ekonomik koşullarından bahsetmek gereklidir. Türkiye’de seçim dönemlerinde ekonomi faktörü son derece önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun sebebi, ülke ekonomisinin geçmişten günümüze pek çok sürecin belirleyicisi olmasıdır. Seçmenin bir önceki seçim dönemine göre alım gücünün düşmesi, iş bulma süreçlerinin zorlaşması, genel olarak karşılaştığı hayat pahalılığı önceki dönemde verdiği oyu değiştirmesine sebebiyet verebilecek durumlardır. Seçmen, gelirinin bir önceki süreçlere oranla ihtiyacı olan ürünleri alma ve planladığı şekilde yaşama anlamında yetersiz kaldığını fark ettiğinde bu durum için çözüm alternatifi düşünme eğilimi gösterir. Seçimlerde ekonomi konusunun ön plana çıkmasındaki temel sebep budur. Seçmen ekonomik

koşullarında fark ettiği gerilemenin sebebinin iktidar olarak değerlendirirse, iktidarın değişmesi için diğer alternatiflere yönelmeyi mantıklı bulacaktır.

### **2.2.7. Kişisel Tutum ve Değerler**

Kişisel tutum ve değerler seçmenin oy verme süreçlerinde etkilendiği bir diğer etmen olarak karşımıza çıkmaktadır. Seçmenler dış etmenlerden, içinde buldukları sosyal çevreden ve ekonomik süreçlerden etkilendikleri gibi kişisel değerlerini de oy vermede ön plana alırlar. İlk bölümde ele alınan üç temel kuramdan Psikolojik yaklaşımın bu başlıkla doğrudan ilişkili olduğu söylenebilir. Psikolojik yaklaşımda bireyin duygu ve düşünceleri, parti aidiyeti, inançları devreye girmektedir. Kişisel tutum ve değerler başlığında da bu şekilde, seçmenin duygu ve düşüncelerini içeren içsel süreçleri ile inandığı değerler ön plana çıkmaktadır.

Kişisel süreçler ilk olarak oy verme veya vermeme kararında etken olarak ortaya çıkar. Seçmenin oy vermeye karar vermesi, siyasal katılım süreçlerine güven ve inanç taşımasıyla ilişkilidir. Seçmen sandığa gitmesinin bir şeyleri değiştireceğine inanmıyorsa, oy vermenin mantıklı olduğunu düşünmüyorsa veya siyaseti kişisel değerlerine uygun bulmuyorsa, fikirlerini temsil eden bir parti olmadığını düşünüyorsa oy kullanmama kararı alabilir. Bunun yanı sıra; oyunun pek çok şeyi değiştirme potansiyeli olduğunu düşünüyorsa, siyaset ile siyasalere güven ve inanç taşıyorsa, kendi düşüncelerini temsil eden bir parti veya liderin varlığına inanıyorsa oy kullanma davranışı gösterecektir. Tüm bu süreçler kişisel tutum ve değerlerin oy verme kararı üzerindeki etkisini göstermektedir.

Seçmen oy verme kararının akabinde oyunu hangi partiye vereceğinin tercihini yapar. Burada tıpkı oy verme ve vermeme kararı gibi oy verilecek partiyle kişisel değerlerin uyum sağlamasının gözetilmesi beklenir. Seçmen oyunu verdiği partinin ve parti liderlerinin kendi değerleri ile uyumlu olmasına, parti programlarının ve etkinliklerinin bu değerleri yansıtmasına ve parti söylemleri ile kişisel değerlerinin uyumuna özen gösterir. Tüm bunlar, seçmenin oy verme davranışında kişisel değerlerin belirleyici etmen olduğu temel durumlardır.

Seçmenin oy verirken etkilendiği öznel bir değer sıralaması olduğu kabul edilmektedir. Kalender'e göre, "Değerler Sistemi" olarak adlandırılan bu sıralamada

kişinin değerlerini aşağıdan yukarıya sıraladığı ve bu değerlerin öneminin oy verme tercihinde önemli bir etken olduğu fikri ön plana çıkmaktadır. Buna göre seçmen, temel değerleri doğrultusunda oy verme öncesi süreçlerinde değerlendirmelerini yaparak oyunu bu değerlere uygun olan partiye verme eğilimi gösterecektir (Kalender, 2014: 17-19).

Kişisel değerlerin seçmen davranışı üzerindeki etkisi literatürde kültür kavramı üzerinden de tartışılmaktadır. Temizel'e göre, "kültür, insanların bir arada yaşamalarından ortaya çıkan etkileşim, paylaşım, öğrenim ve aktarım yolu ile oluşur ve kişilik faktörlerini ve beraberinde gelen siyasal düşünce sistemini ve ideolojiyi etkileme özelliğine sahiptir" (Temizel, 2012: 138). Türkiye'de kişisel tutum ve değerlerin seçmeni etkilemesi durumu oldukça önem taşımaktadır. Kişisel değerler içerisinde özellikle dini değerler seçmen davranışı çalışmalarında geniş yer kapsamaktadır. Türkiye siyaseti için oldukça önemli olan dini değerlere dair yapılan araştırmalar, bu değerlerin seçmen davranışını doğrudan etkilediği yönünde sonuç sunmaktadır. Örneğin Eser tarafından yapılan alan çalışmasında elde edilen bulgular, dinin siyasal davranışların şekillenmesi üzerinde doğrudan etkili olduğu ve bireylerin siyasi tutum ve kararlarını şekillendirdiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır (Eser, 2012: 97).

### **2.2.8. Seçim Sistemleri**

Seçimlerin yapılma biçimine dair temel esaslar Seçim Kanunu ile düzenlenen seçim sistemleri yoluyla belirlenir. Seçim sistemleri çeşitli esaslara dayanmasıyla birlikte seçimin sonuçlarında doğrudan etkili olma özelliği taşımaktadır. Seçim sonucuna olan etkisiyle seçim sistemleri, seçmenin kararlarına da doğrudan etki eden bir bileşen olarak karşımıza çıkması sebebiyle seçmen davranışı literatüründe geniş yer tutmaktadır.

Seçim sistemleri literatürde çoğunlukçu sistemler, nispi temsil sistemleri ve karma sistemler olarak kategorize edilmiştir. Çoğunlukçu sistemler; basit çoğunluk, iki turlu ve alternatif oy sistemleri olarak ayrılır. Çoğunlukçu sistemlerde büyük partilerin küçük partilere göre avantajlı olduğu bilinmektedir. Nispi temsil sistemleri,

oy oranlarıyla paralel bir sandalye dağılımı sağlar ve D'Hondt yöntemi ile sandalye sayısı belirlenir. Bu sebeple demokratik ülkelerde kullanılan sistemlerdir. Bu sistem eşit ve tam temsili hedeflerken koalisyon hükümetleri kurulmasına da imkân tanır. Karma sistemler ise çoğunlukçu ve nispi temsil sistemlerini tek sistemde birleştiren yapısıyla ortaya çıkmıştır. Hangi sistemin ağırlık gösterdiğine göre karma sistemin de niteliği değişiklik gösterecektir (Cop, 2018: 41-51).

Türkiye’de seçim kanunları ile seçim sistemlerinde yıllar içinde değişiklikler olmuştur. Çevre barajı, ülke barajı, kontenjan gibi uygulamalar partilerin temsil durumlarını değiştirme özelliğine sahiptir. Bu sebeple, oy oranlarına bağlı olmaksızın sistemin gerekliliklerine uymadığı için meclise giremeyen partiler olmuştur. Tüm bunlar seçmenin verdiği oyun yönetimde karşılık bulma sürecinin tartışılması sebebiyle ön plana çıkmaktadır.

Türkiye’de seçim sistemlerinin yıllar içindeki değişimi, temsilde ortaya çıkan farklar dolayısıyla seçmen tercihlerini etkilemiştir. Tüm bu süreçlerde, seçim sistemlerinin seçmen ve seçimin diğer unsurlarınca doğru analiz edilmesi ve seçmen davranışlarının bu analizler sonucu şekil alması gerekliliği doğmuştur. Seçimleri tartışmak için başlangıç noktası, Türkiye için dönüm noktası çok partili hayata geçişin başladığı 1946 yılı genel seçimleri olmuştur. Bu seçimler, seçmenin oy verme davranışı ile seçim sistemleri ilişkisinin başladığı nokta olarak görülmektedir. 1946 yılı bu anlamda Türkiye için “seçimsel demokrasi” modeline geçiş sürecini başlatır (Özbudun, 2016). Türkiye’de seçmen davranışının tarihsel sürecini incelerken 1946 seçimlerinden günümüze dek seçim sistemlerindeki değişimi ve bu değişimin temsilde adalet ve yönetimde istikrar gibi iki temel yönetim ilkesiyle nasıl ilişkisi olduğunu açıklamak gerekmektedir. Her iki ilke de seçmen davranışlarının belirleyicisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, seçmen tabii olarak verdiği oyun temsile yansımaları ve mecliste karşılık bulmasını istemektedir.

Türkiye’de seçimler çok partili hayata geçişten bugüne birçok değişik sistemle uygulanmıştır. Seçim sistemlerinin ülkede sağlanması istenen istikrar ve refah süreçlerine uygunluğu tartışılmış ve bu sebeple seçim sistemlerinde zaman içerisinde seçim kanunu yoluyla değişiklikler yapılmıştır. Bu değişiklikler seçmeni oy verirken

oyunun temsilde bulacağı karşılığı hesap etmesi gerekliliğine de yol açabilmektedir. Rasyonel seçmen seçim barajı ve kontenjan gibi uygulamaların varlığını oy verirken değerlendirmeye alır.

**Tablo 2.1. 1946'dan 2015'e Seçim Sistemleri**

Seçim Yılı	Uygulanan Sistem
1946	Liste Usulü Çoğunluk
1950	Liste Usulü Çoğunluk
1954	Liste Usulü Çoğunluk
1957	Liste Usulü Çoğunluk
1961	D'Hondt Sistemi - Çevre Barajlı
1965	Milli Bakiye
1969	D'Hondt Sistemi - Barajsız
1973	D'Hondt Sistemi - Barajsız
1977	D'Hondt Sistemi - Barajsız
1983	D'Hondt Sistemi - Çift Barajlı (Ülke ve Bölge)
1987	D'Hondt Sistemi - Çift Barajlı + Kontenjan
1991	D'Hondt Sistemi - Çift Barajlı + Kontenjan
1995	D'Hondt Sistemi - Ülke Barajlı
1999	D'Hondt Sistemi - Ülke Barajlı
2002	D'Hondt Sistemi - Ülke Barajlı
2007	D'Hondt Sistemi - Ülke Barajlı
2011	D'Hondt Sistemi - Ülke Barajlı
7 Haziran 2015	D'Hondt Sistemi - Ülke Barajlı
1 Kasım 2015	D'Hondt Sistemi - Ülke Barajlı

**Kaynak:** Gazeteduvar, 2017

Yukarıdaki Tablo 2.1'de görüldüğü üzere Türkiye 1946 yılında çok partili hayata geçişten, 1961 Anayasası'nda kurucu meclisin yaptığı seçim kanunu değişikliğine kadar Liste Usulü Çoğunluk sistemi ile seçim yapmıştır. 1960 askeri darbesine kadar uygulamada kalan bu sistem içeriği bakımından temsilde adalet sorunu yarattığı, birinci partiye avantaj sağladığı iddialarıyla eleştirilmiştir. Özellikle bu sistemin adil olabilmesi için seçim çevresinin dar olması gerektiği düşünülmektedir. Bu sisteme göre bir seçim bölgesinde en yüksek oyu alan siyasi

partinin aday listesindeki isimlerin tamamı seçilmektedir. Seçmenin listeye desteklediği adayı ekleme veya aday isimlerinde değişiklikler yapabilmesi sonucu seçilen adayların varlığı istisnai olarak mümkündür. Ciddi oranda temsilde adalet sorunları yaratan bu sistem, ülke genelinde oyların çoğunluğunu kazanarak iktidar olan siyasî partinin Meclis'te oy oranının çok üstünde bir sandalye sayısı ile yer almasına karşılık, daha az oy alan muhalefet partilerinin oy oranlarının altında kalan sandalye sayıları ile temsil edilmelerine yol açmaktadır (Türk, 2015: 422).

DP iktidarının özellikle son yılları bu sistemin değişiminde önemli rol oynamış ve 27 Mayıs darbesi ile gelen yeni anayasada seçim kanunu değişiklikleri yapılarak nispi temsil sistemlerine geçilmiştir. Ayrıca 1950 seçimlerinde Demokrat Parti, CHP'nin yüzde 39,8'lik oyuna karşılık oyların yüzde 53,4'ünü alarak 408 sandalye kazanmıştı. Bu yakın oranlara rağmen CHP'nin sandalye sayısı sadece 69'dur (Zürcher, 2016: 318). Liste usulü çoğunluk sisteminin yarattığı temsil sorununu bu örnek üzerinden açıkça görmek mümkündür.

Bu sistem bir seçim bölgesinde en çok oyu alan parti için oldukça avantajlıdır. Haliyle temsilde adalet ilkesinin sağlanamaması söz konusudur. Oransal olmayan seçim sistemleri seçimlerde küçük partileri dezavantajlı hale getirmektedir. Parlamentodaki sandalye dağılımının tamamına yakınının iki partide toplanması bu seçim sisteminin özellikleri dolayısıyla da mümkün olmuştur.

Çok partili hayatın başlamasının ardından CHP'nin oy kaybı ile DP'nin yükseliş dönemi başlar. DP'nin iktidara gelmesiyle ülkede pek çok değişik süreç yaşanmıştır. 2. Dünya savaşı sonrası 1947-1951 yılları arasında yürürlükte olan Marshall planı ile Türkiye ABD'den ekonomik yardım almıştır. Bu yardımların katkısıyla DP iktidarının ilk yılları seçmeni tatmin edecek şekilde seyretmiştir. 1960 darbesine giden süreçte en önemli kırılma 1957 seçimleridir.

1960 darbesiyle Türkiye'de seçimler için yeni bir dönem başlamıştır. Seçim sonrası bir süre darbe yönetiminin ardından, yeni anayasa ile yeni seçim sistemi ortaya konmuştur. 1961 Anayasası ile birlikte yeni bir seçim kanunu düzenlenmiş ve çoğunluk sistemi terk edilerek nispi (oransal) seçim sistemlerine geçilmiştir. Nispi

temsil sistemleri yukarıda bahsedilmiş olan küçük partilerin büyük partilere oranla dezavantajlı olması durumunu ortadan kaldırmaktadır. Nispi seçim sistemi ile bu sayede temsilde adalet önemli ölçüde artmaktadır. Bu temsil sisteminin temel özelliği, siyasi partilerin aldıkları oylar oranında parlamentoda temsil hakkı kazanmalarındır. Çoğunluk sistemine göre daha demokratik bir sistemdir. Siyasi partilerin aldıkları oyların parlamentoda nasıl bir dağılım sağlayacağı sorusuna cevaben çeşitli hesaplama sistemleri oluşturulmuştur.

Nispi temsil sistemlerinin farklı türleri mevcuttur. Bu türler seçim kanunu yoluyla yürürlüğe girmektedir. 1961 yılı sonrası değişen seçim kanunları ile seçimler günümüze dek farklı türler uygulanarak gerçekleşmiştir. Seçim çevresi, seçim barajı, kontenjan gibi pek çok kavrama dair düzenlemeler getirilmesi yoluyla temsil sağlanmıştır. Seçim kanunu seçmenlerin verdiği oyların sandalye dağılımına etkisini belirleyen kuralları içermektedir. Seçimlerin şekli, zamanı gibi genel kurallarını düzenler. Buna göre seçim kanunu; milletvekili seçimi sistemini, seçim çevrelerindeki milletvekili sayısını, seçim dönemi ve zamanını, ara seçimi, seçimin yenilenmesi, seçilebilme ve aday olma esasları ile milletvekili seçimine ilişkin ilkeleri ve uygulamaları düzenlemektedir. Türkiye’de her seçim bölgesinde ülke genelinde aynı günde, eşit ve gizli oy esasıyla, yargı denetimine tabi olarak seçimler yapılmaktadır. Seçmen oyunu kendi iradesiyle kullanmaktadır ve oyların sayımı, kayıt altına alınması açık şekilde yapılmaktadır.

1961 yılında nispi temsil sisteminin en yaygın hesaplama olan D’Hondt hesaplama yöntemi, basit seçim sayılı çevre barajlı olarak uygulanmıştır (Türk, 2015: 423). 1961 sonrası DP’nin parti faaliyetleri anayasal gerekçelerle engellenmiş ve seçmenin partiyle aidiyet kurmasının temel aktörü olan partililer siyasetten men edilmiştir. 1961’de basit seçim sayılı çevre barajlı d’Hondt sistemiyle başlayan nispi temsil uygulaması, 1965’te millî bakiye sistemi olarak, ondan sonra 1961 Anayasası dönemi sonuna kadar barajsız D’Hondt sistemi olarak devam etmiştir. (Zürcher, 2016: 318)

1965 seçimleri o güne dek uygulanan seçimlerden oldukça farklı bir nispi temsil sistemi olan milli bakiye sisteminin uygulanması sebebiyle önem taşır. Ayrıca

bu farklılık aşkın temsil oranında yarattığı düşüklük dolayısıyla da çok önemlidir. Aşkın temsil mecliste karşılığı olmayan oyları ifade eder. Burada baraj altı kalan partilere oy veren seçmenin temsil edilmesinde oluşan boşluk ifade edilmektedir. Milli bakiye sistemi, oyu mecliste temsil edilmeyen seçmen sayısını oldukça azaltmıştır. Bu durum demokratikleşme için son derece önemli olup, temsilde adaletin en yüksek seviyesine ulaştığını görmemizi sağlamaktadır.

Milli Bakiye Sistemi, seçim bölgelerinde sonuçlara yansımayan oyların toplanarak Türkiye genelindeki partilere dağıtılması yoluyla işleyen bir sistemdir. Her seçim çevresinde bir kota belirlenir, partiler kotayı doldurabildikleri kadar milletvekili çıkarabilirdi. Kotayı aşan oylar birikerek bakiye sistemini oluşturur. Türkiye’de sadece 1965 seçimlerinde uygulanmış olan bu sistem küçük partilerin de temsil edilmesini sağlamış olması sebebiyle akademik çalışma alanı olarak da önemli görülmektedir (Hacıbrahimoglu,2010: 43) Bu sistemin tehlikesi, hükümet kurma sürecinde çeşitli tartışmalara zemin hazırlamak olarak değerlendirilmiştir. Özellikle küçük partilerin meclise girebilmesi hem karar alma süreçlerini zorlaştırmış hem de partiler arası rahatsızlıklar doğurmuştur. Bu sistem ülkeyi istikrarsızlığa sürükleme iddialarıyla eleştiriler almıştır ve yalnızca bir seçim boyunca kullanılmıştır.

1960 sonrası nispi temsil sisteminin uygulanıyor olması, eski dönemden farklı olarak ikiden fazla partinin siyasette varlık göstermesine imkan sağlamıştır. Bu durumda CHP-DP yoğunluğunun yaşandığı dönemin sona erdiği görülmektedir. Burada darbe sürecinden sonra kapanan ve liderlerinin siyasetten uzaklaştığı DP’nin oylarının nasıl dağılacağı, hangi partilere yöneleceği soruları yeni dönemin de belirleyicisi olacaktır. Ek olarak bu iki parti dışında da oy kullanabilecek olan seçmen siyasetin yönünü değiştirecektir.

Nispi temsil sistemlerine geçildikten sonra, Tablo 2.1’de detaylıca görüldüğü üzere seçimlerde D’Hondt sistemine ek olarak çevre ve ülke barajları kullanılmıştır. Ayrıca bazı seçimlerde kontenjan uygulaması da görülmektedir. Siyasi süreçlerin, seçime giden yıllarda gerçekleşen olayların ve siyasi eğilimlerin de etkisiyle seçim kanununda değişiklikler yapılarak ilgili yıllardaki seçim sistemi belirlenmiştir. 1995

yılından bu çalışmasının vaka çalışması olan 2015 seçimlerine dek D'Hondt ve ülke barajlı uygulanan seçimlerde seçim barajı yüzde 10 olarak uygulanmıştır.

Seçim sistemleri, seçmenin verdiği oyun mecliste karşılık bulması ve temsilde adalet ile yönetimde istikrar gibi iki temel seçim ilkesinin ne derece uygulanabilir olduğu konusunda belirleyicidir. Seçmenin oy verdiği parti ülke barajının altında kalıyorsa mecliste temsil imkanı olmayacaktır. Ancak baraj uygulamasının olmadığı bir seçimde seçmenin oyu mecliste karşılık bulacaktır. Seçim sistemlerin bu belirleyici özelliği seçmenin davranışlarını da etkilemektedir. Stratejik oy verme modeli içerisinde yer alan rasyonel davranışlar burada ön plana çıkmaktadır. Seçmen baraj altında kalacağından emin olduğu partiye oy vererek oyunun bir karşılık bulmayacağını düşünürse, oy verme kararını bu doğrultuda farklı şekillendirme davranışı gösterebilir. Seçim sistemleri bu yönleriyle seçmen davranışı üzerinde önemli etkiye sahip bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır.

