2014 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMİNDE RETORİKSEL STRATEJİLER

Çiğdem Yasemin ÜNLÜ

DOKTORA TEZİ

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Halil İbrahim GÜRCAN

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Eylül, 2016

Bu Tez Çalışması BAP Komisyonunca kabul edilen 1406E305 nolu proje kapsamında desteklenmiştir.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Çiğdem Yasemin ÜNLÜ'nün "2014 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Retoriksel Stratejiler" başlıklı tezi **30 Eylül 2016** tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca **Basın ve Yayın** Anabilim Dalında, **Doktora** tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

		İmza
Üye (Tez Danışmanı)	**: Prof.Dr.Halil İbrahim GÜRCAN**	.....
Üye	**: Prof.Dr.Nejdet ATABEK**	.....
Üye	**: Prof.Dr.Gülsün EBY**	.....
Üye	**: Prof.Dr.Suat GEZGİN**	.....
Üye	**: Prof.Dr.Ahmet Yalçın KAYA**	.....

Prof.Dr.Kemal YILDIRIM
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Doktora Tez Özü

2014 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMİNDE RETORİKSEL STRATEJİLER

Çiğdem Yasemin ÜNLÜ

Basın ve Yayın Anabilim Dalı
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eylül 2016
Danışman: Prof. Dr. Halil İbrahim GÜRCAN

Bu çalışma, 10 Ağustos 2014 tarihinde ilk kez halkoylaması ile yapılan Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki adaylar, Ekmeleddin İhsanoğlu, Recep Tayyip Erdoğan ve Selhattin Demirtaş'ın seçim kampanyalarında kullandıkları retoriksel stratejilerin irdelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, retorik teorisi içinde 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren gelişmeye başlayan ve yeni/çağdaş retorik olarak adlandırılan retoriksel yaklaşımların kuramsal bakış açısıyla 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi retoriksel bir durum olarak ele alınmış ve katılımcı eleştirel retoriğin yöntemsel perspektifi benimsenmiştir. Araştırmada adayların ürettikleri retoriğin bağlamı olarak seçim kampanyaları incelenmiş, katılımcı eleştirel retoriğin yöntemsel perspektifiyle, adayların katıldıkları Diyarbakır, İstanbul ve İzmir mitingleri/toplantılarında katılımlı gözlemle veri toplanmış, adayların seçim kampanyalarının hazırlığında ve işleyişinde çalışanlarla görüşmeler yapılmıştır. Bu verilerle birlikte kampanya sürecinde adayların yaptıkları seçim bildirgesi tanıtım toplantıları, miting/toplantı konuşmaları ve TRT propaganda konuşmalarında kullandıkları retoriksel stratejiler analiz edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, İhsanoğlu'nun başvurduğu başlıca retoriksel stratejilerin uzlaşmacılık, akademik ve uluslararası diplomatik deneyimler ve sakin, rasyonel kişilik üzerinde temellenirken; Erdoğan'ın retoriksel stratejilerinin hizmet siyaseti, milli irade-statüko karşıtlığı ve cesur, meydan okuyucu bir kişilik üzerinde inşa edildiği; Demirtaş'ın retoriksel stratejilerinin ise radikal demokrasi ilkelerine dayalı bir halklar arası eşdeğerlik ilişkisi üretmeye dönük olarak kurgulandığı gözlemlenmiştir. Sonuç olarak, adayların başvurduğu retorik stratejilerin dahil oldukları siyasal hareketlerin konjonktürel konumlanışlarını, kırılmalarını ve dönüşümlerini betimlediği ifade edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Retorik, katılımcı eleştirel retorik, cumhurbaşkanlığı seçimleri, seçim kampanyaları.

Abstract

RHETORICAL STRATEGIES IN 2014 PRESIDENTIAL ELECTION

Çiğdem Yasemin ÜNLÜ

Department of Journalism
Anadolu University, The Graduate School of Social Sciences, September 2016
Adivisor: Prof. Dr. Halil İbrahim GÜRCAN

This dissertation aims to examine the rhetorical strategies used by the candidates Ekmeleddin İhsanoğlu, Recep Tayyip Erdoğan and Selahattin Demirtaş in presidential elections held on August 10th 2014 in a referendum format for the first-time in Turkey. The study deals with 2014 Presidential Election with a theoretical perspective based on new / modern rhetoric that developed in the second half of 20th century within the Rhetoric Theory and uses methodological perspective of participatory critical rhetoric. Election campaigns of the candidates were examined as the context of the rhetoric, and the data was collected from the meetings of the candidates held in Diyarbakır, İstanbul and İzmir through participant observation method with methodological perspective of participatory critical rhetoric and a series of interviews were conducted with those involved in the organization of these election campaigns. In addition, rhetorical strategies used in election bulletin introduction meetings, the speeches they made in meetings and propaganda speeches broadcast on TRT were also analyzed. According to the findings, the main strategies adopted by İhsanoğlu were conventionalism, academic and international political experiences as well as calm and rational personality. The rhetorical strategies of Erdoğan were found to be based on serving, national will, anti-status quo discourse as well as bold and aggressive personality. As for the rhetorical strategies of Demirtaş, it was found that they were based on equality among peoples according to radical democracy principles. In conclusion, the rhetorical strategies adopted by the candidates clearly define the conjectural positions, fractions and transformations of the political movement they belong to.

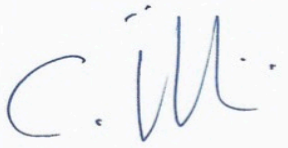
Key Words: Rhetoric, participatory critical rhetoric, presidential elections, election campaigns.

30/09/2016

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tez/proje çalışmasının bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumunda bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim.

Her hangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.



Çiğdem Yasemin ÜNLÜ

Önsöz

2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki adayların seçim kampanyalarında inşa edilen retoriksel stratejileri araştırdığım bu çalışmada, alan araştırması sırasında bana vakit ayıran ve araştırma katılımcısı olarak çalışmama katkı sağlayan tüm siyasal kampanya çalışanlarına teşekkür ederim.

Her doktora öğrencisinin en zorlu dönemleri olan, belirli aralıklarla toplanan Tez İzleme Jürisi önünde çalışmanın gidişatına ilişkin bilgi vermek, bu çalışmanın yürütüldüğü süreçte benim için hep önemli katkılar aldığım ve motive edildiğim dönemler oldu. Bunun için öncelikle bu çalışmanın yürütülmesinde bu Jüride yer alan hocalarıma büyük bir teşekkür borçluyum. Öncelikle bu tezi yazma sürecimin başından sonuna kadar, bana hep güvenen, takdir ederek motive eden ve sarf ettiğim emeğin çok kıymetli olduğunu söyleyen değerli danışmanım Prof. Dr. Halil İbrahim Gürcan'a verdiği destek ve emekleri için çok teşekkür ederim. Tez İzleme Jürisi'ndeki değerli ve yapıcı katkıları ve destekleri için Prof. Dr. Nejdet Atabek ve Prof. Dr. Gülsün Eby'ye de yürekten teşekkürler. Ayrıca Savunma Jürisi'ndeki katkıları, ilgileri ve nazik ve yapıcı üslupları nedeniyle Prof. Dr. Suat Gezgin ve Prof. Dr. Ahmet Yalçın Kaya'ya da teşekkür ederim. Bir dönem Tez İzleme Jürisi'nde yer alarak tezime yaptığı katkılar nedeniyle Doç Dr. Jale Balaban-Salı'ya da teşekkür ederim.

Hocalarım dışında ailem, arkadaşlarım, eşim konusunda da çok şanslıydım. Fatma, çalışmam boyunca bana hem destek oldu hem yardımcı oldu hem de her yorulduğumda beni motive etti. Gerçek dostluğu için sonsuz teşekkürler. Bana desteğini esirgemeyen Mustafa'ya da çok teşekkür ederim. Her zaman telefonun öbür ucunda beni dinleyen, destekleyen Zekiye ve Büşra'ya çok teşekkür ederim. Ayrıca tezimin sonlarına geldiğim, dolayısıyla çok sıkı ve yorucu bir çalışma döneminde olduğum zamanlarımı hiç ummadığım kadar keyifli geçirmemi sağlayan ve bana destek olan komşularıma, özellikle de Savunma Jürisine gireceğim son ana kadar yanımda olan Melike ve Münevver'e yürekten teşekkür ederim. Ailem ve eşimin ailesine de bu süreçte bana gösterdikleri sonsuz ilgi ve destek nedeniyle minnettarım.

Ve eşim, Ömer, Onunla olduğum için ne kadar şanslı olduğumu bu çalışma boyunca da hep hissettim. Onun desteği ve sevgisinin bu çalışmaya olan katkısı en az benimki

kadardır. Dolayısıyla ona ne kadar teşekkür etsem yetersiz kalır. Bu yüzden, her zamanki gibi, sadece “İyi ki varsın” demek istiyorum. Onun varlığı beni hep güçlü kıldı ve hep devam etmemi sağladı.

Özgeçmiş

Çiğdem Yasemin ÜNLÜ

Basın ve Yayın Anabilim Dalı
Doktora

Eğitim

Y. Ls.	2012	Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın ve Yayın Anabilim Dalı
Ls.	2009	Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü
Lise	2002	İzmir Kız Lisesi

Kişisel Bilgiler

Doğum Yeri /Yılı: Hatay/ 27.01.1985 Cinsiyet: Kadın Yabancı dil: İngilizce

İçindekiler

Sayfa

Jüri ve Enstitü Onayı ..... **ii**
Öz ..... **iii**
Abstract ..... **iv**
Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamesi ..... **v**
Özgeçmiş ..... **vi**
Fotoğraflar Listesi ..... **x**

1. Giriş **1**
1.1. Problem **1**
1.2. Amaç **7**
1.1. Önem **8**
1.1. Sınırlılıklar **9**

2. Literatür **11**
2.1. Seçim Kampanyaları ve Politik/Kamusal Konuşmayı İnceleme Yöntemi Olarak Retorik **11**
2.1.1. Klasik gelenekte retorik **11**
2.1.1.1. Antik Yunan ve Roma'da retorik **11**
2.1.1.2. Antik dönem sonrası Batıda retoriğin gelişimi **22**
2.1.2. Yeni/çağdaş retorik **26**
2.1.2.1. Sosyal bilimlerde retoriğin yeniden önem kazanması **26**
2.1.2.2. 1945-1965 arası **33**
2.1.2.3. 1965'ten sonra retorik çalışmalarının genişlemesi **41**
2.1.3. Politik retorik ve kampanya retoriği **55**
2.2. Seçim Kampanyaları ve Politik/Kamusal Konuşmalar **61**
2.2.1. Politikanın bilimselleşmesi, uzmanlık alanı haline gelmesi ve modern seçim kampanyaların doğuşu **61**
2.2.2. Seçim dönemleri ve seçim kampanyalarının özellikleri **68**
2.2.3. Seçim kampanyalarında politik/kamusal konuşma **77**

2.3. 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimini Retoriksel Bir Durum Olarak Düşünmek 84
2.3.1. Retoriksel durum teorisi üzerine tartışmalar ve çalışmanın konumu 84
2.3.2. Türkiye'de Cumhurbaşkanlığı seçimleri 87
2.3.3. Türkiye politik yaşamında ve yönetim yapısında Cumhurbaşkanlığı makamı 91
2.3.4. 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki koşullar 96

3. Yöntem 101
3.1. Retoriksel Alan Çalışmaları ve Katılımcı Eleştirel Retorik 101
3.2. Araştırma Modeli 104
3.3. Araştırma Alanı ve Katılımcılar 106
3.4. Veri Toplama Araçları 107
3.5. Veri Toplama Süreci 108
3.6. Araştırmacının Rolü: Alandan Araştırmacıya Yansıyanlar 112
3.7. Verilerin Analizi 116
3.8. Çalışmanın İnanılırlığı 118

4. Bulgular ve Yorum 120
4.1. Konuşmaların Bağlamsal Özellikleri 120
4.1.1. Konuşmacıların/retorların özellikleri 120
4.1.1.1. Ekmeleddin İhsanoğlu 120
4.1.1.2. Recep Tayyip Erdoğan 123
4.1.1.3. Selahattin Demirtaş 129
4.1.2. Adayların kampanya çalışmaları ve stratejileri 133
4.1.2.1. Ekmeleddin İhsanoğlu: "Sessiz, sakin ama ses getiren kampanya" 134
4.1.2.2. Recep Tayyip Erdoğan: "Strateji, planlama, taktik ve operasyonu hazır kampanya" 146
4.1.2.3. Selahattin Demirtaş: "Profesyonel gönüllüler" ve "imece usulü" kampanya 155
4.1.3. Konuşmaların geçtiği mekanların betimlenmesi 161
4.1.3.1. Ekmeleddin İhsanoğlu seçim bildirgesi tanıtım toplantısı 161

4.1.3.2. Ekmeleddin İhsanoğlu'nun şehir ziyaretleri 162
4.1.3.3. Recep Tayyip Erdoğan'ın Vizyon Belgesi tanıtım toplantısı 169
4.1.3.4. Recep Tayyip Erdoğan'ın şehir ziyaretleri ve mitingler 171
4.1.3.5. Selahattin Demirtaş'ın Yeni Yaşam Çağrısı tanıtım toplantısı . 179
4.1.3.6. Selahattin Demirtaş'ın şehir ziyaretleri ve mitingler 180
4.1.3.7. Adayların propaganda konuşmaları üzerine 183
4.2. Konuşmaların Retoriksel İnşa ve Stratejileri 184
4.2.1. Ekmeleddin İhsanoğlu 184
4.2.1.1. Seçim sürecine ilişkin söylemler: "Bir kişinin ölçülerine göre biçilmiş kaftan" 184
4.2.1.2. Ekmeleddin İhsanoğlu: "Büyük uzlaşının, geniş mutabakatın teminatı olarak 'Türkiye'nin Cumhurbaşkanı" 186
4.2.1.3. Uzlaşma arayan, sağduyusu yüksek "aziz seçmenler" 192
4.2.1.4. Türk sağının üç hali ile Kemalizmin iç içeliği 195
4.2.1.5. Bin yıllık devlet geleneğine sahip kutuplaşmış ülke 201
4.2.1.6. Çatışmadan uzlaşmaya, uzlaşma ile ekonomik istikrara 202
4.2.1.7. Vatan tarlasına sevgi, saygı, dirlik ve birlik ekmek..... 208
4.2.1.8. "Başöğretmen" üslubunun gösterimi 212
4.2.2. Recep Tayyip Erdoğan 215
4.2.2.1. Seçim süreci: "Devletle milletin kucaklaşacağı gün" 215
4.2.2.2. "Milletin Adamı": Recep Tayyip Erdoğan 216
4.2.2.3. Erdoğan'ın dinleyici "dairesi": "İradesine –ve liderine- sahip çıkan millet" 221
4.2.2.4. Milli irade fetişizmi, hizmet siyaseti ve öncü ülke retoriği 226
4.2.2.5. Erdoğan'ın zaman kurgusu: "Bizden önce bizden sonra..." 233
4.2.2.6. Erdoğan ve rakipleri: "İş bilenin kılıç kuşananındır" 240
4.2.2.7. Erdoğan ve dinleyici-kardeşleri 250
4.2.2.8. Erdoğan'ın ahenkli ve kapalı metinleri 253
4.2.3. Selahattin Demirtaş 259
4.2.3.1. Seçim süreci üzerine: "Antidemokratik yarış" 259
4.2.3.2. "Halkların Adayı": Selahattin Demirtaş 262
4.2.3.3. "Biz"in diğer halkası dinleyiciler 264

4.2.3.4. Radikal demokrasi vurgusu 268
4.2.3.5. Zaman kurgusu: "Büyük bedeller ödeyerek bugünlere geldik" 271
4.2.3.6. "Demirtaş'a değil, ilkelere oy verin!" 274
4.2.3.7. Seçim pusulasındaki ayna 281
4.2.3.8. Demirtaş'ın bol kinayeli, mizahi konuşmaları 284

5. Sonuç 288

Ekler 300
Kaynakça 306

Fotoğraflar Listesi

Sayfa

Fotoğraf 1-2. Diyarbakır'daki toplantı salonunun ve sahnenin düzeni 166

Fotoğraf 3-4. Diyarbakır'daki iftar programı salonun iç kısmı, İhsanoğlu'nun masası ve sahne düzeni 168

Fotoğraf 5-6. Diyarbakır'daki iftar programı salonun dışı/bahçe 168

Fotoğraf 7-8. Erdoğan'ın mitinglerinde platformun üzerindeki güvenlik önlemleri 172

Fotoğraf 9-10-11-12. Erdoğan'ın mitinglerinde alanın çevrelenmesinin örnekleri 173

Fotoğraf 13. Miting alanında gazetecilerin konumlandırılışı. İstasyon Meydanı, Diyarbakır 174

Fotoğraf 14. Mitingde Erdoğan'ı ve kalabalığı görüntüleyen kameralar 175

Fotoğraf 15. Diyarbakır mitinginde alanı çevreleyen büyük Erdoğan fotoğraflarından biri 176

Fotoğraf 16. Erdoğan'ın İzmir mitinginde liderin sahneye çıktığı anda alanın tepeden fotoğraflanması 178

Fotoğraf 17. Erdoğan'ın İstanbul mitinginde alanın tepeden çekilmiş bir karesi 178

Fotoğraf 18. Demirtaş'ın İstanbul mitinginden bir kare 181

Fotoğraf 19. Demirtaş'ın Diyarbakır mitinginden bir kare 182

Fotoğraf 20. İhsanoğlu'nun Filistin'de çekilmiş bir fotoğrafı 189

1. Giriş

1.1. Problem

20. yüzyıl siyasal kampanya stratejileri ve tekniklerinde büyük değişikliklere şahit olmuştur. Önceleri siyasal kampanyalar parti mekanizmaları, etnik politikalar ve partilerin kendilerince geliştirilen tanıtımlarla yönetilirken, daha sonraki uygulamalar modern medya etkisini ortaya çıkarmıştır. Medyaya aşina olan, radyo, televizyon, ve daha sonra internetten etkilenen seçmenlerin artışına karşılık olarak, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren siyasal seçim kampanyaları eğlence, uzman tavsiyesi ve çokça dönüşüm gerektirmiştir (Rein, 2001: 77).

"Siyasetin rasyonelleşmesi ve bilimselleşmesi" (Weber, 2006) süreci ile birlikte ortaya çıkan siyasal kampanyalardaki bu değişim, demokratik seçim sürecinde seçmenlerin hangi adaya oy vereceğine karar verdiği ve mevcut adayların seçmeni ikna için birbirleriyle yarıştıkları en işlevsel araç olan politik konuşmanın biçiminde ve icrasında da önemli bir değişiklik yaratmıştır. 20. yüzyıla kadar basım tekniklerinin varlığına rağmen, halka seslenişlerde sözlü kültür hakimiyetini sürdürmüştür. Bu yüzyıla kadar liderler muhataplarına yüz yüze, bir diğer ifade ile canlı olarak dinleyicilerinin önünde seslenmek durumundaydılar. Ancak devletlerin iki dünya savaşı sürecinden edindikleri tecrübelerle (askeri amaçlarla yaptırılan kamuoyu araştırmaları, vb.), özellikle İkinci Dünya Savaşı'nın ardından başlayan süreçteki değişimle birlikte, siyasal kampanyaların neredeyse tüm uygulamaları için uzman desteği alınmaya başlanmış, dolayısıyla kampanyalar artık daha fazla belirlenmiş ve yapılandırılmış bir niteliğe bürünmüştür. Günümüzde siyasal seçim kampanyaları "bilinç endüstrisinin pek önemli öğelerinden biri"[1] olarak, büyük bütçeli, gösterişli ve yüksek derecede uzmanlaşmış bir gösteri alanı haline gelmiştir.

Siyasal seçim kampanyalarındaki bu değişim, liderlerin yurttaşla iletişiminin daha fazla, hatta neredeyse bütünüyle kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleşmesine yol açmış, böylelikle seçmenlerin seçimlerine konu olacak şeyleri liderlerin imajları aracılığıyla

[1] Schiller (2005: 163), bu tanımlamayı seçim kampanyalarının öncüsü ve halen de önemli parçalarından biri olan kamuoyu araştırmaları için kullanmıştır.

[2] İngilizce literatürde 20. yüzyılda retorik teorisinin geçirdiği dönüşüm neticesinde oluşan bu yönelim Contemporary Rhetoric, New Rhetoric ve Critical Rhetoric olarak her üç biçimde de anılmaktadır. Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde literatürde daha yaygın olduğu için Yeni Retorik

değerlendirmelerini beraberinde getirmiştir (Yıldız, 2002: 4). Bu durum, siyasetçilerin konuşmalarının ve halka seslenişlerinin daha çok belirlenmiş ya da kurgulanmış olmasını getirmekle birlikte, politik konuşmaların ve halka seslenişlerin seçim sürecindeki önemini, imajlarla birleşerek, dolayısıyla biçim değiştirerek sürdürmesine yol açmaktadır.

Seçim dönemlerinde liderlerin halka seslenişleri, katıldıkları programlarda yaptıkları konuşmalar, girdikleri tartışmalar, gazetecilere verdikleri röportajlar seçmene "araç" dolayımıyla ulaşmakta, aynı zamanda liderin canlı bir şekilde sahneden/kürsüden halka seslenişi de açılış törenleri, kutlamalar, anmalar gibi etkinliklerde ve özellikle siyasal mitinglerde son derece kurgulanmış ve törensel biçimde devam etmektedir. Bu kurgulanmışlık ya da belirlenmişlik liderin konuşacağı metinden, vücut diline, dinleyicinin konumlanışına kadar orada bulunan her türlü bileşeni içermektedir.

2500 yılı aşkın bir çalışma alanı olarak retorik, günümüz seçim kampanyalarını ve özellikle seçim kampanyalarında adayların yaptıkları konuşmaları irdelemek için zengin bir teorik alan ve analiz için de oldukça elverişli bir yöntemdir. Bir başka ifade ile seçim kampanyaları bir çalışma alanı olarak retorik için pek çok eylem, sembol, söz/konuşma ve gösteri içeren hayli verimli bir alanı işaret etmektedir.

Retorik, pratik olarak ilk kez Antik Yunan'da gezerek para karşılığı etkili konuşma, kendini savunma dersleri veren Sofistler tarafından kullanılmış, kelime olarak da ilk kez Platon tarafından pejoratif anlamda bir kandırma sanatı olarak kullanılmıştır. Ancak retorik kavramı MÖ IV. yüzyılda ilk kez Aristoteles tarafından kuramsallaştırılmıştır; bugün Klasik Retorik olarak anılan retorik teorisinin temeli de büyük oranda Aristoteles'in Retorik adlı eserine ve onu takiben Batıda gelişen teorik birikime dayanmaktadır. Aristoteles, bu eserinde retoriği Antik Yunan'da, sitede yaşayan özgür bireylerin "belli bir durumda, elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi" olarak tanımlamaktadır (2014: 37).

Aristoteles'in tanımından da anlaşılacağı gibi, retoriği bir "ikna/inandırma teknikleri" olarak ele alan Antik Yunan ve Roma dönemindeki düşünürlerin retorik tanımlamalarını içeren ve günümüze kadar retoriği bu yaklaşımı temel alarak kavramsallaştıran ve bir çalışma yöntemi olarak benimseyen çalışmalar Klasik Retorik Teorisi içinde

değerlendirilmektedir. Bu gelenek içinde retorik, güzel konuşma sanatı, dinleyiciyi etkileyecek, güvenilir bir muhakeme için kullanılacak bir iletişim yöntemi olarak tanımlanmış ve retorik genel olarak eğitimsel ve işlevsel bir nitelikte ele alınmıştır.

Yine 20. yüzyılda ortaya çıkan Çağdaş/Yeni/Eleştirel Retorik[2] Teorisinde ise retoriğin anlamı "ikna/inandırma teknikleri"nden, "özdeşleştirme"ye kaymıştır (Gaonkar, 2002:202). Konuşmacı dinleyicinin kendisiyle özdeşlik kurmasını sağlayarak, ortak anlamları, sembolleri ve böylece birlikte hareket etme yollarını retorikle sağlamış olur (Bitzer, 1981:234). Bu yeni anlamıyla retorik, klasik retorik teorisindeki tanımları da içererek, vurgusunu metnin eleştirisine doğru kaydıran ve metnin ortaya çıktığı bağlamı da dikkate alan, din, bilim, felsefe, edebiyat gibi pek çok alanda kullanılan bir araştırma alanı haline gelmiştir (Gill ve Wedbee, 1997). 1980'lerden sonra gelişen eleştirel retorik çalışmalarına göre, kamuya seslenişlerin bir formu olarak politik konuşmalar, topluluğun kolektif varlığını inşa etme ve yönlendirme, kamusal hafızayı yeniden inşa etme, kitleleri seferber etme gibi amaçlar doğrultusunda kullanılan araçlardır (Karaaslan-Şanlı, 2012: 17).

Bu çalışmada 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimi "retoriksel bir durum" (Bitzer, 1999) olarak ele alınmış ve adayların kendileri, seçim kampanyaları ve kampanya çerçevesinde yaptıkları konuşmalar irdelenmiştir. Bitzer'e (1999) göre retorik, özü itibariyle bir durumla ilişkilidir, kendisinin ötesinde bir şeyin varoluşu için ortaya çıkar. Bu bağlamda retorik, düşünce ve eylemin dolayımlanmasıyla gerçekliği değiştiren bir söylemin yaratılması, kısacası bir gerçekliği değiştirme biçimidir. Retoriksel durum ise insanların kararlarında ve eylemlerinde değişimi mümkün kılacak bir söylemin gerekliliği ile ortaya çıkar (219-220). Bitzer'e göre seçim kampanyaları da pek çok unsurun etkileşim içinde bulunduğu, fazlasıyla düzenlenmiş, çok sayıda komplike retoriksel durumlar içerir (224).

2014 Cumhurbaşkanlığı Seçiminin gerçekleştiği politik konjonktüre bakıldığında, 2002 yılından bu yana 12 yıldır iktidarda olan, geçmişte İslami Milli Görüş Hareketinden

[2] İngilizce literatürde 20. yüzyılda retorik teorisinin geçirdiği dönüşüm neticesinde oluşan bu yönelim Contemporary Rhetoric, New Rhetoric ve Critical Rhetoric olarak her üç biçimde de anılmaktadır. Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde literatürde daha yaygın olduğu için Yeni Retorik tanımlamasıyla beraber, Eleştirel Retorik adlandırması da kullanılacaktır.

gelen Adalet ve Kalkınma Partisi'nin (AK Parti)[3] uzun iktidar sürecinin yarattığı politik ortamın, hem toplumsal hem de siyasal muhalefetin bu iktidara karşı çareler aramasına ve üst üste gelen seçim mağlubiyetlerini sorgulamalarına yol açtığı söylenebilir. Bu bakımdan, muhalefet partileri arasında seçimlerde birlikte hareket etme,[4] AK Parti'nin oy aldığı seçmen grubuna yönelik politik söylemler ve eylemler geliştirme, partiyi yenileme gibi yöntemler[5] hem muhalefet partili siyasetçiler arasında hem de bu partilerin toplumsal tabanında sıklıkla konuşulan, tartışılan konular olmuştur. Toplumsal ve siyasal muhalefetin önemli aktörlerinden Kürt siyasal hareketi de bu süreçte, hem Hükümetin başlattığı "Kürt Açılımı/Çözüm Süreci"[6] çerçevesinde uzun yıllardır devletten talep ettiği haklar ile ilgili Hükümetle müzakere yürütürken, diğer yandan mecliste politik muhalefetini yerine getirmeye çalışmıştır.

İşte böyle bir politik atmosferde, ilk kez halkoylaması ile yapılan Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Türkiye politik yaşamının yukarıda kısaca betimlenen iktidar ve muhalefet yapısını temsil eden aktörleri rekabet etmiştir. Uzun iktidar sürecinin lideri ve İslami muhafazakar kitlenin temsilcisi olarak Recep Tayyip Erdoğan, Kürt seçmenlerin ve siyasal hareketinin temsilcisi olarak Selahattin Demirtaş ve Cumhuriyet Halk Partili (CHP) ve Milliyetçi Hareket Partili (MHP) seçmenlerin, yukarıda betimlendiği gibi muhalefetin iktidara karşı birleşme stratejisinin bir sonucu olarak, özellikle CHP'nin

---

[3] Araştırmacı tarafından benimsenen yöntemsel yaklaşım çerçevesinde, bu çalışmada Adalet ve Kalkınma Partisi'nin resmi kısaltması olan AK Parti kısaltması kullanılacaktır. http://www.akparti.org.tr/site/akparti/parti-tuzugu. Adalet ve Kalkınma Partisi'nin kısaltması sosyal bilimlerde ve güncel yazarlar arasında çokça tartışılmış, partiyi destekleyenler tarafından "AK Parti" kısaltması, desteklemeyenler tarafından "AKP" kısaltması kullanılmıştır. Cumhurbaşkanlığı seçimindeki üç adayın da retoriksel stratejilerine odaklanan ve nitel bir perspektifi benimseyen bu çalışmada, bu tartışmalardan bağımsız olarak, parti tüzüğündeki resmi kısaltma olan AK Parti kısaltması kullanılacaktır.

[4] Çeşitli seçimlerde fiilen ya da açıkça yapılan DSP-CHP birlikteliği, CHP-MHP birlikteliği gibi.

[5] Bunlardan en göze çarpıcı olanı ana muhalefet partisi CHP'de yaşanan değişimdir. AK Parti'nin girilen seçimleri üst üste kazanması ve muhalefet partilerinin oy oranlarının aynı seviyelerde ilerlemesi sonucunda, özellikle CHP içinde partinin değişmesi gerektiği yönünde sesler yükselmeye başlamış, parti seçmenlerinin de bu konuda baskıları etkili olmuştur. Deniz Baykal'ın liderliğindeki CHP, yerini Kemal Kılıçdaroğlu'nun liderliğindeki CHP'ye bırakırken, bu değişim "yeni CHP" olarak tanımlanmıştır.

[6] Demokratik Açılım/ Milli Birlik ve Kardeşlik Projesi, kamuoyunda bilinen bir diğer adıyla Kürt Açılımı, AK Parti'nin 2010 yılında başlattığı temel olarak Kürt sorununun çözümüne yönelik üretilecek olan politikaları açıklayan projenin adıdır. Projenin kitapçığında Projenin amacı şöyle açıklanmaktadır: "Milli Birlik ve Kardeşlik Projesi', başta terör meselesi olmak üzere, tüm etnik grupların, mezhep gruplarının, azınlık gruplarının meselelerini ve ekonomik sorunları ele almayı, bu sorun alanlarında iyileştirmeler yapmayı ve sorunları en aza indirmeyi gaye ediniyor." https://www.akparti.org.tr/site/haberler/milli-birlik-ve-kardelik-projesi-kitapc/47710 (Erişim tarihi: 4 Nisan 2016).

toplumun farklı kesimlerine, ama özellikle dindar muhafazakar kitleye ulaşma kaygısı/amacı/politikası doğrultusunda, dindar bir kimliğe sahip olan Ekmeleddin İhsanoğlu aday olmuştur. Ekmeleddin İhsanoğlu aday gösterildikten kısa bir süre sonra, AK Parti'nin çoğunluğa sahip olduğu algısına karşı, toplumsal bir mutabakatın temsilcisi olarak sunulmuş ve toplamda 14 partinin de desteğini almıştır.

Türkiye siyasetinde Cumhurbaşkanlığı makamı, sahip olduğu anayasal yetkiler bağlamında gerek sembolik olarak, gerekse de yönetsel açıdan oldukça önemli bir yere sahiptir. Anayasada geniş yetkilerle donatılan ve "devletin başı"[7] olarak tanımlanan Cumhurbaşkanlığı makamının bu önemli konumu, onun Türkiye siyasi tarihi boyunca süregelen bir yarış meselesi olmasına, zaman zaman da bir kriz nesnesi haline gelmesine yol açmıştır. Türkiye'nin yönetim yapısı açısından Cumhurbaşkanlığı makamının önemi, hem güçler ayrılığı dengesi hem de Cumhurbaşkanının sahip olduğu yetkiler alanındadır. 1982 Anayasası'nın Cumhurbaşkanına tanıdığı yetkiler, bu makamı Yasama organı ile Yürütme organının diğer unsurlarına (Başbakan ve Bakanlar Kurulu) ve Yargı organına karşı geniş yetkilerle donatmıştır. Anayasaya göre Cumhurbaşkanı hem geniş yetkilere sahip, hem yasal olarak sorumsuz hem de tarafsız kavramlarıyla tanımlanmıştır.

"Devletin başı" olarak sembolik ve görev ve yetkileri bakımından da oldukça stratejik-işlevsel bir önemi olan Cumhurbaşkanının ilk kez halkoylaması ile seçilmesi, bu seçimi Türkiye'deki siyasal seçimlerde farklı bir noktaya taşımaktadır. Bu seçimlerde –adayları partiler göstermiş olsa da- partiler değil adaylar yarışmış ve milletvekili ve yerel yönetim seçimlerinden faklı olarak, kamu politikaları yerine adayların kendileri-kişilikleri, imajları, konuşmaları, geçmişleri, –diğer seçimlerde de bu unsurlar eninde sonunda ön plana çıksa da- Cumhurbaşkanlığı hakkındaki tasavvurları ve Türkiye hakkındaki fikirleri/gelecek tahayyülleri sunulmuştur. Özellikle, adayların ve onlar vasıtasıyla ait oldukları siyasal/toplumsal hareketin "devletin başı"nda nasıl –ideal- bir yönetici olması gerektiği ve nasıl bir gelecek, Türkiye tahayyülü kurdukları üzerine odaklanması açısından farklılaşması, bu seçimin retoriksel olarak incelenmesinin en önemli nedenlerinden birini oluşturmaktadır.

[7] https://www.tccb.gov.tr/sayfa/cumhurbaskanligi/gorev_yetki/ (Erişim tarihi: 7 Haziran 2015).

Çalışmada, retoriksel bir durum olarak ele alınan Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki adayların özellikleri, seçim kampanyalarında yaptıkları konuşmalarda kullandıkları retoriksel stratejiler[8] ve konuşmaların/metnin ortaya çıktığı bağlam[9] ve seçimin genel retoriksel temalarının ne olduğu sorularına yanıt aranmaktadır. Konjonktürel olarak ortaya çıkan bu üçlü iktidar-muhalefet yapısının aktörlerinin, belirledikleri adayların özellikleri, bu adayların yaptıkları konuşmaların bağlamı (yürüttükleri kampanyalar-bu kampanyalar içinde bulundukları faaliyetler), adayların yaptıkları konuşmalar ve bu konuşmalarda kullandıkları retoriksel stratejilerin açığa çıkarılması, bu aktörlerin kurdukları Türkiye/gelecek/toplum/yönetim tahayyülü bağlamında düşünüldüğünde Türkiye siyasetinin yakın dönemde içinde bulunduğu bu "an"ın retoriksel bir betimlemesini mümkün kılacaktır. Özetle, bu tezin problemi, 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde yarışan adayların seçim kampanyaları döneminde, bağlamsal özellikleri dikkate alınarak, yaptıkları konuşmalarda hangi retoriksel inşa ve stratejileri kullandıkları sorusuna yanıt aramaktır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Literatürü kapsayan ikinci bölümde, tarihsel bir perspektiften retorik teorileri özetlenerek, klasik retorik geleneği ile yeni retorik yaklaşımları ve politik retorik ve kampanya retoriği anlatılarak çalışmanın benimsediği yaklaşım belirtilmiş, ardından; Cumhurbaşkanlığı Seçiminin retoriksel bir durum olarak ele alınması nedeniyle, retoriksel bağlama temel oluşturmak için seçim kampanyaları ve

[8] Bu çalışmada retoriksel strateji kavramı hem bir seçim kampanyasında konuşmacı/retor ve onunla hareket eden topluluğun kullandığı stratejiler anlamında hem de bu stratejilerin retoriksel strateji olarak okunması bağlamında kullanılmaktadır. Öncelikle, seçim kampanyasında kullanılan retoriksel stratejilerden kastedilene açıklık kazandırmak için, de Certeau'nun strateji tanımlamasına başvurulabilir: "Strateji'den kasıt, bir istek öznesi ile bir erk öznesinin belli bir 'çevre'yle yalıtılmasıyla oluşan güç ilişkilerinin ölçülüp tartılmasıdır. Strateji uygulaması, her şeyden önce belli bir aidiyet olarak çerçevesi çizilen bir alanın varlığını gerektirir. Bu alan, ilişkilere, belirgin biçimde dıştan bakabilecek bir idareyi mümkün kılan, bu idarenin zeminini oluşturan alandır (2009: 54)." Seçim kampanyası alanında uygulanan retoriksel stratejilerin okunması içinse Haas ve Flower'ın şu açıklaması yardımcı olacaktır: Retoriksel stratejiler, metnin kendisinin ötesine bir adım atar. Metin için retoriksel bir durum inşa etme, konuşmacının/yazarın amacı, bağlamı ve dinleyiciye etkisini açıklamayı deneme ile ilgilenir. Retoriksel okuma stratejisinde araştırmacı, metnin içindeki ipuçlarını ve söylem durumlarına ilişkin kendi bilgilerini, metnin retoriksel durumunu anlayabilmek ya da yeniden yaratmak için kullanır (1988: 176).

[9] Meyer (2009: 35), retoriğin bağlamını, konuşmacı ve dinleyicinin karşılıklı olarak bildiklerini farz ettikleri bilgiler olarak ele almış ve şöyle tanımlamıştır: "Ortak bir dünyadır bu dünya ama ayrıntıları belirlenmemiştir ve dilsel etkileşimi destekler. Karşılıklı konuşmayı sağlayan bu ortak bilgiye bağlam denir: bağlam bilgi bağlamında hatip ve dinleyicinin paylaşması gereken varsayımsal cevapların bütünüdür."

seçim kampanyalarının bir bileşeni olarak kamusal konuşmaların literatürdeki yeri aktarılmış ve "Cumhurbaşkanlığı Seçimini retoriksel bir durum olarak düşünmek" başlığı altında retoriksel durum teorisindeki tartışmalar ve çalışmanın konumu açıklandıktan sonra, tarihsel olarak Cumhurbaşkanlığı seçim ve krizleri, Cumhurbaşkanlığı makamının yetki ve görevleri ile 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimine giden süreçteki siyasal atmosfer anlatılmıştır.

Araştırmanın yönteminin anlatıldığı üçüncü bölümde, araştırma modeli, araştırmanın katılımcıları, veri toplama süreci ve veri analizinin nasıl gerçekleştirildiği anlatılmıştır.

Dördüncü bölümde, ilk olarak konuşmacı/retorlar [10] olarak adaylar tanıtılmıştır. Cumhurbaşkanlığı Seçiminin bağlamı olarak adayların yürüttükleri kampanyalar, adayların çalışma kapsamında incelenen konuşmalarının geçtiği mekanlar ve dinleyiciler toplanan veriler doğrultusunda betimlenmiş ve adayların çalışma kapsamında seçilen konuşmalarındaki retoriksel stratejiler çözümlenmiştir.

1.2. Amaç

İlk kez halkoylaması ile yapılan 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçiminin Türkiye'de yapılagelen diğer seçimlerden, kamusal hizmet vaatlerinden ziyade adayların kurduğu Türkiye/gelecek/ideal yönetici tahayyülünü ortaya çıkarması, konjonktürel olarak üçlü bir iktidar-muhalefet yapısını ortaya çıkarması, lideri/adayı kişi olarak diğer seçimlerde olduğundan daha çok ön plana çıkarması bakımından, farklı nitelikleri bulunmaktadır. Bu tez, bu farklılıkları dolayısıyla 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde yarışan adayların seçim kampanyaları döneminde yaptıkları konuşmalardaki retoriksel stratejileri, bağlamı ile birlikte, ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda aşağıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılmaktadır:

1. 2014 Cumhurbaşkanlığı seçiminde yarışan siyasi hareketlerin çıkardıkları adayların özellikleri nelerdir?

[10] Yunanca *Rhetor*, Latince *Orator* terimleri Türkçe'de "söylevci/hatip, söz sanatı ustası, konuşmacı, aytaç" terimleriyle karşılanmakla birlikte, çeşitli çalışmalarda kısaca rhetor/retor ya da retorikçi olarak kullanılmıştır (Dürüşken, 1995: 3). Kavram İngilizce literatürde ise yaygın olarak *rhetor* olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada Türkçe karşılık olarak *konuşmacı* kavramı tercih edilmekle birlikte, kavramın Türkçeleştirilmiş hali *retor* kavramı da literatürdeki yaygın karşılığından dolayı kullanılmaktadır.

2. Adayların seçim kampanyalarının özellikleri nelerdir?
3. Adayların yaptıkları konuşmaların mekânsal özellikleri/düzenlenişi/kurgulanışı nasıldır?
4. Adayların yaptıkları konuşmalarda kullandıkları retoriksel inşa ve stratejiler nelerdir?

1.3. Önem

Türkiye'de iletişim alanında politik konuşma ve tartışmalara yönelik az sayıda eleştirel retorik çözümlemesi yapılmıştır. Bu çalışmalardan biri Özdemir'in (2005) 1980 sonrasında TBMM'deki iletişim özgürlüğü konusunda yapılan tartışmaları incelediği yüksek lisans tezidir. Bir başka yüksek lisans tezi olan Uzun'un (2008) çalışması ise Turgut Özal'ın konuşmalarında demokrasi retoriğini incelemiştir. Türkçe literatürdeki diğer iki çalışma, bu çalışmanın konumlandırılışı ve izlediği yol bakımından önem taşımaktadır. Bunlardan ilki Halise Karaaslan-Şanlı'nın (2010) 1980'lerden itibaren gelişen politik retorik yaklaşımlar temelinde, Hasan Ali Yücel'in konuşmalarını ulusal kimlik inşası bağlamında incelediği doktora tezidir. Diğeri de İnan Özdemir-Taştan'ın (2011) toplumsal hareketler retoriği bağlamında, retoriksel bir durum olarak ele aldığı 1970'li yıllarda faaliyet gösteren Devrimci Yol dergisinin retoriğini incelediği doktora tezidir.

Bu tez bir siyasal seçim kampanyasını retoriksel bir durum olarak ele alması ve seçim kampanyasındaki politik konuşmaların eleştirel retorik çözümlemesini yapması bakımından bu çalışmalardan da farklılaşmaktadır. Ayrıca Türkçe literatürde yapılmış, eleştirel ya da klasik retorik teorisi çerçevesinde yapılan çözümlemelerin de geçmiş bir zamanda yapılan konuşma metinlerine dayandığı görülmektedir. Bu çalışmalardan eleştirel retorik çözümlemesi çerçevesinde yapılan araştırmalarda, konuşmanın geçtiği bağlam olarak ilgili dönemin toplumsal ve siyasal koşulları anlatılırken, aynı zamanda konuşmanın geçtiği mekan da betimlenmeye çalışılmıştır. Bu çalışma, bu anlamda çalışmanın retoriksel bağlamı olarak, retoriğin üretildiği anı ve mekanı betimlemek için katılımlı gözlem yöntemini kullanması ve adayların retoriğinin içinde üretildiği siyasal kampanyalarının nasıl yürütüldüğünü daha iyi anlayabilmek için de gözlem-görüşme yöntemlerini kullanması bakımından da varolan çalışmalardan ayrılmaktadır.

Dolayısıyla bu tez, bir siyasal seçim kampanyası üzerine yapılan eleştirel retorik çözümlemesi olması bakımından ve "güncel" retoriğe odaklanarak, yöntemsel-veri toplama tekniği açısından taşıdığı özgünlükle bu konudaki literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır.

1.4. Sınırlılıklar

Bu çalışmada 10 Ağustos 2014'te ilk kez halk oylaması ile yapılan Cumhurbaşkanlığı Seçiminde, adayların seçim kampanyaları kapsamında yaptıkları konuşmalar ve bu konuşmaların içinde üretildiği bağlamsal özellikler/seçim kampanyaları, mekanlar eleştirel retorik analizi ile çözümlenmiştir. Çözümleme için seçilen konuşmalar, adayların seçim kampanyalarının tanıtım toplantısı konuşmaları, Diyarbakır, İstanbul ve İzmir Mitinglerinde/Toplantılarında yaptıkları konuşmalar ve resmi propaganda döneminin sonunda, seçim kanunu kapsamında zorunlu olarak, TRT'de yayınlanan propaganda konuşmalarıdır.

Adayların yaptıkları konuşmaların bağlamını betimlemek açısından, adayların yaptıkları miting/toplantı/etkinliklerin bazılarında katılımlı gözlemle veri toplanmıştır. Gözlem yapılan miting/etkinlik/toplantıların seçimi, araştırmacının partilerle kurduğu/kurabildiği iletişim doğrultusunda belirlenebildiği için, araştırmacı bu konuşmaların bazılarına bilgi verilmediği için, bazılarına adayların etkinlikleri çakıştığı için katılamamıştır ya da bazıları iptal edilmiştir. Gözlemci olarak bulunulamayan miting/toplantılar ise video olarak kaydedilmiştir. Oldukça kısıtlı bir zamanda ve hızlı bir şekilde yapılmaya çalışılan bu takip, yöntem bölümünde verilerin toplanma süreci başlığı altında daha detaylı olarak anlatılmaktadır. Bu sınırlılıklar çerçevesinde toplam 9 miting/toplantıda katılımlı gözlem yapmak üzere bulunulmuştur.

Adayların çalışma kapsamında seçilen, şehir turlarında mitingler/etkinlikler dışında yaptıkları diğer konuşmalar-Tanıtım Toplantıları, Propaganda Konuşmaları- ise video olarak kaydedilmiştir. Veri toplama sürecindeki zaman sınırlılığı ve araştırmacının tüm konuşmalara katılamayacağı göz önüne alınarak, konuşmanın yapıldığı anı ve doğal ortamını gözlemlemek üzere mitingler ve şehir turu etkinliklerinin seçilmesinin nedeni, bu konuşmaların yapıldığı ortamın, tanıtım toplantıları ve propaganda konuşmalarına oranla, kitle iletişim araçlarında gösterildiğinden daha fazla özellik barındırdığının

düşünülmesidir. Katılımlı gözlemle veri toplamak üzere, alan araştırmasına 17-18 Temmuz 2014'te başlanmış, 9 Ağustos 2014'te son bulmuştur. Aynı zamanda bu tarihler arasında ve seçimlerden sonra Şubat 2015'e kadar devam eden süreçte, araştırma çerçevesinde bir diğer retoriksel bağlam olarak değerlendirilen seçim kampanyalarının nasıl yürütüldüğünü de betimleyebilmek için yapılandırılmamış ve yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler, adayların mensubu olduğu ya da aday gösterildiği partilerle kurulan iletişim doğrultusunda öncelikle amaçlı ve ardından iletişim kurulan kişilerin yönlendirmeleriyle kartopu örneklem yoluyla gerçekleştirilmiştir. Bu da araştırmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır.

Araştırmacının benimsediği nitel araştırma perspektifine göre, nitel araştırmalarda genelleme ya da temsiliyet iddiası bulunmamaktadır. Ancak yine de araştırma çerçevesinde yürütülen alan çalışmasının ve analiz için seçilen konuşmaların adayların seçim kampanyalarının retoriksel bütününe ilişkin önemli veriler sunacağı düşünülmektedir.

2. Literatür

2.1. Seçim Kampanyaları ve Politik/Kamusal Konuşmayı İnceleme Yöntemi Olarak Retorik

2.1.1. Klasik gelenekte retorik

2.1.1.1. Antik Yunan ve Roma'da retorik

Klasik retorik, tarihsel bir tanımlama ile Antik Yunan'da MÖ beşinci ve dördüncü yüzyıllardaki Sofistler, retorlar, oyun yazarları ve filozoflar tarafından yazılan destanlardan, milattan önce ikinci yüzyılın başlarında ortaya çıkan Romalı konuşmacı ve yazarlara, Roma İmparatorluğu dönemindeki konuşmalar, seramoniler, retoriksel şiir ve kompozisyon üzerine yazılan el kitaplarına kadar kayıtlı olan Yunan ve Roma retoriksel öğretme ve pratiklerini içermektedir. Teoriksel tanımlama ile klasik retorik, MÖ dördüncü yüzyıl ile erken ortaçağda kavramsallaştırılan, temel olarak kamusal konuşmayı öğretmeyi amaçlayan sistematik ve bütünlüklü bilgi bütünüdür. Bu sistem, bir anlamda, yazılı söylem ve hatta şiirlerin seslendirilmesini öğretmeye odaklanıldığından beri Batı modernleşmesinde öğretilen ve uygulanan sistemin devamıdır. Sofistler, Platon, Aristoteles gibi Antik Yunan döneminin filozofları ve Roma İmparatorluğu döneminin eleştirmenleri bu teoriye katkıda bulunmuşlardır (Kennedy, 2001: 93).

İletişim açısından sözel ifadeye dayanan bir toplum olan Antik Yunan toplumunda retorik, toplumun demokratik bir ortama girmesiyle birlikte ortaya çıkmıştır. Antik Yunan'da hükümet etme araçlarının demokratik formlar içinde dönüşümü, konuşma ve yazma uzmanlığı ihtiyacını doğurmuştur. Dolayısıyla, Antik Yunan'da retoriği anlayabilmek için öncelikle oradaki demokrasiyi anlayabilmek gerekir (Dürüşken, 1995: 7; Katula, 2003: 3). Antik Yunan'ın politik yaşamda belli bir işlevinin olmasını isteyen her yurttaşın zorunlu olarak söylev sanatıyla uğraşması gerekirdi (Platon, 2009: 43). Şehir devletlerinde eşit sayılan özgür yurttaşların kendi adına konuşabilmesi beklenirdi. Örneğin, bir mahkemede yurttaşların kendi adına konuşabilmesi gerekiyordu, zira avukat ya da tutulmuş başka şahıslara izin verilmiyordu. Benzer biçimde, şehir meclislerinde yurttaşların politik meseleler hakkında konuşabilmesi

bekleniyordu (Pratkanis ve Aronson, 2008: 14). Dolayısıyla, Antik Yunan'da yurttaş katılımı sadece bir kamusal erdem olarak idealleştirilen bir şey değil, aynı zamanda gündelik yaşam içinde deneyimlenen bir şeydi. (Köker, 2005: 158).

MÖ sekizinci yüzyıldan önce Antik Yunan sözel bir kültüre sahipti. Yazmanın sekizinci yüzyılın sonlarında gelişmesi, özellikle Antik Yunan'ın en demokratik şehir-devleti olan Atina'da gelişen sözel edebiyat geleneğinin tetiklemesi ile gerçekleşti. Beşinci yüzyıl boyunca Atina, sözel ve edebi kültür konusunda evrim geçirdi. Dilin kendisi bir ilkeler bütünü olarak çalışılmaya ve kategorize edilmeye başlandı. Sözel performans ile "yayınlanmış" sözel kompozisyonların deşifrelerinin yazılması yaygınlaşmıştı. Yazma ve konuşma dersleri, yarattıkları kamusal kurumlara daha etkili biçimde katılabilmeleri için pratik beceri kazandırarak sıradan yurttaşların ulaşabileceği dersler oldu. Bu dönüşümün retorik el kitapları yazılmasına ve okunmasına önemli bir etkisi oldu. Eski Okur-yazarlığın artması, linguistik düzenleme standartlarına ve gramatik doğruluğa katkı sağlamış, komplike mantıksal argümanların anlaşılmasını kolaylaştırmış ve daha karmaşık ve düzenli cümlelerin kurulmasını teşvik etmiştir. Atina'da MÖ beşinci yüzyılın geç dönemleri ile dördüncü yüzyılın erken dönemlerinde etkili konuşma üzerine çok sayıda el kitabı bulmak mümkündür. Birbirine koşut olarak ortaya çıkan bu iki gelişme, demokrasi ve okur-yazarlık kültürü, ustalık gerektiren ve stratejik bir iletişim teorisi olarak retorik sanatının doğuşunu sağlamıştır (Katula, 2003: 3; Kennedy, 2001: 94-95).

"Eski Yunanca'da retorik (rhetorike), söz söyleme sanatı, topluluk önünde konuşmak, söylev çekmek anlamında kullanılmıştır" (Keskin, 2014: 260). Antik Yunan'da MÖ altıncı ve beşinci yüzyıllarda, toplumsal ve doğal olayların açıklanmasını tanrıların iradelerine bağlayan mitolojik açıklama biçiminden sonra, olayların nasıl cereyan ettiği sorunu üzerinde durularak mitolojiden felsefeye geçişin temelleri atılmıştır. Ancak halen, doğa-toplum ayrımı yapılmadığı için Yunan felsefesinin doğuşundan sonra da toplumsal olanın doğal olarak algılanmasında herhangi bir değişiklik olmamış, bu değişiklik ancak beşinci yüzyılın başından sonra doğa ve siyaset arasındaki farkın bilincinde olan ve öğrencilerine siyaseti bir sanat (tekhne) olarak öğreten Sofistler ile birlikte gerçekleşmiştir (Sunar, 2008: 49-51).

Retoriği ilk kullananlar, Antik Yunan'da kentler arasında dolaşarak, yurttaşlara para karşılığında konuşma dersleri veren Sofistlerdir. Atina'daki demokratik gelişmelerle birlikte aristokratik kültürün yerine yeni bir kültür yaratma gereksinimini karşılayan sofistler, Halk Meclisinde halkı ikna etme, Halk Mahkemesinde kalabalık jüriye karşı kendini savunmaları için yurttaşlara retorik dersleri vermeye başlamışlardır. Mecliste halkı ikna etmek, mahkemede kendini savunmak için aristokratik değerlere karşı demokratik değerleri savunmak gerektiği için sofistler, öğrencilerine aristokratik kültürün temel inançlarını eleştirip, demokratik kültürü öğretmeye çalışmışlardır. Bu durum, sıradan yurttaşların politikaya katılabilmelerinin önünü açmıştır. Bu nedenle, Antik Yunan'daki eşitsizlikçi inançlara dayanan aristokratik kültürü hedef alarak sıradan yurttaşlara konuşma dersleri veren sofistlerin dönemi "sofistik aydınlanma" olarak adlandırılmıştır (Şenel, 1970: 316-317).

"Sofistler, ikna üzerine dersler veren ve yine ikna üzerine bugün kitapçılarda bulunan rehber kitaplara benzer ilk kitapları yazan gezici öğretmenlerdi" (Pratkanis ve Aronson, 2008: 14). Pratik yaşam sorunlarıyla ilgilenen ilk düşünürler olarak ortaya çıkan Sofistler, toplumsal ve siyasal yaşamda başarılı olmak için zorunlu bir araç olarak gördükleri bilgiye yalnızca pratik bir anlam yüklemişlerdir (Ağaoğulları, 1994: 72). Yurttaşlık bilgisi ve onun gerekli kıldığı beceriyi öğretme amacındaki Sofistik eğitim matematik, astronomi, dilbilgisi gibi çeşitli alanlara bir girişten ibaretti. Kimi zaman kapalı bir mekanda kimi zaman da kamuya açık alanlarda, ücret karşılığında popüler bilim seminerleri düzenleyen Sofistler, bu seminerlerde bazen belagat sanatının bütün tuzak ve incelikleriyle süslenmiş hazırlıklı konuşmalar, bazen de bir dinleyicinin istediği bir konu üzerine doğaçlama konuşmalar yapıyorlardı (Zeller, 2008: 111-112). Pratik konuşma alıştırmalarıyla sürdürülen Sofistik eğitimde retoriğin genel kuralları öğretiliyordu. Burada amaç, öğrencilere bir sorunu iki yönlü bir bakış açısıyla değerlendirmeyi ve çözüme ulaştırmayı öğretmekti. Eğitimciler öğrencilerin çalışması için şiir, ahlak, siyaset, din, hukuk gibi konularda konuşma metinleri hazırlıyorlardı. Öğrenciler bu kurgulanmış yazılı metinlerle gerçek hayatta karşılaşacakları bir davanın çözümünü öğrenmeye çalışıyorlardı. Bunun yanında, her konuda konuşmak zorunda oldukları için çeşitli konulardaki basmakalıp deyişleri öğrencilerin zihinlerine yerleştiriyorlardı (Dürüşken, 1995: 15).

Dil ve gramerle ilgili incelemeler de yapan Sofistler eşsesli ve mecaz kullanımlara ağırlık vermişlerdir. Gorgias gösteri söylevinin ve bu tür söylevde sık sık kullanılan bir dizi değişmecenin (sözcük ve anlam sanatları, mecaz) bulucusudur. Şiire uygulanan edebiyat tekniklerini düzyazıya da uygulamıştır. Gorgias'ın retorik eğitimi tümüyle ikna etmeye yöneliktir, konuşmacı sözlerinin büyüsüyle dinleyicilerini heyecana sürükleyen bir psikologdur. Gorgias gibi diğer Sofistler de ikna etmeyi kolaylaştırdığı için psikoloji konusunda çalışmalar yapmışlardır (Dürüşken, 1995: 17-19).

Sofistler, ele aldıkları konuların yanında yöntemsel olarak da kendilerinden önceki Antik Yunan felsefesine hakim olan doğa felsefesinin tümdengelimsel yönteminden de farklılaşmıştır. Sofistler, hayatın tüm alanlarında büyük miktarda bilgileri elde edebilmenin yollarını aramış ve bilginin olabilirliği, insan uygarlığının gelişmesi, dilin kökeni gibi teorik ve birey ve toplum hayatının uygun biçimde düzenlenmesi için pratik konular üzerinde durmuşlar ve bu nedenle yöntemleri kısmen deneysel, kısmen tümevarımsal olmuştur (Zeller, 2008: 110).

Sofistlere göre, her türlü etkinlik, özellikle siyasal eylem çıkar ve tutkulara dayandığından, toplumsal ve siyasal yaşam bu çıkar ve tutkuların tatmin edilmesi için girişilen pratik etkinliklerden oluşur (Sunar, 2008: 55). Sofistler, doğruluk ya da gerçeğin bireysel ve geçici olduğuna, bilginin kişiden kişiye değişebileceğine ve herhangi biri için doğrunun ikna olabileceği şey olduğuna inanmış ve Atina'daki yerleşik değer ve inanç sistemlerinin de yıkılması gerektiğini ileri sürmüş; yaşadıkları dönemde önem kazanmaya başlayan bireysel kültürün etkisiyle, politik alanda bireyin gereksinimlerini ön planda tutmuşlardır (Dürüşken, 1995: 15-17). Önde gelen düşünürleri Protagoras, Gorgias, Isokrates olarak sayılabilecek olan Sofistler, başlangıçta bilginin öğretilebileceği ve erdemin aristokratlara özgü kalıtımsal bir nitelik olmadığını savunmaları nedeniyle Antik Yunan'da demokrasinin gelişimine katkıda bulunmuşlar, ancak daha sonraları "ikinci kuşak" Sofistler yıkmaya çalıştıkları yerleşik değerlerin yerine herhangi bir şey getirmeyerek ve yapıcı olmayarak demokrasinin yozlaşmasında belli bir rol oynamışlardır (Ağaoğulları, 1994: 76-77).

Sofistlerin para karşılığı ders vermeleri nedeniyle ders verdikleri kişilerin isteklerini karşılayan düşünceler üretmeleri, birbirinden farklı görüşler ileri sürmeleri[11], kesin doğrular peşinde olmak yerine toplumsal doğruların göreceliliğini gösterme amacında olmaları gibi nedenlerle belli bir Sofist öğretiden söz etmek olanaksızdır. Sofist olarak adlandırılan düşünürlerin ortak noktası, meslek olarak konuşma dersleri vermeleri ve hiçbir okula bağlı olmadan insanı konu almalarıdır (Ağaoğulları, 1994: 77).

Sofistlerin retoriği pratikte kullanımlarının ardından, retorik kelimesini ilk kez kullanan Platon olmuştur. Atina'daki yerleşik düzeni savunan düşünürlerden biri olarak Platon, Gorgias ile Diyaloğunda Sofistlerin para karşılığında konuşma dersi vermeleri ve doğrunun göreceli olduğunu savunmaları nedeniyle retoriği pejoratif anlamda kullanmış, felsefeyi ve geliştirdiği diyalektik yöntemi retoriğin karşısına yerleştirmiştir. "Her alanda kendini satmayı öğrettiği" için "Sofist (sözle inandırma yeteneği ve sanatına sahip olan kişi) filozofun antitezidir, retorik de doğru düşüncenin zıddıdır" (Meyer, 2009: 8).

Platon'a (2009) göre retorik kelimesi dalkavukluk, düzenbazlık ve kandırmaca anlamlarına karşılık gelir. Retorik "sözle ikna etme gücü"dür ve "sözle uğraşanlar" da kandırmaca ve aldatmaca işine kendilerini kaptırmışlardır. Dolayısıyla Platon, "Sözün gücünün kalabalığı kandırmaya yaradığı, başkalarını boyunduruk altına almaya ve nihayetinde kişisel çıkarları meşrulaştırmaya hizmet ettiğini vurgulamıştır" (Keskin, 2014: 260).

Platon retoriğe karşı çıkışında büyük oranda Gorgias'ın düşüncelerini göz önünde bulundurmuştur (Dürüşken, 1995). Gorgias ile Diyaloğunda Platon, Gorgias'ın şunları söylediğini aktarır: "Sözün gücünü edindin mi, hekim de, beden eğitimcisi de senin buyruğuna girer; zenginlikler topladığını söylediğin sarraf da o zenginlikleri kendi için

[11] Örneğin, Protagoras "insan her şeyin ölçüsüdür" görüşüyle aristokratik değerlere karşı daha eşitlikçi bir düzeni ve erdemin öğretilebileceği fikrini savunurken, Gorgias erdemin öğretilemeyeceğini savunmuştur. Gorgias, erdemin tek olmadığını ve doğuştan erkeğin, kadının, özgürün ve kölenin farklı erdemleri olduğunu söylemiştir (Şenel, 1970: 328). Isokrates ise, sofistik kültür ve eğitim anlayışının sağlam siyasal temellere ve belirgin ideallere dayanmadığından, eğitimde yarı-doğruların öğretilebileceği tehlikesini önlemek amacıyla yola çıkarak, retoriği diğer Sofistlerin aksine pratik bir sonuca ulaştıracak bir araç olarak görmemiştir. Isokrates, eğitimli insanın ideal oratorla eşdeğer olduğu düşüncesiyle, retorik eğitimiyle öğrencilerine en yüce değerleri kazandırarak politikayı olumlu yönde etkilemeyi hedeflemiştir (Dürüşken, 1995: 19-22).

değil, konuşmayı, kalabalığı kandırmayı bilen senin için toplanmıştır" (Platon, 2009: 53). Platon'un Sofistleri mahkum etmesi retorik tarihinde çok belirleyici olmuştur. Retorik o dönemden beri, çoğu zaman zihnin söylem ve fikirlerle manipüle edilmesine indirgenmiştir (Meyer, 2009: 8).

Platon "insanlara gerçeğin bilgisini vermek yerine onları boş sözlerle doğru gibi görünen şeylere inandırmak" biçiminde tanımladığı retoriğin karşına, "gerçeği bulma yöntemi" olarak geliştirdiği diyalektik (felsefe temelli retorik) yöntemiyle[12] Sofistlerin retorik anlayışını bir yana atarak akıl yürütmenin yollarını öğretmeye çalışmış; böylece retorlar ile felsefeciler arasında bir çatışmayı başlatmıştır (Dürüşken, 1995: 9; 22).

Platon'un öğrencisi olan Aristoteles, retoriğe pozitif bir anlam yükleyerek, Sofistlerle Platon'un retorik kavrayışlarını uzlaştıran bir retorik yaklaşımı geliştirmiş ve retoriği ilk "kuramsallaştıran" (Lilleker, 2013: 249) düşünür olmuştur. Aristoteles, kendisinden önceki retorik yaklaşımların bir tartışma önerisi yaratamamış olmalarını ve bütün dikkatlerini coşkusal çekicilik üzerine toplamalarını yanlış bulur ve bu anlamda hocası Platon'un yaklaşımını benimsemiştir (Solmsen, 2014: 11).

Retorik eğitimini sağlam felsefi temellere oturtan Aristoteles, hocası Platon'un görüşlerinden önemli noktalarda ayrılmasına rağmen, toplumsal yaşamın bütünlüğünü doğal güdülerden kaynaklanan araçsal eyleme indirgeyen Sofistlere Platon kadar güçlü bir şekilde karşı çıkmış; Sofistik eğitimin sistemsiz ve sadece anlık ortaya çıkan bir sorunu çözmeye yönelik olduğunu belirtmiştir (Dürüşken, 1995: 15; 23; Sunar, 2008: 55). Sofistler hakikati keşfetmede iknanın gerekli olduğunu düşünürken, Aristoteles bilginin sadece akıl ve mantıkla elde edilebileceğini, hakikatin iletilmesi için iknaya gereksinim duyulduğunu ileri sürmüştür (Pratkanis ve Aronson, 2008: 15). Platon retorik disiplinini bir kandırmaca olarak ele alırken, Aristoteles yararlı bulmuş ve felsefeyle bağdaştırmıştır. Aristoteles'e göre, retorikle manipüle etmek ve aldatmak mümkündür ancak başkalarının mutlaka katılmadıkları düşünceleri iyi niyet ve inançla benimsemek de mümkündür. Bir toplumda ortak çıkar demokratik toplumlar içinde herkes tarafından tartışılan sürekli bir gelişmenin ürünüdür (Meyer, 2009: 8; 20-21).

[12] Platon'un geliştirdiği diyalektik, "isminin de çağrıştıracağı üzere, öncelikle bir tartışmayı yürütme sanatıdır, sonra, soru ve cevapla bilimsel bilgiyi geliştirme sanatı ve nihayet var olanı kavrama sanatıdır" (Zeller, 2008: 200).

Aristoteles (2014), retoriği "belli bir durumda elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi" olarak tanımlamıştır (37). Ona göre, "kanıtlarla inandırma tarzları retorik sanatının özüdür" (19) ve "retorik üzerine çalışmanın, tam anlamıyla, inandırma tarzlarıyla ilgili olduğu açıktır" (35). Yalnızca ne söyleneceğini bilmenin yetmeyeceğini, onu ayrıca doğru bir şekilde söylemek gerektiğini (35) savunan Aristoteles, retorik üzerine çalışmanın yurttaşlar açısından avantajlarını şöyle sıralamıştır: 1) Doğruluk ve yanlışlık arasındaki farkı algılamamıza; 2) insanların nasıl harekete geçirileceğini anlamamıza; 3) bir konunun her iki tarafını da görmemize ve 4) kendimizi diğerlerinin argümanlarına karşı savunmamıza yardımcı olur (Katula, 2003: 3).

Aristoteles'in "elde varolan inandırma yollarını kullanma yetisi" olarak retorik tanımı, retoriğin hem tarihsel bakımdan en önemli açıklaması hem de gelenek, statü, tecrübe ya da bilgiye binaen otorite talebinde bulunanların anlaşılması ve manipüle edilmesi konusundaki ilk yorumdur (McGee ve Lyne, 2002: 244). Retorik üzerine yazılan bütün eserlerin Aristoteles'in Retorik adlı çalışmasına atıfta bulunmasının nedeni, Aristoteles için uzlaşmaya varmada ve ortak akla ulaşmada ikna tekniklerinin kullanımının politika yapmanın tek biçimi olarak kabul edilmesidir (Keskin, 2014: 260).

McGee ve Lyne'ye (2002: 246) göre Aristotelesçi retorik ile bilimizim arasında güçlü bir yakınlık vardır:

> Bilim insanları için bilimsel yöntem nasıl nötr bir araç ise, Aristoteles için de retorik moral bakımdan nötr bir araçtır. Bu görüş, hakikat ya da hurafe veya her ne olursa olsun başka herhangi bir şey konusunda da nötr araç konumundaki retoriğin, tercih edilebilir bir yargı arayışında eşit ölçüde zorunlu olduğunu dile getirebilir. Retorik hangi amaçla kullanılıyor olursa olsun, delillerinin/ispatlamalarının niteliğiyle yargılanabilir (McGee ve Lyne, 2002: 246).

Aristoteles (2014: 20-21) üç tür retorikten bahseder: cesaretlendirme ve umut kırma, gelecek, uygunluk ve uygunsuzluk üzerinde temellenen politik (müzakereci); suçlama ve savunma, geçmiş, adalet ve adeletsizlik üzerinde temellenen adli (yasal) ve övme ve eleştirme, şimdiki zaman, onur ve onursuzluk üzerinde temellenen epideiktik (törensel)

retorik. Politik retorikte konuşmacı, kendisini dinleyenleri bir eylemde bulunmaya ya da ondan kaçınmaya kışkırtırken, onların mutluluğunu gözettiğini göstermeye çalışır. Epideiktik retorikte konuşmacı erdem ve kusurlarla ilgilenir, birini över, ötekini eleştirir/kötüler. Adli retorikte konuşmacı kötü davranışın nedenlerini, failleri ve mağdurları inceleyerek konuşur. Büyütme epideiktik retoriğe, örnekler politik retoriğe, örtük tasımlarsa adli retoriğe uygundur.

Bu üç tür retorik farklı üç zaman türüne işaret eder. Buna göre, politik retorik bundan sonra yapılacak şeyler üzerine olduğundan gelecekle ilgilidir. Adli retorik yapılmış olan eylemlerle ilgili olarak suçlama ve savunmayı içerdiğinden geçmişle ilgilidir. Epideiktik retorikte, geçmişi anımsatma ve gelecek hakkında tahminler yapma çoğu kez yararlı görülse de, o sırada var olan şeylerin durumu göz önünde tutularak ya övülür ya da eleştirilir, dolayısıyla epideiktik retorik de şimdiki zamanla ilgilidir. Bu üç retorik türünün her birinin temel amaçları (bir şeyin yararlı ya da zararlı olduğunu kanıtlama; bir eylemin haklı ya da haksız olduğunu saptama; bir insanı övme ya da yerme) dışında konuşmacıların kullandıkları düşünceler, bu amaçlara yardımcı ya da ona bağlı şeyler olarak sunulur (Aristoteles, 2014: 44).

Bu üç retorik türünün temelinde Aristoteles'in retorik sanatının özü olarak tanımladığı üç tür inandırma tarzı vardır: "İlki konuşmacının kişisel karakterine bağlı olan ve karakterine bağlı olarak güvenilirlikten doğan kanıt biçimi (ethos); ikincisi dinleyiciyi belli bir ruh haline sokmaya bağlı olan kanıt biçimi (pathos); üçüncüsüyse, konuşmacının kendisinin sözcüklerinin sağladığı tanıta ya da sözde tanıta bağlı olan, örtük tasım ve tümdengelime başvurularak uygulanan mantıksal kanıt biçimi (logos)'dir" (Aristoteles, 2014: 38; Dürüşken, 1995: 33).

> Dinleyici bir şeyin güzel (epideiktik), doğru (yargılayıcı) ya da yararlı (tartışmacı) olup olmadığı konusunda karar verir. Burada pathos söz konusudur, yani ruhun, hatta tutkuların tepkileri devreye girer. Hatip ya da ethos, bu üç türün tümünde belirgin biçimde etkili olur, çünkü savunur, örnekler ya da tartışır. Logos ise üç durumda olası olana dayanır: mümkün olan ya da mümkün olacak olan. Ama burada esas problem bu üç tür içinde ethos, pathos ve logos'u ayırt etmek değil, bunların niçin üçe indirgendiğini

> anlamaktır; bu üçe indirgeme durumu retoriği sadece üç tür sorunsalla sınırlar, çünkü üç tür hem retorikte hem edebiyatta işlenen, dolayısıyla dinleyici ya da okuyucu tarafından sorulan soruları a priori olarak tanımlar ve onlara gene a priori olarak soruyu, cevap biçimi olarak bekleyecekleri soruyu öğrenme olanağı verir (Meyer, 2009: 18).

Daha ortaya çıkar çıkmaz parçalanan retorik Antik Yunan'da, siyasette oyların çokluğunu, toplumda araçların ve amaçların tartışılmasına dayanan demokrasinin olabilirliğini temsil etmiştir (Meyer, 2009: 20). Platon'un diyaloglarında resmedilen retorik, sofistik retorik ve diğer klasik kaynaklar konuşmacının ve onun söyleminin istenilen etkiyi yaratması için ikna edici gücüne vurgu yapmışlardır. Sofistler konuşmacının etkisine, Platon dinleyicinin iyi olmasına odaklanırken, Aristoteles retoriği pratik ve kentle/yurttaşlıkla ilgili meselelerde güvenilir bir muhakeme için kullanılan bir tür yöntem ve iletişim rehberi olarak kavramıştır (Bitzer, 1981: 226).

Yunan retoriği, Yunan felsefesindeki entelektüel gelişme ile bağlantılıdır. Retorik çalışmaları, hitabet pratikleri ile birlikte, temel olarak, mantıksal düşünme ve ifadenin bir eğitim biçimi olarak, Yunan filozofları ve retorikçileri tarafından gerçekleştirilmiştir. Cicero ve Quintilian'ın öncüsü olduğu Roma-Latin dünyasındaki retorik eğitimi ise esasen adli hatiplik/retorik üzerine verilmiş, dolayısıyla bu eğitim medeni kanun ve düzenlemelerindeki gelişmelerle ve Romalıların entelektüel gelişimi ile bağlantılıdır (Kennedy, 2001: 108). İkna yoluyla karar verme geleneğinin devam ettirildiği Roma Cumhuriyeti'nin siyaset ve yargı sistemi Eski Yunan'daki gibi tartışmayı ve politik konuşmalar yapmayı teşvik etmiş; ancak Roma'da profesyonel iknacılar, yani politikacılar ve bir tezi tartışarak savunmayı iş edinmiş avukatlar kullanılmaya başlanmıştır (Pratkanis ve Aronson, 2008: 15). Ayrıca, "edebi, şiirsel ve romanesk türde heyecan üstünde duran üslup figürleri teorisini geliştiren ilk retorik Roma retoriğidir" (Meyer, 2009: 12).

Roma özellikle Antik Yunan'ı topraklarına katıp onun kültürel egemenliğine girdikten sonra, eğitim yaşamında ahlaksal ve fiziksel eğitimin yanında zihinsel eğitime de yer vermeye başlamıştır. Genişleyen imparatorluk sınırları nedeniyle mücadeleci, saygın, kendini en iyi biçimde ifade edebilen ve kontrol gücü yüksek devlet adamları yetiştirme

amacına uygun olarak Roma, Antik Yunanın ileri düzeyde zihinsel eğitim veren dilbilgisi ve retorik okullarını kendi eğitim sistemine uyarlamıştır. Dilbilim teknikleri, mantık ve edebiyat bilgileri üzerine dersler verilen, dilini iyi kullanan ideal devlet adamı (orator) yaratmayı amaçlayan bu faydacı eğitim anlayışı ile Romalılar Antik Yunan'dan aldıkları retorik eğitimini kendi toplumsal ve siyasal yapılarına ve zihinsel modellerine uyarlayarak retorik eğitimini daha fazla benimsemişlerdir. Romalı retorik eğitimcileri Antik Yunan'daki eğitim tekniklerinin içeriğinde herhangi bir değişiklik yapmamış, ayrıntılarda ufak tefek değişiklikler yapmışlardır. Roma'daki retorik eğitimine göre ideal bir orator, sağlam bir teknik eğitim alarak pratik söylevlerde başarılı olabilir ve kendisinden beklenen görevleri gerçekleştirebilir. Çünkü yeterli eğitimi almış bir orator hangi konular üzerine konuşacağını, hangi söyleyiş biçemini kullanacağını, dinleyicinin heyecanını nasıl artırıp azaltabileceğini bilir (Dürüşken, 1995: 10; 47-48).

Retorik eğitimin yayılmasında öncülük edenler ise Cumhuriyet döneminde Cicero, İmparatorluk döneminde de Quintilianus'tur (Dürüşken, 1995: 10). Cicero ve Quintilianus, hatibin kendisine ve konuşma üslubuna odaklanmışlar ve geniş bir bakışla, retoriği iletişim teorisi olarak dikkate almışlardır, ancak yine de politika bunun asıl odak noktasıdır. Cicero sonu gelen Cumhuriyet'i temsil ederken, Quintilianus bir buçuk yüzyıl sonra doğan İmparatorluğu temsil etmektedir. Cicero'ya göre retorik bir davayı savunma sanatıdır, Quintilianus ise etkilemeye yönelik figürlerin istilasındaki saraya özgü bir hitabet üzerinde durmaktadır. Quintilianus'un bakışında, tamamlanmış hatip ve ideal devlet adamı özdeştir. Böylece, Institutes of Oratory'si (Orator Yetiştirme) hem hatip için bir eğitim kılavuzudur hem de Roma yurttaşları için bir eğitim programıdır. Cicero'nun De Oratore'si de antik dönemin en önemli retorik sunuşlarından biridir (Bitzer, 1981: 226; Meyer, 2009: 21; Keskin, 2014 261).

Cicero devlet adamı, felsefeci ve orator üçlemesini ayrı görmemiş, bu nedenle orator'un eğitiminde edebiyat, tarih, hukuk, politika, felsefe (mantık, ahlak, psikoloji) ve retoriği birbirinden ayrı düşünmemiştir. Düşünür, retorik eğitiminde, retoriğin beş temel aşaması üzerinde durur: Buluş (inventio), düzenleme (dispositio), konuşma biçemi (elocutio), bellek (memoria) ve söyleyiş (pronuntiato). Bunların içinde, konuya ilişkin ikna edici kanıtların bulunması olarak buluş ve düzenleme aşamasına daha çok ilgi

gösteren Cicero, topluluk önünde konuşacak olan oratorun geniş ve derin bir buluş (inventio) eğitimi almasının zorunlu olduğunu düşünmektedir (Dürüşken, 1995: 53; 66). Düşünüre göre bir konuşma bu beş aşama içinde hazırlanır: Buluş aşaması konuşmacının üzerinde konuşulacak davanın temel sorununun ve bu sorunu kanıtlamak ya da çürütmek için kullanılacak uygun kanıtların düşünülüp bulunmasından oluşur; düzenleme aşamasında buluş aşamasında bulunan çeşitli kanıtlar etkin bir sonuca götürecek biçimde bir araya getirilir; konuşma biçemi aşamasında geleneksel üç biçem olan ve her biri bir oratorun işlevine denk düşen yalın ve süssüz biçem; ara ya da orta biçem; aşırı süslü biçemden hangisinin kullanılacağına karar verilir, buna göre, süssüz biçem öğretmek ve bilgilendirmek için; orta biçem harekete geçirmek ve canlandırmak için; aşırı süslü biçem büyülemek ve cezbetmek için kullanılır; bellek aşamasında orator'un belleği sürekli uygulamalar ve alıştırmalar ile eğitilmeye çalışılır; konuşmanın en önemli bölümü olarak görülen söyleyiş aşamasında sesin uygun tarzda yükseltilip alçaltılması, vurgulama, duraklama ve ifadeye yeniden başlama gibi özellikler ile el hareketleri, beden hareketleri, göz ve yüz ifadeleri gibi özellikler söyleyiş tarzının etkili olup olmamasını belirleyen unsurlardır (Dürüşken, 1995: 31-37).

Roma İmparatorluk döneminde değişen siyasal koşullar sonucu, kişilerin ifade biçimlerine bir takım kısıtlamalar getirilmiş, Cumhuriyet dönemindeki zengin siyasal söylevler yerini, daha çok sanatsal ve gösteri alanında hakim olan bir retorik anlayışına bırakmıştır. Bu dönemde retorik kürsüsüne maaşlı öğretmen olarak atanan Quintilianus, Antik Yunan kaynaklı yeni bir eğitim modeli geliştirmeyi ve böylece Cumhuriyet dönemi retorik anlayışına geri dönmeyi denemiştir. Quintilianus'un temel amacı, Antik Yunan ve Cicero'nun eğitim anlayışını takip ederek, karakter eğitimine yönelmek ve abartılı konuşma biçemini ortadan kaldırmaktı. Retoriği soylu bir sanat olarak gören ve –iyi bir karaktere sahip olan konuşmacının iyi/düzgün konuşacağı (the good man speaking well) anlayışıyla- ancak özünde iyi ve dürüst bir insanda gerçek kimliğini bulabileceğine inanan Quintilianus, retoriğin iknaya indirgenmesine karşı çıkar ve konuşmacının, konuşma yetisi dışındaki nüfuz, para, vs. gibi bir çok etkenin ikna edici olabileceğini belirtir (Dürüşken, 1995: 72; 88-89). Düşünüre göre, "retorik iyi söyleme sanatıdır, çünkü hem söylemin tüm yetkinliklerini hem de hatibin ahlakını kucaklar, çünkü iyi insan olmadan gerçekten iyi konuşmak mümkün değildir" (Meyer, 2009: 12).

Özetlemek gerekirse, Antik Yunan ve Roma'yı kapsayan klasik retorik teorilerinin üç karakteristiği vardır. Birincisi, dikkat çekici biçimde kavramsal ve pratik olarak politiktir. Önde gelen tüm retorik yazarlarına göre, politika retorik düşünme ve iletişim için temel alandır, bu nedenle teorilerini politik aktörlerin kullanımı için dizayn etmişlerdir. İkincisi, retorik kavrayışları önemli ölçüde normatif/kuralcıdır. Her bir teorisyen politik hitabetin kusurlarını düzeltmeye çalışan ve pratiği geliştirmek için yöntem ve ilkeler öneren bir reformcudur. Üçüncü ve son olarak, bu teorilere göre retorik bir sanat ya da sistematik bir metot, koşullara uygun en iyi eylemi gerçekleştirmek için bir pratik rehberi oluşturma amacıdır (Bitzer, 1981: 227).

2.1.1.2. Antik dönem sonrası Batıda retoriğin gelişimi

Hristiyan Orta Çağ, retorik bilgisini İncil'i yorumlama ve vaaz öğretisi için kullanmıştır. Bu dönemde manastır ve üniversitelerde retorik, dilbilgisi ve diyalektik dışında temel dallardan biri olarak okutulmuş, sosyal bilimlerin en önemli alanlarından biri olarak gelişme göstermiştir (Keskin, 2014: 261; Cevizci, 2005: 1417). Orta Çağ retoriği, erken modern döneme kadar Latin Batı'daki retorik araştırmaları teori ve pratiğinde çok sayıda klasik ve geç dönem klasik metinlerinin temel alındığı dönemi anlatır. Bu metinler, Cicero'nun metinleri ile onun geleneğini takip eden eserlerdir (Copeland ve Ziolkowski, 2001: 469). Bu eserler Orta Çağ eğitimi ve toplumsal amaçlarına hizmet edecek biçimde kullanılmış, retorik kamusal ve pratik bir sanat olarak Hristiyan Avrupa'nın ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde düzenlenmiştir. (Herrick, 2000: 140).