### **2.2.9. Medya**

Medya araçlarının seçmenin düşünme, yorumlama, davranış ve karar alma süreçlerinde doğrudan etkili olduğu bilinmektedir. Bu etkinin yoğun ve kısa sürede tesir eden yapıda olması, seçime giden süreçlerde medyanın gücünün son derece önemli olmasını sağlamaktadır. Medya kavramı; radyo, televizyon, gazete, dergi gibi basın yayın organlarının tümünü kapsamasının yanı sıra, günümüzde internet ile gelişen sosyal ağları da kapsamaktadır. Sosyal ağların haberleşme amacıyla kullanımının yaygınlaşması bu durumun oluşmasını sağlamıştır. Son dönemde seçim süreçlerinde sosyal medya etkisinin ağırlığı, sosyal medya üzerinden örgütlenebilme imkânları, bilginin yayılma hızının artışı gibi konular büyük önem taşımaktadır.

Medya geçmişten günümüze seçmen davranışını etkileyen önemli faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir. Birinci dünya savaşında kullanılan propaganda tekniklerine dek uzanan etkiler literatürde yer almaktadır. Ancak 1940'lı yıllarda seçmen davranışı kuramları için önemli isimler olan Lazarsfeld, Berelson, Klapper gibi araştırmacılar kitle iletişim araçlarının etkisinden daha çok kanaat önderlerinin bu araçları kullanma biçimine önem vermiştir. 1960'lı yılların sonlarında

ise kitle iletişim araçlarının siyasal, toplumsal, ekonomik ve kültürel sistemle bağlantısı üzerine eleştirel çalışmalar yaygınlaşmıştır. Bu çalışmalarla birlikte 1970’li yılların sonrası kitle iletişim araçlarının seçmeni etkileyen güçlü yönlerinin varlığı anlayışı yaygınlık kazanmış ve birçok teori ile model geliştirildiği görülmüştür (Kalender, 2014: 103-104).

Medya yoluyla seçmenin siyasi süreçlerden doğrudan haberdar olması mümkündür. Televizyon, gazete, internet gibi kanallarla siyaset gündemine ulaşmak hızlı ve kolaydır. Ayrıca sosyal medya kanallarında güncel bilgilere ulaşmak mümkündür. Bu noktada günümüzde TBMM’nin faaliyetlerinin web sitesi aracılığıyla canlı yayında izlenmesi, seçmenin bilgiye ulaşabilmesindeki kolaylığa bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Canlı yayında izleme imkanı seçmenin güvenilir bilgiye ulaşması anlamında da önemlidir.

Cheeseman ve Klaas günümüzde medyanın seçimlerde oynadığı role dair başka bir perspektiften saptamalarda bulunmuşlardır. Onlara göre özellikle bireylerin kullandığı sosyal mecralarda bilgi akışının kontrolü oldukça zordur. Bu durum da yanlış bilgilerin yayılmasına imkan verecektir. Özellikle seçim dönemlerinde medya, seçimi kazanma gayesiyle hareket edenler için sahte haberlerin yükselişi anlamında önemli bir platformdur. Sahte haberlerin ortaya çıkması halkın haberlere olan güvenini de zedeleyecektir. Seçmen doğruyla yanlış ayırt etmekte zorluk yaşadığında güven sorunu ortaya çıkacaktır (Cheeseman ve Klaas, 2018: 117). Tüm bunlarla birlikte medyanın oy verme davranışı üzerindeki önemli rolü gittikçe artmaktadır.

Medyanın seçmen davranışlarını etkilemede bu denli aktif rol oynaması, siyasi aktörlerin de medyayı kendi amaçlarına uygun kullanma taleplerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Medya seçmeni etkiliyorsa, seçmeni etkilemek isteyen partiler medyayı doğru kullanma stratejileri üzerinde çalışmaktadır. Seçim süreçlerinde televizyon kanallarında adayların açık oturumlar düzenledikleri görülür. Ayrıca gazetelere verilen demeçler, sosyal medyada başlatılan etkinlikler, radyo programlarına katılmalar artış gösterir. Siyasi partilerin seçmeni etkilemek için parti propagandalarından bahsetmeleri, medyayı doğru ve aktif kullanmak yoluyla efektif bir imaj üzerinde çalıştıkları görülür.

Seçmenin medyayı güvenilir bulması burada önem taşıyan bir diğer husustur. Türkiye’de seçmenin daha önceki bölümlerde ele alındığı üzere siyasi görüşünü yansıtan haber kanallarını izleme eğilimi gösterdiği bilinmektedir. Seçmen bu kanala güvenir ve bir bağ kurar. Kurulan bu bağ, o kanalda yayınlanan programların içerikleri ve o kanalda propaganda yapan partinin seçmene etkisinin güven bağı ile harmanlanması sebebiyle güçlü olacağına işaret eder.

Medya etmeni ile seçmenin davranışları, siyasal iletişim kavramı üzerinden tartışılır. Dursunoğlu tarafından siyasal iletişim kavramı, “bilginin siyasetçiler ve seçmen arasında medya aracılığıyla aktarılmasına yönelik interaktif bir süreç” şeklinde tanımlanmaktadır (Dursunoğlu, 2017: 1581). Medyanın bu interaktif yapısı seçmenin seçim süreçlerinde doğrudan etkilenmesine sebebiyet vermektedir. Seçmen medya aracılığıyla edindiği, paylaştığı bilgiler ile hem karar alma süreçlerini geliştirir hem de varsa aidiyetlerini pekiştirme fırsatı bulur.

Siyasal süreçlere dair medya etmeni günümüzde kitle iletişim araçları arasında en yaygın kullanıma sahip olan internet ile bütünlük oluşturmaktadır. Seçmenlerin günümüz seçimlerinde oy kullanırken etkilendiği en önemli faktörlerden biri sosyal medyadır. Sosyal medyanın yaşamın en önemli parçalarından biri haline gelmiş olması, günlük hayatta sıkça ve kişisel duygu ve düşüncelerin yansıtıldığı bir alan olarak kullanılıyor olması siyasal davranış ile ilişkilendirilmesini sağlamıştır (Dursunoğlu, 2017: 1579).

Sosyal medya platformlarında siyasi bilgilerin hızla yayılması, etkileşim imkânının olması, hızlı geri bildirim alınabilmesi gibi durumlar seçmeni etkileyen medya etmeninin önemli özellikleri arasında yer alır. Yakın tarihte “Arap Baharı” denilen toplumsal ve siyasi hareketlerle Tunus, Libya, Cezayir, Mısır, Suriye, Bahreyn, Cezayir, Ürdün, Yemen gibi ülkelerde yaşanan gelişmelerin sosyal medya üzerinden yayılmasının siyasal süreçlerin doğrudan etkilendiği görülmüştür. Medyanın etkisinin ve gücünün görüldüğü bu süreçte bireylerin etkileşim halinde olmaları hızlıca örgütlenebilmeleri ön plana çıkmaktadır (Kırık, 2012: 88).

Türkiye’de geçmişten günümüze siyasal gelişmelerde medyanın önemi büyüktür. Geçmişte en önemli örnek olarak İstanbul’daki gayrimüslim vatandaşlara

karşı pogromları ifade eden 6-7 Eylül Olayları'nın bir Selanik'teki Atatürk'ün doğduğu eve Yunanlılarca bomba atıldığını iddia eden gerçek dışı bir gazete haberi ile şiddetlenmesi gösterilebilir. Yakın tarihte ise Gezi Parkı Olaylarının sosyal medya aracılığı ile gelişimi ve 15 Temmuz darbe girişiminde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın bir televizyon yayınına katılması medya-siyaset ilişkisine gösterilebilecek çok sayıdaki örnek arasındaki en bariz olanlarındandır. Bu ilişki seçmenin siyasi süreçlerdeki davranışlarını belirlemekte, seçmen davranışının seçim öncesi ve sonrası süreçleri de kapsamı dolayısıyla seçmenin seçimlere dair yeni kararları için de bir zemin oluşturmaktadır.

#### **2.2.10. Liderlik ve Siyasi Söylemler**

Seçmenler inanç, düşünce, imaj, tutum ve ideolojiler noktasında kendileriyle özdeşleştirdikleri siyasi partilerle bir bağ kurmaktadır. Bu bağın temel özelliği genel bir ifadeyle ortak değerlerdir. Bu değerler siyasi parti tarafından genellikle liderler üzerinden kamuoyuna yansıtılmaktadır. Seçmenin parti aidiyeti, liderin kişisel özellikleriyle de birleşerek şekillenir. Parti lideri bu anlamda seçmen için her koşulda tercih edilebilir özellik taşımaktadır. Bu noktada seçmenin oy verme davranışı da liderlik ve siyasi söylemler ile doğrudan şekil almaktadır. Siyasi söylemler seçmen davranışında önemli bir etkileyicidir. Özellikle söylemlerin medya yoluyla seçmene ulaşması, kitle iletişim araçları yani medya ile söylem arasındaki paralel ilişkiyi de ortaya koyar (Uçanok, Sudagezer, Sefercioğlu, 2010: 153).

Siyasi partilerin ideolojileri liderler aracılığıyla yaygınlaşmaktadır. Çankaya'ya göre, liderler bu kitle toplumu içerisinde artık çağdaş birer ikon olmuşlardır (Çankaya, 2015: 362). Seçmenler özellikle seçim süreçlerinde kitle iletişim araçları yoluyla liderlerin söylemleriyle karşılaşır. Medyanın çeşitli alanlarında liderler kişisel güven veren tavırlarıyla ön planda olarak seçmenin beklentilerini karşılayacağına dair güven veren bir duruş sergilemektedir.

Tuncay'a göre, "liderin tutum ve davranışları onun siyasal kültürüne, siyasal bilincine, eğitim ve ekonomik düzeyine ve demokrasi ilkelerine bağlılık ölçüsüne göre değişmektedir" (Tuncay, 2010: 73). Buradan hareketle lider sadece bağlı olduğu parti kimliğiyle değil kişisel özellikleri ile de seçmen ile etkileşim halinde olacaktır.

Türkiye'nin toplumsal ve siyasal yapısı liderliğin köklü bir gelenek olduğuna işaret etmektedir. Türkiye'de seçim süreçlerinde ön plana çıkan liderler imajlarıyla güven veren bir profile sahiptir. Siyasi istikrarsızlıkların kurtarıcısı olma niteliği taşıdıkları kabul edilir. Türkiye'de liderlerin "Ebedi Şef," "Milli Şef," "Başbuğ" gibi kavramlarla ve "Karaoğlan," "Umudumuz Ecevit," "Özal'a güven gerisini merak etme sen!," Demirel'e yönelik "Baba," Erdoğan'a yönelik "Reis" gibi sloganlarla anılmaları liderlik geleneğinin ne denli köklü olduğunu örneklemektedir. (Çankaya, 2015: 364-368).

Siyasi liderlerin, kişisel özellikleriyle ön planda olmalarının yanı sıra toplumun ihtiyaçlarını doğru analiz eden, içinde yaşadığı toplumun ve seçmen profilinin özelliklerini çok iyi bilen ve gerekli özelliklere sahip olan bir yapıda olması beklenir. Ayrıca lider söylemler yoluyla da seçmenle bağ kurmaktadır. Lider söylemleri tamamıyla lider tarafından belirlenmiyor olsa da lider tarafından dile getirildiği için onunla özdeşleşir ve beden dili, karakter ve mizaç ile bütünleşerek bir etkileşim süreci yaşanır. Seçmen liderin söylemlerinden etkilenerek oy verme davranışını belirler (Çakıcı, 2020: 2130).

Siyasi söylemler özellikle seçim dönemlerinde gelecek seçimin belirleyici unsurları olarak ön plana çıkmaktadır. Liderin yoğunlaştığı konu, gittiği mitinglerde özellikle vurguladığı söylemler seçmenler için belirleyici niteliktedir. Bu anlamda seçim dönemlerinde yeni sloganların ortaya çıktığı gerek diğer parti liderlerine yönelik gerekse mevcut siyasi atmosferin gerekliliklerine hitaben pek çok yeni söylem bu dönemde ortaya çıkmaktadır. Seçmen özellikle seçime çok az zaman kala bu söylemlerin etkisini hissederek oy verme davranışı geliştirir.

Seçmen davranışı çalışmalarında yaygın olarak, seçmenin değişen koşullar sebebiyle siyasi görüş ve parti tercihlerini değiştirmesi muhtemel görünmektedir. Seçmenin parti bağlılığı ve siyasi lidere duyduğu yakınlık ve sadakat oy tercihinin önemli bir belirleyicisidir. Ancak bazı durumlarda parti uygulamaları, partinin seçime soktuğu yanlış aday gibi etmenler oy değişimine sebep olabilmektedir. Seçmenin partisine ve parti liderine bağlılığı kolay kolay değişmeyen bir etmen olmakla birlikte,

parti ve liderin yaptığı belirgin bir hata seçmenin oy verme davranışını değiştirmesine yol açabilir (Filiz, 2019: 132).

Seçmen davranışının temel kuramlarının açıklandığı ilk bölümün ardından bu bölümde, Türkiye özelinde seçimlerin yapısı ve seçmen davranışlarını etkileyen temel faktörler sunulmaktadır. Türkiye’de çok partili hayata geçiş yılı olan 1946 yılından günümüze seçimlerin sonuçları, seçimlerde kullanılan seçim sistemleri, genel hatlarıyla seçim verileri bu bölümde yer almaktadır. Bu verilerin seçmenin oy verme davranışını tartışırken kullanılması hedeflenmektedir. Seçimlerin yapıldığı dönemin özellikleri, bir seçimden diğerine giderken yaşanan olaylar ve siyasi atmosfer son derece önem taşımaktadır. Türkiye seçmenin oy tercihinin temel belirleyicileri on temel başlık altında tanımlanmış olup, bir sonraki bölümün konusu olan 2015 Genel seçimlerini analiz edebilmek için tartışmaya dahil edilmesi planlanmıştır.

Seçmenin oy kullanma süreçlerinde etkilendiği bu temel etmenlerin bir kısmı uzun vadeli bir kısmı ise kısa sürede etki etme özelliği taşımaktadır. Bu özellik ile bu etmenlerin değişime uğrama süreçleri de orantılıdır. Seçmenin etkilendiği; coğrafi koşullar, etnik kimlik, sosyal çevre, parti kimliği, eğitim gibi etmenlerin uzun bir süreçte oluşması bunlardan kaynaklı tercihlerin de değişimin kolay olmadığına işaret eder. Ancak ekonomik koşullar, kişisel değerler, medya, seçim sistemleri, liderlik ve siyasi söylemler gibi etmenler seçim dönemlerinde ön plana çıkan ve bu sebeple o seçim döneminde değişiklik göstermesi mümkün etmenlerdir. Buradan hareketle seçmeni etkileyen faktörlerin yapısı ve seçim döneminin özellikleri bir arada büyük önem taşımaktadır. Genel olarak bahsedilen bu temel başlıklar seçmeni oy kullanırken doğrudan etkilemekte ve bu sebeple seçmen davranışı kuramlarıyla bir bütünlük oluşturmaktadır.

Sonraki sayfalarda, bu çalışmanın son bölümü olan 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 genel seçimleri, çalışmanın teorik kısmı olan seçmen davranışı kuramları bağlamında tartışılacaktır. Seçmen davranışı kuramlarının bu seçim özelinde değerlendirilmesi, seçimin temel verilerinin ve bu seçime etki eden önemli olayların sunulması ile sağlanacaktır. 7 Haziran ve 1 Kasım seçimleri birbirinden oldukça farklı sonuçlanmış seçimlerdir. Bu seçimlere dair Yüksek Seçim Kurulu verilerinin

sunulması ile oy oranlarındaki değişim ortaya konacaktır. Ortaya çıkan oy kaymalarının sebepleri ve iki seçim arası dönemde yaşanan olayların seçmen davranışına etkisi tartışılarak oy verme davranışına dair analitik bir tartışma ortaya konacaktır. İlk bölümde sosyolojik, psikolojik ve ekonomik olmak üzere üç başlıkta ele alınan oy verme davranış kuramları bu bölümde sunulan veriler ışığında tartışılacaktır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 7 HAZİRAN- 1 KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİ

#### ÖZELİNDE SEÇMEN DAVRANIŞI ANALİZİ

2015 Genel Seçimleri, ilk olarak 7 Haziran 2015'te gerçekleşmiş ve hiçbir siyasi partinin tek başına iktidar olabilmek için yeterli sandalye sayısına ulaşamamasıyla sonuçlanmıştır. Bu seçimler iktidar partisinin uzun yıllar sonra ilk kez yeterli oya ulaşamaması dolayısıyla son derece önemlidir. 7 Haziran'da sandıktan çıkan oyların dağılımı istatistiki veriler ile birlikte bu bölümde yer alacaktır.

7 Haziran seçimleri sonucunda iktidar kurulamaması ve koalisyon görüşmelerinin başarısız sonuçlanması sebebiyle Cumhurbaşkanı tarafından 1 Kasım'da yapılmak üzere erken seçim kararı alınmıştır. Bu kararla birlikte 1 Kasım seçimlerine giden süreç 7 Haziran'ın da sonuçlarından etkilenerek şekillenmiştir.

7 Haziran ile 1 Kasım seçimleri seçmenin oy dağılımının farklılaştığı seçimlerdir. Oy dağılımını etkileyen faktörler ve seçmenin kısa sürede tercihlerini değiştirmesinin sebepleri seçmen davranış çalışmalarıyla açıklanabilir. Aradan geçen yaklaşık 5 aylık süreçte yaşanan siyasi, ekonomik ve toplumsal olayların doğrudan veya dolaylı olarak oy verme davranış üzerindeki etkisi bu bölümde tartışılacaktır.

#### 3.1. 7 Haziran 2015 Genel Seçimi

2015 Genel Seçimleri, Türkiye Büyük Millet Meclisi 25. Dönem milletvekillerinin belirlenmesi için yapılmış seçimlerdir. Bu seçimler 7 Haziran 2015 tarihinde yapılmış ve seçim sonucunda hiçbir siyasi parti tek başına iktidar olabilmek için gerekli sandalye sayısına ulaşamamıştır. 7 Haziran Genel Seçimleri, 2002 yılından

bugüne dek hiçbir partinin tek başına iktidar olmak için gerekli oyu alamaması sebebiyle önemli bir kırılma noktası iken, aynı zamanda bu tarihten sonra yaşanan siyasi gelişmelerden dolayı da Türkiye tarihini derinden etkilemiştir.

7 Haziran'a dek ülkede yaşanan siyasi, ekonomik ve toplumsal gelişmeler seçmenin oy verme davranışını etkilemiştir. Siyasi partilerin oy dağılımlarındaki kayda değer değişimler seçime giden süreçte yaşananların analiz edilmesi ile daha detaylı açıklanabilir. 7 Haziran seçimlerine giden süreçte seçmenin bir önceki bölümde ele alınan etmenlerden etkilenmesinin yanı sıra, bu faktörlerin yaşanan olaylarla bağlantısını kurmak için seçime giden süreci incelemek gerekmektedir. Seçmen davranışlarını etkileyen temel faktörler, yaşanan olayların seçimde yarattığı etkiler ile bir bütün halinde değerlendirilir. Seçmen çeşitli durumlardan etkilenerek oy verme davranışı geliştirmektedir. Seçime giden sürecin önemi bu noktada ortaya çıkmaktadır. Bu bölümde seçime giden süreç ve seçim verileri istatistiki verilerle ortaya konulacaktır

### **3.1.1. Seçime Giden Süreç**

7 Haziran seçimlerine giden siyasi süreçleri çoğunlukla dört temel siyasi partinin söylemleri ve eylemleri şekillendirmiştir. Bu dört siyasi partinin ve özellikle parti liderlerinin davranışları/söylemleri seçmenin oy verme davranışını açıklarken büyük önem taşımaktadır. Bir önceki bölümde ele alınmış olan on temel seçmen davranışı etmeni doğrudan ve dolaylı olarak bu süreçte varlık göstermektedir. Ancak liderlik ve siyasi söylemler bu dönemde seçmen davranışını etkileyen önemli bir faktör olarak ön plana çıkmaktadır. Geçmişten günümüze siyasi partiler arasında yaşanan ayrışmalar, partilerin temsil ettikleri ideolojiler üzerinden şekillenmektedir. İdeolojileri ve savundukları düşünceler köklü değişikliklere uğramamasına rağmen seçmenin oyunun değişmesini seçime giden süreçlerde yaşanan olayların analizi ile açıklamak mümkündür.

Seçim öncesinde siyasi iklimdeki ayrışma muhafazakâr kimliği ile ön plana çıkan AKP ile esas olarak seküler-demokrat, Cumhuriyetçi kanadı temsil eden CHP arasında yaşanmıştır. Bu ayrışmada 2002 yılında AKP'nin kurulması ve iktidarı kazanması ile başlayan muhafazakâr politikaların 2007'den itibaren

Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde AKP'nin adayı Abdullah Gül'ün adaylığı ile zirveye ulaşması; Gül'ün eşi Hayrunisa Gül'ün başörtülü olması nedeniyle CHP'nin de liderliğinde yapılan itiraz ve eleştiriler; Cumhuriyet Mitingleri ile seküler hassasiyetlerin AKP'ye karşı seferber edilmesi; ardından 2007 seçimlerindeki AKP'nin oylarını artırarak galip gelmesi ile seküler kesimle olan gerilimler ve daha pek çok olay ana muhalefet ile AKP arasındaki ilişkileri gerginleştirdi.