Dini mantık yürütmeler, dilbilim teorisinin gelişmesi ve epistemolojinin ortaya çıkardığı Orta Çağ grameri retorik çalışmalarına güçlü entelektüel etkide bulunmuş; Cicero geleneğinin yanı sıra yazılı kompozisyon, stil ve düzenlemelere odaklanan güçlü bir gramatik eğitim geleneği ortaya çıkmıştır. Orta Çağda, her biri kendi metinsel biçimi ve geleneği olan üç retorik türü ortaya çıkmıştır: Şiir, mektup yazımı, vaaz. Üçünde de retoriğin öğretici, pedagojik ve kurumsal kökeni devam etmiştir. Şiir yazımı okullarda öğretilen bir yazma biçimi ve edebi yapıtların sergilenmesinde/okunmasında başvurulan pedagojik ve entelektüel bir uğraştır. Mektup yazımı, antik dönemde Cicero'da kısıtlı örnekleri bulunmakla beraber, asıl olarak 12. yüzyıldan sonra oluşan yeni kent kültürü

ile ortaya çıkan bürokrasinin ihtiyaçlarına cevap verebilmek için teknik bir buluştur. Klasik retorik geleneğinde bulunmayan bir öğreti olarak vaaz verme, antik dönemin sonlarından kalan Hristiyan teoloji geleneği ile ortaçağda gelişen kutsal kitap yorumlaması ve dini eğitimin birleşmesi sonucu ortaya çıkmıştır (Copeland ve Ziolkowski, 2001: 469-473). Bir diğer ifade ile kayıt tutma, kayıtları koruma ve toplumsal hiyerarşileri muhafaza etme mektup yazma sanatına olan ilgiyi arttırmıştır. Mektup yazımı, Orta Çağ boyunca retorik bir ifade biçimi olmuştur. Pek çok politik karar özel olarak mektuplar ve fermanlar aracılığıyla oluşturulmuş ve mektup yazımı özel/belirli bir alıcıya yapılan selamlama, dil ve format bakımından retoriksel olarak çalışılmıştır (Foss, Foss ve Trapp, 2002: 9). Hristiyanlığın mesajını doğru ve etkili biçimde aktarabilme amacı retoriğin vaaza; estetiğe ve yazılı dile olan ilginin yükselişi retoriğin şiire adapte olmasını sağlamıştır (Herrick, 2000: 140).

Orta Çağın ortalarından itibaren Avrupa manastırlarında verilen eğitimlerde ve 13. yüzyılda ortaya çıkan üniversitelerin eğitim müfredatında retorik teorisi geniş yer bulmuştur. Retorik çalışmaları, Orta Çağ üniversitelerinin temel dersi olan trivium'ların başlıca unsuru olarak yer almıştır (Copeland ve Ziolkowski, 2001: 470).[13]

Bu dönemde retorik üzerine yazılan temel eserlerin başında Hristiyan teolog Augustine'nin de Doctrina Christiana adlı eseri gelmektedir. Augustine ilk Hristiyan retorik çalışması olan bu eserde, kutsal kitapların nasıl yorumlanması gerektiği ve kutsal kitabın mesajlarının nasıl etkili bir şekilde iletileceği üzerinde durmaktadır. Düşünür, coşkusu yüksek, görkemli ve ritmik bir tarz benimsemiş; betimsel şiir ile metinsellik üzerine kurulu teolojik retoriğin gramatik geleneğini kombine etmiştir (Copeland ve Ziolkowski, 2001: 470; 472). Kilisede verilecek retorik eğitimiyle Roma'daki paganizmi yok etme amacını taşıyan Augustine, Cicero'nun retorik kurallarını temel almış ve Cicero'cu retorik bu dönemde vaizler için bir rehber niteliğine kavuşmuştur. Augustine'ye göre, dil insanların duygu ve düşüncelerini birbirine iletmesini sağlayan bir takım geleneksel/basmakalıp/bilinen işaretlerden oluşur. İnsanlar bu işaretlerin doğasını, İncil'in dilini kavrayabilmek için bilmeli ve Hristiyanlığın mesajını

[13] Orta Çağda sistematik bir eğitim yaklaşımı vardı. Buna göre; beşeri bilimler ikiye bölünmüştü: trivium (dilbigisi, retorik ve mantık); quadrivium (aritmetik, geometri, astronomi, müzik). Öğrenciler ilk yıllarda trivium denilen temel dersleri almaktaydı (Copeland ve Ziolkowski, 2001: 479).

iletmek/doğru ve etkili açıklayabilmek için retoriği öğrenmelidir (Murphy, 2003: 234-236).

Augustine'nin dışında, 7. yüzyılda Isidore Bilgi Ansiklopedisi'nde (The Etymologie) Cicero ve geç antik dönemin metinlerini anlatmıştır. Alcuin ise 8. yüzyılda İmparator Şarlman'a retorik sanatını öğretmek için, kendisinin isteği üzerine bir kitap yazmış ve bu kitapta dilbilgisi kuralları üzerinde de durmuştur. 1270'te William Moerbeke tarafından Aristoteles'in Retorik'i Yunancadan Latinceye çevrilmiş; 13. ve 14. yüzyılın ortasına kadar eser üzerine çok sayıda analiz yapılmıştır (Copeland ve Ziolkowski, 2001: 471).

14. yüzyılın ortasından 17. yüzyıla kadarki zaman sürecini kapsayan Rönesans döneminde retorik önemini korumaya devam etmiştir. "Rönesans ve Hümanizma ile retorik, değer ve etki bağlamında yeniden yükselişe geçmiş, felsefe ile ilişkilendirilmiş, okul ve üniversiteleri, edebiyatı, mahkeme ve saray meydanlarını, toplumsal yaşamı belirlemeye başlamıştır (Keskin, 2014: 261)." Bu dönemde "insani dünya dil aracılığıyla kurulur" anlayışı temel alınarak, insanı, insanın yaşamını ve kültürünü merkez alan çalışmalar ortaya çıkmış, dolayısıyla retorik temel bir disiplin olarak görülmüştür (Foss, Foss ve Trapp, 2002: 9). Rönesans döneminin hümanizmi geniş bir kültürel hareket olarak, eğitim sistemine etki etmiş ve gittikçe daha çok toplumsal grup ve tabakaları etkisi altına almıştır. Retoriğin klasik metinleri yeniden keşfedilmiş; Cicero'nun de Orator'u gibi birçok klasik eser yeniden basılmıştır. Bu dönemde antik dönemin klasik metinlerinin kopyaları yanında zamanın gerekliliklerine uygun olarak yapılan uyarlamalar da basılmıştır (Plett, vd. 2001: 673-674).

Rönesans ile reform hareketlerinin ortaya çıkardığı yeni retorik yöneliş, gramerin ve mantığın amaç ve ilkelerinden bazılarını içselleştirmek; skolastik felsefenin ve pedagojinin kesin yöntemleriyle mücadele etmek zorunda kalmıştır. Hümanistler için retorik yalnızca süslü konuşma değil, hakikatin ifade edilmesi ve kaynağıydı. "Hümanistler, müfredat programını, dil sanatlarıyla bütünleştirilmiş bir pratik programa çeken kapsamlı eğitim reformları oluşturdular." Rönesans döneminde Cicero ve Quintilianus'un etkisi ve İtalyan şehir devletlerinin sosyal ve politik şartları nedeniyle, oratorun hala önemli bir statüsü vardı. Rönesans retoriğinde, estetiğe fazla ilgili

oldukları için birçok hümaniste göre orator şairle eşit konumda duruyordu. Bu bakımdan Rönesans retoriği daha edebi bir nitelik taşımaktadır (Leff, 2002: 180-181). Rönesans döneminde orator eğitilmiş bir kişiyi temsil etmiştir. Buna göre, doğru/iyi bir orator, sosyal bilimlere hakim olmalı ve güzel konuşma konusunda çok yetenekli olmalıdır (Herrick, 2000: 165).

Retorik, Rönesans döneminde hem yazma ve ifade etme kuralları için bir tür yöntem, kendini geliştirme yolu hem yurttaşlıkla/kentle ve ticaretle ilgili karışıklıkları yönetme, hem de edebi metinler üzerinde çalışmak için eleştirel bir araç olmuştur (Herrick, 2000: 145).

17. yüzyılın sonları ile 18. yüzyılı kapsayan dönemde ortaya çıkan, Batı düşüncesinin gelişimini etkileyen en önemli dönüşüm olan Aydınlanma döneminin erken döneminde retorik hem bilginin keşfi hem de bilgi iletişimi olarak görülmüştür. Bu dönemde retorik kamusal rolünden çok bir kişisel gelişim aracı olarak daha özel bir ilgi alanına dönüşmüştür. Aydınlanmanın erken dönem düşünürlerinden biri olan Giambattista Vico,[14] retoriği tüm sanatların ve dünyayı anlamlandıran tüm insani formların temeli olarak görmüştür. İnsanlık tarihi ve insanın doğası üzerine odaklanan ve kesinlikler yerine ihtiyatlılık ve pratik argüman üzerinde duran düşünüre göre dil, insan tasavvurunun doğasında olan, anlamsızlıktan anlam yaratan, toplumu kuran retoriksel araçlarla meydana gelmiştir (Herrick, 2000: 171-173).

18. yüzyılda retorik teorisi, eğitimsel bir yaklaşımın öne çıktığı (Herrick, 2000: 175), birbiriyle örtüşen çok sayıda kategori içerir: kurulu geleneği takip eden biçimsel ve neoklasik çalışmalar, popüler konularda doğru ve güzel konuşma el kitapları, edebi eserlerin zarif bir şekilde seslendirilmesi hakkında edebi retorik, zihinsel becerileri çalıştıran klasik varsayımları yeniden tanımlayan epistemolojik retorik. Bu yüzyılda retorik üzerine en önemli çalışmalar, retoriksel durumlar ve tarihsel bölümler yaratan devrimci toplumsal değişikliklerin geleneksel toplumsal hiyerarşilere meydan okuması

[14] 1697 yılında Napoli'de retorik profesörü olan Giambattista Vico, Rönesans dönemi İtalyan hümanizminin mirasını devralmış, hukuk eğitimi almış, Aydınlanmanın erken döneminde yaşamış bir retorik düşünürüdür. Düşünürü, Aydınlanmanın erken döneminde yaşadığı ve Rönesansın hümanist mirasını devraldığı için tarihsel anlamda tam olarak Aydınlanma düşünürü ya da Rönesans düşünürü olarak sınıflandırmak zordur (Herrick, 2000: 171-173).

ve dünya imparatorluklarının kurulması sürecinde yayınlanmıştır. Aydınlanma döneminin başlıca retorik teorisyenleri, coşkulu konuşmalara mesafeli durmuşlar ve yeni bilgi filozoflarına başvurmuşlardır. Newton, Descartes, Bacon ve Locke'den etkilenmişler ve retorik üzerine çalışma bireysel deneyimin muhakemesi, doğru İngilizce'nin ilkeleri ve kendine hakim olabilme pratiğine dönüşmüştür (Miller, 2001: 227).

Bu dönemde retorik eğitiminde pek çok yönelim bulunmasına rağmen, güzel konuşmaya dayalı hareket ve edebi eserlere dayalı hareket olmak üzere başlıca iki yaklaşım bulunmaktadır. Güzel konuşmaya dayalı hareket, bireylerin kamusal davranışlarını iyileştirmek/arıtmak için ortaya çıkmıştır. Bu dönemde ortaya çıkan hızlı kentleşmeyle birlikte, yeni kent sakinleri, konuşma biçimlerindeki aksanlarını düzeltmek için retorik eğitimine başvurmuşlardır. 18. yüzyılda özellikle Britanya toplumu, dönemin diğer Avrupa toplumlarıyla kıyaslandığında bireyselliğin toplumsal gelişimine görece olarak açık bir toplumdu. Kahvehaneler, localar, özgür düşünme kulüpleri ve tartışma toplulukları, farklı toplumsal sınıflardan gelen bireyleri cezbetmişti. Bu topluluklarda bireyler, kendini ifade etmeye dönük olarak geliştirme imkanı bulmuştur. Ayrıca hukuk, politika ve din gibi alanlardaki uzmanlaşma arttıkça iyi kamusal konuşmaya dönük eğitimler de yaygınlık kazanmıştır. Edebi retorik hareketi de İngiliz edebiyatındaki gelişmeye paralel olarak ortaya çıkmıştır. Klasik gelenekteki sözel ikna için argüman geliştirme geleneği, yazılı ve metne dayalı söylemin alımlamasına yönelik bir eğitime dönüştür (Herrick, 2000: 176; 178).

18. yüzyıl retoriği konuşma pratikleri, mantık, edebiyat ve psikolojinin modern kavramları arasında dinamik bir etkileşimi ortaya çıkarmış; dönemin ahlak felsefesinden etkilenerek ortaya çıkan yurttaşlık retoriği (civic rhetoric) modern retoriğe en önemli katkıyı yapmıştır. Bu retorik anlayışına göre, güzel/etkili konuşma ortak bir yaşam için dinleyicileri harekete geçiren bir niteliğe sahiptir (Miller, 2001: 233). Bu dönemin önde gelen retorik teorisyenleri Thomas Sheridan etkili kamusal konuşma çalışmaları üzerine odaklanırken, Lord Kames ve Hugh Blair estetik, üslup, biçim gibi konulara odaklanmış, edebi retorik üzerine çalışmışlardır. George Campbell retoriğin insan zihninde nasıl ortaya çıktığı üzerine felsefi ve epistemolojik çalışmalar yapmış, Richard Whately ise pratik argüman üzerinde durmuştur (Herrick, 2000: 177-187).

2.1.2. Yeni retorik

2.1.2.1. Sosyal bilimlerde retoriğin yeniden önem kazanması

"Retoriğin tarihi uzun ve süreklidir (Leff, 2002: 171)." "Kökeni MÖ IV. yüzyıla uzanan retorik geleneği uzun tarihi boyunca çeşitli uğraklar ve kırılmalar yaşamış farklı retorik yaklaşımlarına tanıklık etmiştir" (Özdemir-Taştan, 2012: 5). 19. yüzyılda, konuşma düzenleme kurallarına karşı çıkan ve spontane ifade biçimlerini tercih eden Romantik Akımın etkisiyle, klasik retorik çalışmaları etkisini yitirmeye başlamış ve bu hareket, 20. yüzyılın başlarında devam etmiş ve yeni retorik çalışmaları ortaya çıkmıştır (Kennedy, 2001: 114).

Özdemir-Taştan (2012: 6-10), klasik retorik çalışmaları ile yeni retorik çalışmalarının birbiriyle olan devamlılık ilişkisini "tümülüs" metaforunu kullanarak açıklamaktadır. Buna göre, yeni retorik çalışmaları klasik geleneği çeşitli şekillerde eleştirirken bu geleneğin kavram ve araçlarını dönüştürerek kullandığı için retoriğin Antik Çağdan günümüze uzanan tarihi, Antik Yunan ve Roma dönemlerine kesitsel damarlarla bağlı bir tümülüsü andırmaktadır. Antik Çağda yurttaş eğitiminin temel bir öğesi haline gelen retorik, 20. yüzyıla yeni retorik teorilerinin doğuşuna kadarki süreçte kendisine ancak ince ve tali yollar bularak ilerlediği bir kümelenme görünümünde olmuştur. "Klasik dönemden sonra retoriğin hem insan varoluşunun hem de toplumsal yaşamın her yönüyle sürdürülmesinin merkezi bir öğesi olarak geri dönüşü için 20. yüzyılı beklemek gerekmiştir."

"Retoriğin uyanışı", "yeni retorik", "retoriğe dönüş" (Leff, 2002) ya da "retoriğin rönesansı" (Kennedy, 2001) gibi kavramlarla adlandırılan bu dönüşümle birlikte, retorik eleştirel ve yorumlayıcı bir yöntem olarak benimsenmiş ve kullanılmaya başlanmıştır (Gaonkar, 2002: 205).

Yeni retoriğin ortaya çıkmasını sağlayan bu dönüşüm hakim bilim paradigması olan pozitivizmin sosyal bilimler alanında etkisini yitirmesiyle aynı dönemde ortaya çıkmıştır. Anti-pozitivist bilim paradigmasının temeli Karl Popper'in neo-pozitivizmi ile atılmıştır. Popper pozitivizmin tümevarım sorununu "yanlışlama" ilkesi ile çözmeye çalışmıştır. Neo-pozitivist paradigmayı benimseyen Karl Popper'e (2012: 52-72) göre,

bilimsel araştırmalar dayandıkları teorilerin doğrulanmasına yönelik değil yanlışlanmasına yönelik olarak yapılmalıdır. Çünkü Popper'e göre, tümevarımsal olarak gerçekleştirilen bilim, bilim insanlarının teorilerini veya tahminlerini doğrulamaya hizmet etmektedir. Bir teorinin doğrulanması, ancak onu yanlışlama çabasının başarılı olmaması sonucudur. Popper'e göre, doğrulama olasılığa dayalı, yanlışlama ise mutlaktır. Popper'in tümevarım sorununu aşmasından sonra, bu defa bilimsel araştırmaların dayanağı üzerine sorular sorulmaya başlanmış ve Popper'in bu konuda verdiği cevapların yetersiz olması anti-pozitivist yaklaşımların ortaya çıkmasını sağlamıştır (Sunar, 2008: 94-95).

1960'lar ve 1970'lerde bilimin evrensel bilgiye ulaşma ve genellenebilir bilgi ortaya koyabileceği üzerine yapılan tartışmalar büyümüş ve bu varsayım sarsılmıştır. Özellikle Thomas Kuhn'un Bilimsel Devrimlerin Yapısı adlı eseriyle bu varsayımın geçersizliği açık biçimde ortaya konulmuştur (Kümbetoğlu, 2005: 26). Kuhn (2008: 153-154) bu eserinde, belli bir döneme hakim olan ve o dönemde olguları rakiplerine göre daha iyi açıklayan paradigmaların yerini yenilerinin almasıyla birlikte bilimsel devrimlerin gerçekleştiğini ortaya koymuştur. Tıpkı, Newton fiziğinin Einstein'in rölativite kuramıyla yıkılması gibi.

Bu gelişmelerle birlikte, hem doğa bilimleri hem sosyal bilimler için tek bilimsel yöntemin geçerli olduğunu kabul eden pozitivizme ilk karşı çıkan Peter Winch, toplumsal ilişkilerin nedensel değil anlamsal nitelik taşıdıklarını söyleyerek, toplumsal gerçekliğin evrensel değil, aksine bağlam-bağımlı, özgül bir gerçeklik olduğunu savunmuştur. Dolayısıyla buna göre, pozitivist nomolojik yöntemin toplumsal gerçekliği açıklayabilmesi mümkün değildir. Winch'den sonra birçok bilim insanı benzer görüşlerle pozitivist bilim anlayışına karşı çıkmıştır (Sunar, 2008: 109-110).

Sosyal bilimlerde hakim olmaya başlayan bu anti-pozitivist duruş "dilbilimsel dönemeç" (Maigret, 2012) olarak adlandırılan bir dönemi başlatmış ve belli bir süre ihmal edilen retorik teorisi yeniden değer kazanmış, ancak yeni retorikçiler retoriğin klasik geleneğinden de beslenerek anlamını genişletmişlerdir. Bu dönüşümün retorik teorisine etkisini üç alandaki gelişmelerin etkisi bağlamında gözlemlemek mümkündür. Bunlar; felsefe, dilbilim ve edebiyat çalışmalarındaki dönüşümlerin etkisidir (Campbell,

2001). “20. yüzyıldaki gelişme dil üzerine düşünmenin eski biçimlerinden kopuşu ifade eder. Dilin dünyadaki anlam haritalarını yansıtan, dünyayı olduğu gibi görmeyi sağlayan bir araç olmadığı bu yüzyılın başındaki ortak akademik yargıdır (Köker, 2005: 96-97).”

20. yüzyıldaki dilsel dönüşün başlangıcı olarak Wittengestein’ın 1922’de yayınlanan, Tractacus Logico-Philosophicus adlı eseri gösterilmektedir (Özdemir-Taştan, 2012: 11). Wittengstein’in “genç” döneminde, pozitivist paradigma perspektifi ile yazdığı eserinde, gerçeğin bir resmi olan dil aracılığıyla temsil edildiği, bu nedenle dilin yapısının dünyanın yapısına tekabül ettiğini, bir diğer ifade ile dil ile dünya arasında bir denklik ve özdeşlik ilişkisi olduğunu öne sürmüştür (Sunar, 2008: 88-89).

Nietzsche’nin “Retorik Üzerine Ders Notları”nda yaptığı retorik kavramsallaştırması, yeni retorik kavramsallaştırması için bir temel oluşturmuştur. Burada Nietzsche, dilin insanların toplumsal gerçekliklerinin inşası aracılığıyla temellendiğini öne sürmektedir. Bu notlar, retoriğin bir gerçeklik yaratımı ya da yorumbilimi (hermeneutik) olarak, eş deyişle, insanın kendisini ve yaşadığı dünyayı semboller aracılığıyla yorumladığı bir süreç olarak görülmesine ön ayak olmuştur (Campbell, 2001: 498-499).

Saussure’nin 20. yüzyılın başında geliştirdiği dilbilim yaklaşımı da dilsel dönüşün en önemli ayağıdır. Saussure’ün geliştirdiği dilbilim yaklaşımında “dilin felsefesiyle ve dilsel biçimlerin evrimiyle ilgilenmek yerine dili oluşturan öğeleri ve bu öğeler arasındaki ilişkileri çözümlemeyi” (Köker, 2005: 96) amaçlamıştır. Saussure’ye göre, “dil insanların dışında özerk kabul edilir, insanlara kendilerini dile getirme olanağı verdiği kadar, onları baskılayan bir toplum ürünüdür” (Maigret, 2012: 144). Dil bir göstergeler sistemidir, anlam dilin yapısının/sisteminin kendi içinde öğeleri arasındaki ilişkiler sonucu ortaya çıkmaktadır. Saussure’nin ardından Roland Barthes ve Umberto Eco semiyotik ve yapısalcı dilbilim çalışmalarını devam ettirmişlerdir (Campbell, 2001: 499).

Yapısalcı dilbilim çalışmalarının ardından, dilin özerk kabul edilmesine karşı çıkarak “dil ve kullanıcıları, söylemler ve bağlamları arasındaki ilişkileri” inceleyen pragmatik dilbilim çalışmaları ortaya çıkmıştır. “Pragmatik dönemeç”in ise en önemli temsilcileri Pierce (göstergeyi yorumlayana ve yorumlayıcıya bağlar) ve Wittgenstein’dir (Maigret,

2012: 154-155). Wittgenstein, Tractacus'ta savunduğu pozitivist dil teorisine bu kez Felsefi Soruşturmalar adlı eserinde itiraz eder. Wittgenstein'ın bu anti-pozitivist, pragmatik dil teorisine göre "dili insan yaratır; dil dışarıda varolan dünya ile bağımlı değildir. O halde, dil dünyanın resmi değil, bir etkinliktir." Dolayısıyla dil dünyaya değil, dünya dile bağımlıdır. Gösterilen göstereni değil, gösteren gösterileni belirler. "Sözcüklerin anlamı dil oyununun içindeki ilişkisel yerlerine bağlıdır" (Sunar, 2008: 104). Pragmatik dilbilim çalışmaları içinde devam eden, Austin ve Searle tarafından geliştirilen söz edimi kuramı, konuşmanın aynı zamanda bir eylem türü olduğunu ileri sürmüştür.

Norman Fairclough, Ruth Wodak, Teun Van Dijk gibi teorisyenlerin öncülük ettiği, metnin biçiminden ya da kullanılan sözcüklerden ziyade metnin arkasındaki ideolojik yapılara odaklanan, iktidar, ideoloji ve söylem arasındaki ilişkilerin eleştirel analizini yapan söylem analizi çalışmaları sosyal bilimlerde dile dönüşün bir diğer ayağını oluşturmuştur (Kienpointer, 2006: 458).

"Edebiyat teorisinde retorik çalışmaları için önemli olan anahtar gelişme ise yeni bir analiz anlayışının ortaya çıkması olmuştur." 1930'larda ortaya çıkan Rus Biçimciliği ve ABD'de ortaya çıkan Yeni Eleştiri temsilcileri, edebiyat çalışmalarında metnin kendisine odaklanmak gerektiğini savunmuşlardır (Özdemir-Taştan, 2012: 12).

Özdemir-Taştan, yeni retorik teorisinin oluşumuna etki eden bir diğer olgunun da "demokrasinin politik bir sistem olarak küresel ölçekte yaygınlaşması" olduğunu belirtmiştir (Özdemir-Taştan, 2012: 13). İki Dünya Savaşının gerçekleştiği yıllarda sosyal bilimciler topluluklar/gruplar arasında ve içinde, farklılıkları ortadan kaldırmadan, toplumsal bir mutabakatı/uyumu teşvik edebilecek kültürel biçim ve pratik arayışına girdiler. Yeni retorik teorisyenleri bu amaçla retoriğe dönüşü başlatarak, bu kültürel kurucu pratik için retoriğin anlamını genişlettiler (Gaonkar, 1993: 56).

Dilbilimciler ve filozofların anlamlandırma ve yorumlama kavrayışında, toplumsal uylaşım ve kültürel bilginin yaratılma aracı olarak dili merkezi önemde görmeleri nedeniyle, retorik önceki durumundan daha önemli bir çalışma alanı olarak görülmeye başlanmıştır (Campbell, 2001: 501). 20. yüzyıl boyunca retorik, yeniden, dil ve anlamın disiplinlerarası bir kuramı olarak gelişmeye başlamış; toplumsal bir davranış biçimi

olarak, anlamı belirleyen niyet ve yorumlamalar, argümanlar aracılığıyla oluşturulan bilgi, ideoloji ve iktidarın söylem aracılığıyla yayılması üzerinde duran kapsamlı bir dil teorisi olarak gelişmiştir (Bizzell ve Herzberg, 1990: 899).

Antik Çağın sözel kültüründe ortaya çıkan retorik teorisinden uzun yıllar sonra medya güdümlü toplumda dönüşerek ortaya çıkan yeni retorik, iletişimin tüm yeni biçimleri ile uğraşarak yeniden bir retoriksel sistem kurma girişiminde bulunmuştur (Larsen, 13326). Retoriksel dönüşün metadisipliner bir alanı kapsadığını belirten Gaonkar, klasik gelenekte retorik teorisinin üç alanla (eğitim, politika, edebiyat) sınırlı olduğunu hatırlatarak, retoriksel dönüşle birlikte yeni retorik teorisinin bu alanları yeniden tanımladığına işaret etmiştir. Gaonkar'a (1993: 62) göre, bu dönüşümle birlikte yeni retorik, retoriği eğitim, politika ve edebiyat içinde sınırlı bir alan olmaktan çıkararak, onları da içerecek ve kuracak şekilde genişletmiştir. Buna göre;

1. Retorik, klasik gelenekteki bireysel ve teknik eğitimi içeren pedagojik yaklaşım düşüncesinden "kurucu retoriğe" kaymıştır. Kurucu retorik yalnızca bireysel kişiliği biçimlendirmez, kültür ve toplulukları yaratır ve devam ettirir.
2. Retorik kendisini kurucu politik söylem olarak söylemsel bir enstrümana dönüştürmüştür. Bu dönüşüm, retorik, politika ve ideoloji arasında bir denklik düşüncesi aracılığıyla oluşmuştur. Buna göre; politik söylem, her zaman ideolojiktir ve ideoloji görece özerk sembolik bir sistem olarak retoriksel olarak kurulur/inşa edilir. Pek çok ideolojik işlev, örneğin, önyargılar, özel çıkarların genel çıkarlar altında maskelenmesi, çokanlamlı politik kavramların (örneğin, hukukun üstünlüğü, kamu çıkarı, eşitlik,..) iyi/övücü ya da kötü/yerici kavramlar altında isimlendirilmesi retoriksel yapıları göstermektedir. Dilin çokanlamlılığına karşıt olarak, retoriğin kaynakları egemen ideolojik anlamlar tarafından sabitlenmişse, retoriksel analizin ve eleştirinin başvurması gereken yol, bu anlamları açmak ve çözümlemek/açığa çıkarmaktır. Bu eleştirel çerçevede, retoriksel yapıların ideolojik olarak politik söylemi nasıl harekete geçirdiği ortaya çıkarılmaya çalışılır.
3. Mecazlar ve kelime figürleri gibi biçimsel dil sistemleri klasik retorik teorisinin aksine, edebi kullanımda değil gündelik/sıradan dilde de aranır (Gaonkar, 1993: 59-60).

Retoriksel dönüşe önemli bir başka katkıyı da ABD ile Batı Avrupa'da yaygınlaşan konuşma iletişimi (speech communication) bölümleri yapmıştır. 19. yüzyılın sonları ile 20. yüzyılın başlarında açılmaya başlayan konuşma iletişimi bölümlerinde iletişim ikna, kamusal konuşma, argümantasyon konularında etkili iletişim becerilerine dayalı uzmanlık bilgisi verilmiş, aynı zamanda konuşmacılar üzerine biyografik ve tarihsel çalışmalar yapılmıştır (Bizzell ve Herzberg, 1990: 900; Campbell, 2001: 504; Gaonkar, 1993: 53).

Özetle, yeni retorik, dilbilim, felsefe ve edebiyat teorisinde meydana gelen entelektüel gelişmelerden etkilenerek klasik geleneğin yeniden tanımlanması ve diriltilmesi ile ortaya çıkmıştır. Yeni retoriğin kuramlaştırılması ve pratiği klasik geleneğe bir karşılık olarak ve ondan kaynaklanarak geliştirilmiştir. Yeni retoriği klasik retorik kuramsallaştırmasından ayıran, birbiriyle ilişkili değişimler şöyle sıralanabilir: konuşmacının buluşundan söylemin alıcısının yorumlamasına; konuşmacı üzerine tarihsel ve biyografik çalışmalardan metinlerin yakın okumasına (close reading); tek bir metnin yorumlanmasından söylem bütününün eleştirisine ve retoriğin sözel olarak yapılan konuşma biçiminde kavramsallaştırılmasından insani olarak yaşadığımız dünyayı nasıl inşa ettiğimizi açıklayan sembolik eylem olarak yeniden kavramsallaştırılmasına. Sonuç olarak retorik düşüncesi ve etki ettiği alanlar genişlemiştir. Bu değişimler ayrıca, roman ve şiirden, sözel olarak yapılan konuşmalardan ve sözel olmayan, görsel semboller ve ritüellere kadar tüm söylem biçimlerinde retoriksel eleştirinin gelişmesini sağlamıştır. (Campbell, 2001: 498-499).

Bu gelişmeler sonucunda yeni retorik alanı büyük bir çeşitlilik göstermeye başlamıştır. Yeni retorik, coşkulu ve gürültülü bir alan olan kampanya mitinglerinden kamu yönetim binalarındaki en kasvetli tartışmalara; sağlam ikna edici konuşmalardan karar vermeye yardımcı olan bilgilendirici söylemlere ve rekabet halindeki tutkulu konuşmalardan neyin yasal ve ahlaki olarak doğru olduğunu yargılayan ve eleştiren yansıtıcı durumlara kadar sıralanmaktadır. Alan, basın haberleri ve yorumlamalarından sembol yüklü kamusal törenlere, toplumsal hareketlerin ateşli konuşmalarından özel çıkar gruplarının savunuculuklarına, televizyonda yayınlanan ulusa sesleniş konuşmalarından bir seçmenin öz-düşünmesine ve politik konuşmalardan yerel okul toplantılarına kadar çeşitlidir. (Bitzer, 1981: 238).

Bizzell ve Herzberg (1990), 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarında Avrupa ve Amerika'da açılan konuşma iletişimi bölümlerindeki retoriğe olan pratik ilginin, teorik olarak dönemin sosyal bilimler anlayışı çerçevesinde gelişmeye başlaması; 20. yüzyılın başlarında sosyal bilimlerde ortaya çıkan dil felsefesi ve dilbilim çalışmaları; aynı dönemde felsefe ve edebiyat çalışmalarında anlam üzerine odaklanma gibi gelişmelerin etkisiyle oluşan yeni retorik teorisini tarihsel anlamda iki dönemde incelemişlerdir. Bunlardan ilki 1945-1965 yılları arasını kapsayan dönemdeki edebiyat, mantık, hukuk ve etik alanındaki teorisyenlerin çalışmalarını; ikincisi 1965'ten sonra gelişen dönemdeki söylem, bilgi ve iktidar üzerine gerçekleştirilen çalışmaları kapsamaktadır. Bu çalışmada da yeni retoriğin gelişimi bu tarihsel sınıflandırma kullanılarak anlatılacaktır.

2.1.2.2. 1945-1965 arası: İlk çalışmalar

20. yüzyıl ortalarında dil ve sembollerin üzerine odaklanan yeni retorik belirgin ve ayırıcı bir karakteristiğe bürünmüştür; her tür söyleme yakın okuma (close reading) yapılmış, filolojik, biyografik ve tarihsel analizler yapılmış, protesto retoriği ve grupların ve hareketlerin retoriği üzerine çalışmalar gelişmeye başlamıştır (Campbell, 2001: 508). 1945-1965 yılları arasında edebiyat, mantık, etik ve hukuk alanından araştırmacıların yaptıkları çalışmalar yeni retorik teorisinin başlangıcını yapmıştır. Bu çalışmaların temel konuları argümantasyon, dinleyici, durum, drama ve insanın sembolik anlam dünyası olmuştur. Bu başlangıcı ilk gerçekleştiren, yeni retorik teorisinin oluşumuna en büyük katkıyı yapan Kenneth Burke'nin 1945 ve 1950 yıllarında yazdığı Güdülerin Grameri (Grammar of Motives) ve Güdülerin Retoriği (Rhetoric of Motives) adlı çalışmalarıdır.

Burke, bu eserlerinde tüm söylem biçimlerini retoriksel analizin bir nesnesi olarak ele almış ve güdüleri etkileyen söylem biçimlerini ortaya çıkarmayı sağlayan çok sayıda yöntem ve kavram geliştirmiştir. Burke, Hitler'in ikna teknikleri, İkinci Dünya Savaşı süresince tarafların propaganda faaliyetleri ve savaş sonrası dönemde reklamcıların kullandığı taktikler üzerine odaklanmıştır (Bizzell ve Herzberg, 1990: 900). Birinci ve İkinci Dünya Savaşı dönemlerinde yaşamış bir düşünür olarak Burke, insanların fiziksel olarak değil de sözle savaşabileceğini göstermeye çalışmış, bu nedenle retoriği çalışma

alanı olarak seçmiştir (Warnock, 2000: 77). Burke'nin yazdıkları büyük etki uyandırmış, insan bilimlerinde "retoriksel dönüş" olarak adlandırılmıştır (Simons, 2004: 155). Farklı alanlardan (sosyoloji, edebiyat, gazetecilik ve konuşma iletişimi) etkilenerek disiplinlerarası bir yaklaşım geliştiren Burke'nin retorik eleştirisi, söylemin doğruluk ya da yanlışlığı yerine, söylemin ve sembollerin işlevlerine odaklanmıştır. Buna göre retorik eleştirisinin görevi, bir retoriğin dünyayı yorumlama biçimlerini ve ne tür sembolik işleyişleri olduğunu açıklamak ve böylelikle, ötekileri, dünyayı benzer adlandırmalar içinde görmeye davet etme biçimlerini yorumlamaktır. Dolayısıyla retorik alanı tüm sembolik eylemleri içerecek biçimde genişlemektedir (Campbell, 2001: 503).

Burke'nin retorik teorisinin temelinde insanın ve dilin doğası hakkındaki görüşleri vardır. Burke'ye göre, insan sembol kullanan bir varlıktır (Burke, 1966). Bilincinin açık olduğu her anda bir anlam ve sembol dünyasıyla karşı karşıya olan "insan, kendine ördüğü bu anlam ağı içerisinde aralıksız durum tanımlaması yapar, kendisinin ve başkalarının eylemlerini yorumlar, anlamlandırır ve bu anlamlar temelinde eylemler gerçekleştirir" (Çebi, 2008: 185). Burke'ye göre bu anlam ağı içerisinde tüm kavram ve semboller, dünyayı algıladığımız bir tür filtre olmaya başlar (terministic screens) (Herrick, 2000: 227). Burke'ye göre, her kavram ya da tüm dil kullanımı ve kelime seçimleri bazı gerçekliklerin seçilip bazılarının dışarıda bırakılması sonucu oluşan bir gerçeklik temsilidir. Dolayısıyla insanın dil kullanımındaki bu süzgeçten geçirme işlemini Burke "kavramsallaştırma süzgeci" (terministic screens) olarak adlandırmıştır (Burke, 1966: 45).

Burke, bu görüşlerinden yola çıkarak bir sembolik eylem kuramı geliştirmiş; dili bir eylem ve performans olarak tanımlamıştır. Buna göre, eylem ve hareket ayrımı yapan düşünür, eylemin sembolik, hareketin ise hayvani nitelikli; eylemin bilinçli, hareketin bilinçsizce yapıldığını söylemiştir (Burke, 1969a).

> "Sembolik eylem kuramı; insanı sembol kullanan bir varlık olarak ele alır. Dili gerçekliği yansıtma aracı olmaktan çok, insan güdülerinin belirlediği sembolik bir eylem biçimi olarak tanımlar. İnsanların gündelik hayatın çeşitli ortamlarında gerçekleştirdiği sembolik eylemler sözlü ya da yazılı

> kültürel pratikler içinden anlamlara aracılık eder, gerçekliği tanımlar ve inşa eder. Sembolik eylemlerin gerçekleştirdiği bir başka zemin de kültürdür. Kültür, insanların kendilerine ördüğü sembolik bir anlam ağı, paylaşılan sembol ve anlam sistemleridir. İnsanları belirlemekten çok, sembolik eylemleri anlama ve yorumlama yeteneğiyle donatır. Dil pratikleri biçiminde ortaya koyulan sembolik eylemlere iliştirilen anlamların etkileşimi, dolaşımı, müzakeresi ve değiş tokuşuna aracılık eder" (Çebi, 2008: 185).

Burke, bir metafor olarak insanın doğası ve iletişim kurma arzusu ile retoriğin spesifik bir insani motivasyon olduğu inancı üzerine dramatizasyon kavramını kurmuştur (Warnock, 2000: 83-84). Eylem olarak dili analiz etmek için dramatizasyon beş kavramla ilişkili tanımlanır: Eylem, sahne, eyleyen/aktör, eylemlilik/araç ve amaç (Burke, 1969a: xv). Buna göre, tüm söylemler bu beş kavramdan oluşan sembolik bir oyundur (drama) (Campbell, 2001: 503). Dramatizasyon kavramı, "insanların seyircilerini etkilemeye yönelik olarak sembolik dil oyunları sergilediğini anlatmak amacıyla" kullanılmıştır (Çebi, 2008: 195). Dramatizasyonu oluşturan bu beş kavram, insani güdüleri anlamanın bir aracıdır. Güdüler insan yaşamını ve insani etkileşimi stratejik ve amaçlı/kasıtlı/bilinçli, yani, retoriksel yapar (Herrick, 2000: 228).

Burke, sembolik eylem olarak tanımladığı dilin aynı zamanda retoriksel olduğunu da ifade eder. Dil, yalnızca doğruları, deneyimleri ya da fikir/düşünceleri aktarmaz. Daha ziyade, bize bazı şeylere bakmamızı bazı şeyleri ise görmezden gelmemizi dikte eder. Herhangi bir kavram seti bir nesne, olay ya da kişiyi tanımlarken/tanımlarını kullanırken aynı anda bazı faktörlere ve ötekilerden uzaklığına dikkat çekilir. Dolayısıyla, dil bütünüyle doğası gereği retoriksel ya da stratejiktir (Herrick, 2000: 227).

Burke, Güdülerin Grameri adlı çalışmasında geliştirdiği sembolik eylem kuramının ardından, Güdülerin Retoriği adlı çalışmasında retoriğin alanını genişletmiş ve retoriğin anlamını ikna etmeden özdeşleştirmeye kaydırmıştır (Gaonkar, 2002: 201). Özdeşleşme kavramı, Burke'nin retorik teorisinde anahtar kavramdır, çünkü ikna için yazar ve okuyucu ya da konuşmacı ve dinleyici arasında işbirliği olmazsa olmazdır (Warnock,

2000: 81). Burke, Freud'un özdeşleşme, Marx'ın yabancılaşma kavramlarından esinlenerek, sembol kullanımlarının insan ilişkilerini nasıl yönettiğini dikkate almış; klasik gelenekteki önermesel retorik anlayışın aksine, özdeşleşme kavramı ile birleşme ve bölünmenin "biz" ve "onlar" arasındaki retoriksel bir çekişme üzerinde gerçekleştiğini öne sürmüştür (Heath, 2006: 375).

Burke, özdeşleşme kavramı ile retoriksel güdülerin çoğu zaman farkına varılmadan ya da belli bir düşünceyle ilişkili olarak nasıl ortaya çıktığını göstererek yeni retorik alanının sınırlarını çizer. Özdeşleşme, dolaylı olarak bölünmüşlük göstergeleriyle aynı göstergelere sahiptir. Özdeşleşme, bölünmüşlük/ayrılık var olduğu için vardır; bölünmenin tam tersidir ve bölünmeyi telafi edicidir. Konuşmacı, topluluklar arasındaki ayrılıklardan yola çıkarak belli bir topluluğu birleştirir ve dinleyiciyi biçimsel özdeşleştirmeler kullanarak ikna eder. Konuşmacının ikna davranışları, dinleyicinin kendisini konuşmacının ilgi alanları/ilgileri/çıkarları ile özdeşleştirmesini amaçlamaktadır; konuşmacı kendisi ile dinleyici arasında uyum kurarak ilgilerin özdeşleşmesini sağlamaya çalışır (1969b: xiii; 22; 46). Dolayısıyla, dili birlikte hareket etme aracı olarak kullanan insanlar, özdeşleşme yoluyla kendilerini yöneten ve insan ilişkilerini şekillendiren çeşitli kolektif kimlikler geliştirir (Heath, 2006: 376).

Burke'ye göre retorik, insanları ve onların içinde bulundukları bağlamlarını ya da durumlarını biçimlendiren ve değiştiren sembolleri kullanarak, kendimizi ve topluluklarımızı tanımladığımız sembolik anlamlar; sembolleri yorumlama durumu/unsuru olarak anlamın doğası ve insani güdü ve eylemi anlamamıza yardımcı olur (Herrick, 2000: 225).

Burke'nin sembolik eylem ve dilin önemine olan vurgusu retoriğin etki alanını argümanlardan, paylaşılan/ortak anlamlar olarak sembolik eyleme çekmektedir. Buna göre, "yeni retorik" sembollerin ötekileri kolektif bir teşebbüste bulunmaya davet ettiği ve onları içerdiği dilbilimsel özdeşleştirme kaynaklarına odaklanmaktadır. Aksine klasik retorik, iknaya ya da ötekileri etkilemek için girişilen bilinçli ve amaçlı çabalara odaklanmaktadır (Campbell, 2001: 504). Dolayısıyla Burke'ye göre retorik, hem belli bir topluluk içindeki uyumu yaratan hem de topluluklar/gruplar arasındaki

bölünmeleri/ayrılıkları koruyan ideolojik özdeşleşmenin sembolik anlamlarını araştırmalıdır (Bizzell ve Herzberg, 1990: 900).

Yeni retorik teorisinin başlıca ilgi alanlarından bir diğeri de argümanlardır (Herrick, 2000: 217). Argümantasyon üzerine çalışan retorik teorisyenleri, "rasyonel anlatım krizine mantık, rasyonel konuşma ve argümantasyon üzerine yürüttükleri tartışmalarla yanıt vermeye çalışmış, bu tartışmalarda alternatif bir düşünce, konuşma ve tartışma yolu olarak retoriğe yönelmişlerdir" (Özdemir-Taştan, 2012: 65).

Belçikalı hukuk filozofu Perelman ile Olbretchts-Tyteca, 1958'de yazdıkları Yeni Retorik: Argümantasyon Üzerine Bir İnceleme (The New Rhetoric: A Treatise On Argumentation) adlı eserlerinde, retoriğin inançlara gerekçeler bulma yolu önerdiğini tartışmışlardır. Burke gibi Perelman da retoriği kapsamlı bir argüman ve ikna teorisi ve rasyonaliteye başvuran ideolojik desteklemeleri ortaya çıkarmak için kullanılabilecek analitik bir araç olarak görmüştür. Perelman da bilgi yaratan bir retoriksel bakışı ileri sürmüştür; bu bilgiler grupların içinde paylaşılan kanılar ve inançların argümanları aracılığıyla ortaya çıkmaktadır (Bizzell ve Herzberg, 1990: 901).

Burke'nin ardından Perelman'ın katkısı retoriğin temel fonksiyonlarını genişletmiştir. Perelman, retoriği teori ve pratik olarak, politik ve diğer insani alanlarda ve ayrıca bilimlerde dinleyiciyi inandırmayı ve onu ikna etmeyi amaçlayan tüm argümantasyonlar biçiminde kavramaktadır (Bitzer, 1981: 226). Ahlaki iddiaların, değerler üzerinde çok az uzlaşının olduğu bir kültürde nasıl rasyonel olarak kanıtlanabileceği üzerine düşünen Perelman ve Olbrechts-Tyteca, araştırmanın değerlerden bağımsız olması gerektiği fikrine karşı çıkarak, moral/ahlaki bilginin farklı türden bir bilgi olduğunu varsaymışlar ve yeni retoriği bir argümantasyon teorisi olarak sunmuşlardır (Herrick, 2000: 197; McGee ve Lyne, 2002: 237). Dolayısıyla Perelman ve Olbretchts-Tyteca, formel mantığın akıl yürütme biçimleri dışında değerler alanındaki akıl yürütme biçimleri üzerine düşünmüşlerdir.

Perelman ve Olbretchts-Tyteca, retorik teorisinde argümantasyon ve dinleyici üzerine daha spesifik olarak düşünmüşlerdir (Herrick, 2000: 197). Perelman'a (1982: 5) göre;

> klasik retoriğin aksine yeni retorik, herhangi türden bir dinleyici kitlesine, kamusal bir meydandaki bir kalabalığa ya da bir uzmanlar topluluğuna, tek bir kişiye ya da tüm insanlığa seslenen söylem ile ilgilenir. Yeni retoriğin muhakeme analizi formel olarak doğru olan çıkarım ya da az ya da çok mekanik hesaplamalarla sınırlı değildir. Yeni argümantasyon teorisi, seslenilen dinleyici kitlesini ve konu her ne olursa olsun iknayı ve kanaat oluşturmayı amaçlayan tüm söylem türlerini kapsar.

Buradan hareketle Perelman, "rasyonel ispatlama" ile "retorik argümantasyon" (Özdemir-Taştan, 2012: 68) arasındaki farkı açıklamaktadır:

> Doğru bir ispatlama açık/kesin biçimde yapılandırılmış sistemler içinde düzenlenen kuralarla uygulanırken, argümantasyon tam aksine olağan bir dilden ortaya çıkar. Argümantasyonun amacı, verili öncüllerden sonuçlar çıkarmak değil, bir dinleyici kitlesinin rızası/onayı için kendilerine sunulan tezlerin, onların taraftar olmasını veya bağlılıklarının artmasını sağlamasıdır (Perelman, 1982: 9).

Böylece retorik, iç içe geçmiş olan dinleyici ve argümantasyon kavramlarından ayrılamaz. Perelman ve Olbretchs-Tyteca'nın retorik teorisini anlayabilmek için dinleyici teorisine bakmak gereklidir. Dinleyici onların teorisinde -fikirlerin aleni olarak test edilmesi yoluyla- konuşmacıyla eşit rol oynamaktadır (Herrick, 2000: 197). Öyle ki, konuşmacı seslendiği dinleyiciyle kurmak zorunda olduğu bağ nedeniyle konuşma/metin dinleyiciye uyumlu biçimde geliştirilir.

Perelman, her kanıtlamanın inandırmaya çalıştığı ya da seslendiği bir dinleyici kitlesi olduğu için istediği teze katılmada seçme özgürlüğüne sahip bir dinleyici kitlesinin benimsediği varsayılan ya da geliştirilmesi istenen öncüllerden yararlanabilecek tezleri bilmenin çok önemli olduğunu, bu nedenle konuşmacının dinleyici kitlesinin düşünce ve inançları hakkında bilgi edinmek ve bunları düşünmek durumunda olduğunu belirtmektedir (Perelman, 1986-1987: 704-705). Perelman ve Olbretcths-Tyteca'ya göre üç tür dinleyici vardır;

1. Evrensel dinleyici; kısmi ve kişisel eğilimleri aşan akla yatkın/makul argümanların olası denemeleriyle geliştirilir.
2. Tek/bir muhatap/konuşulan kişi; konuşmacının diyalog içinde olduğu/seslendiği kişi ya da gruptur.
3. Konuşmacının özbenliği (subject himself); konuşmacının kendisi ile müzakere etmesi ya da eylemleri için kendisini gerekçe olarak göstermesidir (Perelman ve Olbretchs-Tyteca, 1971: 30).

Evrensel dinleyici, belirli bir argümana karşılık verebilecek, rasyonel bireylerden oluşan hayal edilmiş dinleyicilerdir. Perelman ve Olbretcths-Tyteca evrensel dinleyici kitlesini, tüm zamanlarda geçerli mantıklı/makul insanlardan oluşan ve herhangi belirli bir dinleyici kitlesinin yargıları ve sınırlarına bağımlı olmayan muhayyel bir dinleyici kitlesi olarak tanımlamışlardır. Belirli dinleyici kitlesi ya da tek bir dinleyici, konuşmacının doğrudan seslendiği bir grubu ya da kişiyi kapsayan dinleyici kitlesidir. Aynı zamanda bir argümanın titizlikle eleştiri süzgecinden geçirilerek evrensel dinleyici kitlesi için bir test niteliği taşıyabilir. Dinleyici olarak özbenlik, kişinin karşısındaki kişi ya da kişileri ikna etmek ya da rakibini yenmek için kendi argümanı üzerinde kendi kendine konuşmasıdır. Bu süreç aynı zamanda argüman bulma ya da yaratma sürecidir (Herrick, 2000: 199-200).

Perelman ve Olbretcths-Tyteca'ya göre tüm retoriksel dinleyiciler, hem evrensel hem özel/belirli olarak inşa edilmektedir, konuşmacı olgu, gerçek ve ihtimaller alanlarında dönüştürmeyi ve güçlendirmeyi/desteklemeyi, daha sonra da değerler alanında dönüşüm ve pekiştirme/sağlamlaştırmayı amaçlamaktadır (Gross ve Dearin, 2010: 31).

İngiliz filozof Stephen Toulmin de 1958'de yayınlanan Argüman Kullanımları (The Uses of Argumantation) adlı çalışmasında pratik argümantasyon üzerinde durmuştur. Argümanları analiz etmek için bir şema oluşturan Toulmin'e göre, bilgi genellikle bir inanç ve ikna işlevidir (Bizzell ve Herzberg, 1990: 901).

"Analitik argüman karşısında pratik akıl ve pratik argüman"ı savunan Toulmin (Özdemir-Taştan, 2012: 73) felsefi uslamlama/muhakemenin pratik, belirsiz ve olasılıklı konular yerine ideal ve kesinliği olan konulara yaslanmasını eleştirmektedir (Hill, 2000: 333). Toulmin (2003), Argüman Kullanımları'nda formel mantığın doğruyu

kurmada olasılıklı argümandan daha üstün görülmemesi gerektiğini savunmuştur. Toulmin'in amacı, kesinliği olmayan hukuk, ahlak gibi alanlardaki, hatta bilimde bile, argümanlara formel mantığın katı yaklaşımını genişletmektir. Buna göre, mantığın klasik yöntemleri bu alanlara uygulanamaz. Toulmin'e göre "gerçek/hakikat" bir topluluğun inandığı şeye göre belirlenerek geliştirilen kriterlere bağlı olan sosyal bir fenomendir (Bizzell ve Herzberg, 1990: 914-915).

Toulmin de Perelman gibi retoriksel bir mantık anlayışını benimsemiş ve herhangi bir argümanın geçtiği bağlam ya da durumu ve argümanların tarihsel, hatta antropolojik değişkenlerinin sistematik mantık çerçevesinde değerlendirilemeyeceğini söylemektedir. Toulmin'in retoriğe bir diğer önemli katkısı da argümantasyon analizi için yeni bir model geliştirmesidir (Hill, 2000: 332).

Toulmin, argüman geliştirmek için iki tür/grup standartlar olduğunu söylemektedir. Bunlar, alan-bağımlı (field-dependent) standartlar ile alan-değişimsiz (field-invariant) standartlardır. Alan-bağımlı standartlar, geliştirilen argümanların belirli bir alanla ilişkili olduğu standartlar; alan-değişimsiz stadartlar ise alan ne olursa olsun ya da alan dikkate alınmaksızın argümanların geliştirildiği standartlardır. Toulmin, argümanların özelliklerinin farklı alanlara göre değişiklik gösterebileceğini, dolayısıyla argümanların "alan-bağımlı" olduğunu söylemektedir (Toulmin, 2003: 15-21).

Toulmin "formel olarak geçerli bir yönteme dayanan, içinde bulunduğu alanı dikkate almayan" (114), dolayısıyla "meşrulaştırıcı" (justificatory) bir işlev gören (Hill, 2000: 333) analitik argümanların üç unsura dayalı olarak geliştirildiğini söylemektedir. Bunlar; iddia, veri ve gerekçedir. Toulmin (2003: 92), analitik argümanı şöyle örneklemiştir: "Harry Bermuda'da doğmuştur (Veri). Bermuda'da doğan biri İngiliz vatandaşı olur (Gerekçe). Öyleyse Harry İngiliz vatandaşıdır (İddia)." Analitik argümanın aksine, somut/pratik argüman, totolojik yöntemle istenilen sonuca ulaşmayı amaçlamaz (116). Toulmin modeline, somut argüman ile, analitik argümanın unsurlarını genişleten üç unsur daha eklemiştir. Bunlar; nitelendirici, çürütücü delil ve destektir. Toulmin (2003: 97), analitik argüman için verdiği örneği, somut argüman için genişleterek devam ettirmiştir: "Harry Bermuda'da doğmuştur (Veri). Şu yasal hüküm ve düzenlemelere göre:... (Destek), Bermuda'da doğan biri İngiliz vatandaşı olur

(Gerekçe). Dolayısıyla, büyük ihtimalle (Nitelendirici), Eğer Harry'nin anne ve babası yabancı değilse/örneğin Amerikan vatandaşı değilse (Çürütücü delil), Harry İngiliz vatandaşıdır (İddia)."

Perelman ve Olbrecths-Tyteca'nın çalışması gibi Toulmin'in çalışması da argüman alanını canlandırma, pratik gerekçelendirmeler bulma ve kamusal müzakere için uygun konuşma biçimleri bulma sorunları üzerinde durmaktadır (Campbell, 2001: 507). Toulmin'in önerdiği "bu argüman düzeni modeli iletişim ve retorik akademisyenleri tarafından ilgiyle karşılanmış ve ikna süreçlerinin analizinde kullanılmıştır" (Özdemir-Taştan, 2012: 75).

20. yüzyılın ikinci yarısının başlangıcında yeni retorik teorisine bir başka katkıyı da Amerikalı retorik teorisyeni Richard Weaver yapmıştır. Weaver, 1963'te yayınlanan "Dil Söylevdir" (Language is Sermonic) isimli makalesinde, değerden bağımsız/değer yargısız bir ifade/söyleyiş olmadığını savunmuştur. Bu görüşe göre, tüm ifadeler/söyleyişler, salt bir dünya görüşünün doğruluğunu/üstünlüğünü içerdiği ve ötekilere doğru ya da değerli olarak sunulduğu için retorikseldir (Bizzell ve Herzberg, 1990: 901).

Bu dört teorisyenin çalışmaları (Burke, Perelman, Toulmin ve Weaver), konuşma ve yazma, sanat ve bilim, gerekçe ve argüman içinde, neredeyse tüm dil kullanım örneklerini içerecek şekilde retoriğin alanını genişletmiştir (Bizzell ve Herzberg, 1990: 901). Retoriğin amacı, ikna ile sınırlı olmaktan çıkıp her türlü anlam üretimine ve her tür sembolik eyleme yayılmış; insanların anlaşabilmek için ortaklıklar kurabilme çabalarında soyut ve evrensel kategoriler yerine gündelik sorunlara uygun ve sağduyudan beslenen retoriksel mantığın önemi ortaya çıkmıştır (Özdemir-Taştan, 2012: 29; 75).

2.1.2.3. 1965'ten sonra retorik çalışmalarının genişlemesi

20. yüzyılın ikinci yarısının başlarında, retoriğin alanının genişlemesi, anlamının ikna tekniklerinden özdeşleşmeye kayması, hayatın somut, pratik sorunlarına yönelik konularla ilgilenmesi, dinleyicinin verili/belirlenmiş ikna edilmesi gereken bir öğe olmaktan çıkıp konuşmacıyla aynı derecede önem kazanmaya başlamasını takiben,

yüzyılın 1960'larla beraber ortaya çıkan siyasal ve toplumsal gelişmeler yeni retorik teorisinin gelişimini de etkilemiştir. 1965'ten itibaren radikal politik hareketlerin ve buna bağlı olarak radikal dil teorisinin eşliğinde sosyal bilimlerde söylem, bilgi ve ideoloji odaklı çalışmalar retorik teorisine önemli bir katkı yapmıştır.

1960'lar protestolar çağı olmuştur. 1950'lerde başlayarak yeni enerji kaynakları için otobüs boykotları, bisiklet sürme özgürlüğü, oturma eylemleri gibi sivil hak eylemleri; Martin Luther King'in eşitlik söylemleri, Malcom X'in argümanları ve çağrıları gibi olaylar klasik eleştiri biçimleri ile retoriği analiz etmeyi zorlaştırmıştır (Campbell, 2001: 506). 1960'ların sonlarına doğru ortaya çıkan yeni toplumsal hareketler retorik teorisinde "faillerin çoğullaşmasını" (Özdemir-Taştan, 2012) sağlamıştır. Zira, klasik retorik geleneğinde retoriğin failleri olarak konuşmacı ve dinleyiciler beyaz, erkek yurttaşlar olmuş, retorik teorisi klasik gelenekte hep eril bir fenomen olmuştur (Özdemir-Taştan, 2012; Kennedy, 2001: 93). 1960'ların hak mücadelesi veren farklı toplumsal kesimleri, politik hareketleri (kadınlar, siyahiler, vb.) ile birlikte retorik toplumsal hareketlerin/toplulukların söylemleri için kullanılan bir çalışma alanı olarak da kabul edilmeye başlanmıştır (Bizzell ve Herzberg, 1990: 902).

Toplumsal hareketlerin etkisiyle retorik çalışmalarında konuşmacı ve dinleyici öznelerinin kalabalıklaşması ile birlikte "retorik araştırmacıları üstün ve yetenekli erkek bireylerin retoriği yerine farklı toplumsal kesimden aktivistlerin ve örgütlü grupların retoriğini ve bu retoriklerin yöneldiği 'dinleyiciler' olarak sistem, devlet, tüm ulus ve diğer gruplarla etkileşimini incelemeye başlamışlardır" (Özdemir-Taştan, 2012: 48-49).

Retoriğin 1965'ten itibaren olan gelişiminde, öncelikle yeni retoriğin ilk çalışmalarını takip eden bir yaklaşımla, klasik geleneğin aksine retoriğin üretildiği bağlama ve duruma odaklanan Bitzer'in retoriksel durum teorisine değinmek gerekir. Bitzer'e göre retorik durumsaldır. Bu sadece bir konuşmanın geçtiği yerdeki bağlamsal kavrayış demek değildir. Bağlamsal anlam insani iletişimin genel bir koşuludur ve retoriksel durumla aynı anlamda değildir. Retorik, konuşmacı, dinleyici, konu ve iletişimsel amacın etkileşiminden oluşan bir ortamda ortaya çıkar. Retoriksel söylem, kendisini oluşturan/meydana getiren/üreten durumdan retoriksel bir karakter temin eder (1999: 218).

Bitzer'e göre, bir söylemin/retoriğin ortaya çıkmasını sağlayan bir takım gereklilikler/ihtiyaçlar söz konusudur. Buradan hareketle Bitzer, bir durumun retoriksel olmasının anlamını şöyle özetlemiştir: retorik söylem bir duruma karşılık olarak, bir diğer deyişle, bir soruya cevap olarak ya da bir soruna çözüm olarak ortaya çıkar; bir konuşmaya durum tarafından retorik mana yüklenir; bir sorunun, bir cevabın gerekli bir koşulu olarak ortaya çıkması gibi retoriksel durum, retoriksel söylemin gerekli bir koşulu olarak ortaya çıkar; bir durum kendi gerçekliğini değiştirmeye meyilli bir söylemi ürettiği zaman ve söylem onu davet eden bir duruma uyan bir cevap olarak işlev gördüğü zaman retorikseldir; dolayısıyla durum bir ihtiyaca karşılık olarak ortaya çıkan retoriksel yanıtı belirler (1999: 219).

Bitzer (1999), retoriksel durumların 3 bileşeni olduğunu belirtmiştir. Bunlar; gereklilik/ihtiyaç/zorunluluk, dinleyici ve sınırlamalardır. Bir gereklilik/ihtiyaç/zorunluluk değişiklik yaratmaya meyilli olduğunda ya da değişiklik söylem gerektirdiğinde durum retoriksel olur. Retoriksel dinleyici, söylemden etkilenmeye meyilli olan ve değişimin aracısı olan insanlardan oluşur. Gereklilik ve dinleyicinin yanında, her retoriksel durum, durumun bir parçası olan kişileri, olayları, nesneleri ve ilişkileri oluşturan bir takım sınırlamalar içerir. Bitzer, Aristo'nun artistik ve artistik olmayan kanıtlamalar sınıflamasından yola çıkarak, iki temel sınırlılık belirtir. Bunlar; retorun kendisinden ve metotlarından kaynaklanan sınırlılıklar ile durumdan kaynaklanan, operatif sınırlamalardır. Ayrıca, bir retoriksel durum içinde bu sınıflamaya uymayan başka sınırlamalar da vardır. Sınırlılıkları/sınırlamaları oluşturan durumlar şunlar olabilir: tarih (geçmiş olaylar, gelenekler, vb.), halk/topluluk, güncel olaylar, bilinen olaylar, değerler ve inançlar, söylemsel düzenler, yazılı dokümanlar (anlaşmalar, mektuplar, vb.), yönetimsel dokümanlar (İncil/kutsal kitap, Anayasa, vb.), fiziksel konum ve diğer önemli ekonomik, toplumsal ve kültürel unsurlar (Jasinski, 2001: 695).

Bu üç bileşen –gereklilik, dinleyici, kısıtlama- retoriksel bir durumla ilgili her şeyi içerir. Retoriksel durumlar basit ya da komplike ve daha çok ya da daha az düzenlenmiş/kurgulanmış yapılar içerebilir. Bir durum, örneğin bir seçim kampanyası, etkileşim içinde pek çok unsuru bünyesinde barındırdığından komplikedir (Bitzer, 1999: 224). Bitzer'e göre, belirli bir tür duruma karşılık niteliğinde bir söylem olan retorik ve

retoriksel durum teorisi retoriksel olayların büyük bir çeşitlilik içinde olduğunu gösteren güçlü bir araçtır (Herrick, 2000: 232-233).

Bu başlık altında anılması gereken bir diğer isim Ernest Bormann'dır. Bormann, geliştirdiği "fantezi teması analizi"nde politik kampanyalar ve toplumsal hareketlerin ikna çalışmalarını retoriksel vizyon içinde keşfetmeye ve analiz etmeye çalışmıştır. Bormann'a göre, bir retoriksel vizyonun ortaya çıkışı "yeni" kavramıyla dizinlenir; yeni bir etiket yeni tanımlayıcı kavramlar gibi (Bormann, 1973: 143-144). Bormann'a göre, büyük grupları kapsayıcı sembolik inşalar, imgesel retorik dil aracılığıyla paylaşılan fantezilerle inşa edilir (2001: 697).

Çağdaş retorik eleştirisi ile sembolik yakınsama teorisinin bir birleşimi olarak fantezi teması analizinin temel özellikleri şunlardır: 1. Kolektif bilinç, grup bağlılığı ve karar vermede imgesel (imaginative) dilin fonksiyonlarına odaklanır; 2. Dinleyicinin arkaplanda içinde olduğu iletişim paradigmasını getirir. Bu paradigma öncelikle konuşmacı, konuşma, dinleyici ve ortam/durumdur. Zaman içinde, dinleyici aslında kaybolur ve metindeki vurgu değişir; 3. Kolektivitelerin içindeki iletişimin çalışıldığı toplumsal bir yaklaşımdır; 4. Fantezi vurgusu hem kurgusal olmayan (gerçekler) hem de kurgusal imgeler (fanteziler) üzerine komplike bir analiz yapılmasına izin verir (2001: 699).

Bormann'ın teorisinin asıl çıkış noktası ise dinleyici, kanal/araç ya da durum değil, mesajdır. Bormann'a göre, mesaj dramatik formdadır; kahramanlar, hainler, senaryolar ve sahnelerle doludur. Bormann, geniş bir grup insanın ortak paylaştıkları drama ya da vizyonlar ve drama içeren eyleme geçmek için gerekli olan motivasyon, duygu ve anlamlandırmaları tartışmıştır, dolayısıyla çalışmasının amacı kişiler değil mesajdır (Cragan ve Shields, 1977: 274).

Anlatı analizi yaklaşımını geliştiren Walter R. Fisher da retoriksel durumların dört türünden bahseder: onaylama, ortaya çıkan bir imajla ilgilenme; yeniden onaylama, bir imajı canlandırmakla uğraşma; arındırma, bir imajı iyileştirme/düzenleme ve yıkma, bir imajın altını oyma. Fisher'ın yaklaşımında retoriksel söylemlerin temel özellikleri şöyledir: 1. Retoriksel söylemin varlığı, bir kişinin tavır ve eyleme yönelmek için giriştiği sembolik ikna çabalarını gerektirir. Retoriksel söylem, konuyla ilgili tüm diğer

sav ve önerilerle ilişkili olarak bir tema ya da bir tezi ifade eder. Retoriksel söylem, kesinliği olmayan verili bir olayda birinin nasıl düşüneceği, nasıl hissedeceği ve nasıl davranacağını söyleyen bir öneridir. 2. Retoriksel söylem, dünyanın değer yönelimli bir yorumlamasını içeren bir imaj yaratır. Retoriksel söylem yalnızca bir konuya bakış açısı önerisi değil, aynı zamanda dinleyiciler için bir kavrayışa işaret eder. 3. Retoriksel kompozisyon bir gerçek-kurgu (real-fiction) üretimi olarak karakterize edilebilir. Retoriksel iletişim hem asıl konu hem de amacın içindeki gerçeklik ile ilgilidir. 4. Retoriksel söylem unsurları bir sav, öneri ya da sebep olarak ifade edilebilen bir hayat imajını etkiler. Bu imaj bir kişi, bir takım idealler, bir durum, bir zaman ya da bir yer/mekan olabilir (Fisher, 1970: 131-132).

Retoriği bir anlatı olarak ele alan Fisher, "rasyonel dünya paradigması" ile "anlatı paradigması" olarak bir ayrım yapmıştır. Rasyonel dünya paradigmasına göre, 1) İnsanlar özünde rasyonel varlıklardır; 2) İnsanın paradigmatik karar verme ve iletişim biçimi argümandır – açık çıkarımsal türde ya da imalı yapıdaki söylemler; 3) Argüman yürütme durumların etkileri ile yönetilir – hukuksal, bilimsel, kanuni, kamusal vb.; 4) Rasyonalite, argümantatif yetenek ve ustalık verili alanın kuralları içinde çalışır; 5) Dünya uygun analiz ve argümantatif bir inşa olarak gerekçe kullanımı olan bir çeşit mantıksal puzzle/bilmecedir. Kısaca, insanlığın anlam üretimi ve süreci olarak argüman, insanların amaçlarına ulaşmada bilme ve farkına varma araçlarının tümüdür. Rasyonel dünya paradigmasının felsefi alanı epistemolojidir. Linguistik araçları da aşikar/açık önermeler, göstergeler ve kanıtlardır -kesin ve muhtemel bilgilerin sözel ifadesi (Fisher, 1989: 59-60).

Fisher, insanın doğasına ilişkin "politik insan", "ekonomik insan", "araç kullanan insan", "psikolojik insan", vb. gibi pek çok metaforik tanımlamaya bir yenisini eklemektedir; "anlatan insan" (homo narrans). Fisher, tüm diğer metaforların ustalık metaforu olduğunu, anlatının ise bir tasvir olduğunu söylemiştir: bir tür insani etkileşim –bir aktivite, bir sanat, bir tür ya da bir çeşit ifade biçimi. Homo narrans, Burke'nin insanı sembol kullanan hayvan olarak tanımlaması kapsamındadır. İnsanın hikaye anlatıcısı olarak konumlandırılması tüm sembol düzenlemelerinin türü ile ilgilidir. Anlatı paradigmasının temel önermeleri şunlardır: 1) İnsanlar özünde hikaye anlatıcısıdır; 2) İnsanın paradigmatik karar verme ve iletişim biçimi durumların, türlerin

ve medya iletişimin birçok biçimi içindeki "haklı gerekçeler"dir; 3) Haklı gerekçeler üretimi ve pratiği kültür tarafından belirlenir; 4) Rasyonalite, kişileri anlatan varlık olarak belirler; 5) Yaşadığımız dünya yeniden yaratımın bir devamlılık süreci içinde birçok hikayeden oluşur, yaşamak için bunların arasından seçim yaparız. Kısaca, haklı/makul gerekçeler hikayelerin nesnesi/özüdür, bunun anlamı insanın muhakeme yapan-değerlendiren hayvan olarak doğasını fark etmesidir. Anlatı paradigmasının felsefi alanı ontolojidir. Anlatı paradigmasının araçları da toplumsal gerçekliğin iletişimsel ifadesi olarak semboller, özdeşleşme göstergeleri ve makul gerekçelerdir (Fisher, 1989: 62-65). Anlatı paradigması, argümanların anlatıların bir parçası olduğunu ve tüm anlatıların analiz edilebilen ve değerlendirilebilen rasyonel bir yapısı olduğunu savunur (Herrick, 2000: 240).

1965'ten sonra, ilk dönem argümantasyon çalışmalarını takip eden Grassi ise retoriksel dil ile rasyonel konuşma ya da dil arasındaki farklılıkları tartışmıştır. Retoriksel konuşma hazır, tümdengelimli/çıkarımsal ya da kanıtlayıcı olmayan, aydınlatıcı, salt gösterici/belirtici; aynı zamanda mecazlı, metaforik ve etkileyici niteliktedir. Tümdengelimli/çıkarımsal ve kanıtlayıcı olan rasyonel konuşma ise etkileyici nitelikten yoksundur ve imajlardan ziyade mantıksal çıkarımlar sunmaya çalışır ve tümdengelimli mantık dışında başka ikna yolları aramaz. Retoriksel konuşma doğrudan insanların bildikleri ve dünyayı inşa ettikleri duyumsal imgelere dayanır. İmgesel ya da retoriksel dil –metaforda somutlaşan- insanların bu orijinal mesajları elde etmelerine ve onların kullanıldığı dili yorumlamalarına izin verir. Bunun aksine, rasyonel dil deneyimlere dayanarak olaylar dizisi hakkında açıklama yapabilir. Rasyonel konuşma ile retoriksel konuşma arasındaki bir diğer farklılık, genellenebilirlik derecesi ve birbirleri ile iç içe geçmesidir. Retoriksel konuşma her zaman belirli/özel bir olay ya da duruma angaje olurken, rasyonel konuşma evrensel ve genellenebilir olanla ilgilenir. Retoriksel konuşma belirli bir zaman ve durumda ortaya çıkan konularla ilgilenirken, bilimsel konuşma evrensel olarak açıklanabilecek fenomenlerin bir özeti olan unsurlarla ilgilenir. Retoriksel konuşma, rasyonel konuşmanın içermediği spesifik imgelerle duygusal bir özdeşleme sağlamaya çalışır (Foss, Foss ve Trapp, 2002: 69-70).

Metafor, Grasssi'nin retorik sisteminin kurulmasını sağlar çünkü sembollerin kullanılabilir hale gelmesinde gerekli/esas yetenek/yapabilirlik sürecini kapsar. Metafor

dilin kendisinin temel sürecidir: Dilin kullanımı bir eylemi temsil eden bir sembol inşa eder. Metafor insan düşüncesi ve konuşmasında öncelik kurmasının ardından, Grassi retoriksel dilin rasyonel konuşmadan öncelikli olduğunu/önde geldiğini iddia eder. Retoriksel konuşma, imgesel (imagistic), tümevarımsal ve anlatımcı/dışavurumcu ve orjinal/özgün bağlantı, ilişki ya da kavrayışı yapma ya da görmeye dayanır. Rasyonel konuşma, tersine, tümdengelimci ve mantıksal göstergeler yoluyla sonuçlanır. Rasyonel konuşma öncüllerle başlayan ve soru sormayan kapalı bir sistemdir (Foss, 2000: 186-187).

Gaonkar (2002: 205-206), retoriği genel bir söylem teorisi olarak ya da metin analizlerinde bir eleştiri aracı olarak gören 20. yüzyılın ikinci yarısındaki retoriğe açık dönüşün yanında bir de zımni dönüş olduğunu belirtmiştir. Buna göre, anti-pozitivist bilim paradigmasından, yorumsamacı sosyal bilime ve ideoloji ve iktidar çalışmalarına kadar ortaya çıkan yaklaşımları retoriğe zımni dönüş olarak sınıflandırmak mümkündür. Bu dönemde dile olan ilgi, bireylerin ve grupların iktidar/güç kazanmak için ikna edici söylem ve stratejilere olan ilgisinin canlanmasına yol açmıştır (Herrick, 246). Burada, retorik tarihi ya da yeni retorik teorisini anlatan kaynakların (Bizzell ve Herzberg, 1990; Herrick; 2000; Baliff ve Moran, 2000; Foss, Foss ve Trapp, 2002; Ratcliffe, 2010), yeni retorik teorisi ile ilişkilendirerek, ortak olarak yer verdiği, sosyal bilimler açısından yüzyılın en önemli düşünürleri arasında yer alan Habermas, Derrida ve Foucault'un görüşlerine yer verilecektir.

Habermas, retorik üzerine spesifik olarak çalışmamıştır. Habermas da diğer büyük Avrupalı düşünürler gibi 2. Dünya Savaşının büyük/yıkıcı etkilerine şahit olmuş ve demokrasiyi onarma girişimlerine dahil olarak, retorik teorisyenlerinin ilgilendiği üç anahtar kavram geliştirmiştir; rasyonalitenin eleştirisi, ideal konuşma durumu ve iletişimsel eylem. Pür rasyonel ya da tarafsız/amaçsız bir insan uğraşı olmadığını belirten düşünür, rasyonalite yolunda tartışmacı (argumentative) bir diyalog kurmuştur. Ona göre her alan, o alanın uygun bulduğu standartlara göre kendi tartışma ya da diyalog biçimi içinde meselelerini/ifadelerini test etmelidir (Herrick, 2000: 205-206).

Habermas'ın iletişim ve dilin sorunları konusundaki görüşlerinin temelinde esas olarak iki düşünce bulunur: Bunlar; tüm beşeri dilsel iletişimin, (herhangi bir dili kullanan)

tüm konuşmacılar tarafından zımni olarak yapılan "gerçeklik-iddiaları" ihtiva ettiği ve dilin kullanımında ya da doğasında olduğu varsayılan bir "ideal konuşma durumu" düşüncesidir (Giddens, 1997: 163).

Perelman ve Olbrecths-Tyteca'nın ve özellikle Toulmin'in argümantasyon çalışmalarını izleyen Habermas, argümantasyona dayalı bir "rasyonel uzlaşım"/"iletişimsel rasyonellik" ve buna bağlı bir "ideal konuşma durumu" geliştirmiştir. Toulmin'in analitik ve pratik argüman sınıflamasına benzer olarak, Habermas (2001: 47), argümantasyonun mantığını şöyle açıklamaktadır: "Biçimsel mantıkta olduğu gibi anlamsal birimler (tümceler) arasındaki içsel, tümdengelimli bağlantılara değil, argümanların oluşturulduğu pragmatik birimler (söz eylemleri) arasındaki içsel, tümdengelimli olmayan ilişkilerle bağlantılıdır. Bu mantık kimi zaman *'biçimsel olmayan mantık'* adıyla karşımıza çıkar." Düşünüre göre, "bir önermenin ya da bir eylemin 'rasyonel' olduğunu söylemek, önermenin ya da eylemin, prensipte, argümantasyon prosedürleriyle doğrulanabileceğini iddia etmektir" (Giddens, 1997: 169).

Habermas'a göre, bir kimse başka birine bir şey söylediğinde, zımni –ya da bazen açık-olarak, söylenilen şeyin idrak edilebilir, diğerlerince anlaşılabilir olan bir "anlam" ortaya çıkaran; olgusal iddialara dayalı olan önermesel (propositional) içeriği doğru olan bir şey olduğunu ve söylediği şeyde samimi olduğunu iddia eder (Giddens, 1997: 164). Argümantasyonun genel iletişimsel gerekliliklerini ideal bir konuşma durumunun gereklilikleri olarak göstermeye çalışan Habermas, tahrip edilmemiş iletişim (konuşmacının tüm geçerlilik iddialarını savunabilecekleri dil kullanımı) için konuşmacının dinleyici karşısında öne sürebileceği, söylenilen şeyin anlamlı, doğru, doğrulanmış ve samimi olduğu biçiminde dört geçerlilik iddiası bulunduğunu söylemiştir (Habermas, 2001: 49-63; Giddens, 1997: 164-165).

Bu dört geçerlilik iddiasından yalnızca ikinci ve üçüncüsünün, yani doğrulanabilirlik ve samimiliğin gerçekte, -söylediği şeye sözel olarak mükellef olan konuşmacı tarafından- söylemde savunulabileceğini ileri sürmüştür. Bu noktada, düşünürü ideal konuşma durumuna yönelten doğruluk kuramını özetlemek yerinde olacaktır. Habermas için, "doğruluk", dil-kullanımında ihtiva edilen önermesel iddiaların bir niteliği, önermelerin

olgusal içeriğine atfedilen bir geçerlilik-iddiasıdır. Konuşmacı "doğruluk" ve bununla ilişkili kavramlara yalnızca söz konusu iddianın başka bir kimse tarafından sorgulandığı zamanlarda, başka bir ifadeyle, olgusal tartışmalarda başvurur. Bir şeyin doğru olduğu yalnızca, böyle bir argümantasyon süreciyle ilişki içinde, olgusal kanıtla ve mantıksal argümanla desteklenerek anlaşılabilir. Dolayısıyla doğruluk, rasyonel bir uzlaşımın öncülüdür (Giddens,1997: 166-167).

Böylelikle, düşünür için doğruluk nosyonu, argümanlar için, tüm ilgili kanıtların ortaya konabildiği ve mantıksal, akla dayalı argüman dışında iddia edilmesinin mümkün olduğu şartlar altındaki tahminlere bağlı olduğu anlamına gelir. Habermas'ın ideal konuşma durumu dediği şartlara göre, "bir ideal konuşma durumu, (konuşmaya) katılan kimselerin kanıt ve argüman ortaya koymasına engel olan hiçbir harici zorlamanın olmadığı ve her bir kimsenin tartışmaya katılmada eşit ve açık bir şansa sahip olduğu bir konuşma durumudur" (Giddens, 1997: 168).

> Açıkça, toplumsal etkileşim ve iletişimin birçok gerçek şartı, bunun gibi değildir. Öyleyse, bir ideal konuşma durumuna bir hayli önem atfetmenin amacı nedir? Bu soruya iki yönlü bir cevap verilebilir. Birincisi, Habermas için ideal konuşma durumu keyfi olarak oluşturulmuş bir ideal değildir. Dilin doğasında asli olarak vardır. Dili kullanan herkes bu yolla, doğruluk iddiası da dahil, dört geçerlilik-iddiasını doğrulayabileceğini varsayar. Tekil bir konuşma, bireylerin bir diğeriyle özgür, açık ve eşit bir iletişimde yaşayabileceği bir toplumsal hayat biçiminin olasılığına dayanır. İkincisi, durum böyle olunca, ideal konuşma durumunun, etkileşim ve toplumsal kurumların hali hazırda var olan biçimlerinin yetersizliğine ilişkin eleştirel bir ölçüt sağladığı ortaya çıkar. İster geleneğin etkisine isterse de iktidarın ya da egemenliğin kullanımına dayansın, herhangi bir uzlaşım, rasyonel bir uzlaşımdan sapan (bir uzlaşım) olarak açıklanacaktır (Giddens, 1997: 168-169).

Gaonkar'ın ifadesiyle retoriğe zımni dönüş bağlamında değerlendirilen, 20. yüzyıldaki dil, kültür ve iktidar arasındaki ilişkileri merkeze alan entelektüel hareketi derinden etkileyen iki düşünür Derrida ve Foucault'un çalışmalarında da retorik spesifik olarak

yer almaz. Bizzell ve Herzberg (1990: 902), teorilerini retoriksel olarak değil felsefi olarak geliştiren Derrida ve Faoucault'un retorik teorisiyle ilişkilendirilmesinin nedenini düşünürlerin konumlarının felsefe ile retorik arasındaki asırlık çatışmada retoriksel tarafa uygun olduğunu öne sürmüşlerdir. Zira, felsefe her zaman mutlak doğru hakkında bilgiyi çözümlemeye çalışıp ve dili doğru iletişim ya da doğruyu bozan bir araç olarak değerlendirirken, retorik insani ilişkiler içindeki olasılıklı bilgi ve rızanın keşfedilmekten ziyade yaratıldığı üzerinde durmuştur. Bu çatışmada, Foucault ve Derrida'nın bakış açıları açık bir şekilde retoriksel olmasa da, kesin olarak anti-felsefidir.

Bu iki düşünür, iktidarın doğası, bilginin kaynakları ve toplumsal yaşamın yapıları gibi konular üzerine çalışmışlardır (Herrick, 2000: 246). Foucault, Kelimeler ve Şeyler (2006) ve Bilginin Arkeolojisi'nde (2014) bilginin söylem tarafından yaratıldığını savunmuş ve söylemin toplumsal pratikleri kontrol etme mekanizması ve bilginin denetimi aracılığıyla kurumsal iktidarın korunması olarak anlaşılması gerektiğini belirtmiştir.

19. yüzyılda başlayan rasyonalite krizinin izini süren Foucault, neyin hakikat olarak sayılacağının bir topluluğun söylemsel pratikleri tarafından belirlendiğini öne süren Nietzche'yi takip ederek, bilginin esasen söylem tarafından inşa edildiğini ileri sürmüştür. Belirli ifadelerin doğru halini alması Foucault'a göre, bilginin kullanımı ve kontrolünü elinde bulunduran toplumsal kurumların aralarındaki karmaşık iletişim ve iktidar ilişkilerinin sonucudur. Foucault bilgi yorumlama ve açıklama için disiplin tekniklerini, otoriteler olarak güvenilir konuşmacıların onaylanmasını incelemiştir. Bu bakış açısından söylem, bilginin şeffaf taşıyıcısı, serbest bir ifade sistemi ve onun içinde şekillenen bağımsız etkileşimler değildir (Bizzell ve Herzberg, 1990: 916). Dolayısıyla, düşünüre göre "yapılması gereken şey, söylemleri bir işaret (içeriğe ya da temsillere bağlı bulunan anlamlı öğelerin) bütünü olarak değil de, kendilerinden söz ettikleri nesneleri sistematik bir biçimde oluşturan uygulamalar olarak incelemekten ibarettir" (Foucault, 2014: 65).

Pek çok retorik teorisyeni, retoriğin epistemolojik statüsü konusunda da Foucault'un katkısını yazmıştır. Ancak bu katkı bir parçalanma olarak önemlidir. Retorikçiler,

felsefi bir soru olarak, retorikle bilgi ilişkisini sorgulamışlardır. Ancak Foucault, bu soruyu genişleterek, söylem-bilgi ilişkisini tarihsel bir soru olarak ele alır (Blair, 1995: 155). Dili bizi eyleme yönelten durumlarımızın bir kavrayışı olarak ele alan Foucault (Herrick, 2000: 254), iktidar kavramını incelerken, iktidar uygulamasından bahsedebilmek için çeşitli ilişkiler, açık stratejiler ve rasyonel teknikler üzerinde durur. Foucault, çağdaş toplumda iktidar kavramını yeniden tanımlayarak retorik ve iktidar arasında bir ilişki olduğunu öne sürer. Ona göre iktidar, bir kişinin diğeri üzerinde kurduğu bir tahakküm değil, uygun/elverişli koşullar oluştuğunda biri ya da kolektif bir insan topluluğu tarafından diğerine uygulanabilme kapasitesi ya da bazı belirli şeylerdir (Foss, Foss ve Trapp, 2002: 369).

Derrida ise iletişimle, iknayla ya da söylem yapısıyla bile ilgilenmemiştir. Dildışı hiçbir bilginin olmadığını söyleyen Derrida, bu bakış açısıyla Foucault'a yakındır. Ancak Foucault'dan dili, kendisini ve göndergesel olmasını aşan biçimde ele almasıyla farklılaşır (Bizzell ve Herzberg, 1990: 917). Derrida'ya göre, insanlık tüm dilin self-refleksif ve ideolojik olduğu sembolik fanteziler, kurgular ve anlatıların içinde inşa edilmiş bir dünyada bulunmaktadır. Bu sembolik kuşatılmışlığı insani inşanın yaratıcılığını kutlamaktan çok, Derrida bu inşaları gösterge (dil), gösterilen (gerçeklik) ve gösteren (insan) arasındaki dinamik ve açık bir ilişki olan "retoriksel imalat" (rhetorical fabrication) olarak değerlendirmektedir (Chesebro, 1995: 178). Anlamın bir linguistik gönderge olduğu düşüncesinin bir yanılgı olduğunu belirten Derrida'ya göre (2002) metin, görünürde olan göndergesinden uzaklaşarak durumundan ve yazarının niyetinden uzaklaşır. Derrida'nın yapısöküm (deconstruction) yöntemi, "metinlerin tutarlılığını ve inandırıcılığını baltalayan farkına varılmamış karşıtlıkları ya da ikili gerilimleri ortaya çıkarmak için metinlerin eleştirel okumalarını yapan yaklaşımlardan biridir" (Hoy, 1997: 74). Yapısöküm, insan iletişimi için bir değerlendirme şeması sunmaz. Onun yöntemi daha minimalisttir ve temel olarak insanların iletişim kurma biçimleri üzerine alternatif ve rakip bakış açıları önerir. Yapısökümcüler için herhangi bir dilsel sistem, göndergesel olmaktan ziyade ideolojiktir. Eğer bir retoriksel eleştiri sosyokültürel ve politik tersine çevirme üzerine odaklanmak istiyorsa, yapısöküm böyle sonuçlar için bir şema sağlar (Chesebro, 1995: 198).

Derrida, merkezi düşünceler ya da tezler üzerinde değil, birçok yorumcunun gözardı ettiği marjinal metaforlar ve retoriksel aygıtlar üzerinde durur. Metni okumayı mümkün kılmayı amaçlayan yorumcuların tersine, Derrida onu okumayı olanaksız kılmak ister. Metnin mesajını kurmada başarılı olduğunu varsaymaz. Bunun yerine, Derrida'nın stratejisi, metnin bir etkide bulunmadığını göstermektir. Kısacası, Derrida metnin anlamını yeniden kurmaz; fakat onun yerine onu söker (deconstruct). Sökme (deconstruction), yalnızca, metnin işe yararlığına dair nasıl bir duygu verdiğini açığa çıkarmaz, fakat aynı zamanda bu yanılsamayı kasıtlı olarak devam ettiren retoriksel aygıtlara sahip olduğu bulunabildiği sürece, metnin kendisine karşı nasıl işe yaradığını da açığa çıkarır. Bir metin, belki de bir mesaj ileten, fakat daha genel bir biçimde kendine dışsal olan tutarlı bir bütün olmada başarılı olmuşsa işe yarayacaktır. Sökme, bir eserin temsil etmedeki başarısızlığını ve içkin olarak da herhangi benzeri bir eser tarafından ya da herhangi benzeri bir metin tarafından karşılaştırılabilir başarısızlığının olası olduğunu gösterir (Hoy, 1997: 59-60).

Derrida, retorik hakkındaki düşüncelerimize yeni bir boyut eklemiştir, her birimizin anlamlandırmanın "çeşitli ağları içine gömülü" olduğumuza, yazılanın niyeti/amacı ile uyumlu olmayabileceğimize dikkat çekmiştir. Bu bakımdan yapısöküm teorisi çağdaş retorik teorisyenleri tarafından ilgiyle karşılanmıştır. Peki Derrida'nın yaklaşımı retorikle nasıl ilişkilidir? Retorik bize metinlerin kasıtlı yapılarını gösterirken, Derrida ve yapısöküm herhangi bir yazılı metinde tam/eksiksiz, kasıtlı ya da bilinçli olarak anlamları kontrol edebilen bir yazar olmadığını gösterir. Bu anlamda, "yapısöküm, retorik geleneğinin bir karşı-versiyonu ya da, belki, retorik içindeki yeni bir yolun en ileri boyutudur" (Herrick, 2000: 255-258).

1965'ten sonraki dönemde, feminist araştırmacıların da retorik teorisine katkılarından söz etmek gerekir. Bu dönemde feministler hem tarihteki kadın retorları inceleyen çalışmalar yapmış hem de 1960 ve 1970'lerde aktif olan ikinci dalga feminist hareketin retoriğine dair araştırmalar yapmışlardır. "Bu araştırmalar retoriğin aktif özneleri olarak kadın örgütlerinin geliştirdiği yeni stratejileri ve iletişim anlayışlarını ve bu anlayışın ardında yatan konuşmacı-dinleyici ilişkisine dair geleneksel retorikten farklılaşan perspektifleri de retorik çalışmalarına katmıştır" (Özdemir-Taştan, 2012: 48).

Bu dönemde kadınlar, toplumsal bir grup olarak kendi dil kullanımlarını incelemişlerdir. 1970'lerin ortalarından itibaren, çeşitli araştırmacılar kadınların ve erkeklerin dil kullanımlarındaki farklılıklara odaklanmışlardır. H. Cixous, J. Kristeva gibi araştırmacıların çalışmalarında retoriksel analiz, ikna aracılığıyla bilgi yaratan retoriksel eylem olarak işlev görmüştür (Bizzell ve Herzberg, 1990: 902). Feminist araştırmacılar özellikle, eleştirel bir yöntem olarak Foucault ve Derrida'yı takip etmişlerdir (Herrick, 2000: 261).

Feminist retorik, kadın savunuculuğu, ataerkil yapıların analizi, kadınlara özgü iletişim biçimleri, kadınların dil kullanımları ve kadınların retorik tarihini yeniden inşa etmeyi, kadınların retoriksel pratiklerini değerlendirmeyi ve kadınların retor/konuşmacı olarak karşılaştıkları özel/belirli durumlara ilişkin eleştirel yöntemler geliştirmeyi kapsar (Campbell, 2001: 301).

Feninist araştırmacılar, retorik tarihine erkeklerin hakim olmasına karşı çıkarak kadınların kendi konuşma ve bilme yolları ve dolayısıyla kendi retorikleri üzerine odaklanmış ve bunun üzerine çalışmalar yapmışlardır. Örneğin Sonja Foss, feminist eleştiriyi destekleyen, toplumsal cinsiyetin retorikle bağlantısı hakkında iki varsayımdan bahsetmiştir: 1) Kadınların deneyimleri erkeklerinkinden farklıdır. 2) Kadınların sesi dil kullanımları içinde duyulamamaktadır. Foss'a göre, retoriksel süreçlerle ilgili "evrensellik" iddiası taşıyan pek çok araştırma erkeklerin deneyimleri hakkındadır. Foss'a göre, feminist eleştiri var olan retorik teorisine kadın bakış açısını eklemeden daha çok, bir toplumsal cinsiyet perspektifi ile geliştirilmediği için retorik geleneğinin kuramsal inançlarına/doktrinlerine meydan okumaktadır (Herrick, 2000: 261-262). Zira feminist retorik araştırmacılarına göre, retorik teorisi içindeki bazı kalıplaşmış nitelikler (rasyonel argüman, tartışma ustalığı, vb.), geleneksel olarak toplumda erkeklikle ilişkilendirilen niteliklerdir. Toplumsal cinsiyet, konuşmacının karakteri (ethos) alımlamayı etkileyen unsurlardan biri olduğu için iknayı yönlendirmektedir. Dolayısıyla bir kadının güvenilir olabilmesi için, her şeyden önce seslendiği topluluğun normlarının kadınlık normlarına uyumlu olması gerekir (Campbell, 2001: 303-304).

Feminist retorik teorisyenleri, sistematik olarak retoriksel güce ulaşması engellenen her tür toplumsal grubun retoriksel pratikleriyle de ilgilenmiştir. Örneğin, Karlyn Kohrs Campbell, bu grupları güçlendirmeye motive edecek olan retoriksel tekniklerin farklı olduğunu savunmuştur. Campbell, ezilen gruplara bilinç kazandırmak (bilinç-yükseltme) için etkili iletişim teknikleri kullanılması gerektiğini belirtmiştir. Böylece feminist perspektif, kadın olmayanları da içerecek biçimde toplumsal ve entelektüel bir gündemi olan bir retorik yönelimi olarak alanını genişletmiştir (Herrick, 2000: 263).

Feminist retorik, 1960'lı yıllarda radikal feminist kanadın oluşturduğu kadınların küçük özgürleşme grupları olan bilinç-yükseltme grupları olarak bilinen gruplarda bir iletişim biçimi de geliştirmiştir. Bu küçük gruplarda kadınlar sistemsel sorunlardan ayrılan özel sorunlarını, kişisel deneyimlerini paylaşmışlardır. Burada katılımcılar, yaşadıkları bu sorunları, kişisel zorluklar ya da karaktere bağlı olarak gelişen sorunlar olarak görmekten ortak problemler olarak görmeye başlamışlardır. Bu bilinç-yükseltme grupları kadınların retor-dinleyici ilişkisine ilişkin stratejik olarak retoriksel bir tarz edinmelerine yol açmıştır. Burada kendi kişisel deneyimlerini paylaşan kadınlar ortak akıl yürütme ile argümanlarını tümevarımsal olarak geliştirmişler ve burada kadınlar otorite değil, birbirlerinin eşiti olmuşlardır (Campbell, 2001: 305). Böylece feminist retoriksel perspektif, retoriği ikna edici bir süreç olarak görmekten uzaklaşmıştır. Foss ve Griffin, ikna yerine "davetsel retorik" demişlerdir buna; bu görüşe göre, bir kaynak tarafından ikna edilme gerekliliği ya da varsayımı kabul edilmez. Dinleyicinin hemen ikna olabileceği/değişime ihtiyaç duyabileceği fikrine karşı çıkılır. Davetsel perspektif, konuşmacı ve dinleyici arasında daha eşitlikçi, konuşmanın özünde/doğasında var olan öz-belirlenimcilik temelinde bir ilişki yaratmıştır (Herrick, 2000: 265).

Herrick (2000), yeni retorik teorisini üç yönelim başlığı altında anlatmıştır. Herrick'in bu sınıflaması çağdaş retorik teorisini özetlemek için işlevsel niteliktedir. Bunlar; *argüman, dinleyici ve bilim odaklı çalışmalar*; *retoriksel durum, drama/oyun ve anlatı odaklı çalışmalar* ve *söylem, iktidar ve toplumsal eleştiri odaklı çalışmalar*dır. İlkinde, Toulmin, Perelman, Grassi ve Habermas, gündelik argümanların mantıksal yapılarını açığa çıkarmaya, belli argümanlar içindeki değerlerin yerlerini göstermeye, belli koşullar altında hangi argümanların en adilane biçimde geliştirilebileceği üzerine bir teori ortaya koymaya odaklanmışlardır. Bu entelektüel çabanın amacı çağdaş toplum

için söylem pratikleri geliştirmek ve böylece insanın toplumsal hayatının niteliğini geliştirmektir (196). Burke, Bitzer, Bormann ve Fisher'in yer aldığı ikinci gruptaki teorisyenler, retoriğin üretildiği daha geniş sembolik, toplumsal ve kültürel bağlamlar ile retoriğin genel yapıları gibi konulara odaklanmışlardır (224). Üçüncü grupta Foucault, Derrida ile feminist araştırmacılar ve farklı toplumsal hareketler iktidarın doğası, bilginin kaynakları ve toplumsal yaşamın yapıları gibi konular üzerine çalışmışlardır (246).

2.1.3. Politik retorik ve kampanya retoriği

Retorik çalışmaları politik çalışmalar kadar eskidir ve birindeki değişimler diğerini de etkilemektedir. Ne zaman politika, örneğin, kitleler üzerinde elitlerin güç kullanımları olarak anlaşılsa, retorik ikna olarak anlaşılır –iknayı kazanma ve meşrulaştırma mekanizması olarak. Ne zaman politika daha demokratik bir kavram olarak anlaşılsa, retorik ikna olarak anlaşılmaktan uzaklaşarak, dinleyicinin de en az konuşmacı kadar yorumlayıcı bir özne olarak dahil olduğu daha komplike bir süreç olarak anlaşılır. Retoriği anlama kapasitemiz politikayı anlamlandırma kapasitemizi etkilemekte ve yansıtmaktadır (Stuckey, 2015: xiii-xiv).

Politik retorik Aristoteles'in tanımladığı üç retorik türünden (adli, törensel/epideiktik, politik) biridir. Adli söylem adaletle ilgili bir yargılama olduğunda anılır. Bu tür, yasaların inkar ya da ihlaline karşılık olarak, ahlaki ilke, kültürel değer ve benzeri durumlarda ortaya çıkar. Konuşmacı öncüllerini, durumu kanıtlamak amacıyla adalete tabi olan kurallar, değerler ve kavramlar (kanun, mahkeme, kuralların idaresi) ile oluşturur. Epideiktik söylem bir davranış, inanç, kişi, kurum ya da şeyin değerli olduğu için onaylanmaya ya da methedilmeye layık olması ya da değersiz olduğu için onaylanmaması ve suçlanmasına hizmet eder. Aristoteles, son kertede epideiktiğin saygın/onurlu ve saygın/onurlu olmayan (ya da soylu ve sıradan) olduğunu söyler; bunun anlamı övmek ve suçlamaktır. Bir konuşmacı bir kişiyi ya da bir şeyi methetmeye başvurduğunda -övgü, kutlama, adama, onaylama, takdir etme, iltifat ve destek- ya da bir kişiyi ya da bir şeyi suçlamak için karşıtlık yaratmaya başvurduğunda -onaylamama, küçümseme, karalama, hor görme, kınama gibi- (bu alanda) olaylar ve geleneklerin sevk ettiği pek çok türde durum vardır. Politik söylem ise kamunun ya da

bir bölümünün refahı hakkında bir yargılamaya başvurduğundan müzakerecidir. Politik söylemlerin büyük çoğunluğu müzakerecidir; tüm türleri dinleyiciye neyin yapılması ya da yapılmaması gereken olduğu hakkında gelecek politikaları hakkındaki konularda seslenir. Argümanlar dinleyicinin kendisi ya da kamunun ilgilerinden oluşan hali hazırdaki şiarı ve inançları doğrultusunda oluşturulur (Bitzer, 1981: 241-242).

Antik Yunan, Atina meclislerinde, mahkemelerde ve törenlerde bu üç retorik biçimine de sahne olurdu, ancak bugün tüm kategorilerdeki mesajlar bu sahnelerin ötesine geçmektedir (Bitzer, 1981: 241). Antik Çağda en süslü söylem olduğu için en aşağı söylem türü sayılan epideiktik söylem, günümüzde en önemli söylem haline gelmiştir. Hatta günümüz kültür felsefesine göre kayda değer tek söylemin bu olduğu söylenebilir. Yeni retoriğin nesnesi de öncelikle bu söylem türünün yapıları ve kurallarıdır (Preti, 1968'den aktaran Moretti, 2005, 12-13). Epideiktik, bugün özellikle politik propaganda dönemlerinde ve reklamcılık alanında başat bir söylem biçimi olarak varlığını devam ettirmektedir (Too, 2001: 256).

Klasik retorik teorisindeki bireyin kişiliğini biçimlendirmeyi amaçlayan pedagojik ve teknik gelenek, yeni retoriğin ortaya çıktığı dönemin düşünce iklimine ve kültürel etkisine karşılık olarak yenilenmiş ve toplulukları inşa eden kurucu retoriğe dönüşmüştür (Gaonkar, 19993: 53). White (1985: 28), retoriğin anlamının ikna sanatı olarak görülmesinden, kültürleri ve toplulukları inşa eden, varlıklarını devam ettiren ve dönüştüren bir araç olarak değiştiğini belirtmiş ve bunu "kurucu retorik" (constitutive rhetoric) olarak adlandırmıştır. White'ın katkısının ardından politik retorik, kurucu retorik olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Jasinski (1998), bunu "kurucu dönüş" olarak adlandırmıştır.

Kurucu retorik, seslendiği dinleyiciyi bir kimlikte birleştirmeyi sağlama ve kurma/inşa etme işlevi görür ve bu bağlamda, kolektifleşme ve ulusların oluşumunun temelidir. Bir tür olarak, kurucu retorik eş zamanlı olarak dinleyicileri için temel bir kolektif kimlik varsayar ve iddia eder, kimliğin sergilendiği bir anlatı ve kimliği onaylayan eylemleri çağıran konuları önerir. Kurucu retorik, politik özneleri özdeşleşmenin etkileri ile inşa eder. Özdeşleşmenin etkileri: 1) Seslenilen bir dinleyiciye kolektif bir kimlik sağlar 2) Tarihin içinde bir özne olarak dinleyiciyi inşa eder 3) Tarih içinde sahnelenmiş olarak

kimlikleri doğrultusunda öznelerin eylemlerini talep eder. Retoriksel eleştiri açısından retoriğin kurucu anlayışı yalnızca iknacı bir anlayışın bir antitezi değildir. Daha ziyade, kurucu retorik mantıksal olarak iknacı retoriği önceleyen bir niteliğe sahiptir. Zira dinleyiciye seslenmeden/onları çağırmadan önce kimliklerini inşa etmek gerekir (Charland, 2001: 616-618). Kurucu retorik anlayışına göre, öncelikle, metin çeşitli söylemsel biçimlerle (mecazlar, argümanlar, vb.) kurucu potansiyel sergiler ve ardından, kültürel dolaşım ve söylemsel eklemlenmelerle ortaya çıkan pratikleri oluşturan kurucu bir güç sergiler (Jasinski, 1998: 74).

Maurice Charland (1987) kurucu retorik teorisini geliştirmiştir. Charland'ın analizinin temelinde, Althusser'in ideolojik "çağırma" teorisi, ve Burke'nin özdeşleşme kavramı bulunur. Retoriksel özne, yalnızca anlatı yapısının formel pratiği içinde ve seslenilen biçimde konumlanmış değil, aynı zamanda anlatıcı öykü ile özdeşleşmenin ideolojik etkisi içinde de anlamlandırılır (Charland, 2001: 617) Charland'a göre, kurucu retorik toplumsal yaşamın söylemsel arkaplanının bir parçasıdır. Genellikle zımni, bazen açık/belirgin söylenmiş olarak her zaman oradadır. Bir takım basmakalıp sözler/deyişlerden daha fazlasıdır, herhangi bir "çağırma" için gerekli olan retoriği önceleyen bir şeydir. İsmimizle, ailemizle ve cinsiyetlerimizle bağlantılı olan ilk özne pozisyonlarımız/konumlarımız basittir. Yetişkinler dünyasına girmemizle birlikte özne konumlarımız daha karmaşık hale gelmeye başlar, kurucu retoriğin farklılığı, formel ya da informel kurumlar (devlet, ekonomi, kilise, okul, vb.) aracılığıyla bizi yeniden konumlandırmasıdır. Belirli bir tarihsel momentte, politik retorik, içinde toplumsal aktörlerin konumlandırıldığı metinlerin ideolojik işlevinin sergilenmesiyle özneleri yeniden konumlandırır ve onlara yeniden seslenir (Charland, 1987: 147).

> Tarihsel gelişim süreci içinde kimi zaman "politik bir sanat", kimi zaman "kandırmaya ya da dolandırmaya yönelik samimiyetsiz, süslü, abartılı konuşmalar" olarak tanımlanan politik retorik günümüzde gittikçe artan bir şekilde ideoloji ve politika yapma süreçleriyle ilişkilendirilerek "toplumun sosyal dokusunu, dinleyenlerin algısını değiştirmeye ve yeniden inşaya yönelik kolektif eylemin bir aracı", "rıza sağlamanın, sistemi perçinlemenin bir yolu", "bilgi üretiminin merkezinde yer alan ve topluluğun kolektif varlığının ve bilincinin inşasından bağımsız düşünülemeyen bir öğe" (Gill

ve Whedbee, 1997; Lucaites, J. L. vd., 1999; Charland 2001; Moretti, 2005) olarak tanımlanmaya başlanmıştır (Aktaran Karaaslan-Şanlı, 2012: 4).

1960'ların sonlarından itibaren, kamusal konuşma alanı hem konu hem de eleştirel perspektif açısından çarpıcı biçimde genişledi. Bazı kamusal konuşma araştırmacıları büyük konuşmacılara ve konuşmalara odaklanmaya devam ederken, diğer bazıları büyük konuşmacıların konuşma biçimlerinin dışında bırakılmış ya da tarihsel olarak marjinalleşmiş gruplara ses verme işine giriştiler. Halen bu araştırmacılar yeni bir eleştirel paradigma ya da eleştirel değerlendirmenin yeni standartlarını geliştirerek kamusal konuşma alanını genişletmeye ihtiyaç duyulduğunu söylemektedirler. Pek çok kamusal konuşma araştırmacısı halen kamusal alanda ikna üzerine odaklansa da, kamusal konuşma çalışmaları bugün, daha geniş sesleri ve daha çeşitli yazılmış ve kitle iletişimi ile yayılmış metinleri, reklamları, otobiyografileri, karikatürleri, filmleri, manifestoları, anıtları, anma törenlerini, fotoğrafları, televizyon ve yazılı haberleri ve diğer söylem biçimlerini kapsamaktadır. Bununla beraber, kamusal konuşma araştırmacıları "ideolojik dönemeç" ile birlikte etnisite, toplumsal cinsiyet ve sınıfı içeren yeni kelime dağarcığı ve yeni metodolojileri benimsemeye başlamışlardır (Pary-Giles ve Hogan, 2010: 3).

"Retoriğin kampanyalarda uygulanması, toplumsal idealler dahilinde temellenen bir imajın ortaya konarak harekete geçirilmesini hedeflemektedir" (Lilleker, 2013: 251). Politik kampanya retoriği retorik eleştirisinde uzun süre dikkat çeken bir türdür. Quarterly Journal of Speech'in 1948 ABD Başkanlık Seçimi kampanyası üzerine düzenlediği sempozyumdan beri sürmektedir[15] (Johnson, 1974).

İlk çalışmalar ağırlıkla, kampanya sürecinde kullanılan retorik stratejilerin etkileri, oy verme davranışları ve iletişim stratejileri arasındaki ilişki üzerinde durmuştur (Swanson,

[15] Derginin 1973 sayısında, 1972 Başkanlık Seçimleri üzerine daha spesifik çalışmalar da yayınlanmıştır. Walter Fisher (1973), Amerikan mitinin materyal ve moral öğelerinin cisimleşmesinin temsiliyeti açısından Nixon-McGovern retoriğini anlatı analizi yaklaşımıyla incelemiştir. David Swanson (1973), kampanya retoriğinin etkileri üzerine bir anket/alan araştırması yapmıştır. Ernest Bormann (1973), "fantezi temaları analizi" olarak adlandırdığı, Eagleton meselesi üzerine bir tartışma sunmuştur. Son olarak, Simons, Jhesebro ve Orr (1973), 1972 kampanyasını toplumsal hareketler bağlamında ele alarak; toplumsal (protest) hareketlerle politik kampanyalar arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.

1973: 130). [16] Swanson, konuşma iletişimi perspektifinden politik kampanya çalışmalarının genelde kamuya seslenişler, kampanya boyunca partizanca yapılan konuşmalar (speechmaking) ve kitle iletişim araçları aracılığıyla yapılan konuşmalar üzerine odaklandığını belirtmiştir. Ancak çağdaş politik pratiklerde televizyon reklamları, adayların filme çekilmiş biyografileri, tasarlanmış kamu dikkatini çekici etkinlikler, aday imajının propagandası ve seçilmiş konuların geniş olarak yayılma stratejileri, rakiplerin taktiklerine karşılık verme ve kampanya taktiklerinin zamanlaması gibi kampanya iletişim pratiklerinin tüm görünümleri çok önemlidir. Dolayısıyla, kampanya retoriği araştırmacısı, bir politik kampanyanın retoriği için kampanya stratejisi nasıl formüle edilmiş, strateji kararları nasıl alınmış, en doğru strateji formülasyonu algısı nasıl oluşmuş sorularının peşine düşmelidir (Swanson, 1972: 34-37).[17]

Swanson'a (1973: 131) göre, günümüz kampanya retoriği hakkında yapılan araştırmalar, mesajların, kaynakların, stratejilerin ve durumların tümünün dikkate alındığı geniş kapsamlı bir bakış gerektirmekte ve en az üç farklı kaynağın dikkate alınması gerekmektedir. İlki, partizan kitle iletişimidir. Bu kategoride, kampanya

[16] Bu perspektiften yapılan başka çalışmalar için bakınız. Walls, 1996; Stuckey, 1996; Aragones ve Postlewaite, 2000; Weiss ve Wichowsky, 2013; Jerit, 2004; Bhattacharya, 2014; Charteris-Black, 2005.

[17] Yeni retorik perspektifinden yapılan kampanya retoriği çalışmaları geniş bir konu ve yöntem çeşitliliğine sahiptir. Örneğin, Benson (1981) ve Simonson (2010) çalışmalarında seçim kampanyalarında bizzat çalışarak tam katılımlı gözlem yöntemiyle kampanyaları incelemişlerdir. Patton (1973), Gregg (1994) ve Moore (1996), Kenneth Burke'nin dramatizasyon ve sembolik eylem yaklaşımı perspektifinden kampanyaların retoriğini incelemişlerdir. Lee (2000), yani retorik teorisinin kavramlarını takip ederek, 1996 Tayvan seçim kampanyasında, adaylık ilanı konuşmaları, adaylığın kabulü konuşması, basın toplantıları, seçim konuşmaları, tartışmalar, mevcut hükümet ve muhalefetin yaptığı konuşmalardan oluşan altı tür retorik pratiği incelemiştir. Drury (2014), Ronald Reagan'ın 1980 yılındaki ABD Başkanlık kampanyasında kullandığı retoriksel stratejileri Ernest Bormann'ın fantezi temaları analizi yöntemini kullanarak incelemiştir. Yang (2016), 2012 Başkanlık seçimlerindeki adayların Çin karşıtı retoriğini analiz etmiştir. Baaske (1989), Walter Fisher'in anlatı analizi yaklaşımıyla Burke'nin dramatizasyon yaklaşımını takip ederek, ABD'de 1987 Başkanlık Seçimlerinde başkan yardımcılığı için aday gösterilen ilk kadın siyasetçi olan Geraldine Ferraro'nun kampanya retoriğini incelemiştir. Lee (1981), 1968 Başkanlık kampanyasında Kennedy'nin "yeni politika" retoriğini, toplumsal hareketler bağlamında politikanın meşrulaştırılması açısından incelemiştir. Angelo (2014), 1964-2004 yılları arasındaki ABD seçimlerindeki etnisite konusu üzerinde işlenen retoriksel stratejilerin analizini yapmıştır. Charteris-Black (2014), eleştirel metafor analizi yöntemi ile liderlerin konuşmalarını incelemiştir. Biligh vd. (2010), 2008 Başkanlık Seçimlerinde, toplumsal cinsiyet bağlamında Hillary Clinton'un kullandığı retorik stratejileri incelemişlerdir. Harold (2001), 2000 ABD Başkanlık Seçimlerinde Yeşiller Partisi'nin adayı olarak yarışan Ralph Nader'in retoriğinin, basında yayınlanan haberleri, konuşmaları, reklamları ve gazete editörleri ile yapılan görüşmeler ile lekesiz ve özgün bir aday olarak nasıl inşa edildiğini göstermeye çalışmıştır.

organizasyonu tarafından daha küçük iletişim yöntemleriyle ya da kitle iletişim araçları vasıtasıyla özelleştirilmiş ve iyi-tanımlanmış/sınırları çizilmiş/belirlenmiş seçmenlere iletilen mesajları içerir. İkinci politik enformasyon ve etki kaynağı partizan olmayan kitle iletişimi ya da seçim çıktısıyla doğrudan bir ilgisi olmayan organizasyonlardır ("mini-comm"lar). Üçüncü kaynak da kişiler arası, yüz yüze iletişim yöntemidir. Bu üç kaynak, partizan kitle iletişimi ya da kampanya görevlilerinin yaptıkları şeylerin önemini ortaya koyar. Dinleyiciler/seçmenler de kampanya çalışmalarının ayrı bir boyutudur.

Kampanya retoriği, büyük oranda müzakerecidir, yurttaşların bir ya da bir diğer adayın hangisinin kamu işlerini en iyi idare edebileceği hakkında bir yargılama yapmasını gerektirir. Özel olarak göze çarpan anlamlı bir konu olduğunda, kampanya söylemi aynı zamanda bunu politika konusu yapmaya karar verebilir; ancak sıradan kampanyaların özü argümanlar, pozisyon beyanları, referanslar, reklamlar ve adayın (imajı için) sağduyusu, iyi karakteri ve doğru niyetleri/amaçları ile ilgili diğer materyallerle ilgilidir. Bunun anlamı, kampanya retoriğinin daha çok temel olarak müzakereci fonksiyonlu olmasına rağmen, epideiktik başlıklar da içermesidir: bir adayın faziletlerini/erdemlerini göklere çıkarmak/kutsamak, geçmiş başarılarını aktarmak ve adayın sağduyusunu sergilemek için seçilmiş konuları göstermek. Böylece, konuların tartışılması (müzakereci) imajların tartışılmasını (epideiktik) içermeye meyilli olur. Zaman zaman, suçlu ya da masum (adli) temaları da işin içine girer (Bitzer, 1981: 243).

Retoriğin toplumsal değişimdeki rolü konusu çağdaş retorik teorisinin başlıca ilgilerinden biridir. Retorik çalışmaları içindeki en eski toplumsal değişim araştırmaları ise seçim alanına odaklanır (Lucaites, Conditt, Caudill, 1999: 381). Her politik kampanya, üyelerine bir kimlik duygusu veren ve parti kampanyalarının temel varsayımlarını sağlayan çok iyi hazırlanmış retoriksel bir vizyona sahiptir (Bormann, 1973: 144). Dolayısıyla kampanya retoriği "kampanya süresince yapılan tüm şeyler"i kapsamaktadır (Weiss ve Wichowski, 2013). Politik kampanya retoriği sadece yurttaşların adaylar arasından seçim yapması nedeniyle değil, aynı zamanda bir çeşit önemli yollarla birlikte politika yapıldığı için de çok önemlidir. Politik kampanyalar, politik sisteme katılımı artırır, sistemi meşrulaştırır, toplumsal etkileşim ve estetik deneyimler sağlar (Lucaites, Conditt, Caudill, 1999: 381).

Bu çalışmada politik retorik ve onun bir alt türü olan kampanya retoriği yeni retorik perspektifiyle ele alınmakta ve politik retorik de, sembolik eylemlerle toplulukları kuran ve birbirinden ayıran niteliğiyle kurucu retorik yaklaşım olarak benimsenmektedir. Bu anlayışla, çalışmada incelenen farklı siyasal ve toplumsal hareketlerin içinde bulunduğu politik kampanyalar konuşmacıyı, dinleyiciyi ve kampanyalarının temel sembolik anlamlarını inşa eden, biz-onlar ayrımını gerçekleştiren retoriksel eylemler olarak görülmektedir.

2.2. Seçim Kampanyaları ve Politik/Kamusal Konuşmalar

2.2.1. Politikanın bilimselleşmesi, uzmanlık alanı haline gelmesi ve modern seçim kampanyaların doğuşu

20. yüzyılda Batı'da meydana gelen siyasal, toplumsal ve ekonomik gelişmeler, yukarıdaki bölümlerde de değinildiği gibi, hem siyaset pratiğinde hem de sosyal bilimlerde önemli dönüşümlere yol açmıştır. Dönüşümlere zemin hazırlayan, tetikleyen gelişmelerin başında Birinci ve İkinci Dünya Savaşı gelmektedir. Bu iki savaş, Batı ülkelerinde demokrasi teorisi ve kapitalist sistem üzerine yeniden düşünülmesini, savaş sırasında ve savaş sonrasındaki buhranlı dönemlere çare olarak bir takım iletişimsel teknikler ve stratejiler keşfedilmesini sağlamıştır. Bu gelişmeler, siyasetin bugünkü uzmanlık alanı haline gelişinin, bir diğer ifade ile siyasette profesyonel müdahalesinin artışının ve bugün bildiğimiz anlamda modern seçim kampanyalarının oluşumunun temellerini atmıştır.

Bilimsel rasyonel aklın siyasette etkili olması olarak politikanın bilimselleşmesi kavramı yüzyılın başlarında ilk kez Weber tarafından dile getirilmiştir. Weber (2006), Meslek Olarak Siyaset adlı çalışmasında 20. yüzyılın başından itibaren siyasal iktidarın profesyonel politikacılar aracılığıyla uygulanmaya başlandığını ve profesyonel politikacıların meşruluklarını sağlamak için uzmanlık bilgisinden faydalanmaları sonucu siyasetin bilimselleştiğini söylemektedir. Bir yanda bürokrasinin ve askeriyenin uzmanlık bilgisi verilmiş ve teknik olarak eğitilmiş kurmayları, öbür yanda iktidar güdüsüne ve irade gücüne sahip liderler arasındaki eksiksiz işbölümü, Weber'e göre, politikanın bilimselleştirilmesini olanaklı kılmıştır (Habermas, 2013: 90).

Weber, bilimsel ve teknik aklın diğer bilgi türlerinden bir üstünlüğü bulunduğunu, dolayısıyla rasyonel eylemin bir yönüyle yüksek ve üstün bilginin kullanımı anlamına geldiğini düşünmektedir. Çoğunlukla teknoloji alanına hakim olan rasyonel eylem de, modern toplumda hukuk, politika, bürokrasi, endüstriyel örgütler gibi neredeyse tüm kurumsal alanlara sızarak etkin olmaya başlamıştır. Rasyonel paradigmanın bu yayılışı ile birlikte Weber, ekonomik işletmelerin verimliliklerini artırmak amacıyla kullandığı ampirik ölçümler, analitik doğrular, hesaplanabilirlik, denetim, verimli sorun çözme stratejileri, uzmanın değerden arınmışlığı, mantık ve pratik aklın kullanımı gibi unsurlardan profesyonel politikacıların da yararlanmaları gerektiğini söylemiştir (Keskin, 2011: 41-42).

Weber'in bu kavramsallaştırmasının arka planındaki siyasal gelişmelere bakıldığında yüzyılın başında, özellikle ABD'de ekonomik kurumların/iş çevrelerinin ihtiyaçlarına cevap vermek için ortaya çıkan, daha sonra İkinci Dünya Savaşı'nın beraberinde getirdiği koşullarla gelişen kamuoyu araştırmaları siyasette rasyonel ölçüm ve tekniklerin kullanımı açısından ilk örneklerdir. Birinci Dünya Savaşı'ndan itibaren yaşanan endüstriyel gelişmeler ve ekonomik büyümeye bağlı olarak, iş çevrelerinin tüketicilerin tercihlerini öğrenmek üzere yaptırdığı kamuoyu araştırmalarının önemi, "savaş, barış koşullarına kıyasla daha fazla enformasyona muhtaç" olduğundan İkinci Dünya Savaşı koşullarında artarak devam etmiştir. "Nasıl ki savaş öncesinde kamuoyu araştırması yapan kurumlarla iş alemi arasında sıkı bir işbirliği mevcut ise, aynı ilişkinin savaş esnasında kamuoyu araştırmacıları ile ta Başbakana kadar uzanan düzeyde olmak üzere hükümet ve ordu mensupları arasında oluştuğu" görülmüştür (Schiller, 2005: 164-165). 1945'ten itibaren ABD'de kamuoyu araştırmaları daha çok yaygınlaşmış ve endüstrileşmeye doğru gelişimini sürdürmüştür. Bu dönemden itibaren kamuoyu araştırmaları hem tüketici tercihleri ve alışkanlıklarını ölçmek üzere hem ABD hegemonyasına dahil edilen ülkelerden bilgi edinmek için kullanılırken, siyaset alanında da seçmenlerin tercihlerini/eğilimlerini/kanaatlerini öğrenmek, buna göre politikalar belirlemek amacıyla yoğunlukla başvurulan bir yöntem olmuştur (Schiller, 2005).

Savaş dönemlerinin siyasetin bilimselleşmesi ve uzmanlık alanı haline gelmesini tetikleyen etkilerinden biri de Hitler Almanyasında kullanılan profesyonel propaganda

tekniklerinin keşfi ve şiddetli bir teknik bilimsellikle kitlelere uygulanmasıdır.[18] Bu dönem, totaliter bir rejimin bütün politik ülkülerini rasyonel bilimsel ilkelere göre düzenlenmiş teknikler doğrultusunda gerçekleştirmek için yoğun bir şekilde bilim insanlarından ve teknik bilgiye sahip uzmanlardan faydalandığı ve teknik ve bilimsel bilginin politikaya en görünür biçimde uygulanmaya başlandığı bir süreç olmuştur.

Bu dönemde özellikle görkemli, büyük çaplı gösteriler, mitingler, amblemler, afişler, bayraklar, yazılar, radyo programları, müzikler, önceden hazırlanmış etkileyici konuşmalar kitleleri etkileyebilmek için Hitler tarafından kullanılmıştır. Yine bu dönemde Hitler yönetiminin kurduğu Propaganda Bakanlığı da propagandanın yoğun kullanımını ve politikanın uzmanlık alanı olarak görülmesini göstermesi açısından önemli bir örnektir (Domenach, 1995).

Bu gelişmelere, dönemin bilimsel yöntem anlayışının/paradigmasının da katkısı/etkisi olmuştur. Birinci Dünya Savaşı'ndan 1940'lara kadar ABD'de etkili olan Chicago Okulu geleneği, Avrupalı düşünürlerin etkileriyle, politik sosyoloji, antropoloji ve psikoloji alanlarında çalışmalara yönelmiş, çalışmalarını ampirik ve niceliksel yöntembilim ağırlıklı gerçekleştirmiştir (Keskin, 2011: 54).

[18] 20. Yüzyılın başlarında politik propagandanın bu yaygın kullanımı ilerleyen yıllarda reklam ve halkla ilişkiler alanının teknikleriyle birleşerek yapılmaya başlanan modern seçim kampanyalarının uygulanışına benzeyen en göze çarpan etkinliklerden oluşmaktadır. 20. yüzyılın başlarında propagandanın Hitler Almanyasında kullanılışından oldukça farklı yaklaşım ve tekniklerle ama yine politik ülküleri gerçekleştirmek adına, Sovyetler Birliği'nde Lenin tarafından kullanıldığı görülmektedir. Propagandanın bu pratik kullanımları literatüre de "Lenin türü propaganda" ve "Hitler türü propaganda" kavramlarını kazandırmıştır. Lenin türü propagandada amaç sınıf bilincini –bu bilinç kitaplardan kendi kendine çıkarılamayacağı için- toplumun tüm kesimlerine kazandırmak, aşılamak ve canlı tutmaktır. Bunun için her yerde, toplumun tüm katmanlarında, devlet mekanizmalarında, işçiyi, köylüyü, küçük burjuvaları ilgilendiren konuları konuşmak üzere propagandacılar ve kışkırtıcılar bulunmalıdır. Propagandacı tek bir kişiye ya da küçük topluluklara birçok düşünce aşılarken, kışkırtıcı büyük bir kitleye tek ya da birkaç düşünce aşılar. Lenin türü propagandanın bir diğer özelliği de siyasal açınlama (açığa vurma) ve parola kavramlarına dayanmasıdır. Siyasal açınlamada egemen sınıfların çıkarını örtmek için kullandıkları stratejileri ifşa etmek ve baskı bilincini de yerleştirerek varolan koşulları daha da çekilmez bir duruma çekmek amaçlanmaktadır. Parola ise amacın yalın ve kısa bir şekilde söze/slogana dönüştürülmesidir. Örneğin; "Toprak ve Barış", "Ekmek, Barış ve Özgürlük", vb. (Lenin: 2014; Domenach, 1995: 30-39). Hitler türü propaganda ise Lenin türü propagandadan daha farklı tekniklerle propagandayı bir silah olarak kullanmıştır. Lenin türü propaganda toplumun tüm katmanlarına sınıf bilincini yerleştirmek için rasyonel bir taktik olarak kullanılmıştır. Ancak Hitler türü propaganda kitleleri seferber etmek için akla uygun olmayan, somut gerçeklere dayanmayan görüşleri de (Hristiyanlığa karşı ari ırk örneği gibi) kullanmıştır. Kitleleri seferber edebilmek için, sıkıcı uzun açıklamalar, uslamlamalar yerine, görkemli ve büyük çaplı gösteriler, radyo programları, coşkulu müzikler, lider selamı, gamalı haç gibi semboller propaganda araçları olarak kullanılmıştır (Domenach, 1995: 40-49).

> 20. yüzyılın başında gözlem ve ölçüm tekniklerinde sağlanan gelişme tümevarımcı "bilimin" alanını genişletmesine yol açmıştı. 1930'lara kadar daha çok felsefeden ve sosyolojiden beslenen politika bilimi, savaş sonrasında kamu politikalarının rasyonelleştirilmesi doğrultusunda kendine bir uygulama alanı yarattı. Bu uygulama alanının varlık nedeni, faşist ve Nazi rejimlerine geri dönüşü ortadan kaldıracak bir demokratik toplumun oluşumuna katkı sağlamaktı. İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki dönem, demokratik toplum idealinin toplumsal sınıf ve katmanlarca "yeterince" benimsenmediği ve kurulan temsili demokrasilerin meşruiyetinin yeterince sağlam olmadığı teşhisinin güçlenmesine neden oldu. Temsili demokrasinin zaaflarının giderilmesi yönünde yurttaşlarla devlet arasında yapılan yeni bir anlaşma, sosyal refah devleti çerçevesinde yürürlüğe girerken, daha geniş katılımlı yurttaşlık eğitiminin ilkeleri de politika bilimcileri tarafından programlandı (Köker, 1998: 31).

Bu gelişmelerle birlikte, demokratik eğilimlerin ortaya çıkarılması için bireylerin davranışlarının altında yatan psikolojik etkiler, kitle iletişim araçlarının gelişmeye ve yaygınlaşmaya başlamasıyla beraber bu araçların insanların gündelik hayatında kapladıkları alanın ölçümü, kitle iletişim alanında yer alan iş çevrelerinin bu araçların insanlara etkilerini ölçmeye dönük araştırmaları yaygınlaşmaya başlamıştır. Buna paralel olarak toplumsal olgularla bilimsel etkinlikler arasında güçlü bağlantılar bulunamadığı varsayımı davranışsalcı yaklaşımı doğurmuştur. Araştırma tekniklerinin geliştirilmesini, sosyal bilim araştırmalarına mali destek sağlanmasını ve toplumsal olguların pür bilimcilik anlayışıyla değerlendirilmesini içeren bu yaklaşım 1960'lı yıllara kadar etkili olmuştur (Köker, 1998: 32-33).

Bu politika anlayışı, siyasal iletişimin bir uzmanlık alanı olarak gelişmesini sağlamıştır. Böylelikle reklam ve halkla ilişkiler sektörünün "herkese seslenebilir olma yolunda kazandığı tecrübeyi politik alana da kaydırması" ile birlikte, kamuoyu nabız yoklamaları, politik konuşmaların hazırlanması gibi etkinlikler, kitle iletişim araçlarının da gelişmesiyle birlikte profesyonel kişilere/uzmanlara, şirketlere devredilmeye başlanmıştır (Köker, 1998:22). Politikacıların kamusal işlevlerini yerine getirirlerken kesin bilimsel önerilere büyük ölçüde İkinci Dünya Savaşı'ndan beri yöneldiğini

belirten Habermas (2013: 89; 99), bu tarihlerden itibaren politik sipariş vericilerle uzmanlar arasındaki ilişkilerin kurumsallaşmaya başladığını söylemektedir.

İki Dünya Savaşı sonrasında kapitalist gelişmenin ve temsili demokrasinin içine girdiği krizleri onarma girişimleri sonucunda Batı'daki siyasal gelişmenin çareyi sosyal devlette bulması ile birlikte siyasetin uzmanlık alanı haline gelmesi süreci hızlanmıştır. "Planlama, bilim, teknoloji ve yönetme kavramlarının egemen söylemler olarak yaygınlaştığı bu dönem, ekonomik gelişmelerin gerekli kaynakları da sağlamasıyla birlikte uzmanlaşmanın çok yaygın bir şekilde teşvik edildiği yıllar olmuştur." 1960-1980 yılları arasını kapsayan sosyal devletlerin hakim olduğu bu dönemde, tüm toplumsal kesimlerin çıkarlarına mesafeli olarak konumlandırılan siyasal uzman ve danışmanlar toplumun uzlaşmaz görülen farklı toplumsal grup ve çıkarlarını uzlaştırma işlevi görmeye başlamıştır (Keskin, 2011: 64).

1970'lerde endüstri sonrası toplumun oluşmaya başlamasıyla ortaya çıkan değişimlerle birlikte kapitalizm ikinci büyük krizine girmiş, bunun sonucunda kapitalizmin bu yeni buhranına bulduğu çözüm neo-liberal muhafazakar bir iktidar değişikliği olmuş, sosyal devletin yerini rekabete dayalı bir devlet anlayışı almıştır. Kitle iletişim araçlarındaki hızlı teknolojik ilerlemeler, siyasal alana dahil olan farklı toplumsal çıkar grupları, teknolojik ilerlemelere bağlı olarak reklamcılık sektöründeki gelişmeler siyasal alanı tamamen gösteri alanına çevirirken, siyasette uzmanlardan yararlanma bu alanda zaruret haline gelen bir olgusal gerçeklik halini almıştır (Keskin, 2011).

Bu dönemin yeni politik profesyonelleri, Weber'in tanımladığı anlamda parti ve lidere duyduğu bağlılıkla çalışan, politikaya ekonomik olarak bağımlı olan, uzmanlaşması da bizatihi politika olan kitle partilerindeki ücretli bürokratlar değildir (Panebianco, 1982'den aktaran Mancini, 2009, s. 280-283).

> (Bu yeni uzmanların) esas meslekleri reklam ve halkla ilişkiler uzmanlığı, medya uzmanlığı, gazetecilik ve kamuoyu araştırmacılığıdır. Bu kişiler, parti için çalışmalarının yanında, iş bağlantıları ve ticari reklam gibi alanlarda da uzmanlıklarını kullanmakta ve gelirlerinin büyük bölümünü de buradan kazanmaktadırlar. Politika dışındaki başka alanlarda da yetenekli olmaları nedeniyle, hayatlarını sürdürmeleri yalnızca politikaya bağlı

> değildir. Daha doğrusu, iletişim, kamuoyu araştırması, teknoloji ve organizasyon gibi alanlardaki yeteneklerine pek çok alanda ihtiyaç duyulmaktadır. Politik partiler için çalıştıklarında da, politika bilgilerinden çok diğer alanlardaki bilgilerine ihtiyaç duyulmakta ve bu nedenle de politika bu kişiler için ikincil bir alan olmaktadır (Mancini, 2009: 283).

Bugün de geçerliliğini koruyan bu politik profesyonellik biçimi ile politika alanının işleyişinde "politik bağlılığa değil yetenekler pisyasasına ihtiyaç duyulan" (Mancini, 2009: 283) bu dönemin, ekonomik ve toplumsal farklılaşmaya bağlı olarak, ortaya çıkan temel özellikleri, "üretimden tüketime ve hizmet sektörüne, kolektivizmden bireyciliğe ve özden (substance) tarza (style) doğru bir yönelim" olmuştur (Hirst, 1995: 246). Tüm bu gelişmeler, bugün de geçerliliğini koruyan, modern siyasal kampanyaların işeyişinde önemli dönüşümler getiren, politik konuşma, seçmenle kurulan iletişim konularındaki yapısal değişiklikleri de zorunlu olarak ortaya çıkaran gelişmeler olmuştur.

20. yüzyıldaki tüm bu siyasal ve toplumsal gelişmelerin siyasetin uygulanma ve algılanma biçiminde meydana getirdiği değişiklikler modern seçim kampanyalarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Modern seçim kampanyalarının ortaya çıkışında özellikle kitle iletişim araçlarındaki hızlı gelişim etkili olmuştur. Kitle iletişim araçlarının kullanımı adaylara seçmene daha kolay ve hızlı ulaşmak için önemli fırsatlar sunmuştur.

Radyo adaylar için kendilerini herhangi bir sınırlama olmadan ilk ifade edebilecekleri kitle pazarı olmuştur. 1920'lerde radyonun ortaya çıkışına kadar, politikacılar büyük ölçüde canlı olarak dinleyicilerin önünde konuşur, yüz yüze kampanya yapar, geçit törenleri düzenler ve gazeteye ilan verirlerken, yaratıcı politikacılar ve kampanya danışmanları 1930'larda ve 1940'larda, radyoyu seçmenlerin kalbine ve aklına giden en ucuz ve en hızlı yolu olarak, duygusal nitelikte ve informel konuşma dilinde bir tarza izin verdiğini keşfetmişlerdir. Seçmenlere politikacıların sesini evlerindeyken, ofislerindeyken duyma şansı tanıyan radyo, seçmenle politikacı arasında daha önce hiç olmayan bir yakınlık ve kişisel bağ hissi yaratmıştır. Radyonun başarısı ve daha sonra televizyonun, telgrafın ve internetin patlaması, kampanyaların giderek artan biçimde uzman rehberliğinde yapılmasını gerektirmiştir. Modern kampanyalar politika, imaj ve eğlencenin bir kombinasyonu haline bürünmüştür (Rein, 2001: 77).

20. yüzyılın erken döneminde siyasal kampanyaların uzmanlık gerektiren aşamaları sadece parti mekanizması, arkadaşlar, aile ve adaya bağlı gönüllüler tarafından gerçekleştirilirken, -ki modern kampanyada ideal olarak, hala kapı kapı gezecek, telefon konuşmaları yapacak, mitinglerde görevli olarak çalışacak bir gönüllüler tabanı bulunmaktadır-, 20. yüzyılın ikinci yarısında siyasal kampanyalar ürün lansmanına benzemeye başlamıştır (Rein, 2001: 77-78). Uzun zamandır belirmiş olsa da İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra piyasa ve kanaat araştırmalarının gelişmesiyle birlikte kalıcılaşan bu eğilim, partilerin "seçmen tercihlerini, yayın yoluyla, satın alma tercihleri üzerindeki reklam baskısına benzer bir şekilde etkilemeye kendilerini zorunlu" saydıkları politik pazarlama sanayiini oluşturmuş; "eski tarz parti ajitatörleri ve propagandacıları, yerlerini siyaseti gayrısiyasal biçimde satmak üzere istihdam edilen, parti siyasetleri karşısında tarafsız reklam uzmanlarına" bırakmıştır. Dolayısıyla kamusal alan tüketim alanının egemenliği altına girmiş ve gerçek siyasal kamusallığın kayboluşu "seçim rejisörleri" tarafından bilinçli olarak bizzat ilerletilmiştir (Habermas, 2012: 352).

1960'larla birlikte medya ve kamuoyu araştırma şirketleri; 1970'lerden itibaren politika yönetimi ve kampanya danışmanlığı seçim kampanyalarında başat bir rol oynamıştır. Tarz ve özdeki bu değişim televizyonun görüntü ve ses özelliği ile modern reklam tekniklerinin kullanılmasıyla ilintilidir. Bu dönemde medya teşhiri hızlı bir şekilde parti destekçilerinin önemine yakınlaşmaya başlamış, böylece bir politik kampanya gittikçe artan oranda, büyük miktarda para ve uzman kiralamayı gerektirmeye başlamıştır (Rein, 2001: 78; Johnson, 2001: 6).

Özetle, 1920'lerde halkla ilişkiler alanının gelişmesiyle birlikte kampanya yönetimi yeni yeni oluşmaya başlamış; bu dönemde halkla ilişkiler profesyonelleri tarafından Amerikan işadamları için propaganda programları üretilmiş; 1930'larda profesyonellerin geliştirdiği tecrübeler politik alanda da denenmeye başlanmış ve 1960'ların kampanya yönetimi tüm seçim türlerine uygulanan bir hizmet endüstrisine dönüşmeye başlamıştır (Nimmo, 1970: 35-37). Nimmo'nun ilk olarak ABD'de başlayan gelişmeleri özetlediği, seçim kampanyalarındaki dönüşümler, 1960'ların ortalarından

itibaren Batı Avrupa'da ve 1980'lerin ikinci yarısından sonra Türkiye'de ABD'dekine benzer bir çizgide dönüşmeye başlamıştır (Köker ve Kejanlıoğlu, 2004: 6).[19]

2.2.2. Seçim dönemleri ve seçim kampanyalarının özellikleri

Temsili demokrasilerde siyasal seçimler, yurttaşların karar alıcıları/kendilerini yönetenleri belirlediği, oy vererek siyasal yaşama katıldığı, hangi adaya oy vereceği üzerinde akıl yürüttüğü, siyasal konuların kamusal alanda daha fazla görünür olmaya başladığı, devletin yönetimi için adayların birbirleriyle rekabet ettiği ve bu doğrultuda fikirler, projeler ürettiği ve bunları savunduğu, diğer adaylardan üstün niteliklerini sergilemeye ve diğer yandan rakiplerinin eksik yönlerini ortaya çıkarmaya çalıştığı, adayların olabildiğince fazla seçmene ulaşmaya çalıştığı, anketlerle seçmenlerin görüş ve beklentilerinin ölçülmeye çalışıldığı ve tüm bu pratikler için çokça uzman desteğinden yararlanmanın bir gereklilik haline geldiği süreçlerdir.

Seçimler, politik sistemde bireysel isteklerin kamu politikalarına aktarıldığı izlenimini yansıtır. Buradan hareketle, kampanya iletişimi, bir adayın güvenilip desteklendiği, diğerinden kuşkulanıldığı, dolayısıyla hem güvencelerin hem kuşkuların yaratıldığı ve meselelerin, kişiliklerin ve partilerin açık bir şekilde tartışıldığı illüzyonunun yaratıldığı sembolik ifadeler/söyleyişlerdir. Yönetim yetkisi/otoritesi için yarışan kişilere yurttaşların desteğini mobilize etmek için düzenlenen seçim kampanyası, bir birey ya da grubun aktivitelerinin (campaigner-kampanya profesyoneli), özel bir bağlamda

[19] Türkiye'de 1973 Genel Seçiminden itibaren seçim kampanyalarında Amerikanlaşmaya doğru bir yönelimin başladığı (Tokgöz, 2010: 301), 1977 Genel Seçiminde seçim kampanyalarında Amerikanlaşmaya doğru yönelimin sürdüğü söylenebilir (Tokgöz, 2010b: 390). 1977 Genel Seçiminde televizyon ilk kez siyasal partilerin seçim propagandasına açılmış, seçim kampanyasını profesyonel bir ajansla yürüten Adalet Partisi tarafından ilk kez gazete siyasal reklamları, el ilanları, afişler ve ses kasetleri seçim kampanyasında kullanılmıştır. Bu Seçimde yasal olmadan başlayan bu yenilikler, 1983 yılında siyasi partilere reklam hakkının tanınmasıyla birlikte resmiyet kazanmış, sonraki seçimlerde de artarak devam etmiştir (Tokgöz, 2010: 390-391; Taşcıoğlu, 2007: 89). "1980'lerde kamuoyu araştırmalarının siyaset kurumunun hizmetinde kullanılması siyasetin bilimselleşmesine, siyasal reklamcılık uygulamasının yaygınlaşması siyasetin teknikleşmesine, 1990'lı yıllarda başlayan özel radyo ve televizyon yayıncılığı ile seçim kampanyalarında medyanın ağırlığının artması ise siyasetin hem kişiselleşmesine hem de medyatikleşmesine neden olmuştur." Tüm bu gelişmeler, seçim kampanyalarında parti çalışanlarının yerini uzmanlara ve profesyonellere bırakmasına neden olmuştur (Taşcıoğlu, 2007: 99). 1990'lı yıllarda belirginleşen iki siyaset yapma biçiminden biri olan imaj-vitrin-reklam-kampanya eksenli siyaset yapma biçimi 2000'li yıllarda örgüt-ideoloji-program-kadro eksenli siyaset yapma biçiminin önüne geçmiştir (Sancar, 2002:72).

(kampanya düzenlemeleri), çok sayıda kişinin davranışlarını kendi yararına manipüle etmek için tasarlanması (seçmenler/izleyiciler) anlamına gelmektedir (Nimmo, 1970: 7; 10). Bu bağlamda, politik kampanyalar hem pragmatik hem sembolik anlamda, toplumun sosyal, ekonomik, kültürel ve politik yaşamlarını şekillendiren ve yansıtan küçük bir evreni temsil etmektedir (Mancini ve Swanson, 1996: 1). "Siyasal süreçte ilginin en yüksek düzeye ulaştığı durumlar seçim kampanyalarının yaşandığı dönemlerde gerçekleşmektedir. Kampanya süresince gerçekleşen etkinlikler, geniş katılımlı toplantılar, siyasal reklamlar aracılığıyla seçmenlerin ilgi ve dikkatleri açık tutulmaktadır" (Yıldız, 2002: 71).

Önceki bölümde anlatılan toplumsal, politik, ekonomik ve teknolojik dönüşümlerin etkisiyle seçim kampanyalarında ortaya çıkan gelişmeler, siyasal iletişim teorisyenleri tarafından yaygın olarak "Amerikanlaşma" olarak tanımlanmaktadır (Elebash, 1984; Kavanagh, 1995; Negrine, 1996; Negrine ve Papathanassopoulos, 1996, vb.). Köker ve Kejanlıoğlu (2004: 43), Amerikanlaşma kavramını, dünyadaki demokratik sistemlerde "adayların, siyasal partilerin ve haber medyasının gitgide daha yoğun biçimde ABD'deki muadillerinin belirtilerini göstermesi, ABD'de geliştirilen birçok kampanya metodu ve pratiğinin diğer ülkelere adapte edilmesi" olarak özetlemektedirler. Amerikanlaşma, -Amerikan kültürünün diğer ülkelere etkisi anlamındaki- kültürel emperyalizm kavramından farklıdır. Kavram, ilk olarak ABD'de geliştirilen ve ardından çeşitli yollarla diğer ülkelerdeki seçim kampanyalarının belli tür ve unsurlarına ve profesyonel etkinliklerine uygulanan ve uyarlanan bir durumu tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu unsurların dünyaya yayılması siyasal kampanyaların Amerikanlaşması olarak tanımlanmıştır (Mancini ve Swanson, 1996: 5-6). Seçim kampanyalarının Amerikanlaşması, kitle iletişim araçlarının, özellikle televizyonun kampanyalarda kullanıma girmesiyle birlikte gündeme gelmiştir (Tokgöz, 2008: 227).

Kavanagh (1995: 219-220), Amerikanlaşma olgusunun ortaya çıkmasına neden olan ABD'deki seçim kampanyalarının temel özelliklerini şöyle özetlemektedir: Tek sorunlu/konulu/politikalı ve daha aday merkezli kampanyaların artması; kampanyalarda aday gösterme, reklam faaliyetleri, medya ile ilişkiler, adayın kampanya için kendi fonunu bulma/sağlama girişimleri neticesinde paranın artan önemi; medya ve halkla ilişkiler uzmanları, kamuoyu anketçileri ve bağış toplayıcıları içeren, yeni iletişim

teknolojilerini kullanabilen profesyonel iletişimcilerin öneminin giderek artması ve parti çalışanlarının yaptıkları görevleri devralan bu uzmanların neredeyse kampanyanın her aşamasında yer alması; kitle iletişim araçlarının kampanyaların gidişatında başat rol oynaması; seçmenlerin politik partilere bağlılığının azalması; kamunun danışmanların/uzmanların etkileri ve eylemleri (örneğin, kampanyaların maliyetine etkileri) hakkında artan endişesi.

Amerikanlaşma kavramı yerine ya da onunla birlikte, seçim kampanyalarındaki dönüşümü açıklamak için "modernleşme" (Mancini ve Swanson, 1996; Norris, 2000) ve "profesyonelleşme" (Blumler, Kavanagh ve Nossiter, 1996; Negrine ve Lilleker, 2002) kavramlarını tercih edenler ise Amerikanlaşma kavramının seçim kampanyalarındaki dönüşümün ancak belli bir kısmını betimleyebildiğini vurgulamaktadırlar (Keskin, 2014: 25). Norris (2000: 140), seçim kampanyalarındaki dönüşümün, sanayi sonrası toplumlarda yaygın/ortak olarak görülen teknolojik ve politik gelişmeler bağlamında modernleşme sürecinin bir parçası olduğunu söylemektedir. Politik kültür, seçim sitemleri gibi ülkeler arasında kültürel farklılıkları göz önünde bulundurmak gerektiğini savunanlar da, seçim kampanyalarındaki dönüşümleri açıklamak için, Amerikanlaşma yerine profesyonelleşme kavramının daha çok ulusal düzeyi bağlayıcı olduğunu öne sürmektedirler (Lilleker, 2013: 45). Caspi (1996:175) ise seçim kampanyalarındaki yenilik ve değişikliklerin tek başına Amerikanlaşma kavramıyla açıklanamayacağını, "standartlaşma" kavramının bunun için daha elverişli olabileceğini önermektedir. Standartlaşma kavramı, pratiklerin, değerlerin ve normların kültürler arasında simetrik ve serbest bir değiş tokuşunu ve değer yüklü olmayan bir kavram olarak, bir ülkenin politik sistemindeki köklü değişikliklerin mutlaka Amerikanlaşmış pratikleri benimsenmesi sonucu gerçekleşmeyebileceğini ima etmektedir. Ülkelerin birbirinden farklı politik ve toplumsal yapılarını, medya özelliklerini, parti ve yönetim sistemini ve seçim kanun ve düzenlemelerini dikkate alan araştırmacılar ise "melezleşme" kavramını kullanmaktadırlar. Melezleşme kavramı, küresel kampanya yapma biçimlerinin spesifik özelliklerinin ülkelerin ulusal özellikleriyle karıştırılmasını ifade etmektedir (Nord, 2006: 66).

Amerikanlaşma, modernleşme, standartlaşma ya da profesyonelleşme kavramından hareketle seçim kampanyalarındaki dönüşümü açıklamaya çalışan araştırmacılar, bu

dönüşümlerin etkilediği kampanyaların özelliklerini farklı kavramlaştırma ve sınıflandırmalarla, ancak büyük ölçüde benzer biçimde açıklamaktadırlar. Swanson (1972), seçim kampanyalarındaki bu benzerlikleri şöyle açıklamaktadır: Kararların sosyal bilimlerin nicel ölçüm tekniklerine dayanarak elde edilen rasyonel enformasyona göre, kampanya danışmanları ve profesyonelleri tarafından verilmesi; kampanyalarda kitle iletişim araçlarının, özellikle televizyonun yoğun kullanımı; politik seslenişlerin yerini ilan ve reklamların alması ve kampanyaların büyük bütçeler gerektirmesi.

Mancini ve Swanson (1996: 9), toplumsal karmaşıklığın demokratik yönetimin biçimi ve uygulanmasında pek çok radikal değişikliğe neden olduğunu söylemektedir. Çağdaş demokrasiler, kamu kaynakları ve toplumsal sermaye için gittikçe artan bir şekilde çetin bir mücadele içinde olan çok sayıda grup ve organizasyondan oluşur. Bu, yurttaşlarla politik sistem arasındaki ilişkiyi dönüştüren bir unsurdur. Sonuç olarak, çok sayıda iktidar politik etki için birbiriyle yarışmaktadır. Aynı zamanda yurttaşların doğrudan siyasal sisteme katılımı yurttaşların aracı organizasyon ve yapılara vekaletiyle zayıflamaktadır.

Mancini ve Swanson (1996), buradan yola çıkarak, modern seçim kampanyalarının başlıca unsurlarını, modernleşme kavramından hareketle tanımlamaktadırlar. Buna göre, modern kampanyaların temel unsurları, partilerin sembolik bir toplanma ve örgütlenme yapısı olarak zayıflaması ve liderin karizmatik imajının kitle iletişim araçları tarafından politik partiler yerine daha fazla vurgulanması ve ön plana çıkarılması anlamında *siyasetin kişiselleşmesi*; Habermas (2013)'ın 1960'lardaki gelişmeleri gözlemleyerek saptadığı, her zamankinden daha çok uzmanların, teknisyenlerin ve bilim insanlarının politik alanda kullanılması, daha önceden parti mekanizması tarafından gerçekleştirilen karar alma ve tedarik etme uzmanlığının bu teknik uzmanlar tarafından gerçekleştirilmesi anlamında *siyasetin bilimselleştirilmesi*; modern toplumlardaki işlevsel farklılaşmanın ve toplumsal parçalanmanın artmasıyla politik lider ve partilerin seçmenlerin ilgi, beklenti, bakış açısı ve yaşam koşullarını öğrenmesini zorlaştırması ve hızlı istatiksel gelişmelerle beraber kanaat toplamanın kişiler arası iletişimin yerine geçmesinin sonucu olarak *partilerin yurttaşlardan uzaklaşması*; politik liderlerin medyaya bağımlı olması ve medya yönetimi ya da medyayı manipüle edebilmek için gittikçe artan biçimde uzmanlığa ihtiyaç duyulması anlamında *iletişimin otonom/özerk*

yapısı ve politik kampanyaların temel olarak kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleşmesi nedeniyle yurttaşların seçim kampanyalarına doğrudan katılım yerine medya izleyicisi olarak katılmalarının sonucunda *yurttaşlığın izleyiciliğe dönüşmesi*dir.

Blumler ve Kavanagh da (1999) siyasal iletişim sistemlerini ve buna bağlı olarak seçim kampanyalarını tarihsel gelişim sürecine bağlı olarak, üç döneme ayırmışlardır. Buna göre, *birinci dönem* İkinci Dünya Savaşından 1960'lara kadar devam eden süreci kapsamaktadır. Bu dönemde, parti merkezli bir politik sistem söz konusudur, iletişim süreci, seçmene iletilecek mesajlar ve seçim kampanyaları parti mekanizması tarafından yerine getirilmektedir, seçmenlerin çoğunluğu politikayla ilgilidir ve uzun süreli parti bağlılıkları mevcuttur. *İkinci dönem*, 1960'lardan itibaren gelişen süreci açıklamaktadır. Bu dönemde ulusal düzeyde sınırlı sayıdaki televizyon kanalları siyasal iletişimde dominant araçlar olmaya, seçmenlerin partiye olan bağlılıkları da azalmaya ve partiler bu dönüşüme uyum sağlayabilmek için yeni stratejiler üretmeye ve uygulamaya başlamışlardır. *Üçüncü dönem* ise 1990'lardan itibaren iletişim araçlarında çeşitlenmelerin yaşandığı, yayın olanaklarının gelişerek daha fazla seçmene bu yolla ulaşılabilme olanaklarının arttığı, politik haberlerin, bilgilerin ve fikirlerin bilgisayar aracılığıyla daha çok dolaşıma girdiği bir süreci anlatmaktadır. Blumler (2004), üçüncü dönemde politik mesajların iletilmesinde popülist dilin yükselmesi ve iletişim araçlarındaki çeşitlenmeye bağlı olarak, medya dikkatini çekebilmek için daha yoğun rekabetçi bir ortamın oluştuğunu da belirtmektedir.

Norris (2000) ise benzer biçimde seçim kampanyalarını dönemsel olarak üçe ayırmıştır. Bunlardan ilki *premodern kampanyalar*dır. 1950'li yıllara kadar süren premodern dönemde kampanyaların organizasyonu yerel seviyede, kısa süreli ve anlık planlanan biçimde parti yönetimi tarafından hazırlanıp, politikacı/aday ile yurttaş arasında doğrudan iletişime dayanmaktadır. "Partizan basın" olarak faaliyet gösteren haber medyası partilerle kamu arasında aracı kurum olarak işlev görmekte ve seçmenin partiye güçlü bağlılığı bulunmaktadır. Premodern kampanyalarda yerel partiler aday belirlemekte, zil çalarak, kitapçıklar dağıtarak, bölgesel hedefleri ve kaynakları planlayarak faaliyet göstermektedir. 1950'lerden 1980'lere kadar hakim olan m*odern kampanyalar*da, parti organizasyonları daha çok temel düzeyde, kamuoyu anketçileri gibi dışarıdan profesyonel danışmanların tavsiyeleriyle, politik lider tarafından koordine

edilmektedir. Bu dönemde televizyon, diğer kitle iletişim araçlarına ilave olarak, politik kampanyaların temel forumu haline gelmiş, seçmenler gittikçe artan biçimde parti ve grup bağlılığından uzaklaşmaya başlamış, seçimler yurttaşlar için daha önemsiz hale gelmiştir. Modern kampanyalarda politikacılar ve profesyoneller anketler yaptırmakta, tanıtım reklamları üretmekte, günün moda değerlerini/konularını araştırmakta, yurt gezileri, basın toplantıları ve politikacının/adayın basına fotoğraf verebileceği etkinlikler düzenlemekte, televizyon akşam haberlerinde ilk haberlerden biri olmak için mücadele etmektedirler. 1990'lardan itibaren seçim kampanyalarındaki dönüşümleri kapsayan *postmodern kampanyalar*da ise reklamcılık, kamuoyu, pazarlama ve stratejik haber yönetimi üzerine çalışan profesyonel uzman zümresi (yeni seçkinler) politikacılarla eşit aktörler haline gelmiştir. Postmodern kampanyalarda parti tabanı düzeyinde daha etkili olacak yerel faaliyetleri içeren daimi kampanyalar[20] öne çıkmaya başlamıştır. Haber medyası daha parçalı ve heterojen bir niteliğe bürünmüştür. Seçmenler oy tercihlerinde daha yoğun biçimde politik partilere olan bağlılıklarından uzaklaşmışlardır. Yeni iletişim kanalları seçmen ve politikacı arasında daha geniş bir etkileşime izin veren potansiyele bürünmüştür.

Norris (2000: 140), sınıflandırmanın günümüzdeki tüm seçim kampanyalarının postmodern kategorideki özellikleri gösterdiği ve diğer dönemlerdeki özelliklerin geçmişte kaldığını değil, premodernden kampanya özelliklerinden postmodern kampanya özelliklerine doğru gelişen bir süreç olduğunu belirtmektedir. Buna göre, siyasal süreç ve seçim kampanyaları halen hem premodern hem modern hem de postmodern kategorilerindeki özellikleri taşımakta, ancak gittikçe artan oranda postmodern kategorideki niteliklere sahip olmaktadır.

Lilleker (2006: 44-45), Blumler ve Kavanagh ile Norris'in işaret ettikleri, üçüncü dönem ve postmodern dönemin kampanyalarda gösterdiği özellikleri, Amerikanlaşma kavramı temelinde, şöyle özetlemekte/yorumlamaktadır: Kampanyaların ulusal ölçekte koordine edilirken, aynı zamanda yerel dinamikleri göz önünde bulundurularak yerel rekabet için tasarlanması; parti içi kampanya birimlerinin oluşturulmasıyla kampanyanın her bir aşamasında uzmanlık ve danışman kullanımı; parti eylemlerinin

[20] "Daimi kampanyalar, seçilen kişi ve kuruluşların (hükümetler, hükümet partileri, parlamento, kongre veya benzer seçilmiş üyeler) sahip oldukları halk desteğini sürdürmek amacıyla, seçim dönemleri dışında görev sürelerince uygulanan tanıtım faaliyetlerini işaret eden kavramdır" (Lilleker, 2013: 195).

çeşitli yönleri, politikacıların imajı ve politikalarının tasarlanmasında pazar bilgisinin kullanılması; seçmenlere ulaşmak için iletişimde medya üzerine odaklanılması; seçmen değerlerine, tercihlerine ve demografik özelliklerine yönelik olarak hedef kitle yayıncılığı; sadece seçim süreciyle sınırlı kalmayan daimi/sürekli kampanyaların ön plana çıkması.

Seçim kampanyaları ve siyasetin işleyiş biçiminde kitle iletişim araçlarının artan önemini açıklamaya çalışan araştırmacılar, medyatikleşme, medya demokrasisi, video-politika gibi kavramlarla medya etkisi üzerine odaklanmaktadırlar. Medyanın oluşturduğu çerçeve içinde, politikacının eyleminin önceden tanımlanmış araçlarla sınırlandırılması ve yeniden şekillendirilmesinin en önemli örneği kamuoyu yoklamalarıdır (Doğanay, 2003: 34). Kamuoyu yoklamaları politik işleyişin zorunluluklarına çok iyi uyarlanmış bir "ürün" olarak, kitle iletişim araçlarında ciddi biçimde talep edilen nesnellik ve tarafsızlık görüntüsünü vermektedir (Campagne, 1995: 147). Politikada "hesaplanabilirliğe yapılan vurgunun" örneklerinden biri olan kamuoyu anketleri, belli bir politik tavrın reytingleri nasıl etkileyeceğini, bu tavrın niteliklerinden ya da politikacının bu niteliklere gerçekten inanıp inanmadığından daha önemli hale getirmektedir (Ritzer, 1998: 120) .

Meyer'in (2004) 21. yüzyılda siyasetin işleyiş biçimi hakkındaki görüşleri günümüzdeki seçim kampanyalarının medya etkisi altındaki işleyişine yönelik de açıklamalar getirmektedir. "Medya demokrasisi" olarak adlandırılan süreç, yukarıda anlatılan siyasetin işleyiş biçiminde ve seçim kampanyalarında parti merkezlilikten, kişisel politik aktörler ve kitle iletişim araçları merkezliliğe doğru gelişen süreci betimlemektedir. Medya demokrasisi kavramını açıklarken Meyer (2004: 56-60), -tutumların ifade edilmesi, dönüştürülmesi, bütünleştirilmesi gibi- geleneksel bir dizi süreçten geçmesi gereken siyasal sürecin özü itibariyle, -eylemin öncelikli hedefleri, ortak çıkarları saptama, ötekileri ikna etme, önceki tutumları karşılıklı dönüştürme ve daha tam oluşmamış çıkarlara ve ihtiyaçlara biçim verme gibi- mümkün olan en fazla sayıda aktörün katılımını gerekli kılan kolektif bir praksise ve buna bağlı olarak telaşsız bir hıza sahip olması gerektiğini söyleyerek, medyanın üretim zamanında asli olarak var olan ödünsüz şimdiciliğin, siyasal süreçlerin gerektirdiği zamanla bağdaşmadığını vurgulamaktadır. Medya alanı ve siyaset alanının özü itibariyle gösterdiği bu farklılığa

karşın, Meyer'e göre, 21. yüzyılda siyaset, medyaya bağımlı hale gelmiş ve bunun sonucunda medyanın kurallarına tabi olarak işlemeye başlamıştır. Meyer siyasetin kitle iletişim araçları tarafından sömürgeleştirilmesi olarak açıkladığı bu durumu "medya demokrasisi" olarak adlandırmaktadır.

Meyer, medya demokrasisi kavramının bir adım ötesine geçerek, "medyakrasi" tezini öne sürmüştür. Medyakrasi, araçsal eylem ve bağlayıcı kararlara ulaşma anlamında *siyasetin üretimi*; üretilmiş ya da henüz üretilmemiş politikaların siyasal sistem üzerinden medya kodlarına göre kendi başına amaca uygun düzenlenmesi anlamında *kendini ifadelendirme biçiminde siyaset* ve siyasetin medya sistemi içinde medya kurallarına uygun olarak sunulması anlamında *siyasetin sitemin dışından betimlenmesi* olmak üzere üç düzeyden oluşmaktadır (Meyer, 2004: 76). Medyakrasi tezi, medyanın program kararlarının neredeyse bütünüyle toplumun ana akımının siyasi ve kültürel zevkini yansıttığı ve bunun sonucunda bu kesimin kendisini onaylanmış ve güçlenmiş gördüğünü savunmaktadır (17).

> Bu koşullarda önemli bir partinin adına savunulan politikalar ve program konusunda karar alma yetkisi, kademeli olarak parti organlarından, güçleri ve konuları medyayla kişisel, karizmatik ilişkilerine dayanan üst düzey siyasetçilerin etrafındaki danışmanlar çemberine geçer. Böyle bir dönüşümün ardından bağlayıcı kabul edilen tek meşruiyet kaynağı kamuoyu araştırmalarının sonuçları, bizzat medyanın yarattığı görüş açıklama biçimleri (...) ve kamuoyunun geçici bir anda yakalanan gelgeç ruh halleridir (...). Amaca uygun düzenlenmiş imajlarla, simgesel eylemlerle ve etkileyici sahte-eylemlerle karşılaştırıldığında, partiler ve genel kamuoyu gibi geleneksel kamusal siyaset alanları güç kaybetmektedir. Savları topluma açık değerlendirme ve kararlara ulaşma olanakları azalırken, medyaya dayanan güç kaynaklarını kontrol eden aktörler daha fazla nüfuz sahibi olmaktadır (Meyer, 2004: 77).

Medyakrasi olarak tanımlanan sürecin baskısı altında siyaset bir kısır döngüye girmekte, kitle iletişim araçları siyaseti uygulamaya alışık oldukları yüzeysel biçimde sundukça ve yönlendirdikçe, siyaset de buna uyum sağlamak için medya uzmanlarına

daha çok başvurarak, medyayı onaylamaktadır (Meyer, 2004: 76). Benzer olarak, politikanın medyatikleşmesi üzerinde duran Mazzoleni ve Shulz'a (2009: 258) göre, medyatize olmuş politika (doğası gereği medyayı kullanma anlamındaki) sistem gereksinimlerinin basit bir betimlemesinin ötesinde, "otonomisini kaybetmiş, temel işlevleri kitle iletişimine bağımlı hale gelmiş ve süreli kitle iletişimi ile etkileşimi bağlamında şekillenen bir politika biçimini ifade etmektedir."

Siyasal alanın medya alanının işleyiş biçiminin tahakkümü altına girmesi, Meyer'in "tiyatro olarak siyaset" olarak adlandırdığı olguyu da ortaya çıkarmıştır. Buna göre, "video teknolojisinin, televizyonun ve reklamların etkisi altında yeniden görselleştirilen" kültürün etkisi altında "siyaset medyada giderek daha fazlaca ve ustaca görüntüler ve medya olayları dizisi olarak betimlenir." Görüntü kültürü "medya cephesinde, görselleşmeye uygun olan medya yapımlarına ayrıcalık tanır"ken, siyasal cephede ise "şov için siyaset'in sahnelenmesini teşvik eder". Böylece tiyatro olarak siyaset, kitle iletişim araçları sahnesi için sahte olaylar, sahte eylemlere dayalı olarak kişisel politikacı imajı oluşturma stratejisiyle hareket etmektedir (Meyer, 2004: 79-80).