Bu ayrışmanın yanı sıra Türk milliyetçiliğini temsil eden MHP ve ağırlıklı olarak Kürt seçmenlerden oy alan HDP de siyasetin önemli aktörleri arasında yer almaktaydı. Seçim öncesinde AKP, CHP ile muhafazakâr/Kemalist düşünce ayrışması yaşarken, MHP ile de muhafazakâr/milliyetçi düşünce ayrışması yaşamaktaydı. Bu ayrışmaların yanı sıra, özellikle 2009 yılında başlayan Çözüm Süreci kapsamında daha ılımlı ilişki içerisinde bulunan AKP ve HDP ilişkileri, sürecin kesintiye uğraması ve ardından Suriye'nin kuzeyindeki Kürt oluşumunun giderek ivme kazanmasının Türkiye'de yarattığı endişelerle, bu iki parti arasındaki ayrışma keskinleşmeye başlamıştır.

Seçim öncesinde iktidar partisi olan AKP'de yaşanan genel başkan değişikliği de seçime giden süreçte önemli hususlardan bir tanesidir. 10 Ağustos 2014 seçimlerinde cumhurbaşkanı olarak seçilen Recep Tayyip Erdoğan, 27 Ağustos 2014'te yapılan kongre ile birlikte parti genel başkanlığı Ahmet Davutoğlu'na bırakmıştır. Bu durum kurulduğu günden bu yana güçlü lider figürüyle örgütlenen AKP için önemli bir kırılma noktasıdır. Bu kırılma, diğer siyasi partilerle ciddi ayrışmaları bulunan AKP için olumsuz sayılabilecek sonuçlara yol açmıştır.

7 Haziran 2015 seçimlerinden önce toplumsal muhalefetin lideri görevi ile Kemal Kılıçdaroğlu liderliğinde demokratik sol bir tutum alan CHP, 2014 yılında hem yerel yönetim hem de cumhurbaşkanlığı seçimlerinde başarısız olmuştur. Bunun yanı sıra CHP açısından seçim öncesinde adayların büyük çoğunluğunun ön seçimle belirlenmesi önemli bir demokratik gelişmedir. Tosun'a göre, "özellikle ön seçim kararı ve seçim bildirgesinde tarif edilen ekonomi, toplum ve siyasete ilişkin önermeler partinin iktidar olma arayışından vazgeçmediği şeklinde okunabilir" (Tosun, 2015: 25).

Çözüm Süreci kapsamında AKP ile HDP ilişkileri üzerinden özellikle Orta Anadolu ve kıyı şeridindeki illerde yaşanan rahatsızlıklar ise MHP için önemli bir siyasi yükselişe neden olmuştur. Seçim öncesinde müzakereleri durduracağını açık bir şekilde ifade eden MHP hem AKP'den hem de CHP'den kayan oyların odak noktası haline gelmiştir. Buna ek olarak MHP, ekonomik sorunlar üzerinden de siyaset geliştirerek özellikle AKP'ye oy veren milliyetçi seçmenin hızla kendisine yönelmesini başarmıştır (Altunoğlu, 2015: 25).

MHP'li seçmenin geçmişten günümüze milliyetçi duyguların artış gösterebileceği kırılma anlarında partisine aidiyet bağını güçlendirdiği görülmüştür. Milliyetçilik ideolojisiyle örtüşen olaylar yaşandığında MHP oylarında artış ortaya çıkmaktadır. HDP yoğunlukla kürt kökenli seçmenin oy verdiği bir parti olması sebebiyle, HDP ile geliştirilen her bir müzakerenin milliyetçi seçmeni huzursuz ettiği görülmektedir. Burada da milliyetçi kimliği en belirgin şekilde savunan MHP'nin oy artışı ortaya çıkmaktadır. Bunun bir örneği de 1999 yılında PKK lideri Abdullah Öcalan'ın yakalanması sürecinde yaşanmıştır. 18 Nisan 1999 yılında yapılan genel seçimlerde MHP'nin DSP'nin ardından ikinci parti olduğu ve oy oranında ciddi bir artış olduğu gözlemlenir (Aydın ve Taşkın, 2017).

Kürt kökenli siyasetçilerin geçmişten HDP'nin kuruluşuna dek pek çok parti kurarak örgütlendiği bilinmektedir. Parti kapatma ve liderlerin yargılanması süreçleri yaşadıkları için sürekli olarak form değiştiren bir partileşme süreci yaşanmıştır. HDP ise özellikle Selahaddin Demirtaş'ın liderliğinde, Türkiyelilik iddiası ve söylemiyle HDP öncesi partilerden bir hayli farklılaşmaktadır. HDP bu dönemde Türkiye'deki sosyalist, liberal, hatta muhafazakâr ama demokrat siyasetçi ve aydınları da içine almış, bireysel ve toplumsal hak ve özgürlükler temelinde, Kürt milliyetçiliği ile de arasına biraz daha mesafe koyarak demokratik, solcu Türk seçmenlerin de ilgisini çekmeye başlamıştır. Bu anlamda, etnik siyasetin dozunu azaltarak etnik kökenden bağımsız bütün demokratik kesimleri temsil etmeye çalışan bir Türkiye partisi olma iddiası HDP'nin 7 Haziran seçimlerinde aldığı oy oranlarını açıklarken son derece önemlidir.

2007 ve 2011 genel seçimlerine bağımsız adaylarla giren Demokratik Toplum Partisi (DTP) ve Barış ve Demokrasi Partisi'nden (BDP) farklı olarak seçimlere parti olarak giren HDP, belirli bir bölge için değil tüm Türkiye için siyaset üretme iddiasıyla 7 Haziran 2015 seçimlerine girmiştir. Coşkun'a göre "parti olarak seçime girmek HDP'yi hem alanını (tüm Türkiye), hem muhataplarını (tüm seçmenler) ve hem de ilgilerini (tüm sorunlar) genişletmeye ve büyütmeye zorlamaktadır" (Coşkun, 2015: 27). Türkiyelileşme söylemi ile siyasi arenada yer tutan HDP'nin seçimden 2 gün önce Diyarbakır'daki mitinginde gerçekleşen ve 5 kişinin hayatını kaybettiği bombalı saldırı ise, Türkiye'de IŞİD tarafından yaratılan korku döneminin başlangıcıdır.

Şiddet ve korku sarmalına giren bu dönemden önce Türkiye'de yaşanan belli başlı gündemler ise Çözüm Süreci kapsamında Kürt Sorunu'nun ele alındığı demokratik adımlar, 17-25 Aralık 2013 tarihli operasyonlar, Ergenekon, Balyoz ve KCK davaları ve Gezi Parkı ile zirveye ulaşan toplumsal muhalefetin güçlenmesidir. Bunların yanı sıra Soma'da yaşanan kazada 301 madencinin yaşamını yitirmesi, Abdullah Gül sonrasında Erdoğan'ın 12. Cumhurbaşkanı olarak seçilmesi 7 Haziran seçimlerine giden süreçte yaşanan önemli dönüm noktaları olmuştur. Ayrıca; IŞİD'in Suriye'deki ilerlemesinden kaynaklı olarak Türkiye'ye yönelik göç dalgasının artışı ve HDP'nin 6-7 Ekim tarihlerinde başlattığı, "Kobane Olayları" olarak bilinen eylemlerde 50 kişinin hayatını kaybetmesi de seçim öncesindeki çalkantı sürecin öne çıkan olaylarıdır. Aynı zamanda; Türkiye'nin kendi sınırları dışındaki tek toprağı olan Süleyman Şah Türbesi'ne yönelik artan IŞİD tehdidine karşı başlattığı operasyon da seçim öncesindeki önemli gelişmelerden bir tanesidir. Bu kapsamda görülmektedir ki 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerine giden süreçte Türkiye'de seçim sonuçlarının ülke güvenliğiyle ilişkilendiği bir ortam oluşmaya başlamıştır.

Seçime giden süreçte yaşanan olayların yanı sıra partilerin oy oranlarını etkileyen önemli bir faktör olan lider söylemleri seçime giderken ön plana çıkmaktadır. Siyasi liderler seçmenin oy verme davranışını ciddi şekilde etkileme gücüne sahiptir. Özellikle Türkiye'de liderlerin karizmatik özelliklerinin ön planda olması onları seçmen davranışı çalışmalarını için temel aktörlerden biri haline getirmektedir.

Liderlerin etkileyici güce sahip olarak değerlendirilebilecek söylemlerinden ilki; 7 Mart 2015 tarihinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Gaziantep'te ifade etmiş olduğu "400 milletvekilini verin ve bu iş huzur içinde çözülsün" cümlesidir. Cumhurbaşkanı Erdoğan, "Bu sistem bize dar geliyor. Bu beden bu gömleğe olmuyor artık. Şu andaki sistem yamalı bohça Başkanlık sistemi demek yeni anayasa demek" ifadesiyle gönlünden geçenin yeni bir anayasa ve dahası başkanlık sistemi olduğunu söylemiştir (T24, 2015a). Bu söylemler, başkanlık sisteminin kurulmasının seçimin odağında bir konu olarak görüldüğüne işaret etmektedir. Seçmen davranışında söylem etkisi bu ve bu gibi örnekler üzerinden tartışılabilir.

Seçime giden süreçte ön plana çıkan ikinci söylem ise HDP Genel Başkanı Selahaddin Demirtaş'ın 17 Mart 2015 günü grup toplantısında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a yönelik söylemiş olduğu "seni başkan yaptırmayacağız" ifadesidir. Seçim sürecinde önemli rol oynayan sosyal medyada çok büyük bir yankı bulan bu ifade, seçim sürecinde HDP'nin temel sloganı olarak ön plana çıkarken, Çözüm Süreci kapsamında AKP ile herhangi bir pazarlığın veya iş birliğinin olmayacağı da netleştirilmiştir (Cumhuriyet, 2015). Selahaddin Demirtaş'ın kullanmış olduğu bu sözler, Çözüm Süreci'nin ilerlemediğine ve biteceğine yönelik algıları güçlendirmiş ve AKP cephesinde büyük rahatsızlıklara yol açmıştır. Aynı zamanda HDP'nin Türkiyelileşme çizgisinde ilerlemesi ve özellikle Batı illerinde yaşayan seçmenlerle iletişimin güçlendirilmesine olanak sağlanmıştır. Sadece Kürt seçmenin ağırlıklı olarak yaşadığı Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne yönelik programlar üreten HDP'nin artık Türkiye'nin bütününe ilişkin söylemler geliştirmesi 7 Haziran Genel Seçimleri'nde güçlenen bir pozisyonu olmasına sebebiyet vermiştir. Yüzde 10'luk seçim barajı HDP'nin Kürt olmayan seçmenden de oy almasını zorunlu kılan bir diğer etmendir ve seçime giden süreçteki söylemler parti ile batılı seçmenin yakınlaştırmıştır.

CHP ise başta genel başkan Kemal Kılıçdaroğlu olmak üzere diğer parti temsilcileri de seçim bildirgesi kapsamında asgari ücretin 1000 TL'den 1500'ye çıkartılması, en düşük emekli maaşının 1500 TL'ye yükseltilmesi, 800 bin işsiz insana eğitim programı dahilinde istihdam sağlanması, engellilere 400-600 TL yaşam aylığı, okullarda öğle yemeğinden ücret alınmaması, çiftçiye ucuz mazot gibi pek çok

ekonomik vaadiyle ön plana çıkmıştır. Bunların yanı sıra, “sendika, emek, işçi, işsizlik, çiftçi, özgürlük, hak, hukuk, demokrasi, eşit, toplum, barış, laik, ekonomi, kadın, cinsel, kültür, kamu, umut” gibi temalar ile birlikte daha özgürlükçü bir toplumun inşa edilmesi için mücadele edileceğini her platformda ifade etmiştir (Birgün, 2015). CHP’nin parti gündemine aldığı bu kavramlar seçmenin hassasiyetleriyle örtüşen, güncel sorunlara işaret etmektedir. Bu anlamda farklı seçmen grupları CHP’nin öne çıkardığı temalar etrafında oy verme davranışı göstermiştir. Ayrıca CHP’nin parti kimliği benimseyen cumhuriyetçi seçmenden alacağı oy potansiyeli de ön plandadır.

MHP ise seçime yaklaşık bir ay kala açıkladığı seçim bildirgesinde, yine CHP gibi, asgari ücretin arttırılması, kira yardımları, çiftçiye mazot ve gübre desteği, muhtaç ailelere harcama kartı, engelli aylığının yükseltilmesi, memurların özlük haklarında iyileştirmeler yapılması gibi pek çok ekonomik vaadi sunmuştur. Ancak CHP’den farklı olarak MHP, genel başkan Devlet Bahçeli aracılığıyla milliyetçi söylemleri ön plana çıkarmış ve AKP’yi, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ı ve Başbakan Ahmet Davutoğlu sert sözler ile eleştirmiştir. Başkanlık Sistemi tartışmalarını, İmralı görüşmelerini ve Süleyman Şah Türbesi’nin taşınmasını sert bir şekilde eleştiren Devlet Bahçeli, iktidar olduklarında Çözüm Süreci’ni kökten kaldıracağını ifade etmiştir (Habertürk, 2015). Milliyetçi seçmeni etkileme niteliği taşıyan bu vaat ve söylemler, kırılma noktalarında oldukça önem taşımaktadır. Özellikle çözüm sürecinden rahatsız olan seçmen, MHP’nin AKP’ye yönelik sert eleştirilerini oy kullanma süreçlerinde temel belirleyici olarak dikkate alır.

Sonuç olarak şu söylenebilir ki, seçim öncesinde AKP, özellikle Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın şahsında başkanlık sistemi tartışmaları üzerinden milletvekili genel seçimlerini bir rejim değişikliği referandumu şeklinde de yorumlamaktadır. AKP’nin bunu yapmasındaki en önemli neden ise, 2014 yılında yaşanan genel başkan değişikliği nedeniyle özellikle parti yönetimi içerisinde doğan boşluğun seçmenleri etkilememesi isteği şeklinde tartışılmaktadır. CHP ise, özellikle ekonomik vaatler üzerinden bir propaganda yürüterek Türkiye’nin refaha ulaşabileceği alanları belirleyerek bu alanlar üzerinden bir politika geliştirmiştir. Bunun yanı sıra Çözüm Süreci konusunda destekleyici bir tutum takınan CHP, özellikle Kürt seçmenleri de kazanabilecek politikalar üretmek istemiştir. MHP ise

özellikle Çözüm Süreci'ne karşı ettiği muhalefet ile ön plana çıkmış ve Devlet Bahçeli'nin konuşmaları özellikle İç ve Doğu Anadolu ile Karadeniz'deki milliyetçi seçmeni etkileme potansiyeli taşımaktadır. Bu durum MHP'yi ön plana çıkaran durum olarak karşımızda durmaktadır. Buna karşın MHP liderliği HDP'yi itham edici söylemini de asgariye indirmiştir. HDP ise, öncesinde sadece Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da yaşayan Kürt seçmenlere yönelik politikalar geliştiren öncüllerinden ziyade bu seçimlerde tüm Türkiye'yi içeren politikalar üretmeye çalışmıştır. Bu durum özellikle Batı illerinde yaşayan Kürt seçmenler ile birlikte, öncesinde aşırı sol partilere oy veren seçmenler ile CHP içerisindeki sol eğilimli seçmenleri etkilemiştir. Seçim öncesinde çizilen bu genel çerçeve, özellikle MHP ve HDP'nin hem genel başkanların söylemleri hem de parti örgütlerinin genel durumu açısından görece ön plana çıktığını göstermektedir. Bu durum, genel seçim sonuçlarına da önemli ölçüde yansımıştır.

### **3.1.2. Seçim Verileri**

25. Dönem Milletvekili Genel Seçimleri için takvim 10 Mart 2015 tarihinde başlatılmıştır. Yaklaşık üç ay boyunca süren takvimin sonunda 7 Haziran 2015 tarihinde yurt içi, yurt dışı ve gümrük kapılarında yapılan seçimlerin sonuçlarına ilişkin veriler Tablo 1'de gösterilmiştir. Bir önceki bölümde seçmeni etkileyen temel faktörler ve 7 Haziran seçimine giden süreç bölümlerinde ele alınan değerlendirmelerin bu bölümde verilere yansımaları değerlendirilecektir. Seçmen seçime giden süreçlerde yaşanan tüm gelişmelere bir reaksiyon olarak oyunu kullanmış ve ilgili seçim verilerinin ortaya çıkmasına vesile olmuştur.

**Tablo 3.1. 7 Haziran 2015 Genel Seçimi Sonuçları**

**A) YURT İÇİ SEÇİM SONUCU :**

KAYITLI SEÇMEN SAYISI	53.741.838
OY KULLANAN SEÇMEN SAYISI	46.451.389
GEÇERLİ OY SAYISI	45.121.773
GEÇERSİZ OY SAYISI	1.329.616
SEÇİME KATILMA ORANI	%86,43

**Geçerli oyların seçime katılan siyasi partilere ve bağımsız adaylara dağılımı ile bu dağılımın oranları**

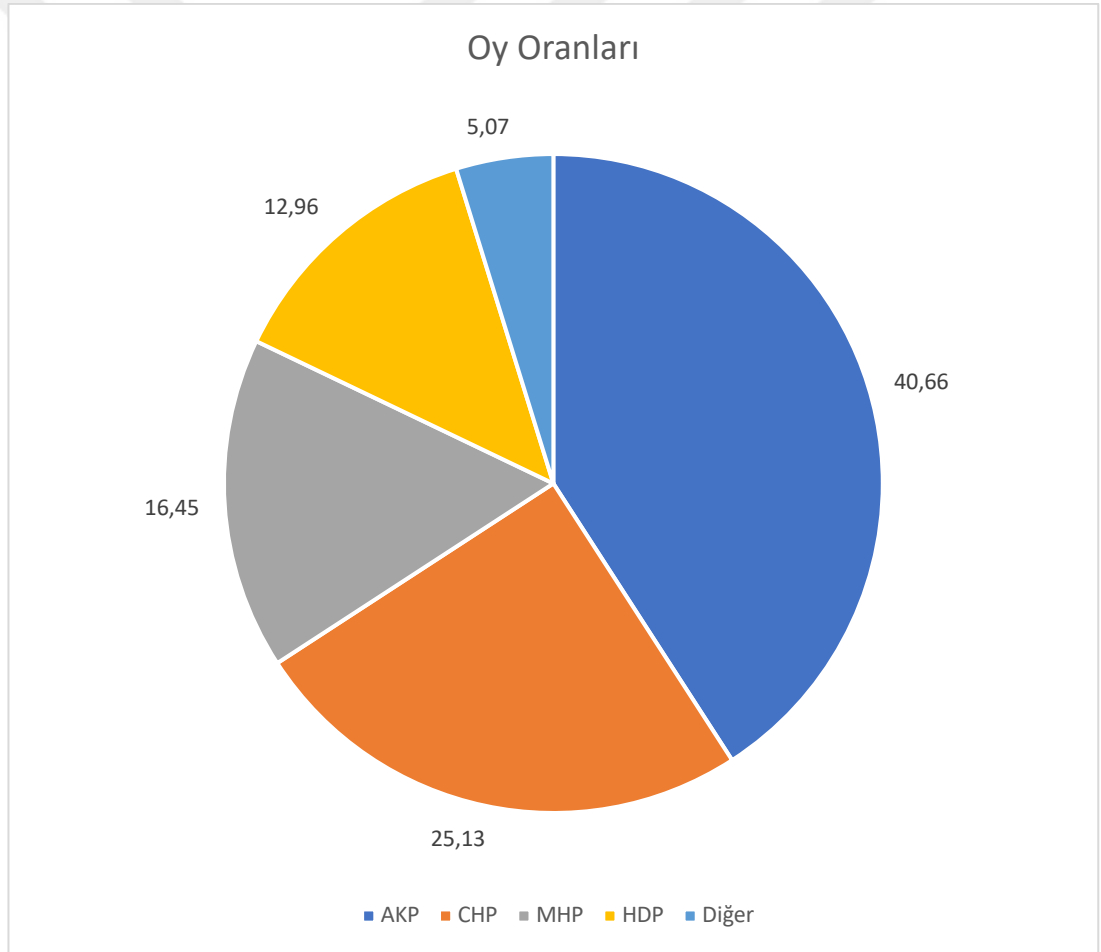
SİYASİ PARTİ ADI	OY	ORAN (%)
DOĞRU YOL PARTİSİ	27.550	%0,06
ANADOLU PARTİSİ	27.045	%0,06
HAK VE ÖZGÜRLÜKLER PARTİSİ	57.142	%0,13
KOMÜNİST PARTİ	13.497	%0,03
MİLLET PARTİSİ	17.307	%0,04
HAK VE ADALET PARTİSİ	5.116	%0,01
MERKEZ PARTİ	20.649	%0,05
TOPLUMSAL UZLAŞMA REFORM VE KALKINMA PARTİSİ	71.821	%0,16
HALKIN KURTULUŞ PARTİSİ	58.590	%0,13
LİBERAL DEMOKRAT PARTİ	26.067	%0,06
MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ	7.423.555	%16,45
HALKLARIN DEMOKRATİK PARTİSİ	5.847.134	%12,96
SAADET PARTİSİ	932.867	%2,07
CUMHURİYET HALK PARTİSİ	11.338.681	%25,13
ADALET VE KALKINMA PARTİSİ	18.347.747	%40,66
DEMOKRATİK SOL PARTİ	84.194	%0,19
YURT PARTİSİ	9.111	%0,02
DEMOKRAT PARTİ	75.217	%0,17
VATAN PARTİSİ	155.205	%0,34
BAĞIMSIZ TÜRKİYE PARTİSİ	95.052	%0,21
BAĞIMSIZLAR	488.226	%1,08
GENEL TOPLAM	45.121.773	%100,0

**Kaynak:** Yüksek Seçim Kurulu Kararı, 2015a

Tablo 1'e göre; AKP toplam oyların yüzde 40,66'sını alarak birinci parti olmuştur. CHP ise yüzde 25,13 ile ikinci sırada yer alırken, MHP yüzde 16,45 ile üçüncü, HDP ise yüzde 12,96 ile dördüncü parti olmuştur. Diğer partiler ise oyların yüzde 5,07'sini almıştır (Yüksek Seçim Kurulu Kararı, 2015a).