Sartori de (2004) Meyer gibi medyanın oluşturduğu görüntü kültürünün politikanın işleyişi üzerindeki hakimiyetine odaklanarak, bunu video-politika kavramıyla açıklamıştır. Sartori (2004: 49-50) bu kavramı "görüntülerin belirdiği yüzey" olarak tanımladığı "video'nun politik süreçler üzerindeki etkisi ve böylece nasıl 'politik olunacağı' ve 'politikanın nasıl yönetileceği' üzerinde sağladığı radikal dönüşüm"ü açıklamak için kullanmıştır. Buna göre, görselleştirilme gerekliliğinin etkisi altındaki siyasette, "günümüzün ekran destekli lideri, hedef kitlesine mesaj ileten bir kişi olmaktan çok, mesajın kendisi" haline gelmekte, böylelikle video-politika seçimleri açık biçimde "kişiselleştirmekte"dir (Sartori, 2004: 85-86).

Politikanın "vazgeçilmez bir şekilde medyadan geçen ama dış cepheden ibaret görselleştirilmiş inşasında temel göstergeler ideolojik olanlar değil, gösterinin kurulması ve süregitmesini sağlayabilecek nötrlükte olanlardır" (Ergur, 2002: 20). "Görünürlüğe yapılan vurgu, temsili demokrasinin kendi içindeki sorunları sahte bir temsil boyutu daha ekleyerek çoğaltmıştır. İmajların belirleyici olduğu bir dünyada hem partilerin ve liderlerinin hem de kitlelerin gücü aşınmıştır. Güç mücadelesinin zemini

görünürlük zemini olmuştur" (Türk, 2010: 72). Dolayısıyla medya merkezli seçim politikası, politik gerçeklikten "sanal politikanın" imal edilmiş dünyasına doğru eğilim potansiyeli taşımaktadır (Swanson ve Mancini, 1996: 270). Medyanın mantığı altında aşırı sembolik hale gelen (Neveu, 1993'ten aktaran Doğanay, 2003, s. 35) politikanın dili medya zamanı ve sözlüğüyle sınırlanırken, politik yaşam seçim kampanyalarıyla şekillenen basit bir "izlence"ye dönüştürülmektedir (Doğanay, 2003:35-36). Yeni iletişim teknolojilerinin 2000 sonrası kampanyalarda yoğun olarak kullanımı da kampanyaların daha "profesyonelce", daha spesifik seçmen gruplarına yönelik olarak yapılmasına ve seçmenle doğrudan etkileşimi hedefleyen bir yönelime olanak sağlamıştır (Farrell, 2006; Gibson ve Ward, 2012).

Özetlenecek olursa, bu dönüşümlerle birlikte siyasal süreç ve seçim kampanyaları, seçmen "kitlesi"nin siyasal partilerle ve aslında temel olarak siyasetin kendisiyle bağının zayıfladığı; genel itibariyle siyasal partilerin ve özel olarak seçim kampanyalarının artan biçimde, -neredeyse bir zorunluluk olarak- profesyonel uzmanlar ve danışmanlar tarafından yönlendirildiği/yönetildiği; yurttaş kanaatlerinin ampirik kamuoyu anketleri verilerine indirgendiği; halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının mantığının siyasetin işleyişinde, özellikle seçim kampanyaları döneminde, etkili olduğu; siyasetin ve siyasetçilerin kitle iletişim araçlarının mantığı ve tahakkümü altında seçmenlere ulaştığı, seçmenlerin tüketiciye dönüştüğü gösteri ve kişisel-politik imajların egemen olduğu bir alanda yürütülmektedir.

2.2.3. Seçim kampanyalarında politik/kamusal konuşma

Antik Yunan'da politik katılımla politik/kamusal konuşma neredeyse aynı eylemdir. Buna göre, politik katılım özgür yurttaşların bir araya gelip kamusal sorunları açıkça tartışarak ortak bir karara varması demektir (Doğanay, 2003: 43). Antik dünyanın sözlü kültüründe konuşma geniş bir dinleyici kitlesine ulaşmanın tek aracıdır. Yazının bulunmasından sonra bile politik/kamusal konuşma, hem özellikleri hem de konuşmacının algılanışı bakımından devlet idaresinin ve siyasi ustalığın vazgeçilmez bir unsuru; toplumsal bir etki biçimi ve artistik bir ifade aracı olarak görülmeye devam etmiştir (Lucas, 2001: 640). Toplumsal yapıdaki gelişmelere paralel olarak değişim gösteren politik konuşma, Orta Çağda ise dinsel içerikli metinler üzerine kurgulu bir

yapıya dönüşmüştür (Polat, 2008: 117). Aristokrat toplum yapısının çözülmesi ve endüstri toplumunun yükselişiyle birlikte, eski kentsel kamusal konuşma/hitabet geleneği gerilemeye ve daha sohbet tarzında/gündelik dilde/etkileşimli bir konuşma biçimi ortaya çıkmaya başlamıştır. 1830'lara kadar kamusal platformlardan uzaklaştırılan kadınların hakları için politik konuşmalar yapmaya başlamaları gibi gittikçe daha çok yurttaş hitabet kürsüsünü işgal etmeye başlamıştır (Lucas, 2001: 641). "Konuşmanın modern kamusal alanın özsel bir parçası olarak yeniden gündeme gelmesi Habermas'ın yorumuyla, burjuva kamusallığının 18. yüzyıl Avrupası'ndaki gelişimiyle gerçekleşmiştir" (Doğanay, 2003: 44).

Habermas, 18. yüzyılda meslek olarak siyasetçi olmayan tahsil ve mülk sahibi çevrelerin kurduğu, hiyerarşik bir yapılanması olmayan yerel politik kulüplerden bahseder. Bu yerel birliklerde, "eşdeğerlilik" ilkesi çerçevesinde kurulan iletişimde (örneğin, milletvekillerinin hesap verme raporları gibi) kamusal konular tartışılırdı. Bu birliklere, basın ve seçmenlerle bu birlikler üzerinden iletişim kuran, fiilen sadece parlamentoda mevcut olan "fraksiyon partileri" eşlik ederdi. Ancak 19. yüzyılda burjuva kamusunun yapısal dönüşümünün başlamasıyla birlikte bu birlikler ve buralarda gerçekleşen karşılıklı konuşma ve müzakere biçimleri güçlerini yitirmeye başlamıştır. Ticari basının kitle basınına dönüşümü ile birlikte seçmenleriyle bu birlikler üzerinden iletişim kuran fraksiyon partileri yerlerini yerel ötesi ve işletme biçiminde örgütlenmiş, meslekten politikacılara dayanan, merkezden yönetilen bürokratik aygıta sahip, ideolojik entegrasyonu ve geniş seçmen kitlelerini seferber etmeyi amaçlayan gerçek anlamda partilere, bir diğer ifade ile "entegrasyon partileri"ne bırakmıştır. Yurttaşlar kitlesini oy vermeye dönük olarak "entegre etmek" amacıyla hareket eden bu kitle partisi bugün egemen tip haline gelmiştir. Dolayısıyla politik/kamusal konuşmanın eşdeğerlilik ilkesine ve müzakereye dayalı biçimi yerini yurttaşların seçmen davranışlarını gösterisel ve manipülatif açıdan etkilemeye dayanan bir konuşma biçimine bırakmıştır (2012: 333-336).

Burjuva kamusallığının inşa döneminde politik topluluğun birlikte yaşamanın ortak kurallarını oluşturması olarak öne çıkan 19. yüzyılın ortalarından itibaren etkisini yitiren (Doğanay, 2003: 45) politik/kamusal konuşmanın asıl dönüşümü 20. yüzyılda başlamıştır. 1930'larda iş dünyasında kullanılan konuşma/hitabet türünün politik alana

kaydırılmasıyla bu konuşma/hitabet türü çok ustalıklı bir form kazanmıştır. Mikrofonun yaygın biçimde kullanılmasıyla büyük kalabalıklara sesin ulaştırılabilmesi, radyonun ve ardından televizyonun geniş kitlelere politikacıların sesini duyurabilmesiyle politik konuşmalar köklü bir değişime uğramıştır. Özellikle televizyon, kamusal konuşmaların daha samimi, etkileşimli hissiyatı veren bir forma bürünmesini sağlamıştır. Ancak etkileşimli konuşma formunun hakim olması, gerçek anlamda günlük etkileşimli konuşmaya benzer bir kamusal konuşma biçimi değil, son derece yapılandırılmış bir kamusal konuşma biçimi ortaya çıkarmıştır. Konuşmacının uyması gereken –araca, ortama bağlı olarak- bir zaman limiti vardır ve dinleyicinin sorularla ve yorumlarla bu konuşmayı kesme şansı yoktur. Konuşmacının görünüşü, yüz ifadeleri ve mimiklerinde her ayrıntıya dikkati çekerek, görselliği öne çıkaran kamerayı kullanabilme yeteneği hiçbir modern demokratik toplum liderinin reddedemeyeceği özel bir ustalık haline gelmiştir (Lucas, 2001: 642). Dolayısıyla televizyon ekranında sözcükler değil görsel imajlar daha önemli hale gelmektedir (Ritzer, 1998: 121).

20. yüzyılda kamusal/politik konuşma hem totaliteryenizm ve propaganda için hem de yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan yeni toplumsal hareketlerin (işçi sınıfı hareketleri, kadınlar, Afro-Amerikalılar, vb.) hak savunusu ve politik özgürleşme için kullanılmıştır. Bu yüzyılın en öne çıkan, yıkıcı konuşmacısı Hitler'in dinleyiciler üzerinde hipnotik bir etkisi olmuş, Alman yurttaşlar bir takım idealler ve bir tek lideri takip edecek şekilde harekete geçirilmiştir (Lucas, 2001: 645).

Henüz kamuoyunun ölçülüp yönlendirilebileceğine dair eğilimler kurumsallaşmadan önce, Hitler'in kitleleri etki altına almak için bir silah olarak kullandığı konuşma pratikleri, savaş sonrasında Batı demokrasilerinde teknik olarak kullanılmıştır. "Kitlelerin", yöneticilerin ulusun çıkarlarını koruduklarına ikna edilmeleri için düzenlenen etkinliklerden biri olarak politik konuşma, iletişimcilerin uzmanlık bilgisi direktifleri doğrultusunda söz sanatlarıyla yeniden süslenmiş, görsellikle kuşatılmış, sloganlarla bezenmiş, tekrarlarla güçlendirilmiştir. Bu dönemde propaganda politik konuşmanın yerine kullanılır olmuştur (Köker, 1998: 102).

> Bu görsellik ile kuşatma politik konuşmaların yer aldığı risalelerin ve el ilanlarının giderek etkisizleşerek yerini afişlere bırakmalarında kendini

> gösterir. 20. yüzyılın başından itibaren görsel anlatımın taçlandığı afişler sözün önünde yer kaplamaya başlamışlardır. Partiler ve politik örgütler kimi zaman da sanatçılardan yardım alarak tasarlanan, yalnızca insan olmaktan kaynaklanan ortaklığın işaret diline dayalı afişlerle seçim kampanyalarını yürütmüşlerdir (Köker, 1998: 104).

Yüzyılın ikinci yarısında konuşmanın politik önemi artmış, 1945 sonrası Batı Bloğunda sistemin yeniden kurulmasının bir parçası olarak politik konuşmalar uzmanlara devredilmiştir. Uzmanların/profesyonellerin hazırladığı "reklamın çağırma işlevinden apartılmış ve sloganlaştırılmış cümlelere dayalı, emir kipi ve nidalarla süslenmiş, konuşma efekti yaratabilmek için kısa ve basit cümlelerle ve tekrarlarla bezenmiş söylevler"de aslolan "söylenenin daha çok insan tarafından tüketilmesidir." Dolayısıyla politik konuşmalar zevklere ya da daha çok sayıda insanın duyması hedefine yönelmiştir (Köker, 2005: 51).

20. yüzyılın son çeyreğinde farklı toplumsallıkların politik örgütlenmeler içine girmesiyle birlikte, din, yaş, ırk, etnik köken ve cinsiyete dayalı deneyimlerini paylaşanlar, kurdukları alt gruplarda, "kendi içlerinde" konuşmaya başlamışlardır. Bu farklı toplumsal grupların "kendi içinde olma hali" nedeniyle modern burjuva kamusallığının herkese ulaşma ya da aleniyeti tesis etme ilkesi gerçekleşememiş, karşılıklı/kendi içinde yapılan konuşmalar toplumsal muhatap yaratamama sorunuyla karşı karşıya kalmıştır. 1960'ların sonundan itibaren yeni toplumsal hareketlerin politik kamusal alana dahil olmasıyla, politik/kamusal konuşmanın içeriği (çevre, etnisite, toplumsal cinsiyet, vb.) çeşitlenmiş, konuşmanın yapıldığı ortamlarda iktidar örgütlenmesinin katı hiyerarşik yapılanmasına karşı daha eşitlikçi bir yapılanmada, burjuva kamusal konuşmasının mekânsal düzenlemesindeki yükseltilmiş platform üzerinde konuşma yerine eşit mesafede, daire biçimindeki düzenlemelerle yapılan konuşma biçimleri ortaya çıkmıştır. Yeni toplumsal hareketlerin ekonomik ve politik eşitsiz ilişkilerin tartışılmasını sağlamak amacıyla gerçekleştirdiği geniş katılımlı taban örgütlenmeleri yurttaşların birbiriyle konuşabilme olanaklarını artırmıştır. Bu gelişmelerin eşliğinde politikacılar da konuşmalarında yerel, sınıfsal ve etnisiteye dayalı farklılıklarını vurgulamaya başlamış, bunu ikna ve inandırmanın bir yöntemi olarak benimsemişlerdir (Köker, 2005: 50-57).

20. yüzyıldan itibaren hızla gelişen iletişim teknolojilerine, ekonomik ve toplumsal yapıdaki değişimlere ve politikanın işleyiş biçimindeki dönüşümlere uyumlu biçimde seçim kampanyalarında politik konuşmalar, yurt gezilerindeki mitinglerde, basın toplantılarında, sivil toplum kuruluşları ve çıkar gruplarıyla yapılan toplantılarda, televizyon programlarında, yazılı biçimde internet ortamında ve az da olsa seçmenle yüz yüze yapılan buluşmalarda (yurt gezileri, ev ziyaretleri, vb.) gerçekleşmektedir. Bu konuşmaların hepsinde yapılandırılma temelinde bir ortaklık söz konusu olsa da konuşmacıya ve dinleyiciye/mekana/ortama/araca bağlı farklılıkları bulunmaktadır.

Televizyonda yapılan konuşmalar, programın sunucusu, gazeteciler ya da medya kurumuyla ilişkiler doğrultusunda imal edilen tartışma ya da soru-cevap ortamı, eğer politikacının/adayın/liderin böyle bir medya yönlendirme gücü yoksa sorulara hızlı ve "politik" cevaplar verebilme yeteneği, medya kurumunun gerçekleştireceği kurgu ve sunma biçimi ile aracın kendine özgü özelliklerinden kaynaklı olarak (kamera önünde konuşabilme becerisi, vb.) ortaya çıkan koşulların bir ürünüdür. Mitinglerde yapılan konuşmalar, sahne kullanma becerisi, hazırlanan metni vurgu, duraksama gibi noktalarını kaçırmadan okuyabilme/seslendirebilme yetisi, mitinge katılan seçmenlerin/dinleyicilerin duracağı noktaların, taşıyacakları bayrak, şapka, vs. gibi materyallerin dağıtımı, seçmenlerin/dinleyicilerin politikacı/lider/aday çıkmadan önce müziklerle, sloganlarla yönlendirilerek coşturulması, alanın görsel materyallerle donatılması gibi "sahneye koyuş" faaliyetlerinin ürünüdür. Yurt gezileri ve seçmenlerle yüz yüze yapılan konuşmalar ise zaman zaman daha az kurgulanmışlık içerse de çoğu zaman kurmaca olaylardan oluşmakta ya da politikacının seçmenler tarafından sorulacak belli sorulara uzmanlar tarafından hazırlanmış hazır cevapları bulunmaktadır. Ancak her iki halde de bu konuşmalar spontane biçimde gelişen konuşmalar olarak sunulmaktadır. Basın toplantılarında ve sivil toplum ya da çıkar grupları ile olan buluşmalarda yapılan konuşmalar ise daha müzakereci bir görünüme sahip olmakta, ancak yine politikacının nüfuz gücüne bağlı olarak kurgulanmışlık içerebilmektedir.

Tüm bu konuşmaların ortak noktası, liderleri kitle iletişim araçları aracılığıyla gören/izleyen "yurttaş-izleyiciler"in liderle kişisel bağ kurabilmesini/özdeşleşmesini sağlamaya dönük, sıradan ve basmakalıp imajlar üzerine kurulu bir politik dil (Edelman, 1977) içermesidir. Siyasal sürecin artan biçimde kitle iletişim araçları,

imajlar ve halkla ilişkiler hakimiyetinde gerçekleşmesi sonucu kurgusal ve sembolik nitelikli olan seçim kampanya düzenlemelerinde, heyecan ve coşku dolu olayların çoğu spontane gelişen ve gerçek nitelikli olmaktan ziyade zihinsel bir tasarlanma sürecinden geçerek imal edilmiştir. Ustalıkla "sahneye konulan" mitingler, önceden prova edilen, tasarlanan televizyon görüntüleri, basın toplantılarında politikacılara yakınlığı bulunan gazetecilerin sorduğu, önceden planlanmış sorulara cevap verme, vb. olaylar kitle iletişim araçlarında "gerçek" olarak sunulan, ancak çoğu zaman bir kampanya düzenlemesi içinde kurgulanmış eylemlerdir. Bu kurgusal süreçte, seçmen kitlesinde sempatik bir karşılığı bulunan ve politikacıyı/adayı toplumsal geleneklerle, normlarla ve mitolojik kahramanlarla ilişkilendirme işlevi gören semboller titizlikle kullanılmakta; sembollerin kullanımıyla, kampanya/halkla ilişkiler profesyonelleri, seçimin "ne hakkında" olduğunu belirlemeye çalışmaktadırlar (Nimmo, 1970: 26-28).

Günümüzdeki bir seçim kampanyasının geleneksel özellikleri dinamik, gürültülü, tartışmacı ve son derece partizan olmasıdır. Kampanyalar, günlük verilen vaatler, karşıta hücum etme ve rakipten gelen hücuma karşılık verme ve adaylar arası karalama yönünde karşılıklı suçlamalarla geçer (Corcoran ve Rowland, 1997: 2). Pratik bakış açısıyla, geniş anlamda, bir politik kampanya bir politikacının tercih ettiği politik tartışma gündemini, kendisini iyi rakibini kötü göstererek, politik sahneye koyma sanatı olarak tanımlanmıştır (Graber, 1981: 202).

Dolayısıyla bu süreçte, temel olarak güçlü ve akılda kalıcı bir imajla birlikte seçilebilir bir aday yaratmak için hazırlanan günümüz seçim kampanyalarında, toplumsal ve politik meseleler arka planda kalırken, hızlı elektronik mesajlara alışkın olan seçmenlere ilgi çekici adaylarla karşılık verilir. Bu doğrultuda, bir adayın yaratılması/imal edilmesi/dönüştürülmesi/sunumu sürecinde kampanya profesyonelleri tarafından, aday için bir konsept, hatırlanabilir bir kişilik oluşturulur; bu kişilik ya da konsept küçük gruplarda[21] ya da kamuoyu yoklamalarıyla test edilir; kampanyada kullanılması gerekli

[21] Meyer (2004: 78), bu odak grupları ve uzmanların bu gruplar üzerindeki çalışma biçimini şöyle anlatmaktadır: "Birçok çeşidi olmasına rağmen tipik bir odak grubu, medya kurmaylarınca birinin misafir odasında bir araya getirilmiş 15-20 seçmenden oluşan görece homojen gruplardır. Bu kişilere, adayın konuşmalarına sağladıkları girdilerin karşılığında para ödenir. Grup homojen olmalıdır; aksi takdirde katılımcılar beğendikleri ve beğenmedikleri konusunda tam içten olmayabilirler. Basın danışmanları katılımcıların gevşeyebileceği bir şenlik ve normallik atmosferi yaratmak isterler. Sonra katılımcılardan banda alınmış bir konuşmayı izlemeleri ve 'içten gelen' dolaysız tepkilerini elektronik bir aygıta

görülen sembollerin, görünümlerin, davranış biçimlerinin, kullanılacak materyallerin ve adayın giyimi, vücut dili ve kişilik özellikleri rötuşlanır/yeniden düzenlenir; adayın tüm bunları harekete geçirmesi ve farklı seçmen tiplerine göre düzenlenmiş olan mesajların seçmenlere iletilmesi sağlanır. Kamu yönetimi için girilen yarışta, en "fotojenik", en iyi görünümlü ve kampanya düzenlemeleri çerçevesinde rolünü en iyi biçimde yerine getiren adayların politik meselelerden daha çok öne çıkmasını sağlayan bu durum seçim kampanyalarının içinde bulunduğu bir ikilemdir (Rein, 2001: 78). Bir başka ifade ile, "gösteri mekanizmalarının egemenliği altına giren" (Baudrillard, 2015: 23) "siyaset sahasının sosyopsikolojik açıdan tüketim sahasına entegre edilmesi" sonucu (Habermas, 2012: 353), politik olarak üretilmiş "kişiliğin mevcudiyeti politik içeriği 'saf dışı bırakmakır" (Sennett, 2010: 370). Sözel yeteneksizlik genel ya da politik yeteneksizlikle eşit hale gelirken, güçlü iletişimci ya da iyi konuşmacı politik bir tür star haline gelir (Graber, 1981: 198). Buna bağlı olarak, psikolojik araştırmalar ve deneylerle test edilerek hazırlanan politik konuşmaların özdeşleştirici simgeler olarak etki yaratması için politik programlar ve nesnel savlarla bağlarının koparılması gerekmektedir. Seçim dönemlerinde bu alanda bulunan hemen her politik örgütlenme, alanın bu verili koşullarına uyum sağlama çabası içinde olmaktadır (Habermas, 2012: 354; 351).

Marcuse de (2010), iletişim uzmanlarının müdahalesiyle, politikanın dilinin "insanları yapmaya, satın almaya ve kabul etmeye yönelten" reklamcılık dili olma eğiliminde olması sonucu, kapatılmış, sıkıştırılmış ve kişiselleşmiş, belli bir (tek-boyutlu) toplumsal ve politik davranışın anlatımını şekillendiren, özdeşleştirme ve olumlu düşünmeyi ilerleterek, eleştirelliği geri plana iten bir politik dilin ortaya çıktığını savunmaktadır. Marcuse (2010: 95), dildeki değişimin profesyonel politikacıların güçlerini azaltmadığını, tersine bu değişimin politikanın "simgeleri"nin iş ve eğlence dünyasının simgeleri ile aynılaşması sonucu baskıcı egemenliklerinin daha da yaygınlık kazandığını söylemektedir.

---

kaydetmeleri istenir. Ayrıca kurmaylar adayın kayda alınan konuşmasının her anında, izleyenlerin yüz ifadelerine ve beden dillerine dikkatle odaklanarak bütün sahneyi videoya alırlar. Böylece konuşmada hangi sözlerin alıcıda en güçlü olumlu tınıyı yarattığını, hangilerinin atılması gerektiğini kestirirler. Konuşma yeniden yazılır; uygunsuz kısımlar atılır, odak grubunun en çok sevdiği kısımlar genellikle tekrarlanarak genişletilir."

Dolayısıyla bu kurgusallık ve imaj yönelimli alanda politik/kamusal konuşmalar, verili ortama uyumlu olarak "yeni bir biçimde" önem kazanmaya başlamıştır. Bowles ve Gintis'in (1996) konuşmanın bir olguyu ifade etmekten çok onu oluşturmak olduğu değerlendirmesinden yola çıkan Yıldız, konuşmanın bir eylem olarak da önem kazandığına işaret etmektedir. "Özellikle yeni iletişim ortamında mitingler, televizyondaki tartışmalar ve basın toplantıları konuşmayı önemli bir eyleme dönüştürmektedir" (Yıldız, 2002: 40). Daha fazla görünür, ilgi çekici/etkili/akılda kalıcı olmak, "daha fazla" konuşmayı gerektirmekte; ancak bu akılda kalıcılığın istenilen yönde gerçekleşebilmesi için profesyoneller politikacıların daha "risksiz" durumlarda konuşmasını sağlamaya çalışmakta; bunun için de daha "iyi" hazırlık, daha fazla kurgulanmışlık, daha fazla "pazarlama" gerekmektedir. Politikanın işleyişi ve seçim kampanyalarının uygulanmasında olduğu gibi, seçmenleri etkilemek ve seçim "yarışını" kazanabilmek için, alanın bu verili koşullarına uyumlu politik/kamusal konuşmalar da tek doğru biçimmiş gibi algılanmakta ve böylelikle politika alanındaki halkla ilişkiler egemenliği meşrulaştırılmaktadır. Seçim kampanyalarında, daha fazla görünme, daha fazla konuşma, daha fazla teknik/strateji kullanma, daha iyi performans sergileme çabası üzerine girişilen rekabet temelinde bir kapatılmışlık içine giren politik/kamusal konuşmanın içeriği yerine sunum biçimi önem kazanmaktadır.

2.3. 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimini Retoriksel Bir Durum Olarak Düşünmek

2.3.1. Retoriksel durum teorisi üzerine tartışmalar ve çalışmanın konumu

Retorik genel olarak, felsefi, bilimsel ve sanatsal söylemlerin aksine, sınırlı anlar ve politik pragmatizmin zorunlulukları/gereklilikleri ile ilgili olarak anlaşılmıştır (Luciates, Condit, Caudill, 1999: 213). Yeni retorik teorisinin en baskın kavramlarından biri retoriğin üretildiği ve yorumlandığı kültürel ve durumsal bağlamlardır (Herrick, 2000: 224). Zira, "konuşma cemaatinin problemleri, büyük ölçüde sui generis (emsalsiz, eşsiz, biricik)'tir (Leff, 2002: 176)." Bitzer (1999) retoriğin durumsal olduğunu söylerken bağlamın doğasının retoriği belirlediğini savunmuştur. Bitzer'in üç bileşenden oluşan (gereklilik/ihtiyaç, dinleyici ve sınırlamalar) retoriksel durum teorisi, retorun bir ihtiyaca/gerekliliğe karşılık olarak geliştirdiği retoriksel söylemleri tanımlamaktadır.

Durumsal eleştiri, söylemi üreten retoriksel nedenlerin betimlenmesinin peşine düşer (Patton, 1979: 41).

Retorik-durum ilişkisinin tersine çevrilmesi gerektiğini belirten Vatz (1999), Bitzer'in retoriksel durum teorisine ilk katkılardan birini yapmıştır. Vatz'a (229) göre anlam durumun içinde keşfedilen, kendiliğinden olan bir şey değil, retor tarafından retoriksel bir yaratım sonucu ortaya çıkan bir şeydir. Dolayısıyla, retoriksel yaratımın sebebi değil sonucudur. Vatz, Bitzer'in retorik-durum ilişkisini tersine çevirir, böylece retoriğin durumsal değil, durumların retoriksel olduğunu belirtir (229). Gereklilikler/zorunluluklar/ihtiyaçlar söylemleri değil, söylemler gereklilikleri yaratır; durum retoriksel karşılığı/cevabı değil, retorik durumsal karşılıkları/cevapları belirler; retoriksel söylem karakterini durumun ürettiği retoriksel karakterden değil, durumlar karakterini retoriğin ürettiği karakterden alır. Kısaca retorik anlamın sebebidir, anlamın etkisi değil. Duruma etkisinden sonra gelen değil, önce gelendir (230).

Vatz'ın ardından Consigny (1974), retoriğin durumsallığının önemini kabul etmekle birlikte, Bitzer ve Vatz'ın, retoriğin, içinde bulunduğu durumdan mı retorik karakterini edindiği yoksa konuşmacının mı durumu yarattığı üzerine olan tartışmasını yanlış bulduğunu belirtmiştir. Zira Consigny'ye göre, bir konuşmacı hem içinde bulunduğu duruma tamamlanmış/hazır biçimde hem de alıcı olarak katılır. Dolayısıyla, burada durumun ya da konuşmacının belirleyiciliği önemli bir sorun olmadığı gibi, belirsiz bir olgudur. Retoriksel durum, retorun her iki özelliği ile katıldığı ilişkiler bütünüdür.

Brinton (1981: 234-235) ise retoriksel eylem ile retoriksel durum arasındaki bu "anlam bağımlılık" tartışması üzerine, Bitzer'in durumun retoriksel söylemi oluşturduğu/meydana getirdiğini söylese de durum ve eylem/hareket arasındaki ilişkide nedenselliğe vurgu yapmadığına dikkat çekmektedir. Brinton'a göre (1981: 247), konuşmacı durumu "bulur"; bu bir takım "verili" olan şeylerdir; konuşmacı buna değerlendirici biçimde karşılık verir, onun retoriksel eylemleri buna karşılığın bir parçasıdır ve bu anlamda retoriksel duruma dayanır.

Biesecker (1999: 240-243), retorik metni, retor ve durumu arasındaki ilişkinin yeniden düşünülmesi gerektiğini savunmuş ve "retorik dinleyicisi kimdir?" sorusuna odaklanmak gerektiğini belirterek, retoriksel durum teorisine yeni bir katkı yapmıştır.

Biesecker'e göre, Bitzer ve Vatz, dinleyiciyi pasif olarak konumlandırmış, dinleyiciye problematik bir kategori atfetmemişlerdir. Retoriksel durum, konuşmacı ve dinleyicinin etkileşim içinde olduğu, kimliklerinin ve toplumsal ilişkilerin üretimini/inşasını sağlayan bir olay/süreç olarak görülmelidir. Bu sorunu tartışan Miller de (1972) hem konuşmacının hem de dinleyicinin sınırlılıklarının dikkate alınması gerektiğini belirtmiştir.

Gorell ise (1997: 411) Bitzer, Vatz ve Consigny'nin yaklaşımlarının bir sentezi olarak yeni bir yaklaşım önermiştir. Buna göre, her bir retoriksel durum bağlamsal olarak bütünüyle birbirine bağlı ve ilişkili bileşenlerden oluşur. Durumsal perspektifi temel alan bir retorik çalışması bu bileşenlerin nasıl bir ilişki içinde olduğu ya da olması gerektiği ve bu ilişkilerin nasıl anlamlı bir metin içinde sonuçlanabileceğini keşfetmeye çalışır.

Retoriksel durum teorisini değerlendiren Farrell ve Young da (2009: 33-36), dinleyicinin bazı yollarla gereklilikler üzerinde değişiklik yapma gücüne sahip olduğunu söylemişlerdir. Retoriksel durum teorisinin bir eyleme dışarıdan etki eden güçleri hesaba katarak eleştirmeye izin verdiğini belirten Farrell ve Young'a göre, tüm retoriklerin durumsal olması onun içinde bulunduğu zamanın, mekanın ve içinde ortaya çıktığı koşulların anlamına bağımlı olması demektir. Retoriksel durum teorisi aynı zamanda bize konuşmacının belli bir söylem inşa etmek için yaptığı seçimleri de araştırma şansı verir.

Farrell ve Young, durumsal perspektiften yapılan bir retorik eleştirisinin bir parça mekanik bir nitelik taşıyabileceğini belirttikten sonra, Vatz'a atıf yaparak, retoriğin "belli bir gerekliliğe karşılık olarak geliştirildiği" fikrinin retorun yaratıcılığı ve sorumluluğunu görmezden gelen bir unsur olarak değerlendirmişlerdir. Bu bakışla, retoriğin "belli bir gerekliliğe karşılık olarak geliştirildiği" fikrinin eleştirel bir aracın kullanılabilirliğini geri plana attığını belirten Farrell ve Young'a göre, retoriksel eleştiri, retorun retoriksel seçimlerini etkileyen etkiler ne olursa olsun retorun söylediklerinden sorumlu olduğunu gözden kaçırmamalıdır (Farrell ve Young, 2009: 36).

Bu çalışmada, Bitzer'in retoriksel durum teorisi Bitzer'in ardından teoriye yapılan katkılarla birlikte dikkate alınacaktır. Retoriksel durum olarak olarak Cumhurbaşkanlığı

seçimi, seçime dahil olan politik hareketlerin, ilk kez halk oylaması ile seçilecek olan Cumhurbaşkanına ilişkin tahayyülleri ve pratik olarak attıkları adımları/sundukları önerileri ile ortaya çıkan Cumhurbaşkanı adayları –ve bu çalışma açısından retorlar- bu retoriksel durumun gerekliliğidir. Her bir politik hareketin kendi seçmen tabanı ile diğer hareketlerin seçmen tabanlarını da içeren, kendi içlerinde geniş bir çeşitlilik arz eden, ancak diğer taraftan politikanın mevcut işleyiş biçiminin "tüketici" olarak biçimlendirdiği haliyle benzer politik mesajları almaya alışkın/bütünleştirilmiş seçmen kitlesi dinleyicileri oluşturmaktadır. Retoriksel durumun üçüncü bileşeni olarak, seçim kanunu, seçim kuralları, alanın kendine özgü/verili dinamikleri olarak mevcut kampanya yapma biçimleri, halka sesleniş biçimleri ve zaman sınırlılığı gibi unsurları da sınırlamaları oluşturmaktadır.

Retoriksel durum teorisi etrafındaki tartışmalardan hareketle denilebilir ki, bir takım gereklilikler neticesinde ortaya çıkan bu retoriksel durum, sürecin aktörleri olarak retorlara ve dinleyicilere pek çok sınırlama getirmekle beraber, retor ve dinleyicilerin etkileşim içinde olduğu ve yaptıkları katkılarla bazı değişiklikler yapmaya muktedir oldukları bir süreçtir.

2.3.2. Türkiye'de Cumhurbaşkanlığı seçimleri

Türkiye'de Cumhuriyet tarihinde 21 kez cumhurbaşkanlığı seçimi yapılmış, bugüne kadar, son seçimle birlikte, 12 Cumhurbaşkanı görev yapmıştır. Bu seçimlerden biri, 1980 seçimi, sonuçsuz kalmış, bir seçimde cumhurbaşkanı Anayasaya konulan geçici madde ile yapılan halkoylaması ile belirlenmiş; son yapılan seçim ise Anayasada yapılan değişiklikle ilk kez halkoylaması ile yapılmış, diğer seçimler mecliste gerçekleştirilmiştir (Tuncer, 2013).

Geçmişte yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimleri Anayasalara göre farklı kurallar çerçevesinde gerçekleşmiştir. 1921 Anayasası, bir "meclis hükümeti sistemi" getirmiş, devlet başkanlığı makamını düzenleyen herhangi bir hüküm düzenlememiştir. 1923 yılında yapılan Anayasa değişikliği sonucu ilk kez devlet başkanlığı tanımlanmıştır. Buna göre, Cumhurbaşkanı meclis üyeleri arasından salt çoğunlukla seçilmekte, seçilen Cumhurbaşkanının görev süresi ise meclisin görev süresi ile aynı biçimde iki yıl olarak belirlenmiştir (Önder, 2007: 32).

1924 Anayasasına göre, Cumhurbaşkanı olabilmek için TBMM üyesi olmak yeterlidir. 1924 Anayasasına göre, Cumhurbaşkanı meclis tartışma ve görüşmelerine katılamaz. Cumhurbaşkanının görev süresi, 1921 Anayasasında olduğu gibi "bir seçim devresi", 4 yıl olarak belirlenmiş ve seçimlerin erkene alınması durumunda Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin de yenilenmesi öngörülmüştür. Yine bu dönemde bir kişinin birden çok Cumhurbaşkanı seçilebilmesi mümkündür, görev sınırlaması yoktur. Cumhurbaşkanı seçilebilmek için aday olma/aday gösterilme gibi bir zorunluluk yoktur ve Cumhurbaşkanı Mecliste salt çoğunlukla seçilmektedir (Önder, 2007; Tuncer, 2013).

1961 Anayasasına göre Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde ise bir takım farklılıklar getirilmiştir. Öncelikle Cumhurbaşkanı olabilme kriterlerinin değiştiği görülür. Buna göre, Cumhurbaşkanı 40 yaşını doldurmuş, yükseköğrenim mezunu ve TBMM üyeleri arasından seçilebilmektedir. 1961 Anayasasına göre iki meclisten oluşan yasama erki, Millet Meclisi ve Cumhuriyet Senatosu tarafından Cumhurbaşkanı seçilmektedir. Cumhurbaşkanı seçilen kişinin partisiyle ilişiği kesilmekte ve TBMM üyeliği sona ermektedir. Cumhurbaşkanlığı görev süresi 4 yıldan 7 yıla çıkarılmış, böylelikle seçilen bir Cumhurbaşkanının bir sonraki yasama döneminde de görev yapmasının ve Cumhurbaşkanının partilerüstü bir konumda olmasının sağlanması amaçlanmıştır. 1961 Anayasasına göre bir kişi art arda iki kez cumhurbaşkanı seçilemez ancak art arda olmamak koşuluyla pek çok kez seçilebilir. Cumhurbaşkanlığı seçimlerine, mevcut cumhurbaşkanının görev süresinin dolmasına 15 gün kala başlanır. Makamın herhangi bir durum nedeniyle boşalması halinde ise Meclis derhal yeni Cumhurbaşkanı seçer. Cumhurbaşkanının seçilme kuralları da bu Anayasada değiştirilmiştir. Buna göre, seçimin ilk iki turunda üçte iki çoğunluk aranmakta, bu koşul sağlanamadığı takdirde, üçüncü turda salt çoğunluk ile Cumhurbaşkanı seçilmekte ve salt çoğunluk sağlanıncaya kadar seçimler devam etmektedir (Önder, 2007; Keskinsoy, 2012; Tuncer, 2013).

1961 Anayasasının getirdiği salt çoğunluk sağlanıncaya kadar seçimlerin devam etmesi kuralı, zaman zaman seçim sırasında yaşanan uzlaşmazlıkların krize dönüşmesine yol açmıştır. Örneğin 1980 Seçiminde beş buçuk ay süren 118 birleşimde Cumhurbaşkanlığı Seçimi için yapılan 115 tur oylamadan sonuç alınamamış; 5 ay 6 gün

Cumhurbaşkanlığı makamı boş kalmıştır.[22] Seçim turları sonuçsuz olarak devam ederken Başbakan Süleyman Demirel ve partisi (Adalet Partisi), TBMM'ye Cumhurbaşkanının halk tarafından seçilmesi yönünde bir değişiklik önerisi sunmuş, ancak bu öneri, Anayasa Komisyonunca reddedilmiştir.[23] 12 Eylül 1980 darbesi ile başlayan ara dönemin sonunda 1982 yılında Cumhurbaşkanlığı seçimi yapılmamış, halkoylamasına sunulan ve kabul edilen Anayasaya konulan geçici madde[24] ile Kenan Evren Cumhurbaşkanı sıfatını kazanmıştır (Tuncer, 2013: 73-82).

Bugün yürürlükte olan 1982 Anayasası ise Cumhurbaşkanı seçilme kriterleri ve seçim kurallarını büyük ölçüde korumuş ancak bir takım yenilikler getirmiştir. Cumhurbaşkanı seçilebilme nitelikleri aynı biçimde korunmuş, bir yenilik olarak "TBMM üyeleri veya bu niteliklere ve milletvekili seçilme yeterliğine sahip Türk vatandaşları arasından seçilir" hükmü ile meclis dışından da cumhurbaşkanı seçilebilmesinin yolu açılmıştır. Bir diğer yenilik, seçimlerin dört tura indirilmesidir. Dördüncü turda da sonuç alınamadığı takdirde TBMM seçimlerinin yenilenmesi, ayrıca yeni Cumhurbaşkanı seçilene ve göreve başlayana kadar eski Cumhurbaşkanının görevine devam etmesi öngörülmüştür. Bu değişikliklerle Cumhurbaşkanlığı makamının boş kalmasının önüne geçmek amaçlanmıştır. 1961 Anayasasında art arda olmamak koşuluyla birden fazla Cumhurbaşkanı seçilebilme hakkı da 1982 Anayasasında bir kişinin kesinlikle birden fazla Cumhurbaşkanı seçilemeyeceği yönünde değiştirilmiştir.

[22] 1973-1980 arası Fahri Korutürk'ün Cumhurbaşkanlığı döneminde yedi ayrı hükümet görev yapmış, bu hükümetlerin görev süreleri bir yılı bile aşmamıştır. Ülkede siyasal, toplumsal ve ekonomik bir kaos dönemi yaşanmaktadır (Yücel, 2012). 1961 Anayasasının Cumhurbaşkanı seçilene kadar seçim turlarının devam edeceği kuralı nedeniyle sonuçsuz gerçekleşen seçim turları yapılsa da bir türlü Cumhurbaşkanı seçilememiştir. Üçüncü Milli Cephe Hükümetinin Başbakan Süleyman Demirel ve CHP lideri Bülent Ecevit ortak bir aday üzerinde anlaşamamışlardır. Bu durum 12 Eylül 1980 darbesi için sunulan başlıca gerekçelerden biri olmuştur.

[23] Anayasa Komisyonunun ret gerekçesinde şu hususlara yer verilmiştir: "1961'den beri yürürlükte olan sisteme göre 3 kez Cumhurbaşkanı seçimi yapılarak sonuç alındığı; Cumhurbaşkanının genel oyla seçilmesinin güçler arasındaki dengeyi bozacağı, bunun yapılması halinde Anayasadaki kurumların yeniden düzenlenmesi gerekeceği; Cumhurbaşkanının partiler üstü hakem olmaktan çıkacağı değişikliğin yapılması halinde geçecek sürenin en az 6 ay olacağı" belirtilmiştir (Tuncer, 2013: 77).

[24] 1982 Anayasasına konulan geçici madde şöyledir: "Anayasanın, halkoylaması sonucu, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası olarak kabul edildiğinin usulünce ilanı ile birlikte, halkoylaması tarihindeki Milli Güvenlik Konseyi Başkanı ve Devlet Başkanı, Cumhurbaşkanı sıfatını kazanarak, yedi yıllık bir dönem için, Anayasa ile Cumhurbaşkanına tanınan görevleri yerine getirir ve yetkileri kullanır. 18 Eylül 1980 tarihinde Devlet Başkanı olarak içtiği and yürürlükte kalır. Yedi yıllık sürenin sonunda Cumhurbaşkanlığı seçimi Anayasada öngörülen hükümlere göre yapılır" (Tuncer, 2013: 82).

Cumhurbaşkanlığı makamının siyasal hayattaki önemli konumu nedeniyle 2007 yılında Cumhurbaşkanlığı Seçiminde yaşanan kriz [25] sonucunda Cumhurbaşkanının halkoylaması ile seçilmesi yönünde Anayasada değişiklik yapılmıştır. Bu değişiklik yapılmadan önce, 1982 Anayasasına göre Cumhurbaşkanı 7 yıllık bir süre için TBMM'de seçilmekteydi. İlgili Anayasa hükümlerine göre, seçimlere mevcut Cumhurbaşkanının görev süresinin dolmasından 30 gün önce başlanmakta; ilk 10 günde adaylar ortaya çıkmakta ve kalan 20 günde de 4 tur seçim yapılmaktaydı. Anayasanın değişmeden önceki 102. Maddesinde yapılacak olan seçimin kurallarından bahsedilmekteydi: Bu dört tur oylamanın ilk ikisinde 3'te 2 çoğunluğu alan aday çıkmışsa, o seçilmiş olur. Bu sağlanamazsa üçüncü turda salt çoğunluğu sağlayan aday varsa o seçilir; bu da bulunamamışsa üçüncü turda en çok oyu alan iki aday dördüncü tura katılır. Dördüncü turda salt çoğunluğu alan aday seçilir. Yine seçilememişse derhal TBMM seçimleri yenilenir" (Taşkın, 2007: 116).

2007 yılında Anayasanın yukarıdaki eski hükmüne göre düzenlenen Cumhurbaşkanlığı seçimi krize dönüşmüştür. Ana muhalefet partisi CHP, Cumhurbaşkanlığı Seçiminde ilk iki turda aranan üye tam sayısının üçte iki çoğunluğu olan 367 milletvekili sayısının, seçim yapmak üzere toplanılması için de gerekli sayı olduğu yorumuyla Anayasa Mahkemesi'ne başvurarak seçimlerin geçersiz sayılması talebinde bulunmuş ve talebi Anayasa Mahkemesi'nce kabul edilmiştir. Ardından iktidar partisi, dönemin diğer bir muhalefet partisi olan Anavatan Partisi ile anlaşarak, Anayasa değişikliği yapılması için Cumhurbaşkanına başvurmuş, ancak bu talepleri dönemin Cumhurbaşkanı Ahmet Nejdet Sezer tarafından reddedilmiştir. Bunun üzerine Meclis erken seçim kararı almış ve Anayasa değişikliği de seçimlerden sonra referandumla halkoyuna sunulmuştur. 22 Temmuz 2007 Genel Seçimi ve 21 Ekim 2007 Anayasa Değişikliği Referandumundan

[25] Krizin çıkış noktasını 2007'nin Nisan ayında başlayan Cumhuriyet Mitingleri ile başlatmak mümkündür. İlk olarak 14 Nisan'da Ankara'da başlayan daha sonra farklı illere de yayılan bu mitinglerde "eşi başörtülü bir siyasetçinin Cumhurbaşkanı olma ihtimaline karşı" (Tuğal, 2007: 40) o dönemdeki AK Parti karşıtı cephe bir araya geldi. Ancak bu mitinglerin tek gündemi bu değildi, aynı zamanda 2007 yılında yapılacak olan seçimler yaklaşırken rejimin temel niteliklerinin İslamcılar tarafından sarsılmasına dair duyulan bir endişe ve tepkiydi (Tuğal, 2007: 40). 24 Nisan'da eski Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün adaylığının açıklanmasının ardından başlayan seçim tartışmalarının ardından 27 Nisan günü Genelkurmay Başkanlığı'nın web sitesinden Türk Silahlı Kuvvetlerinin siyasetteki bu gelişmeler karşısında kaygılı olduğunu belirten bir bildiri (e-muhtıra) yayınlandı. Bunun üzerine AK Parti de bir karşı bildiri hazırlayarak, Genelkurmay'ın bu tavrına sert bir karşılık verdi. Tüm bu gelişmeler neticesinde Cumhurbaşkanlığı Seçimi gerçekleştirilemedi. Seçim hakkında yapılan hukuki tartışmalar CHP tarafından Anayasa Mahkemesi'ne taşındı ve TBMM seçimlerinin yenilenmesine karar verildi ve 22 Temmuz 2007 genel seçimlerinin ardından Cumhurbaşkanlığı seçimi gerçekleştirildi.

AK Parti, oyunu artırarak çıkarken, Anayasa değişikliği ile milletvekilliği seçimleri 5 yıldan 4 yıla indirilmiş ve Cumhurbaşkanının da 5 yıllığına halk tarafından seçilmesi hükmü düzenlenmiştir. Ayrıca bir kişinin birden fazla Cumhurbaşkanı seçilemeyeceği hükmü de bu değişiklikle beraber, iki kez Cumhurbaşkanı seçilebilme hakkı getirilmiştir.

Seçim usulleri de değişmiş, mevcut Cumhurbaşkanının görev süresinin dolmasından 60 gün önce, makamın boşalması halinde ise boşalmayı takip eden 60 gün içinde seçimlere başlanması hükmü getirilmiştir. Cumhurbaşkanı adaylarının belirlenmesi ise TBMM içinden ya da dışından Cumhurbaşkanı adayı gösterilmesi en az 20 milletvekilinin yazılı teklifi ile gerçekleşmekte; son yapılan genel seçimlerde aldıkları genel oyların toplamı birlikte hesaplandığında yüzde 10'u geçen siyasi partiler ortak aday gösterebilmektedir. Halkoylaması ile yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde ilk tur oylamada salt çoğunluğu alan aday Cumhurbaşkanı seçilebilmekte, ilk oylamada salt çoğunluk sağlanamadığı taktirde birinci tur oylamayı izleyen ikinci Pazar günü ikinci oylamanın yapılması öngörülmektedir. Bu oylamaya ise ilk turda en çok oyu alan iki aday katılmakta, geçerli çoğunluğu alan aday Cumhurbaşkanı seçilmektedir.

İlk kez halkoylaması ile yapılan Cumhurbaşkanlığı Seçiminin ilk tur oylaması 10 Ağustos 2014'te yapılmış, salt çoğunluğu sağlayan bir aday çıkmadığı takdirde ikinci tur oylamanın tarihi ise 24 Ağustos 2014 olarak belirlenmiştir. Ancak ilk tur oylamada Recep Tayyip Erdoğan yüzde 51.79, Ekmeleddin İhsanoğlu yüzde 38.44, Selahattin Demirtaş yüzde 9.76 oranında oy aldığı için ikinci tur oylama yapılmamıştır.

2.3.3. Türkiye politik yaşamında ve yönetim yapısında Cumhurbaşkanlığı makamı

Parlamenter sistemlerin en temel özelliklerinden biri –ister monarşi ister cumhuriyet olsun- devlet başkanlığının "sembolik" yetkilere sahip olması ve siyasi açıdan sorumsuz olmasıdır. Bir diğer ifade ile iki başlı olan yürütme erkinden devlet başkanlığı makamının hem yetkilerinin hem sorumluluğunun az olması, buna karşılık yürütme erkinin diğer başı olan bakanlar kurulu ve başbakanın yasamanın içinden çıkması yetkilerinin daha fazla ve buna paralel olarak yasamaya karşı siyasi sorumluluğunun da daha fazla olması, aynı zamanda bakanlar kurulunun yasama erki meclise karşı da

sorumlu olması; yasamanın hükümeti gensoru, güven oylaması gibi mekanizmalarla düşürebilmesi; bunun yanında hükümetin de bir karşı denge aracı olarak fesih yetkisinin bulunmasıdır. Parlamenter sistemde devlet başkanının sorumsuzluğunun nedeni, görevini daha rahat yerine getirebilmesi için ona her türlü tartışma ve siyasi partilerin üstünde, tarafsız bir statü kazandırmaktır (Çelik, 2013: 203; Önder, 2007: 111; 113).

Ancak 1982 Anayasası Cumhurbaşkanının yetkilerini arttırırken Cumhurbaşkanının sorumsuzluğunu güçlendiren hükümlere daha fazla yer vermiştir. Özellikle önceki Anayasalardan farklı olarak 1982 Anayasasında Cumhurbaşkanının Yüksek Öğretim Kurulu Başkanı ve Rektör atamalarını yapma, Devlet Denetleme Kurulu üyelerini atama gibi önemli yetkileri ile tek başına imzaladığı kararlar karşısında yargı mercilerine başvurulamaması gibi hükümlerin parlamenter sistemdeki "ne kadar yetki o kadar sorumluluk" prensibine aykırı olduğu değerlendirmeleri yapılmaktadır (Keskinsoy, 2012: 87). 1982 Anayasası ile "Cumhurbaşkanlığı makamı, 1923 sonrası fiili konumuna benzer biçimde fakat bu defa Anayasa ile devletin yapılandırılmaya çalışıldığı nihai kurum mevkii haline gelmiş" "Cumhurbaşkanına parlamenter rejimlerde rastlanmayan yetkiler" verilmiştir (Heper, 2010: 237).[26]

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nda Türkiye'nin yönetim yapısı, bir diğer ifade ile hükümet sistemi yasama, yürütme ve yargı organlarından oluşan parlamenter sistem olarak tanımlanmaktadır. Yasama organı 4 yılda bir yapılan seçimlerle göreve gelen 550 milletvekilinden oluşan Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) tarafından yerine getirilmektedir. Anayasaya göre yasama organının temel görevleri kanunların teklif edilmesi ve görüşülmesi, uluslararası antlaşmaların onaylanması ya da uygun

[26] Metin Heper (2010: 238-239), 1982 Anayasası ile Cumhurbaşkanına tanınan geniş yetkilerin devlet ve siyaset arasında mevcut olması gereken işbölümü açısından, Fransız örneği ile karşılaştırarak, şöyle değerlendirilebileceğini söylemektedir: "1958 Fransız Anayasası da, devleti cumhurbaşkanlığı makamında yapılandırmıştır. Fakat Fransa'da cumhurbaşkanı bir siyasal parti adayıdır ve bu sıfatla seçilir. Dolayısıyla, Fransa'da cumhurbaşkanlığını güçlü kılmanın arkasında rasyonel, karar verme mekanizmasındaki kilitlenmeyi *(immobilisme)* önleyerek parti siyasetinin uygulanmasını kolaylaştırmaktır. Türkiye'de ise cumhurbaşkanının tarafsız bir konumu vardır. Bu tarafsız cumhurbaşkanı, diğer sorumlulukları meyanında, ülke için hayati öneme sahip Atatürk ilke ve inkılaplarını korumak ile yükümlüdür. Bu yükümlülüğünü yerine getirirken bir siyasi parti ile değil, yalnız başına hareket etmek zorundadır. 1982 Anayasası ile cumhurbaşkanına tanınan yetkileri bu düşüncelerin ürünü olarak görmek gerekir." Dolayısıyla, Cumhurbaşkanının halkoylaması ile seçilmesine dair yapılan Anayasa değişikliği sonucu fiili olarak parlamenter sistemde bir değişiklik olduğu tartışmaları yapılmaktadır.

bulunması, Bakanlar Kurulu'na kanun hükmünde kararname çıkarma yetkisi verme ve savaş hali ilanı ve silahlı kuvvet kullanılmasına izin vermedir.

Yürütme organı ise Başbakan, Bakanlar Kurulu ve Cumhurbaşkanından oluşmaktadır. Bakanlar Kurulu Başbakan ve Bakanlardan oluşmakta, Başbakan Cumhurbaşkanı tarafından TBMM üyeleri tarafından atanmakta, Bakanlar ise TBMM üyeleri arasından ya da milletvekili seçilme yeterliliklerine sahip kişiler arasından Başbakanca seçilip, Cumhurbaşkanınca atanmaktadır. Anayasada Cumhurbaşkanının ise 5 yıl süreyle, kırk yaşını doldurmuş ve yüksek öğrenim yapmış TBMM üyeleri veya bu niteliklere ve milletvekili seçilme yeterliliklerine sahip Türk vatandaşları arasından, halk tarafından seçilmesi öngörülmüştür.[27]

Cumhurbaşkanının görev ve yetkileri Anayasanın 101, 102, 103, 104, 105 ve 106'ncı maddelerinde tanımlanmaktadır. Buna göre, 5 yıl süreyle seçilen bir Cumhurbaşkanı, en fazla 2 defa seçilebilir. Son yapılan milletvekili seçiminde yüzde 10'u geçen siyasal partiler Cumhurbaşkanı adayı gösterebilmekte, aday 20 milletvekilinin yazılı teklifi ile gösterilmektedir. Cumhurbaşkanlığı seçimi iki turda gerçekleştirilecektir. Birinci turda salt çoğunluk aranmakta, eğer salt çoğunluk sağlanamazsa ikinci turda en çok oyu almış olan iki aday birinci tur oylamayı izleyen ikinci pazar günü yapılacak ikinci tur oylamaya katılacak ve bu oylamada en çok oyu alan aday Cumhurbaşkanı seçilecektir. Anayasada Cumhurbaşkanı "devletin başı" sıfatıyla "Türkiye Cumhuriyeti'ni ve Türk Milleti'nin birliğini temsil eder" biçiminde tanımlanmıştır.[28]

Cumhurbaşkanının görev ve yetkileri ise Anayasada şöyle tanımlanmaktadır:[29]

Yasama ile ilgili görevler:

- Gerekli gördüğü takdirde, yasama yılının ilk günü Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde açılış konuşmasını yapmak, Türkiye Büyük Millet Meclisi'ni gerektiğinde toplantıya çağırmak,
- Yasaları yayımlamak,

[27] http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa_2011.pdf (Erişim Tarihi: 14 Mayıs 2014).
[28] http://www.tccb.gov.tr/sayfa/cumhurbaskanligi/gorev_yetki/ (Erişim Tarihi: 14 Mayıs 2014).
[29] http://www.tccb.gov.tr/sayfa/cumhurbaskanligi/gorev_yetki/ (Erişim Tarihi: 14 Mayıs 2014).

- Yasaları yeniden görüşülmek üzere Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne geri göndermek,
- Anayasa değişikliklerine ilişkin yasaları gerekli gördüğü takdirde halkoyuna sunmak,
- Yasaların, kanun hükmündeki kararnamelerin, Türkiye Büyük Millet Meclisi İçtüzüğü'nün, tümünün ya da belirli kurallarının Anayasa'ya biçim ya da esas yönünden aykırı oldukları gerekçesi ile Anayasa Mahkemesi'nde iptal davası açmak,
- Türkiye Büyük Millet Meclisi seçimlerinin yenilenmesine karar vermek,

Yürütme ile ilgili görevler:

- Başbakanı atamak ve istifasını kabul etmek,
- Başbakanın önerisi üzerine Bakanları atamak ve görevlerine son vermek,
- Gerekli gördüğünde Bakanlar Kurulu'na başkanlık etmek ya da Bakanlar Kurulu'nu başkanlığı altında toplantıya çağırmak,
- Yabancı devletlere Türk Devleti'nin temsilcilerini göndermek, Türkiye Cumhuriyeti'ne gönderilecek yabancı devlet temsilcilerini kabul etmek,
- Uluslararası antlaşmaları onaylamak ve yayımlamak,
- Türkiye Büyük Millet Meclisi adına Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Başkomutanlığını temsil etmek,
- Türk Silahlı Kuvvetleri'nin kullanılmasına karar vermek,
- Genelkurmay Başkanı'nı atamak,
- Milli Güvenlik Kurulu'nu toplantıya çağırmak,
- Milli Güvenlik Kurulu'na Başkanlık etmek,
- Başkanlığında toplanan Bakanlar Kurulu kararıyla sıkıyönetim ya da olağanüstü hal ilan etmek ve kanun hükmünde kararname çıkarmak,
- Kararnameleri imzalamak,
- Sürekli hastalık, sakatlık ve kocama sebebi ile belirli kişilerin cezalarını hafifletmek ya da kaldırmak,
- Devlet Denetleme Kurulu'nun üyelerini ve Başkanını atamak,
- Devlet Denetleme Kurulu'na inceleme, araştırma ve denetleme yaptırmak,

- Yükseköğretim Kurulu üyelerini seçmek,
- Üniversite rektörlerini seçmek,

Yargı ile ilgili görevler:

Anayasa Mahkemesi üyelerini, Danıştay üyelerinin dörtte birini, Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı ve Yargıtay Cumhuriyet Başsavcıvekilini, Askeri Yüksek İdare Mahkemesi üyelerini, Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu üyelerini seçmek.

Cumhurbaşkanı, ayrıca Anayasada ve kanunlarda verilen seçme ve atama görevleri ile diğer görevleri yerine getirir ve yetkileri kullanır.

Cumhurbaşkanının siyasal ve yönetsel anlamda bu geniş yetkilerine karşın hukuksal olarak sorumluluğu yoktur. Cumhurbaşkanı Anayasanın 105. Maddesine göre yalnızca "vatana ihanetten dolayı, TBMM üye tamsayısının en az üçte birinin önerisi üzerine, üye tamsayısının en az dörtte üçünün vereceği kararla" suçlandırılabilmektedir. Buna karşın aynı maddeye göre Cumhurbaşkanı resen (bağımsız olarak) imzaladığı kararlardan sorumlu değildir: "Cumhurbaşkanı'nın, Anayasa ve diğer yasalarda Başbakan ve ilgili bakanın imzalarına gerek olmaksızın tek başına yapabileceği belirtilen işlemleri dışındaki bütün kararları, Başbakan ve ilgili bakanlarca imzalanır. Bu kararlardan Başbakan ve ilgili bakan sorumludur. Cumhurbaşkanı'nın resen imzaladığı kararlar ve emirler aleyhine Anayasa Mahkemesi dahil, yargı mercilerine başvurulamaz."[30]

Kısacası Cumhurbaşkanlığı makamı anayasal olarak "her türlü sorumluluktan bağışık tutulmuş, geniş yetkilerle donatılmış" (Yokuş, 2010: 97) ve "Cumhurbaşkanlığı makamına sahip olmak" Türk siyasal yaşamında çok önemli bir yarış meselesi olagelmiştir. Türkiye'nin yönetim yapısı açısından Cumhurbaşkanlığı makamının önemi, hem güçler ayrılığı dengesi hem de Cumhurbaşkanının sahip olduğu yetkiler konusundadır. 1982 Anayasası'nın Cumhurbaşkanına tanıdığı yetkiler, bu makamı Yasama organı ile Yürütme organının diğer unsurlarına (Başbakan ve Bakanlar Kurulu) ve Yargı organına karşı geniş yetkilerle donatmıştır. Anayasaya göre Cumhurbaşkanı hem geniş yetkilere sahip hem yasal olarak sorumsuz hem de tarafsız kavramlarıyla

[30] http://www.tccb.gov.tr/sayfa/cumhurbaskanligi/gorev_yetki/ (Erişim Tarihi: 14 Mayıs 2014).

tanımlanmıştır. Cumhurbaşkanlığı makamının geniş yetkilerle donatılmış olması siyasal hayatta da bu konumu çok önemli bir noktaya taşımıştır.

2.3.4. 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki koşullar

1989-2002 yılları arasında, siyasal ve ideolojik alanlarda kısırlaşmanın söz konusu olduğu ve seçimlerin gittikçe yüzde 20'yi biraz aşan oy oranlarıyla kazanılmaya başlandığı; hatta bunun birçok parti için "üstün başarı" göstergesi haline geldiği bir atmosferde (Berktay, 2010: 36), milli görüş geleneğinin içinden çıkan kadronun, "Biz gömleğimizi değiştirdik" diyerek kurduğu Adalet ve Kalkınma Partisi'nin yüzde 34 oy oranına ulaşması ve geçmiş iktidar ve ana muhalefet partilerinin çok düşük oy oranlarıyla Meclise girememesi beklenmedik bir gelişme olarak ortaya çıktı.

İslami hareketin sistem tarafından ehlileştirilmek ile 'öze dönüşçü' radikalizm arasında bir tercih yapmasının gerektiği bu krizde, "belirleyici yönelim, beklenebileceği üzere, bu iki uç arasında bir orta yol oldu. Temsil edilen 'dava'nın esaslarını ve tabanın taleplerini 'kitle çizgisine' uyarlayarak, merkeze/sisteme 'haysiyetli' bir entegrasyonu savunanlar galebe çaldılar" (Bora, 2002: 31).

AK Parti, içinden çıktığı İslami milli görüş hareketinin kalkınmacı, üçüncü dünyacı söylemlerini tamamen terk etmiş; 1980'lerde başlayan muhafazakar Anadolu sermayesinin de talebi ve desteğiyle merkez sağın, Türkiye'yi dünyanın egemen siyasi ve ekonomik güçlerinin yanında konumlandıran tercihini devralmıştır. Ayrıca AK Parti, "bu tercihlerin 'sessiz muhafazakâr/Müslüman kitlelerin' de tercihi haline getirilmesi imkânında belirginleşen hegemonik bir avantaj" da elde etmiştir (Taşkın, 2009: 470).

AK Parti'nin rejimle uzlaşarak iktidarını elde etmesi ve bu durumun İslamcıları da dönüştürmesini Cihan Tuğal, Gramsci'nin pasif devrim[31] kavramıyla açıklamıştır. Buna

[31] Tuğal (2010: 48), Gramsci'nin pasif devrim kavramını şöyle açıklamaktadır: "Kısmen de olsa hegemon hale gelmiş bir sistemde, sosyopolitik bir proje salt devleti ele geçirerek gerçekleştirilemez. Hegemonyanın kontrol ettiği tüm zeminin o hareket tarafından yavaş yavaş fethedilmesi gerekir; sivil toplum ile siyasal toplumun bağlarını koparıp, sonra bunları yeniden birleştirmesi gerekir. Ancak o zaman devleti ele geçirecek ve projesini gerçeğe dönüştürebilecektir. Güçlü hegemonyaların bulunduğu bağlamlarda, bu uzatmalı yolu tutmayan karşı koyuşlar siyasi yönetimler tarafından çabucak dağıtılmış ya da bu yapılar halka seslenmeyi başaramamışlardır. (...) Uzatmalı yolu tercih etmek son derece zor bir strateji olduğundan, bu yolu tutan çoğu hareket, sonunda arzuladığı dönüşümleri parça parça gerçekleştirdiğini görmektedir. Geliştirdikleri stratejiler ve kurumlar devrime yol açmamaktadır, daha

göre; Tuğal (2010: 284), özetle AK Parti iktidarının, dindar alt sınıfların kendilerinin belirleyici örgütlülüğü olmadan düzene dahil edilmesi olarak, pasif bir devrimle sonuçlandığını söylemektedir. Bu bağlamda rejim İslamileşmiş ancak İslami bir rejim haline gelmemiştir. Laik elitler kontrolü kaybetmemiş, özellikle 2005 sonundan itibaren (bu sürecin AK Parti'nin 22 Temmuz 2007 seçim galibiyetine kadar devam edebildiği söylenebilir) AK Parti'yi hükümetten düşürme, kapattırma ihtimalleri tekrar tekrar gündeme gelmiştir.

Ancak AK Parti, sadece güçlenen muhafazakar Anadolu sermayesi desteği ile ve İslami yönlerini törpüleyip, devletle uzlaşarak pasif devrimini gerçekleştirmemiştir. AK Parti hem ekonomik hem de uluslararası bir dizi gelişmeyle birlikte ortaya çıkmış ve dolayısıyla Türkiye'deki ideolojik dönüşüm süreci de bu bir dizi gelişme sonucu ortaya çıkmıştır. Uzgel (2009: 38), AK Parti'nin ortaya çıkışını, ilişkili olduğu gelişmelerle birlikte şöyle özetlemektedir: "AKP Türkiye'de, 1980'lerde Özal iktidarları döneminde başlayan ve 1990'larda kesintiye uğrayan dönüşümü gerçekleştirme süreci ile Orta Doğu'da ABD'nin başlatmak istediği İslamcı hareketleri sistem içine çekme projesinin kesiştiği bir noktada ortaya çıkmıştır."

AK Parti'nin bu gelişmeler beraberindeki uzun iktidar döneminde bir yandan İslami kesimin radikalizmi törpülenmiş, ama öte yandan, özellikle 22 Temmuz 2007 Genel Seçimine kadar gelen süreçte sistemin koruyucusu misyonundaki ordu ve laik kesimlerle AK Parti arasında, "otoriterliklerarası" (Bedirhanoğlu, 2009: 59) çatışmalar yaşanmıştır.

Birbiriyle ilişkili bir dizi gelişmeyi içeren bu süreç sonucunda oraya çıkan yeni egemen ideolojinin dili karşıtlıklar üzerine kurulmuştur. Bu karşıtlıklar temel olarak devlet ve orduya karşı olanlar ile devlet ve orduya taraf olanlar üzerinden biçimlenmiştir (Türkay, vd., 2009: 210). Bu dönemde yaşanan olaylar da bu karşıtlıklar üzerine kurulan hegemonik dil vasıtasıyla yorumlanmıştır. Medya da kuşkusuz bu dilin oluşumunda çok önemli bir rol oynamıştır.

---

ziyade mevcut hegemonya tarafından massedilmektedir. (...) Gramsci (1971) bu sürece 'pasif devrim' adını vermiştir: Devrimci hareketlerin mevcut düzene soğurulması."

AK Parti Hükümeti 2010 Anayasa değişikliği referandumu ve 2011 Genel Milletvekili Seçimini de büyük çoğunlukla kazanmış, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan bu zaferlerinden sonraki süreci "ustalık dönemi" olarak tanımlamıştır. Bu süreçte, Hükümetin uzlaşmacı söylemleri değişmeye, dini referanslar daha çok kullanılmaya başlanmıştır.

Ancak hükümet, bu "ustalık döneminde" gücünü artırırken önemli direnç veya muhalefet biçimleriyle de karşı karşıya gelmiştir. Gezi Parkı Eylemleri bu dirençlerin en önemli örneklerinden biridir. Gezi Eylemleri, 28 Mayıs 2013'te başlamış ve Haziran ayı boyunca devam etmiştir. Eylemler, Hükümet'in İstanbul'da Taksim Meydanı ile ilgili olarak kentsel gelişim planını uygulamaya geçirmesi ve bu kapsamda görevlilerin Taksim Gezi Parkındaki ağaçları kesmeye başlaması ile başlamıştır. Ağaçların kesilmesine tepki gösteren ve bu nedenle Gezi Parkına çadır ile yerleşen eylemcilere polisin sert müdahalesinin ardından eylemler diğer illere de yayılmıştır. Bu eylemlerle birlikte, hükümetin medya aracılığıyla kurduğu kamuoyuna karşıt bir kamuoyu yaratılmıştır. Sosyal medya bu süreçte çok önemli bir rol oynamıştır.

Gezi Parkı Eylemlerinin ardından, Hükümetin bazı bakanları hakkında bir takım yolsuzluk iddiaları ortaya atılmıştır. İlk olarak 17 ve 25 Aralık 2013'te başlayan soruşturmalar ve bazı sosyal paylaşım sitelerinde açılan hesaplarda yayınlanan ses kayıtları ile başlayan iddialar, Gülen Grubuna yakın medya grupları tarafından gündemde tutulmuş ve böylelikle bu olaylar, medya ve siyasette İslami muhafazakar birliğin bozulmasını sağlamıştır. 2014'ün Mart ayında gerçekleşen yerel seçimler de yoğunlukla bu konu etrafında gerçekleşmiştir.

AK Parti'nin bu uzun iktidar sürecinin yarattığı siyasal atmosferin bir diğer sonucu ana muhalefet partisi CHP'de yaşanan değişimdir. AK Parti'nin girilen seçimleri üst üste kazanması ve muhalefet partilerinin oy oranlarının aynı seviyelerde seyretmesi ve bu partilerin iktidarı kazanabilecek bir atılım gerçekleştirememesi sonucunda, özellikle CHP içinde partinin değişmesi gerektiği yönünde sesler yükselmeye başlamış, parti seçmenlerinin de bu konuda baskıları etkili olmuştur. Deniz Baykal'ın liderliğindeki CHP, yerini Kemal Kılıçdaroğlu'nun liderliğindeki CHP'ye bırakırken, bu değişim "yeni CHP" olarak tanımlanmıştır.

Partinin bu değişimle birlikte, daha sosyal demokrat bir politika yürüteceği vaat edilirken, diğer yandan AK Parti'nin seçimlerde oy aldığı dindar muhafazakar seçmenlerden ve Kürt seçmenlerden oy alabilmek için bu seçmenlere yönelik açılım sağlama yönünde söylemler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Uzun iktidar sürecindeki "farklı toplumsal kesimleri içerme" politikasının en önemli görünümlerinden biri ise kamuoyuyla paylaşıldığı ilk zamanlarda "Milli Birlik ve Kardeşlik Projesi" olarak tanıtılan, sonrasında daha çok "Çözüm Süreci" olarak tanımlanan Kürt siyasi hareketi ile yürütülen müzakerelerdir. Bu süreçle birlikte Kürt siyasi hareketinin de meclis içinde yürüttüğü etkili politika, Kürt siyasi hareketini "merkez" siyaset içerisinde daha da önemli bir -belirleyici- konuma taşımıştır.

Kısacası, AK Parti, iktidarının ilk dönemlerinde (laik) rejimin temel değerleriyle uzlaşmış, ancak iktidarının güçlendiği daha sonraki dönemlerinde rejime karşı daha keskin bir söylemi benimseyerek, rejime kendi değerlerini entegre etmeye çalışmıştır. Karşıtı olan toplumsal kesimlerin, siyasal muhalefetin, kurumların ve medyanın iktidarın karşısında güçsüzleşmesi bu keskin söylemi güçlendirmişse de, karşı dirençler de ortaya çıkmıştır. Bu dönem muhalefet açısından da bu uzun iktidarın nasıl değişebileceği üzerine çareler aramaya ve bu yönde değişiklikler yapmaya zorlamıştır.

21 Ekim 2007'de yapılan Anayasa değişikliği referandumu ile Cumhurbaşkanının halkoylaması ile seçilmesi nedeniyle mevcut yönetim yapısı olan parlamenter sistemde fiili olarak bir değişiklik gerçekleştiği tartışmaları 2007'den itibaren yapılmaya başlanmış (Yavuz, 2008), Hükümet bir Başkanlık Sistemi önerisi hazırlamış[32] ve 2014

[32] Hükümetin hazırladığı "Türk Tipi Başkanlık Sistemi" önerisinde, Başkanlık seçimlerinin beş yılda bir TBMM seçimleriyle aynı anda yapılması planlanmıştır. Başkan seçilebilme kriterleri ve seçim kuralları mevcut Cumhurbaşkanlığı seçilebilme nitelikleri ve seçim kuralları ile aynı biçimde planlanmıştır. Seçim kurallarına getirilen yenilik, milletvekili seçimleriyle aynı anda yapılması dışında, başkan adayı gösterilme kriteridir. Buna göre, başkanlığa son genel seçimde en az yüzde beş oranında oy almış olan siyasi partiler ile en az yüz bin vatandaş aday gösterebilir. Başkanın görev ve yetkileri konusunda da mevcut Cumhurbaşkanı görev ve yetkilerinin büyük kısmı korunmuştur. Öneriye göre başkanın başlıca görev ve yetkilerinden bazıları şöyledir: Başkanlık kararnamesi çıkarma; bakanları atama ve görevlerine son verme; kanunları onaylama ve gerek gördüğünde meclise geri gönderme; kanunların Anayasaya uygunluğunu denetleme ve gerek gördüğü taktirde Anayasa Mahkemesine Anayasaya aykırılık gerekçesiyle iptal davası açma; TBMM seçimlerinin yenilenmesine karar verme; Yüksek Öğretim Kurulu üyelerinin yarısını seçme; rektörleri seçme; Anayasa Mahkemesi üyelerinin yarısını, Danıştay üyelerinin yarısını, Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısını ve Hakim ve Savcılar Yüksek Kurulu üyelerinin yarısını seçme; genel siyasetin yürütülmesinde ihtiyaç duyduğu konularda başkanlık kararnamesi çıkarma; kanunların uygulanmasını sağlamak amacıyla yönetmelik çıkarma. Başkanın sorumluluğu ise öneride

Seçimine girerken ana tartışma konularından biri de başkanlık sistemi olmuştur. Başkanlık sistemini hükümet cephesinde savunanlar demokrasinin temel koşullarından biri olan "güçler ayrılığı" ilkesini parlamenter sistemin yeterince sağlayamadığını, başkanlık sisteminde yasama meclisi ile başkanın ayrı ayrı halk tarafından seçimi ile yasama ve yürütme erklerinin birbirinden bağımsız olabileceğini; başkanlık sisteminin ekonomik ve siyasal istikrar getireceğini savunmuşlardır. Başkanlık sistemine karşı çıkanlarsa başkanlık sisteminin mevcut parlamenter sistemdeki iki başlı yürütme işleyişi yerine tek başlı bir yürütme işleyişi ile otoriterleşmeyi artıracağı görüşüyle buna karşı çıkmışlardır. Başkanlık sistemi tartışmalarıyla beraber tartışılan bir diğer konu da başkanlık sisteminin ABD örneğine atıfla tartışıldığı ve Kürt sorunu ile bağlantılandırıldığı için federatif yapıyla birlikte olması gerekiyor gibi algılanması ve konuşulması olmuştur. Bu durum, Türkiye'ye federasyon modeli öneriliyor gibi algılanarak, aynı zamanda "bölünme" korkuları ve konusu da başkanlık sistemi ile beraber tartışılmıştır (Gülalp, 2013).

Cumhurbaşkanlığı seçim kampanyaları sürecinde de, seçim ilk kez halkoylaması ile yapıldığından yeni seçim kuralları, 2014 Yerel Seçiminde de çok tartışılan yolsuzluk iddiaları, otoriterleşme meselesi, kampanya bütçeleri [33] ve devletin olanaklarının kullanılması[34], Çözüm Süreci, MHP ve CHP'nin yaptığı işbirliği, medyanın, özellikle kamu yayıncılığı yapan TRT'nin, adaylara karşı eşitsiz yayın politikası[35] konuları çokça konuşulmuş ve adayların başlıca tartışma konuları haline gelmiştir.

şöyle planlanmıştır: Başkana kişisel ya da göreviyle ilgili bir suç işlediği iddiasıyla TBMM üye tam sayısının en az üçte ikisinin vereceği önerge ile soruşturma açılabilir. Önerinin tam metni için bknz. http://ismetberkan.blogspot.com.tr/2012/11/ak-parti-baskanlk-sistemi-onerisi-tam.html (Erişim Tarihi: 24 Nisan 2016). Önerinin klasik başkanlık sistemi ile karşılaştırmalı analizi için bknz. Çelik, 2013.

[33] Bu seçimlerde ilk kez adaylar bağış toplama yoluyla kampanya bütçelerini karşılamışlardır. Siyasal partiler adaylara yasal olarak maddi destek verememişlerdir.

[34] Bu konudaki tartışmaların bir örneği için bakınız. http://www.haberturk.com/gundem/haber/964949-erdogan-istifa-etsin (Erişim Tarihi: 8 Aralık 2015).

[35] TRT'nin adaylara ayırdığı yayın süreleri için bakınız. http://www.hurriyet.com.tr/trtnin-partilereayirdigi-sureler-aciklandi-40006512 (Erişim Tarihi: 8 Aralık 2015).

3. Yöntem

3.1. Retoriksel Alan Çalışmaları ve Katılımcı Eleştirel Retorik

McKerrow ve St. John (2009: 321), eleştirel retorik çalışmalarının önemli özelliklerinden birinin, formel ya da kurala dayalı olmayan, değişken ve esnek yönelimli yöntemler kullanabilmeye uygun olması olduğunu belirtmişlerdir. Bu yönelimlerin başlıca gelişmelerinden biri araştırmacıların nitel araştırma tekniklerini retorik araştırmalarında kullanmaları olmuştur (Middleton, Senda-Cook ve Endres, 2011: 386).

Eleştirel retorik analizlerinde incelenen konuşmanın/metnin üretildiği koşullar, konuşmanın ortaya çıkarmaya çalıştığı anlamlar bakımından önemli görülmektedir. Retoriğe durumsal açıdan yaklaşmak da, -bu çalışmanın da odaklandığı gibi- konuşmanın üretildiği anı ve bağlamı önemli kılmaktadır. Middleton, Senda-Cook ve Endres (2011:391-392), retoriği sosyal pratiğin bir parçası olarak gören bilim insanlarından (Bourdieu, 2005; Chouliaraki ve Fairclough, 1999; de Certeau, 2009; Fairclough, 2001; Rufo, 2003) hareketle, retoriği yalnızca metinle değerlendirmek yerine, metnin ve anlamın üretildiği maddi bağlamlar, toplumsal ilişkiler, kimlikler, bilinçler/anlayışlar ve anlamı üreten retor, dinleyiciler ve belirli bağlamlar arasında birlikte inşa edilen (birbiriyle ilişkili) retoriksel eylemlerin bir birleşimi olarak değerlendirmek gerektiğini söylemekte; buradan hareketle, yakın zamanda retorik üzerine çalışan araştırmacıların kullanmaya başladığı, retoriği doğal ortamında (in situ) incelemeyi sağlayan katılımlı gözlem gibi yöntemlerin kullanıldığı retoriksel alan çalışmalarının (rhetorical field methods), çeşitli özdeşlikler ve anlamlandırmalarla biçimlenen "güncel" retorik ("live" rhetoric) hakkında daha detaylı veri sağladığını vurgulamaktadırlar.

Eleştirel retorik çalışmaları, performans çalışmaları (performance studies) ve etnografi araştırmalarının pratik ve teorik bir sentezi olarak retoriksel alan çalışmaları, güncel retoriği (live rhetorics) anlayabilmek için yürütülür. Mekana bağlı anlamlar, fiziksel yapılar, etkileşim içindeki birey ve topluluklar, anlık ya da ana bağlı seçimler retoriksel alan çalışmaları için elverişli konulardır (Middleton, Senda-Cook ve Endres, 2011: 388). Bu bağlamda, retoriksel alan çalışmaları retoriğin, doğal ortamında karmaşık ve

tartışmalı durumlara odaklanarak, sosyal bir pratik olarak nasıl meydana geldiğini gösterme potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla bu yaklaşım metnin resmedildiği kadar basit olmadığını iddia eder (Middleton, Senda-Cook ve Endres, 2011: 402).

Çalışmanın yöntemi açısından retoriksel alan çalışmalarından bazı örnekler vermek yerinde olacaktır. Bu alandaki çalışmalar, toplumsal hareketlerin eylemlerinden (Katriel, 1987; McCormick, 2003; Pezzulo, 2003; Sprain, Norton ve Milstein, 2009; Endres, Sprain ve Peterson, 2009; Garlough, 2012) çeşitli anma mekanlarının ürettiği retoriğe (Blair, Jappeson ve Pucci, 1991; Katriel, 1993; Dickinson, Ott ve Aoki, 2005; 2006; Hasian ve Wood, 2010) ve çeşitli siyasal kampanyalara (Benson, 1981; Simonson, 2010) kadar farklı alanlara yayılmıştır. Örneğin, Dickinson, Ott ve Aoki (2005), bir tarih müzesi olan Buffalo Bill Müzesi'nin beyazlık ve erkekliği yeniden ürettiği iddiasından yola çıkarak, mekanın retoriğini araştırmışlardır. Araştırma kapsamında her bir araştırmacı, 2 haftalık gözlemde bulunarak müzede 20 saat geçirmiştir. Katılımlı gözlemin yanında müzenin arşiv defterinden notlar almışlar ve müze yetkilileriyle görüşmeler yapmışlardır. Tarih müzelerinin toplumsal/kolektif bellek ve ulusal kimlik inşasını sağlayan retoriksel işleve sahip mekanlar olarak ele alındığı çalışmada, Buffalo Bill müzesinin Anglo-Amerikanlarla yerli Amerikanlar arasındaki şiddetli çatışmayı karnavalize ettiği görüşü ortaya konulmuştur. Dickinson, Ott ve Aoki (2006), daha sonra bir Amerikan yerlileri müzesinin retoriği üzerine yaptıkları çalışmada da yine katılımlı gözlem tekniği ile veri toplamışlar ve bu çalışmalarında tarihsel ve deneyimsel alanlar olarak müzeleri bir metin olarak ele almışlardır.