Seçim sonuçlarına göre oy dağılımlarının dört parti üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Oy oranları daha iyi izlenebilmesi açısından YSK verileri ile oluşturulan pasta grafiği şeklinde şekil 3.1.'de sunulmaktadır.

**Şekil 3.1. 7 Haziran 2015 Genel Seçim Oy Oranları**



Seçim sonuçları bir önceki seçimler ile kıyaslandığında AKP'nin oy oranında yüzde 9'luk bir düşüş yaşandığı görülmektedir. CHP'nin oyları da yüzde 1'lik bir düşüş yaşarken, MHP oylarını yüzde 3 arttırmış, seçimlere ilk defa giren HDP ise yüzde 13 gibi önemli bir oy oranına ulaşmıştır. Seçimlere katılım oranının yüzde 83,92

gibi büyük bir orana ulaşması ve mecliste toplumsal temsilin yüzde 95'e ulaşması da seçimin önemli sonuçlarındandır. Bu kapsamda AKP toplamda 258 milletvekili çıkartarak tek başına hükümet kurma yeterliliğini kaybetmiştir. CHP, 132 milletvekili ile ikinci parti olurken, MHP ve HDP ise 80 milletvekili çıkartarak mecliste güçlü bir konuma ulaşmıştır (Yüksek Seçim Kurulu Kararı, 2015a).

Seçim sonuçları incelendiğinde, AKP'den giden oyların özellikle MHP ve HDP'ye kaymış olduğu görülmektedir. Bu oy kayması, Çözüm Süreci'nde muhafazakârlıktan ziyade milliyetçiliğin ön plana çıkması ile açıklanabilir. "Toplumsal alanda ivme kazanan parçalanma eğilimi, özellikle yeni teşekkül eden muhafazakâr bloktan Türk ve Kürt milliyetçisi bloğa doğru yaşanan oy kaymaları ve bu iki etnik milliyetçi siyasi projenin iyi bir şekilde organize olarak Mecliste temsil hakkı kazanmaları, siyaset alanında bir iktidarın çıkmasının önüne geçti" (Miş, Aslan, Yeşiltaş ve Ünay, 2015: 12).

Seçim sonucuna göre üç ihtimal ortaya çıkmaktadır. Buna göre koalisyon hükümeti kurulabilir, azınlık hükümeti kurulabilir veya seçimin yenilenmesi durumu söz konusu olabilir. Davutoğlu'nun seçim gecesi koalisyonla sıcak bakan tavrının ön planda olduğu görülmektedir ancak Erdoğan'ın tavrı belirleyici olacaktır. Öymen'e göre bu sonuçlar demokrasilerde koalisyonu gerektirmektedir. Ancak Türkiye'nin siyasi koşulları için koalisyon tartışmaları olumlu sonuç doğurmamıştır (Öymen, 2016).

Dört partinin aynı anda güçlü bir şekilde meclise girmesi ise, tek bir parti ile hükümetin kurulamamasına yol açmıştır. Bu durum 2002'den bu yana tek başına hükümet kuran AKP için önemli bir gerilemeyi beraberinde getirirken, CHP, MHP ve HDP için de çeşitli koalisyonların içinde yer alabilme imkânını yaratmıştır. Bu dönemde ilk olarak AKP ile CHP arasında koalisyon kurulma ihtimali ön plana çıkmıştır. Görüşmeler, 9 Temmuz 2015 tarihinde hükümeti kurma görevi alan AKP genel başkanı Ahmet Davutoğlu ile CHP genel başkanı Kemal Kılıçdaroğlu önderliğindeki heyetlerin 13 Temmuz 2015 tarihindeki toplantısıyla başlamıştır. Bu kapsamda, 1 aya yakın süren görüşmeler süreci başlamış, bu süreci HDP de açıkça desteklemiştir. Öte yandan MHP görüşmelere kapısını kapamasa da, MHP lideri

Bahçeli daha seçim sonuçları açıklanır açıklanmaz HDP ile koalisyon fikrine sıcak bakmamış, seçimlerin yenilenmesi gerekliliğini ifade etmiştir. Bu da aslında AKP liderinin de isteği ile paraleldir. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın da erken seçim istediği söylentileri yayılmıştır. 13 Ağustos 2015 tarihinde yapılan son görüşme sonucunda koalisyonun kurulamayacağı açıklanmış ve 1 Kasım seçimlerine giden süreç başlamıştır (Bianet, 2015a). AKP liderliğinin tekrar seçim istemesinde, ideolojik gerilimlerden ziyade, MHP'nin de bu yönde düşünmesinin payı daha büyük görünmektedir. Zira CHP'nin belki de sola en yakın olduğu Ecevit liderliği altında 1970'lerde bile İslam ile laikliğin uzlaşabileceğini belirtmiş olması ve Erbakan ile koalisyona girmesi olayı sadece muhafazakârlık-laiklik gerilimine indirgemeyi güçleştirmektedir. 1961 Genel Seçimleri sonunda kurulan CHP ile AP koalisyonu ve 1973 Genel Seçimleri sonucunda oluşan CHP ve Milli Selamet Partisi (MSP) koalisyonlarının kısa ömürlü de olsa gerçekleşebilmesi, Türkiye siyasetindeki ideolojik saflaşmanın henüz tam bir yabancılaşma ve kutuplaşmayla sonuçlanmadığını göstermiştir. Buna karşın ideolojik kamplaşmanın siyasetin dilindeki sertleşme ile 7 Haziran'a giden süreçte artmış olduğu da bir gerçektir. Bu nedenle AKP ve CHP arasında bir koalisyonun kurulamaması tarihsel süreçler de göz önüne alındığında anlaşılabilir bir durumdur.

AKP ile CHP koalisyonunun kurulamayacağı anlaşıldıktan sonra, MHP kesinlikle bir koalisyonun içerisinde olmayacağını açıklamış ve erken seçimin yapılmasını önermiştir. AKP-MHP koalisyonunun da kurulamayacağı bu şekilde ortaya çıkmıştır. Bir diğer koalisyon seçeneğinde Çözüm Süreci'nin rafa kaldırılması nedeniyle AKP-HDP koalisyonunun da mümkün olmadığı görülmüştür. Tüm bu koalisyon arayışlarının başarısızlığı yerini erken seçim tartışmalarına bırakmıştır.

### **3.2. 1 Kasım 2015 Genel Seçimi**

Bir önceki bölümde 7 Haziran genel seçimlerinde hükümet kurulamaması sebebiyle seçim sonrası koalisyon seçeneklerinin gündeme geldiği ancak başarısız sonuçlar alındığına değinilmişti. Bu seçeneklerin, partiler arası müzakerelerin sonuçsuz kalmasıyla birlikte yerini erken seçim tartışmalarına bıraktığı görülmektedir. Anayasanın 77. Maddesi bir sonraki genel seçimlerin 4 sene sonra yani 2019 yılı

Haziran ayında olması gerektiğini hüküm altına almaktadır. Ancak dönemin anayasasında daha sonradan kaldırılan bir hüküm olsa da 106. Madde olarak yer alan “kırk beş gün içinde yeni Bakanlar Kurulu kurulmadığı veya kurulduğu halde güvenoyu alamadığı takdirde Cumhurbaşkanı, Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanına danışarak, seçimlerin yenilenmesine karar verebilir” hükmü bulunmaktadır (T.C. Anayasası, 1982). Cumhurbaşkanı Erdoğan, dönemin TBMM başkanı İsmet Yılmaz ile görüşerek 24 Ağustos 2015’te erken seçim kararı alındığını açıklamıştır. Bu karar akabinde YSK seçim tarihini 1 Kasım 2015 Pazar günü olarak belirlemiştir.

7 Haziran seçimlerinden 1 Kasım seçimlerine giden süreçte Türkiye’yi siyasi, ekonomik ve toplumsal olarak derinden etkileyen pek çok olay meydana gelmiştir. Bu olaylar seçim süreçleri için son derece önem taşımaktadır. Seçime giden sürecin genel durumu seçmenin oy verme davranışında etkili görülmektedir. Seçmen 7 Haziran seçimi ardından meydana gelen olayları hükümetin kurulamayışı ve yaşanan belirsiz süreç ile alakalı olarak değerlendirecektir. Koalisyon hükümetlerinin tarihsel süreçte Türkiye için pek olumlu görülmediği bilinmektedir. Koalisyonların kurulamayışı ve belirsizlik ortamı seçmenin seçim sistemlerinin temel ilkesi olan yönetimde istikrar ilkesine önem atfetmesine yol açabilecektir. İki seçim arası dönemde yaşananlar, seçim sonuçlarını doğru analiz edebilmek açısından büyük önem taşımaktadır ve bu sebeple gelecek bölümde Türkiye için dönüm noktası niteliği taşıyan olaylar ele alınacaktır.

### **3.2.1. Seçime Giden Süreç**

Seçime giden süreç incelendiğinde ilk olarak 7 Haziran Genel Seçimleri sonucunda ortaya çıkan tablodan sonra koalisyon arayışları sürerken yaşanan önemli gelişmelere değinilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, 11 Temmuz 2015’de terör örgütü PKK’nın Çözüm Süreci’nde devam eden ateşkesi sonlandırdığını açıklaması ve 17 Temmuz 2015’te de Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Dolmabahçe Mutabakatı’nın rafa kaldırıldığını söylemesi ile yeni bir süreç başladığı söylenebilir. Bu süreçte 22 Temmuz 2015’te Ceylanpınar’da iki polisin evlerinde öldürülmesi ve bunun akabinde 24 Temmuz 2015’te Kandil’deki PKK kamplarının bombalanması ile Çözüm Süreci fiilen bitirilmiş oldu. 11 Ağustos 2015’te de Cumhurbaşkanı Recep

Tayyip Erdoğan, Çözüm Süreci'nin bitirildiğini açıkladı. Bundan sonraki süreçte PKK'nın 4 il ve 15 ilçede öz yönetim ilan etmesi ile çatışma süreci yeniden başladı. Bu durumun yanı sıra, 20 Temmuz 2015'te Kobane'ye yardım için Suruç'ta düzenlenen basın açıklamasında IŞİD tarafından yapılan bombalı saldırıda 33 kişinin hayatını kaybetmesi ve 100'den fazla kişinin yaralanması büyük bir infiale yol açmıştır. İki seçim arasındaki dönem yaşanan en acı olaylardan bir tanesi de 10 Ekim 2015 tarihinde Ankara Garı önündeki Barış Mitingi'ne yönelik IŞİD saldırısıdır. İki canlı bombanın saldırısında 102 kişi hayatını kaybetmiş binlerce kişi de yaralanmıştır (Bianet, 2015b).

Yukarıda bahsedilen terör saldırıları ve kaotik durum içerisinde, 24 Ağustos 2015'de alınan erken seçim kararından sonra Ahmet Davutoğlu'nun başbakanlığında bir erken seçim hükümeti oluşturulmuştur. Türkiye Cumhuriyeti'nin 63. Hükümeti olarak görev yapmak üzere kurulan kabinede 11 AKP'li isim yer alırken, CHP'ye yapılan 5 bakanlık teklifinin tamamı reddedilmiştir. MHP'de ise bakanlık teklifi yapılan üç isimden ikisi bu teklifi geri çevirirken, Tuğrul Türkeş'in bakanlık teklifini kabul etmesi parti içerisinde çok sert bir şekilde eleştirilmiştir. Bunun ardından MHP'den ihraç edilen Tuğrul Türkeş, AKP'ye katılmıştır. HDP'den bakanlık teklif edilen üç isimden ikisinin teklifi kabul etmesi ile birlikte Türkiye Cumhuriyeti'nin 63. Hükümeti kurulmuştur (T24, 2015a). Bu hükümet içerisindeki tek ayrışma ise sınır ötesi operasyonların şiddetlenmesi ve özellikle Cizre'de yaşanan olaylar nedeniyle 22 Eylül 2015 tarihinde HDP'li iki bakanın görevlerinden istifası ile yaşanmıştır. Fiilen görevi yürütmekte zorlandıklarını söyleyen iki bakan, özellikle cumhurbaşkanının kabineyi yönlendirmesinden duydukları rahatsızlığı ifade etmişlerdir (BBC, 2015a).

1 Kasım Genel Seçimlerine giden süreçte en önemli değişim AKP'de Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın biraz daha geri plana çekilerek Ahmet Davutoğlu'nun ön plana çıkarılması ile yaşanmıştır. Bu kapsamda Devran'a göre, "1 Kasım 2015 seçim kampanyası sırasında iktidar partisinin olumlu ve saldırı stratejisini birlikte kullandığı gözlemlenmiştir. Başbakan Ahmet Davutoğlu bir taraftan yaptıkları icraatları anlatırken, öbür taraftan da rakip liderleri eleştirmeye çalışmıştır. Davutoğlu'nun, tek başına iktidar olabilmek için, stratejisini HDP'nin az milletvekili çıkarması ya da barajı aşmaması üzerine kurduğu söylenebilir. Başbakan Davutoğlu'nun, uzlaşmacı,

mütevazı ve saygın imajına zıt olarak dışlayıcı, suçlayıcı ve hakaretamiz bir dil kullanması dikkat çekicidir. Davutoğlu'nun böyle bir dili tercih edişinin altında yatan önemli nedenlerden biri 7 Haziran seçimlerinde AKP'nin tek başına iktidar kurabilecek çoğunluğu elde edememesidir. CHP'yi Beşar Esad ile iş birliği yapan, HDP'ye oy isteyen, PKK'ya destek veren, haddini bilmeyen ve kutuplaştırıcı dil kullanan; MHP'yi her şeye hayır diyen, HDP'yi terörü destekleyen, sırtını teröre yaslamış, katil, din düşmanı, terör, kan ve kaostan beslenen, tetikçi ve hain bir parti olarak tanımlamaya çalışmıştır” (Devran, 2018: 19). Bu kapsamda görülmektedir ki AKP'nin 1 Kasım seçimlerine diğer tüm partileri topyekûn bir şekilde eleştiren tutum aldığı anlaşılmaktadır. Bu tutumun yoğunluğu kendi seçmeninin yanı sıra diğer parti seçmenlerine de ulaşmak istemesi olarak değerlendirilebilir. Özellikle Davutoğlu'nun Van mitinginde ifade ettiği “AKP iktidardan indirilirse buralarda terör çeteleri dolaşacak, beyaz Toroslar dolaşacak. Biz buraları faili meçhullere bırakmayacağız” sözleri seçmeni derinden etkileyebilecek bir diğer seçim söylemidir (Hürriyet, 2015). AKP'nin seçim sürecinde kullandığı en güçlü metafor ise ‘istikrarın sürmesi’ üzerinedir. Bu durum özellikle 7 Haziran seçimleri sonrası yaşanan kaostan bitirilmesi üzerine 1 Kasım erken seçimi kararının alındığını göstermektedir.

Muhalefet partileri ise büyük ölçüde Cumhurbaşkanı Erdoğan'a yönelik eleştiriler ile seçim kampanyalarını yürütmüştür. Muhalefet partileri özellikle demokrasi ve parlamenter sistemin devamlılığı üzerinden seçim gündemlerini oluşturmuştur. Devran'a göre, “CHP ve Kılıçdaroğlu kendilerini ılımlı, uzlaşmacı, huzur ve barıştan yana, 78 milyonu kucaklayan, halkın yanında, cumhuriyetçi ve halkçı olarak tarif etmektedir. MHP ve Bahçeli kendilerini gücünü bozkırlardan almış, milliyetçi olarak, HDP ve Demirtaş ise kendilerini dik duran, barış sürecinde önemli rol üstlenen, duygusal ve barışsever bir siyasi parti olarak konumlandırmaktadır” (Devran, 2018: 19). Bu kapsamda 1 Kasım seçimlerinden önce muhalefetin, AKP'nin ‘istikrarın sürmesi’ metaforuna güçlü bir cevap veremediği anlaşılmaktadır. Cumhurbaşkanı Erdoğan üzerinden eleştiriler yapılması da güçlü lider figürü nedeniyle seçmenler nazarında ters tepmiştir. Muhalefetin bu cevabı verememesi ve seçmenlerin kaostan bitirilmesi isteğinin belirginleşmesi 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri sonuçlarına da net bir şekilde yansımıştır.

### 3.2.2. Seçim Verileri

26. Dönem Milletvekili Genel Seçimleri için takvim 31 Ağustos 2015 tarihinde başlatılmıştır. Yaklaşık üç ay boyunca süren takvimin sonunda 1 Kasım 2015 tarihinde yurt içi, yurt dışı ve gümrük kapılarında yapılan seçimlerin sonuçlarına ilişkin veriler Tablo 3.2’de gösterilmiştir.

Yukarıda seçmeni etkileyen temel faktörler ve 7 Haziran- 1 Kasım arası süreç bölümlerinde ele alınan değerlendirmelerin bu bölümde verilere yansımaları değerlendirilecektir. 1 Kasım seçim sonuçları, 7 Haziran seçiminden oldukça farklı izlenmektedir. Bu durumun sebeplerine yönelik tartışma gelecek bölümlerde yürütülecek bu bölümde yalnızca seçim verileri sunulacaktır.

Aşağıda yer alan Şekil 3.2’e göre; AKP toplam oyların %49,50’sini alarak birinci parti olmuştur. CHP ise %25,32 ile ikinci sırada yer alırken, MHP %11,90 ile üçüncü, HDP ise %10,76 ile dördüncü parti olmuştur. Diğer partiler ise oyların %2,52’sini almıştır (Yüksek Seçim Kurulu Kararı, 2015b). Seçimin kayda değer oylarının 7 Haziran’da olduğu gibi dört parti arasında dağılımı görülmektedir. Görsel olarak daha net izlenebilmesi amacıyla YSK verileri aşağıda pasta grafiği ile sunulmaktadır.

**Tablo 3.2. 1 Kasım 2015 Genel Seçimi Sonuçları**

**D) YURT İÇİ, YURT DIŞI VE GÖMRÜK SANDIKLARI DAHİL MİLLETVEKİLİ GENEL SEÇİMİ SONUCU**

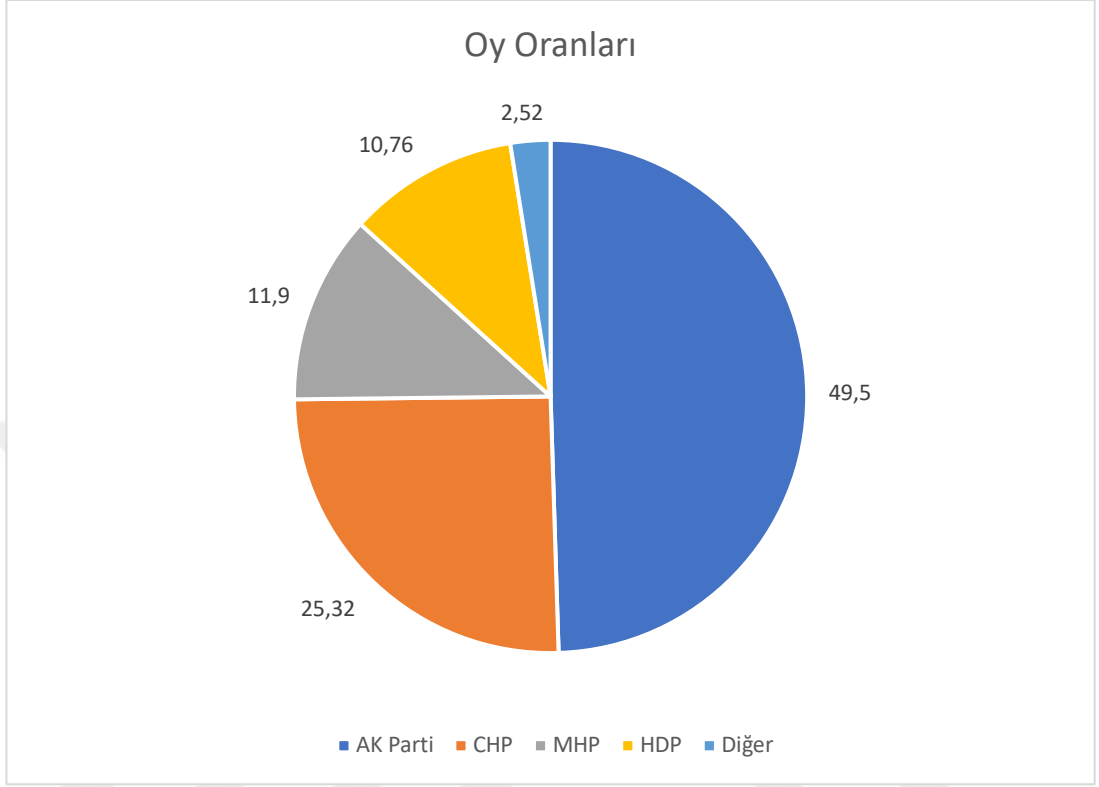
KAYITLI SEÇMEN SAYISI	56.949.009
OY KULLANAN SEÇMEN SAYISI	48.537.695
GEÇERLİ OY SAYISI	47.840.231
GEÇERSİZ OY SAYISI	697.464
SEÇİME KATILMA ORANI	%85,23

**Geçerli oyların seçime katılan siyasal partilere ve bağımsız adaylara dağılımı ile bu dağılımın oranları**

SİYASAL PARTİ ADI	YURT İÇİ SEÇİM SONUCU	YURT DIŞI SANDIK SEÇİM SONUCU	GÖMRÜK KAPILARI SANDIK SEÇİM SONUCU	TÜRKİYE GENELİ TOPLAM	ORAN (%)
MİLLET PARTİSİ	19.479	185	50	19.714	%0,04
VATAN PARTİSİ	114.843	3.321	639	118.803	%0,25
CUMHURİYET HALK PARTİSİ	11.900.875	177.151	33.786	12.111.812	%25,32
HAK VE ÖZGÜRLÜKLER PARTİSİ	108.585	1.820	398	108.583	%0,23
SAADET PARTİSİ	319.543	5.821	814	325.978	%0,68
DEMOKRATİK SOL PARTİ	31.523	222	60	31.805	%0,07
DEMOKRAT PARTİ	68.862	377	80	69.319	%0,14
BAĞIMSIZ TÜRKİYE PARTİSİ	48.585	589	123	49.297	%0,10
MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ	5.802.469	81.078	10.591	5.894.136	%11,90
HALKIN KURTULUŞ PARTİSİ	81.207	1.573	277	83.057	%0,17
LİBERAL DEMOKRAT PARTİ	25.163	1.573	80	26.816	%0,06
HALKLARIN DEMOKRATİK PARTİSİ	4.914.203	220.059	13.823	5.148.085	%10,76
BÖYÜK BİRLİK PARTİSİ	247.354	5.013	837	253.204	%0,53
ADALET VE KALKINMA PARTİSİ	22.959.394	647.028	75.504	23.681.926	%49,50
KOMÜNİST PARTİ	50.488	1.919	120	52.527	%0,11
DOĞRU YOL PARTİSİ	13.878	365	90	14.131	%0,03
BAĞIMSIZLAR	51.038			51.038	%0,11
<b>GENEL TOPLAM</b>	<b>48.555.287</b>	<b>1.147.892</b>	<b>137.272</b>	<b>47.840.231</b>	<b>%100,0</b>

**Kaynak:** Yüksek Seçim Kurulu Kararı, 2015b

**Şekil 3.2. 1 Kasım Genel Seçimleri Oy Oranları**



1 Kasım'daki seçim sonuçları 7 Haziran ile kıyaslandığında AKP'nin oy oranında yaklaşık yüzde 9'luk bir artış yaşandığı görülmektedir. CHP'nin oylarında önemli bir değişiklik yaşanmazken, MHP'nin oyları ise yüzde 4,5 oranında düşmüş, HDP'de de yaklaşık yüzde 2 oranında oy kaybı yaşamıştır. Seçimlere katılım oranı ise bir önceki seçimlere göre artarak yüzde 86,43 gibi önemli bir orana ulaşmıştır. Bu kapsamda AKP toplamda 317 milletvekili çıkartarak hükümet kurma yeterliliğine ulaşmıştır. CHP, 134 milletvekili ile ana muhalefet partisi konumunda yer alırken, HDP ise 59 milletvekili ile mecliste çoğunluk olarak üçüncü parti olmuştur. MHP ise seçim sonunda toplamda 40 milletvekili çıkarabilmiştir (Yüksek Seçim Kurulu Kararı, 2015b).

Buna göre, AKP'nin 7 Haziran seçimlerine göre toplamda 59 milletvekili fazla çıkartarak önemli bir başarıya ulaştığı söylenebilir. CHP'nin milletvekili sayısı iki sandalye düşerken, HDP'nin 21 sandalye kaybettiği görülmektedir. 1 Kasım seçimlerinde en büyük kaybı ise MHP yaşamıştır. MHP'nin meclis içerisindeki milletvekili sayısı 40 sandalye azalarak yarı yarıya düşmüştür.

### 3.3. 7 Haziran ve 1 Kasım Seçim Sonuçlarının Karşılaştırılması

Seçim sonuçları incelendiğinde 1 Kasım'da AKP'nin çoğunluğa ulaşan parti olduğu ve özellikle genel başkan değişikliği nedeniyle yaşanan bunalımın aşıldığı söylenebilir. Çözüm Süreci'nin bitirilmesi milliyetçi seçmenin AKP'ye dönüşüne neden olurken, aynı zamanda art arda patlayan bombalar nedeniyle artan güvenlik endişeleri de seçmenlerin yönetimde istikrar beklentisinin artmasına sebep olduğu söylenebilir. Bu beklenti de AKP'ye oy veren seçmen sayısının bir önceki seçime göre artmış olmasını açıklamaktadır.

CHP'de ise belirgin bir oy değişiminin yaşanmamasının nedeni kemikleşmiş bir seçmene sahip olması olarak gösterilebilir. CHP'nin pek çok konuda 7 Haziran seçimlerinden önce ve sonra aynı tutumu alması ve koalisyon kurulma sürecinde olumlu bir tavır takınması da bu durumun doğal bir yansımasıdır.

1 Kasım genel seçimlerinde önceki seçime göre en ciddi fark MHP oylarında yaşanmıştır. Bu tablonun oluşmasında AKP'nin Çözüm Süreci'ni bitirmesi ve milliyetçi duygularla MHP'ye yönelen seçmenin AKP'ye yönelmesi rol oynamıştır. 7 Haziran seçimlerinde MHP'ye oy veren milliyetçi seçmenler büyük ölçüde AKP'ye dönmüştür. Ayrıca, MHP'nin, 7 Haziran sonrası koalisyon arayışları içerisinde negatif tutum alması da seçmenin gözünde olumsuz bir duruma yol açmıştır.

Türkiyelileşme söylemi ile 7 Haziran seçimlerine giren ve oylarını önemli ölçüde artıran HDP'nin 1 Kasım'da yaşadığı oy kaybı, Türkiyeli bir parti olma iddiasının ve söylemlerinin yeterince tatmin edici faaliyetlere dönüşmemiş olması ile açıklanabilir. Ancak HDP'nin 1 Kasım seçimlerinde de Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesindeki seçmenden aldığı desteği kaybetmediği de seçim sonuçlarından açıkça görülmektedir.

8 Haziran 2015 tarihinde seçimin hemen ertesi günü Cumhuriyet gazetesi, "Seçimin kazananı HDP, 79 milletvekiliyle Türkiye partisi olma iddiasını güçlendirdi." haberine manşette yer vermiştir. Aynı gazete 2 Kasım 2015 tarihinde, yine seçimin hemen ertesi günkü manşetinde de, AKP'nin zaferine korkunun zaferi başlığıyla yer vermiştir. İki seçim arasında yaşanan olayların ve ekonomik kriz

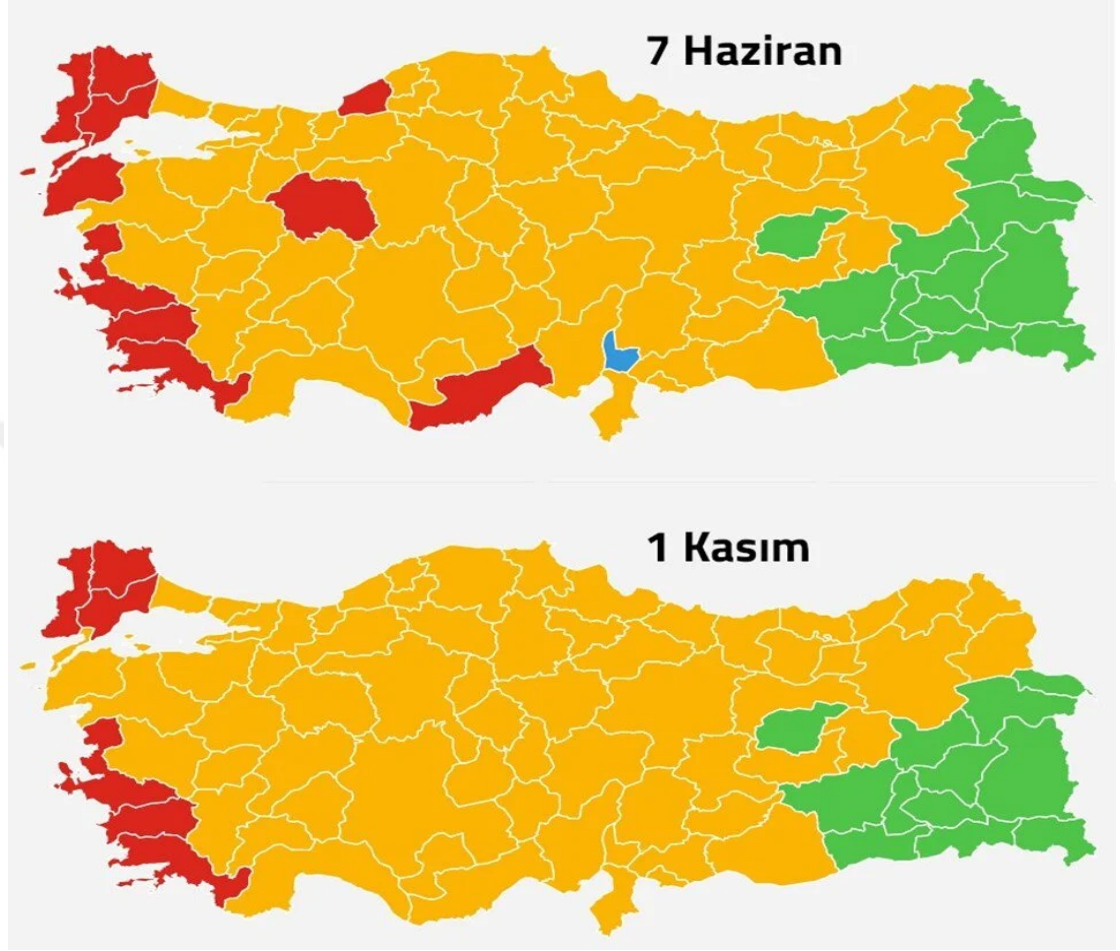
endişesinin Ak Parti'ye seçimi kazandırdığı iddiası ortaya konmuştur (Cumhuriyet, 2015).

8 Haziran 2015 tarihinde Milliyet gazetesi, "Sandıktan dört partili meclis çıktı" manşetine yer vermiştir. Seçmenin koalisyon talebi olduğu vurgulanmıştır. Koalisyon alternatifleri ve seçim verileri haberleştirilmiştir. 2 Kasım 2015 tarihinde aynı gazete, AKP'nin seçim zaferini manşete taşıırken, HDP'nin barajı kıl payı geçtiğine ve bunun sebebinin şiddet eylemleri ile kent merkezindeki çatışmalar olduğu yorumlarına yer vermiştir (Milliyet, 2015).

Dönemin genel özelliklerine bakıldığında seçmeni etkileyen temel faktörlerin özellikle ekonomi, liderlik ve siyasal söylemler, medya gibi faktörlerin ön planda olduğu göze çarpmaktadır. 1 Kasım seçimleri sonrasında AKP'ye geri dönen oylar, MHP'nin oy kaybı ve HDP'nin Türkiye partisi olma iddiasının yanıt bulmaması gibi durumlar bu faktörler üzerinden tartışılmaktadır. İki seçim arası dönemde özellikle sosyal medya ve gazetelerde ülkenin içinde bulunduğu ekonomik krizler ve siyasi gerilimler ön plana çıkarılmıştır. Gündemi doğrudan veya dolaylı takip eden seçmenin bu tür öne çıkan başlıklardan etkilenmesi ve oyunu buna göre şekillendirmesi tabii gözükmektedir.

Aşağıda yer alan Şekil 3.3.'te iki seçim arasındaki oy dağılımı farklılaşması izlenmektedir. HDP'li seçmenin doğu ve güneydoğu illerinde değişmesi güç bir oy potansiyeli görülmektedir. Bu durum parti kimliği, partiye ve lidere duyulan bağ ve aidiyet duygusu ile açıklanmaktadır. Aynı durumun ege bölgesinde yer alan illerdeki CHP'li seçmen için de mevcut olduğunu söylemek mümkündür.

**Şekil 3.3. 7 Haziran ve 1 Kasım Seçim Sonuçlarının İllere Göre Dağılım Haritası**



**Kaynak:** NTV, 2015

#### **3.4. Seçmen Davranışı Kuramları Bağlamında 2015 Seçimlerinin Analizi**

Seçmen davranışı kuramları, çalışmanın ilk bölümünde ayrıntılı ele alındığı üzere sosyolojik yaklaşım, psikolojik yaklaşım ve ekonomik yaklaşım olarak üç temel başlıkta incelenmektedir. Bu temel yaklaşımlar seçmenin oy vermeye yönelik kararlarını sebeplerine göre kategorize edip tartışmaktadır. Sosyolojik yaklaşımın sosyal çevreden kaynaklı etkiler ile psikolojik yaklaşımın kişisel kararlar ve parti aidiyeti ile ekonomik yaklaşımın ise rasyonel kararlar ve stratejik davranış biçimi ile doğrudan ilişkisi bulunmaktadır. Bu üç yaklaşım, seçmenin oy verme süreçlerini analiz ederken başvurulan temel kuramlar olmaları sebebiyle bu çalışmanın konusu olan 2015 genel seçimlerinin analizinde de merkezde yer alacaktır.

### 3.4.1. Sosyolojik Yaklaşım İzlenimleri

Sosyolojik yaklaşımın temelinde kişinin ait olduğu sosyal çevre önemli yer tutmaktadır. Öncelikle ilk sosyalleşme alanı olan aileden kazanılan değerler kişinin tercihlerinde önemli yer kaplar. Aileden sonra bireyin ait olduğu diğer sosyal gruplar; arkadaş çevresi, okul ve medya ön plana çıkmaktadır (Bozkurt, 2011: 123). Önceki bölümde ele alınan oy verme davranışını etkileyen temel faktörler içerisinde; etnik kimlik, eğitim, bireyin yaşadığı coğrafi bölge gibi etmenler sosyolojik yaklaşım içerisinde değerlendirilir. Bireyler ait oldukları sosyal grubun genel özelliklerini politik tercihlerine yansıtma eğilimi gösterirler. Bu davranış biçimi sosyolojik seçmen davranışı kuramı olarak nitelendirilir.

Türkiye’de seçimlerin tamamında sosyolojik yaklaşım çerçevesinde tartışılacak öğelerin varlığından söz etmek mümkündür. Hatta bu öğeler Türk siyasi tarihi içinde geniş yer kaplamakta, yıllarca süregelen önemli tartışmaların da başat aktörü olmaktadır. Bunun sebebi olarak Türkiye’de farklı etnik kimliğe sahip pek çok kişinin bir arada yaşaması gösterilebilir. Bir arada yaşamın zorlaştığı kırılma noktalarında etnik çatışmalar yaşanabilmektedir. Tüm bu sebeplerle aynı etnik kökene sahip seçmenlerin kendi etnik kökenlerine, kimliklerine ve kültürlerine sahip çıkan politik oluşumlara destek verdiği görülmektedir.

Türkiye’de sosyolojik yaklaşımın önemi çeşitli örneklerle karşımıza çıkmaktadır. Milli Görüş geleneği, CHP geleneği, Milliyetçi gelenek gibi kalıplaşmış siyasi görüşler genellikle aile ile kurulan grup bağları ile kazanılmaktadır. Aile bireyleri özellikle erken dönemde aile geleneğiyle paralel oy kullanma eğilimi gösterebilmektedir. Bu gelenekleri de sosyolojik temelli bileşenler yani etnik kimlikler, dini eğilimler ve çeşitli ideolojiler ön plana çıkarmaktadır. Öymen’in aktardığı üzere Taha Akyol 2015 genel seçimleri dolayısıyla katıldığı programda “Türkiye’de çok yoğun bir kimliklerin yükselişi dönemini yaşıyoruz, bu sosyolojik bir süreç, dini kimliklerin, milliyetçi kimliklerin son derece yükseldiği bir dönem” değerlendirmesinde bulunmuştur (Öymen, 2016: 84). 2015 seçim döneminde, seçim konulu TV programlarına katılan gazeteci ve yazarların yaygın olarak bu kimliklere vurgu yaptığı görülmektedir.

Kürt kökenli seçmenin Kürt kökenli siyasilerden oluşan partileri desteklemesi durumu sosyolojik yaklaşımla açıklamak mümkündür. HDP seçmeninin politik kararları bu alanda incelenebilir. Seçmen doğup büyüdüğü coğrafi koşullar, konuştuğu dil, etnik kimliğini koruma ve yaşatma güdüsüyle kendinden olan siyasi oluşuma oy vermek ve yönetimde söz hakkı olmasını sağlamak istemektedir. HDP'nin ana dilde eğitim hakkı gibi birtakım talepleri dile getirmesi bu alanda örnek oluşturmaktadır (Haberler.com, 2014). Ayrıca Doğu ve Güneydoğu illerindeki seçmenin grup kimliğine ait oy verme davranışı sergilediği düşünülebilir. Aynı coğrafi bölgede kurulan grup aidiyetinden kaynaklı oy verme sürecinde seçmen bazen grup normlarına ters düşmemek ve grup tarafından herhangi bir yaptırımla karşılaşmamak için bile grubun oy vermeyi uygun gördüğü siyasi partiye oy verme eğilimi gösterecektir.

Sosyolojik yaklaşımın bir diğer ögesi olan inanç temelli oy verme davranışı da AKP üzerinden örneklenebilir. Türkiye'nin kuruluşundan itibaren inanç temelli tartışmalar yoğun olarak mevcudiyet göstermekte ve pek çok süreci doğrudan etkilemektedir. Farklı inanç gruplarının zaman zaman yaşadıkları mağduriyetler seçmenin oy verme davranışında belirleyici olmaktadır. Türkiye tarihinde yaşanmış çeşitli olaylar AKP'li seçmenin grup kimliğini sağlamlaştırmasına sebebiyet vermiştir. AKP'li seçmen, dini inancını ve hassasiyetlerini en iyi bu partinin koruyacağına yönelik bir inanç geliştirmiş ve bu amaçla partinin daimi seçmeni haline gelmiştir. Ayrıca muhafazakâr düşünce geleneği AKP öncesi kurulmuş Fazilet Partisi, Refah Partisi gibi partilere duyulan aidiyet bağıyla süregelmiş ve bu da bir tür sosyolojik etkileşim alanı oluşturmuştur.

Çeşitli ideolojileri benimseyen seçmenler ideolojilerini temel alan siyasi partilere oy verme eğilimi göstermektedir. Burada MHP ile milliyetçilik/ ülkücülük kavramları doğrudan alakalıdır. MHP'ye oy veren seçmen ve seçmen grupları hem aileden taşıdıkları değerlerin bir yansıması olarak hem de ideolojilerin takipçisi olmalarının bir grup geleneği haline gelmiş olması yoluyla politik eğilimlerini belirlemektedir. Seçmenlerin ait oldukları grubun oy verme davranışına paralel davranış gösterme durumunu ülkü ocakları yapılanmalarıyla özdeşleştirmek mümkündür. Bu gruba aidiyet geliştiren seçmen, grubun kararlarını kendi kararları şeklinde alarak oyunu kullanacaktır. Bu durum kimi zaman rızaya dayalı kimi zaman

da yukarıda bahsedildiği gibi grup tarafından herhangi bir yaptırım ve dışlanmayla karşılaşmama talebiyle meydana gelmektedir.