Sprain, Norton ve Milstein (2009) ise toplumsal hareketlerin imaj politikalarındaki retorik kullanımlarına odaklandıkları çalışmalarında, "Toplumsal hareketlerin inşasında imaj politikalarını kullanmanın önemi nedir?" sorusunu cevaplandırabilmek için çevreci bir hareketin faaliyetlerini incelemişlerdir. Bu doğrultuda, grubun bazı eylemlerinde katılımcı gözlemci olarak bulunulmuş, katılımcılarla görüşmeler yapılmış, yapılan konuşmalar, bu eylemlerin medyada yer alma biçimi, organizatörler tarafından oluşturulan eylem raporları analiz edilmiştir. Katriel de (1987) İsrail gençlik hareketlerinin ABD'de yaptığı ateş gösterilerinin ürettiği retorik etkiyi incelemiş; bunun

için ateş gösterilerine katılmış, bu etkinliklerdeki gençlerle görüşmüş ve İsrail gençlik hareketleriyle ilgili belgeleri incelemiştir.

Simonson (2010), 2008'deki ABD Başkanlık Seçimlerinde Barack Obama'nın kampanyasında 12 gün bizzat çalışarak tam katılımlı gözlem yapmış ve kampanyanın retoriğinin doğal ortamında nasıl üretildiğini araştırmıştır. Telefon görüşmeleri, stant çalışmaları, kapı-kapı oy isteme çalışmaları gibi çeşitli etkinlikler ve toplantılar içinde bulunarak gözlem yapan Simonson, McGee'nin "performatif eleştirellik" kavramından ve Benson'un 1981'deki öncü çalışmasından esinlenmiştir. Benson, 1981 yılında yayınlanan çalışmasında, ABD'de bir Kongre üyesi adayı için çektiği reklam filmleri sürecinde yaşadıklarını oto-etnografik bir tarzda anlatarak, eleştirisini yapmıştır.

Retorik teorisi içinde yakın dönemde yaygınlaşmaya başlayan alan-temelli dönüş (field-based turn) içindeki retorik araştırmacıları mekanların/alanların retoriksel etkileşim içinde nasıl mübadele edildiğini, mekanların/alanların kendisinin retoriksel olarak anlamların o mekanların/alanların "yerlileri" tarafından yaratılmasında nasıl rol oynayabileceğini araştırmaktadırlar. Middleton vd. (2015), bu yönelimi "katılımcı eleştirel retorik" (participatory critical rhetoric) olarak kuramlaştırmışlar ve bunun üç varsayımından bahsetmişlerdir. Buna göre katılımcı eleştirel retoriğin, retoriksel bir analize sağlayacağı katkılar için başlıca varsayımları şöyledir;

- Metin toplumsal pratikler, edimler (performances) ve bağlamlar içine gömülüdür. Dolayısıyla, alan araştırmasının alan notları ve diğer dokümanlardan oluşan bileşenleri metni oluştururken, bunlar bir sosyal ve retoriksel sahnenin kompleks doğasının sadece kısmi bir kavrayışıdır ve metnin doğal ortamında, belirli bir süre içinde nasıl üretildiği ve inşa edildiği katılımcı eleştirel retorikle ortaya çıkarılabilir.
- Katılımcı bir epistemoloji retoriksel teori ve eleştiriyi genişletir. Böylece içeridekilerin perspektifine ve retoriğin nasıl ve neden icra edildiğine yönelik bilgi elde edilir.
- Katılımcı eleştirel retorik ile retoriksel ifşanın ve onun kesişimselliğinin kavrayışı şekillendirilir ve konumlandırılır. Sadece basit olarak kelimelerden oluşmayan retoriğin sergilendiği anda katılımcı bir yöntemle orada bulunan

araştırmacı, kelimeler, mekanlar, bedenler ve bağlamlar arasındaki kompleks kesişim noktalarının ortaya çıkarılmasını sağlar.

Bu çalışmada, 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi kampanyasında, adayların kullandığı retoriksel stratejilerin üretildiği an ve bağlamı dikkate alarak, retoriksel alan çalışmalarında izlenen yollara benzer bir yöntemsel perspektif benimsenmiştir.

3.2. Araştırma Modeli

Bu çalışma, 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde adayların kullandıkları retoriksel stratejileri, bağlamı ile birlikte bütüncül olarak analiz etmeyi amaçladığından, nitel bir durum çalışması (case study) olarak desenlenmiştir.

Nitel araştırmalar, yorumlayıcı veya eleştirel sosyal bilime dayanan, doğrusal olmayan bir araştırma yolu izleyen, araştırılan konuları/kişileri/olayları doğal ortamında inceleyerek "olaylar ve bağlamlar"ın dilini ortaya koyan bir perspektife dayanır. Bir diğer ifade ile nitel araştırmalar, "toplumsal yaşamın doğal akışında ortaya çıkan olayların ayrıntılı incelemelerini" sunmayı amaçlar (Neuman, 2014: 224). Olayları ve araştırmanın katılımcılarını doğal ortamında inceleyen nitel araştırmacılar, bizzat veri toplar ve oluştururlar, bu bakımdan araştırmanın temelinde yer alırlar ve kendi konumlarını araştırmada yansıtırlar. Nitel araştırmacılar, veri toplama sürecinde ve analizinde çoklu yöntemler kullanırlar ve araştırma sürecinde araştırma desenini katı kurallarla değil, zamanla oluşturabilirler. Nitel araştırmacılar, tümevarımsal bir şekilde verileri "aşağıdan yukarıya" organize eder, ancak aynı zamanda verilerle oluşturdukları temaları sürekli karşılaştırarak analizi gerçekleştirildiği için tümdengelimli düşünme biçimini de kullanırlar ve böylece karmaşık akıl yürütme becerilerini kullanırlar. Nitel araştırmacılar, araştırma katılımcılarının bakış açılarını ve yorumlarını öğrenmeye ve araştırmada yansıtmaya odaklanırlar ve çalışılan konu ile ilgili bütüncül bir açıklama getirmeyi hedeflerler (Creswell, 2013: 45-47).

Durum çalışması veri toplama ve analizinde spesifik yaklaşımları bir araya getiren tüm yöntemleri kapsayıcı bir araştırma stratejisidir. Bu bakımdan durum çalışması, sadece bir veri toplama taktiği ya da sadece bir desen türü değil, kapsamlı bir araştırma stratejisidir (Yin, 1994: 13). Durum çalışması, "araştırmacının gerçek yaşam, güncel

sınırlı bir sistem (bir ***durum***) ya da belli bir zaman içerisindeki çoklu sınırlandırılmış sistemler (durumlar) hakkında ***çoklu bilgi kaynakları*** (...) aracılığıyla detaylı ve derinlemesine bilgi topladığı, bir ***durum betimlemesi*** ya da ***durum temaları*** ortaya koyduğu nitel bir yaklaşımdır" (Creswell, 2013: 97).

Yin'e (1994: 3, 8, 13) göre durum çalışması, gerçek yaşam olaylarının bütüncül ve anlamlı özelliklerini kaçırmadan araştırılmasını sağlayan, özellikle güncel olayları irdelemek için tercih edilen, özellikle fenomen ile bağlam arasındaki sınırlar yeterince açık olmadığında kullanılan ve çoklu kaynaklardan gelen verilerin kullanıldığı bir yöntemdir.

Punch (2005: 146-147), durum çalışmalarının dört temel özelliği olduğunu söylemektedir. Bunlardan ilki araştırılan durumun sınırlarının olması, bir diğer ifade ile sınırlı bir sistem olmasıdır. İkinci özellik olarak durum (olay), bir şeyin olması, neyin oluşumu olduğunun saptanmasıdır. Üçüncü özellik, durumun birliğinin ve bütünlüğünün, odak noktasının saptanarak korunmasıdır. Dördüncü özellik ise araştırılan durumun doğal ortamlarında çoklu veri kaynağı ve veri toplama yöntemlerinin kullanılmasıdır.

Yin (1994:38), durum çalışmalarını dört tür olarak sınıflandırmaktadır. Bunlar;[36]

1. Bütüncül tek-durum
2. Bütüncül çoklu-durum
3. İç içe geçmiş tek-durum
4. İç içe geçmiş çoklu-durum

Bu çalışma da "bir durumun genel doğasını incelemek için kullanılan" (Yin, 1994: 42) bütüncül tek-durum çalışması sınıfına girmektedir.

[36] Sınıflandırma adlarının çevirisi Güneş-Uca, E. P., ve Eby, G. (2014). Uzaktan eğitim lisansüstü programlarının teknoloji boyutunun yapılandırılması: dönüşümcü sosyal ağ sentezi. Ankara: Kültür Ajans Yayınları. s. 134'ten alınmıştır.

3.3. Araştırma Alanı ve Katılımcılar

Araştırmanın alanı, 10 Ağustos 2014'teki Cumhurbaşkanlığı Seçiminde adayların içinde hareket ettiği seçim kampanyaları ve bu kapsamda yaptıkları konuşmaları; katılımcıları ise başta konuşmacı/retor olarak adayların kendileri olmak üzere, seçim kampanyalarını yürüten partililer, profesyoneller ve konuşmaların yapıldığı anda orada bulunan dinleyicilerdir. Adayların yaptıkları konuşmaların geçtiği mekanlar, retoriksel analizin bağlamı için önemli olduğundan bu mekanların betimlenmesi bulgular ve yorum bölümünde yapılacaktır.

Alan araştırması kapsamında adayların konuşma yaptıkları mitinglerde ya da şehir turunda düzenledikleri etkinliklerde katılımlı gözlemle veri toplanmıştır. Araştırma sürecinde toplamda 9 miting veya etkinlikte katılımlı gözlemle veri toplanmıştır. Bu mitingler ve etkinlikler de amaçlı olarak seçilmiş, İzmir, İstanbul ve Diyarbakır'daki miting ya da etkinliklerde veri toplanmıştır. Araştırma için Diyarbakır, İstanbul ve İzmir'in seçilmesinin nedeni, araştırmacının adaylar açısından bu illerde verilecek mesajların sembolik anlamda önemli olduğunu düşünmesidir. Üç ilin her biri, her bir aday için kendi tabanının temsil edildiği, dolayısıyla diğer illerde rakiplerin güçlü olduğu illeri temsil etmektedir. Bunun yanında araştırmacının Eskişehir'de bulunduğu bir tarihte adaylardan biri olan Ekmeleddin İhsanoğlu Eskişehir'e geldiği için burada yapılan bir toplantıya da katılma imkanı bulunmuştur.

Veri toplanacak iller araştırmacının amacı doğrultusunda seçilmiş, illerde iletişim kurulacak ve görüşme yapılacak katılımcılar önce amaçlı, daha sonra iletişim kurulan kişilerin yönlendirmeleri doğrultusunda kartopu örneklem tekniği ile seçilmiştir. Bu seçim partilerle kurulan iletişim sonucunda ilgililer tarafından ya da alanda tanışılan kişilerin –araştırmacının talepleri doğrultusunda- yönlendirmeleri ile gerçekleşmiştir. Yapılan görüşmeler eşit bir dağılımla gerçekleşmemiştir. Bazen alan araştırması sırasında yoğun bilgi alabilme ve görüşme yapabilme olanağı bulunmuştur. Bazen de illere yapılan ikinci ziyaretlerde daha çok sayıda kişiyle görüşme yapılmasına rağmen daha az yoğunluklu bilgi alabilme olanağı bulunabilmiştir.

Alan araştırması sürecinde, miting ya da etkinlikleri takip etmek üzere illere ve illerdeki partilere yapılan ziyaretlerde, araştırmanın katılımcılarıyla yapılandırılmamış

görüşmeler yapılmış, bunlar alan notlarına dahil edilmiştir. Parti yetkilileri ve seçim çalışmalarının içinde yer alan 23 kişiyle görüşülmüştür. Bunlar bazen ayaküstü, seçim çalışmalarının içindeyken yapılmış, bu nedenle ayrıca görüşme olarak yapılandırılmamıştır. Yalnızca bir kişiyle 25 dakikalık kayıtlı bir görüşme yapabilme olanağı bulunmuştur.

Seçimler sonuçlandıktan sonra, seçim çalışmaları sırasında yüz yüze ya da telefonla tanışılan, görüşülen, bilgi alınan parti yetkilileri, kampanya sorumlularıyla daha detaylı görüşme yapabilmek için, yeniden randevu alınmış ve aynı illere ikinci tur görüşmelere çıkılmıştır. Bunun neticesinde, 18 kişiyle ikinci tur şehir ziyaretlerinde yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bunlardan ikisi 2 saat kadar sürmüştür. İkisi aynı anda birden fazla kişiyle yapılmıştır. En uzun görüşme 130 dakika, en kısa görüşme 20 dakika sürmüştür. Bu süreler, araştırmacının tüm görüşme çabalarına rağmen katılımcıların ayırdıkları zamana göre şekillenmiştir. Görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılarak, daha sonra deşifresi yapılmıştır. Ancak bu görüşmeler öncesinde ve esnasında araştırmacı gözlemlediklerini not almaya devam etmiştir. Bu ziyaretlerde doğrudan görüşme talebi ve randevu ile gidilmesine rağmen, ses kaydına izin vermeyen katılımcılar olmuştur. Bu nedenle toplam 3 katılımcının görüşmesi not tutularak yapılmıştır.

Görüşme yapılan katılımcılar, seçim çalışmalarında yer alan parti yöneticileri, kampanya/iletişim sorumluları ve partili çalışanlardan oluşmuştur. Nitel araştırmalarda katılımcıların gizliliği esas alındığı için katılımcıların gerçek kimlikleri saklı tutulmuş ve analiz esnasında yapılan aktarmalarda "Katılımcılar" numaralandırılarak, kısaca K1, K2, vd. biçiminde isimlendirilmişlerdir.

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında durum çalışması araştırmasının gerektirdiği biçimde çeşitli veri kaynaklarından ve veri toplama tekniklerinden yararlanılmıştır. Bu veri kaynakları, mitinglerde katılımlı gözlemle oluşturulan alan notları; derinlemesine görüşme deşifreleri ve adayların tanıtım toplantılarında, mitinglerde/etkinliklerde ve propaganda seslenişinde yaptıkları konuşmaların görüntü-metinlerinden oluşmaktadır.

Bu çerçevede kullanılan veri toplama teknikleri aşağıda sıralanmıştır:

Derinlemesine görüşme: "Derinlemesine görüşme bir veri toplama tekniği olarak, açık uçlu soruların sorulması, dinlenmesi, cevapların kaydedilmesi ve ilişkili ilave sorularla araştırma konusunun detaylı bir şekilde kaydedilmesini mümkün kılar" (Kümbetoğlu, 2008: 71). Araştırma çerçevesinde adayların desteklendikleri parti yetkilileriyle ve kampanya sorumlularıyla derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

Katılımlı gözlem: Katılımlı gözlem, alan araştırmasının temel yaklaşımını ifade etmektedir. Bu temel yaklaşımda araştırmacı, araştırılan alanda belirli bir sosyal düzen içine girerek, bu düzende yaşayan insanları tanımaya çalışmakta, burada katıldığı gündelik rutin içerisinde olan biten her şeyi gözlemlemekte ve daha sonra burada gözlemlediği ve öğrendiklerini düzenli ve sistematik bir şekilde kaydetmektedir (Emerson, Fretz, Shaw, 2008: 1). Araştırma kapsamında Cumhurbaşkanı adaylarının İzmir, Diyarbakır ve İstanbul'da düzenledikleri mitinglerinden/toplantılarından önce ilgili kentte ve kentteki parti merkezlerinde ve mitingler sırasında katılımlı gözlemle veri toplanmıştır.

Belgeler/Dokümanlar: "Geçmişten kalan veya güncel belgeler, sosyal araştırmacı için zengin bir veri kaynağıdır" (Punch, 2005: 180). Nitel araştırmalarda ikincil veri kaynakları olarak adlandırılan dokümanlar araştırmacının sahadan ya da kişilerden aldığı bilgilerin yanında başvurulabilecek diğer veri kaynaklarıdır (Kümbetoğlu, 2008: 145). Araştırılan olguyla ilgili yazılı, basılı ya da kayıtlı her türlü materyal analiz yapılmak üzere kaydedilmektedir. Bu araştırmada, adayların konuşma görüntü-metinleri, seçim kampanyalarına ilişkin materyaller ve adayların hayat hikayeleri ile ilgili ve seçim kampanyalarına ilişkin bazı haberler de doküman olarak veri kaynaklarıdır.

3.5. Veri Toplama Süreci

Yin (1994), durum çalışmalarının en büyük zorluğunun, farklı kaynaklardan çok sayıda veri toplama süreci olduğunu ifade etmektedir. Bu durum, araştırmacı için, sahada veri toplamak üzere bulunabilmek amacıyla mitinglerin/etkinliklerin ne zaman nerede yapılacağını öğrenebilme, bunun ardından seyahat işlemleri, kurumdan

görevlendirme/izin alabilme, vs. gibi işleri gerçekleştirebilme, her şeyin çok hızlı geliştiği bir seçim kampanyasında adayları takip edebilme, siyasetle meşgul olan insanlarla iletişim kurabilme, randevu ayarlayabilme, aynı zamanda seçim gündeminde neler olup bittiğini takip edebilme ve gözlemci olarak bulunulmayan konuşmaları kaydedebilmeyi içeren yoğun emek gerektiren bir süreç olmuştur.

Araştırmacı için veri toplama sürecinin en zorlayıcı ve çaba gerektiren kısmı sahada katılımlı gözlem yapmak, gözlemlerini alan notlarına dönüştürmek ve katılımcılarla görüşme yapabilmek olmuştur. Hem görüşme yapabilmek hem de adayların programlarını öğrenmek için partililerle sık sık iletişim kurulması gerekmiştir. Aynı zamanda gerekli bilgi alınamadığında başka bilgi kaynaklarına ulaşabilmek ve katılım amaçlanan bir etkinliğe katılınamadığında kısıtlı süre içerisinde hemen bir başka plana geçmek, adayların birbirinden bağımsız olarak hazırlanmış programlarını takip edebilmek için bir şehirden diğerine, bazen bir mitingden ötekine geçmek, özetle 'an'ı kaçırmamak adına hızlı hareket etmek gerekmiştir.

Araştırmacının kendi programını düzenleyebilmesi ve bu etkinliklere katılabilmesi için seçim çalışmalarının takibi, adayların hangi tarihlerde nerede bulunduğu partilerin resmi internet sitelerinden, medyadan ve doğrudan parti merkezlerini, yönlendirilen ilgili kişileri arayarak yapılmıştır. Adayların araştırma kapsamında seçilen illerde yaptıkları konuşmaların görüntüleri ve/veya metinleri partilerin resmi web sitelerinden ya da aday için hazırlanan kişisel web sitelerinden, bazen de Youtube'dan indirilerek kaydedilmiştir.

Araştırmacı sahada iken alana bağlı bazı zorluklar ve engellerle karşılaşmıştır. Adayların seçim kampanyaları kapsamında çalışmaya başlamalarının ardından Ekmeleddin İhsanoğlu'nun miting yapmayacağı ancak şehir turuna çıkarak, buralarda ziyaretlerde bulunacağı duyurulmuştur. Araştırmacının bu etkinliklere katılabilmek için tarihlerini öğrenebilmesi ilgililerle kurulan iletişim sonucunda mümkün olamamıştır. Ancak CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu tarafından İhsanoğlu'nu desteklemek üzere miting yapacağı duyurulmuştur. Araştırmacı, İhsanoğlu'nun gezi programı ile ilgili bilgi edinemediği için bu mitinglere katılmaya karar vermiştir. Araştırmacı Kılıçdaroğlu'nun programını öğrenmek için partiyle iletişime geçmiş ve İzmir ve

İstanbul'a yapacağı ziyaretlerin tarihlerini öğrenebilmiştir. Bu doğrultuda araştırmacı Kılıçdaroğlu'nun İzmir mitingine katılmak üzere İzmir'e gittiğinde ise görüşülen bir partiliden İhsanoğlu'nun Diyarbakır ziyaretinin tarihini öğrenerek, bu ziyarette de katılımlı gözlemle veri toplayabilme şansına sahip olmuştur. Ancak araştırmacının katıldığı Kılıçdaroğlu tarafından yapılacağı duyurulan mitingler daha sonra iptal edilmiş, bunlar bir takım etkinlikler olarak devam etmiştir. Araştırmacı için Kılıçdaroğlu'nun halka sesleneceği mitingler, İhsanoğlu'nun seçim kampanyası dahilinde gerçekleştirildiği için, sadece bağlama ilişkin veri sunacak etkinlikler olarak değerlendirildiğinden halka sesleniş konuşması yapmaması araştırmanın amacı açısından bir kayıp olarak görülmemiş, araştırmacı katıldığı bu etkinliklerde partililerle görüşmüş, gözlem yapmış ve not almıştır. Araştırmacı Eskişehir'de bulunduğu bir tarihte, İhsanoğlu'nun şehri ziyaret etmesi üzerine, buradaki halkla bir kongre merkezinde yaptığı toplantıya katılabilmiştir. Bunun dışında araştırmacı, daha önce öğrendiği ve seyahat programını buna göre düzenlediği için Kılıçdaroğlu'nun seçimden bir gün önce İstanbul Kadıköy'de yapacağını duyurduğu –fakat iptal edilen- mitinge katılmak üzere 9 Ağustos'ta İstanbul'da bulunmuş, bu nedenle aynı gün gerçekleştirilen Selahattin Demirtaş'ın İzmir mitingine katılamamıştır.

Bu miting ya da etkinliklerden önce ve bazen de bu programlar esnasında seçim çalışmalarında yer alan partililerle görüşülmüş ve bu zamanlarda da araştırmacı gözlem yapmaya ve not tutmaya devam etmiştir. Alanda not tutmanın yanında araştırmacı alana sadık olabilmek ve tüm görebildiklerini kaydetmek amacıyla fotoğraf da çekmiştir. Ayrıca alanda dağıtılan materyaller de toplanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda katılımlı gözlemle veri toplamak üzere belirlenen miting ya da etkinlikler şu şekilde oluşmuştur:

1. 17-18 Temmuz 2014, İzmir: CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun katılımı ile gerçekleştirilen otopark açılışı, iftar yemeği. Bu etkinlik öncesinde partiden Kılıçdaroğlu tarafından miting yapılacağı bilgisi alınmıştı. Daha öncesinde de partiden yapılan açıklamada Kılıçdaroğlu'nun Cumhurbaşkanlığı Seçimi kapsamında adayları Ekmeleddin İhsanoğlu'nu desteklemek amacıyla miting yapacağı duyurulmuştu. Partiden İzmir mitingi için verilen bu tarihten bir gün önce (17 Temmuz 2014), tanışmak ve seçim çalışmaları hakkında bilgi ve görüş almak için partiye gidildiğinde, açılış ve iftar etkinliğinden sonra Karşıyaka Bostanlı'da yapılacak bir konserden önce

Kılıçdaroğlu'nun sahneye çıkarak halka sesleneceği bilgisi verildi. Etkinliğin başından (açılıştan) itibaren partililerle birlikte alanda bulunuldu. Alsancak semtinde yapılan açılış etkinliğinin ardından, partililerle birlikte Karşıyaka'daki iftar etkinliğine gidildi. Burada Kılıçdaroğlu'nun saat 21.00'de konser öncesi halka sesleneceği duyurusunu içeren afişler asılmıştı. Ancak buradaki etkinlikten sonra Bostanlı'daki konser etkinliğinden önce Kılıçdaroğlu'nun halka seslenişi, aynı günlerde İsrail'in Filistin'e yönelik saldırılarından dolayı Kılıçdroğlu'nun konser öncesinde sahneye çıkmayı uygun bulmadığı gerekçesiyle etkinlik iptal edildi. Konser yapıldı ama Kılıçdaroğlu sahneye çıkmadı. Ancak araştırmacı, açılıştan itibaren tüm gün partililerle birlikte zaman geçirdi. Birebir ya da grup olarak görüşmeler ve gözlem yapıldı.

2. 24-25 Temmuz 2014, Diyarbakır: 24 Temmuz günü daha önce telefonla iletişim kurulan CHP ve AK Parti ziyaret edildi. Kısa görüşmeler yapıldı ve seçimlerden sonra yeniden, daha uzun derinlemesine görüşme yapabilmek için partilerden söz alındı.

25 Temmuz günü Ekmeleddin İhsanoğlu'nun Diyarbakır ziyareti, 26 Temmuz günü de Recep Tayyip Erdoğan'ın mitingi sırasında katılımlı gözlem yapıldı. Araştırmacı, İhsanoğlu'nun, sabah havaalanından karşılama, şehir turu, Ulu Camii'de Cuma Namazı, sivil toplum kuruluşları ile ve basınla yapılan toplantı ve iftar yemeğini içeren programının tümüne partililerle birlikte katıldı.

3. 26 Temmuz 2014, Diyarbakır: Erdoğan'ın İstasyon Meydanı'ndaki mitinginde katılımlı gözlem yapıldı.

4. 1-2 Ağustos 2014, İzmir: 2 Ağustos günü Erdoğan'ın Gündoğdu Meydanı'ndaki mitinginde katılımlı gözlem yapıldı. Mitingden bir gün önce parti ziyaret edildi, seçimlerden sonra derinlemesine görüşme yapmak için söz alındı.

5. 3 Ağustos 2014, İstanbul: Aynı gün saat 16:00'da Kadıköy İskele Meydanı'nda yapılan Demirtaş'ın mitinginde ve saat 18:00'de Erdoğan'ın Maltepe'de yapılan mitinginde katılımlı gözlem ile veri toplandı. Araştırmacı bir gün önce Erdoğan'ın İzmir mitinginde bulunduğu için, burada yapılan mitinglerin öncesinde ildeki parti merkezleri ziyaret edilemedi.

6. 5 Ağustos 2014, Eskişehir: Araştırmacı bu tarihte Eskişehir'de bulunduğu için, Ekmeleddin İhsanoğlu'nun Eskişehir'de Atatürk Kültür, Sanat ve Kongre Merkezinde yaptığı toplantıya katıldı.

7. 7-8 Ağustos 2014, Diyarbakır: Selahattin Demirtaş'ın 8 Ağustos'ta İstasyon Meydanı'ndaki mitinginde katılımlı gözlemle veri toplandı. Mitingden bir gün önce, 7 Ağustos'ta Demirtaş için açılan seçim ofisinde tüm gün katılımlı gözlem ve görüşmelerle veri toplandı.

8. 9 Ağustos 2014, İstanbul: Siyasal propaganda sürecinin başlangıcında CHP tarafından yapılan açıklamada, Kılıçdaroğlu'nun 9 Ağustos'ta İstanbul Kadıköy'de, İhsanoğlu'nu desteklemek amacıyla son mitingini yapacağı duyuruldu. Araştırmacı, Demirtaş'ın mitingini izlemek üzere bulunduğu Diyarbakır'dan İstanbul'a gitti. Ancak, yapılacak olan bu miting de iptal edildi, Kılıçdaroğlu sadece bir şehir turu yaptı. Parti aranarak bilgi alındı ve ilgililer tarafından Kılıçdaroğlu'nun Kadıköy'deki Bağdat Caddesi'nden geçerken halka seslenebileceği söylendi. Araştırmacı burada bulundu, ancak seçim otobüsü ile birlikte geçen parti konvoyu durmadı ve halka sesleniş gerçekleşmedi. Aynı gün Demirtaş, İzmir'de miting yaptı, fakat CHP'nin programı daha önce duyurulduğu ve araştırmacı, görevlendirme, seyahat işlemleri gibi gerekliliklerini bu programa göre düzenlediği için Demirtaş'ın İzmir mitinginde bulunamadı.

3.6. Araştırmacının Rolü: Alandan Araştırmacıya Yansıyanlar

Araştırma için bulunulan alanın betimlenmesi, analiz bölümünde bağlamın geçtiği mekanları tanıtmak için önemli ve gerekli olduğundan burada araştırmacının sahadaki karşılanmasına ilişkin bir özet yapılmış, mekanın betimlenmesini de ilgilendiren notların detayları analiz bölümünde aktarılmıştır.

Araştırmacı sahada nasıl karşılandı? Araştırmacı mitingler ya da etkinlikler sırasında devamlı fotoğraf çekerek dinleyicilerin arasında, mekanın farklı noktalarında gezinerek ortamı gözlemlemesi ve not alması nedeniyle alanda çoğu zaman gazeteci zannedilmiş ya da alandakiler tarafından gazeteciymiş gibi davranılmıştır. Araştırmacının kendini tanıttığı, görüştüğü kişiler de gazeteci olmadığını bildiklerinde bile ya da alandaki dinleyicilere araştırmacının kendisini tanıtmak durumunda kaldığı

ziyaretçiler/dinleyiciler de yine araştırmacıya gazeteciymiş gibi davrandılar. Bazı zamanlarda araştırmacı görüşme yapılan katılımcıların aktif olarak siyasette çalışıp, yeterince ön planda olamayan bu insanlar için, araştırmacının ilgisiyle kendilerini önemli hissettiklerini ve bu nedenle düşüncelerini paylaşma konusunda –bir gazeteciye röportaj verirmişçesine- kendilerini daha fazla açtıklarını hissetti. İl başkanı, başkan yardımcısı, il sekreteri, kadın kolları üyeleri/başkanları, il meclis üyeleri, seçim bürosu başkanı, vs. gibi görevlerde çalışan ve seçim kampanyasının yerel bazda yürütülmesinde önemli rol alan bu katılımcıların hemen hepsinde araştırmacıya hissettirilen bu durum sahanın öne çıkan notlarından biri oldu. Ancak spesifik olarak seçim işleriyle uğraşan seçim uzmanları, iletişim danışmanı, basın danışmanı gibi konumlarda olanlarda araştırmacı bu tür bir karşılık/yansıma görmedi.

Bazen de muhtemelen partililerin kendileriyle iletişime geçildiği için katılımcılar doğrudan araştırmacıyı "kendilerinden" gördüklerini hissettirdi. Bu durum araştırmacıya Türkiye'nin çatışmalı ve kutuplaşmış politik kültüründen kaynaklı olarak ortaya çıkabilecek bir durum olabileceğini düşündürmüştür. Bir diğer ihtimal de aktif olarak siyasette yer alan ve siyasetin yerel mekanizmalarında etkili-işlevsel rolleri olan bu kişilerin kendi dünyalarıyla fazlaca sarılı olduklarını düşündürmüştür; haklı olduklarından, desteklendiklerinden "aşırı" emin olma hali. Bu durumun araştırmadaki not alınan bir diğer yansıması ise araştırmacının bu katılımcılarla iletişim kurma biçiminin onlara böyle hissettirmesi ihtimalidir; çok saygılı görünmeye özen gösterme, sorularını karşı tarafta tepki uyandırmayacak şekilde sormaya çalışma, vs.

Bazen de doğrudan araştırmacının katılımcılara yansıyan kimliğinden kaynaklı olarak, "kadın bir 'üniversite hocası" olarak özellikle daha çok bir partiye, kısmen de bir başka partiye ait katılımcıların araştırmacıyı "kendilerinden" görmelerine, bir diğer ifade ile kendileri ile özdeşleştirmelerine yol açmıştır. Bir başka partide ise iletişim kurmaya açık olmalarına rağmen, bu iletişimin katılımcılardan kaynaklı bir sınırlılığı olmuş ve zaman zaman araştırmacı bu partiye mensup katılımcılar tarafından şüpheyle karşılanmıştır. Ancak yine de, araştırmacı üç partide de seçim çalışanları tarafından özenli bir ilgiyle karşılanmıştır.

Bu duruma bağlı olarak sahada yaşanılan bir diğer ilginç konu da bazı partililerin rakip partiler hakkında araştırmacı aracılığıyla bilgi edinmeye çalışmaları olmuştur. Özellikle partilerden birine mensup katılımcılar sıklıkla partilerden bir diğerinde neler olup bittiğini sormuşlar; araştırmacı buna karşılık her seferinde alanda araştırmacı olarak bulunduğunu ve tüm katılımcılara belli bir mesafede olduğunu hatırlatmak durumunda kalmıştır. Hatta araştırmacı bir mitingde bulunduğu sırada rakip partideki katılımcılardan biri arayarak mitinge katılımın nasıl olduğunu bile sormuştur.

Sahadan yansıyan bir başka olgu, bulunulan mekana bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Araştırmacı Diyarbakır'da iletişim kurduğu katılımcıların çoğunun kendisini –olumsuz bir karşılık olarak değil, ancak- bir Batılı/yabancı olarak gördüklerini hissetmiştir. Bu durum araştırmacının alana çıkmadan önce bu derece hissedeceğini ummadığı bir şey olarak not edilmiştir.

Miting alanlarına gelince, Erdoğan'ın İstanbul mitingi haricinde, araştırmacı her zaman boynunda fotoğraf makinesi ile bulunmuştur. Araştırmacı Erdoğan'ın Maltepe'deki İstanbul mitingine Demirtaş'ın Kadıköy'deki mitinginden çıkarak yetiştiği için alana sonradan giren bir kalabalık grubun arasına sıkışmış, dolayısıyla sırt çantasındaki fotoğraf makinesini çıkaramamıştır. Bu mitingde araştırmacı cep telefonu ile fotoğraf çekmiştir.

Fotoğraf makinesi olduğu için ve coşkuya katılmadığı için genellikle araştırmacının yabancı olduğu mitinglerin yapıldığı alanlardaki dinleyiciler tarafından anlaşılıyordu. Buna ek olarak, Erdoğan'ın mitinglerine özel bir durum olarak, araştırmacı gazetecilerin içinde de olmadığı için yabancı olarak konumlandırılması daha kolay oluyordu. Demirtaş'ın mitinglerinde alanda dağınık şekilde başka fotoğraf çekenler de olduğu için araştırmacıyı muhtemelen gazeteci olarak görüyordu alandakiler. Burada dinleyicilerin çoğu isteyerek poz verip fotoğraflarının çekilmesini istiyordu. Ancak Erdoğan'ın mitinglerinde gazeteciler belli bir noktada toplanmış oluyordu ve onlar yerlerinden ayrılmıyordu. Dolayısıyla ortalıkta araştırmacı gibi fotoğraf çeken de yoktu.

Araştırmacı genellikle mitingler başlamadan 2 saat kadar önce miting yapılacak alanlarda bulunmaya ve mitinglerin öncesinde ve mitingler sırasında alanın çeşitli noktalarında dolaşmaya çalıştı. Erdoğan'ın mitinglerinde alanda şapka takan ve bayrak

taşımayan neredeyse yoktu ve her 15-20 dakikada bir araştırmacıya gelip bayrak ya da şapka uzatan biri oldu, araştırmacı her seferinde bunu geri çevirdi. Bu duruma dikkat eden bazı dinleyiciler, araştırmacıya kim olduğunu sordu, araştırmacı bu soruları "araştırmacı" olarak kendisini tanıtarak yanıtladı. Bu durumda dinleyicilerin çoğu kendileri ve partiye ve lidere bağlılıkları hakkında kendiliğinden bilgiler verdiler.

Araştırmacının alanda yaşadığı avantaj ve dezavantajlar ise şöyle anlatılabilir: Öncelikle seçim sürecinin hızlı akışına yetişerek adayların programlarını takip edebilmek ve araştırmanın katılımcılarıyla görüşebilmek araştırmacıyı en çok zorlayan konuların başındadır. Araştırmacı tarafından sahaya girmeden önce, alanda kadın olmak, dezavantajını yaşayacağı bir durum olarak düşünülmüştür. Ama alana girdikten sonra, araştırmacı tarafından kadın olmanın dezavantajından çok avantajının yaşandığı fark edildi. Öncelikle araştırmacı kadın olduğu için tanıştığı partililerin, miting alanlarındaki korumaların (örn. Diyarbakır'da fotoğraf çekilmesine müdahale eden Başbakan koruması), iletişim kurduğu parti çalışanlarının kendisine daha nazik davrandıklarını gözlemledi.

Kadın olmak dışında, araştırmacının avantajını yaşadığı bir diğer şey de görüşülen katılımcıların ait olduğu üç toplumsal kesimi de şöyle ya da böyle tanıyor olmak ve üçüne karşı da şiddetli bir sevgi, yakınlık ya da nefret hissetmiyor olmasıydı. Bu, araştırmacıya katılımcıları dinlerken, alanda onlarla birlikteyken onları –hiçbir zaman bütünüyle olmasa da- anlayabilme açısından önemli bir avantaj sağladı.

Ancak araştırmacı olarak bulunulan alanın bazı özellikleri, bazı zamanlarda araştırmacının karşısına dezavantaj olarak çıktı. Bunlardan ilki Diyarbakır'da, özellikle HDP seçim ofisi ve Demirtaş'ın mitinginde Kürtçe bilmemekti. Seçim ofisinde çoğunlukla Kürtçe konuşuldu, mitingde de öyle. Demirtaş konuşmasını Kürtçe yapmamış olsa da çalan şarkılar, sahne alan şarkıcılar, yapılan anonslar ağırlıklı olarak Kürtçeydi. Seçim ofisine gelen bazı orta yaş ve üstü kadınlar sıklıkla araştırmacıya bakarak bir şeyler anlattılar. Onlara Türkçe karşılık verildiğinde de anlamadılar. Dolayısıyla bu durumlarda çoğu zaman araştırma katılımcılarının tercümesi, yani dolayımıyla bunları anlamak ve iletişim kurmak mümkün olabilmiştir.

Sahada araştırmacının dezavantaj olarak karşısına çıkan bir diğer unsur da aktif siyasetin gündelik pratiklerine ya da buradaki iktidar ilişkilerine uzak olmaktı. Örneğin İzmir'de araştırmacının, hiç aklına bile getirmeden, araştırmanın katılımcılarıyla birlikte bindiği bir araçta "makam koltuğuna" oturması bunun traji-komik bir örneğiydi.

3.7. Verilerin Analizi

Durum çalışması modelinin kullanıldığı bu araştırmada farklı veri kaynaklarından toplanan veriler eleştirel retorik analizi ile analiz edilmiştir. "Durum analizi, derinlemesine çalışma ve karşılaştırma yapmak için verinin özel durumlara göre düzenlenmesini içerir. İyi yapılandırılmış durum çalışmaları *bütüncüldür* ve *bağlamsal hassasiyete* sahiptir" (Patton, 2014: 447). Bu çalışmada 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde adayların konuşmalarındaki retoriksel stratejiler, bağlamsal ve bütüncül olarak eleştirel retorik çözümlemesi ile analiz edilecektir.

Gill ve Wedbee'ye (1997: 160) göre eleştirel retorik analizinde eleştiri süreci metne soru sormakla başlar, soru, metnin temel görünümüne ve nasıl işlev gördüğüne odaklanır. Çalışmada Gill ve Whedbee'nin (1997) eleştirel retorik çözümlemesinde metne sorduğu üç temel soru dikkate alınarak analiz gerçekleştirilmiştir. Bu üç temel soru şunlardır:

1. Bağlamın oluşturduğu beklentiler/olasılıklar nelerdir?
2. Metin dinleyiciye ne sunmaktadır?
3. Metnin belirgin özellikleri nelerdir?

"Bağlamın oluşturduğu beklentiler/olasılıklar nelerdir?" sorusunda metnin yaratıldığı bağlamın özellikleri ve dinleyiciyle ilgili bağlamsal özellikler dikkate alınır. Dolayısıyla metni bağlamsal olarak analiz etmek için, metnin seslendiği problem ya da mesele; konuşmacı/retor tarafından seslenilen mevcut dinleyici, metnin niteliği/türü ve konuşmacı/retorun karakterine ve itibarına odaklanılır (Gill ve Wedbee, 1997: 161-162).

"Metin dinleyiciye ne sunmaktadır?" sorusu çerçevesinde yapılan analizde ise öncelikle gerçek konuşmacı/retor ile metin ile kurgulanmış konuşmacı/retor (*rhetorical persona*)

ve gerçek dinleyici ile metin içinde inşa edilen dinleyici arasındaki farka odaklanılır. Burada metinde konuşmacının/retorun ve dinleyicinin nasıl kurgulanarak sunulduğu önemlidir. Bu kurgulanmışlık, retor ve/veya dinleyicinin metinle yaratıldığı ve yalnızca metnin sembolik dünyasında varolduğu anlamına gelir. (Gill ve Wedbee, 1997: 166-167) Bu, McGee'nin (1975) deyimiyle retor ve dinleyicinin kolektif bir fanteziye katılmak için anlaşma yapmasıyla başlar. Bu soru çerçevesinde yapılan analizde ayrıca, metnin sunduğu bağlamsal kavrayışlar ve metindeki yokluklar ortaya çıkarılır. Bu anlamda, metnin bağlam içindeki olayları, şeyleri ve bağlamın başka görünümlerini yeniden adlandırarak ortaya çıkardığı kavrayışlar ve metinde neyin olmadığı ya da neyin bastırıldığının peşine düşülür (Gill ve Wedbee, 1997: 167-169).

Son olarak, "Metnin belirgin özellikleri nelerdir?" sorusunun yanıtlanmasını içeren eleştirel analiz sürecinde ise çağdaş retorik teorisinde kabul edildiği üzere metnin yapısının zamanla sarılı olması bağlamında metindeki 'zamansal devamlılık kalıbı' olarak metnin yapısı ve zamansallığı; metnin sunduğu argümanlar/argüman biçimleri; bilinmeyen bir şeyi kendisine benzemeyen bilinen bir şey aracılığıyla açıklama yolu olarak metinde kullanılan metaforlar ve bir cümle ve ifade içinde kelimelerin amaca uygun biçimde kombine edilmesi olarak metnin gösterim (iconicity)[37] özelliğine odaklanılır (Gill ve Wedbee, 1997: 170-174).

Çalışma kapsamında toplanan ve oluşturulan verilerin analizi, bu temel sorular çerçevesinde şöyle gerçekleştirilecektir: İlk olarak, bağlamın oluşturduğu beklenti/olasılıkları betimlemek üzere, öncelikle konuşmacı/retorların tanıtımı yapılacaktır. Ardından, konuşmaların içinde gerçekleştiği bir diğer bağlam olarak adayların seçim kampanyaları, konuşmaların gerçekleştirildiği mekanlar, konuşma metinlerinin niteliği/türü üzerine bir değerlendirme yapılacaktır. Bu aşamada hem gözlem ve görüşmelerden elde edilen veriler hem dokümanlar hem de literatürden yararlanılacaktır. Analizin diğer aşamasında metinlere odaklanılarak, metnin dinleyiciye sundukları ve belirgin özellikleri retoriksel stratejiler olarak açıklanmaya çalışılacaktır.

[37] Iconicity kelimesinin Türkçe karşılığı olarak gösterim kelimesi Özkan'ın (2010: 573) kullanımından alınmıştır.

3.8. Çalışmanın İnanılırlığı

Çeşitleme (triangulation), nitel araştırmacılar tarafından araştırmanın inanılırlığını denetlemek için de kullanılan bir yöntemdir. Guion (2002), nitel araştırmacıların araştırmalarının inanılırlığını denetlemeleri için beş tür çeşitleme sıralamakta ve bu çeşitlemelerden en uygun olanı kullanmalarını önermektedir. Bu çalışma, nicel ve nitel yöntemlerin bir arada kullanılması olarak yöntemsel çeşitleme dışındaki çeşitleme türlerinin tümünü sağlamaktadır.

1. Veri çeşitlemesi: Veri çeşitlemesi farklı kaynaklardan veri/bilgi kullanmayı ifade eder. Bu araştırmada, farklı kaynaklardan, farklı tekniklerle veri toplanmıştır.
2. Araştırmacı çeşitlemesi: Araştırmacı çeşitlemesi, araştırmanın değerlendirme sürecinde birkaç farklı araştırmacı/değerlendirmecinin bulunması anlamına gelir. Genellikle, değerlendirme ekibinin araştırmacının alanından olması beklenir. Bu araştırma, öncelikle bir tez çalışması olduğu için, araştırma süreci araştırmacıyla aynı alandan ve farklı alandan uzmanlardan oluşan bir jüri ile yürütülmektedir. Çalışma, bu bakımdan geçerliliği sağlamaktadır. Bunun yanında, araştırmacının alandan topladığı verilerin bir kısmı, araştırmacıyla aynı alanda bulunan, ancak geçmişte farklı formasyon alanlarına (edebiyat, felsefe, siyaset bilimi, reklamcılık ve gazetecilik) sahip ve nitel araştırma yöntemlerini kullanan ve/veya kullanmış beş dış okur tarafından da okunmuştur. Araştırmacı bu değerlendirmecilerden araştırmanın analiz çerçevesi bağlamında tema çıkarmalarını istemiş ve araştırmacı ile değerlendirmecilerin temaları karşılaştırılarak, değerlendirmecilerle tek tek temalar üzerinde görüşülmüş ve tespit edilen benzer ve farklı yaklaşımlar dikkate alınmıştır.
3. Kuramsal çeşitleme: Kuramsal çeşitleme, çoklu profesyonel perspektifleri veri bütününü yorumlarken kullanmaktır. Araştırmacı çeşitlemesinden farklı olarak, bu yöntem araştırma alanına dışarıdan bakmayı sağlar. Bu çalışma, farklı disiplinlerin ortak çalışma alanı olan retorik literatüründen yararlanmaktadır.
4. Yöntemsel çeşitleme: Yöntemsel çeşitleme de nitel ve/veya nicel birden fazla yöntemin kullanılmasıdır.

5. Çevresel çeşitleme: Bu çeşitleme türü, farklı belgeler, düzenlemeler ve çevresel unsurların kullanılması ile ilgilidir. Örneğin, çalışmanın yapıldığı yer, günün bir zamanı, haftanın bir günü ya da yılın bir mevsimi. Araştırmada farklı illerden veri toplanarak, bu tür çeşitleme açısından da geçerliliği sağlamaktadır.

4. Bulgular ve Yorum

4.1. Konuşmaların Bağlamsal Özellikleri

4.1.1. Konuşmacıların/retorların özellikleri

4.1.1.1. Ekmeleddin İhsanoğlu

CHP ve MHP'nin ortak adayı olan ve sonrasında toplamda 14 partinin desteğini alan Ekmelleddin Mehmet İhsanoğlu, hayat hikayesiyle, kariyeriyle, çalışmalarıyla adaylığı açıklandığı günden itibaren tüm kampanya boyunca çokça tartışılan bir kişilik olmuştur. İhsanoğlu'nun hikayesi 26 Aralık 1943 yılında Kahire'de başlar. Annesi Rodoslu bir Türk ailenin kızı Seniye Hanım, babası da Yozgatlı Müderris İhsan Efendi'dir.

Kampanya döneminde çok tartışılan konulardan biri İhsanoğlu'nun babası Yozgatlı Müderris Mehmed İhsan Efendi olmuştur. Dini İlimler ve Türkiyat Müderrisi İhsan Efendi, medresede fıkıh, mantık, hikmet, hadis ve tefsir dersleri almış, Arapça, Farsça ve Fransızca öğrenmiştir. İhsan Efendi ile ilgili tartışılan konulardan biri, 1924 yılında Kahire'ye gitmesi ve ölene kadar burada yaşamasıdır. İhsan Efendi'nin bu göçünün nedeni olarak iki neden gösterilmektedir. Bunlardan ilki "Şapka Devrimi üzerine ülkeyi terk ettiği",[38] diğeri de "Yozgat'ta ilim tahsilinde daha ileri seviyeye gidemeyeceğini görünce önce İstanbul'a, oradan da Kahire'ye gittiği" (Cengiz, 2014) yönündedir. Kahire'de I. Mahmud tarafından inşa ettirilen Sultan Mahmud Medresesi'nde müderrislik ve müdürlük yapmış, Kralın mütercimi ve Abidin Kraliyet Sarayı'nın Türk

[38] 9 soruda Ekmeleddin İhsanoğlu. http://www.diken.com.tr/9-soruda-ekmeleddin-ihsanoglu/ (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2016). Konuyla ilgili Cengiz (2014: 37-38), M. Ertuğrul Düzdağ'ın *Üstad Ali Ulvi Kurucu Hatıralar* adlı kitabından, Kurucu'nun İhsan Efendi ile yaşadığı şöyle bir anekdot aktarmıştır: "Her zaman Osmanlı sarığı ve Osmanlı cübbesi giyen Hocaefendi, medresede beyaz entari ve takke ile oturuyordu. (...) Aramızda Türkiye'de Diyanet'te vazife alan Hamdi Kasaboğlu da vardı. Bir gün şakaya vurdurarak şöyle dedi: 'İnşallah memlekete döndüğümde, öyle, 'şu haramdır, bu helaldir' diye milleti perişan eden hocalardan olmayacağım. Bu hocalar milleti perişan ettiler. Millet ne yapacağını şaşırdı. Bilhassa 'şapka haramdır' diyenlere karşı, 'bakın millet, ben iki şapka birden giyiyorum' diyeceğim. İhsan Efendi o zamana kadar kendinde görmediğimiz kadar kızarak, sözünü kesti. 'Sus ulan, dangalak, sahtekar' diye bağırdı. 'Şakanın bir haddi, bir sınırı, bir ölçüsü vardır. Bu şaka değil. burada sana ağabey nazarıyla bakan çocuklar, genç talebeler var. İki şapkayı giyip de, memlekete ne kazandıracaksın? Türkiye'deki alimler, Müslüman millet seni tasvip edip alkışlayacaklar mı sanıyorsun? Senin yüzüne tükürecekler. Yahu sen milleti ne sanıyorsun. Bu millet dua almış büyük millettir; hıyanetleri yüzünden şimdi şaşkın ve üzgündür. Bu günler geçecek. Millet uzun harplerden, kıtlıklardan çıktı. Biraz kendini toplasın bak neler olur. Bu millet yerden kalkacak ve eski şanlı günlerine dönecektir."

Arşivi Başuzmanı olarak çalışmıştır. Ayn Şems Üniversitesi Edebiyat Fakültesi'nde Türk Dili ve Edebiyatı Kürsüsü'nü kurmuş ve ölümüne kadar kürsünün başında bulunmuş olan İhsan Efendi'ye, Demokrat Parti zamanında Diyanet İşleri Başkanlığı teklif edilmiş, ancak bunu kabul etmemiştir.

Mısır'a gittiğinde 22 yaşında olan İhsan Efendi, Mısır'a Mehmet Akif Ersoy'la birlikte gitmiştir. Kahire'de de Mehmet Akif Ersoy ile olan dostlukları devam etmiştir. Mehmet Akif, Mısır'da kaldığı süre boyunca İhsan Efendi ile görüşmüş, zamanının çoğunu onun Medresedeki odasında geçirmiştir. Hatta, Mehmet Akif Ersoy, Türkiye'ye dönene kadar hazırladığı Kur'an-ı Kerim'in Türkçe mealini giderken İhsan Efendi'ye emanet etmiştir.[39]

Ekmeleddin İhsanoğlu, Mehmet Akif Ersoy'un ölümünden yedi yıl sonra doğmuştur. Evde hep Mehmet Akif Ersoy'un adı ve hatıraları yaşatılmıştır. Ailesi İhsanoğlu'nun Türkçe'yi öğrenmesi için evde hep Türkçe konuşmuştur. İhsanoğlu, Hidiv İsmail Paşa tarafından yaptırılan ve Kahire'nin önde gelen liselerinden biri olan Hidiviye Lisesi'nde okumuştur. Üniversite eğitimini ise Ayn Şems Üniversitesi Fen Fakültesi'nde tamamlamıştır.

Üniversiteye başladığı yıl İhsanoğlu'nun babası vefat etmiş ve İhsan Efendi Mısır vatandaşı olmadığı için annesine emekli maaşı bağlanmaz. İhsanoğlu bunun üzerine, babasının da çalıştığı Milli Kütüphane'de Türkçe eserlerin kataloglanmasında çalışmaya başlar. Üniversite sonrasında ise El Ezher Üniversitesi'nde asistan olarak çalışmaya başlar ve yüksek lisansını da burada yapar. Aynı zamanda Ayn Şems Üniversitesi'nde Türk Dili ve Edebiyatı okutmanı olarak da çalışır. O yıllarda pek çok Türkçe eseri

[39] Mehmet Akif Ersoy, üzerinde çalıştığı ve bitirerek temize çektiği Kuran mealini, ağır hasta olarak İstanbul'a giderken İhsan Efendi'ye bırakır ve şunu vasiyet eder: "Ben, şifa bulur, sağ salim geri dönersem, eksikliklerini tamamlar öyle basarız. Şayet ölürsem bu meali yakarsın." İhsan Efendi ölene kadar bu meali saklamış, ölmeden önce bu vasiyeti oğluna devretmiştir. Ekmeleddin İhsanoğlu bu mealin yakılması olayını şöyle anlatmıştır: "...babam vefat etmeden önce beni çağırdı: 'Evladım! Masanın sağ gözünde bir takım defterler var. Ben vefat ettikten sonra, o defterleri yakacaksın.' dedi. Babamın vefatından bir süre geçtikten sonra, durumu İbrahim Sadri Efendi'ye bildirdim. Daha sonra masanın gözündeki mealleri aldık. İ. Hakkı Şengüler'in Abbasiye'deki evinin balkonunda büyük bir leğen içinde mealleri teker teker parçalayarak yaktık. Rahmetli babamın, dolayısıyla da merhum Mehmet Akif'in vasiyetini böylece yerine getirmiş olduk" (Cengiz, 2014: 41).

Arapça'ya çevirir.[40] 1970 yılında 13 Türk yazardan birer hikayenin yer aldığı bir antoloji hazırlar, Mısır Kültür Bakanlığı tarafından yayınlanan bu antolojinin başında Mısır Kültür Bakanı'nın önsözü vardır (Cengiz, 2014).

İhsanoğlu, 1970'te yüksek lisansını tamamlayınca o güne kadar hiç görmediği Türkiye'ye annesiyle birlikte gelir ve Ankara Üniversitesi'nde doktora eğitimine başlar. İki yıl sonra Prof. Dr. Emin Bilgiç'in[41] kızı eczacı Füsun hanımla evlenir ve üç erkek çocukları olur. Doçentliğini de Ankara Üniversitesi'nde alan İhsanoğlu, İngiltere'deki Exeter Üniverstesi'nde bir süre misafir öğretim üyesi olarak bulunmuştur. Daha sonra 1984'te İstanbul Üniversitesi Fen Fakültesi'ne Profesör olarak geçer. Burada Bilim Tarihi Anabilim Dalı'nı kurar ancak daha sonra bu kürsü kapatılır. Aynı zamanda Türk Bilim Tarihi Kurumunun ve İslam Tarih ve Kültürünü Araştırma Vakfının kurucu başkanı olmuştur. Türkçe, Arapça, İngilizce, Fransızca ve Farsça bilen İhsanoğlu, 1980-2004 yılları arasında İstanbul'daki İslam İşbirliği Teşkilatı'nın bir alt kuruluşu olan İslam Tarih, Sanat ve Kültür Araştırma Merkezi'nin kurucu genel direktörü olarak görev yapmış, 2004 yılında ilk defa seçim ile İslam İşbirliği Teşkilatı Genel Sekreterlik görevini kazanmıştır. Görevi 2005 yılında devralan İhsanoğlu, 2013 yılı sonlarında görevini devretmiştir.

İslam dünyasında ve Batıda birçok birliğin, akademik kurumun bilim konseyleri ve danışma kurullarının üyesi olan İhsanoğlu aynı zamanda çok sayıda merkezin, enstitünün ve derginin yayın kurulu üyesidir. Türkçe, İngilizce ve Arapça olarak kaleme aldığı yayınları arasında bilim ve bilim tarihi, İslam kültürü, Türk kültürü, İslam-Batı ilişkileri, Türk-Arap ilişkileri konularında birçok kitap, makale ve incelemeleri bulunmaktadır.[42] İhsanoğlu'na, aralarında Filistin'in de bulunduğu çok

[40] Ekmeleddin İhsanoğlu, Nazım Hikmet'in Ferhat ile Şirin adlı eserinin yanında Necip Fazıl'dan Yahya Kemal'e pek çok ismin yer aldığı bir Türk hikaye antolojisini Arapça olarak hazırlamıştır. www.İhsanoglu.com/turkiyenin-gururu/ (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2014).

[41] 1996 yılında vefat eden Prof. Dr. Emin Bilgiç, Ankara Dil Tarih ve Coğrafya Fakültesi'nden emeklidir. Sümeroloji ve Ön Asya Dilleri ve Kültürleri alanlarında çalışan Bilgiç, milliyetçi cenaha yakınlığıyla bilinmektedir. "1925 ve sonralarında babasının Türk Ocakları Şarkikaragaç şubesi başkanlığı döneminden itibaren Türk Ocakları ile ünsiyet sahibi olan Emin Bilgiç, 1954 yılından sonra Türk Ocaklarının çeşitli kademelerinde görev almış ve 1973-1974 döneminde Genel Başkanlık görevinde bulunmuştur." http://turkocaklari.org.tr/biyografi/7/prof-dr-emin-bilgic.html (Erişim Tarihi: 8 Mayıs 2016).

[42] Cengiz (2014: 52), Ekmeleddin İhsanoğlu'nun başlıca yayınlarını şöyle sıralamıştır: "18 ciltlik *Osmanlı Bilim Literatürü Tarihi* serisini oluşturan *Osmanlı Astronomi Literatürü Tarihi*, *Osmanlı Matematik Literatürü Tarihi*, *Osmanlı Coğrafya Literatürü Tarihi*, *Osmanlı Müzik Literatürü Tarihi*, *Osmanlı Askerlik Literatürü Tarihi*, *Osmanlı Tabii ve Tatbiki Bilimler Literatürü Tarihi* adlı kitaplar ve Zeyilleri,

sayıda ülkenin devlet başkanı tarafından madalya ve nişan ile değişik ülkelerdeki pek çok üniversite tarafından fahri doktora unvanı verilmiştir. 2000 yılında ise İhsanoğlu'na Türkiye'de "Devlet Üstün Hizmet Madalyası" verilmiştir.

2009 yılında Ekmeleddin İhsanoğlu adına Uluslararası Bilim Tarihi ve Felsefesi Kurumu (IUHPS) tarafından bilim tarihi alanındaki araştırmacılara "İhsanoğlu Altın Madalyası" ödülü verilmeye başlanmıştır. İlk ödül İspanya'da 2009'da, ikinci ödül 2013'te İngiltere'de verilmiştir. Bunun dışında, İhsanoğlu'nun 24 yıl başında bulunduğu İslam İşbirliği Teşkilatı İslam Tarih, Sanat ve Kültür Araştırma Merkezi hat sanatlarına hizmet edenler adına düzenlediği yarışmanın dokuzuncusunu Ekmeleddin İhsanoğlu adına düzenlemiştir (Cengiz, 2014).

İhsanoğlu, 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde aday olmasının ardından 7 Haziran 2015'te yapılan genel seçimlerde MHP'den milletvekili adayı olmuş ve İstanbul'dan seçilerek meclise girmiştir.

4.1.1.2. Recep Tayyip Erdoğan

Recep Tayyip Erdoğan'ın hayatı üzerine pek çok biyografi çalışması yapılmıştır. Yapılan bu biyografi çalışmalarında ya da hayatı üzerine hazırlanan belgesellerde birçok ortak nokta dolayısıyla belirli temaların öne çıktığı dikkat çekmektedir. Erdoğan'ın Kasımpaşa'da geçen çocukluğu, baba otoritesi, erken yaşta, okul yıllarında çalışması, gençlik yıllarında başladığı ve profesyonelliğe giden futbol hayatı, erken yaşlarda başladığı siyasi kariyeri, şiir okuma cezası bu çalışmalarda üzerinde durulan başlıca temalardır.

Recep Tayyip Erdoğan'ın hikayesi 26 Şubat 1954'te Kasımpaşa'da başlar. Aslen Rizeli olan Recep Tayyip Erdoğan İstanbul'da doğmuştur. Gemi kaptanı olan babası Ahmet Erdoğan annesi de Tenzile Erdoğan'dır. Rize'den İstanbul'a göç ederek Kasımpaşa'ya yerleşen yoksul bir ailede dünyaya gelmiştir. Erdoğan baba otoritesinin evde yoğun

---

ve *Osmanlı Bilim Literatürü Tarihi Genel İndeksi*'nin editörü; *Osmanlı Devleti ve Medeniyeti Tarihi*, 2 cilt, (Türkçe, İngilizce, Arapça, Rusça, Arnavutça ve Boşnakça) adlı kitabın editörü ve ortak yazarıdır. Türkçe, İngilizce ve Arapça pek çok yayını vardır; bunlardan bazıları Fransızca, Japonca, Boşnakça, Malay ve Kore dillerine tercüme edilmiştir. Son eseri Yeni Yüzyılda İslam Dünyası: İslam Konferansı Teşkilatı 1969-2009, Türkçe, İngilizce, Arapça, Rusça, Urdu ve Bengali dillerinde basılmıştır."

olarak hissedildiği bir çocukluk geçirmiştir. Gemi kaptanı olan babası, çevresinde otoriter kişiliği ile tanınmakta, pek çok kişinin para biriktirmek için kendisine paralarını emanet ettiği, güvenilir olarak görülen biridir. Erdoğan'ın çocukluk yıllarına ilişkin anlatılarında evdeki baba otoritesinden çekindiği görülmektedir.

"Reis Kaptan" lakaplı olan Erdoğan'ın babası denizciliğin kendine has kurallarını evine de taşımıştır:

> Reis Kaptan sinirli bir adamdı. Sinirlendiğinde evden kimse ona yaklaşamaz, irtibat kuramazdı. Ama onun Recep Tayyip'e karşı özel bir ilgisi vardı. Tenzile Hanım da bunu keşfetmişti. Evin babası sinirli olduğunda iş Recep Tayyip'e düşerdi. Hemen Reis Kaptan'ın yanına sokulurdu. O kollarına sığındığında Reis Kaptan'ın siniri kalmazdı. Recep Tayyip, babasını üzdüğü zaman inanılmaz bir şey yapardı: Reis Kaptan'ın ayakkabılarını öperdi. Bunu gören Reis Kaptan sakinleşir, gözlerinden yaşlar süzülür, bütün çocuklar da babalarıyla birlikte ağlardı (Çakır ve Çalmuk, 2001: 17).

Erdoğan'ın çocukluk yıllarına ilişkin öne çıkan bir diğer anekdot, henüz ilkokulda iken okulda kendisine "Hoca" lakabı takılmasıdır. Kasımpaşa Piyalepaşa İlkokulu'na giden Erdoğan, ilkokul beşinci sınıfta iken, din kültürü dersinde okul müdürünün sınıfta öğrencilere "Kim namaz kıldıracak?" diye sorması üzerine, sadece Erdoğan'ın talip olması ve sınıfta namaz kıldırması üzerine arkadaşları ona "Hoca" lakabını takmıştır. Bu olaydan sonra okul müdürü Erdoğan'ın babasını çağırarak onu imam-hatip lisesine göndermelerini tavsiye eder. Bunun üzerine Erdoğan, şehrin tek imam-hatip lisesi olan İstanbul İmam-Hatip Lisesi'ne gider.

Erdoğan, lise yıllarında "şiir okuma yarışmalarından, liseler arası münazaralara, kompozisyon yarışmaları ve atletizmden futbol turnuvalarına kadar pek çok sportif, sosyal ve kültürel etkinliğe"[43] katılır ve Milli Türk Talebe Birliği'nde aktif görevler

[43] Erdoğan, lise yıllarında Milli Türk Talebe Birliği'nde düzenlenen münazara gecelerinde münazaralar başlamadan önce, imam-hatip liselilerin düzenlediği özel gecelerde (Biz Bize Geceleri) özel istek üzerine çıkıp şiir okur. 1973 yılında Tercüman gazetesinin düzenlediği şiir okuma yarışmasında ve yine Tercüman gazetesinin 1974 yılında düzenlediği kompozisyon yarışmasında Türkiye birincisi olmuştur Çakır ve Çalmuk, 2001; Kaplan, 2007).

üstlenir, Ortaöğretim Başkanı olur. Bu dönemde siyasi ilgisinin yanında en önemli ilgisi ve uğraşı futbol olmuş, Erok Spor Kulübünde başladığı futbol hayatına amatör ligde Camialtı Spor Kulübünde devam etmiştir.

Yine Erdoğan'ın hayatı üzerine yapılan biyografi çalışmalarında lise yıllarına ilişkin öne çıkan bir diğer anekdot da okul dışında para kazanmak için çalışmasıdır. Lise yıllarındaki bu çalışma hikayesini Erdoğan şöyle anlatmaktadır:

> Yatılı okudum. Babam haftada 2,5 lira verirdi. Hafta sonlarında top sahalarına gider, su satardım. Yol parası vermemek için Kasımpaşa'dan Eminönü'ne yürüyerek gider, nane, limon ve okaliptüs şekerlemeleri alıp satardım. Bunun yanında, akşamdan bayat simit alırdım, anneciğim onu buhara yatırırdı. O zaman simit 10 kuruştu. Ben 2,5 kuruşa tanesini alır, 5 kuruşa satardım. Ayrıca okulda da kartpostal satardım. O zamanın parasıyla haftada 5 lira taksitle ilk kitabımı aldım (Çakır ve Çalmuk, 2001: 20).

Erdoğan, 1973 yılında liseden mezun olur ve üniversitede siyaset bilimi okumak ister. Ancak imam-hatip lisesinden mezun olduğu için bu hayalini gerçekleştirmesi zor olacağı için fark derslerini vererek Eyüp Lisesi'nin bitirme sınavlarına girer ve normal lise diplomasına da sahip olur. Ancak girdiği sınavda Marmara Üniversitesi İktisadî ve Ticarî Bilimler Fakültesi'ni kazanır. 1981 yılında üniversiteden mezun olan Erdoğan, üniversite yıllarında da siyasetle ve futbolla ilgilenmeye devam eder.

1976 yılında Milli Selamet Partisi (MSP) Beyoğlu İlçe Gençlik Kolları Başkanlığı'na, aynı yıl MSP İstanbul İl Gençlik Kolları Başkanlığı'na seçilir. Üniversite ile birlikte İETT Spor Kulübü'ne transfer olur. 1977 yılında da bir konferansta tanıştığı Emine Erdoğan[44] ile 1978 yılında evlenir ve bu evlilikten dört çocukları olur.

12 Eylül 1980 askeri darbesi ile Erdoğan siyasetteki görevlerini bırakmak durumunda kaldığı gibi, futbol hayatına da veda eder. İETT Spor Kulübü'nün başına bir albayın

[44] Emine Erdoğan, 1955 yılında İstanbul'da doğmuştur, aslen Siirtlidir. İstanbul Mithatpaşa Kız Meslek Enstitüsü'nde okumuştur. Gençlik yıllarında Milli Türk Talebe Birliği ve dönemin Hanımlar İlim ve Kültür Derneği'nin faaliyetlerinde yer almış, Recep Tayyip Erdoğan'la tanıştığı dönemde kurucularından olduğu İdealist Kadınlar Birliği'nin faaliyetlerini yürütmüştür. http://www.tccb.gov.tr/emineerdogan/biyografi/ (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2016).

atanmasıyla birlikte kulüpte sakal bırakmak yasaklanmış, Erdoğan bunun üzerine istifa etmiş ve bir daha futbola dönmemiştir (Çakır ve Çalmuk, 2001: 43).

1982 yılında Tuzla'da yedek subay olarak askerlik görevini yapan Erdoğan, askerden döndükten sonra bir süre özel sektörde yöneticilik yapar, 1983 yılında kurulan Refah Partisi ile birlikte siyasete geri döner. 1984 yılında Refah Partisi Beyoğlu İlçe Başkanı, 1985 yılında ise Refah Partisi İstanbul İl Başkanı ve MKYK üyesi olur. 1988 yılında babası Ahmet Erdoğan vefat etmiş, 1989 yılında da Erdoğan Beyoğlu Belediye Başkanlığına aday olmuş, ancak seçimi kaybetmiştir. 1991 yılında İstanbul'dan milletvekili adayı olan Erdoğan seçimi kazanmış, ancak tercihli oy sistemi nedeniyle mazbatası geri alınmıştır. 27 Mart 1994 yılında yapılan yerel seçimlerde ise İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı seçilmiştir.

Erdoğan Belediye Başkanlığı döneminde 1997 yılında Siirt'te okuduğu bir şiir[45] nedeniyle hapis cezasına mahkum edilmiş ve belediye başkanlığı görevine son verilmiştir. 24 Mart-24 Temmuz 1999 tarihleri Kırklareli'nin Pınarhisar ilçesi cezaevinde hapis cezasını çekmiştir. Bu dönemde önemli bir popülaritesi olan Erdoğan'ı hapis cezası için Pınarhisar'a giderken büyük bir kitle uğurlamıştır. Erdoğan, bu kitle ile birlikte öncelikle İstanbul'da Fatih Camii'nde Cuma namazı kılmış, ardından

[45] 28 Şubat müdahalesiyle gündeme gelen sekiz yıllık kesintisiz eğitim, imam-hatip liseleri, Kuran kursları ve başörtüsü konuları ülkenin pek çok yerinde protesto gösterilerine ve tartışmalara neden olmuş, Refah Partisi'ne kapatılma davası açılmıştı ve Refah Partisi içerisinde yeni lider tartışmaları başlamıştı. Erdoğan ve arkadaşları, içinde bulunduğu Refah Partisi'nin ve lideri Necmettin Erbakan'ın askeri müdahaleye karşı tavizsiz bir duruş sergilemediğini düşünüyordu. Bu süreçte Erdoğan, partinin çeşitli illerdeki teşkilatlarından gelen davetleri kabul ederek, il il dolaşmaya ve bu illerde halka seslenmeye başlamıştı. Siirt'ten gelen bir davet üzerine, burada yaptığı konuşmada Ziya Gökalp'in Asker Türküsü isimli şiirinden şu dörtlüğü okudu: "Minareler süngü/Kubbeler miğfer/Camiler kışlamızdır/Müminler asker". Erdoğan'ın burada yaptığı konuşmanın önemli bir kısmı şöyleydi: "Türkiye'de düşünce özgürlüğü yok ve ırkçılık yapılıyor. Bizi hiçbir zaman sindiremezler. Batı insanının bile inanç hürriyeti var. Türkiye'de neden buna saygı gösterilmiyor? Minareler süngümüz, kubbeler miğferimiz, camiler ise kışlamızdır. Bizi hiçbir zaman sindiremezler. Gökler, yerler açılsa, üzerimize tufanlar, yanardağlar saçılsa yolumuzdan dönmeyiz. Referansım İslamiyet'tir. Bunu dile getirmiyorsam, yaşamanın ne anlamı var? Avrupa'da başörtüsüne saygı duyuluyor. Ama Türkiye'de engelleme getiriliyor. Türkiye'de buna neden saygı gösterilmiyor? Okunan ezanı kimse susturamayacak. Çünkü ezanın sustuğu yerde insanların huzuru olmaz. Kürt, Arap, Çerkez ayrımı yapılamaz. Çünkü bütün insanların birleştiği çatı İslam'dır. Türkiye'deki ırk ayrımına kesinlikle son vereceğiz. Bunu bu hale getirenler utansın!" Bu konuşmanın üzerine Diyarbakır Devlet Güvenlik Mahkemesi tarafından 31 Mart 1998'de dava açılmış ve 21 Nisan 1998'de Erdoğan, Türk Ceza Kanunu'nun 312/2 maddesi (halkı din ve ırk farklılığı gözeterek, kin ve düşmanlığa tahrik etme) uyarınca bir yıl hapis cezasına çarptırılmıştır (Çakır ve Çalmuk, 75-77).

yola çıkmıştır. Erdoğan cezaevinde iken kendisine çok sayıda mektup gelmiş, bunların hemen hepsine cevap vermiştir.[46]

Hapisten çıktıktan sonra, Milli Görüş hareketi içinde önceden beri süren muhalif hareketle[47] birlikte 2001 yılında AK Parti'yi kurmuştur. Ancak siyasi olarak yasaklı olan Erdoğan, parti içinde yasal olarak faaliyette bulunamaz. 11 Eylül 2002'de Devlet Güvenlik Mahkemesi'ne yapılan başvuru sonucu Erdoğan'ın adli sicil kaydı silinir ancak Yüksek Seçim Kurulu'nca milletvekili adayı olması yasaklanır. 3 Kasım 2002'de yapılan genel seçimlerde Erdoğan'ın Genel Başkanı olduğu AK Parti birinci parti olarak seçimi kazanır. Erdoğan'ın milletvekili seçilmesi yasak olduğu için Başbakan Abdullah Gül olur. Bir süre sonra CHP'nin de desteğiyle Erdoğan'ın milletvekili olabilmesi için gerekli Anayasa değişikliği yapılmış; Anayasanın 76. Maddesindeki "ideolojik ve anarşik eylemler" ifadesi kaldırılıp, yerine "terör eylemleri" ifadesi konulmuştur. Ardından 3 Kasım Seçimlerinde Siirt'te yapılan seçim iptal edilmiş ve bu ilde yeni bir seçim yapılmasına karar verilmiştir. 9 Mart 2003'te bu seçime katılan Erdoğan milletvekili seçilmiş ve ardından Başbakanlığı Abdullah Gül'den devralmıştır (Besli ve Özbay, 2014: 311; 347). 15 Mart 2003'te Başbakan olan Erdoğan Cumhurbaşkanı olduğu 2014 yılına kadar, toplam üç dönem Başbakanlık yapmıştır.

[46] Erdoğan'ın hapishane arkadaşı Hasan Yeşildağ'ın anlattığına göre, Erdoğan, 13 bin mektup almış, hepsini okumuş ve her birine tek tek cevap yazmıştır. Erdoğan'ın kendisi ise Ustanın Hikayesi belgeselinde, "yaklaşık 10 bin mektup" aldığını söylemiştir. Erdoğan'ın hapishaneden çıkışı ise gece yarısı ve hapishanenin arka kapısından yapılmıştır (Besli ve Özbay, 235).

[47] Erdoğan, aslında Milli Selamet Partisi İstanbul İl Gençlik Kolları Başkanlığı döneminden beri parti içinde Erbakan'a karşı muhalif çizgide yer almış, ancak bu muhaliflik uzun süre çok görünür ve keskin bir hale gelmemiştir. Erdoğan örneğin, Refah Partisi İl Başkanlığı yaptığı dönemde Erbakan'ın partiyi cemaat gibi yönetme anlayışına karşı çıkarak, partinin manevi değil siyasi yönünü ortaya çıkarmanın daha doğru olacağını düşünmüş ve bu nedenle il başkanı olduğu sürece parti kadrolarında uzun sakallı, sarıklı, cübbeli insanları vitrinden alıp, onların yerine parfüm kokulu, sinekkaydı tıraşlı kişileri koymuş; "yeni vitrin, yeni kadro" isteyerek bunu "özde değil kabukta değişim" olarak adlandırmıştır. Aynı zamanda bu muhalif duruşu benimseyenlerin lider olarak gördüğü bir kişi olmuş, "Milli Görüş hareketi 'Erbakancı' bir hareketse, yenilikçi akım da 'Erdoğancı' olarak algılanır olmuştur" (Çakır ve Çalmuk, 2001: 99; 192). 28 Şubat süreci bu ayrılık için kırılma noktası olmuş, Erdoğan Milli Görüş içindeki muhalif grubu "Erdemliler Hareketi" olarak adlandırmıştır. Erdoğan, hapisten çıktıktan bir süre sonra Refah Partisi'nin kapatılmasının ardından Fazilet Partisi kurulur ve parti içinde Milli Görüş hareketinde ilk kez "yenilikçiler" ve "gelenekçiler" olarak büyük bir ayrılık ortaya çıkar. 14 Mayıs 2000 tarihinde yapılan parti kongresinde yenilikçilerin adayı olarak Abdullah Gül, gelenekçilerin adayı olarak mevcut Genel Başkan Recai Kutan Genel Başkanlık için yarışır ve yenilikçiler seçimi az bir farkla kaybeder. Bir süre sonra Fazilet Partisi'nin de kapatılmasıyla birlikte yenilikçiler yeni bir parti kurma arayışına girer ve 14 Ağustos 2001 yılında AK Parti kurulur. Milli Görüş çizgisinin devamı ise Saadet Partisi adıyla yeni kurulan parti ile devam eder (Besli ve Özbay, 2014).

Erdoğan'ın siyasal popülaritesi ve yükseliş hikayesinde kimliğinde öne çıkan bazı unsurlar göze çarpar: "Onun kimliğini oluşturan unsurlara baktığımızda ortaya ilginç bir tablo çıkmaktadır: Aslen Rizeli, Kasımpaşalı, İmam Hatipli, futbolcu, Fenerli, çekirdekten Milli Görüşçü, sıkı bir hatip, usta bir örgütçü ve tavizsiz bir İslamcı" (Çakır ve Çalmuk, 2001: 142).

Erdoğan'ın özellikle İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı döneminde yakaladığı popülaritesi yalnızca İslamcı olmasıyla ilgili değildir, onunla ilgili İstanbul'da iyi hizmetler yaptığına ilişkin yaygın bir kanaat oluşmuştur (Lashnits, 2005: 91). Erdoğan, Kasımpaşalı oluşu[48] dolayısıyla sahip olduğu "delikanlı' imajı" (Çakır ve Çalmuk, 2001: 142) ve yoksulluk hikayesi dolayısıyla alt sınıflarla güçlü bir bağ kurmuştur.[49]

Erdoğan, cezaevinden çıktıktan sonra Milli Görüş hareketi içindeki muhalif duruşunu daha da belirginleştirerek, "Temel ilkelerim saklı kalmak şartıyla değiştim ve

[48] Recep Tayyip Erdoğan, Ustanın Hikayesi belgeselinde, kendisi için "Kasımpaşalılık"ın anlamını şöyle açıklamıştır: "Aslında bugünün bir jargonu değil, bunun mazisi çok eski. Kasımpaşa aslında şöyle tarihi misyonu itibariyle Osmanlının denizcilikte aslında müstesna olan kesiminin oturduğu, yerleşik olduğu bir yer. Ve şu anda da biliyorsunuz Kuzey Deniz Saha Komutanlığı hala oradadır. Restorasyonu var. Cezayirli Gazi Hasan Paşa aynı şekilde. (...) Bu tür esprileri, güzellikleri olan bir yer, onların gelip geçtiği bir yer. Yani şu andaki hal Kasımpaşa değildir. (...) Bu dönemler evrile evrile evrile daha sonra Kasımpaşa'da tabii ki doğru bulmadığımız, zaman zaman mafyanın içine karışmış tipler de oralardan çıkmaya başladı. Yani efendilerin oturduğu Kasımpaşa bu hale geldi. Daha sonra onlar da bir değişime uğradı ve Kasımpaşa adeta şu anda Türkiye'nin diyebilirim ki bir özeti durumuna geldi. Mesela bizim orada yaşadığımız yıllar ağırlıklı olarak Karadenizli olduğu dönemlerdi. Daha sonra özellikle Romanlardan gelen arkadaşlarımız kardeşlerimiz var. Mesela bizim hemen mahalle içinde komşumuz Romanlar vardı. Benim onlar içerisinde çok arkadaşlarım var. Aynı ilkokulda, aynı sınıfta beraber okudum. Ve onlarla beraber hakikaten o yaşamımızı sürdürdük. (...) Şimdi oradan o kalan mafyamsı yapıdan kalan kabadayılık, Kasımpaşalı deyince onlar kabadayıdır. Ama bunun yanında tabii sözünün eri. Yani orada bir şeye eğer söz verildiyse o sözünü yerine getirir, karşı taraftan da sözünü yerine getirmesini ister. Getirmediği takdirde bedeli ağır olur. Böyle bir anlayış var ve doğrusu biz o anları, o günleri yaşadık, gördük, bildik. Yani böyle bir şeyin içerisinde yetiştik. E tabii bir de o dönemdeki aile yapısı içerisinde bir karakter oluşturuyorsunuz. O oluşan karakter de size bazı şeyler veriyor. Neyi veriyor? Sözüyle özünün bir olmasını veriyor. Örneğin bize onu verdi. (...) Ve ben Kasımpaşa'yı doğrusu böyle anladım, böyle tanıdım."

[49] Örneğin, Erdoğan'ın 1992 Yerel Seçimlerinde, seçim kampanyası ses getirince hakkında çeşitli iddialar ortaya atılır, bunlardan ilki kaçak evde oturduğu iddiasıdır. Ardından, Sultanbeyli'de orman arazisine gecekondu yaptığı gerekçesiyle hakkında verilen ve daha sonra paraya çevrilen cezayla ilgili yayınlar yapılır. Çakır ve Çalmuk (2001: 61), bu iddiaların sonuçlarını şöyle gözlemlemiş ve analiz etmişlerdir: "Bu iddialar hem RP teşkilatlarını, hem de İstanbul'un varoşlarını neredeyse kamçıladı. Medyanın gecekondu yapmakla suçladığı Erdoğan İstanbul'da oturan milyonlarla neredeyse aynı kaderi paylaşıyordu. İstanbul'un varoşlarında yaşayanlar, bir anda Erdoğan yerine kendilerinin suçlanıp yargılandığını düşünmeye başladı. İstanbul'un varoşlarından, bataklıktan boyveren bir çiçeğin ezilmesine izin vermeyeceklerdi. Tayyip Erdoğan varoşlardaki ruh halini çok iyi çözümlemişti, bu nedenle iddialara cevap verme yerine halkın vicdanlarına seslenmeyi yeğledi: 'Türkiye hukuk sorunlarının yoğun yaşandığı bir ülke. Önce idam ederler, sonra devlet töreni yaparlar. Benim için önemli olan ölüm ötesinde Rabbimin vereceği karar ve halkımın vicdanındaki karardır. Ben halkın vicdanında beraat ettiğime inanıyorum."

değişmeye devam edeceğim" demiştir (Çakır ve Çalmuk, 2001: 231). Bir süre sonra Milli Görüş içindeki Yenilikçiler olarak kurdukları yeni parti ile Erdoğan, din ve politikayı karıştırma konusunda çok ısrarcı olmayarak, Avrupa ve ABD ile yakın ilişkiler kuracağını anlatır. Yolsuzlukla mücadele edeceğini, ekonomik iyileşmeyi sağlayacağını, ülkenin AB'ye girmesi konusunda çalışacağını söyler ve tüm vatandaşlarının haklarını gözeteceğine dair sözler verir. Böylelikle imajını klasik Ankara politikacılarına karşılık temiz ve muhafazakar bir alternatif olarak sunar (Lashnits, 2005: 92). Erdoğan, başbakan olduğu süre boyunca da, güçlü lider imajı, popülist hizmet siyaseti söylemi ve inişli çıkışlı duygusallığa haiz üslubunu devam ettirmiştir.