CHP Türk siyasi tarihinde en köklü ve eski parti olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyolojik yaklaşımda CHP seçmeni, CHP geleneğini, tarihini ve onunla özdeşleşen Cumhuriyet devrimlerini benimseyerek oluşan gruba aidiyet gösteren seçmendir. Grup aidiyeti cinsiyet, sosyal sınıf, coğrafi bölge, ideolojiler gibi etmenlerin ortaklaşmasıyla sağlanmaktadır. CHP'li seçmen de yıllardır süregelen geleneği koruma, ait olduğu grubun geleneğine sahip çıkma eğilimi görülmektedir. Ayrıca CHP seçmeni CHP'nin temel ilkelerine ek olarak özellikle Atatürkçü düşünce etrafında bütünleşmektedir.

Yukarıda bahsedilen sosyolojik izlenimler seçmen davranışının sosyolojik boyutunu ortaya koymaktadır. Seçmeni etkileyen faktörlerin bu boyutu, 2015 Genel Seçimlerinin sonuçlarını açıklamak açısından da önem taşımaktadır. Seçmen oy verme davranışı geliştirirken bahsedilen etmenleri ön plana çıkardığında, ailesinden veya ait olduğu grubun hakim görüşünden gelen ideallerle oyunu kullandığında oy vermenin sosyolojik temelinden söz etmek mümkündür.

### **3.4.2. Psikolojik Yaklaşım İzlenimleri**

Psikolojik yaklaşım, bir önceki bölümde ele alınan ve seçmeni grup aidiyetleri üzerinden tartışan sosyolojik yaklaşımdan farklı olarak birey vurgusunu ön plana çıkarmaktadır. Psikolojik yaklaşımda seçmenin bireysel özellikleri, duygu ve düşüncelerini oy verme davranışının temel etmenidir. Seçmen oy vermeyi duygu ve düşüncelerini yansıtmaya aracı olarak kullanmakta, çevresel etkilerden çok içsel bir karar alma mekanizması kullanmaktadır.

Seçmenin bireysel özelliklerinin ön planda olması ve duygularıyla hareket etmesi onu seçim sonuçları konusunda da duygusal düşünmeye yaklaştırır. Psikolojik yaklaşımda seçmen seçim sonuçlarını değiştirecek gücü olmadığını düşünse bile, duygusal bağ kurduğu ve inandığı şeyler uğruna oy verme eğiliminde olacaktır. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda siyasi partilerle seçmenler arası kurulan bağın bu yaklaşım özelinde incelenmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Siyasi partiler ile seçmen arası kurulan duygusal bağ ve seçmenin siyasi partiyle kurduğu aidiyet ilişkisinin güçlü olması Türkiye siyasi tarihinde sıkça görülmüş ve günümüzde de örneklenebilecek bir durumdur. Bu tez çalışmasında vaka çalışması olarak seçilen 2015 seçimleri dönemine bakıldığında da seçmenin duygusal yönüyle bağlı olduğu siyasi partiler görülecektir. Bu konuyu, diğer bölümlerde olduğu gibi temelde dört parti üzerinden tartışmak daha açıklayıcı olacaktır.

Türk seçmenin partizan bağlılıklarına dair Kalaycıoğlu'nun çalışmasına değinmek gerekmektedir. Bu çalışmada oy verme davranışı literatürüne dayanarak dört temel değişkene yer verilmektedir. Bu temel değişkenler ebeveynlerin parti kimliğinin rolü (sosyalleşme), ideolojik yönelimler, ekonomik beklentiler ve seçmenlerin etnik kimlikleridir. CHP'ye ve MHP'ye dair partizan etki incelemeleri ilk değişken olan sosyalleşme ile açıklanabilir. Ancak AKP'de partizan ilişkinin belirleyicisi olarak yalnız ebeveynlerin parti kimliği değil ekonomik beklentiler de devreye girmektedir. İdeoloji değişkeni bahsi geçen tüm partiler için önemli kabul edilirken, etnik kimlikler değişkeninin yalnızca MHP ile ilişkilendirildiği görülmektedir (Kalaycıoğlu, 2008: 297).

Seçmen davranışında parti kimliği modelinin yerini günümüzde ekonomik modelin aldığı görülmektedir. Bunun sebebi partizanlık için gerekli değişkenlerin gün geçtikçe değişmesidir. CHP-MHP ve AKP örneği üzerinden de görülebildiği gibi artık parti aidiyetinden ziyade ekonomik gelişmelerin takip edildiği ve rasyonel tercihlerin önem kazandığı bir süreç başlamıştır. Bu yalnızca Türkiye için yapılan bir çıkarım değildir, dünyada da seçmenlerin oy verme eğilimleri bu şekilde seyretmektedir. Günümüzde seçmenlerin bir tek parti ile bağ kurmasını engelleyen pek çok değişken ortaya çıkmıştır. Bu sebeple rasyonel tercih ön plandadır.

AKP'li seçmen psikolojik yaklaşımın temel unsuru olan bireyin duygularıyla oy verme davranışını şekillendirdiğinin görülmesi için son derece uygundur. Parti seçmenlerinin, özellikle parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'a duyduğu güven ve sevgi ile partiyi her koşulda destekleme eğilimi gösterdikleri gözlenebilir. Seçmen nezdinde sevilen ve desteklenen lideri etkileyen her bir siyasi olay, seçmen davranışını da etkiler. Burada HDP ve aynı çizgideki öncül partilerde yer alan siyasilerin yaşadığı

siyasi yasaklanma süreçleri partiye ve lidere aidiyet geliştiren seçmenin oy verme davranışında etkili olan durumlardır. Psikolojik yaklaşımda seçmenler partinin siyasi veya ekonomik söylemleriyle ilgilenmekten daha çok partiye yakın bir bağ geliştirdikleri için, savunulan politikaların doğru veya yanlış olmasını muhakeme etme gereği duymazlar. Bu tür seçmen, partiye oy verme davranışını partinin yaptığı veya vadettiği projeler üzerinden değerlendirmemektedir. 2015 Genel seçimlerinde de bu durumun yansımaları görülmüştür.

2015 Genel Seçimleri döneminde AKP’li seçmenin parti aidiyetinin belirginleştiği gibi HDP’li seçmenin de parti aidiyeti geliştirdiğini söylemek mümkündür. Bu tür seçmen partiye verdiği oyun partiyi iktidara getirip getirmeyeceğiyle ilgilenmemektedir. Özellikle bu durum görece az oy alan partiler için tartışılabilir. İktidarı kazanamayacağı bariz bir şekilde belli olan bir partiye oy veren seçmen seçim sonuçlarını değiştirme amacı taşıyor görünmektedir. Buradaki durum; partiye duyulan sevgi, güven ve aidiyet duygusundan kaynaklı oy verme davranışı geliştirilmiş olması durumudur. Seçmen verdiği oy seçim sonucuna etki etmese bile bu davranışı sergileyecektir. Partisine oy vermiş olmak birinci motivasyonudur.

HDP’li seçimde partiye kurulan bağ temelde etnik kimlik üzerinden şekillenmektedir. Kuran’a göre Kürtlerin geçmişten günümüze değişik isimlerde örgütlenen ve Kürt kimliğini ön plana çıkaran partilere oy vermeleri literatürde yoğunlukla etnik kimlik, etnik bilinç ve etno-milliyetçilik bağlamında ele alınmaktadır. AKP’ye oy veren Kürtlerin oy verme sebebi olarak da Kürt halkının muhafazakâr kimliği gösterilmektedir (Kuran, 2020: 65). MHP’li seçimde de bu anlamda ideolojik temel ön plana çıkmaktadır. Seçmen partiye milliyetçi ideoloji bağlamında bir bağ kurar ve bu bağ partinin iktidar olma ihtimali olmasa bile seçmeni partiye oy vermeye yöneltecektir.

Psikolojik yaklaşımın öne çıkardığı parti aidiyeti oldukça güçlü bir bağ olarak nitelendirilmektedir. Bu sebeple seçmen kolay kolay desteklediği partiden başka bir partiye oy verme eğilimi göstermeyecektir. AKP’li ve HDP’li seçimde bu durum ağırlıklı olarak görülmektedir. Bu partilerin psikolojik yaklaşım çerçevesinde

değerlendirilen seçmen kitlesinin, oylarını diğer partilere kaydırma eğilimi göstermesi yukarıda bahsedilen sebepler dolayısıyla oldukça güçtür.

Parti kimliği gelişmiş bireyler günlük hayatlarını da bu kimliklerine uygun şekilde yaşamaktadır. Özellikle medya ile parti aidiyeti ilişkisi 2015 seçimlerine giden süreçte oldukça önemlidir. Seçmenin haberleri takip ettiği, inandığı ve güvendiği televizyon kanalları ve okuduğu gazete, aidiyet kurduğu partinin görüşleriyle orantılı görünmektedir. KONDA'nın 2015 Genel Seçimleri'nden bir yıl önce, 2014 yılında yayınladığı araştırmasında ATV, Kanal 7 ve TRT gibi televizyon kanallarını izleyen CHP seçmeninin eser miktarda olduğu ; aynı şekilde Halk TV, Fox TV gibi kanalları izleyen AKP seçmeninin de eser miktarda olduğu belirlenmiştir (KONDA Araştırma ve Danışmanlık, 2016). Buradan hareketle Türkiye'de seçmenin desteklediği partiyi, günlük olarak izlediği ve takip ettiği televizyon kanalından tahmin etmek bile mümkündür. Ayrıca seçmenin okuduğu gazete tıpkı televizyon kanalları gibi aidiyet bağı kurduğu partinin hangisi olduğuna dair ipuçları taşımaktadır. Tüm bu örnekler psikolojik kuram içerisine dahil edilen seçmen özelliklerinin fiilen yansımaları olarak değerlendirilebilir. Bu anlamda, 2015 seçim döneminde medyanın etkisi oldukça yoğun izlenmektedir.

Psikolojik yaklaşımın temel özelliklerinden bir diğeri parti ile kurulan bağın uzun süreli, güçlü ve kolay kolay değişmeyen bir yapıda olmasıdır. Bu nitelikleri tartışırken MHP'li seçmeni örneklemek uygun olabilir. MHP'li seçmenin milliyetçilik ideolojisi etrafında kurduğu bağ, aile ortamında gelişmesinin yanında sosyal çevrede çeşitli örgütlenmeler ile de yayılmaktadır. Bu durum gelenek haline gelmiş yapıların oluşmasını sağlamakla birlikte partiyle kurulan ilişkinin uzun süreli ve değişmez yapısına işaret etmektedir. Ancak 7 Haziran ve 1 Kasım Seçimleri sonuçları karşılaştırıldığında ortaya çıkan MHP oylarındaki fark göstermektedir ki; MHP'li seçmen için parti aidiyeti durumu etkisini yitirmeye başlamıştır.

CHP Türkiye tarihinde en köklü parti olması sebebiyle bahsi geçen uzun süreli ve değişmez parti aidiyet bağının bu partide görülmesi çok daha kolaydır. CHP'li olma kimliğini benimsemiş seçmen bu kimliği aile ve sosyal çevre içerisinde sürdürerek uzun süreli nitelikte taşımaktadır. CHP'nin 7 Haziran ve 1 Kasım seçim sonuçlarında

ortaya çıkan oy farklı, kayda değer bir fark olmaması dolayısıyla, psikolojik yaklaşımın temel tanımlamalarıyla paralel bir yapıdadır. CHP seçmeni, 2015 genel seçimleri özelinde partiye duyduğu bağın devamlılığını sağlamış görülmektedir.

Psikolojik yaklaşım, parti aidiyeti konusunda birtakım değişimler olabileceğine de vurgu yapmıştır. Kişinin sosyal çevresinin değişmesi duygu ve düşüncelerinin, inandığı doğruların da değişmesi anlamına gelebilmektedir. Bu sebeple, sosyal çevresi değişen seçmenin partiye duyduğu yakınlık zarar görecektir ve seçmen oyunu farklı bir partiye yöneltecektir. Ancak bu tez çalışmasının vaka çalışması olan 2015 Genel Seçimleri'nde, 7 Haziran ve 1 Kasım arasındaki sürenin kısalığı dolayısıyla seçmenin sosyal çevresinin dönüşüme uğraması durumu yeterince ön planda görünmemektedir. Tıpkı parti kimliğinin oluşmasının uzun bir süreç olması gibi, bu kimliğin zedelenmesi, değişmesi ve yok olması da uzun ve güç bir süreç olma özelliği taşımaktadır. Bu anlamda ilgili seçimlerde parti kimliğinin zedelenmesi özellikle AKP ve HDP seçmeni için düşük ihtimalli görünmektedir. HDP'nin 1 Kasım'da Türkiyelileşme iddiasına olan beklentiyi karşılayamadığı için oy kaybetmesinin yanı sıra Doğu ve Güneydoğu illerinden gelen oylarını koruması bu durum için örnek oluşturabilir.

### **3.4.3. Ekonomik Yaklaşım İzlenimleri**

Ekonomik yaklaşım, aynı zamanda rasyonel seçim ekolü olarak adlandırılmaktadır. Bunun sebebi, bu yaklaşımın esas özelliğinin, seçmenin seçime yönelik davranışlarında rasyonel olduğu varsayımı olmasıdır. Sosyolojik ve psikolojik yaklaşımlarda seçmen seçim sonucuna odaklı olmaktan daha çok, seçimde oy vereceği kişi veya partiler odaklı davranmaktaydı. Seçmen, verdiği oyun seçim sonucunu değiştirmeyeceğini bilse dahi oyunu aynı şekilde kullanmayı seçebilirdi. Çünkü kişisel özellikler ve siyasilerle kurulan aidiyet bağı seçmeni bu şekilde davranmaya yöneltmektedir. Ekonomik yaklaşımda ise temel vurgu; seçmenin seçim sonucuna dair fikir yürütebilmesi, seçim sürecindeki partileri ve liderleri seçim sonucu için birer araç olarak değerlendirmesidir. Seçmen; seçim sonucunu kendi rasyonel kararlarının sonucu olarak, istediği partinin kazanmasını sağlamak veya istemediği partinin olabildiğince negatif kazanımlarla seçimden çıkması için oy verme davranışı

sergileyecektir. Yani seçmen seçim sonuçlarına dair bir strateji kurgular ve kurguladığı stratejiyi oy kullanma yoluyla hayata geçirerek iktidarı belirler (Ünal, 2016: 46).

Bu kuramın temel özelliklerinde görülmektedir ki seçmenin oy verme davranışında ekonomik ve siyasi süreçler direkt olarak etki edebilir. Rasyonel seçmen etrafında olup biteni değerlendirerek oy kullanma veya kullanmama kararı alacaktır. Seçime giden süreçlerde yaşananların bu yaklaşıma dahil edilebilecek seçmen profili için önemi büyüktür. Seçim öncesi ülkenin ekonomik durumu ve siyasi atmosfer büyük önem taşımaktadır.

Miş'e göre, "seçmen mevcut iktidar uzun dönemdir iktidarda ise onun ekonomik performansı ile muhalefetin ekonomiye dair gelecek perspektifini bir mukayese eder" (SETA, 2022). Bu anlamda seçmenin rasyonel düşünme biçimi iktidar partisi ve muhalefetin mevcut ekonomik duruma dair planlarından etkilenecektir. Ekonomiye dair plan ve projeler seçmenin tercihi üzerinde etkili olabilecektir.

Önceki bölümlerde ele alındığı üzere hem 7 Haziran hem de 1 Kasım seçimlerine giden süreçlerde Türkiye'de pek çok kırılma yaşanmıştır. Bu kırılmalar seçmen davranışında doğrudan etkili olmakta ve seçmenin seçim sonucunu değiştirme gayesiyle doğrudan ilişkili olmaktadır. 7 Haziran'dan 1 Kasım'a yaşanan oy kaymalarını açıklarken bu kuram oldukça önemlidir. Yer değiştiren oylar yani oy dalgalanmaları, seçim verileriyle gözlemlenebilirken, bu değişimin sebepleri de kuramlar üzerinden tartışılabilir. Bu iki seçim arasında geçen süre kişinin sosyolojik ve psikolojik kuramlarda sunulan grup aidiyeti ve parti kimliği etmenlerinin değişmesi için yetersiz görünmektedir. Ancak seçmenin rasyonel kararlar alması, seçim sonucuna doğrudan etki edeceğinin bilinciyle ve sonuca yönelik hareket etmesi olası görünmektedir. Seçmen oy verme davranışında 'sonucun nasıl olmasını istediğine' karar vererek bu yöndeki kararını verdiği oya yansıtacaktır.

Bu noktada siyasi söylemler rasyonel seçmen için son derece önem taşımaktadır. Liderlerin söylemleri ve partilerin ön plana çıkardığı temel vaatler seçmenin oy verme davranışını etkilemektedir. Liderin savunduğu ideolojiyi yayma biçimi, hitabet gücü, cesareti ve propaganda tarzı bir bütün olarak seçim süreçlerini etkilemektedir (Tuncay, 2010: 184). 2015 seçiminde de önceki bölümde yer verilen

liderlerin söylemleri, bu durumun örnekleri olarak değerlendirilebilir. Rasyonel seçmen karar verme aşamasında bu söylemleri değerlendirmeye alacaktır.

Ekonomik yaklaşımda temel model stratejik oy verme davranışıdır. Rasyonel seçmenin edindiği bilgiler ve gözlemlendiği süreçler ışığında aldığı kararlar onu stratejik bir davranışa yöneltir. Strateji kavramı bu tez çalışmasının vaka çalışması olan 2015 Genel seçimleri için de sıkça gündeme gelmiştir. Özellikle HDP'nin 7 Haziran seçimlerinde aldığı oy miktarının beklenenin çok üstünde olması, stratejik davranan bir seçmen kitlesi olduğu söylemlerini ön plana çıkarmıştır. İktidarın değişmesini isteyen seçmenin, kendini o partiye ait, o parti seçmeni olarak tanımlamamasına rağmen, stratejik davranarak yüzde on barajının altında kalma ihtimali olan HDP'ye oylarını yöneltmesi bu kuram için önemli bir örnek oluşturmaktadır.<sup>1</sup> HDP'nin seçim barajını geçememesi durumunda AKP'nin milletvekili sayısının artacak olması, AKP'nin İktidar olmasını istemeyen seçmen için önemli bir durumdur. Bu durumda stratejik davranan seçmen HDP'li olmamasına, partinin siyasi çizgisini benimsememesine rağmen amacına uygun olarak oy verme davranışı geliştirebilmektedir.

Seçmenin stratejik davranışına bir diğer örnek, 2015 7 Haziran ve 1 Kasım seçimlerinde yer değiştiren ve 'stratejik oylar', 'emanet oylar', 'uyarı oyları' olarak adlandırılan oylar gösterilebilir. Farklı bir bakış açısıyla Miş'e göre, "7 Haziran seçimlerinde seçmen Ak Parti'yi iktidardan düşürmeyi değil uyarmayı düşünmüştü. 1 Kasım seçimlerine kadar geçen sürede daha iyi alternatifin çıkmayacağını gördüğü için 'uyarı oyları' tekrar Ak Parti'ye döndü" (SETA, 2022). Burada seçmenin iktidara bir uyarı mahiyetinde oy kullanma davranışı gösterdiği iddiası bulunmaktadır. Stratejik oy verme davranışı bu durumla da örneklenebilir.

Seçmen bir partinin kazanımını istediği sonuca ulaşmak için uygun olarak değerlendirdiğinde o partiye oy verme eğilimi gösterir. Ya da sonucun değişmeyeceğine dair bir inanç taşıyorsa da sandığa gitmeme yolunu seçebilir. Burada seçmen özellikle İktidar partisinin milletvekili sayısının düşmesini hedeflediği için,

---

<sup>1</sup> Bu tez çalışmasının yapıldığı tarihte güncel seçim barajı TBMM genel kurulunda kabul edilmiş ve yasalaşmış, %10'dan %7'ye indirilmiştir (Milletvekili Seçimi Kanunu İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, 2022).

baraj altında kalması halinde iktidar partisinin fayda göreceğini öngörerek bu durumu engelleme amacıyla oy verme davranışı sergiler.

7 Haziran'dan 1 Kasım'a giden süreçte seçmeni ekonomik anlamda kaygılandıran gelişmeler yaşanmıştır. Ekonomik kaygıların giderilmesinin 1 Kasım'da istikrarın sağlanması ile mümkün olduğu iddiaları basında yer almaktadır. Buna göre, hükümet kurulamayan, koalisyon çalışmalarının başarısız seyrettiği 7 Haziran seçimleri sonrasındaki süreçte, yeni seçime dek seçmen bir karar vermelidir. Ekonominin düzelmesi için istikrar sağlanmalıdır. Dünya Bankası basın bülteni, Türkiye'de 2015 yılı ekonomik görünümünün, iki seçim arası siyasi belirsizliklerin giderilmesine bağlı olduğu vurgusu yapmıştır (The World Bank, 2015).

7 Haziran seçimlerine giden süreçte seçmenin işsizlik oranlarındaki artış ve ekonomideki olumsuz gelişmeler dolayısıyla muhalefet partileri ekonomiyi gündemlerine taşımışlardır. Seçmenin ekonomik kaygılarına çözüm önerileri, stratejik oy verme davranışı geliştiren seçmen için oldukça temel bir belirleyici olarak ortaya çıkar. Seçmenin gelişmeleri değerlendirmeye alarak daha iyi koşullar için oylarını muhalefetten yana kullanması beklenmektedir. Asgari ücret artışı, çiftçiye ucuz mazot gibi vaatler bu amaçla ön plana çıkmaktadır. Araştırma şirketlerine göre 2015 seçimlerinde ekonomik tabloya göre hareket edecek bir seçmen kitlesi mevcuttur. Ancak ekonomik durumdan AKP'yi sorumlu tutan seçmen kitlesinin bile muhalefette daha iyi bir alternatif göremediği için yine AKP'ye oy verme davranışı gösterdiği belirtiliyor (BBC, 2015b).

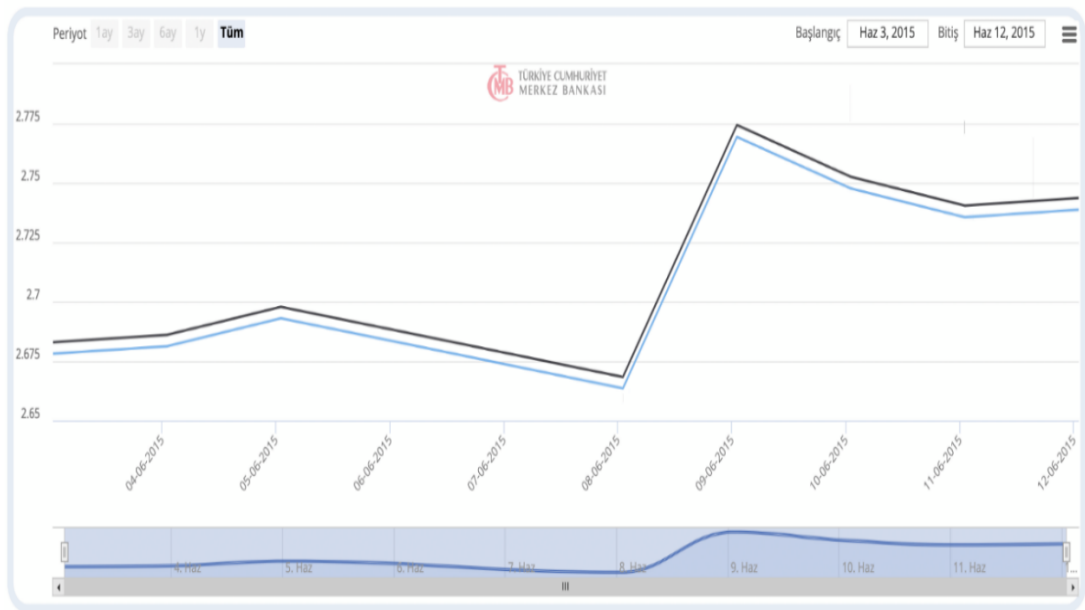
Stratejik oy verme tüm seçim dönemlerinde ön plana çıkan son derece önemli, seçim sonuçlarında etkisi yüksek bir modeldir. Daha güncel bir örnek olarak 2019 seçimleri için de HDP resmi twitter hesabından halkı stratejik oy vermeye davet eden bir duyuru paylaşmıştır. Stratejik oylar yoluyla partinin mecliste daha fazla sayıda milletvekili bulundurarak temsilde iktidarın gücünü azaltmayı hedefleyen bir yol izlendiği görülmektedir (Euronews, 2022). Ayrıca burada 2015 sürecinde de olduğu gibi kitle iletişim araçlarının siyasi partilerce aktif kullanımı da ön plana çıkmaktadır.

Ekonomik model, stratejik davranan seçmenin yanı sıra, seçim sürecinde ülkenin ve seçmenin içinde bulunduğu ekonomik durumdan duyulan rahatsızlık

dolayısıyla verilen oyları da tartışır. 2015 Genel seçimleri için 7 Haziran sonrası dolar kurunda yaşanan artışın seçmeni tedirgin ettiği bilinmektedir. Bu noktada ilgili seçimde seçmen davranışını etkileyen önemli bir faktör olarak ekonomik gelişmeler ön plana çıkmaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) verilerine göre aşağıdaki şekillerde sunulan seçim süreçlerinde dolarda yaşanan hareketlilik ekonomik model içerisinde açıklanabilir. Şekil 3.4.'de 3 Haziran 2015 ile 12 Haziran 2015 arasında dolarda yaşanan değişim gösterilmektedir. Bu tarihler 7 Haziran seçimi öncesi ve sonrasını kapsayacak şekilde seçilmiştir. Doların 7 Haziran seçimlerine giden günlerdeki seyri ve seçim sonucu sonrası yaşanan artış tabloda izlenmektedir. Grafikte seçimin hemen ardındaki gün keskin artış yaşanmıştır. İzleyen günlerde artmış olan dolar kuru seyrine stabil olarak devam etmektedir. Çalışmanın ilgili bölümlerinde muhalefetin ortaya koyduğu ekonomik endişeler burada görülmektedir. Hiçbir partinin tek başına iktidar olmak için yeterli sayıya ulaşamadığı bu seçimlerde istikrar sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu durum seçmen için kaygı vericidir. Burada seçim sonucunun ülkenin ekonomik durumuna negatif etki ettiği ve seçmenin bir diğer seçime giden süreçte bu durumdan endişe duymasının mümkün olacağı gözlenmektedir.

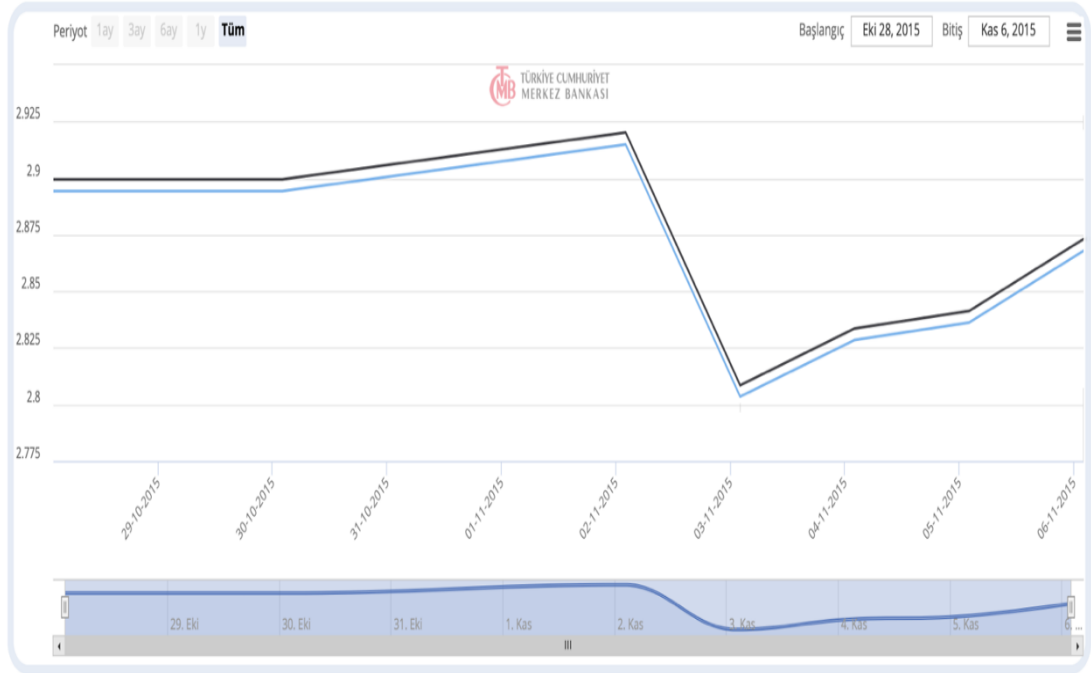
**Şekil 3.4. Merkez Bankası 3-12 Haziran 2015 Dolar Grafiği**



**Kaynak:** TCMB, 2015

Şekil 3.5.'de ise 28 Ekim 2015 ile 6 Kasım 2015 arasında dolarda yaşanan değişim gösterilmektedir. Bu tarihler 1 Kasım seçimi öncesi ve sonrasını kapsayacak şekilde seçilmiştir. 1 Kasım'daki ikinci seçime giden günlerde istikrarlı görünen dolar seviyesinin seçim sonrasında ise 7 Haziran öncesine dönülecek kadar olmasa da belirli bir düşüş yaşadığı izlenmektedir. Seçime giden günlerde stabil görünen dolar seviyesinin seçim sonrası keskin bir düşüş yaşadığı izlenmektedir. Grafikte seçimi takip eden günde yaşanan düşüş görülmektedir. Bu düşüş ilerleyen günlerde stabil devam etmiştir. Burada hükümet kurulamamasının yarattığı istikrar endişelerinin son bulduğu 1 Kasım seçimlerinin ekonomik kaygıları da azaltacak sonuçları ön plana çıkmaktadır.

**Şekil 3.5. Merkez Bankası 28 Ekim-6 Kasım 2015 Dolar Grafiği**



**Kaynak:** TCMB, 2015

Şekil 3.6.'de ise 1 Haziran ile 6 Kasım 2015 tarihleri arasında doların genel seyri gösterilmektedir. Bu tarihler, 7 Haziran ve 1 Kasım'da gerçekleşen her iki seçimi de kapsayacak şekilde, seçimlerin hemen önce ve sonrasında itibaren seçilmiştir.

Tablonun genel seyirinin 7 Haziran sonrası dolarda yaşanan artışlar şeklinde izlendiği söylenebilir. 7 Haziran seçimlerinden hemen sonra keskin bir artış yaşanmıştır. Bu artış ufak iniş çıkışlar halinde bir süre devam etmiştir. Ancak seçime yaklaşıldıkça, koalisyon çalışmalarının başarısızlığı görülmüş, ülke gündeminde yaşanan gelişmeler ile dolar kuru günden güne artış göstermiştir. Seçimlerde hükümet kurulamaması ve yönetimde istikrar sorununun ekonomik olarak kaygılı bir atmosfere işaret ettiği bilinmektedir. Dolar özellikle 7 Haziran seçim sonuçları açıklandıktan sonra belirli bir artış yaşamış sonra stabil hale gelmiş; seçimlerin tekrarlanacağıının açıklanmasıyla birlikte asıl artış gerçekleşmiş Dolar/TL kuru 24 Ağustos sonrası 3 TL civarını aşmıştır.

**Şekil 3.6. Merkez Bankası 1 Haziran – 6 Kasım 2015 Dolar Grafiği**



**Kaynak:** TCMB, 2015

TCMB'den alınan seçim süreçlerinde dolardaki hareketliliği gösteren tablolar ülkedeki ekonomik duruma dair bir fikir vermesi açısından çalışmaya eklenmiştir.

Özellikle 7 Haziran sonrası doların hareketlenmesinin siyasi söylemler içinde yer alması, istikrarsızlığın halkı ekonomik krize sürükleyeceği algısının varlığı 1 Kasım seçim sonuçlarında etkisi olabilecek önemli bir durumdur. Siyasi istikrarın ekonomik istikrar ile önemli bir ilişkisi vardır. Siyasi istikrar sağlanan bir ülkede hükümetin güven veren profili yatırımcılar için olumlu sonuç doğurmaktadır (Ertürk, 2017: 7-10). Seçmen ülkenin içinde bulunduğu ekonomik durumdan endişe edip oy verme davranışını bu doğrultuda şekillendirme eğilimi gösterebilmektedir. Tablolarda ortaya koyulan bu durum siyasi söylemler ve seçim propaganda süreçlerinde sıkça seçmene hatırlatılmış ve ön plana çıkarılmıştır. Siyasi süreçlerin belirleyicisi olarak ekonomik kaygılar işaret edilmiştir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Türkiye'nin demokratik bir ülke olması dolayısıyla seçim süreçleri ve seçmen davranışı literatürde sıkça tartışılmaktadır. Ayrıca Türkiye tarihindeki seçimlerin beklenmeyen sonuçları; seçimlere dair analiz yapılması, seçimlerin sonuçlarının karşılaştırılması, oy dalgalanmalarının sebeplerinin açıklanmaya çalışılması gibi gereklilikleri meydana getirmiştir. 2015 Genel Seçimleri, Türkiye tarihi için yeni ve sonuçları bakımından oldukça önemli seçimlerdir. Bu seçimler üzerinde mevcutta fazla çalışma bulunmaması ve seçmen davranışı literatürü ile genel bir analize tabi tutulmamış olması dolayısıyla 2015 Genel Seçimleri bu tez çalışması için vaka olarak seçilmiştir. 7 Haziran ve 1 Kasım Seçimleri, Türkiye tarihi için hem sonuçları açısından hem de bu iki seçim arası dönemde yaşanan olayların yıllarca sürececek etkileri dolayısıyla büyük önem taşımaktadır.

Seçmen davranışı tartışmaları, seçmenin oy verme süreçlerinde neler üzerine odaklandığı ve oy tercihini belirlerken nelerin etkisinde kaldığı tartışması ile şekillenmektedir. Bu tez çalışmasının temel soruları da bu kapsamda; seçmenin 7 Haziran 2015 seçimlerinde oy verirken hangi etmenlerin etkisinde kaldığı ve bunun yanında 1 Kasım 2015 seçimlerinde oyunu değiştirdi veya değiştirmediyse bunun sebeplerinin neler olabileceği ve seçmen davranışında bu iki seçimde yaşanan değişikliklerin hangi teoriler ile açıklanabileceği sorularıdır.

Çalışmanın temel sorularını yanıtlamak için öncelikle kuramsal çerçevenin çizilmesi önemlidir. Seçmen davranışı kuramları, bireylerin oy verme davranışlarını doğrudan etkileyen faktörlerin neler olduğu üzerine yapılan çalışmalarda ortaya çıkan bulguların kategorize edilmesiyle oluşmuştur. Literatürde keskin sınırlarla ayrılmamış olan bu modeller bu çalışmanın teorik bölümünde de ele alındığı üzere; grup aidiyeti ile açıklandığında sosyolojik, kişisel özellikler ve duygular ile açıklandığında psikolojik, rasyonel karar verme ve stratejik davranma ile açıklandığında ekonomik yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır. Değişen seçim süreçleri sebebiyle parti kimliği ve stratejik oy verme bazı çalışmalarda ayrı kuramlar olarak ele alınsa da bu çalışmada nitelikleri dolayısıyla psikolojik ve ekonomik kuramlar içerisinde incelenmeleri bağlama daha uygun görünmektedir.

Çalışma içerisinde detaylı anlatılan üç temel teori (sosyolojik, psikolojik ve ekonomik yaklaşımlar), vaka çalışması ile bir arada düşünüldüğünde teorilerin temel bileşenlerinin seçmenin oy verme davranışıyla örtüşen yanları ön plana çıkarılmıştır. Seçmenler vaka çalışması olan 2015 seçimlerinde oy verirken teorilerin açıkladığı belirli davranış kalıpları sergilemektedir. İlgili seçmenin oy verme davranışı yalnızca tek bir teori ile açıklanamayacağı gibi teorilerin birbirini kapsayan veya davranışları açıklamada yetersiz kaldığı birtakım durumların da söz konusu olduğu düşünülmektedir. Örneğin AKP'nin aldığı oy oranları sosyal çevre, aile, grup kararları ile açıklanabilirken aynı zamanda AKP'li seçmenin partiye duyduğu aidiyet, lidere duyduğu psikolojik yakınlık da ön plana çıkmaktadır. Aynı şekilde HDP'li seçmende de aileden, etnik kimlikten ve grup aidiyetinden gelen bağlar sosyolojik modellerle açıklandığı gibi; partinin barajı geçme ve diğer partilerin bu yüzden daha çok milletvekili sayısına sahip olacağı kaygısıyla verilen oylar da ekonomik model ile açıklanabilmektedir.

Seçmen davranışını etkileyen etmenler Türkiye özelinde ve spesifik seçim dönemleri kapsamında düşünüldüğünde etmen sayılarını artırıp azaltmak mümkündür. Bu çalışma için 2015 seçimleri özelinde uygunluğu tespit edilen on ana başlık, ikinci bölümde detaylı olarak açıklanmıştır. Etmenlerin seçmeni etkilemesi durumu ve seçmen ile kurulan bağın değişime uğrayabileceği süreler değişiklik göstermektedir. Burada bu değişiklikleri seçim bağlamında ele alma zorunluğu doğmaktadır. Çünkü

Türkiye’de genel seçimler aksi bir durum olmadıkça beş senede bir yapılmaktadır. Ancak bu çalışmada ele alınan 2015 seçimlerinde, erken seçim dolayısıyla 7 Haziran ve 1 Kasım arasında yaklaşık beş aylık bir süre bulunmaktadır. Aşağıda, çalışma boyu yararlanılan veriler ışığında oluşturulan tabloda Türkiye’de beş aylık süre içerisinde değişme ihtimallerine göre etmenler uzun süreli ve kısa süreli olarak kategorize edilmiştir. Alandaki çalışmalarda yaygın kanı, seçim sistemleri ile kişisel tutum ve değerlerin kısa süreli etmenler içerisinde yer alabileceği şeklindedir. Ancak 2015 seçimleri için bu iki başlık uzun süreli etmenler arasında sınıflandırılmıştır, çünkü kısa süre kavramı burada beş aylık süreç için değerlendirmeye alınmaktadır.

**Tablo 4.1. Seçmen Davranışını Etkileyen Etmenlerin Sınıflandırması**

<b>UZUN SÜRELİ ETMENLER</b>	<b>KISA SÜRELİ ETMENLER</b>
Coğrafi Koşullar	Ekonomik Koşullar
Etnik Kimlik ve Dini Eğilimler	Medya
Sosyal Çevre	Liderlik ve Siyasi Söylemler
Parti Kimliği	
Eğitim	
Seçim Sistemleri	
Kişisel Tutum ve Değerler	

Tablo 4.1.’de uzun süreli etmen olarak sınıflandırılan etmenlerin 2015 seçimleri özelinde doğrudan belirleyici etkileri olmadığı söylenebilir. 7 Haziran’dan 1 Kasım’a giden süreçte seçmenin coğrafi koşulları, etnik kimliği, sosyal çevresi ve

diğer özelliklerin değişimi pek mümkün görünmemektedir. Değişimi mümkün olan etmenlerin de doğrudan değil dolaylı etkilerinden söz etmek mümkündür. Bu noktada kısa süreli etmenlerin önemi ve seçmenin oy verme davranışına olan direkt etkileri ön plana çıkmaktadır ve seçim süreçlerinde yaşanan ekonomik koşullar, medyanın etkisi, liderlik ve siyasi söylemler gibi etmenler seçmen davranışını incelemek için başat etmenler olarak değerlendirmeye alınmaktadır.

Ekonomik koşullar, seçmenin içinde bulunduğu ekonomik durumla ilişkili olmasının yanı sıra, ülkenin ekonomik durumunun seçmenin durumunda yarattığı değişimle de ilişkilidir. Bu anlamda kimi çalışmalar ekonomik koşulları yalnızca seçmenin içinde bulunduğu durumu ifade etmek için kullanırken, bu tez çalışması hem seçmenin mevcut durumunu hem de Türkiye'deki ekonomik gelişmelerin seçmenin ekonomik durumunu etkilemesi ve seçmenin oy verme davranışını bu etmen üzerinden şekillendirmesi kapsamında tartışmaktadır.

7 Haziran seçimleri, AKP'nin uzun yıllar süren tek başına iktidar olması sürecinin değişime uğraması dolayısıyla ekonomik olarak bir kırılmanın yaşanmasına sebebiyet vermiştir. Bu çalışma içerisinde TCMB'den alınan veriler ile sunulduğu üzere, seçimi takip eden günlerde dolarda ciddi olarak değerlendirilen bir yükseliş meydana gelmiştir. Bu yükseliş, ülkenin ekonomik durumuna dair seçmenin kaygılanmasına sebebiyet vererek, AKP'nin iktidar olmaması durumunun ülke yönetiminde istikrarsızlık olarak algılanmasına yol açmıştır. Bu durumda; 1 Kasım seçimlerinde AKP'nin yüksek oranda oyunu artırması, seçmenin yaşadığı ülkenin ve doğal olarak kendisinin ekonomik durumuna dair duyduğu endişe ve ülkenin istikrarsızlığa sürükleneyeceği kaygısı ile ilişkilendirilebilir.

Çalışma içerisinde değinilmiş olan, dönemin medya yazarlarının ele aldıkları üzere, ekonomik kaygılar seçimde bir kırgınlık yaratıp oy değişimine sebep olmuş olabilir. Ancak bir başka bakış açısı, seçmenin AKP'ye bir uyarı niteliğinde oy vermediği şeklindedir. İki seçim arasında belirgin olarak yer değiştiren oylar uyarı oyları, emanet oylar şeklinde nitelendirilmiştir. Bu kavramlar, dalgalanma yaratan oyların geri dönme niteliği taşıyan, nihai şekilde bir başka partiye ait olmayan özelliklerini vurgulamaktadır.