4.1.1.3. Selahattin Demirtaş

Selahattin Demirtaş 10 Nisan 1973 yılında Diyarbakır'da doğdu. Aslen Elazığ Palu'lu olan yedi çocuklu yoksul bir ailenin ikinci çocuğudur. Annesi Sadiye Demirtaş ev hanımıdır, babası Tahir Demirtaş ise işçi olarak gittiği Köy Hizmetleri'nde su tesisatçılığını öğrenir ve bir dükkan açarak bu işi yapar. Sadiye Demirtaş kendi imkanlarıyla okuma-yazma öğrenerek dışarıdan diploma alır. Selahattin Demirtaş, babasının ise halen çok iyi okuma-yazma bilmediğini, bu nedenle anne ve babasının ikisinin de bunun sıkıntısını çektikleri için çocuklarının yedisini de üniversitede okuttuklarını söyler.[50]

Selahattin Demirtaş, ilköğrenim hayatında okulda çalışkan ve başarılı bir öğrenci olmuştur. Demirtaş ortaokul yıllarında astsubay komşularının çocuklarıyla arkadaşlık yaparken, astsubay olmaya özendiğini söyler. Demirtaş, Ali Emiri Lisesi'ne başladığı 1987 yılına kadar Kürt kimliğine ilişkin bir farkındalığa sahip değildir. Zira, anne ve babası kendi aralarında Zazaca konuşsalar da çocuklarıyla hep Türkçe konuşmuşlardır. Demirtaş, "Kürt diye bir etnik kimlik olduğunu lisede öğrendiğini" söyleyerek, Kürtlükten önce Diyarbakırlılık'ın öne çıktığını söylemiştir:

> Çocukluğumun Diyarbakır'ı şen şakrak oyunlar oynanan sokaklar, cıvıl cıvıl pazar yerleri demekti. Aklımda kalan tek sıkıntı 12 Eylül Darbesi'nin

[50] http://www.hurriyet.com.tr/daga-gidip-gelmemekte-bocaladim-14161426. Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2016.

> sabahı. Sokak tanklar, askerlerle dolmuştu, dışarı çıkmamız yasaktı. Aileden birileri tutuklandı. Hala Diyarbakır sınırlarına girdiğim andan itibaren daha rahat nefes aldığımı hissederim. Kürtlükten önce Diyarbakırlılık kimliği öne çıkıyordu.[51]

Demirtaş, lise ikinci sınıfta okurken, Kürt kimliği ile tanışmasını da lise öğretmeninin Kürtlerin Halepçe'de uğradığı katliamı anlatmasıyla başlatır. Bu dönemde anne ve babasından gizli Kürtçe müzikler dinlediğini ve lise yıllarının Kürt kimliğinin bilince çıktığı bir dönem olduğunu anlatır. Ancak lise döneminde hiçbir siyasal hareketin içinde yer almaz, ailesi bu konuda çok temkinlidir.[52]

1990 yılında liseden mezun olan Selahattin Demirtaş, ilk girdiği sınavda üniversiteyi kazanamaz. Bir sonraki yıl girdiği sınavda, ilk tercihleri okumak istediği hukuk bölümüdür ancak sekizinci tercihi olan Dokuz Eylül Üniversitesi Deniz İşletmeciliği Bölümünü kazanır. Lise son sınıfta bağlama çalmaya başlayan Demirtaş İzmir'de okuduğu yıllarda arkadaşlarıyla Komabelangaz (Grup Perişan) adlı 5 kişilik amatör bir müzik grubunda yer alır.[53]

Temmuz 1991'de tatilde gittiği Diyarbakır'da HEP İl Başkanı Vedat Aydın'ın kaçırılıp öldürülmesinin protestosuyla karşılaştığı günün Demirtaş, siyasete başlamaya karar verdiği gün olduğunu söyler.

> 1991'de HEP il Başkanı Vedat Aydın'ın kaçırılması Diyarbakır'da büyük infial yaratmıştı. Cenazesi bulunana kadar geçen o üç gün içinde duygusal bir sıçrama yaşadım. Cenaze törenin yapılacağı meydana doğru yürürken bir grup gençle karşılaştım. Onlar kaçıyor, sivil polisler kalaslarla onları

---

[51] http://www.hurriyet.com.tr/daga-gidip-gelmemekte-bocaladim-14161426 (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2016).

[52] http://www.hurriyet.com.tr/daga-gidip-gelmemekte-bocaladim-14161426 (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2016).

[53] Selahattin Demirtaş bağlama çalmaya nasıl başladığını ve üniversitedeki müzik gruplarını şöyle anlatır: "Lisede yan yana oturduğumuz yakın bir arkadaşım vardı. Onun bağlama çaldığını üçüncü yıl öğrendim. Belki de kıskançlıktan, hemen o gün bir bağlama aldım. Kısa sürede de tangır tungur çalmaya başladım. Üniversite yıllarında amatör bir müzik grubumuz vardı. Grubumuza Kürtçe "Komabelangaz" (Grup Perişan) diyorduk. Hakikaten perişandık. Müzik aletlerimiz derme çatmaydı. Kürtçe türküler, marşlar, özellikle Grup Yorum'un türküleri, devrimci marşlar çalıyorduk. Ahmet Kaya, Ferhat Tunç, o dönemin popüler parçalarını söylerdik." http://www.hurriyet.com.tr/daga-gidip-gelmemekte-bocaladim-14161426. (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2016).

> kovalıyordu. Ben de o gençlerle birlikte kaçtım, sonra cenaze törenine katıldık. Mardinkapı'da cenaze defnedildiği sırada ateş açıldı, bilinen olaylar yaşandı. O gün başka insan oldum. Hayatımın rotası değişti. Kafamda ilk siyasal şimşeklerin çaktığı gün o gündür. Benim jenerasyondaki gençliğin politize olmasında en büyük etkendir o olay.

Demirtaş, İzmir'e döndüğünde PKK'nın gençlik örgütü olarak bilinen Yekitiya Civaka Kürdistan üyesi olmaktan, ağabeyi Nurettin Demirtaş üniversiteyi okuduğu Muğla'da, kendisi de İzmir'de gözaltına alınır. Demirtaş, bir hafta gözaltında sorgulandıktan sonra serbest bırakılır ancak ağabeyi 24 yıl hapse mahkum edilir. Demirtaş, paraları olmadığı için uzun süre ağabeyine avukat tutamadıkları için yeniden üniversite sınavlarına hazırlanarak hukuk okumak ister ve Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi'ni kazanır.[54] Burada okuduğu süre boyunca Demirtaş, "annesinin öğüdünü tutarak olaylara karışmak yerine kitap okuyup entelektüel tartışmaların içinde kalmayı yeğlemiş" ve böylece dört yıl içinde mezun olmuştur. Bu dönemde Demirtaş, arkadaşlarından dağa çıkması yönünde baskı hissettiğini ve dağa gidip gitmemek arasında bocaladığını anlatmıştır.

> O dönem binlerce genç dağa gitti. Ben de dağa gidip gitmeme arasında bocaladım. Annem babam da dağa çıkmamızdan hep endişe etmişler onu sonradan anladık. Arkadaş çevresinden 'Herkes dağa giderken sen hala okul mu okuyorsun?' diye büyük bir mahalle baskısı vardı. Bunları göğüsleyerek 94'te fakülteye kaydımı yaptırdım. Siyasi faaliyetlere katılmadım. Entelektüel alana yöneldim, Kürt hareketleriyle ilgili yayınları okudum. Herkesi anlamaya, sol ve liberal çevreleri takip etmeye çalıştım. Başarılı olma hırsı içindeydim. Dört yılda da bitirdim.[55]

---

[54] Demirtaş, bu konuda yaşadıklarını şöyle anlatmıştır: "Hemen İzmir'e gelen annem babam perişan bir haldeydi. Bizim bir siyasi faaliyet içerisinde olmamızı beklemiyorlardı. Abime uzun süre avukat bulamadık. Hatta annem bir bileziğini kolundan çıkarıp 'Çocuğunu bıraktıracağım' diyen bir yargı mensubuna vermiş. Bu kadar mı sahipsiz oluruz duygusuna kapıldım. Beni tekrar hukuka iten bu oldu. O hırsla yine sınava girip Ankara Hukuk Fakültesi'ni kazandım. Kız kardeşim ve iki kuzenimle birlikte dört kişi girdik hukuka. Hepimizi de hukuka iten, avukatlığa iten biraz o oldu." http://www.hurriyet.com.tr/daga-gidip-gelmemekte-bocaladim-14161426 (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2016).

[55] Demirtaş, 1995'te dağa çıkma konusundaki arkadaş baskılarının arttığını ve 1995'te yaz tatilinde dağa gitmeye karar verdiğini şöyle anlatır: "Dağa gitme konusunda çok bocaladım. Gitmemem de tamamen tesadüf. Tam gidecektim ki bizi dağa götürecek kuryeler yakalandığı için gidemedim. Hangi dağa gideceğimi, kime emanet edileceğimi de bilmiyordum. Bir yerlere emaneten gidecektim. Bir gün babamın dükkânına bakarken iki polis geldi. Yakalanan kuryelerin üzerinden ismim çıkmış. Beni dağda

Demirtaş'ın üniversite yıllarına dair bir diğer anekdot da Diyarbakır'da bulunduğu zamanlarda babasının dükkanında çalışması ve evlere musluk tamirine de gitmesidir. Üniversiteden mezun olduktan sonra bir süre serbest avukatlık yapan Demirtaş, daha sonra İnsan Hakları Derneği Diyarbakır Şubesinin yönetiminde yer alır. Dönemin İHD Başkanı Osman Baydemir'in belediye başkanı seçilmesinin ardından İHD Diyarbakır Şubesi Başkanı seçilir. Bu dönemde, faili meçhul cinayetlerin üzerine giden bir politika izleyen Demirtaş, Türkiye İnsan Hakları Vakfı ve Uluslararası Af Örgütü Diyarbakır Şubesi derneklerinin de kurucuları arasında yer almıştır.[56]

Demirtaş 2002 yılında, çocukluktan beri tanıdığı ve üniversite döneminden beri birlikte olduğu sınıf öğretmeni Başak Demirtaş ile evlenir ve çiftin iki çocukları olur. 2006 yılında aynı fakültede okuduğu kuzeni Sedat ve kardeşi Aysel Demirtaş ile birlikte avukatlık bürosu açar.

Demirtaş 2007 yılında Demokratik Toplum Partisi'nde (DTP) aktif siyasi hayatına başlar. Bu dönemde "partinin başında 12.5 yıl hapis yattıktan sonra 2004'te çıkan ağabeyi Nurettin Demirtaş vardır. Ailesi ve eşi sıcak bakmaz ancak Leyla Zana ve Hatip Dicle'nin de telkiniyle adaylığı kabul eder." Aynı yıl gerçekleştirilen genel seçimlerde Diyarbakır'dan bağımsız milletvekili seçilir, TBMM'de oluşturulan DTP gurubuna katılır ve partinin grup başkanvekilliğini üstlenir.[57]

2009 yılında DTP'nin kapatılmasının ardından Barış ve Demokrasi Partisi'ne (BDP) geçişi sonrası 2010 yılında toplanan olağanüstü kongrede Selahattin Demirtaş, Gültan Kışanak ile birlikte BDP'nin yeni eş genel başkanı seçilir. Demirtaş bu dönemde, İHD Diyarbakır Şubesi Başkanı olduğu 2006 yılında Roj TV'ye yaptığı bir konuşma nedeniyle[58] hakkında Diyarbakır 5'inci Ağır Ceza Mahkemesinde dava açılarak bir yıl

---

zannettikleri için babama ne zaman gittiğimi sormaya gelmişler. 'Selahattin Demirtaş'ı arıyoruz' dediler. 'Buyurun benim...' dedim. Hemen dışarı çıktılar; kısa süre sonra dükkânın önünde yüzlerce polis vardı. 15 gün nezarette kaldım. Bana Selahattin'i soruyorlar, 'Benim' deyince de inanmayıp tekrar sorguya alıyorlardı. Benim, ben olduğumu 15 günde ispat edebildim. Kurgusunu, hesabını, kitabını yaptığım bir serüven değildi..." http://www.haberturk.com/gundem/haber/1040409-demirtasin-bilinmeyenleri (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2016).

[56] http://www.selahattindemirtas.net/sabit_sayfalar/view/1 (Erişim Tarihi: 28 Temmuz 2014).

[57] http://www.haberturk.com/gundem/haber/1040409-demirtasin-bilinmeyenleri (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2016). http://www.selahattindemirtas.net/sabit_sayfalar/view/1 (Erişim Tarihi: 28 Temmuz 2014).

[58] Demirtaş, Roj TV'deki bu konuşmasında "Kürt sorunun çözümünde Abdullah Öcalan'ın rolünün değerlendirmesi gerekir. Abdullah Öcalan Kürt halkının önderidir" demiştir. http://www.radikal.com.tr/politika/demirtasa-hapis-cezasi-1021155/ (Erişim Tarihi: 3 Mayıs 2016).

hapis cezasına çarptırılır ve mahkeme, 'Hükmün açıklanmasının geri bırakılmasına' karar vererek, Demirtaş'ın 5 yıl boyunca denetimli serbestlik tedbirine tabi tutulmasını kararlaştırır.

2011 Genel Seçimine ise bu defa Hakkari'den bağımsız aday olarak giren Demirtaş, 24. Dönem Milletvekili seçilir. 22 Haziran 2014 tarihinde, bileşenleri arasında BDP'nin de bulunduğu Halkların Demokratik Kongresi'nin partilileşme sürecinde kurulan Halkların Demokratik Partisi'nin (HDP) eş genel başkanlığına Figen Yüksekdağ ile birlikte seçilmiş ve halen bu görevini devam ettirmektedir. 7 Haziran 2015'te yapılan genel seçimlerde ise Demirtaş, bu defa HDP'nin adayı olarak İstanbul'dan milletvekili seçilmiştir.

4.1.2. Adayların kampanya çalışmaları ve stratejileri

2014 Cumhurbaşkanlığı seçim süreci Yüksek Seçim Kurulu'nun (YSK) belirlediği takvime göre 29 Haziran 2014'te başlamıştır. 16 Haziran'da Ekmeleddin İhsanoğlu, 30 Haziran'da Selahattin Demirtaş, 1 Temmuz'da ise Recep Tayyip Erdoğan Cumhurbaşkanı adayı olarak açıklanmıştır. YSK tarafından kesin aday listesi de 11 Temmuz 2014'te yayınlandı ve bu dönemden itibaren resmi propaganda dönemi başlamış oldu.

İlk kez halkoylaması ile cumhurbaşkanı seçiminin yapılması dolayısıyla 2014 seçiminin diğer seçimlerden farklı bazı özellikleri olmuştur. Örneğin, yurt dışında yaşayan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları ilk kez bulundukları ülkelerde oy kullanmışlardır. Bir diğer farklılık da, Cumhurbaşkanlığı için yarışan adayların, devletten hazine yardımı almak yerine, ilk kez bağış toplama yöntemi ile seçim kampanyalarını gerçekleştirmeleridir. Adayların kampanya harcamaları için toplanan bağışlar adayların "Seçim Hesabı" olarak kendi adlarına açtıkları bir banka hesabına yatırılmakta ve denetimi de YSK tarafından yapılmaktadır. Adayları gösteren partiler bu seçimlerde yasal olarak seçim kampanyasına maddi destek sunamamaktadır.[59]

[59]Seçimlere az bir süre kala yapılan açıklamaya göre adaylara yapılan bağış miktarı şöyledir: Ekmeleddin İhsanoğlu'na 8,5 milyon TL; Recep Tayyip Erdoğan'a 55 milyon 260 bin 778 TL; Selahattin Demirtaş'a 1 milyon 213 TL. http://www.aksam.com.tr/siyaset/iste-cumhurbaskani-adaylarina-yapilan-bagis-miktari/haber-330495 (Erişim tarihi: 10 Haziran 2016).

29 Mart 2014'te yapılan Yerel Seçimden yeni çıkılmış olması ve seçim süresinin kısa olması kampanyaların hazırlık sürecini daraltan bir unsur olmuştur. Kısa süreye sıkışan seçim döneminin önemli bir bölümü de Ramazan ayına denk gelmiş ve bu konu da kampanya sürecindeki zorluklardan biri olmuştur.

Cumhurbaşkanlığı Seçiminde siyasal partiler değil yalnızca adaylar yarıştığı için kampanyalar, aday olan politikacının kişiliği üzerinde temellendirilmiştir. Örneğin, kampanyalar çerçevesinde adayların kendileri adlarına logo tasarımı (bknz. EK2) yapılmış, kişisel web siteleri açılmıştır.[60]

Bu bölümde retoriksel bağlamı oluşturan adayların kampanyaları, kampanya mekanlarından edinilen gözlem notları ve görüşmelerden yola çıkılarak, mevcut olanaklar olarak parti desteği; kampanya çerçevesinde yapılan çalışmalar ve kampanyada amaçlanan stratejiler çerçevesinde betimlenecektir.

4.1.2.1. Ekmeleddin İhsanoğlu: "Sessiz, sakin ama ses getiren kampanya"

Ekmeleddin İhsanoğlu, Meclisteki muhalefet partileri CHP ve MHP tarafından ortak aday olarak gösterilmiştir. CHP ve MHP'nin görüşmeleri sonucunda iktidar partisinin çıkaracağı adaya karşı iki partinin oylarının birleştirilmesi amacıyla ve Cumhurbaşkanının tarafsız ve partilerüstü konumda olması gerektiği görüşüyle ortak aday gösterme fikri ortaya çıkmıştır. İki partinin ortak aday gösterme fikri ilk olarak MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli tarafından "çatı aday formülü"[61] ile açıklanmıştır. Bu formüle göre, Bahçeli aday gösterecekleri Cumhurbaşkanı adayını şöyle tanımlamıştır: Adayın en temel üç özelliği; 1-Milliyetçi olacak. 2-Muhafazakar olacak. 3-Manevi değerleri taşıyacak. Laik bir aday olacak ve demokratik değerlere sahip

[60] www.ihsanoglu.com; www.rte.com.tr; www.selahattindemirtas.net.

[61] Devlet Bahçeli'nin çizerek açıkladığı ve seçim süresi boyunca kamuoyunda Ekmeleddin İhsanoğlu'nun "çatı aday" olarak anılmasına neden olan formülü Hürriyet gazetesinde Şükrü Küçükşahin tarafından şöyle anlatılmıştır: "Bu işin bir formülü var, bunu uygulamalıyız" diyerek bir not kağıdı isteyen Bahçeli, iki tane üçgen çizdi. Bu üçgenlerden birinin altına yüzde 64, diğerine yüzde 36 yazdı. Türkiye'de seçmen gerçeğinin bu olduğunu söyledi ve iki üçgenin üst ortasına bir yuvarlak çizdi. O yuvarlaktan iki üçgenin geniş bölümlerini içine alan iki yeni çizgi çekti, daha büyük bir oranı içeren en büyük üçgeni ortaya çıkardı. "Çare bu üçüncü, büyük üçgen" diyen Bahçeli bu geometrik formülü, "Şimdi biz, bu iki üçgenden daha büyük bir üçgen ortaya çıkarmalıyız. Bu iki üçgenin içindeki vatandaşın kabulünü görecek bir ismi aday gösterirsek, yüzde 64 ve 36'dan büyük bir bölümü buraya kayar." Bahçeli'nin çizimi için bknz. EK1. http://www.hurriyet.com.tr/mhp-den-cati-aday-26367460 (Erişim tarihi: 8 Mayıs 2016).

olacak. Hukukun üstünlüğüne inanan ve cumhuriyetin değerlerini içine sindirmiş biri olacak.

16 Haziran'da Bahçeli ile CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu yaptıkları görüşmenin ardından ortak basın açıklaması yaparak, Ekmeleddin İhsanoğlu'nun adaylığını açıklamışlar, İhsanoğlu seçim sürecinde toplamda 14 partinin desteğini almıştır.[62] İhsanoğlu, bu toplantıda CHP'nin önerisi olarak sunulmuş, MHP'nin de kabul ettiği açıklanmıştır.[63]

Ekmeleddin İhsanoğlu'nun CHP'nin adayı olarak sunulmasının ardından, adayın parti içinde ve kamuoyunda tanınmaması ve partiden biri olmamasının yanında daha önce İslam İşbirliği Teşkilatı'nın Genel Sekreterliğini yürütmüş olması ve muhafazakar kimliği başlangıçta CHP içinde bir kriz yaşanmasına neden olmuştur. Pek çok partili milletvekili İhsanoğlu'nu benimsemediklerine ilişkin açıklamalar yapmıştır.[64] CHP'nin adayı olan, ancak MHP'nin de desteklediği ve iki partinin ortak adayı olarak sunulan İhsanoğlu'na yönelik MHP içinden de eleştiriler yapılmıştır. İhsanoğlu'nun kampanyasında çalışan K4, iki parti içindeki bu durumu "iki tarafın da kendi mahalleleri açısından İhsanoğlu'nu yetersiz bulması" olarak değerlendirmiştir:

> MHP (parti içindeki bazı kişiler ve parti tabanının bir kısmını belirtiyor) Ekmeleddin İhsanoğlu'nun bir proje olduğuna inandı. (Dış mihraklar tarafından) tasarlanmış, bir derin AKP aklıyla, ama öyle de diyemem. Çünkü ona oy vermediler, gittiler AKP'ye de oy vermediler. Yani AKP'nin bir projesi değil de Amerika'nın, Cemaatin bir projesi olduğuna, işte CIA ajanı olduğuna, vs. Samimi olmadığına müminlik konusunda, İsrail konusunda yalan söylediğine falan. İsrail-Filistin konusunda. İşte krizlerden

[62] Ekmeleddin İhsanoğlu'nu destekleyen tüm partiler şunlardır: "Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), Milliyetçi Hareket Partisi (MHP), Demokratik Sol Parti (DSP), Liberal Demokrat Parti (LDP), Demokrat Parti (DP), Bağımsız Türkiye Partisi (BTP), Büyük Birlik Partisi (BBP), Devrimci Halk Partisi (DHP), Türkiye Sosyalist İşçi Partisi (TSİP), Doğruyol Partisi (DYP), Kadın Partisi (KP), Halk ve Adalet Partisi (HAP), Toplumsal Uzlaşma Reform ve Kalkınma Partisi (TURK PARTİ), Büyük Anadolu Kalkınma Hareketi (BAK Parti)" http://www.dunya.com/politika/cumhurbaskanligi/ihsanogluna-destek-veren-parti-sayisi-14e-cikti-234863h.htm (Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2016).

[63] http://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/06/140616_catiaday_ihsanoglu (Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2016).

[64] Bu konuda CHP'den yapılan açıklamalar için bknz. http://www.hurriyet.com.tr/cati-adaya-ilk-destek-ilk-tepki-26622563. MHP'den yapılan açıklamalar için bknz. http://www.a-haber.net/haber_detay.asp?haberID=5282 (Erişim Tarihi: 7 Haziran 2016).

> biri buydu mesela. Hoca demiş ki 'tarafsız kalmalıyız.' Hocanın söylediği şu, hala da geçerli: Orta Doğu'da tarafsız kalmalıyız. Söylediği şu değil: İsrail Filistin konusunda tarafsız kalmalıyız değil. Çünkü Hoca gayet açık olarak taraf, bu Cumhurbaşkanı, seçilmiş Cumhurbaşkanı hayatında bir kere Gazze'ye gitmemiş. Seçilmemiş olan adaysa hayatında 10 kere falan Gazze'ye gitmiş. Ama biz anlatamadık mesela bunu. Yani birkaç şey de yaşadık, böyle kriz de yaşadık; yani MHP bu yüzden oy vermedi. CHP'nin oy vermeyişiyse yeterince şey bulmadılar; yeterince modern, yeterince seküler, yeterince Atatürkçü bulmadılar. Öyle tuhaf ki her iki taraf da aslında kendi mahalleleri açısından Hocayı yeterli bulmadı. Bir taraf yeterince milliyetçi bulmadı, öbür taraf da yeterince seküler bulmadı.

Alanda görüşülen çoğu CHP'li de bu yönde görüş belirterek, Ekmeleddin İhsanoğlu'nu kendi cumhurbaşkanları olarak benimseyememelerine rağmen, seçilmesi en güçlü olan aday olarak gördükleri Recep Tayyip Erdoğan'a karşı "mecburen" ona oy vereceklerini söylemiştir. Bir başka deyişle, İhsanoğlu, alanda görüşülen birçok partili için Erdoğan'a karşı üzerinde uzlaşılan/uzlaşılması gereken bir aday olarak görülmüştür. K4, bu durumun CHP içinde yarattığı hayal kırıklığını şöyle açıklamaktadır:

> Nedir insanları iten çalışmaya? Kendilerinin bir şey olma fikri. Yani işte, çalışırsam örgütte yükselirim, işte buradan şu olurum, oradan da vekil olurum. Bu fikir de yok çünkü hep inanmışlar ki yine kaybedecekler. Bir ikincisi bu siyasi liderlik yapılarıyla ve bu siyasi parti yapılanmasıyla zaten bir şey olamayacaklarını onlar da biliyorlar. Yani herkes çalışıp bir yerlere gelmek için uğraşırken çıkıyor mesela Ekmeleddin İhsanoğlu'nu aday açıklıyor. Daha önce ne partide üyeliği var, ne ismi geçmiş, şimdi bu da örgütte bir hayal kırıklığı yaratıyor. Niye çalışayım ben kardeşim? Kişisel bir çıkarım var mı, yok. Türkiyesel bir çıkarım bir davam var mı, o da yok. O zaman ben kahvemi içmeye devam ederim diyor adam.

Ekmeleddin İhsanoğlu'nun kampanyasına ilişkin en önemli unsurlardan bir diğeri başta CHP ve MHP'nin adayı olarak açıklandıktan sonra çok sayıda partinin de desteğini sunduğu ortak cumhurbaşkanı adayı olmasıdır. İhsanoğlu'nun geniş kesimlerin üzerinde

anlaştığı bir uzlaşma adayı olarak sunulmasına karşın bu durum, partilerin kendi aralarındaki "uzlaşamama" sorunlarını da beraberinde getirmiştir. İhsanoğlu'nun kampanya ekibine sonradan dahil olmuş bir katılımcı partiler arasındaki uzlaşma/uzlaşamama meselesini bugüne kadar Türkiye siyasal hayatında böylesi bir birliktelik gerçekleşmediği için bunun siyasi bir pratik eksikliğinden kaynaklandığını söylemektedir.

> Türkiye tarihinde ilk kez, siyasi partiler ideolojik konumlandırmalarına bakılmadan bir adayın etrafında birleştiler ve burada temel olarak Anayasanın işte temel ilk dört maddesinde kendini bulan bir tanım etrafında yan yana gelerek, fazla detaya girmeden Cumhuriyete sahip çıkmak gibi bir tavır gösterdiler. Bu çok önemli bir şeydi. Fakat dışarıdan bakınca da şöyle bir şeyi de görmemiz ve anlamaya çalışmamız gerekiyordu; bunlar gerçekten hayatları boyunca hiçbir siyasi pratikte yan yana olmamış ve farklı siyasi pratiklerden gelen partilerdi. Bu ne demekti, bu şu demek; diyelim ki afiş asacaksanız bir yere sizin başka türlü asmanız benim başka türlü asmam, sizin başka renk kullanmanız benim başka bir renk kullanmam demek. Halbuki süreç içerisinde şöyle bir şey ortaya çıktı; işte diyelim ki bir MHP'li kova tuttu, bir CHP'li fırça tuttu, bir BBP'li afiş astı. İşte böyle bir hal oluşması lazımdı. Bu zaman zaman bazı yerlerde başarıldı bazı yerlerde başarılamadı. Bunun temel nedeni dediğim gibi pratik eksikliğiydi, ilk kez yan yana geliyor olmaktı. Bence Türkiye'deki siyasi partiler açısından değerli bir ilkti bu. (K5)

Bu nedenlerle partilerin yaptıkları çalışmalarda, öncelikli hedef partilileri ve parti tabanlarını hem sandığa gitmeye hem de Ekmeleddin İhsanoğlu'na oy vermeye ikna etmek olmuştur. CHP'de parti örgütünü ikna etmek için çalışan bir katılımcı bu konudaki çalışmalarını "yaptıkları en önemli çaba" olarak tanımlamaktadır:

> Biz ilk başladığımızda partililerin ve parti eksenindeki insanların içinde yani nereden buldunuz bu adayı, nereden geldi falan oldu ama bu toplantıların sonunda 'Ya biz bilmiyorduk iyi ki oldu, ne güzel yarından itibaren çalışıyoruz.' dediler. Bizim yaptığımız en önemli çaba o oldu. Biz şunun

> farkındaydık; bu işin öncülüğünü İzmir'de CHP yapacak. İki, biz önce kendi parti tabanımızı, kendi ilçe örgütlerimizi, ilçe başkanlarımızı, yönetim kurulunu, kadın kollarını vs. ikna edemezsek vatandaşı hiç edemeyiz. Bu varsayımla hareket ettik. (...) Yaz günü plajlara gittik. Gazetelere de yansıdı. Çeşme, Özdere, arkadaşlarımız gitti, ben gittim. Orada topluma tatilinizi bırakın, dönün fedakarlık yapın ülkeniz için. Tatilinizi bırakın, uçakla, otobüsle gelin. Aile bütçenizden buraya harcama yapın, Türkiye'ye bir yararınız olsun dedik, bu mesajı verdik. Bu da karşılığını buldu. (K3)

Ekmeleddin İhsanoğlu'nun seçim kampanyasını İhsanoğlu'nun aile arkadaşları, oğulları ve onların yakınlarından oluşan gönüllü bir ekip yürütmüş, bunun yanında reklam kampanyası, medya ilişkileri, konuşma metinlerinin hazırlığı gibi faaliyetler için ajans ile profesyonel uzmanlardan destek alınmıştır. Bunun yanında İhsanoğlu'nu destekleyen parti örgütleri de seçim kampanyasında görev almışlardır. Örneğin, CHP ve MHP Genel Başkanları il ziyaretleri yapmış, partilerin örgütleri İhsanoğlu'nun ziyaret ettiği illerdeki faaliyetlere katılmış, aynı zamanda il örgütleri bu ziyaretler dışında da İhsanoğlu'na oy toplamak için illerde çalışmalarda bulunmuşlardır.

İhsanoğlu, Türkiye'de seçim kampanyalarındaki alışılagelen faaliyet olarak miting düzenlemek yerine kent ziyaretleri yapmış ve gittiği illerde düzenlenen sivil toplum kuruluşları ile buluşma, yerel medya ziyaretleri, şehir turu, iftar etkinliklerine katılmıştır. Ziyaret edilen illerde yapılan toplantılarda belirli bir sahne düzeni, bir arkaplan, kürsü, oturularak konuşulacak bir masa ve İhsanoğlu'nun tanıtım belgeselinin izletileceği bir ekran gibi standartlar uygulanmıştır.

> Bir etkinlik şirketimiz vardı. MHP'nin yakından tanıdığı bir etkinlik şirketi. (...) Bütün gittiğimiz her yerde aynı set up kuruluyordu. Şirket önceden gidiyordu. Ve kurduğu, yaptığımız bütün etkinlik alanını bizim önceden gittiğimiz, gördüğümüz şekilde hepsi birbiriyle aynı olacak şekilde, gittiğimiz her yerde, imkanlar elverdiğince tabii. (...) (Ekmeleddin İhsanoğlu'nun hayatını anlatan belgesel) O film vardı, bir kampanya şarkımız vardı. Türk müzik aletlerinin daha çok kullanıldığı, orta Anadolu müzik aletlerinin daha çok kullanıldığı bir şarkıydı. Onun dışında mutlaka

> gidilecek yerde orada bizi karşılayacak olan kişilerle konuşuyorduk. Oradaki akış trafiğiyle ilgili mutabık kalıyorduk. Önce ne olacak, sonra ne olacak, hocanın masasında yanında kim bulunacak, vs. vermek istediğimiz fotoğraflarla ilgili taleplerimizi iletiyorduk. (...) Bir canlı yayın arabamız vardı bütün illerde bizi takip eden. Dolayısıyla o canlı yayın arabası üzerinden bunu yapıyorduk. Aynı anda ondan montaj üretip haber geçiyorduk kanallara, daha fazla kullanabilmeleri için. Bir kameramanımız ve bir fotoğrafçımız vardı bizimle birlikte olan. Her ikisi de haber altyapısından geliyor. (...) Dolayısıyla onlardan tamamen haber amaçlı görüntüler çekmesini istiyorduk. Fotoğrafçımızın kullandığı kareleri bir sosyal medya ajansımız vardı, CHP'nin sosyal medya ajansıyla birlikte çalışıyorduk. Sosyal medya ajansımız Ekmel Hocanın sosyal medya hesaplarından yayıyordu. Ateş (İlyas Başsoy) de bazen kendi sistemi üzerinden viral bir şeyler yapıyordu. Dolayısıyla bunların hepsini tasarlamaya çalışıyorduk. (K4)

Kampanya işleyişinin en belirleyici unsurlarından biri kampanyanın çok kısa bir süre içinde yapılmış olmasıdır. Kampanya ekibinde görev alan katılımcılardan birinin (K4) söylediğine göre, kampanya ekibinin toplanması İhsanoğlu'nun aday olarak açıklanmasının ardından iki haftayı bulmuştur. K5 de İhsanoğlu'nu destekleyen partiler içindeki muhalefetin ve partiler arasındaki uzlaşma sorunun zaman darlığı ile birleşerek kampanya sürecinin önemli sorunlarından biri haline geldiğini, partilerin seçmenlerinin ve parti örgütlerinin yeterince ikna edilemediğini söylemektedir:

> Zamanın darlığı bir sorundu zaten. Ama bu daha iyi bir sunumla gündeme getirilebilirdi. Detaylarda anlaşılarak gündeme getirilebilirdi. Bütün bunlar olmadan biraz paldır küldür oldu deyim yerindeyse. Sonrasında bu uzlaşmanın yansımasında bir sorun olmasa da başlangıçta kimin neyi ne kadar açıklayacağı konusu hakkında çeşitli kafa karışıklıkları yaratıldı çünkü her şeyden önce bu ortak adaya destek verecek siyasi partilerin içlerindeki muhalefet baş edilmesi gereken bir problemken siyasi partiler, siyasi parti yöneticileri bunu, bizim anlaştığımız işte aklı başında, yurt dışında tanınan, böyle akıllı bir aday, daha ne istiyorsunuz daha nasıl bir

> aday çıkar ki zihni rahatlığı içine girmiş oldular ama sonrasında kimi sıkıntılar oldu, başta sandığa gitmemek gibi.

Ekmeleddin İhsanoğlu'nun kampanya stratejisinin en temel çıkış noktası İhsanoğlu'nun neden Cumhurbaşkanı adayı seçildiği ile ilgilidir. Alanda gözlenen/görüşülen parti örgütlerinde yer alan, kampanyanın illerdeki organizasyonlarında çalışan partililerin bir kısmında İhsanoğlu'nun adaylığı hayal kırıklığı yaratsa da İhsanoğlu'nun kampanya ekibinde iletişim sorumlusu olan, illerdeki örgütlerde yönetim kademelerinde olan katılımcılar İhsanoğlu'nun Cumhurbaşkanlığı adaylığını desteklemiş ve bir ortak aday olarak ve İhsanoğlu'nun kişisel özellikleri ile kampanyanın hedeflerini benimsediklerini söylemişler ve savunmuşlardır. Yapılan görüşmelerde hedeflenen stratejiye en uygun olabilecek aday olarak İhsanoğlu'nun aday olarak seçildiği görülmektedir.

> Ekmeleddin Bey niçin derseniz, Genel Başkanımız (Kemal Kılıçdaroğlu), uzun süreden beri tarafsız biri olsun, siyasete bulaşmamış biri olsun, kucaklayıcı olsun, dil bilsin, uluslararası deneyimi olsun gibi tarifler yapıyordu. Ve bu tariflere baktığımız zaman Ekmeleddin Bey, toplumun genelinden herkesin kendisinde bir parça bulduğu bir isim. (K2)

İhsanoğlu'nun aday seçilmesini açıklayan stratejilerden ilki öncelikle seçimi kazanabilmenin muhalefetteki partilerin oylarının bölünmemesi ile mümkün olabileceği düşüncesiyle ortak bir aday çıkarma ve iktidar partisinin seçmen tabanından da oy alabilmek için bu seçmen tabanına da hitap edebilecek bir aday olması gerekliliğidir. K1'e göre, İhsanoğlu "o günün koşullarında AKP tabanına" ve toplumun muhafazakar kesimlerine de hitap etme gerekliliğinin bir sonucuydu: "Toplum, yüzde 90'ı muhafazakar bir toplum. Bu kesimlere hitap edecek bir aday olmalıydı." K4 ise bu bağlamda İhsanoğlu'nun "Türkiye'de ihtiyaç duyulan konsensüsü hayat biçimi olarak sağladığını" söyleyerek bazı kişisel özelliklerine değinmektedir:

> Yani hayatı boyunca ön yargılardan uzak, aynı anda hem Nazım Hikmet'i çevirerek hem onu okuyarak, ondan edebi bir zevk alabilen, aynı zamanda Necip Fazıl'ı okuyup zevk alabilen. Aynı anda hem Batı hem Türk klasik müziğini dinleyebilen, Adnan Saygun'u mesela büyük bir zevkle dinleyen ama aynı zamanda da Minür Nurettin koleksiyonu olan evinde.

"Toplumun her kesimine hitap edebilme" amacı/gerekçesiyle aday gösterilen İhsanoğlu'nun toplumun muhafazakar kesimlerine de hitap etmesi gerekliliği katılımcılar tarafından vurgulanırken, İhsanoğlu'nun özellikle dindarlığının sınırları çizilmekte ve cumhuriyet rejim değerleriyle barışık bir dindarlık portresi çizilmektedir. Örneğin, K2'ye göre, "Ekmeleddin Bey dindar bir insandır ama dinci değildir." K5 için de İhsanoğlu, "Cumhuriyetin nitelikleri konusunda kafasında hiçbir şüphe taşımayan bir insandır." K4 ise İhsanoğlu'nu "mümin ama modern bir insan" olarak tanımlayarak, bunu şu şekilde açıklamaktadır:

> Evet doğru, namaz kılan, oruç tutan ama bir kere bile göstermeyen. Yani ben 40 gün, hatta 50-60 gün 7-24 Ekmel Hocayla beraberdim. Bir ya da iki kere namazdan çıktığına sadece şahit olmuşumdur. Hiç görmedim. Ne kameraların önünde yaptı, ne bundan bir haz aldı, ne o konuyu konuşmak istedi, ne bununla ilgili sorulara yanıt verdi. Kendisine her sorulduğunda, 'Burası camii, ibadet edilir siyaset konuşulmaz. Bana soru soracaksanız izin verin başka bir yere oturalım konuşalım.' Bu o kadar bizim ihtiyacımız olan bir şey ki.

Burada dindarlık konusunda çizilmeye çalışılan sınır, bir başka ifade ile "dindarlık ve dincilik" arasında sınır çizme ve kendilerini "dincilikten ayrı" gösterme ihtiyacı Cohen'in (1999: 8) topluluğun "nerede başlayıp nerede bittiğini işaretleyen" sınırları hakkındaki şu saptamasını haklı çıkarır: "Sınır, topluluğun kimliğini barındırır ve tıpkı bir bireyin kimliği gibi, toplumsal etkileşimin gerekliklerinden doğar. Toplulukların birbirlerinden ayrı durmalarından ya da ayrı tutulmayı istedikleri kendiliklerle şu ya da bu yol aracılığıyla etkileşime geçmelerinden ötürü çizilir sınırlar."

İhsanoğlu'nun bu nitelikleri ile Cumhurbaşkanlığı Seçiminde aday gösterilmesi, aynı zamanda CHP'nin genel bir dindar kesimlere açılma, eş deyişle, AK Parti'ye oy veren muhafazakar seçmenlerden de oy alabilmeye dönük yeni bir gidişata dair de bir fırsat olarak görülmüştür. K2, bu kampanyayı bu tür genel bir stratejinin bir parçası olarak görmektedir:

> Seçmen tabanımızı genişletmeye, gerçekten dindar olan insanlara da ulaşma konusunda Cumhurbaşkanlığı Seçimleri yani bizim için yeni bir çalışmaya

> da dönüşebilir. Bu stratejinin de bir parçasıdır. CHP kendi seçmen tabanını genişletmek istiyor. Yani dindar insanların, dinine düşkün insanların da partisiyiz. Ayrıca o kesimi tamamen kendi pastasında değerlendiren bir başbakandan da rahatsızız tabii. Biz ama dindar olabilirler fakat dini kullanmamız da mümkün değil. O yüzden o seçmene ulaşmak, Ekmeleddin Beyle kazanmamız halinde CHP'nin o kesime bunun üzerinden ulaşmayı ve CHP'ye gelecek seçimde oy verdirmeyi düşünüyoruz.

K4, bu açıdan seçim kampanyası kapsamında, muhafazakar seçmenlerin hedeflenmesi nedeniyle "vermek istedikleri fotoğraflara" ilişkin şöyle bir örnek vermiştir: "Kampanyanın ilk haftalarında çok fazla modern Türk kadını vardı Hocanın çevresinde, onları ayıkladık. Belli bir zaman sonra rica ettik onlardan, dedik bize yurdum insanı lazım (gülüyor). O yüzden mümkünse yurdum insanı alalım Hocanın yanına. Dolayısıyla o fotoğrafları dizayn etmeye çalışıyorduk."

İhsanoğlu'nun aday seçilmesinin nedenlerinden biri de dindar olması ve muhafazakar kesimlere de hitap edebilme olasılığı dışında, taşıdığı niteliklerle iktidar partisinin adayı Recep Tayyip Erdoğan'a zıt bir kişilik olduğu düşünülmesi ya da bu şekilde sunulmasıdır. Bu bakımdan kampanyanın çıkış noktalarından biri Tayyip Erdoğan'ın Cumhurbaşkanı olmasını önlemek ve onun tam karşıtı bir kişilikle onunla mücadele etmektir. Dolayısıyla kampanyada İhsanoğlu'nun asıl rakibi Erdoğan olarak görülmektedir. "Erdoğan'ın Cumhurbaşkanı olmaması gerektiği üzerinden" bir çalışma yürüttüklerini söyleyen K2, bu anlamda kampanyayı "sessiz, sakin ama ses getiren" diye tanımlayarak, bunu şöyle açıklamaktadır:

> Şimdi bunun arka planında şu var; Başbakanın aksine, sürekli bağıran çağıran ve artık kulakları tırmalayan, buyurgan bir dil ve bu dile karşın, aynı zamanda toplumu bölen ve kendi tabanını pekiştirmeye dönük, bir araya getirmeye dönük bir dil kullanıyor. Bu tabii çok kutuplaştırıcı, bölücü bir dil. Bunun aksine birleştirici, bütünleştirici, sakin yani bağırma çağırma yerine daha sakin bir strateji. Sessiz, karşılık vermeyen ama kendi stratejisini uygulayarak ses getirmeye dönük bir strateji uygulanıyor. (...) Mesela 'Kem söz sahibine aittir.' diyor kendisine sataşıldığı zaman. Bu bile

> bir stratejidir. Yani biz Ekmeleddin Beyin çalışmasını sessiz sakin bir şekilde yürütülmesinin özel bir çalışma olduğunu biliyoruz.

K5 ise bu özellikleri ile kampanyanın amacının "bir mazlum portresi çizebilmek" olduğunu söylemektedir:

> Kampanyanın neredeyse bütünü mütevazi bir ses tonu üzerinden, sesimizi yükseltmedik, küfretmedik ve başka bir derdimiz olduğunu anlatmaya çalıştık. Ne kadar anlattık ne kadar anlatamadık ayrı bir konu ama sonuçta yapmaya çalıştığımız şey, bağıran, iten, ötekileştiren ve topyekün bir tahakküm oluşturmaya çalışan bir adaya karşı bir mazlum portresi çizebilmekti. Daha doğrusu bütün mazlumlarla birlikte bir değer üretebilmekti. O yüzden böyle bir kampanya oluşturuldu.

İhsanoğlu'nun seçimdeki diğer rakibi olan Selahattin Demirtaş'ın seçmen tabanı ise seçimin ilk turunda cumhurbaşkanının seçilememesi halinde oylamanın ikinci tura kalması durumunda önem kazanmaktadır. Örneğin K2, Doğu ve Güneydoğu'da Selahattin Demirtaş'ın önemli oranda oy alacağını düşündükleri için farklı bir strateji izlediklerini, kampanya süresince seçimin ikinci tura kalması halinde bölgede ne yapılacağına ilişkin izlenimler almaya çalışarak, ikinci turda Recep Tayyip Erdoğan'a neden oy verilmemesi gerektiğini anlatmaya çalıştıklarını söylemiştir.

Kampanya etkinlikleri kapsamında miting yapılmayıp kent ziyaretleri yapılmasının nedenini de kampanyada çalışan katılımcılar bu "sessiz sakin" kampanya stratejisinin bir parçası olarak açıklamışlar, ancak alanda gözlenen/görüşme yapılan parti örgütlerinde çalışan bazı katılımcılar miting yapılmamasını önemli bir eksiklik olarak değerlendirmişlerdir. Örneğin bu görüşlerden birine göre, "Mitingler bir güç gösterisidir." Bu nedenle özellikle Erdoğan'ın yaptığı kalabalık mitinglere karşı yine büyük mitinglerle bir anlamda karşılık verilmesi gerekmektedir (K19). Kampanya çerçevesinde CHP ve MHP Genel Başkanları da il ziyaretleri yapmış, Ramazan ayı boyunca iftar, açılış gibi etkinliklerde İhsanoğlu'na oy istemişlerdir. İhsanoğlu'nun kampanyasında partiler arası organizasyon ve medya iletişiminden sorumlu olarak çalışan K5 miting yapmak yerine kısa süre içinde gerçekleşen kampanyada izlenen bu

stratejiyi Ramazan ayı olması ve "kampanyanın sessiz sakinliği" yanında şöyle açıklamıştır:

> Çok az bir süre kala işte bir adayın ismi söylenmişti, o adayın uluslararası camiada hem tanınırlığı hem saygınlığı son derece yüksek ama Türkiye içerisinde nedense oluşan bir muhalefet oldu, neden bu aday, nereden çıktı falan gibi. (...) Kimi partilerin içinde de benzer eleştiriler vardı. Şimdi böyle bir durumda hızlıca yapılması gereken şey, insanların kafasındaki soruları Ekmel Beye bizzat sormalarıydı. (...) Çünkü hala hani ne kadar çok büyük laflar söylersek söyleyelim (...) insanların aslında medya üzerinden verdiğimiz mesajları almak konusunda sıkıntıları var. Medya bu anlamda en etkili araç değil maalesef. Ne yazık ki öyle. Gücünün çok abartılmasına rağmen böyle. Niye bunu söylüyorum, şunun için; Ekmel Beyle ilgili herhangi bir eleştiri medya üzerinden yapıldığında bu üzerine yapışıp kalıyor. Aynı silahla cevap verebilmeniz için medyayı mesela on defa daha kullanmanız gerekiyor. Halbuki o zaman diyelim ki, tırnak içinde söyleyeceğim şimdiki sıfatları, bunu okuyanlar yanlış anlamasın, diyelim ki ulusalcılığın yoğun olduğu X ilçesinde gidip o insanların karşısına çıkıp 'Sorun abiler, ben buradayım. Hilafetçiymişim, Cumhuriyetçi değilmişim, sorun anlatacağım.' demek gerekiyordu. O yüzden bunlar tercih edildi.

İhsanoğlu'nun aday olarak seçilme nedenleri ve kampanyanın amaçları doğrultusunda İhsanoğlu'nun kişiliğinde ortaya çıkarılan kampanya mesajları uzlaşmacılık, sorunsuzluk, tarafsızlık, "laiklikle/Cumhuriyet rejiminin değerleriyle barışık" bir dindarlık olmuş, bunların yanında İhsanoğlu'nun akademik çalışmaları, uluslararası deneyimleri, dört dil bilmesi gibi özellikleri ve geçmişte yapmış olduğu görevler de ön plana çıkarılmıştır.

Bu kavramlar çerçevesinde kampanyanın ana sloganı "Ekmek için Ekmeleddin" olmuş, "Birliği", "Dirliği", "Sevgiyi", "Saygıyı" ekmek için Ekmeleddin olarak çeşitlendirilmiştir. Kampanyanın şehirlerde kullanılan görsellerinde diğer sloganlar "AK Parti, CHP, MHP, HDP demeden Türk milletinin gururu sevgiyi, saygıyı, dirliği, birliği ekmek için Ekmeleddin" ve dört farklı türevi ile "Biz hep oyumuzu AK

Parti'ye/CHP'ye/HDP'ye/MHP'ye verdik. Şimdi oyumuz Ekmel Hocaya" sloganlarının olduğu afişler kullanılmıştır. K2, kampanyanın "Ekmek için Ekmeleddin" sloganını ve televizyon reklam filminde ve basılı görsellerde kullanılan başak tarlası logosunu şöyle açıklamaktadır:

> Kullanılan amblem ve kullanılan ekmek simgesi hem bereketi hem de ekmek bütün insanların ihtiyaç duyduğu besin kaynağı. Bunun ekmeğin kutsallığı üzerinde çağrışım yaparak seçmenlere ulaşılmak istendiği ortada. Ayrıca kullanılan amblemin de başak tarlalarının eşitliği, yani bütün Türkiye sınırları içinde yaşayan tüm yurttaşların eşitliğini simgeliyor. Çünkü başak tarlası tamamen hepsi aynı boyda, aynı renkte ve yine bereketin ötesinde bütün yurttaşların eşitliğini simgeleyen bir çalışma.

K5'e ise "Ekmek için Ekmeleddin" sloganını "kolektif bir hal, bir ruh durumu" olarak tanımlamaktadır:

> Bu doğrudan doğruya insanlara dokunabilen, insanın temel derdine ulaşabilen bir slogandı ve mesajdı. Atlanılan şuydu; çok uzun sürenden beri Türkiye'de sağ-sol-iktidar-muhalefet fark etmeksizin paranın egemenliğiyle ilgili olarak bir illüzyon yaşanıyor ülkede. Bu illüzyon insanlar daha büyük evler, daha gösterişli arabalar, daha çok para harcamak falan dahilinde yaşamasını ya da böyle bir hayatı hayal etmesine yol açıyor. Halbuki biz diyoruz ki işsizlik ülkenin, özellikle genç kesiminde işsizlik yüzde yirmileri geçmiş durumda ve bu ülkede gerçekten asgari ücretin altında çalışan, eve ekmek götürmekten başka derdi olmayan milyonlarca yığın var. Keza onlara dokunabilecek bir yerden başlamak gerekiyor. (...) Orada vurgulanmaya çalışılan şey, sadece bizzat bir somun ekmek değildi. Aynı zamanda buğdaydan ve hasattan yola çıkarak üretilen kolektif bir hal, ruh durumuydu o. Oradan yola çıkarak kendi ekmeğimize sahip çıkabilme haliydi söylenmeye çalışılan. Nitekim orada ekmek sahibi yapacağım hepinizi ve buradan yola çıkarak herkese ekmek dağıtacağım mesela gibi vülgarize edilmiş bir hal yoktu.

4.1.2.2. Recep Tayyip Erdoğan: "Strateji, planlama, taktik ve operasyonu hazır kampanya"

59, 60 ve 61. Hükümetler döneminde Başbakanlık yapan Recep Tayyip Erdoğan, 1 Temmuz 2014'te AK Parti'nin Cumhurbaşkanı adayı olarak ilan edilmiştir. Erdoğan'ın adaylığı Ekmeleddin İhsanoğlu ve Selahatttin Demirtaş'ın adaylığının duyurulmasından sonra, Ankara Ticaret Odası Kongre Merkezi'nde yapılan Aday Tanıtım Toplantısı'nda ilan edilmiştir. Dönemin Genel Başkan Yardımcısı Mehmet Ali Şahin tarafından adaylığı ilan edilen Erdoğan, adaylığını yeni "bir başlangıç", "bir Fatiha", "bir açılış" olarak tanımlamıştır.[65]

Erdoğan, Cumhurbaşkanı olarak seçilip görevine başlayana kadar Başbakanlık görevine devam etmiştir. Bu durum, Erdoğan'ın henüz adaylığı açıklanmadan önce ve seçim süresince çok konuşulan, tartışılan ve diğer adaylar tarafından da sıklıkla dillendirilen bir konu olmuştur. Erdoğan'ın adaylığı açıklanmadan önce Başbakan olarak katıldığı açılış, vb. etkinlikler dolayısıyla yaptığı şehir ziyaretlerinde seçim propagandasına başladığı, seçim sürecinde halen Başbakanlık görevini devam ettirdiği için iktidar olmanın avantajlarını ve devlet imkanlarını kullandığı yönünde tartışmalar seçim sürecinin ana meselelerinden biri haline gelmiştir.[66]

Erdoğan'ın seçim çalışmalarında parti örgütleri diğer seçimlerde yaptıkları çalışmalara benzer olarak çeşitli ziyaretler, sandık çalışmaları gibi faaliyetler gerçekleştirmişlerdir. Öncelikle parti örgütlerinin seçim süresince yaptığı ziyaretler alanda parti örgütlerinde çalışanlarla yapılan görüşmelerde öne çıkan faaliyetlerden biri olmuştur. Örneğin, K11 İstanbul'da "Gönül Sofrası" adı verilen hane ziyaretlerinden bahsetmiştir. Seçim sürecinin Ramazan ayına denk gelen döneminde tüm il ve ilçe yönetim kurulu üyelerinin en az üçer haneye giderek özellikle yoksul aileleri "haklarından yararlanmaları için yönlendirmeyi" amaçladıklarını anlatmıştır. K7 ise Diyarbakır'da Ramazan ayı boyunca "işadamlarının zekatlarından ortaya çıkan havuzda oluşturulan"

---

[65] http://www.milliyet.com.tr/ak-parti-nin-cumhurbaskani-adayi-gundem-1905234/ (Erişim Tarihi: 8 Haziran 2016).

[66] Bu konuda muhalefet partilerinden ve adaylardan yapılan eleştiriler için bknz. http://www.haberler.com/erdogan-devlet-imkanlarini-kullanarak-6184732-haberi/.; http://www.gercekgundem.com/siyaset/59440/devletin-butun-imkanlarini-kullaniyor; http://www.haberler.com/kilicdaroglu-asil-sorgulamamiz-gereken-neden-6333638-haberi/?m=0; http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/97625/Demirtas_tan_Erdogan_a__Tek_bir_sey_istiyorum_senden....html (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

erzak kolilerinin yoksul hanelere dağıtıldığını anlatmıştır: "Mağdur aileler, özürlüsü olan aileler, yaşlısı olan. Biraz şefkate dayalı yani sırf destek değil de işte biz devletiz, buradayız, varız ve size dokunuyoruz. O anlamda yani çalışmalarımız oldu Ramazan ayı boyunca." Partinin Diyarbakır İl Başkanlığı'na yapılan ziyarette de araştırmacı çok sayıda kişinin yardım talep etmek üzere partiye geldiğini gözlemlemiştir. K9 ise kadın ve gençlik kolları tarafından yapılan hane ziyaretlerinin amacını şöyle açıklamıştır:

> Bugüne kadar partimizin yaptıklarını anlatıyor. Ve iktidar partisiyiz. O hane halkında eğer bir sorun var ise, yani sorun var ise derken o hane halkı ya da bireylerden birinin herhangi bir ihtiyacı veya şikayeti varsa bunun çözümünü en kısa sürede nasıl yapabiliriz bunun planlamasını yapıyorlar. Ama en temeli bugüne kadar yaptıklarımızın anlatılması ve bundan sonra yapacaklarımızın anlatılması. Yani en temel argüman bu. Hane ziyaretlerinde gidip havadan sudan konuşulmuyor tabii. Yani icraatlarımız hakkında seçmenlere bilgi veriliyor. Bundan sonra yapacaklarımız icraatlar konusunda bilgi veriliyor. Çünkü seçim kampanyalarında bir hedef belirtiliyor. Biz iktidarız, iktidar olacağız. İktidarız ama bundan sonraki dönemde şunları şunları yapacağız. Bugüne kadar bunları bunları yaptık. Bundan sonra da bunları bunları yapacağız.

Parti örgütlerinin seçime yönelik en önemli faaliyetlerinden biri de sandık çalışmaları olmuştur. Parti örgütlerinde bulunan ve görüşme yapılan partililer özellikle Cumhurbaşkanlığı Seçiminde sandık çalışmalarına daha çok önem verildiğini anlatmışlardır. Katılımcıların verdikleri bilgilere göre, rutin olarak yapılan, tamamı hukukçulardan oluşan İl Seçim İşleri Başkanları'nın bir araya geldiği toplantılarda sandık yönetimi ile ilgili eğitimler verilmekte, seçim sürecine girilmesi ile birlikte kurulan, yönetici olarak ortalama 20 kişinin bulunduğu Seçim Koordinasyon Merkezi'ne bağlı olarak sandık çalışmaları yürütülmektedir. Sandık çalışmalarında görev alan Sandık Koordinatörleri 10 sandıktan sorumlu, ayrıca her sandıktan görevli olan 9 kişilik bir Sandık Yönetimi ekibi bulunmaktadır. Örneğin K11, Cumhurbaşkanlığı Seçiminde İstanbul'da bir sandıkta ortalama 400 kişinin oy kullandığını belirterek, bu sandıklarda oy kullanacak olan seçmenlere yönelik özel çalışmalar yapıldığını söylemiştir. K9 da bu çalışmaları şöyle anlatmıştır:

> Şu anda bizim en küçük birimimiz sandık yönetim kurullarımızdır. Her sandığımızda işte atıyorum, Buca'nın 1001 no'lu sandığında dokuz tane yönetim kurulu üyemiz vardır. Üç kadın kolları, üç ana kademe, üç gençlik kollarından oluşan dokuz kişilik bir yönetim kurulumuz vardır. Bu yönetim kurulu üyelerimizin çalışma şekli nedir, o sandıktaki seçmenlere hitap eden bir çalışma yapılması gerekir. İşte o sandıkta 200 seçmen varsa, aynı sokakta aynı mahallede yaşıyorlardır. Bunları tek tek bilirler, tanırlar. Bunların evlerine giderler. Bunlara seçim kampanyası döneminde seçim sürecinde ev ziyaretleri yapılır. Bunun temelini bu sandık yönetim kurulları oluşturur. Ve bu sandık yönetim kurulları sadece seçim döneminde çalışmaz. En başta bahsettim ya. Şu anda da bizim bütün ilçe teşkilatlarımız, bütün sandık yönetim kurulu teşkilatlarımız, mahalle teşkilatlarımız, köy teşkilatlarımız şu anda faal olarak bu faaliyetleri yürütürler.

Katılımcılar ayrıca bu ziyaretlerde edinilen bilgilerin rapor haline getirilerek, seçmenin istek ve beklentilerinin tespiti ya da sorunlarının çözümü için kullanıldığını söylemişlerdir. Dolayısıyla bu ziyaretler bir bakıma kamuoyu anketleri gibi de bir işlev görmektedir.

> Her yapılan ziyaretle ilgili orada belli bir rapor düzenleniyor. O rapor daha sonra işte kadın kolları o ziyareti gerçekleştirdiyse kadın kolları tarafından o raporlar dizayn ediliyor. Ondan sonra Seçim Koordinasyon Merkezine veriliyor. Yani o seçim psikolojisini oluşturmak ya da seçmenin ne istediğini tespit etmek açısından bunlar önemli. Bu sadece seçim döneminde yapılmadığı için bunu çok geniş çaplı bir kamuoyu yoklaması gibi düşünün. Yani, Bayraklı'nın Cengizhan Mahallesi'nin herhangi bir sokağında X bir sorun olabilir. İşte Buca'nın Gediz Mahallesi'nde başka bir sorun olabilir ya da o hane halkını, sadece o hane halkını ilgilendiriyor olabilir. Engellilerle ilgili bir sorun olabilir, öğrencilerle ilgili bir sorun olabilir, yaşlılarla ilgili bir sorun olabilir. Çözülebiliyorsa hemen orada çözülme çalışması içerisine girilir. Bütün bunlar rapor halinde hem il başkanımız hem genel merkezimizde hem seçim döneminde hem seçim öncesinde bu çalışmalar mutlaka yapılır. Bunlar bize rapor olarak sunulur, biz de genel merkezimize

> bunları rapor olarak sunarız. Ama yapacağımız kadın kollarımızın yapmış olduğu bütün hane ziyaretlerinde, gençlik kollarımızın yapmış olduğu bütün ziyaretler ve çalışmalar, ana kademenin yapmış olduğu bütün esnaf ziyaretleri ya da ev ziyaretlerinin tamamı seçim dönemine özel olarak seçim döneminde konuşacak olursak hepsi planlanır. Yani bugün kadın kollarımız Bornova'nın Atatürk Mahallesi'nin şu bölgesinde ziyaret yapacak. Gündüz vakti yapılan ziyaretler genellikle kadın kollarımızın yaptığı ziyaretlerdir, gençlik kollarımız mesela Küçükpark'a gidip oradaki kafelerde oturan gençlerle sohbet eder. Ve bunların tamamı planlanarak yapılır.

Katılımcıların verdikleri bilgilere göre, Cumhurbaşkanlığı Ceçimi süresinde belirli periyotlarla her ilde ilçe Seçim İşleri Başkanları ile bir araya gelip toplantılar yapılmış, çeşitli eğitimler verilmiştir. Bu eğitimlerde animasyon, film gibi içerikler hazırlanmış ve sandık görevlilerine verilmek üzere, görevlilerin seçim günü karşılaştıkları sorunlar için hazırlanan dilekçe şablonları, görevlerinin anlatıldığı bir kitapçık hazırlanmıştır. Ayrıca Cumhurbaşkanlığı Seçiminde sandık çalışmaları konusunda önceki seçimlerden farklı olarak, Seçim Koordinasyon Merkezleri bünyesinde, ilk kez bir çağrı merkezi (call center) kurulmuş ve tüm sandık görevlileri tek tek aranmıştır. Aranan görevlilere "Şu mahallede, şu sandıkta görevlisiniz, tebrik ederiz. Cumhurbaşkanımızın selamını iletiyoruz." denilerek, listede adı geçen kişilerin görevleri hakkında bilgisi olup olmadığı ölçülmeye çalışılmıştır. Parti Genel Merkezi'ndeki Seçim Ofisi çalışanlarından olan K13 ise sandık görevlilerinin teyit edilmesi ile ilgili şu bilgiyi vermiştir:

> Hiyerarşik yapı içerisinde biz illeri yönlendiriyoruz. Onlardaki yanlışlıkları biz düzeltiyoruz. Mesela bu işin çakallığına kaçıyorlar açıkçası. Sandık görevliliğine üye olmayanları yazıyorlar. O kriteri kaldırdık, partiye üye olmayanları yapıyorlardı. Resmi görevliler zaten olamıyor. Şey dışı kayıt yapıyorlardı, mesela bize göndermiş bu adam sandık başında duracak diyor ama öyle bir adam yok. Onların kriterlerini sistemden kimlik numarasıyla düzelttik. Onlar gitgide azaldı. Sonra tek tek onları düzeltmeye çalıştık. Böyle bir süreç işliyordu.

K10 kurulan bu çağrı merkezlerinde sandık çalışmalarının yanında genel kampanya çalışmaları için de tüm parti üyelerini motive etmeye ve yapılan etkinliklere çağırmaya yönelik çalışmalar da yaptıklarını, bu çağrı merkezinde İzmir'de bulunan tüm parti üyelerini aradıklarını anlatmıştır: "400 küsur bin üyemiz var, onları sürekli mesajlarla motive ediyoruz, yani sms atıyoruz. 'Seçime üç gün kaldı, lütfen daha çok çalışalım; iki gün kaldı yan komşumuzu da ikna edelim; bir gün kaldı şunu da yapalım.' (...) O call center'la biz tüm üyelerimizi aradık yani."

Parti çalışanları ile yapılan görüşmelerde partinin seçimler için "devamlı hazırlık içinde" olduğu söylenmiştir. Bu noktada partililerin anlatımlarından yola çıkılarak partinin bazen bir tür "müşteri hizmetleri", bazen bir "yardım kuruluşu" bazen bir tür "pazarlama şirketi" gibi çalışan bir kurumsallığa sahip olduğu söylenebilir. Parti örgütünde yer alan tüm katılımcılar partinin bu kurumsallığını ön plana çıkaran bir söylem benimsemiştir. Örneğin K9 bu anlamda partiyi sadece seçim dönemlerinde değil, her zaman "yarın seçim olacakmış gibi" çalışan "yaşayan bir organizma" ve "bir fabrika gibi" tanımlamaktadır. Bu bağlamda seçimlere yönelik "teknik" işler devamlı olarak yürütülmektedir. K12'ye göre "zaten seçim demek teknik demektir." Bu anlamda Cumhurbaşkanlığı Seçiminde partinin Genel Başkanı ve Başbakan olan Recep Tayyip Erdoğan'a güçlü bir bağlılık duyduklarını belirten katılımcılar, benimsedikleri "kurumsal ve teknik" bakış açısıyla lideri bir "marka" olarak da görmektedirler.

> Bakın ben size şöyle söyleyeyim; bu hareketin lideri, değişmez lideri Recep Tayyip Erdoğan. Kendisi Cumhurbaşkanı olabilir ama AK Parti hareketinin lideridir. Yani AK Parti sadece bir siyasi hareket değildir, sadece bir siyasi partiden oluşmaz. Dolayısıyla bu bir medeniyet hareketi, bu hareketin de lideri Recep Tayyip Erdoğan. (...) Dolayısıyla kurucu Genel Başkan olması, bu güçlü liderliğin etrafında çok kuvvetli bir enerji var. Tabii bu bizim için çok ciddi manada şansımız, yani işimizi çok kolaylaştıran bir şey. Recep Tayyip Erdoğan gibi bir markayı pazarlamak herhalde çok kolay olsa gerek. Bu seçim en önemli psikoloji buydu. Yani en önemli şeylerden bir tanesi bu. Güçlü liderlik, yani çok ciddi bir markaydı. (K10)

Siyasetin gittikçe reklamcılık/pazarlama alanının ilkelerine göre işleyişinin bir örneği olan bu anlayış, hazırlanan Cumhurbaşkanlığı Seçim Kılavuzunda Seçim Koordinasyon Merkezi'nde görev yapanların "dinamik ve halkın profilini yansıtan kişilerden seçilmesi" başlığı altında yazılan personel tanımlamasında da görülebilmektedir. Bu personel tanımlamasında görevlilerin genç ve dinamik olmasının yanı sıra, "bölgenin genel yapısına uygun olan" bir nitelikte de olması istenmektedir.

> Seçim Koordinasyon Merkezi, gençlerin oluşturduğu kitleye büyük önem vermektedir. Bu önemi vurgulamak açısından seçim bürosunda görev yapacak kadroların genç ve birikimli görevlilerden oluşmasında yarar vardır. Bu gençlerin aynı zamanda çabuk karar alabilen, yetenekli, adayımızın düşüncelerini doğru bir şekilde anlatabilecek kişiler olması ve bölgenin genel yapısına uygun olanlar arasından seçilmesine dikkat edilmelidir. (14)

Parti il teşkilatlarında ve seçim koordinasyon merkezlerindeki görevlilerde bu türden nitelikler araştırmacının da dikkatini çeken unsurlardan biri olmuştur. Bu görevlilerin çoğu genç, derli toplu/iyi giyimli, kısaca fiziksel açısından prezantabl bir görünüşe sahipti. Çoğu, gelen seçmenlerle son derece nazik biçimde ilgilenmeye gayret ediyordu. Örneğin, araştırmacının şahit olduğu bir olayda, Diyarbakır'da yardım talep etmek için ya da İl Başkanı ile ısrarla görüşmek için gelen bazı vatandaşların seslerini yükseltmelerine karşın, görevliler yine olabildiğince soğukkanlı ve nazik bir üslupla cevap vermeye çalışıyorlardı.

Recep Tayyip Erdoğan'ın seçim kampanyası danışmanı Erol Olçok'un katıldığı bir televizyon programında söylediği üzere, seçim kampanyası Olçok'un sahibi olduğu ajanstaki yaklaşık 60 kişilik bir strateji ve planlama ekibi ile AK Parti seçim ofisindeki Erdoğan'ın da içinde bulunduğu 10 kişilik bir ekiple birlikte hazırlanmıştır.[67] Erol Olçok'un bu programda verdiği bilgilere göre, kampanya uzun süre önceden planlanmıştır: "Biz bu seçim kampanyasına çok önceden hazırlandık. Stratejimiz,

[67] Olçok'un verdiği bilgiye göre, Cumhurbaşkanlığı Seçim kampanyasında AK Parti Seçim Ofisindeki stratejiyi hazırlayan, Erdoğan'ın kendisinin de dahil olduğu en dar kadroda şu isimler yer almıştır: Ömer Çelik, Mahir Ünal, Binali Yıldırım, Süleyman Soylu, Mustafa Şentop, Yalçın Akdoğan, Mustafa Ataş, Mücahit Aslan, Erol Olçok. Akif Beki, Baştan Sona, CNN TÜRK, 7 Ağustos 2014.

planlamamız, taktiğimiz ve operasyonumuz hazır olduğu için biz kendi kampanyamızı belirlediğimiz strateji içerisinde adım adım bir finale taşıyoruz."

Kampanya çalışmalarının en temel bileşenlerinden birini kamuoyu araştırmaları oluşturmuştur. Olçok, hazırlanan kampanyanın focus (odak) gruplar üzerinde denendiğini ve seçmenin beklentileri hakkında çok sayıda kamuoyu araştırması yapıldığını söylemiştir. Çalıştıkları dört ayrı araştırma şirketi tarafından yapılan araştırmalar kampanya süresince de devam etmiştir. Bu kamuoyu araştırmalarında hem Erdoğan'ın hem de rakiplerinin mesajlarının seçmende nasıl bir karşılık bulduğu ölçülmüştür.

> Önce bir brief alıyoruz ve kamuoyu araştırmaları burada bize çok önemli bir harita çıkarıyor. Seçmen Cumhurbaşkanını milletin seçmesini nasıl algılıyor? Yeni Cumhurbaşkanından neler bekliyor? Yeni Cumhurbaşkanının nasıl bir profil göstermesini istiyor? Bu araştırmalar yapıldıktan sonra stratejimizi ve stratejimizin mesajını belirliyoruz.

Erdoğan kampanya süresince toplam 34 ilde mitinge ve 5 televizyon programına katılmıştır. Seçim kampanyası kapsamında Erdoğan adına açılan kişisel web sitesindeki bilgilere göre 23 reklam filmi, 6 seçim şarkısı, 25 billboard, 20 gazete ilanı hazırlanmıştır. Kampanyada aynı zamanda çok sayıda gönüllü çalışmış ve 18-22 yaş arasındaki bu gönüllülerin hazırladığı bazı içerikler sosyal medyada yayınlanmıştır. Erol Olçok, gönüllülerin kampanyaya etkisini şöyle açıklamıştır:

> Sayın Erdoğan'ın kampanyasında gönüllüler, Tayyip Erdoğan Gönüllüleri var bu kampanyada. Şu ana kadar 26 bin tane gönüllümüz var. (...) 26 bine yakın gönüllümüz çeşitli aktivasyonlarla kampanyamıza büyük destek veriyorlar. Seçim gönüllüleri şu başlıklarda katkı veriyorlar, yani bunları kategorize ettik bu başlıklar altında; telefonla arama gönüllüsü, yüz yüze görüşme gönüllüsü, afiş, pankart, bayrak asma gönüllüsü, broşür, kitap, el ilanı dağıtma gönüllüsü, seçim ofisinde çalışma gönüllüsü, bağış destek gönüllüsü, internet gönüllüsü, sosyal medya gönüllüsü, yazılım geliştirme gönüllüsü, e-mail atma gönüllüsü, yerel-ulusal medya gönüllüsü, miting duyuru gönüllüsü, proje tasarlama gönüllüsü. 26 bin tane gönüllünün bu

> kampanyaya aktif olarak katılmasını Sayın Erdoğan'ın seçim ofisinde 10 kişi koordine ediyor. Mesela bunlar Sayın Erdoğan'ın yaptığı futbol maçına[68] izleyici olarak geldiler. Bunlar content (içerik) üretip, kendileri reklam filmi üretip sitemize yüklüyorlar. Bunlar da sosyal medyada, sosyal medyadaki malzemelerimiz tamamen gönüllüler tarafından üretiliyor.

Recep Tayyip Erdoğan'ın Cumhurbaşkanlığı Seçimi kampanyasının bir başlangıçtan, sonuca doğru ilerleyen bir yapısı vardır. Erol Olçok, bunu giriş/başlangıç, gelişme/orta ve sonuç/final'den oluşan "kampanyanın bir ritmi ve matematiği" olduğunu söyleyerek açıklamıştır. Kampanyanın çıkış noktası, Cumhurbaşkanının ilk kez halkoylaması ile seçilecek olmasıdır. Ardından 12 yıllık Başbakan olan Erdoğan'ın icraatları ve güçlü liderlik mesajları üzerinde durulmuştur. K10, kampanya çalışmalarında en öncelikli stratejinin ise "ülkeyi seçim havasına sokmak" olduğunu, bu nedenle şehirlerde kampanya görsellerinin çok yoğun kullanıldığını söylemiştir:

> İzmir'de biz aklınızın alabildiği ne kadar megalight, ne kadar raket, ne kadar billboard varsa bunların hepsini kampanya görselleriyle donattık. Yani biz İzmir'de otobüs duraklarının hemen hemen hepsi belki de. (...) bunun dışında bütün binalarda İzmir'e hakim binalarda yaklaşık işte belki de 30-40 tane binada, tam sayısını bilmiyorum ama 30-40 tane var. Görsel giydirmeleri, adayımızın görsellerini giydirdik, yani öncelikle şehri seçim havasına sokmaya çalıştık. Çünkü şunu söyleyeyim; bu seçim, ülke seçim havasına giremedi. Biz de ülke seçim havasına girsin istiyorduk.

K10, kampanya stratejisinin asıl çıkış noktası olarak Cumhurbaşkanının halkoylaması ile seçilmesini de "seçimin en önemli psikolojisi" olarak tanımlamakta, Erdoğan'ın kampanyası kapsamında oluşturulan bu "psikolojiyi" "büyük bir başarı" olarak görmektedir. Zira buna göre, "seçimin psikolojisini kim oluştursa seçimin galibi de o olur":

---

[68] Recep Tayyip Erdoğan, Cumhurbaşkanlığı Seçim kampanyası döneminde Başbakan olarak 26 Temmuz 2014'te İstanbul Başakşehir Fatih Terim Stadyumu'nun görkemli açılışında düzenlenen futbol maçında, 12. Cumhurbaşkanı olacağına atıfla, 12 numaralı forma ile yer almıştır. Açılış için düzenlenen maçta iki takımda da hem spor hem siyaset hem de televizyon dünyasından ünlü isimler yer almıştır. Maç televizyon kanallarından naklen yayınlanmış, Erdoğan'ın maçta üç gol atması ve futbol performansı haberlerde geniş yer bulmuştur. http://www.trthaber.com/haber/spor/galeri-basbakan-hat-trick-yapti-138018.html (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

> Biz yeni Türkiye modlu bir kampanya yürüttük. İnsanlar şunu söyledi; dedi ki ya biz daha önce Cumhurbaşkanını Türkiye krizlerle seçti. Hiçbir Cumhurbaşkanı bugüne kadar, Atatürk'ten sonra, krizsiz seçilemedi. Hep ya bir darbeyle geldi, ya bir krizle, ya bir 367 garabetini yaşadık en son. Bir sıkıntı oldu, hep bir sıkıntıyla oluştu. Ama AK Parti ilk defa halkın Cumhurbaşkanını kendisinin seçmesine olanak taşıyan bir düzenlemeyi gerçekleştirdi. Bunun neticesinde de insanlar kendi Cumhurbaşkanını seçecek. Biz de bu seçim psikolojisi şuydu; millet, yani cumhur kendi başkanını seçiyor. (...) Hiç kimse bu seçim şunu diyemedi; hayır kardeşim Cumhurbaşkanını halk seçmeseydi daha iyiydi diyemedi.

Bu stratejiler çerçevesinde Erdoğan'ın seçim sloganları başlangıçta "Milletin Adamı", orta vadede "Milli Hedef Milli Güç Hedef 2023" ve finalde "Türkiye'nin Gücüne Güç Kat" olmuştur. Kampanyayı hazırlayan Erol Olçok, bu stratejiyi şöyle anlatmıştır:

> Çok özet olarak söyleyeyim; bu seçim kampanyasında en önemli şey milletin ilk defa Cumhurbaşkanını seçmesi. Daha da belki toplumun beklediği ya da istediği bir şey vardır; Sayın Erdoğan'ın bilançosu ve performansı Türkiye'yi bir yere aday hale getirdi. Türkiye birinci lige aday bir ülke. Öncelikle ülkenin bir adaylığı söz konusu. Sonra bu adaylığı temsil edecek ya da ileriye taşıyacak bir kaptana bir lidere ihtiyaç var. Öncelikle Türkiye bir yere aday. Türkiye'yi bu adaylığı bir yere götürecek kim? Bu sorunun cevabı Sayın Erdoğan. Birincisi buydu. İkincisi Sayın Erdoğan'ın milletle kurduğu duygudaşlığı ve milletin emanetini yere düşürmemesi ve milli iradeye ilişkin söylemlerini birlikte oluşturarak biz 'milletin adamı'nı kampanyamızın ilk açılış konsepti. Sen seçiyorsun, senin adamını seçebilirsin. Sayın Erdoğan milletin adamı. (...) Milletin Adamı'yla açılış yaptık, sonra 'Milli İrade Milli Güç Hedef 2023'. Aynı zamanda bir gelecek perspektifi. Milli iradenin yani bireylerin tek başına milli güç olduğunu ve bir hedefinin olduğunu, Cumhuriyetin 100. yılı 2023. Bir hedef koyduk. (...) Mesela şu bağlamdan gittik; mesela Sayın Erdoğan yerel yönetim, Başbakanlık, Cumhurbaşkanlığı. Herkes şu soruyu soruyordu; nasıl bir Cumhurbaşkanı olacak? Biz de diyoruz ki Sayın Erdoğan, reklam filmleri

şuydu; ben Erdoğan'ı belediye başkanı seçtim çöpleri topladı, havayı temizledi, Başbakan seçtim Marmaray'ı yaptı, şimdi de Cumhurbaşkanı seçiyorum. Yani Sayın Erdoğan'ın bilançosu ve birikimini belediye başkanlığından aldık. (...) Final 'Türkiye'nin Gücüne Güç Katıyoruz'. Tek tek bütün seçmenler, Sayın Erdoğan'ı yeni Cumhurbaşkanı seçmekle Türkiye'nin gücüne güç katıyoruz. (...) Ama asıl final filmimiz Fors filmi.[69] Fors hem milletin köşkle bütünleşmesini hem de Türkiye'nin gücüne güç katmayı birlikte anlatıyor. Nihayetinde biz son hafta bütün mesajlarımızı tek bir çerçevede topladık.

4.1.2.3. Selahattin Demirtaş: "Profesyonel gönüllüler" ve "imece usulü" kampanya

Selahattin Demirtaş, partisi HDP tarafından 30 Haziran 2014'te yapılan basın açıklaması ile Cumhurbaşkanı adayı olarak ilan edilmiştir. Demirtaş aday olarak açıklanmasının ardından düzenlediği basın toplantısında, "kişi olarak değil, halk yığınlarını temsilen" Cumhurbaşkanı adayı olduğunu söylemiştir.[70]

Selahattin Demirtaş'ın seçim kampanyasında da parti örgütlerinin yaptığı halk ziyaretleri, sandık çalışmaları gibi faaliyetler önemli bir yer tutmaktadır. Katılımcıların verdikleri bilgilere göre, parti örgütlerinin yaptığı çalışmada öncelikle iller bazında, yaklaşık 30 civarında kişinin yer aldığı İl Seçim Komisyonları ve bu komisyonlara bağlı olarak çalışan teknik komisyonlar, basın yayın komisyonları, sandık komisyonları gibi her konu için ayrı birer komisyon kurulmakta; illerde kurulan bu komisyonların aynısı ilçeler bazında da oluşturulmakta ve seçim çalışmaları bu komisyonlar altında yürütülmektedir. K16'nın verdiği bilgiye göre, Cumhurbaşkanlığı Seçimi kampanyasına geç başlanmasının bir dezavantaj olmasının yanında "yerel seçimlerin hemen akabinde

[69] Fors reklam filminde Recep Tayyip Erdoğan şiir okumuş ve oyuncu olarak yer almıştır. Filmde, Erdoğan'ın okuduğu Sezai Karakoç'un Ey Sevgili şiirinin bir bölümü eşliğinde çeşitli yerlerden farklı farklı insanlar gelir ve Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı'nın simgesi olan, tarihteki 16 Türk devletini temsil eden forsu oluşturan yıldızların her biri başka bir insan tarafından Cumhurbaşkanlığı köşkünü sembolize eden büyük demir parmaklıklı bir kapıdaki yerine takılır. Bu 16 yıldızın ortasındaki Türkiye Cumhuriyetini temsil eden en büyük yıldızı ise Erdoğan'ın kendisi takar ve kapı açılır. Erdoğan önde ve arkada halkı temsil eden büyük bir kalabalık birlikte kapıdan girer.

[70] http://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/06/140630_hdp_cumhurbaskani_adayi (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

gerçekleştiği için" yine de parti örgütlerinin bu çalışmaları yapması "çok da zor olmamıştır".

Seçime ilişkin yapılacak olan ziyaretleri, tanıtım faaliyetlerini, sandık çalışmalarını içeren tüm işlerin yürütüldüğü bu komisyonlarda, özellikle Selahattin Demirtaş'ın en büyük seçmen kitlesinin bulunduğu Doğu ve Güneydoğu bölgelerinde, bu komisyonlar altında kurulan "ikna komisyonları" parti örgütlerinin çalışmalarında katılımcıların dikkat çektiği bir konu olmuştur. K15, mahalle komisyonları/meclisleri olarak yapılan hane ziyaretlerinde ikna edilmesi için tespit edilen haneler için ikna komisyonlarının devreye girdiğini anlatmıştır. İlgili "yörenin ileri gelenlerinden, akil insanlarından, sözü geçen, tanınan kanaat ve dini önderlerinden, sivil toplum kuruluşu temsilcilerinden, gençlerden ve her meslekten insandan" oluşan[71] ikna komisyonlarının çalışmalarını K15 şöyle açıklamıştır:

> Bu evlere gittiğimiz zaman atıyorum bu ev hane, kapıya geldiğimizde oradaki insanların kimi hemen bizi içeri davet ediyor kimisi soğuk davranıyor bize. Yani biliyoruz ki bize yakın değil. Ama biz onu konuşturuyoruz. Eğer kesin katı bir şekilde bizi reddediyorsa saygımızı gösterip çıkıyoruz. Ama yok eğer bu insanlarla bir konuşma, bir ilgi alaka olursa eğer ikna edilecek durumdaysa bizim ikna komisyonlarımız var. Bu kez ikna komisyonlarımız devreye giriyor. Atıyorum A Blok 24 numaralı hane çizelgemizde, A Blok 24 nolu haneye ikna komisyonunun gitmesi gerekiyor. O anketimize, çizelgemize yazıyoruz, geliyoruz akşam büroya. Bilgi işlem merkezine getiriyoruz. Orada o adres ikna komisyonuna iletiliyor. İkna komisyonu kendi programını yapıyor, atıyorum bir gün sonra iki gün sonra gidiyor o haneye. İkna komisyonlarının içinde mutlaka seyda dediğimiz din adamlarını muhakkak bulunduruyoruz. Böyle hitap şekli, etki gücü iyi olan. Bizim burada resmi imamlar değil onlar, hoca. Hocalık görevi yapmış, yıllardır köyde bu görevleri üstlenmiş, toplumda yeri saygınlığı olan insanlar. Bir kere o komisyonda mutlaka o kişi olur. Onun dışında bir kadın yine muhakkak, o komisyon yine 4-5 kişiliktir. Yani ikna kabiliyeti

[71] http://www.radikal.com.tr/politika/hdp-asiretleri-nasil-ikna-etti-1354021/ (Erişim tarihi: 10 Haziran 2016).

> güçlü, yani toplumda kanaat önderleri dediğimiz toplumda ağırlığı olan. belli başlı insanlar götürüyoruz işte. Hani diyoruz ya beyaz saçlılar, yaşlı insanlar da bulunduruyoruz burada. İmamı var, yaşlı insanı var, kadın var aramızda. Yani öyle bir iki kişi gidilmiyor. Yani öncelikle o ev, hane üzerinde bir tahlil yapıyoruz. Hani vuruş, nasıl vuruş yapabiliriz? Gençlerle mi ikna edeceğiz, hani çevresini daraltmak için kadınla mı veyahut dini duygularla mıdır veyahut bunun hassasiyeti nedir, yani bunun hassas noktası nedir? Yani nasıl ikna olur onun tespitini yaparak gidiyoruz.

İkna komisyonları, Cumhurbaşkanlığı Seçimi sürecinde de özellikle Erdoğan'a oy verebileceği düşünülen ya da ona oy vereceğini söyleyen seçmenler üzerinde çalışmış. Bu komisyonlarda ikna için üzerinde tartışılan konu Çözüm Süreci olmuştur. Cumhurbaşkanlığı seçimindeki ülke konjonktüründe Erdoğan'ın seçim kampanyasının öne çıkan başlıklarından birini oluşturan Çözüm Süreci ve Kürt kimliğinin talepleri seçimin ana meselelerinden birini oluşturmuştur. K15, Erdoğan'a oy vermeyi düşünen seçmenleri ikna komisyonları aracılığıyla hangi argümanları kullanarak nasıl ikna ettiklerini şöyle anlatmıştır:

> Biz arkadaşı, vatandaşı çözümlerken bakıyoruz, arkadaş hiç bizim gözümüzden bakmıyor, hep devlet gözüyle bakıyor. Yani 'Erdoğan yaptı', işte 'iktidar yaptı' veya 'AK Parti yaptı'. Ama biz de diyoruz ki 'biz dayatmasaydık bunu, eğer biz istemeseydik, eğer biz katkı sunmasaydık, barış elini uzatmasaydık yıllardır tek taraflı ateşkes olur mu? Bu çift taraflı.' Bir de Öcalan öne çıkıyor yani özellikle bu barış sürecinde. Eğer o, o eli uzatmasaydı, tek taraflı barış sağlanmaz zaten. Şimdi tabii biz bu argümanlarımızı kullanırken arkadaş olayın gerçekliğine varıyor. Farkına varıyor yani tek taraflı değil. Çünkü burada zaman zaman büyük aileler aşiretler dediğimiz gibi kan davaları oluşuyor. Bunları örnek gösteriyoruz. Bunlar yani bu yerin özünde var. Büyük aşiretler, yani yıllarca on kişi beş kişi kan dökülüyor. Bunların barış örneğini gösteriyoruz. Bir taraf barış elini uzattığı zaman diğer taraf uzatmadığında n'oluyor, o barış sağlanmıyor demektir. Ama çift taraflı olduğu zaman, yani her ne kadar barış, diyoruz

> hep yani barış savaştan daha zor. Tabii artık ne yapıyor, bunun farkına varıyor.

Katılımcılar parti örgütlerinin seçim çalışmaları sırasında yaşadıkları zorluklardan da bahsetmişlerdir. En önemli zorluk, bütçe yetersizliği ve bazı bölgelerde yapılan çalışmaların zaman zaman tepkiyle karşılanması ya da saldırıya uğraması olmuştur.

> Düşünün yani bir koskoca Cumhurbaşkanlığı Seçim kampanyasını merkezinin katılımları 200 bin TL civarında bir bütçeyle sürdürdük. Oysa AKP, CHP, MHP tek bir adayı için bile bir yerel seçimde küçük bir belediye seçiminde bile bunun 3-4 katı kadar neredeyse para harcıyor. Onun için sınırları var bunun, yani bir yerden bir yere gitmek, benzin şu bu, vs. gibi. Daha etkili bir kampanya sürdürebilirdik ama öncelikli olarak bütçe açısından söylüyorum, çünkü insan katılımı açısından bir sorunumuz yok bizim yani. (...) O dönem için de belli sorunlarla karşılaştık, dolayısıyla bu açıdan ön yargıların getirdiği sorunlar var. Bir yere gidiyorsunuz, seçim çalışmalarını sürdüremiyorsunuz, size seçim büroları vermiyorlar. İki, mali açıdan diğer partiler, çok kuvvetli büyük hazine yardımı alıyorlar, biz beş kuruş para alamıyoruz. İşçilerin, emekçilerin, yoksulların partisiyiz, gerçekten toplumun en alt kesimleri bizim parti üyelerimiz ve seçmen kitlemiz. Onların simit paralarıyla, 5 liralarıyla, 10 liralarıyla kampanyalarımız, Sumhurbaşkanlığı kampanyamız da öyle sürdürüldü. (K16)

Selahattin Demirtaş'ın Cumhurbaşkanı adayı olarak belirlenmesinin hemen ardından başlayan ve kısa süre içerisinde hazırlanan kampanyasını[72] gönüllülerden oluşan bir ekip hazırlamıştır. K18, tanıtım materyallerinin tamamını hazırlayan bu ekibi "partili olmayan fakat parti dostu arkadaşlar" olarak ve iletişim alanında tecrübeli, uzun yıllar çalışmış olan ya da halen çalışan bu kişileri "profesyonel gönüllüler" diye tanımlamış, bu anlamda kampanyanın "olumlu anlamda çok amatörce bir çalışma" olduğunu söylemiştir.

[72] K18, kampanya çalışmalarının Haziran ortasında başladığını ve iki hafta içinde hazırlandığını söylemiştir.

> Tabii bu arkadaşlarımızın çoğu bizim uzun yıllardır tanıdığımız, bu tabii sadece siyaset alanıyla ilgili değil bazılarını siyaset içinden bazılarını siyasetin dışından tanıdığımız kişiler, bazılarını gündelik hayatın içinden tanıdığımız arkadaşlarımız ve hayattaki duruşları belli, yaklaşımları belli. O açıdan o ağı kurmak çok zor olmadı. Böyle bir talepte bulunduğumuz zaman hepsi çok isteyerek hemen geldi yani gelmemiş olan hiç olmadı diyebilirim. Başından sonuna kadar çok heyecanla ve keyifle çalıştılar doğrusu. Yani o bizim için alacağımız bir ajans desteğinden çok daha kıymetli bir destekti doğrusu. (K18)

Kampanya kapsamında Selahattin Demirtaş farklı illerde mitingler düzenlemiş, ayrıca çeşitli sivil toplum kuruluşlarıyla bir araya gelmiştir. Kampanya kapsamında bir televizyon reklam filmi, 14 adet afiş, resmi ve gönüllü olarak hazırlanan 11 adet seçim şarkısı yapılmıştır. Kampanya materyalleri başta Türkçe ve Kürtçe olmak üzere farklı dillerde hazırlanmıştır.

2013 yılında BDP'nin (Barış ve Demokrasi Partisi) DBP (Demokratik Bölgeler Partisi) ve HDP (Halkların Demokratik Partisi) olarak ikiye ayrılmasının ardından HDP, sadece Doğu ve Güneydoğu'daki seçmenlere ya da Kürt seçmenlere değil Türkiye'nin tamamındaki seçmenlere hitap edebilecek bir parti olmayı amaçlamıştır. Bu amaçla birlikte HDP, toplumda kendini ifade etmeye ihtiyaç duyan, bastırılan her türlü farklı kimlikten oluşan bir koalisyonun merkezi olmaya dönük söylemler ve politikalar üretmeye çalışmıştır. Selahattin Demirtaş'ın seçim kampanyasının temel çıkış noktası da HDP'nin "Türkiyelileşme" hareketi olarak tanımlanan bu amacının devamıdır. K16, Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Selahattin Demirtaş'ın kampanyasıyla ortaya konulan mesajların esas itibariyle "HDP fikri, HDP programı ve onun sözü" olarak tanımlamakta ve bu fikir ve programı, "Türkiye'nin temel problemlerine dönük olarak ortaya koymuş olduğumuz temel çözümleyici politikalarımız" diye açıklamaktadır.

> HDP'nin kuruluş amacı Türkiyelileşme kavramıyla bunu anlatmak ne kadar kolay bilmiyorum ama sonuç olarak bir bölge partisi değil bir Türkiye partisi olmak. Yani Türkiye'nin her yerinde politika yapan, Türkiyelileşmekten kastedilen buysa tamam bir şey demiyorum. Yani

> Türkiye'nin her yerinde politika yapan, her yerindeki yerel sorunlara sahip çıkan, genel sorunlarla yerel sorunları bütünleştirebilen ve Türkiye'nin her kesimine hitap eden bir politika yapmak, bizim hedefimiz buydu. Yani Türkiyelileşmekten kastımız buydu. Dolayısıyla HDP'nin kuruluş aşamasında da, sonrasında da bu hedefe uygun bir politika geliştirmeye çalıştık. Hani bu zaten tamamlanmış bir şey değil, devam ediyor bu süreç şüphesiz. (...) Demirtaş'la başlamadı bu ama Demirtaş bir adım daha ileriye götürdü bu hedefi, daha büyüttü, daha görünür hale getirdi. (K18)

Temel olarak bu amaçla yola çıkılan kampanyada Demirtaş'ın gençliği, dinamizmi, mizah kullanımı ile bir araya getirilerek, renkli ve eğlenceli bir kampanya ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. K18, kampanya görsellerindeki renklerin bile bu amaçla kullanıldığını söylemiştir:

> Bir kere sarı kırmızı yeşil yani bütün Türkiye'de ve Kürdistan coğrafyasında kullandık. Ayrıca maviyi daha çok Batıda, moru da burada yine her tarafta kullandık. Aslında yani mor bizim logomuzda da olan renkler aslında. Sarı kırmızı yeşil ve mor ama sadece bugün olduğu için kullanmadık bunları, bunların bir arka planı vardı doğrusu kullanırken, işte mor kadın hareketinin rengi ve bir de eş başkanlık modeli var ve çok önemli bir yerde bulunuyor bizim örgütlenmemiz içinde. Dolayısıyla o rengin mutlaka kampanyamızda yer alması gerekiyordu. Sarı kırmızı yeşil biliyorsunuz yani Kürt halkının renkleri aynı zamanda, o açıdan kullanılması önemliydi, mavi de barışı temsil eden bir renkti bizim için her zaman, dolayısıyla maviyi de kullanmak önemliydi. Dolayısıyla bölgelere göre ağırlıklarını değiştirerek çeşitli biçimlerde kullandık ama esas olarak bu renkleri kullandık. Mümkün olduğu kadar canlı ve sıcak renkler olmasını istedik, yani öyle soğuk ve mat bir kampanya sürdürmek istemiyorduk. Yani hem Demirtaş'ın dinamizmi, onun gençliği ve sıcaklığının bu kampanyaya yansımasını istedik. Onun yansıması gerekiyordu, onun samimiyetinin kampanyaya yansıması gerekiyordu. Bunu da biraz renklerle tamamladık doğrusu.

Kampanyanın stratejisi ayrıca esas itibariyle Erdoğan'ı ve AK Parti'yi rakip olarak gören ve ona karşıt biçimde geliştirilen söylemlerle kurgulanmıştır. K18, bu stratejilerini şöyle açıklamıştır:

> Şu önemliydi bizim için; Demirtaş'ın seçim bildirgesi yazılırken bizi AKP'nin adayından ayrıştıran çok önemli bir konu vardı. Onlar mesela 'değişim' temasını işliyordu, biz 'demokratik değişim' temasını işledik. Çünkü o zaman bizim gördüğümüz ve şimdi yaşananlarla daha net görünen Tayyip Bey aslında daha otoriter ve despotik özellikleri olan bir başkanlık sistemini esas itibariyle istiyor, amaçlıyor. Bizim görüşümüz bu, yani bu demokratik bir başkanlık sistemi, denetleme mekanizmalarının işlediği, kuvvetler ayrılığının yerli yerinde olduğu bir başkanlık sistemini hedeflemiyor. Biz o zaman da bunu böyle görüyorduk, dolayısıyla onlar değişim dediği zaman biz demokratik değişim temasını öne çıkarıyorduk fikir olarak. İkincisi de onlar 'yeni Türkiye' derken biz 'yeni demokratik Türkiye'yi öne çıkardık.

Bu stratejilerin sonucunda kampanyanın ortaya çıkan sloganları, "Yeni Yaşam Çağrısı" "Demokratik Değişim Barışçı Türkiye" ve dört farklı türü ile "Bir Cumhurbaşkanı Düşünün; Bağlamadan Başka Bir Şey Çalmıyor/ Ayrımcılık Yapmıyor/ Birleştiriyor, Barıştırıyor/ Herkese Demokrat" olmuştur.

4.1.3. Konuşmaların geçtiği mekanların betimlenmesi

4.1.3.1. Ekmeleddin İhsanoğlu seçim bildirgesi tanıtım toplantısı

Ekmeleddin İhsanoğlu'nun seçim bildirgesini ve kampanya sloganını, logosunu, şarkısını ve diğer tanıtım materyallerini açıkladığı tanıtım toplantısı 10 Temmuz 2014'te İstanbul Çırağan Sarayı'ndaki toplantı salonunda basın toplantısı olarak gerçekleştirilmiştir. Toplantıya köşe yazarları ve gazeteciler katılmış, siyasi partiler bulunmamıştır. Toplantıya katılanlara İhsanoğlu'nun seçim materyallerinden olan broşürler dağıtılmıştır.

İhsanoğlu toplantıya eşi, iki oğlu ve gelini ile katılmıştır. Salona sağ tarafında el ele tutuştuğu eşi, sol tarafında gelini ve hemen arkasında da iki oğlu ile birlikte girmiş, kendileri için ayrılan yere otururken de İhsanoğlu eşi ve gelininin ortalarına, iki oğlu da eşinin ve gelininin yanlarına oturmuşlardır. Aile üyeleri yakalarına her biri farklı renkte (mavi, turuncu, kırmızı ve yeşil) olan, üzerinde "Saygıyı/Sevgiyi/Bereketi/Bolluğu Ekmek İçin" yazan rozetlerden takmışlar, İhsanoğlu ise yakasına ay-yıldız rozeti takmıştır.

Salonun çeşitli yerlerinde İhsanoğlu'nun logosu olan başak tarlasından oluşan Türkiye haritası ve "Ekmek için Ekmeleddin" sloganı yazılıdır. Dikdörtgen biçimindeki sahnenin arka planında da İhsanoğlu'nun konuşma yaptığı kürsünün hemen arkasında aynı slogan ve logo, ayrıca sahnenin sağ ve sol tarafında projeksiyonla yansıtılmış olarak logo bulunmaktadır. Kürsünün üstünde de "Ekmek İçin Ekmeleddin" sloganı yazılıdır. Salonda ayrıca Türk bayrağı ve Atatürk portesi de bulunmaktadır.

Ekmeleddin İhsanoğlu konuşmasına Fatiha suresinin Türkçesini okuyarak başlamış ve seçim bildirgesini okumasının ardından, gazetecilerin sorularına cevap vermiştir. Toplantının sonunda salonda seçim şarkısı olan "Bu Ayrılık Bitmeli" çalınmış ve İhsanoğlu ailesi ile birlikte basına fotoğraf vermiştir. İhsanoğlu'nun konuşması soru-cevap bölümü ile birlikte 76 dakika sürmüştür.

4.1.3.2. Ekmeleddin İhsanoğlu'nun şehir ziyaretleri

İhsanoğlu'nun yaptığı şehir ziyaretleri, gidilen illerde parti örgütlerinin düzenlemeleri ya da yapılan davetlere göre bazı değişiklikler gösterse de genel itibariyle şöyle bir sırayı izlemiştir: Parti örgütleri tarafından havaalanında karşılanma, İhsanoğlu'nun fotoğrafı ve sloganı ile giydirilmiş seçim otobüsü ile birlikte konvoyla yapılan şehir turu, zaman zaman halkı, esnafı ziyaret, sivil toplum kuruluşları, partililer ve gazetecilerin katıldığı toplantı, zaman zaman yerel medya ziyaretleri ve yayına katılım ve seçim sürecinin Ramazan ayına denk gelen bölümünde düzenlenen iftar etkinliklerine katılım.

Katılımlı gözlem yapılan, İhsanoğlu'nun Diyarbakır'da 25 Temmuz 2014'te yaptığı ziyaret de benzer olarak böyle bir akışı izlemiştir. Saat 10.00'da partililer 11.00''de

gelmesi beklenen İhsanoğlu'nu karşılamak için havaalanına gitmiştir. Burada iki CHP milletvekili ile yaklaşık 30 kişi kadar partili bir grup ve gazeteciler beklemektedir. İhsanoğlu geldiğinde yapılacak olanlar organize edilmeye çalışılmaktadır. Parti kadın kollarından bir üyenin kız çocuğu İhsanoğlu geldiğinde kendisine takdim etmek üzere elinde bir buket çiçek tutmakta; bir kişi elindeki hava alması için büyük delikler açılmış bir kutuda beyaz güvercinlerle beklemekte; iki genç İhsanoğlu geldiğinde açmak üzere ellerinde kıvrılı halde duran büyük bir bez afiş tutmakta; bir davulcu ve İhsanoğlu'nun fotoğrafı ile giydirilmiş bir seçim otobüsü hazırda beklemektedir. Bazı partililerin ellerinde de Türk bayrağı vardır.

İhsanoğlu'nun gelişine az bir süre kala büyük bir telaşla milletvekilleri ve il yönetimi İhsanoğlu'nu doğru biçimde karşılamak için talimatlar vermektedir. Öncelikle partili kadınlar İhsanoğlu'nun geldiği VIP çıkışının önündeki koridora sırayla dizilmişlerdir. Elinde çiçek buketini tutan çocuk bu sıranın en başına yerleştirilmiştir. Gazeteciler bu koridorun tam karşısına konuşlanmıştır. Gazetecilerden üç-dört adım ötede elindeki kutuda beyaz güvercinleri tutan kişi, hemen onun arkasında, seçim otobüsünün önünde ve çıkış kapısının tam karşısında elindeki büyük afişi açmış halde iki genç ve İhsanoğlu geldiğinde çalmak üzere bir davulcu beklemektedir. Afişte İhsanoğlu için sadece Diyarbakır'da kullanılan, şehrin çeşitli yerlerindeki afişlerde de bulunan slogan "Ortadoğu'nun barış güvercini' Sayın Ekmeleddin İhsanoğlu Diyarbakır'a hoşgeldiniz" yazmaktadır. Diyarbakır il yönetiminden olan K1, Diyarbakır'da özel olarak kullanılan bu sloganı neden tercih ettiklerini şöyle anlatmıştır:

> Ben Diyarbakır'da değişik bir slogan kullandım, Ortadoğu'nun Barış Güvercini. Bugün o insan Türkiye için çok önem taşıyor. O slogan (Ekmek için Ekmeleddin) Batıda tutabilir ama bizim bölgemiz Ortadoğu'daki sorunlarla, çatışmalarla iç içe ve bunlar bizi çok etkiliyor. İhsanoğlu'nun hem kişiliği hem eğitimi hem de bölgedeki geçmişi dolayısıyla bu sloganı uygun buldum. (...) Seçim süreciyle yakından ilgilenen Genel Başkan Yardımcımız Gürsel Tekin ve Ekmeleddin Bey'in iletişim ekibinden birileriyle görüştüm. Hepsi çok beğendi. Afişleri onlar hazırlatıp buraya gönderdiler.

Kayseri ziyaretinden özel uçakla gelecek olan İhsanoğlu, eşi ile birlikte 12.00'ye doğru gelir. İhsanoğlu'nun gelişiyle herkes görevini yapmaya başlar; İhsanoğlu eşi ile birlikte kapıdan çıkar ve önce kız çocuğunun uzattığı çiçek buketini alıp onunla poz verir, gazeteciler sıkışık bir alanda iyi kareler yakalamak için birbirleriyle yarışır, bu arada davulcu çalmaya başlamıştır, çiçek buketini aldıktan sonra İhsanoğlu ve eşi tek tek partili kadınlarla ve ardından diğer partililerle tokalaşır, üç-dört adım ilerledikten sonra, İhsanoğlu'na beyaz güvercinlerden biri uzatılır ve partililerden iki-üç kişiyle birlikte güvercinleri uçurur ve seçim otobüsünden yapılan "Türkiye'nin Cumhurbaşkanı adayı, bir bilim insanı, Ortadoğu'nun barış güvercini Diyarbakır'da, Diyarbakır halkıyla buluşmaya geldi" anonsu ve alkışlar eşliğinde otobüse biner. Partililer otobüsün aşağısında bir süre daha alkış tutmaya devam eder, İhsanoğlu da otobüsten el sallar, ardından 5-6 araçlık bir konvoyla birlikte şehir turu başlar.

Önce basın ve sivil toplum kuruluşları ile yapılacak toplantının yeri olan otele gidilir, ardından burada bir müddet dinlenen İhsanoğlu, bir grupla birlikte Ulu Cami'ye Cuma namazı kılmaya gider, namazın ardından çevredeki esnafı ziyaret ederek otele döner ve sivil toplum kuruluşları ve basınla yapılan toplantıya katılır.

Bir otelin toplantı salonunda düzenlenen toplantı yaklaşık 80-100 kişilik bir salonda yapılmıştır. Toplantıyı organize eden sivil toplum kuruluşu DİTAM'dır (Dicle Toplumsal Araştırmalar Merkezi). Merkez'in "ülke ve bölge gündemi üzerine" yaptığı Tigris Diyalogları toplantısının üçüncü toplantısı olarak gerçekleştirilen toplantıya özellikle bölgedeki çeşitli sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri, partililer, akademisyenler ve yazarlar katılmıştır.

Toplantı salonunun girişine konulan bir masada DİTAM'ın tanıtım materyalleri bulunmaktadır. Salona geçildiğinde ise tüm dinleyici sandalyelerinin üzerine Ekmeleddin İhsanoğlu'nu tanıtan, kapağında "Batı'da ve Doğu'da Türkiye'nin Aydın Yüzü Prof. Dr. Ekmeleddin İhsanoğlu" yazılı el kitapçığı ve "2 Aday 12 Fark" başlıklı broşür konulmuştur. Bu el kitapçığında İhsanoğlu'nun kariyerindeki başarıları anlatılmaktadır. Kitapçıkta İhsanoğlu'nun çeşitli ülkelerin devlet başkanları, yönetiminde bulunan devlet insanları ile birlikte fotoğrafları yer almaktadır. Bu fotoğraflar dışında ayrıca İhsanoğlu'nun eşi ile birlikte bir fotoğrafı bulunmakta ve bazı

karelerde eşi de yer almaktadır. Kitapçıkta bulunan başlıklar şunlardır: "Dünyayı Dolduran Bir Başarı Öyküsü" başlığı altında İhsanoğlu'nun sahip olduğu nitelikler genel olarak özetlenmektedir; "Uluslararası Yönetici ve Bir Devlet Adamı" başlığı altında görev aldığı kuruluşlar ve yaptığı görevler anlatılmaktadır; "Dünyaca Saygın Bir Bilim Adamı" başlığı altında akademik unvanları ve üniversitelerde yaptığı görevler sıralanmaktadır; "28 Önemli Kurumun Üyesi Bir Hizmet İnsanı", "17 Fahri Doktora Sahibi Bir Aydın", "İnsanlığın Ödüllendirdiği Bir Hayat", "Adına Ödül Verilen Bir Bilim Markası"; "Kitaplara Sığmayan Bir Bilgelik" başlıkları altında ise İhsanoğlu'nun üye olduğu kuruluşlar, fahri doktora unvanı aldığı üniversiteler, aldığı ödüller ve yaptığı yayınları anlatılmaktadır.

Tek sayfadan oluşan "2 Aday 12 Fark" broşüründe ise hem ön hem arka yüzünde Ekmeleddin İhsanoğlu ve Recep Tayyip Erdoğan'ın fotoğrafları bulunmakta ve altında madde madde İhsanoğlu ile Erdoğan'ı kıyaslayan ifadeler yazmaktadır. Broşürün altında da "Temiz Ahlak Platformu"[73] adlı bir hareketin adı yer almaktadır. Broşürde İhsanoğlu'nun akademik ve uluslararası başarıları ve İhsanoğlu'nun sakin ve uzlaşmacı kişiliği RTE kısaltması kullanılarak anılan Erdoğan ile kıyaslanmakta ve Erdoğan'dan daha üstün niteliklere sahip olduğu anlatılmaya çalışılmaktadır. Örneğin şu ifadeler yer almaktadır:

> İhsanoğlu birikimli bir ilim insanıdır. Birçok eser sahibidir. Bilimsel kitaplar yazar, üniversitelerde dersler verir. RTE promptersız konuşamaz. RTE'nin birikimi prompter arızalanana kadardır. / İhsanoğlu hafızdır ve Kur'an'a ilmiyle vâkıftır. RTE Kur'an'ı yalnızca okumayı bilir. / İhsanoğlu Filistin davasına somut ve sonuç alıcı katkılar sunar. İhsanoğlu, Filistin davasına katkılarından dolayı Filistinlilerin "devlet nişanı" verdiği ilk ve tek kişidir. RTE Filistin konusunda İsrail'e karşı sert söylemler geliştirerek kitleleri kandırır. Filistin için ekranlarda ağlar ama İsrail'le her türlü ekonomik, askeri ve politik ilişkiyi sürdürmeye devam eder. / İhsanoğlu hoşgörünün, bir arada yaşamanın, birleştiriciliğin dilini konuşur. Bundan

[73] Temiz Ahlak Platformu, Cumhurbaşkanlığı seçim kampanyası döneminde CHP, MHP, BBP ve DSP il ve/veya İlçe Başkanları'nın bir araya gelerek oluşturdukları bir harekettir.

dolayı İhsanoğlu 5 dil bilir. RTE kinin, ayrımcılığın, ötekileştirmenin, insanları bölmenin dilini konuşur. Bundan dolayı RTE tek dil konuşur.





Fotoğraf 1-2. Diyarbakır'daki toplantı salonunun ve sahnenin düzeni

Düz zemin ve dikdörtgen biçimindeki salona dinleyiciler için arka arkaya sandalyeler yerleştirilmiştir. Sandalyelerin ilk üç sırası, İhsanoğlu ve ekibinin oturacağı ilk sıranın orta bölümü hariç, sivil toplum kuruluşlarına ayrılmış, bu sıradaki tüm sandalyelerin üzerine "STK" yazısı yapıştırılmıştır. Dördüncü sıra ise basına ayrılmış, bu sıradaki sandalyelerin üzerine de "Gazeteci" yazısı yapıştırılmıştır. Diğer sandalyelerin üzerinde ise herhangi bir yazı bulunmamaktadır. Konuşmanın yapılacağı yer/sahnede üzerinde DİTAM yazan bir kürsü ve oturarak konuşma yapılabilecek bir masa ve koltuk bulunmaktadır. Bu masanın hemen arkasında DİTAM ve Tigris Diyalogları yazılı büyük bir bez afişi bulunmaktadır.

İhsanoğlu, konuşmasını yapmak için kürsüye gelirken, partililerin bir bölümü ayağa kalkarak alkışlamışlardır. Burada yapılan toplantı yaklaşık üç saat sürmüş, DİTAM Başkanı'nın konuşmasının ardından yaklaşık 45 dakikalık bir konuşma yapan İhsanoğlu'nun ardından, DİTAM tarafından ağırlıklı olarak önceden belirlenmiş sivil toplum kuruluşu temsilcileri soru sormuş, bu soruların toplu olarak alınmasının ardından İhsanoğlu hepsine yanıt vermiştir. Bu süreci DİTAM temsilcisi (Başkan Yardımcısı Sedat Yurtdaş) yönetmiş, sorulan soruların ardından salonda bulunan akademisyen-yazar Mithat Sancar'a da söz verilmiş ve Sancar kısa bir değerlendirme yaparak sözü İhsanoğlu'na devretmiştir.

Buradaki toplantının ardından başka bir tesiste, normalde düğün salonu olarak kullanılan bir salondaki iftar yemeğine geçilmiştir. Buradaki etkinliğe katılanlar ise partililer ve partililerin verdiği bilgiye göre, onların çevresindeki davet ettikleri kişilerden oluşmaktadır. Salonun olduğu alana girişte, aynı tesisin futbol sahasının tellerine iki adet İhsanoğlu'nun kucağında bir kız çocuğu bulunan ve üstünde "Birliği ekmek için. Profesör Doktor Ekmeleddin İhsanoğlu Türkiye'nin Cumhurbaşkanı adayı. Ekmek için Ekmeleddin" yazan afişi asılıdır. Salonun önünde büyük bir bahçesi bulunmakta, hem salonun içinde hem de salonun dışında iftar masaları hazırlanmaktadır. Bahçedeki masalar dikdörtgen, üzeri beyaz örtülü, sandalyeler ise plastiktir. Salonun içinde ise daha şık bir görüntü vardır. Üzerinde krem rengi masa örtüleri olan yuvarlak, onar kişilik masalar ve üzeri krem ve altın rengi örtülerle giydirilmiş sandalyeler bulunmaktadır.

Salonun oyun pisti olan bölümü giriş kapısının tam karşısında, girişin diğer ucundadır. İhsanoğlu ve ekibinin oturacağı masa da tam bu pistin önünde, ortadaki masa olarak ayrılmıştır. Organizasyon mekanının bütününün en başındaki masadır bu. Pistte ise İhsanoğlu'nun diğer ziyaretlerinde de kullanılan standart arka fon kullanılmıştır: Üzerinde "Türkiye'nin Cumhurbaşkanı" yazan ve altında çeşitli renklerde "Ekmek İçin" sloganının çeşitli versiyonları (Birliği, dirliği, sevgiyi, saygıyı, vs. ekmek için) bulunan beyaz bir arka plan ve sağında ve solunda Türk bayrağı ve Atatürk portresi bulunmaktadır. Bu arka planın önüne yerleştirilen kürsünün üzerinde "Saygıyı ekmek için. Sevgiyi ekmek için. Ekmek için Ekmeleddin" yazmaktadır. Pistte ayrıca bir de ekran bulunmakta ve ekranda İhsanoğlu'nun kucağında kız çocuğu bulunan fotoğrafı yer almaktadır. Bahçede ise herhangi bir afiş, ekran gibi bir şey bulunmamaktadır. Tüm masaların üzerine, her bir davetli için gündüz yapılan toplantıda dağıtılan el kitapçığı ve broşür konulmuştur.




Fotoğraf 3-4. Diyarbakır'daki iftar programı salonun iç kısmı, İhsanoğlu'nun masası ve sahne düzeni




Fotoğraf 5-6. Diyarbakır'daki iftar programı salonun dışı/bahçe

Bazı partililer gelen davetlileri karşılamak üzere salonun giriş kapısında beklemekte ve gelenlerle "hoş geldiniz" diyerek tokalaşmaktadır. MHP örgütü tarafından getirilen küçük bir çocuk elinde başaklardan yapılmış bir buket ile salonun girişinde beklemektedir. İhsanoğlu'nun giriş yapacağı sırada partili kadınlar ve az sayıda erkek bahçedeki masaların hemen önüne dizilmişler ve elinde başak demeti bulunan çocuk yine en başa alınmıştır. İhsanoğlu'nun eşi ile birlikte salonun bahçesine alkışlar eşliğinde girişinin ardından önce çocuğun takdim ettiği başak buketini almış ve birlikte poz vermiş, ardından partililerle tek tek tokalaşarak salonun giriş kapısına doğru yürümeye başlamıştır. Bu sırada İhsanoğlu'nu yanındaki bir kişi uyararak, bahçedeki

masalara selam vermesi gerektiğini hatırlatmıştır. Partililerin masaların önüne dizilmesi sonucu es geçilen bu ritüel geriye dönülerek yapılmış ve ardından salona girilmiştir.

Salona girerek en baştaki masaya oturan İhsanoğlu'nun masasının çevresi, fotoğrafını çekmek isteyen partililer tarafından sarılmıştır. Dolayısıyla salondakiler onu, o da salondakileri görememektedir. Bu konuda sık sık korumalar tarafından uyarılar yapılsa da çok etkili olamamıştır. İftarın yapılmasından sonra İhsanoğlu'nun sunucusu kürsüye gelerek, İhsanoğlu'nun hayatını anlatan belgeselin izleneceğini söylemiş ve belgeselin izlenilmesinin ardından İhsanoğlu ve ekibi salondan ayrılmıştır.

İhsanoğlu'nun şehir ziyaretlerinde temel olarak böyle bir program izlenmiş, gittiği ile bağlı olarak bazı farklı ziyaretler de gerçekleştirilmiştir. Örneğin, İzmir'de Atatürk'ün annesi Zübeyde Hanımın anıt mezarını ve Atatürk Müzesini, İstanbul'da Edirnekapı Şehitliği'ni ve burada Mehmet Akif Ersoy'un mezarını ziyaret etmiş; İstanbul'da hem Anadolu yakasında hem de Avrupa yakasında çeşitli ilçe ve esnaf ziyaretleri yapmış, bu ziyaretlerde zaman zaman halka seslenmiş, iftar programlarına katılmış, farklı sivil toplum örgütleri ile bir araya gelmiştir.

İhsanoğlu'nun yaptığı bu ziyaretler, hem kendisini destekleyen partilileri hem sivil toplum temsilcileri gibi kanaat önderlerini ikna etmeye yönelik, etkileşimli kamusal alan yaratma potansiyeli taşımaktadır. Yaptığı toplantıların hemen hepsinde soru-cevap bölümü vardır ve konuşmanın gidişatı bu bölümle birlikte şekillenebilmekte, bir diğer ifade ile dinleyicinin katılımı ile birlikte metnin farklılaşması mümkün olmaktadır.

4.1.3.3. Recep Tayyip Erdoğan'ın Vizyon Belgesi tanıtım toplantısı

Recep Tayyip Erdoğan'ın seçim bildirgesi olan vizyon belgesi tanıtım toplantısı 11 Temmuz 2014'te İstanbul'da Haliç Kongre Merkezi'nin 3008 kişilik oditoryum salonunda yapılmıştır. Toplantıya Erdoğan'ın ailesi, sanatçılar, sporcular, siyasetçiler, iş dünyası temsilcileri, sivil toplum kuruluşları ve üniversite temsilcileri ve gazetecilerden oluşan 4 bin kişinin katıldığı açıklanmıştır. Toplantıya ayrıca Erdoğan'ın öğretim hayatından öğretmenleri; Kasımpaşa'dan arkadaşları; İstanbul 3. Havalimanı, Yavuz Sultan Selim Köprüsü, İzmit Körfez Geçişi, Marmaray, Avrasya ve hızlı tren gibi Erdoğan hükümetlerinin projelerinin mühendis ve işçileri; 27 Mayıs askeri darbesinden

sonra idam edilen başbakan Adnan Menderes ve dönemin Cumhurbaşkanı Celal Bayar'ın aile temsilcileri de davet edilmiştir. Toplantıda davetliler dahil oldukları gruplara göre kategorize edilmiş ve farklı gruplar farklı kart renklerine göre oturmuştur. Erdoğan'ın hemen arkasında aile üyeleri ve ekibindeki bazı siyasetçiler ile sanatçı ve sporcular, sağ tarafında sivil toplum kuruluşları temsilcileri, yazarlar ve akademisyenler, sol tarafında ise akil insanlar heyetinden[74] katılanlar ve dini cemaat ve vakıf temsilcileri oturtulmuştur.[75]

Zemin ve balkon katı bulunan salonun çeşitli noktaları kampanya için hazırlanan Erdoğan logosu ve afişleri ile donatılmıştır. Erdoğan, salona eşi Emine Erdoğan ile birlikte el ele sahneden giriş yapmış, 30 Mart Yerel Seçiminde kullanılan Dombra-Recep Tayyip Erdoğan[76] müziği eşliğinde salondakileri selamlayarak ön sıradaki yerine doğru ilerlemeye başlamış, bu sırada ön sıradaki ekibi ve ikinci ve üçüncü sıradaki sanatçı, sporcu, yazar gibi davetlilerle tokalaştıktan sonra eşi ile birlikte kendisine ayrılan koltuğa oturmuştur. Erdoğan'ın yerini almasının ardından salondan "Milletin gururu Recep Tayyip Erdoğan" sloganları atılmıştır.

Yarım daire biçimindeki bu oditoryum salonunun dikdörtgen biçimindeki sahnesinin ortasında üzerinde Erdoğan logosu bulunan bir kürsü, önünde prompter, arka planda Erdoğan logosu ve "Milli Hedef Milli Güç Hedef 2023" yazılı bir zemin ve açık olan büyük dikdörtgen biçimindeki ekranda ve sahnenin sağ ve solunda yine Erdoğan logosu bulunmaktadır. Erdoğan'ın yerini almasının ardından kürsüye gelen sunucu, salonda bulunanların ve ekranlardan izleyenlerin "tarihi bir ana tanıklık ettiklerini" söyleyerek,

---

[74] Akil İnsanlar Heyeti, 3 Nisan 2013 tarihinde açıklanan dönemin AK Parti Hükümeti tarafından açıklanan Çözüm Süreci kapsamında Türkiye'nin yedi bölgesinde dokuzar kişilik gruplar halinde faaliyet gösteren, sanatçı, akademisyen, yazar, gazeteci ve sivil toplum kuruluşları temsilcilerinden oluşan 63 kişilik bir kanaat önderleri grubudur. http://www.sabah.com.tr/gundem/2013/04/03/akil-insanlar-listesi-aciklandi (Erişim Tarihi: 18 Haziran 2016).

[75] http://www.mynet.com/haber/politika/basbakan-recep-tayyip-erdogan-cumhurbaskanligi-vizyon-belgesi-acikladi-1345253-1 (Erişim Tarihi: 18 Haziran 2016).

[76] Uğur Işılak'ın sözlerini yazdığı ve söylediği Recep Tayyip Erdoğan-Dombra adlı şarkı, Kazakistanlı şarkıcı Arslanbek Sultanbekov'un Dombra şarkısının müziği üzerine yazılmıştır. 30 Mart 2014 yerel seçimlerinin kampanyasında kullanılan, Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin de seçim şarkılarından biri olarak yer alan şarkının sözleri Erdoğan'a "ithaf edilmiş bir güzellemeye dönüşmüştü" (Türk, 2014: 10): Ezilenlerin gür sesidir o/ Mazlum dünyanın hür sesidir o/ Göründüğü gibi olan/ Gücünü milletten alan/Recep Tayyip Erdoğan/ Halkın adamı Hakkın aşığı/ O milyonların umut ışığı/ Mazlumlara sırdaş olan/ Gariplere yoldaş olan/ Recep Tayyip Erdoğan/ Oldu her zaman sözünün eri/ Çıktığı yoldan dönmedi geri/ Kararlıdır davasında/ Analaların duasında/ Recep Tayyip Erdoğan/ Sözü dosdoğru yoktur riyası/ Zalimlerin korkulu rüyası/ İnandığı yolda gider/ Yıllardır beklenen lider/ Recep Tayyip Erdoğan.

salondakileri "Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk ve aziz şehitlerimizin manevi huzurunda saygı duruşunda bulunmaya ve İstiklal Marşı'nı okumaya" davet eder. Bu ritüelin ardından Recep Tayyip Erdoğan'ın hayatını anlatan belgesel ekranda izletilir ve belgeselin bitimiyle Cumhurbaşkanlığı kampanyasının şarkısı "Milletin Adamı" çalmaya başlar ve şarkının tamamı salondakilere dinletilir. Daha sonra sunucu Erdoğan'ı Cumhurbaşkanlığı Vizyon Belgesi'ni açıklamak üzere kürsüye davet eder. Erdoğan'ın kürsüye gitmek üzere ayağa kalktığı anda bu defa Dombra-Recep Tayyip Erdoğan şarkısı çalmaya başlar ve Erdoğan'ın kürsüye çıkışını bütün salon ayağa kalkarak alkışlar. Kürsüye gelen Erdoğan için "Recep Tayyip Erdoğan" sloganı atılır.

Erdoğan'ın konuşması sırasında arka plandaki ekranda konuşma başlıkları, vurgulanan cümleler ve konuşmada anlatılan konulara, özellikle icraatlara ilişkin görüntüler izletilmekte, ayrıca işitme engelliler için konuşmayı işaret dili ile anlatan bir kişi de sahnede yer almaktadır. Konuşmanın bitiminde bu kez seçim kampanyasının diğer şarkısı olan "Seninleyiz Erdoğan"[77] şarkısı çalınmış, bu sırada Erdoğan eşi ile birlikte sahneden salondakileri selamlamış ve alkışlayarak şarkıya eşlik etmiştir. Salondaki herkes yine ayağa kalkarak şarkıya alkışla eşlik etmiş, şarkının bitimiyle Erdoğan eşi ile yine el ele tutuşarak sahneden inmiştir. Bu şarkının ardından salon boşaltılırken yeniden Dombra şarkısı çalınmaya başlanmıştır.

Toplantının bitiminin ardından Erdoğan toplantıya katılan ünlü sanatçı ve sporcularla, ayrı bir toplantı odasında özel olarak bir araya gelmiştir. Bu toplantının ardından tüm sanatçı ve sporculara Küresel Barış Vizyonu isimli kitabını imzalayarak vermiş ve onlarla toplu fotoğraf çektirmiştir.

4.1.3.4. Recep Tayyip Erdoğan'ın şehir ziyaretleri ve mitingler

Recep Tayyip Erdoğan'ın şehir ziyaretlerinde katıldığı aynı organizasyon şirketi tarafından gerçekleştirilen mitinglerde sahne düzeni, görüntü çekimi, gazetecilerin

[77] Yine Uğur Işılak tarafından bestelenen Seninleyiz Erdoğan şarkısının sözleri ise şöyle: Yürüyerek aydınlığa/ Karanlığı boğuyorsun/ Meydan okuyup geceye/ Güneş gibi doğuyorsun/ Sen ecdattan miras kalan/ Emaneti taşıyorsun/ Sevildin işte bu yüzden/ Yüreklerde yaşıyorsun/ Erdoğan milletin gururusun/ Erdoğan mazlumun umudusun/ Daha çok yolumuz var, yolun sonuna kadar/ Seninleyiz Erdoğan/ Ebediyen kalbimizden/ Silinmeyecek anısın/ Büyük patronların değil/ Sen milletin adamısın.

konumuna kadar belli bir takım standart uygulamalar içermekte, dolayısıyla tüm illerde aynı biçimde yapılmaktadır. İllere bağlı olarak görülen farklılıklar, materyal dağıtımı, güvenlik önlemlerinin seviyesi gibi organizasyon dışındaki konularda olmaktadır.

Erdoğan'ın katıldığı mitinglerin standart uygulaması şöyle betimlenebilir: Öncelikle miting alanına girişler yoğun bir güvenlik taramasından geçirilmekte, bu güvenlik taramasının düzeyi illere bağlı olarak değişebilmektedir. Örneğin, Diyarbakır'da çok daha detaylı yapılan güvenlik taramasında kalem, bozuk para, çakmak gibi eşyalar içeri alınmamakta, brandalardan oluşturulan (iki kadınlar, iki de erkekler için olmak üzere dört tane) kabinlerin içinde alana girenler tek tek aranmaktadır. İzmir'de ise güvenlik önlemleri çok daha düşük düzeyde tutulmuş, İstanbul'da da alana girişlerde x-ray cihazları kurulmuştur. Aynı zamanda miting alanında hem resmi giyimli polisler hem de kendilerini Başbakan korumaları olarak adlandıran sivil giyimli –ama hepsi aynı renk düğmeleri açık gömlek ve içine beyaz tişört giyen- polisler mevcuttur. Erdoğan'ın konuşma yaptığı platformun üstünde ve etrafında da alanı dürbünle izleyen keskin nişancılar, ellerinde kalabalığa doğrultulmuş tüfekler bulunan özel harekat polisleri de bulunmaktadır. Özellikle Diyarbakır'da yapılan miting öncesinde şehirde de yüksek düzeyde güvenlik önlemleri alınmış, alanın üç girişi de trafiğe kapatılmıştır. Şehirde yürürken alana yaklaşıldıkça polis sayısının, çevik kuvvet araçlarının arttığı görülür.





Fotoğraf 7-8. Erdoğan'ın mitinglerinde platformun üzerindeki güvenlik önlemleri

Miting alanına girildiğinde, alanın etrafının bir çember halinde tamamen vinçlere asılmış dev Erdoğan afişleriyle çevrili olduğu ve alanın üstünün de tamamen Erdoğan logolu ve Erdoğan fotoğraflı bayraklarla kaplanmış olduğu görülür. AK Partili bir katılımcı (K10) bunu "miting alanının kafeslenmesi" olarak tanımlamıştır. Bu

düzenleme mitingin yapıldığı alana göre biçimi değişse de tüm mitinglerin ortak noktası etrafının bu şekilde sarılmasıdır. Örneğin Diyarbakır'da İstasyon Meydanı'nda yapılan mitingde, alan bir kavşak olduğu için bu düzenleme ile alan tam bir çember haline gelmiştir. İzmir'de ise Gündoğdu Meydanı'ndaki mitingde, alanın deniz tarafı vinçlerle asılan afişler yerine üzeri büyük Erdoğan afişleriyle kaplı balıkçı tekneleri ile sarılmıştır. Alanın platformun önündeki kısmının üstü de bayraklarla sarılmıştır. İlk kez Maltepe'deki Etkinlik Alanı'nda düzenlenen İstanbul mitinginde de, çok daha büyük bir alanda gerçekleştirilen miting alanının tüm çevresi yine vinçlerle Erdoğan afişleri ile çevrilmiştir. Böylelikle Erdoğan'ın miting alanında iken saat yönünde ya da tersine dönerek etrafa bakıldığında her yerin Erdoğan fotoğrafları ile kuşatıldığı görülür. Bulunulan alanın fiziki koşullarına göre, yukarı doğru bakıldığında da Erdoğan fotoğrafları ile karşılaşılır.



Fotoğraf 9-10-11-12. Erdoğan'ın mitinglerinde alanın çevrelenmesinin örnekleri

Mitinglerdeki bir diğer standart alanlarda dağıtılan materyallerdir; Erdoğan logolu beyaz şapkalar, beyaz zeminli Erdoğan logolu ve mavi zeminli Erdoğan fotoğraflı bayraklar, Türk bayrakları, Erdoğan'ın başının çizildiği beyaz tişörtler. Bu materyallerden hem alanın belli noktalarında çuvallar içinde bulunabilmekte hem de alanda gezinerek dağıtan görevliler bulunmaktadır. Bunların yanında su ve illere göre değişiklik gösteren diğer şeyler, örneğin İzmir'de soğuk sandviç ve soğuk çay gibi. Tüm bu materyallerin dağıtımı miting alanlarında çok yaygındır, alanda gezinirken her 15-20 dakikada bir birisi gelip bayrak, şapka uzatabilmekte, bir başkası su getirebilmektedir. K9, bu dağıtımı yapanların parti gençlik kolları üyeleri olduklarını söylemiştir. Dolayısıyla alanda elinde Erdoğan logolu şapka ve/veya bayrak bulunmayan kişi neredeyse yok gibidir. Böylece alandaki kitle yukarıdan fotoğraflandığında beyaz, mavi, kırmızı düz bir zemin gibi görünmektedir.

Miting alanlarının diğer standartlarından biri de kurulan sahne düzeni, alınan görüntüler ile ilgilidir. Her mitingde sahne düzeni ve görüntüler aynı ajans tarafından yapılmaktadır. Bu ajans bir kamyonun üstü olan platformu, ekranları, görüntü alacak kameramanları ve fotoğrafçıları belirli bir düzende her mitingde yerleştirmekte, tüm televizyon kanallarına canlı yayın vermektedir. Dolayısıyla mitingler tek standart çekim açıları ve teknikleriyle kanallara iletilmektedir. Alanda bulunan gazeteciler için de bir kamyonun üzerinde platformu çaprazdan görebilecek bir yer hazırlanmakta ve gazeteciler çekimlerini buradan yapmaktadır.



Fotoğraf 13. Miting alanında gazetecilerin konumlandırılışı. İstasyon Meydanı, Diyarbakır

Alanda profesyonel fotoğraf makinesi ile fotoğraf çekmek bu mitinglerde pek alışıldık bir şey değildir, gazeteciler kendileri için ayrılmış olan bölümde durmaktadır. Örneğin Diyarbakır'da alanda fotoğraf çekerken, Başbakan korumalarından biri olan sivil polislerden biri gazeteciler dışında fotoğraf çekilemeyeceğini söylemiş, sebebini yalnızca yasak olarak açıklamıştır. Böylece görüntünün kontrolü, tekeli sağlanmış olmaktadır. Miting alanlarındaki insan boyunu aşan platformdaki sahne düzeni, Erdoğan'ın seçim sloganlarından ve logosundan oluşan bir arka plan, sahnenin her iki yanında kurulan, zaman zaman kalabalığın zaman zaman Erdoğan'ın kendisinin gösterildiği ekranlar, bir kürsü, kürsünün her iki yanında birer prompter cihazından oluşmaktadır. Platformun iki yanına kurulan ekranlar alanın büyüklüğüne göre, alanın çeşitli noktalarına da konulabilmekte, platformu göremeyenlerin ekranlardan takip edebilmesi sağlanmaktadır.



Fotoğraf 14. Mitingde Erdoğan'ı ve kalabalığı görüntüleyen kameralar

Miting alanlarının bir diğer standart düzeni de alanın ön tarafındaki büyük bir bölümünün kadınlar ve erkekler bölümü olarak ikiye ayrılmasıdır. Bu bölümler polis bariyerleri ile arada oluşturulan bir koridor ile sağlanmakta ve bu alanlara giriş çıkışlar bazen polisler tarafından denetlenmektedir. Bazen de sahneden gelen anonslarla erkekler ve kadınlar bölümünün karışmamasına yönelik uyarılar yapılmaktadır. Mitingin başlamasına saatler kala alanın ön safları dolmakta, burada bulunan grup saatlerce durmaksızın adeta mekanik biçimde, çalınan seçim müzikleri ile dans etmekte, alkış tutmakta, bayrak sallamaktadır. Bu grup ve alanı yavaş yavaş doldurmaya başlayan kitlenin coşkusu sahneden yapılan anonslarla artırılmakta, bazen sahneden "Enerjimizi verimli kullanalım", "Enerjimizi düşürmeyelim" uyarıları yapılmaktadır.



Fotoğraf 15. Diyarbakır mitinginde alanı çevreleyen büyük Erdoğan fotoğraflarından biri

Bu kalabalığın toplanması için ilçelerden katılmak isteyenler araçlarla taşınmaktadır. Örneğin K10, seçim sürecinde kurulan çağrı merkezinde ildeki tüm parti üyelerinin tek tek aranarak mitinge davet edildiğini ve ilçelerden katılmak isteyenler için araç organizasyonu yapıldığını anlatmıştır:

> Biz gelmek isteyenleri tabii ilçe teşkilatlarımızla, organize bir şekilde, ilçelerimizden getiriyoruz. Tabii oralardan da insanların gelmesi gerekiyor. Yani Ödemiş'teki insanımıza, seçmenimize hadi sen kalk gel. Araç organizasyonlarımızla birlikte yaklaşık 500-550-600 araçla birlikte her ilçeye kaç araç gideceği, kaç kişinin taşınacağı, kaç kişinin geleceğine kadar planlaması önceden yapılır zaten miting sayıları öncesinden aşağı yukarı bellidir. Çünkü yapılan aramalarda halkın seçim kampanyasına gösterdiği ilgi ve alakadan bunu anlayabiliyorsunuz. Bir mitingin kaç kişi alacağını aşağı yukarı belirleyebiliyorsunuz. Ona göre bir araç organizasyonu yapıyorsunuz. Ve bu araçların plakasından tutun şoförüne kadar hepsinin numaraları tek tek bilinir. Bizim görevli arkadaşlarımız araç sorumlularımız eşleştirilir. Bu ciddi bir organizasyon yani. Çok büyük lojistik firmalarının

> dahi yapamayacağı gerçekten çok ciddi bir organizasyon, bu çünkü insanları bir yerden bir yere taşımak organizasyonu. Bu araçları ilçelerimizde yerel kaynaklardan tedarik ederiz. Araçlarda mitinge gelecek olan, gelmek isteyenlerin bir kısmı taşınır. Bir kısmı da gerçekten metropol içerisinde kendi imkanlarıyla gelir.

Mitingin başlama saatine az bir süre kala Erdoğan her an sahneye çıkacakmış gibi anonslar yapılmakta, alandaki kitlenin heyecanı artırılmaktadır. Erdoğan çıkmadan önce, sahneye gidilen ildeki il başkanı, il milletvekillerinden biri ya da bazıları sahneye çıkarak kısa birer konuşma yapmaktadırlar. Bunun ardından Erdoğan ile birlikte ile gelen tüm milletvekilleri, bakanlar, genel başkan yardımcıları sahnede yan yana dizilmekte ve tek tek anons edilerek kalabalığı selamlamakta ve gelen ekip sahnenin tamamını doldurmaktadır. Erdoğan defalarca her an çıkacakmış gibi anons edilirken, bazen yolda olduğu, aracının gelişi ekrandan gösterilmekte ve kitlenin heyecanı bu durumda daha çok artmaktadır.

Erdoğan'ın platformun arka planındaki kapıdan girerek sahneye çıkması esnasında seçim müzikleri çalmakta ve Erdoğan girişte ve konuşmasından sonra eşi Emine Erdoğan ile birlikte kalabalığı selamlamakta, konuşma yaptığı sırada ise sahnede tek başına olmaktadır. Erdoğan konuşması sırasında bazen kürsüde bazen de sahnede gezinmektedir. Gidilen illerde yine küçük bazı değişiklikler yapılmaktadır. Örneğin, Diyarbakır'da Erdoğan'ın eşi ile birlikte sahneye çıkışında beyaz güvercin uçurmuşlardır. Konuşmasını yaptıktan sonra da yine eşi ile birlikte hem kalabalığı selamlamış hem de Erdoğan logolu ve Erdoğan'ın başının çizili olduğu tişörtlerden dağıtmışlardır. Yine Diyarbakır'da mitingdeki bazı vatandaşların Erdoğan'a doğru uzattığı kağıtları Erdoğan eliyle işaret ederek korumalarına aldırmıştır.

Mitinglerde çalan şarkılar hem alandakilerin eğlenmesini sağlamakta hem de Erdoğan'ın alanın her yerindeki varlığıyla da bütünleşmektedir. Alanda çalınan şarkılardan biri hariç (İnandık Hakka)[78] tüm şarkılar Erdoğan için yazılmış ve onu yücelten, aşkınlaştıran methiyelerdir. Tüm alanda Erdoğan görselleri, Erdoğan

[78] 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri için hazırlanan bu şarkı da Uğur Işılak tarafından bestelenmiştir. Şarkı mitingde lider beklenirken çalmakta, alandakiler bu kampanyada alanlarda çalan en hareketli şarkının hareketli ritmine büyük coşkuyla eşlik etmektedir.

sloganları, alandaki herkesin üzerinde Erdoğan logosu, herkesin elinde Erdoğan fotoğrafı ve yüksek sesle çalınan şarkılarda Erdoğan adına yapılan methiyeler: "...İnandığı yolda gider, yıllardır beklenen lider Recep Tayyip Erdoğan..."; "...Büyük usta Erdoğan, Recep Tayyip Erdoğan, hak gönüllü bir uzun adam..."; "...Erdoğan Erdoğan bu milletin adamı..."; "...Daha çok yolumuz var, yolun sonuna kadar seninleyiz Erdoğan..." Dolayısıyla bu mitinglerde bir anlamda her yer her söz Erdoğan olmaktadır.

Erdoğan'ın sahneye ne zaman ve ne şekilde geldiği ise kurulan platform ve sistemle görülememektedir. Bir anlamda lider kapıdan girerek sahnede bir anda belirmekte ve kapıdan çıkıp bir anda kaybolmaktadır. Bu yanılsamanın daha belirgin biçimde vücut bulmuş hali İstanbul mitinginde gerçekleşmiştir. Erdoğan, buradaki miting alanına helikopterle inmiştir.





Fotoğraf 16. Erdoğan'ın İzmir mitinginde liderin sahneye çıktığı anda alanın tepeden fotoğraflanması - Fotoğraf 17. Erdoğan'ın İstanbul mitinginde alanın tepeden çekilmiş bir karesi. Kaynak: www.rte.com.tr. (Erişim Tarihi: 11 Ağustos 2014).

Özetle, Erdoğan'ın katıldığı miting alanları, lider adına, lider için, onu daha çok yüceltmek için dizayn edilmiş, görkemli bir tören biçimini yansıtır. Burada halk ya da mitinge katılan kitle, bu ihtişamlı törenlerin bir öznesi sayılabilirse de daha çok nesnesi. Ekranda gösterilen, gösterilmesi gereken, lideri yücelten, diğer kitleleri de mobilize edebilecek olan gösterinin nesnesi. Ekranda gösterilecek kalabalık, özel olarak hazırlanmış materyalleri üzerlerine giymek, ellerinde sallamak, doğru noktalarda durmak, gereken yerlerde sloganlar atmak için alandadır. Bu kitleyi görüntülemek için özel olarak, profesyonelce hazırlanmış kamera, fotoğraf çekimi, vs. sistemleri, elemanları, kitleyi yeterli coşkuya ulaştırmak için yapılan anonslar, uyarılar, yönlendirmeler,.. bu gösterinin daha görkemli geçmesi için gereken her şey yapılır.

Örneğin lider sahneye çıktığı anda kalabalığın en coşkulu olduğu anlarda, platformun hemen arkasındaki bir vinçle metrelerce yükseğe çıkarılan bir fotoğrafçı kalabalığı tepeden fotoğraflamaktadır. Bunun yanında sahnedeki fotoğrafçılar ve kameramanlar devamlı kalabalığı görüntülemekte, bir Jimmy Jib kamerası da sık sık kalabalık üzerinde gezinmektedir. Dolayısıyla bu ihtişamlı gösteriler Erdoğan'ın liderlik kültünü yansıtan ve yeniden üreten kalabalık kitleleri temsil etmektedir.

4.1.3.5. Selahattin Demirtaş'ın Yeni Yaşam Çağrısı tanıtım toplantısı

Selahattin Demirtaş'ın Yeni Yaşam Çağrısı başlıklı seçim bildirgesi tanıtım toplantısı 15 Temmuz 2014'te İstanbul Şişli Kent Kültür Merkezi'nin 780 kişilik salonunda gerçekleştirilmiştir. Salon tıka basa dolmuş, pek çok kişi toplantıyı ayakta izlemiştir. Toplantıya partililer, yazarlar, akademisyenler, sivil toplum kuruluşları temsilcileri, sendika temsilcileri, inanç grupları temsilcileri ve gazeteciler katılmıştır. Ayrıca toplantının davetlileri arasında en ön sırada Ahmet Kaya'nın eşi Gülten Kaya, 2007 yılında bir suikastla öldürülen Ermeni gazeteci Hrant Dink'in eşi Rakel Dink ve 2013'teki Gezi Protestoları sırasında polis tarafından atılan göz yaşartıcı gaz kapsülünün başına isabet etmesi sonucu aylarca komada kaldıktan sonra 2014'te 15 yaşında hayatını kaybeden Berkin Elvan'ın annesi ve babası Gülsüm-Sami Elvan da yer almıştır. Demirtaş da toplantıya eşi ile birlikte katılmıştır.

Toplantının başında Yaşar Kemal ve Adalet Ağaoğlu'nun gönderdiği Demirtaş'a destek mesajları sunucu tarafından okunmuş, ardından Demirtaş sahneye davet edilmiştir. Demirtaş ön sırada oturduğu koltuktan kalkarak sahneye çıkarken seçim şarkısı "Gel Demirtaş"[79] çalmıştır. Demirtaş kısa bir selamlamanın ardından kürsüye gelerek konuşmasına başlamıştır.

[79] Kardeş Türküler'in, Gezi Protestoları sırasında besteleyerek seslendirdiği "Tencere Havası - Yavaş Gel Yerler Yaş" şarkısının Demirtaş'a uyarlaması olan ve yine Kardeş Türküler tarafından seslendirilen Gel Demirtaş şarkısının sözleri şöyle: "Bir öyle bir böyle kelamlardan/ Yasaklardan illallah/ Başına buyruk kararlardan/ Fermanlardan illallah/ Satamayınca gölgelerini/ Sattılar ormanları/ Devirdiler kapadılar/ Sinemaları meydanları/ Her tarafın AVM'den/ Geçesim yok bu köprüden/ Ne oldu bizim memlekete/ Hormonlu bina doldu/ Dünle beraber gitti cancağızım/ Artık yeni şeyler söylemek lazım/ Ne kadar söz varsa düne ait/ Şimdi yeni şeyler söylemek lazım/ Amman amman bıktık valla/ Amman amman şiştik valla/ Zamanı geldi, artık yetti/ Gel Demirtaş, Demirtaş."

Sahnede bir projeksiyon perdesinde Yeni Yaşam Çağrısı'nın kapağı yansıtılmıştır. Kapakta mor arka zemin üzerinde 15 dilde "Merhaba" yazmakta ve Demirtaş'ın üzerinde kolları kıvrılmış beyaz bir gömlekle yukarı doğru bakan ve gülümseyerek el sallayan bir fotoğrafı bulunmaktadır. Ekranın yanında sahnenin en başında ise Demirtaş'ın üzerinde seçim sloganları olan ince, uzun dört afişi bulunmaktadır. Afişlerin üzerinde "Bir Cumhurbaşkanı düşünün Ayrımcılık yapmıyor/Bağlamadan başka bir şey çalmıyor/ Birleştiriyor, barıştırıyor/ Herkese demokrat" sloganları bulunmaktadır. Sahnenin ortasında bulunan kürsünün üzerinde siyah zemin üzerinde beyaz Demirtaş yazısı/logosu bulunmaktadır. Kürsünün hemen arkasında ise mavi zemin üzerinde kampanyanın temel sloganı "Demokratik Değişim, Barışçı Türkiye" yazılı bir afiş bulunmaktadır. Salonun çeşitli yerlerine de kampanya afişleri asılmış, ayrıca salonun girişindeki fuaye alanında da kampanyanın afişleri sergilenmiştir.

Demirtaş'ın konuşması yaklaşık 30 dakika sürmüş ve ardından yeniden seçim müziği çalınmış ve gazetecilerin sorularına geçilmiş, soru-cevap bölümü de yaklaşık 30 dakika sürmüş, bu bölümün de bitiminden sonra Demirtaş, yeniden çalınan Gel Demirtaş şarkısı eşliğinde sahneden inmiştir.

4.1.3.6. Selahattin Demirtaş'ın şehir ziyaretleri ve mitingler

Selahattin Demirtaş seçim kampanyası kapsamında 20'yi aşkın il ziyareti yapmış ve düzenlenen mitinglere katılmış, ayrıca yurt dışında da Almanya, Fransa, İngiltere ve İsviçre'de de mitinglere katılmıştır. Düzenlenen mitingler illerdeki parti örgütlerinin organize ettiği ajanslar tarafından hazırlanmıştır. Bu mitinglere girişler polisler tarafından denetlenmekte, ancak sıkı bir üst araması değil, sadece çantalara kısaca bir göz atılmaktadır.

Demirtaş'ın mitingleri bir tür şölen alanı gibidir. Demirtaş'tan önce sahneye farklı etnik gruplardan şarkıcılar çıkmakta, 40 dakika ile bir saat arasında değişen bir sürede konser verilmektedir. Örneğin İstasyon Meydanı'nda yapılan Diyarbakır mitinginde üç, Kadıköy İskele Meydanı'ndaki İstanbul mitinginde dört şarkıcı çıkmış ve Türkçe, Kürtçe, Çerkezce ve Arapça şarkılar seslendirilmiştir. Diyarbakır'da ayrıca 9 yaşındaki bir kız çocuğu Demirtaş için bestelediği ve sosyal medya üzerinde yayılan Kürtçe şarkıyı söylemiştir. Mitinglerde Kürdistan Bölgesel Yönetimi'nin ulusal marşı olan "Ey

Reqip" alanda kalabalığın toplandığı ilk anlarda hep bir ağızdan okunmuştur. Diyarbakır'da alana gelen bazı gruplar da alanda arbane[80] çalmıştır. İstanbul mitinginde de alanda davul çalınmıştır. Miting alanında bulunanların çoğu şarkı ve müziklere halay çekerek eşlik etmiştir. Bazen de söylenen bazı şarkılar alandaki hemen herkes tarafından hep birlikte söylenmiştir. K18, mitinglerde Demirtaş'tan önce şarkıcıların çıkmasının nedenini şöyle açıklamaktadır:

> Biz yani mümkün olduğu kadar bu mitinglerde bizim planladığımız bir şeydi. Mitinglerin mümkün olduğu kadar keyifli geçmesi, elbette ki orada politika konuşuluyor, tartışılıyor, onun dışında da herkesin rahatlıkla girebileceği yerler olmasını hedefledik. Çünkü yani hamileler, kadınlar, çocuklar yani herkes gidebilsin mitinglere diye istedik. Dolayısıyla müzik kısmını önemsedik ve hep iyi uyguladık, dengesini tutturduk diye düşünüyorum. İnsanlar bekliyorlar böyle bir şeyler. Kampanya yapıldığı zaman yaz günlerinde, yani güneşin altında sıcakta insanlar meydanlarda bekliyor, oralarda biraz eğlenceli bir şeylerin olması da fena olmuyor doğrusu.



Fotoğraf 18. Demirtaş'ın İstanbul mitinginden bir kare

Alana gelen birçok bir kutlamaya gelir gibi giyinmiştir. Özellikle birçok kadın parlak rengarenk geleneksel kutlama elbiseleri giymiş, kız çocuklarının da çoğu böyle

[80] Tef ve bendire benzeyen, daha çok Doğu ve Güneydoğu'nun yerel müziklerinde kullanılan bir çalgı.

giydirilmiştir. Bu kıyafetler özellikle Diyarbakır'da daha fazla görünmektedir. Aynı zamanda alandaki hemen herkesin üzerinde (elinde, başında, üstünde) sarı-kırmızı-yeşil bir simge bulunmaktadır. Kiminde bileklik kiminde kolye kiminde bant kiminde bir tişört kiminde şal, poşu. Alanda gezinerek fotoğraf çeken birçok gazeteci ya da görevli vardır. Alandaki kişilerin çoğu da fotoğraf çekerken özellikle poz vererek fotoğraflarının çekilmesini istemektedir.



Fotoğraf 19. Demirtaş'ın Diyarbakır mitinginden bir kare

Miting alanlarının düzenlenişinde sadece çeşitli renklerde Demirtaş logolu bayraklar kullanılmıştır. Bayraklar alanın üstünde direklere asılan iplerin üzerindedir ve alana gelenlere dağıtılan da sadece bu bayraklardandır. İstanbul ve İzmir mitinglerinde sahnenin bulunduğu geniş platformun tepesinde siyah zemin üzerinde Demirtaş logosu ve mavi zemin üzerinde "Demokratik Değişim, Barışçı Türkiye" sloganı bulunmakta, sahnenin iki yanında ekran bulunmaktadır. Sahnenin arka planında ise büyük bir ekranda çeşitli seçim afişleri ve Demirtaş'ın fotoğrafları değişerek gösterilmektedir. Diyarbakır mitinginde ise arka plan mavi ve yeşil zemin üzerine Demirtaş logosu ile Türkçe ve Kürtçe mor ve kırmızı zemin üzerine "Demokratik Değişim, Barışçı Türkiye" sloganından oluşan bir afişle kaplanmıştır.

Mitinglerde sahnede kürsü ve prompter bulunmamıştır, Demirtaş elinde mikrofonla ve küçük beyaz kartlarla sahne üzerinde gezinerek konuşmasını yapmıştır. Diyarbakır'da

şarkıcıların ardından sahneye tek tek anonsla çağırılan ildeki milletvekilleri ve partililer çıkmış, halkı selamladıktan sonra yan yana dizilerek konuşma boyunca arkada beklemişlerdir. Ardından Demirtaş anons edilmiş ve konfetiler ve Türkçe, Kürtçe seçim müzikleri eşliğinde sahneden halkı selamlayarak konuşmasına başlamış, konuşmasının sonunda Demirtaş, sahnedeki partililer ve anne ve babası ile alandakileri selamlamıştır. Gündoğdu Meydanı'nda yapılan İzmir mitinginde ise yine Demirtaş'tan önce beraberindeki partililer anons edilmiş, Demirtaş'a sahneye girişinde eşi Başak Demirtaş eşlik etmiştir. İstanbul mitinginin sonunda bir çocuk kumbarasında biriktirdiği parayı Demirtaş'a vermiştir.

Alanda gözlemlenen en temel ögelerden biri Abdullah Öcalan kültüdür. Alanlarda yalnızca Demirtaş bayrakları dağıtılmış, ancak çok sayıda farklı toplumsal hareketlerin afişleri, Kürdistan bayrağı, Filistin bayrağı gibi çok çeşitli materyallerle alana katılanlar bulunmuştur. Öcalan posteri ya da Öcalan'ın fotoğrafı olan bayraklar miting alanlarında çok sayıda taşınmış, mitinglere katılanların en fazla Öcalan adına, onun için slogan attığı gözlemlenmiştir. Örneğin Diyarbakır mitinginde iki genç sahneye çıkıp arka plandaki afişin üzerine, üstünde Öcalan'ın büyük bir portre fotoğrafının olduğu ve Öcalan'ın sözlerinin yazdığı bir pankart asmışlardır. İstanbul'da ise miting alanında "Öcalan'a özgürlük" için imza toplanmıştır. Seçim sürecinde parti örgütlerinde yer alan katılımcılarla yapılan görüşmelerde de Abdullah Öcalan'ın kült bir lider olarak benimsendiği görülebilmiştir. Görüşme yapılan partililer, "Önderliğimiz" olarak andıkları Abdullah Öcalan'ın fikir ve görüşlerini yüceleştirmekte, gerçek liderleri olarak onu görmektedirler. Demirtaş'ın mitingleri her yönüyle Kürt kimliğinin gelenekselliğini barındıran ortak kültür ve ritüelleri yansıtan etkinlikler görünümündedir.

4.1.3.7. Adayların propaganda konuşmaları üzerine

Cumhurbaşkanı Seçimi Kanunu kapsamında TRT'de yayınlanan propaganda konuşmaları, toplantı ve miting konuşmalarının aksine sınırları katı biçimde belirlenmiş bir yapıya sahiptir. Konuşmaların süresi her aday için 15'er dakikadır. Adayların yapacağı konuşmaların tarih ve saatleri Yüksek Seçim Kurulu tarafından kararlaştırılmakta ve hangi adayın hangi sırada/saatte konuşacağı ise YSK tarafından yapılan bir kura sonucu belirlenmektedir. Propaganda konuşmalarında adaylar ceket

giymek ve kravat takmak zorundadırlar ve propaganda konuşmalarında aday ve Türk bayrağı dışında hiçbir görüntüye yer verilememektedir. Adaylar kendilerini tanıtan, programlarını ve yapacakları işleri anlatan içerikte bir konuşma yapmak zorundadır ve suç teşkil edecek görüntülere yer verilmemesi gerekmektedir.[81]

Cumhurbaşkanlığı Seçimi Kanunu'na göre adayların seçim döneminde yapacağı propaganda konuşmalarının, diğer seçimlerde de uygulanan 298 Sayılı Kanun hükümlerine tabi olduğu belirtilmiştir. Bu kanun seçime katılan siyasi partilere iki propaganda konuşması hakkı tanımaktadır. Bu hakkın kullanılması konusunda Cumhurbaşkanlığı Seçimi Kanunu'nda "Türkiye Radyo ve Televizyonlarında yapılacak propaganda yayınlarının tam bir tarafsızlık ve eşitlik içinde yapılması, Yüksek Seçim Kurulu ile Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu tarafından sağlanır." hükmü bulunmaktadır. [82]

Kanun çerçevesinde 24 Temmuz 2014'te yapılan kura sonucu adayların 3 Ağustos'ta yaptıkları konuşma 19.31-20.18 saatleri arasında, 9 Ağustos'ta yaptıkları konuşma 17.13-18.00 saatleri arasında yapılmıştır. 3 Ağustos'taki yayında birinci sırada Ekmeleddin İhsanoğlu, ikinci sırada Recep Tayyip Erdoğan, üçüncü sırada Selahattin Demirtaş'ın konuşması yayınlanmış; 9 Ağustos'taki yayında ise birinci sırada Selahattin Demirtaş, ikinci sırada Ekmeleddin İhsanoğlu, üçüncü sırada da Recep Tayyip Erdoğan'ın konuşması yayınlanmıştır.[83]

4.2. Konuşmaların Retoriksel İnşa ve Stratejileri

4.2.1. Ekmeleddin İhsanoğlu

4.2.1.1. Seçim sürecine ilişkin söylemler: "Bir kişinin ölçülerine göre biçilmiş kaftan"

[81] http://www.ajanshaber.com/propaganda-suresi-belli-oldu-haberi/95764 (Erişim Tarihi: 18 Haziran 2016).
[82] Cumhurbaşkanlığı Seçimi Kanunu için bknz. https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k6271.html. 298 Sayılı Kanun için bknz. https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/KANUNLAR_KARARLAR/kanuntbmmc062/kanuntbmmc062/kanuntbmmc06202234.pdf.
[83] http://www.radikal.com.tr/politika/kosk-adaylarinin-trtde-yapacaklari-propagandanin-saati-belli-oldu-1203704/ (Erişim Tarihi: 18 Haziran 2016).

10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı seçiminin ilk kez halkoylaması ile yapılması dolayısıyla seçim sürecinin birçok farklı nitelik barındırmasının yanında, İhsanoğlu, metnin üretildiği alan olarak değerlendirebileceğimiz kampanya sürecini, yaptığı konuşmalarda sıklıkla eleştirmiş ve şikayet etmiştir. İhsanoğlu'nun seçim kampanya dönemine ilişkin dikkat çektiği ve şikayet ettiği başlıca unsur, seçim sistemine ve kanununa bağlı olarak yaşadıkları maddi kaynak yetersizliğidir. İhsanoğlu bu bakımdan Cumhurbaşkanlığı Seçiminde diğer seçimlerden farklı bir sistem getirilerek, bağış yoluyla kampanya bütçesinin sağlanmasından şikayet etmektedir.

> Siz mesela bir adaya, mesela bana veya Selahattin Beye 10 bin lira verirseniz siz de ceza alırsınız ben de ceza alırım. Böyle bir şey olur mu Allah aşkına? Dünyada böyle bir şey var mı? Böyle bir haksızlık olur mu? Bunların hepsinden mahrumuz, devlet bize yardım etmiyor ve vatandaşın bize yapacağı katkı da sınırlanmış, 9 bin lira.

İhsanoğlu'nun seçim dönemine ilişkin eleştirdiği bir diğer konu da seçim kampanya döneminin kısa bir sürede gerçekleşmesidir. İhsanoğlu, bu konuda başka ülkelerden örnekler vererek devlet başkanlığı seçiminin kısa süre içinde gerçekleştiği bir örnek olmadığını söylemektedir: "Dünyanın hiçbir yerinde cumhurbaşkanı seçimi 2 ay gibi kısa bir zamanda yapılmaz. Biz hep öykünürüz Amerika'da şöyle oluyor böyle oluyor diye ama orada 2 sene falan devam ediyor, biz 2 aya indiriyoruz, bu tuhaf bir şey."

İhsanoğlu, seçim kampanyasının seçimin kısa süre içinde gerçekleşmesi ve bütçe yetersizliğinden etkilenmesine karşılık, Başbakanlık görevine devam eden Recep Tayyip Erdoğan'ın iktidar olmanın ya da devletin olanaklarına sahip olmanın avantajlarını kullandığını söyleyerek, bu seçimin iktidar tarafından "önceden planlanmış, hazırlanmış" olduğunu iddia etmektedir konuşmalarında. İhsanoğlu bu iddiasını, TRT'nin adaylara ayırdığı yayın süreleri ve Erdoğan'ın kampanyasında kullandığı olanakları göstererek güçlendirmeye çalışmaktadır. Dolayısıyla bu seçim "adil ve eşit şartlarda" gerçekleşmemektedir.

> Devlet para vermesin, peki birileri devletin imkanlarından yararlanıyor. Öbür iki aday varsa daha fazla aday niye yararlanmasın, niye daha fazla yararlanmasın? Bundan sonra 2 ayda siz ancak evi taşırsınız. Hatta zor

> taşırsınız ama büyük imkanlarınız varsa iki ayda taşırsınız ama bir cumhurbaşkanı 2 ayda seçilir mi? Demek ki öyle düşünülmüş, hesaplanmış kitaplanmış ona göre düşünülmüş.
>
> Şimdi Türkiye'de 10 Ağustos'ta ilk defa Cumhurbaşkanı seçimi halkın oylarıyla seçilecek ve Türkiye'nin üç adayı var, bunlar ortaya çıktı. Bunlar, bunların adaylığı 10 Temmuz'da kesin olarak ilan edildi ve 10 Ağustos'ta yapılacak. Böyle bir, dünyada böyle acayip bir şey olamaz, bir ayda 76 milyon insana deniliyor ki cumhurbaşkanı seç. Ondan sonra bir taraftan bütün devletin imkanları, Başbakanlığın imkanları, destek veren iş adamlarının ve rantiye gruplarının destekleri devletin uçakları helikopterleri polisleri ve bürokratları destek veriyorlar. (...) Ondan sonra 553 dakika bir adaya veriliyor iki gariban adaya da 4 dakika, çok adil bir yarış ve hepsi 1 ayda. Yani bu biçilmiş bir kaftan, birisinin üstüne göre biçilmiş kaftan, ona giydirilecek bir kaftan.

İhsanoğlu, kanun çerçevesinde 3 Ağustos 2014'te yaptığı TRT propaganda konuşmasında da TRT'nin yayınlarına atıf yaparak şöyle söylemiştir: "Aziz milletim, adaletsiz ve eşit olmayan şartlarda yürütülen bu seçim kampanyasında ilk defa sizlerle on beş dakika hasbıhal etme imkanı bulduğum için bahtiyarım."

4.2.1.2. Ekmeleddin İhsanoğlu: "Büyük uzlaşının, geniş mutabakatın teminatı olarak 'Türkiye'nin Cumhurbaşkanı"

İhsanoğlu seçim kampanyasının bir parçası olarak, metinde kendisini "uzlaşmacı", "sorun çıkarmayan", "uluslararası deneyimi olan", "başarılarla dolu bir kariyeri olan", "devlet terbiyesi almış", "Türk ve Müslüman", "muhafazakar demokrat", "hak çocuğu", "Türk aydını", "bilim adamı", "Mehmet Akif Ersoy'un manevi dergahında büyümüş", "erken yaşta çok çalışarak belirli konumlara gelmiş" gibi tanımlamalar çerçevesinde retoriksel bir kişilik olarak inşa etmektedir.

İhsanoğlu'nun Mısır'da/"gurbette" başlayan ve "vatan hasretinin ağır basması" ile Türkiye'de devam eden hikayesi seçim kampanyası süresince gittiği her yerde izletilen hayatının anlatıldığı belgeselde, babasının Mehmet Akif Ersoy'la olan dostluğu,

İhsanoğlu'nun erken yaşta babasını kaybetmesi ve Mısır vatandaşı olmadıkları için annesi ve kendisine maaş bağlanmaması, bu nedenle erken yaşta çalışmaya başlaması, Mısır'da Türkçe eserleri Arapça'ya çevirmesi temaları üzerinde durularak, "zorluklardan gelen bir başarı öyküsü" olarak resmedilir. İhsanoğlu, kendi yaptığı konuşmalarında ise bu dönemle ilgili olarak daha ziyade Mehmet Akif Ersoy üzerinde durmaktadır. Örneğin 3 Ağustos tarihli propaganda yayınında İhsanoğlu kendisini tanıtırken, adının Mehmet Akif Ersoy tarafından konulduğunu anlatır:

> Ben Ekmeleddin İhsanoğlu. Halk çocuğuyum. Yozgatlı İhsan Efendi'nin oğlu, Yozgatlı Hacı Aziz'in torunuyum. Adımın anlamı "İslam dini konusunda en yetkin, alim olmuş kimse" demektir. Bu ad Anadolu'da çok kullanılmıştır. Bu adın bana konması, milli şairimiz, Mehmet Akif Ersoy'un bir vasiyetidir. Akif, babamın en yakın arkadaşı, ağabeyiydi, ben onun manevi dergahında büyümüş bir insanım. Mehmet Akif babamın dini ilmine çok güvenirdi, ölmeden önce babama tembihlemiş: "Bir oğlun olursa onun adını Ekmeleddin koyacaksın" demiş. Yani her sabah söylediğimiz "Korkma sönmez bu şafaklarda yüzen al sancak" sözlerinin şairi, benim adımı da ben doğmadan koymuş.