Medya Türkiye'nin son dönem seçimlerinde son derece ön plandadır. Bunun sebebi olarak kitle iletişim araçlarının çeşitliliği ve Türkiye'de oluşan siyasi süreçlerin anlık takibi kültürü gösterilebilir. Başta oyların sayım süreçleri olmak üzere seçimlere dair tüm süreçler canlı olarak televizyonlardan ve internette sosyal medya kanalları aracılığıyla takip edilmektedir. Bu takip süreçleri seçim güvenliği endişesini içermesinin yanı sıra, seçmenin verdiği oyun sonucuna duyduğu merakın da bir yansımasıdır. Seçmen gelecek dönemde ülke yönetiminde söz sahibi olacak kişileri merakla takip etmektedir.

Kitle iletişim araçları tercihi, çalışmanın ilgili bölümünde yer aldığı üzere seçmenin parti kimliğine göre şekillenmektedir. AKP'li seçmenin izlediği kanalların, takip ettiği gazetelerin; CHP'li MHP'li ve HDP'li seçmenden farklılaştığı görülmüştür. Aynı durum tek tek diğer partiler için de geçerli olup, birbirlerine siyasi görüş noktasında taban tabana zıt olmayan partiler için ortaklaştığı da söylenebilir. Seçmendeki kendi siyasi görüşüne ait yayını takip etme potansiyelinin yanı sıra, ana akım medyada sunulan haberler, seçmen tercihlerini etkileyici nitelik taşımaktadır ki medyanın seçmen davranışını etkileyen önemli faktörlerden biri olarak ele alınmasının temel sebebi budur.

Liderlik ve siyasi söylemler seçim dönemlerinin en önemli faktörleri arasında yer almaktadır. Bunun sebebi olarak liderlerin seçmen üzerindeki etkisinin yoğunluğunu öne çıkarmak mümkündür. Liderler, seçim sürecinde çeşitli vaatlerde bulunmaları dolayısıyla seçmeni doğrudan etkileyen aktörlerdir. 7 Haziran seçimleri sonrası ortaya çıkan tablodan sonra liderlerin söylemleri 1 Kasım seçimleri tablosunda büyük öneme sahiptir. Tıpkı ekonomik kaygıların seçmeni etkilemesi gibi burada da liderlerin sloganlaşarak yayılan sözleri, seçmen davranışını büyük oranda etkilemektedir.

Seçim dönemlerinde yeni sloganların ortaya çıkması ve bu sloganların kitleleri etkiliyor olması son derece yaygın bir durumdur. Özellikle seçmenin endişe ettiği konular veya yenilikçi fikirler liderler tarafından sloganlaştırılır. AKP için 2015 seçim dönemi başkanlık sistemini getirelim fikrinin slogan olarak sunulması ile ilerlemiştir (Sabah, 2015). CHP ise "Önce Türkiye" sloganı ile Türkiye'nin sorunlarına

odaklanması gerekliliği bulunan seçim planına vurgu yapmaktadır (BBC, 2015c). MHP için 7 Haziran'da "Bizimle yürü Türkiye" sloganı ön planda iken 1 Kasım'da "Ülkenin geleceğine oy ver Türkiye" sloganı ön plana çıkmıştır (Habertürk, 2015b). İlk seçimde kurulamayan hükümetin ülke geleceğine negatif etkisine vurgu yapılarak seçmen istikrarı seçmeye yönlendirilmektedir. HDP'nin seçmeni ikna etmek için üzerinde durduğu konu barışçıl tavrı olduğundan, sloganlarında bu kavram yer bulmaktadır. "Büyük insanlık büyük barış", "Bizler meclise" sloganları bu amaçla kullanılmıştır (Habertürk, 2015c). Partilerin sloganları türlü kitle iletişim araçları ile seçmenler arasında yayıldıkça oy verme davranışını belirleyen medya faktörünün etkisi de gittikçe artmıştır.

Türkiye geçmişten günümüze liderliğin önemli olduğu bir siyasi yapı içerisindedir. Lider söylemleri bu anlamda siyasi süreçlerin temel yönlendiricileri arasındadır. Bu durumun demokrasi için negatif etkileri olacağı tartışılmaktadır. 7 Haziran seçimleri sonrası ortaya çıkan tabloda ülkenin istikrarsızlığa sürükleneceği kaygısı taşıyan seçmen için siyasi liderlerin tavırları önemli hale gelmiştir. İktidar olmak için yeterli sayıya ulaşamayan AKP'nin çalışma içerisinde detaylı ele alınan söylemleri seçmenin 1 Kasım sürecindeki oy verme davranışında etkili olmuştur. Aynı şekilde muhalefet partilerinin de iki seçim arası dönemde ortaya çıkan kaotik sürece dair ön plana çıkan söylemleri 1 Kasım seçim sonuçlarında belirleyici etkiye sahiptir.

2015 Genel Seçimleri gerek seçime giden süreçler gerek ise seçim sonrası ülkenin siyasi, toplumsal ve ekonomik gelişmelerine olan yansımaları dolayısıyla tüm yönleriyle büyük önem taşımaktadır. Seçimlerin bu önemli etkisi dolayısıyla bu çalışmada teorik bağlamda seçmen davranışı tartışması yürütülmüştür. Seçmen davranışlarının temelde sınıflandırıldığı sosyolojik yaklaşım; 2015 seçimlerinde AKP'li, CHP'li, MHP'li ve HDP'li olma eğilimlerinin sosyal çevreden ve grup kimliğinden kaynaklı olmasıyla örtüşmektedir. Bu dört partiye ve bu partilerin liderlerine duyulan kişisel bağ da psikolojik yaklaşım modeliyle açıklanmaktadır. Son olarak bu partilere oy verirken seçmenin rasyonel kararlarını ön plana alması, stratejik hesaplamalar yaparak (örneğin seçim barajının altında kalacağı endişesiyle başka bir partiye oy verme) durumu ekonomik yaklaşım bağlamında açıklanmaktadır. 2015 seçimleri bu anlamda bu üç temel teori içerisinde de açıklanacak bileşenlere sahiptir.

## KAYNAKLAR

- Akın, Rıdvan: **“Türk Siyasal Tarihi 1908-2000”**, İstanbul, On İki Levha Yayıncılık., 2012.
- Altunoğlu, Mustafa: **“7 Haziran Seçimlerine Doğru Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)”**, SETA - Siyaset, Ekonomi Ve Toplum Araştırmaları Vakfı, İstanbul, Turkuvaz Matbaacılık Yayıncılık A.Ş., 2015.
- Anonim: **“Seçimin Kazananı HDP” Cumhuriyet Gazetesi**, 8 Haziran 2015, s.1.
- Anonim: **“Korkunun Zaferi”**, **Cumhuriyet Gazetesi**, 2 Kasım 2015, s.1.
- Anonim: **“Açık Ara Tek Başına”**, **Milliyet Gazetesi**, 2 Kasım 2015, s.1
- Anonim: **“Sandıktan 4 Partili Meclis Çıktı”**, **Milliyet Gazetesi**, 8 Haziran 2015, s.1.
- Aydın, Suavi; Taşkın, Yüksel: **“1960’tan Günümüze Türkiye Tarihi”**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2020.
- Beren, Fatih: **“Seçmen Tercihine Etki Eden Faktörler ve Seçim Güvenliği: Şanlıurfa İli Örneği”**, **Akademik İncelemeler Dergisi**, 2013, 8(1), 191-214.
- Bozkurt, Veysel: **“Değişen Dünyada Sosyoloji”**, Bursa, Ekin Yayınevi, 2010.

Campbell, Angus; Converse, Philip E.; Miller, Warren E.; Stokes, Donald E.: **“The American Voter”**, New York, Wiley Press, 1960.

Ceylan, Fatih; İspir, Naci: "Oy Verme Modelleri Bağlamında Siyasal Rızanın Görünümü". **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2020, 24(3), 1489-1511.

Cheeseman, Nic; Klaas, Brian: **“How to Rig an Election”**, Connecticut, Yale University Press, 2018.

Cop, Burak: **“Türkiye’de Seçim Sistemleri”**, İstanbul, Tekin Yayınevi, 2018.

Coşkun, Vahap: **“7 Haziran Seçimlerine Doğru Halkların Demokratik Partisi (HDP)”** SETA - Siyaset, Ekonomi Ve Toplum Araştırmaları Vakfı, İstanbul, Turkuvaz Matbaacılık Yayıncılık A.Ş. 2015.

Çaha, Ömer: **“Seçmen Davranışı ve Siyasal Partiler”**, Ankara, Orion Kitabevi, 2008.

Çakıcı, Fatma : **“Siyasal Liderlik Faktörlerinin Seçmen Tercihi Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma”** **Tarih Okulu Dergisi (TOD)**, 2020, 13(47), s.2117-2151.

Çankaya, Erol: **“Siyasal İletişim Dünyada ve Türkiye’de”**, Ankara, İmge Kitabevi, 2015.

Çarkoğlu, Ali: **“Tarih, Politika, Toplum ve Kültür”**, **Dünden Bugüne Türkiye**, Ed. Metin Heper, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2016.

- Çarkoğlu, Ali; Toprak, Binnaz: **“Değişen Türkiye’de Din Toplum ve Siyaset”**, İstanbul, TESEV Yayınları, 2006.
- Devran, Yusuf: **“Çatışmacı Liderlik: 1 Kasım 2015 Seçimlerinde Siyasi Parti Liderlerinin Söylemleri”**, **İNİF E-dergi**, 2018, 3(1), 5-22.
- Downs, Anthony: **“An Economic Theory of Political Action in a Democracy”**, **Journal of Political Economy**, 1957, 65(2), s. 135-150.
- Duch, Raymond. M., & Palmer, Harvey. D.: **“Strategic voting in post-communist democracy?”**, **British Journal of Political Science**, 2002, 32(01), 63–91.
- Dursun, Davut: **“Siyaset Bilimi”**, İstanbul, Beta Yayınları, 2004
- Dursunoğlu, İsmail: **“Sosyal Medya ve Siyasal Davranış İlişkisi”**, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 2017, 22(15), 1579-1585.
- Duverger, Maurice: **“Siyasi Partiler”**, Çev. E. Özbudun, İstanbul, Bilgi Yayınları, 1974.
- Ertürk, Ceren: **“Seçim Sistemlerinin Yönetimde İstikrar ve Temsilde Adalet Üzerinde Belirleyiciliği”**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.
- Eser, Hamza Bahadır: **“Dinin Siyasal Davranışlar Üzerindeki Etkisi: Antalya Örnek Olay Araştırması”**, **Gazi**

**Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi Dergisi**, 2012, 14(3), s.97-136.

- Filiz, Uğur: **“Seçmen Davranışını Etkileyen Sosyo-  
psikolojik Faktörler: Pamukkale Üniversitesi  
Örneği”**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,  
Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler  
Enstitüsü, Denizli, 2019.
- Gökçe, Orhan; Akgün, Birol; Karaçor, Süleyman: **“3 Kasım Seçimlerinin Anatomisi: Türk  
Siyasetinde Süreklilik ve Değişim”**, **Sosyal  
Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 2002, 2(4), 1-  
44.
- Gülmen, Yüksel: **“Türk Seçmen Davranışı”**, İstanbul, İstanbul  
Üniversitesi Yayınları, 1979.
- Hacıbrahimoğlu, Zeki: **“Seçim Sistemleri ve Siyasi Partiler”**,  
Bilgeoğuz Yayınları, İstanbul, 2010
- Heywood, Andrew: **“Siyaset”**, Çev. B. B. Özipek ve B. Kalkan,  
Ankara, Liberte Yayınları, 2007.
- Heywood, Andrew: **“Siyasetin Temel Kavramları”**, Çev. H. Özler,  
Ankara, Liberte Yayınları, 2012.
- Kalaycıoğlu, Ersin: **“Attitudinal Orientation to Party Organizations in  
Turkey in the 2000s”**, **Turkish Studies**,  
2008, 9(2), 297-316.
- Kalender, Ahmet: **“Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna  
Stratejileri”**, Konya, Tablet Kitabevi Yayınları,  
2012.
- Karpat, H.Kemal: **“Kısa Türkiye Tarihi 1800-2012”**, İstanbul,  
Timaş Yayınları, 2012.

- Kavaş, Asmin: “Belediye Hizmetleri ve Seçmen Davranışı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Ankara Yenimahalle ve Altındağ İlçe Belediyeleri Örneği”, **Mülkiye Dergisi**, 2017, 41(4), 75-112.
- Kırık, Ali Murat: “Arap Baharı Bağlamında Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm”, **21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 2014, 1 (3), 87-98.
- KONDA Araştırma ve Danışmanlık: “**Kitle İletişim Araçları ve Sosyal Medya Etkisi**”, İstanbul, KONDA Nisan Barometresi, 2016.
- Kuran, İbrahim: “**The Political Economy of Kurdish Voting Behavior: The Case of Istanbul’s Bağcılar District**”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Boğaziçi Üniversitesi Institute for Graduate Studies in Social Sciences, İstanbul, 2020.
- Lipset, Seymour Martin; “**Siyasal İnsan**”, Çev. M. Tunçay, Ankara, V Yayınları, 1986.
- Mardin, Şerif “Türk Siyasetini Açıklayabilecek Bir Anahtar: Merkez-Çevre İlişkiler”, **Türkiye’de Toplum ve Siyaset Makaleler:1**, İstanbul, İletişim Yayınları, 1991.
- Merrill, Samuel; Grofman, Bernard: “**A Unified Theory of Voting: Directional and Proximity Spatial Models**”. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

- Metinsoy, Murat **“İkinci Dünya Savaşı’nda Türkiye Gündelik Yaşamda Devlet ve Toplum”**, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2016.
- Miş, Nebi; Aslan, Ali; Yeşiltaş, Murat; Ünay, Sadık: **“7 Haziran 2015 Seçimi Ve Sonrası Siyaset, Dış Politika, Ekonomi”**, SETA - Siyaset, Ekonomi Ve Toplum Araştırmaları Vakfı, İstanbul, Turkuvaz Matbaacılık Yayıncılık A.Ş. 2015.
- Öymen, Altan: **“Kayıp Yaz 2015”**, İstanbul, Doğan Kitap, 2016.
- Özbudun, Ergun: **“Otoriter Rejimler, Seçimsel Demokrasiler ve Türkiye”**, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2016.
- Özer, İnan; Meder, Mehmet: **“Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı”**, İstanbul, Ege Yayınları, 2008.
- Özkan, Abdullah: **“Türkiye’de Seçmenlerin Oy Verme Davranışının Siyasal İletişim Perspektifinden İncelenmesi”**. Ed. Ece İnan, Referans Akademik Kitaplar, İstanbul, **Seçenlere ve Seçilenlere Politik Dünya, 2010, 211-229.**
- Peşkircioğlu, Hanife İnci: **“Türkiye’de Seçmen Davranışı Literatürü Üzerine Analitik Bir Çalışma”**, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017
- Tan, Ahmet; Baydaş, Abdolvahap: **“Seçmen Özelliklerinin Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkileri”**, **Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2017, 13, 592-622.

- Temizel, Metehan: **“Türkiye’de Seçmen Davranışlarında Sosyo-Psikolojik, Kültürel ve Dinsel Faktörlerin Rolü: Kuramsal Ve Ampirik Bir Çalışma”**, Yayınlanmış Doktora Tezi, Konya, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012
- Tokgöz, Oya: **“Siyasal İletişimi Anlamak”**, Ankara, İmge Kitabevi, 2014.
- Tosun, Tanju: **“7 Haziran Seçimlerine Doğru Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)”**, SETA - Siyaset, Ekonomi Ve Toplum Araştırmaları Vakfı, İstanbul, Turkuvaz Matbaacılık Yayıncılık A.Ş. 2015.
- Tuncay, Suavi: **“Parti İçi Demokrasi ve Türkiye”**, Ankara, Gündoğan Yayınları, 2010.
- Tuncer, Erol: **“7 Haziran 2015- 1 Kasım 2015 Seçimleri Arasındaki Değişim”**, TESAV, Toplumsal Ekonomik Siyasal Araştırmalar Vakfı, Ankara, Tesav Yayınları, 2015.
- Tunçay, Mete; Koçak, Cemil; Özdemir, Hikmet; Boratav, Korkut; Hilav, Selahattin; Katoğlu, Murat; Ödekan, Ayla: **“Türkiye Tarihi 4 Çağdaş Türkiye 1908-1980”**, İstanbul, Cem Yayınevi, 1997.
- Türk, Hikmet Sami: **“Demokratik Rejim ve Seçim Sistemleri”**, **TBB Dergisi**, 2015, 117, s.419-452.
- Uçanok, Başak; Sudagezer, Elif; Sefercioğlu, Sıla: **“Türkiye’deki Seçmenin Oy Verme Davranışı Üzerinde Söylemin Etkisi”**. **Marmara İletişim Dergisi**, 2010, 16, 145-155.

- Ünal, Aydoğan Betül: **“Stratejik Oy Verme Davranışı”**, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2016.
- Ünal, Aydoğan Betül: **“Oy Verme Davranışı Modelleri”**, **Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**, 2016, 6(15), 95-119.
- Yılmaz, Handan: **“Türkiye’de Yerel Yönetimlerde Seçmen Davranışını Etkileyen Faktörler: Beşikdüzü Belediyesi Örneği”**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Avrasya Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Trabzon, 2021.
- Zürcher, Erik Jan: **“Modernleşen Türkiye’nin Tarihi”**, Çev. Yasemin Saner, İstanbul, İletişim Yayınları, 2016.

## YASAL DÜZENLEMELER

Yüksek Seçim Kurulu Kararı (2015a), T.C. Resmi Gazete (1415: 18.06.2015).

Yüksek Seçim Kurulu Kararı (2015b), T.C. Resmi Gazete (2310: 12.11.2015).

T.C. Anayasası 1982

Milletvekili Seçimi Kanunu İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun T.C. Resmi Gazete (31801: 31 Mart 2022).

## İNTERNET KAYNAKLARI

BBC, [https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/09/150922\\_hdp\\_bakanlar\\_istifa](https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/09/150922_hdp_bakanlar_istifa) (22.03.2022)

BBC, [https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/09/150930\\_chp\\_bildirge](https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/09/150930_chp_bildirge) (05.06.2022)

BBC, Enis Şenerdem, [https://www.bbc.com/turkce/ekonomi/2015/05/150529\\_secim\\_ekonomi\\_gs2015](https://www.bbc.com/turkce/ekonomi/2015/05/150529_secim_ekonomi_gs2015) (06.07.2022)

Bianet, <https://m.bianet.org/bianet/siyaset/166542-akp-chp-istiksafi-gorusmelerinin-kronolojisi> (17.03.2022)

Bianet, <https://bianet.org/bianet/siyaset/212178-7-haziran-1-kasim-surecinde-neler-yasandi> (18.03.2022).

Birgün <https://www.birgun.net/haber/7-haziran-sandiginin-kilidi-is-ve-as-81128>

Cumhuriyet, (<https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/seni-baskan-yaptirmayacagiz-231943>) (16.03.2022).

Euronews, (<https://tr.euronews.com/2019/06/22/hdp-den-istanbul-secimleri-icin-stratejik-oy-cagrisi-demirtas-ocalan-23-haziran>) (28.03.2022)

Gazeteduvar, (<https://www.gazeteduvar.com.tr/gundem/2017/11/14/turkiyenin-secim-tarihi-hangi-sistemler-uygulandi>) (02.04.2022)

Haberler.com, (<https://www.haberler.com/guncel/hdp-den-anadilde-egitim-hakki-icin-eylem-6487158-haberi/>) (07.04.2022)

Habertürk, (<https://www.haberturk.com/gundem/haber/1073047-mhp-genel-baskani-devlet-bahceli-partisinin-secim-beyannamesini-acikladi>) (19.03.2022)

Habertürk (<https://www.haberturk.com/gundem/haber/1135116-hdpnin-1-kasim-secimi-icin-slogani-belli-oldu>) (05.06.2022)

Habertürk, (<https://www.haberturk.com/gundem/haber/1129994-mhpnin-1-kasim-slogani-ulkenin-gelecegine-oy-ver>) (05.06.2022)

Hürriyet, (<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/basbakan-ahmet-davutoglundan-beyaz-toros-cikisi-40003756>) (31.03.2022)

NTV, (<https://www.ntv.com.tr/secim-2015/ak-parti-7-ilde-liderligi-geri-aldi,h2fJrKrn-ES8RdYxB1hTyg>) (28.03.2022)

Sabah, (<https://www.sabah.com.tr/anasayfamansetustucoklu/2015/01/29/ak-partinin-secim-slogani-belli-oldu>) (05.06.2022)

SETA, (<https://www.setav.org/ekonomik-sorunlar-muhalefete-secim-kazandirir-mi/>) (06.06.2022)

The World Bank, (<https://www.worldbank.org/tr/news/press-release/2015/07/01/the-economic-outlook-for-2015-depends-on-the-resolution-of-the-political-uncertainty-following-the-june-7-parliamentary-election>) (06.06.2022)

TCMB,

(<https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Doviz+Kurlari/Gosterge+Niteligindeki+Merkez+Bankasi+Kurlarii/>) (23.03.2022)

T24, (<https://t24.com.tr/haber/cumhurbaskani-erdogan-gaziantep-te-konusuyor,289627>) (04.04.2022)