İhsanoğlu konuşmalarında Mehmet Akif Ersoy vurgusu dışında çocukluk ve gençlik yıllarından ziyade, uluslararası deneyimleri ve kariyerindeki başarılarından bahseder. Bu aynı zamanda seçim kampanyasının da en çok öne çıkan başlıklarından biridir. Örneğin, kampanya için hazırlanan afişlerde İhsanoğlu (başarılarından dolayı) "Türk Milletinin Gururu" olarak tanımlanmaktadır. İslam İşbirliği Teşkilatı Genel Sekreteri olduğu dönemde yaptığı devlet ziyaretleri ve birçok ülke lideriyle tanışmış olması, özellikle Filistin konusunda yaptığı işler ve Filistin tarafından kendisine verilen devlet madalyası, Türkiye'den almış olduğu devlet üstün hizmet madalyası İhsanoğlu'nun kendisini inşasında üzerinde durulan başlıklardır. İhsanoğlu, bu tecrübeleri dolayısıyla siyaseti, devlet yönetimini yakınen bildiğini söyler konuşmalarında.

> Biz devleti ilk defa idare edecek değiliz. Bu milletin her ferdinin bir tarihi müktesebatı vardır. Belki 100 devlet gezdim, görev sürem boyunca 62 kez devr-i alem yaptım. Değil bizim 57 ülkeden devlet başkanları, kralları

> hükümet başkanları, dış işleri bakanlarıyla, yani eski tabirle düvel-i muazzamın başkanlarıyla görüştüm. Amerika'sından Rusya'sına Çin'ine Fransa'dan İngiltere'sine Almanya'sına kadar. Şimdi yani biz bu işleri ilk defa yapacak değiliz.

İhsanoğlu'nun uluslararası deneyimleri, dünyada baskı, zulüm görmüş, ezilen Müslüman halkların yanında olduğu, onlara hizmet ettiğini de ortaya koyan bir işlev görerek retoriksel kişiliğin bu yönde inşasına katkıda bulunur. Özellikle Filistin bu konuda öne çıkar. İhsanoğlu, uzun süre çalışarak Filistin'de Hamas ile El Fetih arasındaki uzlaşmayı sağladığını, bunun neticesinde Filistin'de Milli Mutabakat Hükümeti kurulduğunu ve bunun için düzenlenen törene Filistin dışından davet edilen tek kişinin kendisi olduğunu, Birleşmiş Milletler'de Gazze'ye yapılan saldırıların durdurulması için çalışarak ateşkes sağladığını, Filistin'in UNESCO'ya tam üye olmasını sağladığını, "Filistin halkı ve devletinin en yüksek nişanı olan Kudüs nişanının" hizmetlerinden dolayı kendisine verildiğini anlatmıştır. İhsanoğlu, biyografisinde yer alan Filistin'de çekilmiş bir fotoğrafın (Fotoğraf 17) hikayesini anlatarak, "mazlumlara yardım eden" bir kişilik de yansıtır:

> Biraz önce gördüğünüz o yaşlı hanımla olan benim müteessir bir halimle olan bir fotoğraf vardı, bu Abdurabbu ailesinden 4-5 katlı evi yıkılmış bir hanımın eviydi. Orada kamptaydı ve ben o kadıncağızı teselli ediyordum. 77 senesinde de yine İsrail'in bu gaddarca saldırı neticesinde daha önceki evleri yıkılıyor, kocası öldürülüyor. Bu sefer çocukları öldürülüyor ve bu kadıncağızın bütün mal mülk hepsini kaybediyor. Ufacık bir çadırın içinde yaşıyor. Ben o kadıncağızı çadırında ziyaret ettim. Ona ve etrafındakilere yardımlar götürdüm.



Fotoğraf 20. İhsanoğlu'nun Filistin'de çekilmiş bir fotoğrafı. Kaynak: www.ihsanoglu.com. (Erişim Tarihi: 3 Ağustos 2014).

İhsanoğlu'nun uluslararası deneyimlerini ezilen halkların yanında olarak konumlandıran tecrübelerini anlatan ve bunları yücelten ifadelerinin en açık örneklerinden biri şöyledir:

> İslam Birliği Teşkilatı Genel Sekreterliği yaparken o kadar zulüm, mazlum gördüm ki çocukların hayatı kurtarılsın diye en zor şartlarda ara buluculuk yaptım. Sonuçta Filistin'in tarihinde devlet nişanı alan ilk ve tek Türk benim. Ne mutlu bana Açe'de 20 bin yetimin kefaretini, Gazze'de, Somali'de, Myanmar'da, Nijer'de İslam dünyasının birçok yerinde, aç susuz kalmış insana, milyonlarca masum bebeğe, karnını doyurmasına sebep oldum. Yüz binlerce insanın mezhep savaşlarında hayatta kalmasına sebep oldum. Aldığım hayır dualarını için ne mutlu bana, mensup olduğum ülkeye de ne mutlu.

İhsanoğlu'nun uluslararası deneyimleri kadar açık bir diğer kişilik inşası da uzlaşmacı, sorunsuz/sorun çıkarmayan, partiler üstü/siyaset üstü aday olarak sunulmasıdır. Uluslararası deneyimleri de –çatışmalı bölgelerde yapılmasını sağladığı anlaşmalar, vs. ile- bu kurguya destek olur. İhsanoğlu'nun konuşmalarında ve kampanya dönemindeki sunumlarda İhsanoğlu, "milleti kucaklayacak aday", "uzlaşı adayı", "milletin adayı" gibi ifadelerle tanımlanır. İhsanoğlu, aday olarak belirlenmesinin arka planını anlatırken kendisinin tüm toplumda uzlaşıyı sağlayabileceği öngörülen özelliklerini anlatmaktadır:

> Milleti, toplumu kucaklayacak bir aday bulmamız lazım (...) Bu adam, bu zat, bu kişi, bu şahıs bütün milletin hassasiyetlerine açık olan, saygılı olan, beklentilerini karşılayacak olan, her şeyden önce bir demokrat olması lazım. Bir demokrat olması lazım ki bu demokrasi mücadelesini daha ileri bir noktaya götürsün. İkincisi bu milletin değerlerine saygılı olmasıdır, bu millet ispat edilmiştir ki, bunu kabul edelim etmeyelim, farklı düşünelim, biz farklı düşünce sahibi olalım, bu millet muhafazakardır, bu millet muhafazakar. O zaman tabii toplumun büyük bir kesimi de laiklik konusunda hassastır. İşte bu insan demokrat olmalı, muhafazakar olmalı, laiklik konusunda, yani Anayasada hükümleri bulunan Türkiye Cumhuriyeti nitelikleri konusunda inançlı ve bu değerlere saygısı olan bir insan seçelim ve bu seçim meselesi, isim seçim meselesi sonunda bendeniz üzerinde anlaşıldı.

İhsanoğlu sahip olduğu bu özellikleriyle kendisini aday gösteren ve destekleyen partilerin değil, "tüm Türkiye'nin Cumhurbaşkanı adayı" olarak sunar, "o partilerin adamı" olmadığını kendisine sorulan soruları yanıtlarken vurgular ve "tüm toplumu kucaklayacağını" vadeder: "Ben herkesi kucaklayacağım. Kürt'ü de kucaklayacağım Türk'ü de kucaklayacağım Ermeni kardeşimizi de kucaklayacağım Rum kardeşimizi de kucaklayacağım Müslim'i de Gayrimüslimi de kucaklayacağım. Türk'ü de Gayri Türk'ü de eşit kabul edeceğim." İhsanoğlu'nun yaptığı gezilerde kullanılan arka planda, sunucunun kendisini takdiminde yapılan anonslarda hep "Türkiye'nin Cumhurbaşkanı" olarak yazılmış ya da çağırılmıştır. Bu ifade bir yandan, "seçileceğine dair bir özgüveni yansıtma stratejisi" olarak görülebilirse de diğer taraftan "tüm Türkiye'nin Cumhurbaşkanı" olacağını vadeden söylemiyle de uyumlu görünmektedir. İhsanoğlu'nun uzlaşmacı kişiliği, aynı zamanda "sakin", "sabırlı", "mütevazi", "çelebi", "vakur", "devlet terbiyesi almış" tanımlamalarıyla, "sorun çözen", "tarafsız" ve "birleştiren" nitelikleriyle birlikte güçlendirilir.

Tarafsızlık ve siyaset/partiler üstü bir aday olarak "toplumun her kesimini kucaklayabilecek" bir kişiliğin inşası, evrensel haklar ve özgürlükler çerçevesinde farklı toplumsal kesimleri ilgilendiren sorunlar/olaylara dair mağdurların yanında bir pozisyonu benimseyen söylemlerle desteklenir. Örneğin seçim bildirgesi tanıtım

toplantısında İhsanoğlu, gençlere verdiği önemi anlatmaya çalışırken hem Gezi Parkı Protestoları'nda polislerin ve esnafın saldırısı sonucu hayatını kaybeden Ali İsmail Korkmaz'ı anar hem de geçmişte başörtüsü yasağı nedeniyle eğitim hakları ellerinden alınan başörtülü öğrencilerinin yanında durduğunu anlatır.

İhsanoğlu'nun metinlerdeki kişilik inşasında rasyonellik/akılcılık da öne çıkarılan bir nitelik olmuştur. İhsanoğlu'nun akademisyen olması, bilimsel çalışmalar yapan, devletler arası ilişkiler ve diplomasi konusunda deneyimi olan biri olması dolayısıyla Türkiye'nin sorunlarını rasyonel biçimde yaklaşarak çözebileceği vurgulanan, şehir ziyaretlerinde kendisini takdim eden sunucusunun ifadeleriyle "sadece bir devlet adamı, bir diplomat, bir uluslararası temsilci değil, aynı zamanda bir akademisyen, bir araştırmacı, bir düşünür, bir kültür insanı" olarak sunulan İhsanoğlu, bilimle olan yakınlığını ve rasyonel düşünceye olan bağlılığını şöyle ifade etmektedir:

> Şimdi tabii bilim ve teknoloji konusunda benim görüşlerim bir yerde inançlarımdır. Çünkü ben bu meslekten, ben fen fakültesinden yetişmiş lisansını, masterını, doktorasını, doktora sonrasını falan hep kimyada yapmış bir insanım. Onun için yani bilimle ilgim çok yakındandır, çok teknik seviyededir.
>
> Fakat şuna inanıyorum ki problemleri çözen akılcılıktır, milletleri ilerleten akılcılıktır, barışı sağlayan akılcılıktır. Heyecanlı konuşmak insanları harekete sevk edebilir, insanları gerekirse savaşa götürebilir ama barışa götürmesi bakımından, götürmek bakımından akılcı olmak lazım. O nedenle rasyonalizmi, her şeyden önce akılcılığı, aklı kullanmak, yürütmek hepimizin muhtaç olduğu bir husustur.

"Kimlik bir süreç olarak, bir anlatı olarak, bir söylem olarak daima Öteki'nin konumundan anlatılır" (Hall, 1998: 72). Hall'un bu cümlede ifade ettiği gibi, İhsanoğlu'nun kimliğinin retorik inşası, İhsanoğlu'nun seçim kampanyasında çalışan araştırma katılımcılarının da belirttiği gibi, seçimlerdeki en güçlü rakibi Recep Tayyip Erdoğan'a hem benzer hem karşıt olarak, eş deyişle, ondan yola çıkılarak belirlenmiştir. Erdoğan'a benzer olarak İhsanoğlu'nun "kendi tırnaklarıyla kazıyarak" elde ettiği başarı öyküsü, yine benzer olarak dindar ve muhafazakar demokrat olması, Erdoğan'a benzer

olarak kurgulanan özellikleridir. Ancak, Erdoğan gibi dindar ve muhafazakar olmasına karşın kişilik olarak bütünüyle ondan farklı bir portre inşa edilmektedir. Erdoğan'ın duygusal çıkışları ve davranışlarına karşı akılcılık, hiddete karşı vakurluk, çatışmaya/çatışmacı üsluba karşı uzlaşı/uzlaşmacı üslup, yabancı dili olmayan Erdoğan'a karşı 4 dil bilmesi, uluslararası çatışmacı politikalara karşı uzlaşı politikaları, başkanlık sistemini isteyen Erdoğan'a karşı parlamenter sistemi savunması ön plana çıkarılmaktadır. İhsanoğlu'nun kampanya kapsamında sunumunda bazen açık bazen de örtük olarak Erdoğan gibi olmayan ya da onun tam karşıtı/zıttı olan özellikler vurgulanmaktadır. Örneğin Diyarbakır'daki sivil toplum ve basın toplantısında sunucusunun takdiminde, İhsanoğlu örtük biçimde Erdoğan'ın zıttı olarak sunulmaktadır. Bu sunumda İhsanoğlu'nun "ne olmadığı" ya da hangi özelliklere sahip olmadığı belirtilerek, bu özelliklerin aksine hangi nitelikleri taşıdığı belirtilir. Örtük olarak, İhsanoğlu'nun sahip olmadığı özellikler, kampanya çerçevesinde kurgulanan Erdoğan'ı ima etmektedir:

> Topluma güven, sevgi, saygı, huzur ve umut vadederek, ortak akılla çözümü birlikte arayarak, dayanışma ve uzlaşmanın temellerini atacak olan, ülkemizin birikmiş sorunlarına Anayasada kendisine verilen yetkiler çerçevesinde yeni çözümler üretecek, kamplaştıran değil uzlaştıran, ötekileştiren değil birleştiren, sadece bir kesimi değil herkesi temsil eden, tarafsız, içeride huzur dışarıda itibarın teminatı, Türkiye'nin aydın yüzü, bilge evladı, ülke birliğimizin ve birlikteliğimizin teminatı, büyük uzlaşının, geniş mutabakatın, halkın Türkiye'nin Cumhurbaşkanı Sayın Prof. Dr. Ekmeleddin ihsanoğlu.

4.2.1.3. Uzlaşma arayan, sağduyusu yüksek "aziz seçmenler"

Burke'nin deyimiyle, İhsanoğlu'nun konuşmalarında dinleyici ile özdeşleşme yaratmayı amaçlayan, onları özdeşleşmeye davet eden dinleyici inşasında, uzlaşmacı konuşmacı inşasının bir devamı olarak "uzlaşma arayan", "birlik arayan" bir dinleyici betimlenir. Metinlerdeki bu inşaya göre, halkın politikada uzlaşma yönünde bir beklentisi, bir arayışı; çatışmacı politik kültürün değişimine dönük bir talebi bulunmaktadır.

> Bu 16 Haziran'dan itibaren yani benim adım üzerine anlaşma hasıl olduktan sonra, iki parti liderinin açıklamasından sonra ismi, hatta bırakın benim etrafımdaki insanları, sokaktaki insanlarda, İstanbul'da Yozgat'ta Ege'de Karadeniz'de orta Anadolu'da insanlarda çok enteresan bir değişim talebi var. Yani Cumhurbaşkanı konusunda halkın farklı bir bakış açısı var. Şimdi bu demek değildir ki sizi isteyenler, herkes sizi istiyor. Hayır, başka adaylara oy verecek insanlar ama benim bu ortalama vatandaş yani merkeze sağa oy veren arkadaşlar, vatandaşlarımız arasında seviyeleri ne olursa olsun, yaş seviyeleri, tahsil seviyeleri ne olursa olsun çok büyük ilgi var. Ben bu ilgiyi hissediyorum, içten bir ilgi yani Salı pazarına gittiğiniz zaman oradaki hanımların 80'ninden 20 yaşındaki 18 yaşındaki hanımların, başı kapalı başı açık olsun şehirli olsun köyden gelmiş olsun hepsinin gösterdiği ilgi ve söyledikleri kelimeler, farklı farklı yerlere gidiyorsunuz aynı kelimeleri duyuyorsunuz. Bu çok önemli bir hadise, demek ki böyle bir rezonans var, böyle bir milletin içerisinde böyle bir teveccüh var. Ben bunun farkındayım ve ben buna güveniyorum."

İhsanoğlu, "Cumhurbaşkanı konusundaki halkın farklı bakış açısı" ile 12 yıllık Başbakan olan Recep Tayyip Erdoğan'ın bu defa "ortalama vatandaş" olarak tanımladığı merkez ve muhafazakar sağ seçmeninin tercihi olmayacağını ima etmektedir. Buna göre, halkın farklı bakış açısı, Cumhurbaşkanlığında uzlaşmacı, birleştirici ve sakin bir devlet büyüğünün olması yönündedir. Bu bakımdan İhsanoğlu, "Türk milletinin derin sağduyusu" olduğunu da söyler.

İhsanoğlu, bu noktada hem millet hem de halk olarak tanımladığı dinleyicilerinin farklı gruplarından bahsederken ya da onlara seslenirken, bir birlik söylemi kullanır. İhsanoğlu'nun bu birlik söylemi toplumdaki mevcut kimlik farklılıklarının, çatışmalarının üstünü örten niteliktedir. Öyle ki, İhsanoğlu konuşmalarında sık sık "Bin sene beraber yaşadık. Bundan sonra da binlerce sene beraber yaşayacağız."; "Asırlardan beri beraber yaşıyoruz." gibi ifadeler kullanır. Bu bağlamda İhsanoğlu, toplumun tüm kesimlerini kucaklayacağını söyleyerek, bu farklı kesimlerin taleplerine, aralarındaki çıkar çatışmalarına çok fazla değinmeyerek, herkesin sorunlarını uzlaşı ile, Meclisteki tüm partilerin el ele vererek çalışmasını sağlayarak çözebileceğini vadeder. Örneğin,

Diyarbakır'da katıldığı sivil toplum buluşmasında Kürt sorununa ilişkin yaklaşımını örnekleyen ifadelerinden biri şöyledir:

> Biz Türkiye'deki insanları yani oturduğumuz salona baktığımız zaman oturan insanların aidiyetini söyleyebilir misiniz? Şimdi biz Diyarbekir'deyiz, Diyarbekir değil Konya'ya gidelim, ben Yozgatlıyım Yozgat'a gidelim aynısı, aynı saç renkleri ten renkleri, bu kumaş aynı kumaş, Diyarbakır'da kestiğin parçayla Yozgat'ta kestiğin parça arasında fark yok. Bin senedir bu tezgahta bu kumaş örülüyor ve devam ediyor, edecek. Ama böyle mi devam edecek? Hayır, daha iyi olması lazım, hataları kabul etmemiz lazım, hataları düzeltmemiz lazım. Fakat ben size bir şey söyleyeyim hatalar sırf Kürtlere mi yapıldı? Herkese yapıldı Türkiye'de. Şimdi kutuyu açmayalım, lüzum da yok mübarek günde ama bunu bu şekilde kabul etmemiz lazım. Hataları düzeltirken gücümüzün birlikte ve beraberliğimizde olması lazım.

İhsanoğlu, aynı konuşmasında bu defa Gezi Parkı Protestolarında yaşananları örnek göstererek, Kürt kimliğinin farklılık talebinin üstünü örten daha açık bir örnek de kullanmaktadır:

> ...ağaç kesilmesin burası yeşillik olsun dediler, devlet geldi sopayla kafalarını ezdi, biber gazını bastı, çocuklarını öldürdü, vurdu kırdı. Şimdi bu, bu nedir bu? Yani o çocukların bir kısmı belki Kürt'tür, belki bir kısmı başka bir millettendir ama onlara Kürt oldukları için yapılmadı ki. Bu bizim davranış bozukluklarını, bunları düzeltmemiz lazım, mesele bundan ibaret, bunun temelinde budur. Temel hak ve hürriyetlerin kamil bir şekilde elbette yapılması lazım, verilmesi lazım ama bu mücadele sırf burası için değil, başta burası için ama herkes için. Yani senin çocuğun İstanbul'da okusaydı, okumakta olsaydı ve o Gezi'ye arkadaşlarıyla beraber gitseydi, ona o Kürt olduğu için mi yapacaklardı? Hayır.

İhsanoğlu'nun konuşmalarında birlik içinde, uzlaşma ve değişim arayan bir kitle olarak inşa edilen dinleyicilerine genellikle "azizler", "aziz milletim", "aziz kardeşlerim" diye hitap etmektedir. İhsanoğlu, seçim bildirgesi tanıtım toplantısında, "18. yüzyılın büyük

mutasavvıfı, büyük irfan meşalesi" olarak tanımladığı Erzurumlu İbrahim Hakkı'nın dostlarına "Ey aziz, Ey azizler" diye hitap ettiğini söyleyerek, ondan aldığı referansla dinleyicilerine "Ey azizler" diye seslendiğini söylemiştir. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğündeki tanımına göre aziz kelimesinin iki anlamı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, "ermiş, eren", ikincisi ise "sevgide üstün tutulan, muazzez" anlamıdır.[84] Dolayısıyla İhsanoğlu, bu tabir ile dinleyicilerini yücelten bir tanımlama yapmaktadır. İhsanoğlu ayrıca dinleyicilerine, "Hanımefendiler Beyefendiler", "Güzel Milletim", "Sevgili Hemşehrilerim", "Sevgili Kardeşlerim", "sandığa gidecek kardeşlerimiz", "Benim Sevgili Kardeşlerim" tabirleri ile de seslenmiştir.

İhsanoğlu'nun dinleyici inşasında kadınlar da "milleti birleştiren bir aday" konusunda istekli ve bu konuda "çok ileri fikirli" olarak yer alırlar. İhsanoğlu, kadınlar ve gençlerden konuşmalarında genellikle arka arkaya bazen de bir arada bir kategorik grup olarak bahseder. İhsanoğlu, İzmir'deki basın toplantısında yaptığı konuşmada ise kadınlar ve gençlerin yanına engellileri de ekler ve kadınlar, gençler ve engelliler birbirine bağlı kategorik bir grup olarak inşa edilir:

> Kadın meselesi ve buna bağlı olarak engelliler meselesi benim için özel önem arz eden bir konudur. Teferruata girmeyeceğim çünkü zaten biliyorsunuz ama şunu söylemek istiyorum; biz bu şerefli yolculuğa çıktığımız günden itibaren kadınlarımızın toplumumuzdaki etkin rolünün ne kadar büyük olduğunu keşfettik. Ve emin olunuz benim her yerde gördüğüm kadınlar, yaşları ne olursa olsun genç küçücük kızlarımızdan ileri yaştaki annelerimize, teyzelerimize kadar, başı açık olsun kapalı olsun, tahsil seviyeleri farklı olsun hepsi bu konuda çok ileri fikirli. Ve Türkiye'nin, yeni bir Türkiye'yi birleştirecek bir adaya, bir Cumhurbaşkanına, milleti bölmeyen, milleti birleştiren, herkesi kucaklayan bir cumhurbaşkanına ihtiyaç olduğunu ve açık açık söylüyorlar, 'bizim oyumuz sizdendir' diyorlar. Onun için ben bu yarışı hanımlarımızın desteğiyle, gençlerimizin desteğiyle ve engellilerimizin desteğiyle kazanacağım ve burada yapacağımız şeylerden bir tanesi bu iki konuda yani

[84] http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.577ab3001291f1.91239563. Erişim tarihi: 30 Haziran 2016.

kadınlarımızla ilgili ve engellilerle ilgili bir istişare konseyi kurmak ve burada sivil toplum kuruluşlarını dernekleri vakıfları o konulardaki insanları bir araya getirip onlarla istişareler yapmak, çalıştaylar yapmak ve birtakım politika rehberlerini veyahut tavsiyelerini tespit edip onları hükümete, meclise sunmak.

4.2.1.4. Türk sağının üç hali ile Kemalizmin içiçeliği

Seçim dönemleri adayların temel toplumsal meselelere ilişkin olarak, vaat ve görüşlerinin bolca ortaya saçıldığı bir dönemdir. Bu dönem içerisinde adaylar, yurttaşlara seslenişlerinde, ideolojilerini popülist bir yaklaşımla, seçim döneminin öne çıkan ve/veya çıkarılan konularını retoriksel stratejilerle harmanlayarak, bağlamsal kavrayış içinde sunarlar. Ekmeleddin İhsanoğlu'nun konuşmaları bağlama ilişkin olarak, Türkiye'nin temel toplumsal meselelerine ilişkin vaat ve görüşlerinde sağın milliyetçilik, muhafazakarlık, İslamcılık ile sosyal demokrasinin evrensel değerlerine ve Kemalizmin bazı temel değerlerine yaslanan iç içe eklektik bir görünüm arz eder.

İhsanoğlu'nun konuşmalarında Bora'nın kavramsallaştırmasıyla "Türk sağının üç halini" yansıtan izleri görebilmek mümkündür. Milliyetçilik, muhafazakarlık, İslamcılık arasında bir iç içelik varsayarak, üçünü sağın birbiriyle uyumlu organları olarak düşünen Bora (2003: 7-8), milliyetçiliği salt bir ideoloji değil bir zihniyet örgüsü, Türk sağının grameri/dilbilgisi olarak; İslamcılığı Türk sağının lügatçesi, imge, değer, ritüel kaynağı olarak; muhafazakarlığı da içeriklerin ve zihniyet kalıplarının ötesinde bir ruh hali, duruş/duyuş biçimi, üslup olarak ele almaktadır. İhsanoğlu, konuşmalarında kendisini "muhafazakar demokrat" olarak tanımlar ve kendisini inşasında temel olarak muhafazakarlık ön plana çıkarılan bir unsurdur. Muhafazakarlığını, İslami değerler ve örneklerle destekler, milliyetçi referanslara başvurur ve milliyetçi olduğunun da altını çizer.

Örneğin, İhsanoğlu'nun seçim bildirgesi tanıtım toplantısında konuşmasının açılışını Kuran-ı Kerim'in ilk suresi olan Fatiha'nın Türkçesi ile yapması, dinleyicilerine "Azizler" olarak seslenişinin referansını "dini-tasavvufi ilimlerin yanında, tıp, astronomi, matematik gibi ilimlerde de vukuf sahibi bir şahsiyet olan" (İsen vd., 2005: 154) Erzurumlu İbrahim Hakkı'ya dayandırması; tarihi olarak tartışmalı bir karakter

olan, ancak İslamcı ve milliyetçi bir duruşu temsil eden ve bu yönüyle özellikle AK Parti ve Erdoğan tarafından sıkıca sahiplenilen (Koyuncu, 2014), İstiklal Marşı'nın bestecisi Mehmet Akif Ersoy'un babasının arkadaşı olması ve "İslam dini konusunda en yetkin, alim olmuş kimse" anlamına gelen Ekmeleddin ismini kendisine Mehmet Akif Ersoy'un koyduğunu ön plana çıkarması bu anlamda ilk anda göze çarpan İslamcı örneklerdir. İhsanoğlu, Türkiye siyaseti ile olan ilişkisi konusunda da geçmişteki sağın farklı yönleri ağır basan partiler ve liderlerle olan ilişkilerinden bahsederek deneyimini göstermeye çalışır:

> Aziz ve muhterem kardeşlerim, biz bir günlük insan değiliz. Ben gündelik siyasetin içinde yer almadım, almak istemedim. Ama siyaset ve devlet adamlarımızın yakınında oldum, devletin hizmetinde oldum. Rahmetli Alparslan Türkeş ve rahmetli Turgut Özal ile çalışma şerefine nail oldum. Beni İslam İşbirliği Teşkilatı Genel Sekreterliği'ne ilk aday gösteren rahmetli Necmettin Erbakan'dır. Sayın Süleyman Demirel'in elinden, rahmetli Ecevit ve Sayın Bahçeli'nin hükümetleri döneminde 'Devlet Üstün Hizmet Madalyası' aldım. AK Parti hükümetleriyle, Cumhurbaşkanımız Sayın Gül ile, Başbakanımız Sayın Erdoğan ile beraber çalıştım.
>
> Ben aktif siyasetin içinde olmadım fakat her zaman siyasetin çok yakınındayım. 70'li yıllardan itibaren bana siyasete girme teklifleri gelmiştir. Bu Adalet Partisi zamanında, Demokratik Parti zamanında daha sonra rahmetli Turgut Bey zamanında çok yakınında bulunduğum için sonra AK Parti kurulurken de aynı şekilde oldu. Ben hep uluslararası kariyeri tercih ettim fakat devamlı olarak ülkemin siyasetiyle yakından ilgilendim, meşgul oldum.

Seçim döneminin öne çıkan en önemli toplumsal meselelerinden biri Kürt sorunu olmuştur. Erdoğan, dönemin konjonktürüne uygun olarak, seçim kampanyası boyunca Çözüm Sürecinin mimarı olarak kendisini sunar. Öte yandan, Kürt kimliği ve Kürtlerin taleplerinin temsilcisi olarak bir Cumhurbaşkanı adayı, Demirtaş vardır. Dolayısıyla, Kürt sorunu bu iki aday arasında, Kürtlerin yoğunluklu olarak yaşadığı coğrafyadan uzun zamandan beri oy alamayan CHP ve MHP'nin adayı olarak İhsanoğlu'nu zorlayan

bir konu olarak görünmektedir. İhsanoğlu bu konuya ilişkin görüşlerinde "gurbette yaşamış ve anadilini konuşamamanın acısını çekmiş" biri olarak kendisinden yola çıkarak anadilin önemine vurgu yapmakta, devlet tarafından Kürt haklarına ilişkin bazı yanlışlar yapıldığını, ancak bu yanlışların tüm topluma yapıldığını, yanlışlıkların düzeltilmesi gerektiğini söylemekte, ardından üniter devlet yapısı ve tek resmi dil, tek bayrak anlayışının önemini vurgulamaktadır.

> Silahların terk edilmesi lazım, ateşkesin devam etmesi lazım. Ve insanların artık hürriyetle, hürriyet içerisinde huzur içerisinde kendi istedikleri yerde yaşamaları lazım. Bunu yaparken elbette ülkenin toprak bütünlüğünü, siyasal rejimin zedelenmemesi yani hakimiyet milletindir, egemenlik milletindir, Türkiye'nin toprak bütünlüğünün korunması lazım, Anayasal sistemin korunması lazım. Bayrağın birliği ve resmi dilin birliği hususunda ben büyük bir anlayış görüyorum. Herkes bu konuda mutabık olduğunu zannediyorum.
>
> ...biz her şeyden önce Türk vatandaşıyız. Biz her şeyden önce bu vatanın evladı, bu vatanın bütünlüğünü, birliğini savunuyoruz ve bunun devam etmesini istiyoruz.

İhsanoğlu Kürt sorunu çerçevesinde, milliyetçiliğin bir göstergesi olarak üniter devleti savunurken bir yandan da dinleyici inşasında olduğu gibi farklılıkların, çatışmaların, farklı taleplerin üstünü örten bir "birlik ve beraberlik" söylemine başvurur: "...beraber yaşamanın içinde biz hamur olduk yani bizim zihniyetlerimiz, dünya anlayışlarımız, giyimlerimiz kuşamlarımız, müziklerimiz, folklorumuz, yiyeceğimiz içeceğimiz, sevinç hangi şeylere sevindik, hangi şeylere üzüldük bunların hepsi hemen hemen müşterektir, et ve tırnak gibi bunları ayırmak mümkün değildir." İhsanoğlu, bu konuda Türkiye'nin etrafındaki ülkelerde yaşanan çatışmaları örnek göstererek üniter devlet savunusunu destekler.

> Şimdi biz Suriye gibi bir ülke çatlarsa kaç parça olacak, hadi Irak üç parça diyoruz, Irak'taki üç parça nasıl yaşayabilir? Suriye'den akıyor petrol, başka yerden akıyor denize menfeze ancak güneyden olur falan, etrafındaki komşular herkesin kendine göre hesabı kitabı var. Bu birlik yani

> Mezopotamya birliği, Fırat ve Dicle etrafındaki bu coğrafi birlik, tarihi ve coğrafi biriktir, bunu parçaladığınız zaman bu hayat can damarını kesersiniz. O götürmez bir yere, bir müddet herkes sevinir benim bağımsızlığım oldu diye, sonra kötü bir yere gider. Aynı şekilde Suriye'de, şimdi Suriyeliler ayrı, Aleviler ayrı, Dürziler ayrı, efendim Hristiyanlar var, Ermeniler var, bunları nasıl yapacaksınız? Böyle bir devlet olur mu? Onun için parçalanma kimsenin lehine değildir. Bizim zaten parçalamak için bir gerekçemiz yok ki. Biz diyoruz ki biz beraber yaşadık, yaşıyoruz ama yanlışlar var onları düzeltelim.

İhsanoğlu'nun muğlak biçimde adlandırdığı "yanlışların" nasıl düzeltileceğine ilişkin olarak da "Avrupa normlarına uygun" evrensel bir demokrasi söylemine başvurur: "...geniş şekilde hak ve hürriyetleri demokrasiye inanarak, demokrasinin daha geniş katılımlı daha çağdaş değerlere, Avrupa normlarına uygun bir şekilde yürütmememiz lazım. Çünkü bunu yapmadığımız zaman ne Kürt kardeşlerimiz ne Türkler bu vatanda mutlu ve müreffeh bir şekilde yaşamayacaklardır."

Tek resmi dil savunusu, Müslümanlık, kutsal kitap, peygamber referansı ve ekonomik istikrar vurgusu da İhsanoğlu'nun konuşmalarındaki sağa ilişkin tezahürlerdir. Ancak İhsanoğlu'nun meselelere ilişkin bu yöndeki bağlamsal duruşu zaman zaman sosyal demokrasinin evrensel değerleri yönünden bir demokrasi anlayışı ve çoğu zaman Türkiye'de "merkez sol", "kurucu özne ideolojisi" (Uçan-Çubukçu, 2009) olarak konumlandırabileceğimiz Kemalizm yönünden bir laiklik ve akılcılık anlayışı ile iç içe kavrayışlardır.

İhsanoğlu'nun konuşmalarındaki iç içelik göstergelerinden en çok öne çıkanlardan biri İslamcılık ve laikliğin kullanımıdır. İhsanoğlu sıklıkla laikliğin öneminden ve bu konudaki hassasiyetinden bahseder ve devlet yönetimindeki temel referansın akılcılık olması gerektiğini ifade ederken, diğer yandan örneğin 9 Ağustos 2014 tarihli propaganda yayınında devlet yönetimi konusunda peygamberin hakemliğine atıf yapar:

> Size meşhur bir kıssa anlatmak istiyorum. Bu kıssadan hepimiz birer hisse çıkaralım. Bilenler bilir Kabe bir dönem zarar görmüş, binaya onarım gerekmiş. Onarım yapılırken sıra Hacerül Esved taşının birleştirilmesine

> gelmiş. İşte bu noktada anlaşmazlık çıkmış. Kabile reisleri bu kutsal görevi yerine getirmek için birbirleriyle didişmeye başlamış. İş ciddiye binince silahlar çekilmiş, neredeyse kan gövdeyi götürecekmiş. İşte o anda Hz. Muhammed gelmiş, kabile reisleri peygamber efendimize akıl danışmışlar. Peygamberimiz bir süre düşünmüş, sonra yere abasını sermiş kutsal taşı ortasına koymuş ve kabile reislerine demiş ki haydi hepiniz bir ucundan tutun hep birlikte yerine koyalım. Aziz ve muhterem kardeşlerim, peygamberimizin gösterdiği bu hakemlik yüzlerce yıldır en iyi devlet adamlığının sırrı olarak anlatılır. Peygamberimizin bu davranışını örnek alanlar en sevilen en başarılı yöneticiler olurlar.

İhsanoğlu konuşmalarında Atatürk'e sıklıkla atıf yapar, özellikle dış politikadaki uzlaşmacılık söylemini destekler nitelikte "Yurtta sulh cihanda sulh" sözünü hemen her konuşmasında tekrarlar. Aynı zamanda Kemalist bir anlayışın tezahürü, bir aydınlanma değeri olarak –kimliğinin retorik inşasında da başvurduğu- akılcılık hem konuşmalarında açıkça savunulur hem de kullandığı üsluba, konulara yaklaşımındaki serinkanlı yaklaşımına yansıtılır. İhsanoğlu, Atatürk'e yaptığı atıflardan birinde Türkiye'de popülist siyaset dilinde sıklıkla başvurulan "Atatürk şu anda yaşasaydı' retoriği" olarak adlandırabileceğimiz, hem Atatürk'ün kültleşmesi ve aşkınlaşmasına hizmet eden hem de onu güncelleştiren bu kullanıma başvurarak, Atatürk'ün akılcı bir lider olduğunu açıklar ve akılcılık referansını da buraya bağlar:

> Büyük Atatürk'ün sözünü her yere yazıyoruz. Her zaman dilimize pelesenk ediyoruz, "Yurtta sulh cihanda sulh" diyoruz. Ama uygulamada ne kadar başarılı olduğumuz şüphelidir. Hepimiz şunu düşünelim; Atatürk şu anda yaşasaydı ne yapardı? Atatürk şartlara göre en akılcı çözümleri üreten bir liderdir. Tarihi bulgular eşiğinde şunu kesinlikle söyleyebilirim; Atatürk şu anda yaşasaydı, Orta Doğu, Kafkaslar, Balkanlar'da barış ve refah için büyük bir işbirliği temelini atmıştı.

Bu noktada İhsanoğlu, kadın hakları konusunda da görüşlerini açıklarken, kişilik inşasına eşini de dahil eder. Zira, ona göre Cumhurbaşkanı eşinin de –first lady olarak- çok önemli bir görevi vardır. Kampanya boyunca İhsanoğlu'nun hayatını anlatan

materyallerde eşi Füsun İhsanoğlu hep bulunmuş ve kampanya süresince de genellikle hep yanında yer almıştır. Dolayısıyla İhsanoğlu'nun kişilik inşasında ailesi ama özellikle eşi önemli bir yer tutmuş, üniversite mezunu, eczacı, kültürlü, modern ve ölçülü bir kadın olarak, açıkça olmasa da, bir tür "ideal cumhurbaşkanı eşi" olarak sunulmuştur. İhsanoğlu, kadınların özellikle toplumsal hayatta ve çalışma hayatında daha aktif hale gelmeleri gerektiğini vurgularken, Cumhurbaşkanı eşine de önemli görevler düştüğünü belirtir ve bu görevleri hayır işleri ve kültür meseleleri olarak adlandırır. Bir yandan Kemalist modernleşme ideolojisini hatırlatan Cumhurbaşkanı eşi portresi ile bir yandan patriyarkal biçimde kadın hakları konusu hayır işleri ve kültür meseleleri ile bağlantılı olarak kurgulanır:

> Kadınlarımızın sosyal hayattaki katkılarının artması lazım, bu da sivil toplum kuruluşlarında daha aktif hale gelmeleri. İkincisi mecliste kadınlarımızın daha fazla yer alması kanaatindeyim. Türkiye'de cumhurbaşkanlığı yardımcılığı diye bir şey yoktur, fakat cumhurbaşkanlığı kadrosunda çalışan insanlar var, genel sekreterlikte çalışan insanlar var ve bunların arasında tabii hanımların, bilmiyorum ne kadar hanım var yok bilmiyorum, ama elbette liyakat temeli üzerinde hanımların çalışması lazım ama cumhurbaşkanının eşinin çok önemli bir görevi var. Cumhurbaşkanlarının eşleri özellikle sosyal meselelerde, kültür meselelerinde çok önemli hizmetleri olmalıdır ve bilhassa muhtaç insanlara, fakirlere yardım etmek hususunda, hayır işlerinde, sosyal hizmetlerde önemli katkıları olacağına inanıyorum.

4.2.1.5. Bin yıllık devlet geleneğine sahip kutuplaşmış ülke

İhsanoğlu'nun çalışma kapsamında incelenen konuşma metinlerinin zamansallık yapısı standart bir sistematiğe sahip değildir. Zira bu konuşmaların bir kısmı hazır bir metnin okunması, bir kısmı ise hazır bir metin olmadan yapılan konuşmalardan oluşmaktadır. Önemli bir bölümünde de konuşmanın belirli bir kısmından itibaren dinleyicilerle soru-cevap bölümü ile metin inşa edilmiştir. Konuşmaların bu standart olmayan yapısı hakkında, araştırmanın katılımcılarından İhsanoğlu'nun kampanya ekibinden K4, kampanyanın başlangıcında yapılan ziyaretlerde hazırlanmış bir metin olduğunu, ancak

zaman içinde İhsanoğlu'nun hazırlanmış bir metni okumak yerine, gidilecek iller ya da bölgelerle ilgili hazırlanan önemli noktalar üzerinde duran bir konuşma yapması yoluna gidildiğini, zira İhsanoğlu'nun bu yöntemle daha etkili ve başarılı olduğunu anladıklarını anlatmıştır.

Konuşma metinlerine zamansallık açısından bakıldığında İhsanoğlu'nun kendi kimliğine ilişkin geçmiş referansları dışında, toplumsal sorunlara ilişkin zaman zaman başvurulan bir geçmiş, bugün ve örtük bir gelecek kurgusu görülebilir. İhsanoğlu kendi kimliğine ilişkin geçmiş anlatılarında hayat hikayesinin kampanyanın bir parçası olarak anlatılması dışında, yapmış olduğu görevlerden bahseder. Özellikle, kendisine gelen bir soru üzerine Filistin için yaptığı görevleri ayrıntılı biçimde zamansal bir süreklilik kullanarak sıralar.

İhsanoğlu, kendisi dışında seçim döneminin ana temalarından biri olan başkanlık sistemi tartışmaları hakkında konuşurken, parlamenter sistemin Türkiye'nin devlet geleneğindeki geçmişini anlatır ve burada geçmişi Cumhuriyetin öncesinden, Osmanlı'dan başlatır ve Cumhuriyetin kuruluşuna getirerek "devamlılık" ilişkisine vurgu yapar:

> Bu sistemi, parlamenter sistemi biz cumhuriyetle değil saltanat döneminde kabul ettik. Meşrutiyetle beraber kabul ettik yani orada padişah vardı baş vekil vardı sadrazam vardı, bütün yetki sadrazamın baş vekilin elindeydi. (...) Atatürk Cumhuriyeti kurdu, milli istiklal mücadelemizin kahramanı gazi Mustafa Kemal Paşa devleti kuruyor ve yetkiyi başvekile devrediyor. O günden bugüne memleket böyle geliyor. Bizim geleneğimiz bu. Şimdi burada, bu görevler, bu roller Anayasada ilgili kanunlarımız var, bizim teamüllerimiz var.

İhsanoğlu, İzmir'deki basın toplantısındaki yargıya ilişkin güncel bir gelişme hakkındaki bir soru üzerine verdiği cevapta ise bu defa geçmiş kurgusunu Osmanlı'nın da öncesinden başlatır ve "bin senelik devlet" olarak devamlılık ilişkisini anlatır:

> Biz burada bin senelik devletiz, bin senelik devlette bu olmaz. Biz sırf 90 yıllık Cumhuriyet değiliz, bizim arkamızda Osmanlı var 600 sene, arkasında Selçuklu var, arkasında beylikler var, şunlar var bunlar var.

İhsanoğlu'nun bugüne ilişkin tanımlaması ise çatışma/kutuplaşma/ayrılık dönemi olarak inşa edilir. Bu bakımdan konuşmalarında zaman zaman "çok hassas dönem" olarak adlandırır bugünü. Sözü edilen çatışmalar, ayrılıklar hem ülke içindedir hem de ülkenin etrafındaki ülkelerde. Dolayısıyla Türkiye bir "ateş çemberi altındadır." "Bugün" yapılacak Cumhurbaşkanlığı Seçimi de geleceğin yönünü belirleyecek "zorlu bir seçim" ve "şerefli bir yarış" olarak adlandırılır.

4.2.1.6. Çatışmadan uzlaşmaya, uzlaşma ile ekonomik istikrara

Ekmeleddin İhsanoğlu'nun seçim kampanyası yukarıdaki başlıklarda da değinildiği gibi uzlaşmacılık ve diplomasi ve bürokrasi tecrübesi üzerine temellendirilmiştir. İhsanoğlu'nun dinleyicilerine sunduğu argümanlar da bu temelden hareket etmektedir. Zaman zaman Toulmin'in Argüman Kullanımları'ndaki mantık zincirine benzer bir yöntemle, zaman zaman örtük tasıma başvurarak, zaman zaman örneklerle destekleyerek, zaman zaman da retoriksel sorular sorarak neden kendisinin Cumhurbaşkanı seçilmesi gerektiğini anlatmaya çalışır.

İhsanoğlu'nun yukarıdaki tüm başlıklarda görülebileceği gibi Türkiye'nin hem içeride hem de etrafı ile bir çatışma içinde olduğunu belirtir ve böyle bir resim çizer. Konuşmalarında doğrudan itham etmez, isim kullanmaz ama örtük biçimde hem içerideki hem de komşularıyla olan çatışmaların sorumlusu olarak Erdoğan'ı gösterir. Dolayısıyla; 1. Erdoğan Cumhurbaşkanı olursa bu çatışmalar, kutuplaşmalar, ayrılıklar devam edecektir; 2. İhsanoğlu Cumhurbaşkanı olursa bu çatışmalara, kutuplaşmalara, ayrılıklara bir son verecektir ve uzlaşma kültürünü hem içeride hem dışarıda yaygınlaştıracaktır; 3. Bu nedenlerle Erdoğan değil İhsanoğlu Cumhurbaşkanı seçilmelidir. İhsanoğlu'nun diğer rakibi Demirtaş ise bu denklem içinde yoktur.

İhsanoğlu, bu mantık zincirinde isim vermeden örtük tasıma başvurarak sunduğu argümanlarda, ülkenin uzlaşıya olan ihtiyacından bahseder: "Bu çok hassas dönemde Cumhurbaşkanlığı Seçimine giderken ülkemizin içeride huzura, birliğe ve dirliğe,

dışarıda da itibarını korumaya, komşuları ile ihtilafları çözmeye her zamankinden daha fazla ihtiyacı var. *(O nedenle beni seçmelisiniz)*" Bu kullanıma benzer olarak bir başka örnekte de İhsanoğlu, yine isim vermeyerek Erdoğan'ın çatışmacılığına değinir: "Milleti ikiye bölen demokrasi istemiyoruz. 'Bana oy verenler vatanperver, bana oy vermeyenler vatan haini' böyle bir demokrasi olmaz. 'Benden yana olanlara hizmet ederim benden yana olmayanları düşman ederim, öteki sayarım' nasıl böyle bir şey! *(Ben böyle davranmayacağım, o nedenle beni seçmelisiniz)*" Bir diğer örnekte ise İhsanoğlu bu defa Cumhurbaşkanlığı makamında gerekli olan nitelikleri söyleyerek bir ikiliğe başvurur: "Devletin tepesi kavga edilen bir yer değil, devletin tepesi sorunların çözüldüğü yer, sorunların yaratıldığı yer değil. Onun için devletin tepesine sorun yaratanları taşımayalım, sorun çözecek olanları taşıyalım. *(Ben sorun çözebilecek biriyim o nedenle beni seçmelisiniz)*"

İhsanoğlu, bu tür bir kıyaslamaya başvurduğu bir başka örnekte bu defa soru sorarak bir meşruluk üretmeye çalışır ancak bu örnekte kendisini de konumlandırır: "Bu koca coğrafyada din, mezhep, milliyet savaşlarıyla despotluk kibir mi üretecek yoksa laik demokratik büyük bir birlik içinde el ele mi vereceğiz? Barış mı kazanacak savaş mı kazanacak? Kardeşlik mi kazanacak düşmanlık mı? Birlik mi kazanacak ayrışma mı? Ben birlikten yanayım." Buna benzer olarak İhsanoğlu, bir diğer konuşmasında kendisini daha ayrıntılı tanımlayıp konumlandırarak argümanını bir adım daha öteye taşır:

> Ben düşünüyorum ki cumhurbaşkanı seçildiğim zaman bu bölgeyi iyi tanıyan bir insan, bu liderleri iyi tanıyan insan, bu toplumların demografik yapısını iyi bilen, sosyolojik yapısını, siyasi yapısını, siyasi ilişkilerini tanıyan, Birleşmiş Milletler'le, Avrupa Birliği ile, Amerika ve Rusya ile, çok liderler ile çok münasebeti olan bir insan olarak ben bu konuda hizmet edebileceğimi ve bu barışın sağlanması konusunda katkılar yapabileceğime inanıyorum.

İhsanoğlu'nun kendisini "uzlaşmanın teminatı" olarak gösteren bu kıyaslama yöntemi, Cumhurbaşkanlığı makamında "siyasette tercih sahibi, siyasi parti programı sahibi, parti tercih eden ve taraf tutan" biri değil, politik olarak tarafsız biri olması gerektiği

argümanı ile, aynı zamanda kendisinin tüm siyasal partilere aynı uzaklıkta bulunduğunu söyleyerek, bazen de ima ederek, kendisini en doğru aday olarak sunar. Bu bağlamda, İhsanoğlu verdiği aşağıdaki örnekte yine soru sorarak –ve yine örtük biçimde rakibini ima ederek- kıyaslama yoluna başvurur:

> Biz bu seçimlerde büyük kararla karşı karşıyayız. Türk milleti şunu sormalı; 'Ben Çankaya'ya sorun çözen birini mi seçeceğim sorun yaratan birini mi seçeceğim?' Bütün siyasi partilere eşit mesafede duran birini mi seçecek yoksa kendi siyasi gündemi ile Anayasa'ya aykırı şekilde ihlal yaparak kendi siyasi görüşünü kabul ettirecek birini mi seçecek?

İhsanoğlu, bu politik tarafsızlık argümanını Cumhurbaşkanlığı Seçiminin diğer seçimlerden farklılığına vurgu yaparak da destekler. Öyle ki, bu seçimlerde parti tarafı tutma zamanı değildir. İhsanoğlu, böylece siyasi bir konumlandırmadan münezzeh tutar kendisini. Konuşmalarında sık sık bu seçimin farklılığını hatırlatır ve çağrı yapar dinleyicilerine:

> Bu seçimin ne belediye seçimi ne belediye seçimleri gibi mahalli seçimler ne de meclis parlamento seçimleri gibi efendim bizim partinin milletvekilini gönderelim de onlar işte bizim işlerimizi görsünler, yok öyle bir şey.
>
> Biz hepimiz biriz ve beraberiz. Onun için biz bu seçimlerde 10 gün sonra sandığa gidecek kardeşlerimize diyoruz ki Türkiye'de içte huzur dışta itibar kazanmış olmasını istiyorsanız, güçlü bir toplum güçlü bir devlet olmasını istiyorsanız gelin bu üç adaydan en uygununu seçiniz. Ondan sonra önümüzdeki yaz istediğiniz partiye, yine kendi partinize oy verin bu parti seçimi değildir, bu milletvekili seçimi değildir, bu belediye reisi, encümen üyesi seçimi değildir. Bu devletin başına Cumhurbaşkanı seçiyorsunuz aziz kardeşlerim.

İhsanoğlu, Cumhurbaşkanının (kendisi gibi) tarafsız biri olması gerektiği argümanını Avrupa ülkelerinden gösterdiği örneklerle de güçlendirmeye çalışır. Bunu yaparken de Erdoğan'ın icraat söylemi ağırlıklı kampanyasına karşılık olarak, Cumhurbaşkanının icra yetkisi olmadığını ve sembolik konumunu hatırlatır.

> Genellikle Fransa hariç bütün Avrupa ülkelerinde cumhurbaşkanları genellikle siyaset dışındadır. İşte meşhur örnekleri biliyorsunuz, daha birkaç hafta önce Ankara'ya gelen Alman Cumhurbaşkanı eski bir din adamı, benim yakından tanıdığım Avusturya Cumhurbaşkanı bir üniversite profesörü. Efendim Polonya'nın komünizmin düşmesinden sonraki ilk Cumhurbaşkanı bir sendika lideri, arkadaşlar sendika lideri ve en başarılı en demokrat cumhurbaşkanı. Polonya'yı komünizmden hür dünyaya taşıyan adamdır. Efendim Çekoslovakya, Çekoslovakya'nın ilk Cumhurbaşkanı bir tiyatro yazarıdır. Biz tutturmuşuz illa partili olacak, illa büyük parti ve büyük programları yapan, köprüler yapan birisini getireceğiz. Biz şimdi bizim yaptığımız katkılardan bir tanesi biz dedik ki efendim köprüler yapacağız şunları yapacağız... biz dedik ki cumhurbaşkanı yol yapmaz yol gösterir.

İhsanoğlu buradan yola çıkarak Erdoğan'ın Başbakan olarak kalmasının daha doğru olacağını ima eder: "Güçlü iktidar var işte Başbakanının elinde, çünkü güçlü iktidar nerede? İcrada. Cumhurbaşkanının icra yetkisi var mı acaba?"

İhsanoğlu, uzlaşmacı ve tarafsız olması nedeniyle kendisinin seçilmesi gerektiğine ilişkin ürettiği bu argümanları, bu nitelikleriyle ekonomik istikrarı da sağlayacağına yönelik bir argümanla daha pekiştirir. Özellikle, Türkiye popülist sağ politik diline hakim olan ve seçim dönemlerinde mevcut hükümetler tarafından çokça kullanılan istikrar söylemi, 12 yıllık iktidarın adayı olarak Erdoğan'ın bir argümanı olarak görülüp düşünülebilen istikrar vurgusu burada, İhsanoğlu tarafından Erdoğan'a karşı kullanılır. İhsanoğlu'nun metinlerinde üretilen bu argümana göre, Cumhurbaşkanlığı makamında uzlaşmacı bir kişilik olmazsa siyasette çıkan çatışmalar nedeniyle ekonomik istikrar bozulabilir. "Ekmek için Ekmeleddin" sloganının da arka planındaki argümanlarından biri olan bu tez, öncelikle ülkenin yoksul, K5'in ifadesiyle "eve ekmek götürmekten başka bir derdi olmayan" kitlelere seslenmeyi amaçlamıştır. Dolayısıyla İhsanoğlu'nun konuşmalarında, Cumhurbaşkanının sembolik rolünü de vurgulamasına rağmen, sıklıkla ekonomik konulara değinilir.

İhsanoğlu bu bağlamda ekonomik istikrar argümanı için önce yoksul kesimlerin ekonomik sıkıntılarına değinir:

> Fertleri dirlik içinde bir toplum, topyekun dirlik içindedir. Oysa çoğumuz borçluyuz. Bütün Türkiye borçlu, hem devlet hem millet borçlu. Millet borçlu derken şunu da ayırmak gerekir; zenginin borcu olabilir ama zenginin borcu olsa da çocuklarının eğitimi aksamaz, sofrada bal kaymak eksik olmaz. Peki ya fakirin borcu? Türkiye'de fakir çok. Bak yollarda pahalı arabaya, zengin çok görünür fakir az görünür. Bugün Türkiye'nin bir bölümü ödenemez biçimde kredi ve kredi kartı borcu içinde. Bu borcu ödemek için vatandaşlarımız yemelerinden içmelerinden kesiyorlar. Yemelerinden içmelerinden oluyorlar borç ödemek için.

Ardından İhsanoğlu Cumhurbaşkanının ekonomik istikrara nasıl katkı sağlayacağını açıklar:

> Köylü, memur, esnaf, işçi, işsiz, nereye gitsem duyduğum tek şey bu faizli borçlu halidir. Diyeceksiniz ki Cumhurbaşkanlığı icra makamı değildir. Vatandaşın borcundan Cumhurbaşkanına ne? Evet icra yetkisi, Cumhurbaşkanının icra yetkisi yoktur ama icrayla el ele vererek, çağrı yaparak, yetkisini ve pozisyonunu kullanarak yol gösterir. (...) Büyük kararlar büyük mutabakatlarla verilir. Türkiye'nin en yoksul kesimini bir basamak yukarı çıkartmak, çok büyük bir siyasi mutabakat meselesidir. Zordur ama imkansız değildir. Eğer AK Partilisi, CHP'lisi, MHP'lisi HDP'lisi el ele verirse, bu devasa sosyal yaraya çözüm üretiriz.

Cumhurbaşkanının istikrara olan katkısının özellikle ilk kez halkoylaması ile seçilecek, dolayısıyla "siyasi bir güç" elde edecek Cumhurbaşkanı tarafından daha etkili olabileceğini de ekler İhsanoğlu: "O siyasi gücü Hükümetle daha verimli, daha uyumlu bir çalışma ve ülkedeki huzuru sağlamak, ülkede huzuru sağladığınız zaman ekonomi daha çabuk gelişir, gerginlik gittiği zaman ticari hayat daha inkişaf eder vesaire vesaire, bunlar bir zincirleme reaksiyondur."

İhsanoğlu, uluslararası uzlaşmacı bir politikanın da ekonomik istikrara katkısı olacağını belirtirken, "bugün"den örnekler de kullanır:

> Bugün Ekonomi Bakanımız Irak'la ticaretin 3'te 1'inin azaldığını, yüzde 34 oranında azaldığını ifade etti. Bundan önce 2009'a nazaran baktığımızda bütün Ortadoğu'daki ticari ilişkilerin çok zarar gördüğünü göreceksiniz. (...) Bu konuları düşünmek lazım. 2009 yılına kadar bu ülkelerle çok iyi geçiniyorduk. Sanayimiz, ticaretimiz Gaziantep, Urfa gibi bölgelerde büyük canlılık olmuştu. Birdenbire bunlar bıçak gibi kesildi. Çünkü birilerinin teorilerini ispat etmeye başladık. Halbuki dış ticarette gerçek politika rakiplerinizi sizden kuşkulanır hale getirmeye vesile edecek şekilde büyük laflar etmemeli.

İhsanoğlu, Erdoğan'a yönelik karşı bir argüman geliştirerek, bizatihi Erdoğan'ın istikrarı sağlayamayacağını, uzlaşmacı ve tarafsız kişiliği ile kendisinin istikrarı sağlayabileceğini savunan bu ifadelerinin yanında, seçmenin mevcut Hükümetin adayı olarak Erdoğan'ın Cumhurbaşkanı seçilmemesi halinde ekonomik istikrarın bozulabileceği algısını da hesaba katarak onlara bu konuda doğrudan seslenir ve bu konuda "korkmamaları" gerektiğini de belirtir: "Aziz kardeşlerim, ey azizler, korkmayınız, Türkiye'de istikrarı sarsacak hiçbir şey yapmayacağım. Aksine istikrarın devamı için AK Parti dahil bütün partilerle el ele vereceğim." Zira bu kurguya göre, asıl korkulması gereken durum Erdoğan'ın Cumhurbaşkanlığıdır:

> Yürütme, yasama ve yasama erklerinden sonra basını ele geçtikten sonra denge unsuru olan Cumhurbaşkanı makamı kaldı. Bu da ele geçirildiğinde Türkiye'de rejimin ne olduğunu, hangi ülkelerle mukayese edilmesi gerektiğini söylemek için başka bir şey söylemeye ihtiyaç yoktur. Güneydeki komşularımızın rejimlerine benzer. Türkiye istikrar için bir imtihan verecek. İstikrar devam mı etsin yoksa sona mı ersin. Türkiye maceralara ve risklere mi sürüklensin. Türkiye'nin vereceği karar budur. Ekonomik gelişmenin istikrar içinde yürümesidir.

4.2.1.7. Vatan tarlasına sevgi, saygı, dirlik ve birlik ekmek

Tüm bu kurgu unsurlarının sonucunda İhsanoğlu'nun Cumhurbaşkanlığı tahayyülü bir "aile reisi", "bir öğretmen", "bir hakem" olarak tanımlanır. İhsanoğlu konuşmalarında zaman zaman aile reisi ya da baba gibi, zaman zaman öğretmen gibi konuşmuş, uzlaşmacılığı vurgulayan genel stratejisi içinde Cumhurbaşkanlığı makamını bir "hakemlik makamı" olarak tanımlamıştır. Aile metaforunu kullanarak ülkeyi/toplumu aile, Cumhurbaşkanını da aile reisi olarak kurgulayan İhsanoğlu, bu aile reisinin özelliklerini de şöyle açıklamıştır:

> Ben sınırları tayin edilmiş ve Türkiye'nin en yüce makamı olan Cumhurbaşkanlığına, bütün aileyi, *aile reisi* olan Cumhurbaşkanı olarak, herkesi kucaklayacak herkese saygılı olacak, öfkesi olmayacak herkesi dinleyecek, saygı ile dinleyecek, farklı düşüncesi de olsa ona hürmet edecek, konuşacak.

Bir ulus içinde birbirleriyle akraba olmayan kadın ve erkekler arasında aynı ailenin içindeki kardeşler arasındaki sevgi bağlarına benzer biçimde duygusal bağlar inşa ederek kurulan aile metaforu, topluluğun beraberliğinin devamı ve yeniden üretimi için gerekli olan "ulusal birlik" öğesine meşruiyet zemini sağlamaktadır (Najmabadi, 2004: 160; Şerifsoy, 2004: 169). İhsanoğlu, aile metaforu kullanımın bir diğer örneğinde dinleyicilerine zaman zaman "kardeşlerim" diye seslenir. Ancak, "aile reisi", bir başka ifade ile "ulusun babası" konumu daha belirgindir. Örneğin İhsanoğlu, İstanbul'da Salı Pazarı'na yaptığı ziyarette kendisinin yanına gelerek, Türkiye'deki Suriyeli sığınmacı ve mültecilerden şikayet eden bir kadına "kızım" diye hitap etmiştir: "Biz bunlara isyan ettiğimiz için yola çıktık kızım. Biz diyoruz ki bu politikalar yanlıştır. Bunları düzeltmek lazım. Seçilecek Cumhurbaşkanı bu yanlış politikaları devam ettiren bir pozisyonda olmamalı. Bunları reddeden bir yapıda olmalıdır."

İhsanoğlu'nun akademisyen olması ve bilimsel çalışmaları kampanya metinlerindeki retorik inşada ön plana çıkarılan unsurlardan biridir. Bunun yanında İhsanoğlu konuşmalarında çoğu zaman öğretici bir dil kullanmıştır. İhsanoğlu'nun tahayyülünde Cumhurbaşkanı bir aile reisinin yanında aynı zamanda bir öğretmendir. 3 Ağustos'ta yayınlanan propaganda konuşmasında İhsanoğlu, Cumhurbaşkanlığı makamı için

öğretmenliği bir metafor olarak kullanmıştır: "Cumhurbaşkanınız olduğumda Çankaya bir öğretmenin evi olacaktır."

İhsanoğlu'nun zaman zaman yaptığı ziyaretlerde yapılan toplantılarda bir sınıf ortamındaki, soruları cevaplandıran, açıklamalar yapan, bilimsel ve güncel örnekler sunan öğretmen ya da üniversite hocasını andıran bir yaklaşımı gözlemlenir. Örneğin Diyarbakır ziyaretinde İhsanoğlu'nun kente gelmeden önce yaptığı bir açıklama salondaki sivil toplum kuruluşları temsilcilerinden tepki alınca, İhsanoğlu konuşmasında önce bu konu hakkındaki görüşlerini daha ayrıntılı ve serinkanlı bir dille açıklar ve ardından salonda –metafor olarak sınıfta da diyebiliriz- bulunanlar tarafından tam olarak anlaşılıp anlaşılmadığını sorar ve belirgin bir ses çıkmaması üzerine, salonda bu konuda soru soran ve tepki gösteren birine bu soruyu yöneltir, tıpkı sınıfta bir öğretmenin konunun anlaşılıp anlaşılmadığını ölçmek için yaptığı gibi. İhsanoğlu'nun kendisi de bunu "hocalıktan gelen bir alışkanlık" olarak adlandırır. Diyalog şöyle gerçekleşir:

> -Şimdi acaba hocalıktan gelen bir alışkanlıkla, benim dil konusundaki sözlerim doğru anlaşıldı mı beyler? (Sessizliğin ardından) Beyefendi ikna oldunuz mu?
> -Bana mı sordunuz? Benim sorum Kürt dilinin bilim dili olmadığı ifadenizle ilgiliydi. Ama sizin Türkiye'de Türkçenin dahi daha bilim dili olmadığı konusundaki açıklamalarınızı ifade etseydiniz elbette bu sorular size gelmeyecekti ama tek başına Kürtçe üzerinden böyle bir okuma yaptığınızda ben dahil bütün Kürt entelektüelleri bundan rahatsız olduk. Sizin de bu rahatsızlığı doğal karşılamanız gerekir, teşekkür ediyorum.
> -Peki şimdi, eksik gelmiş demek ki, şimdi ben tam olarak izah ettim mi?
> -Bu salonu tatmin etmiştir, umarım bütün Türkiye'dekileri de tatmin eder.
> -İnşallah, o zaman benim temennim şudur; Nasrettin Hoca'nın söylediği gibi duyanlar duymayanlara söylesin lütfen.
> (Alkışlar)
> -Hep beraber, siz de söyleyin. Sadece Diyarbakır'da değil başka yerlerde de söyleyin lütfen.
> -Hay hay efendim memnuniyetle, ben bunu her yerde söylüyorum.

Erdoğan'a karşıt biçimde kendisini uzlaşmacı olarak kurgulayan İhsanoğlu, aynı zamanda Erdoğan'ın seçim kampanyasında öne çıkardığı "icraatlarına" karşı konuşmalarında sıklıkla Cumhurbaşkanının "sembolik" görevinin sınırını çizerken, bu defa Cumhurbaşkanını "hakem" metaforu ile kurgular:

> Cumhurbaşkanı yol yapmaz. Bunu başbakan yapar. Cumhurbaşkanı hastane yapmaz bunu başbakan yapar. Cumhurbaşkanı sokakları temizlemez bunu belediye başkanı yapar. Peki Cumhurbaşkanı ne yapar? Cumhurbaşkanı devletin ve milletin sigortasıdır. Yeri ve zamanı gelir *hakemlik* yapar. Ne demektir hakemlik? Bu ülkede parlamentoda 4 siyasi parti var. AK Parti, CHP, MHP, HDP. Bir de yüzde 10 barajından dolayı parlamentoya giremeyen Saadet Partisi, Büyük Birlik Partisi, Demokrat Parti, Bağımsız Türkiye Partisi, Demokratik Sol Parti gibi birçok başka partilerimiz var. Hepsinin ayrı ayrı fikirleri, programları var. Peki bu partiler anlaşamadıkları zaman aralarını kim bulacak? Gerginlik anında ortalığı kim sakinleştirecek? Elbette Cumhurbaşkanı. İşte bu yüzden Cumhurbaşkanı sakin ve tarafsız, dürüst olmalı. Yani tüm partilerin saygı duyacağı bir isim olmalı.

Hakem metaforu öğretmenlik metaforu ile de yakından ilişkilidir. Eğitim bilimleri alanında yapılan metafor çalışmalarında öğretmenliğe ilişkin olarak, öğretmenin tarafsız olması gerekliliği ile ilgili olarak üretilen metaforlardan biri hakemliktir. Öğretmenlikle ilgili üretilen ve İhsanoğlu'nun kampanyasında daha yoğun kullanılan bir diğer metafor da bahçıvanlık ya da çiftçiliktir (Topçuoğlu-Ünal ve Tekin, 2013; Pekdan ve Kıldaş, 2009; Çelikten, 2006; Cerit, 2008).

"Ne ekersen onu biçersin" atasözünden yola çıkılarak üretilen İhsanoğlu'nun kampanya stratejisinde İhsanoğlu metaforik olarak bir bahçıvan olarak kurgulanmıştır. Seçim bildirgesi tanıtım toplantısında İhsanoğlu, bu kurguyu açıklarken vatanı bir tarlaya benzetmiştir. Kurulan bu analoji çerçevesinde tanıtım toplantısında İhsanoğlu şunları söylemiştir: "Biz Türkler için vatan bir tarladır bu tarlayı sulamak, ekmek biçmek gerekir. Atalar ne güzel demişler; ne ekersen onu biçersin. Rüzgar eken fırtına biçermiş, kibir eken nefret biçermiş, nefret eken savaş biçermiş."; "Elimde bir avuç tohum var. Bu tohumları vatan dediğimiz imtihan tarlasına ekmek istiyorum. Ben bu tarlaya sevgi

ekmek istiyorum. Sevgi ekeyim ki sevgi filizlensin. İnsanlarımız kavga etmesin. Herkes kendi kabuğuna çekilmesin."; "Ekeceğimiz bir diğer tohum saygıdır."; "Ekeceğimiz diğer tohum da dirliktir."; "Tarlamız büyük ve bereketli, tıpkı ülkemiz gibi."; "Size burada aktaracağım son tohum sevgi saygı ve dirlikten sonra birlik tohumudur."; "Ey azizler, bu topraklarda sadece sevgi ekelim, sadece saygı ekelim, sadece nezaket ekelim ki bu topraklar daha nice Yunuslara, Mevlanalara, Nazımlara, Hacı Bektaşi Velilere, Akiflere vatan olsun. Çünkü ne ekersek onu biçeriz. Güzellikleri ekmek için Türkiyemizin emrindeyim."

Kampanya stratejisindeki bu analoji şöyle açıklanabilir: Ülke/vatan "büyük ve bereketli bir tarladır" ve bu büyük, bereketli ve –seçim şarkısında da belirtildiği gibi- "mübarek toprağa" bir hastalık bulaşmış, sulanmamış, beslenmemiştir. Bu bakımsız, susuz kalmış ama esasen çok değerli olan toprak, sulanma, beslenme ve yeni filizler vermeyi beklemektedir. İyi bir bahçıvan bu topraktaki ayrık otlarını temizleyip, onu sulayıp, yeni tohumlar eker ve onları biçer, ihtiyaç duyduğu besinleri verirse bu değerli topraktan en güzel ürünleri alacaktır. İşte bu noktada, susuz, bakımsız kalmış vatan toprağını eski bereketine, verimine kavuşturacak olan bahçıvan olabilecek Cumhurbaşkanı Ekmeleddin İhsanoğlu'dur.

4.2.1.8. "Başöğretmen" üslubunun gösterimi

"Aile reisi", "öğretmen", "hakem" ve "bahçıvan" metaforları aracılığıyla inşa edilen İhsanoğlu'nun konuşmalarında kullandığı üslupta da bu rollerin gösterimini izlemek mümkündür. İhsanoğlu personasının inşasında aile üyeleri arasındaki sorunları akılcılıkla çözecek, tüm aile üyelerine eşit yaklaşan, aynı zamanda sınıf içinde disiplini sağlayabilecek, sınıftaki öğrencilerin ya da aile üyelerinin birlik ve beraberlik bilincine kavuşmasını sağlayacak bir kişilik olarak ağırbaşlı, serinkanlı, bilgiç bir dil vardır. İhsanoğlu'nun bu dil kullanımı/üslubu Bora ve Tol'un (2009: 826) erken Cumhuriyet döneminin politik diline ilişkin tanımlamalarını anımsatmaktadır. Buna göre, "cinsiyetsiz, steril bir dildir bu. Resmiyetçi-soğuk, sentetik, terbiyevi" ve "tembihatçı ve başöğretmen üslubu" olan bir dildir. İhsanoğlu'nun bu üslubu ve "devlet adamı" duruşu Diyarbakır ziyaretindeki toplantıda salondaki bir dinleyici tarafından da "sanki Cumhurbaşkanı olmuş gibi" ve "salona yayılan Ankaralı havası" olarak tanımlanmıştır.

Örneğin İhsanoğlu'nun konuşmalarında ziyadesiyle kullandığı "lazım" kalıbı bu bilgiç dilin açık bir gösterim örneğidir:

> Bu sıkıntıları yaşayan başka ülkeler de var yakınımızda uzağımızda, biz tecrübelerden yararlanmamız *lazım*. Bunları yaparken siz sonunda muhakkak Meclise getirmek *lazım*. Parlamentonun bunu kabul etmesi *lazım*. Ülkede bir konsensüs, milli bir mutabakatın olması *lazım*. Bunu, mutabakatı sağlamadığınız takdirde bu barış aksak bir barış olur. Ve doğuracağı sıkıntılar getireceği menfaatlerden daha büyük olur.
>
> Hepimiz bu hayatta yaşadıktan sonra ebediyete intikal ediyoruz, arkamızda zihniyetimiz kalıyor, Cumhuriyetimiz kalıyor, çocuklarımız kalıyor, torunlarımız kalıyor. Şimdi biz bunlara daha iyi bir hayat bırakmamız *lazım*, biz bunlara daha iyi, daha müreffeh bir Türkiye bırakmamız *lazım,* daha kavgasız bir Türkiye bırakmamız *lazım* ve burada hatalarımızı kabul etmemiz *lazım,* bilhassa sopa kullanarak yaptığımız hataları kabul etmemiz *lazım.*

İhsanoğlu'nun kampanyası boyunca kullanılan seçim şarkısını bile bu dilin kullanımının gösterim örneği olarak değerlendirmek mümkündür. Şarkıda kullanılan –meli kalıbı, bir nevi bir tembihleme ifadesi, Bora ve Tol'un belirttiği "tembihatçı" bir yaklaşımı andırmaktadır. Koro halinde söylenen, bir tür marşı da andıran şarkının sözleri şöyledir:

> Bu ayrılık bitmeli/ Kibir haset gitmeli/ Şu mübarek toprağa/ Sevgi saygı ekmeli. Biz büyük bir ülkeyiz/ Bunu herkes bilmeli/ Şu mübarek toprağa/ İlim, irfan ekmeli... Gelecekler geliyor/ Çocuklar hep gülmeli/ Şu mübarek toprağa/ Barış huzur ekmeli. Gençler hazinemizdir/ Buna kıymet vermeli/ Şu mübarek toprağa/ Dirlik birlik ekmeli. Ekmeli ekmeli/ Ekmeli iyi ekmeli/ Şu mübarek toprağa/ Sevgi saygı ekmeli.

İhsanoğlu'nun erken Cumhuriyet dönemi politik dilini andıran bu üslubu, o dönemin dili gibi her ne kadar ataerkil bir egemen diline işaret eden erkek bir çehreye sahip olduğu söylenebilirse de, bu politik dilin, gündelik politik dile hakim olan ama özellikle seçim kampanyalarında dozu daha da artan erkeklik gösterisine düşkün bir dil olduğunu

söylemek mümkün değildir (Bora ve Tol, 2009: 826). Dolayısıyla belki de tam da bu nedenle, araştırmanın CHP parti teşkilatlarında çalışan bazı katılımcılarının İhsanoğlu'nun miting yapmamasını bir eksiklik olarak görmesi ya da onu "pasif", -gereğinden fazla- "sakin" olarak görmeleri, alışılagelen politik erkeklik dilini görememelerinden kaynaklı olabilir. İhsanoğlu da böyle bir algıdan kaynaklı olarak, Bora ve Tol'un (2009: 833) "korkaklık' korkusu" olarak adlandırdıkları bir refleksle seçim gününden bir gün önce, 9 Ağustos 2014'teki propaganda yayınında böyle bir algılamanın önüne geçmek ister. Zira, sakin kalmak siyaseten yeterince "erkekçe" görünmemektedir ve "siyasetçi kimseden korkmamalıdır. Onun en önemli korkusu 'cesaretsiz' gibi algılanmak olabilir": "Aziz kardeşlerim, olgun başak eğri durur. Bugüne kadar hep sakin kaldım diye kimse aldanmasın. Konu vatansa, konu devletse, konu milletse kükremiş sel gibi bendimi çiğner aşarım."

Bu steril ve mesafeli dilin gösterimine bir diğer örnek de, İhsanoğlu'nun Maltepe'de otobüsün üzerinden meydanda halka seslenişinde "sizli-bizli" bir yaklaşımla, emir kipi kullanmaktan kaçınmasıdır:

> Sizden bir ricam var, lütfen 10 Ağustos'ta herkesi sandığa davet edin ve tatilde olan dostlarınızın, akrabalarınızın gelmesini sağlayın. Ve oylarınızı kullandıktan sonra lütfen sandığınıza *sahip olunuz*, oylarınıza *sahip olunuz*, sandıklara *sahip olunuz*, ilçe kurulundaki sandıklara *sahip olunuz* il kurulundaki sandıklara *sahip olunuz* ve komşularınızı, farklı partideki kardeşlerimizi, hepsini bu farklı seçime davet edi*niz*.

İhsanoğlu'nun konuşmalarındaki bir diğer gösterim birinci çoğul şahıs kipi kullanımında ortaya çıkar. İhsanoğlu'nun "biz" kullanımlarında kendi vaatlerinin dinleyicilerle ya da yurttaş/seçmenlerle özdeşleştirilmesi, eş deyişle, kendi taleplerini yurttaşların da talepleri olarak sunduğu görülür. Bu kullanım, Perelman ve Olbretchs-Tyteca'nın işaret ettiği rasyonel, makul bireylerden oluşan hayal edilmiş dinleyiciler olarak evrensel dinleyici kitlesini andırır. Zira, Billig'in (2002: 105) işaret ettiği gibi Türkiye'de yaşayan yurttaşlardan oluşan dinleyicilere ulaşırken, bu belirli dinleyici grubunu aynı zamanda evrensel bir dinleyici kitlesi olarak karşısına almaktadır. Bu bağlamdaki "biz" kullanımının belirgin bir gösterimi şöyledir:

Biz istiyoruz ki ülke*miz* huzur içerisinde yaşasın, *biz istiyoruz ki* demokrasimiz ilerlesin, *biz istiyoruz ki* hukukun üstünlüğü yeniden kurulsun. Kanun hakimiyeti kurulsun insanlar adalet karşısında eşit olsun, insanlar mahkemelerde mazlum olmasın mağdur olmasın. *Biz istiyoruz ki* ekmeği*miz* büyüsün, *biz istiyoruz ki* kredi borçları*mız* silinsin, kredi kartları*mız* borç sarmalından kurtulsun. Yüz binlerce, milyonlarca insanımıza vergi affı çıksın istiyo*ruz*. *Biz* Türkiye'nin, toplumun huzur içerisinde olmasını istiyo*ruz, biz* kavga istemiyo*ruz. Biz* laiklik prensibini sımsıkı istiyo*ruz, biz* mezhep ve din üzerinden siyaset yapılsın istemiyo*ruz. Biz istiyoruz ki* evlatları*mız* bizim yaşadığı*mız* hayattan daha iyi bir hayat yaşasın. *Biz* geri günlere dönmek istemiyo*ruz, biz* 70'li yıllardaki kavgalara dönmek istemiyo*ruz*. *Biz, bizim neslimiz* 70'li yıllarda çok acı çekti. Bu ülke çok insan kaybetti, bu ülke çok geri kaldı. *Biz* o günlere dönmek istemiyo*ruz*. *Biz* Suriye gibi de olmak istemiyo*ruz, biz* Irak gibi de olmak istemiyo*ruz. Biz* gelişmiş Avrupa ülkeleri gibi olmak istiyo*ruz* ileri bir ülke olmak istiyo*ruz,* hukukun üstünlüğü olan bir ülke istiyor*uz*.

4.2.2. Recep Tayyip Erdoğan

4.2.2.1. Seçim süreci: "Devletle milletin kucaklaşacağı gün"

Erdoğan, rakiplerinin seçim sistemi ve seçim süreci hakkındaki eleştirilerinin aksine Cumhurbaşkanlığı seçiminin Başbakanı olduğu Hükümetin yaptığı değişiklikle ilk kez halkoylaması ile yapılacak olmasını öne çıkarır ve bu seçime "milletin kendi iradesinin bir yansıması" olarak büyük bir anlam atfeder ve araştırma kapsamında incelenen tüm konuşmalarında bunun önemini vurgular. Bu bağlamda Cumhurbaşkanlığı seçimi Erdoğan tarafından "tarihi an", "devletle milletin kucaklaştığı gün" gibi ifadelerle tanımlanmakta, halkın "bu en tabii hakkını halkın kendisine teslim ettikleri" vurgulanmaktadır. Örneğin seçimden bir gün önce yaptığı propaganda konuşmasında dinleyicilerine bu tarihi anın önemini anlatırken şöyle yüceltmektedir:

> Açıkçası bizler 2007'deki Anayasa değişikliğiyle milletimize bu son derece önemli hakkı teslim etmiş olmanın gururunu yaşıyoruz. Sizler de sandık başına giderek ilk kez Cumhurbaşkanı seçerek bu tarihi ana hem şahitlik

> edecek hem de oylarınızla tarihi bizzat inşa edeceksiniz. İnanıyorum ki hayatınız müddetince de bu tarihi ana şahitlik etmiş olmanın gururunu yaşayacak, çocuklarınıza, torunlarınıza "O gün ben de oy kullandım." diyerek güzel bir hatıra olarak bunu anlatacaksınız.

Erdoğan seçim sürecinde Başbakan olarak görevine devam etmesi, bunun dışında TRT'nin kendisinin konuşmalarına daha fazla süre vermesi gibi konulardaki eleştirilere de bir anlamda muhalefetin yenileceğini bildiği için yaptığı bir tür oyunbozanlık gibi yaklaşmaktadır. Aşağıdaki alıntı bu tür bir sarkastik söylemin örneklerinden biridir.

> Bakın şimdi de ne diyorlar? "Aday olamaz." Kim diyor bunu? Muhalefet, "Çekilmesi lazım." Yahu bu ülkede Anayasa, yasalar varsa kimin ne zaman, nasıl aday olacağı zaten orada yazıyor. Açın şu Anayasayı bir okuyun ya, göremiyorlar. Kendileri yarışa giremediği gibi ısmarlama adaylarla görüyorsunuz yarışa giriyorlar. Bunların durumu bu.

4.2.2.2. "Milletin adamı": Recep Tayyip Erdoğan

Recep Tayyip Erdoğan, hayat hikayesinde anlatıldığı gibi, yoksul bir ailede büyümüş, Kasımpaşa'da yetişmiş, zorlukların içinden gelerek, siyasetin içinde tabandan yükselmiş "eril başarı öyküsü"nü (Türk, 2014) Cumhurbaşkanlığı seçim kampanyasında devam ettirir ve retoriksel kişilik inşası bu temel üzerinde kurulur. Bu inşada önemli olan ise Erdoğan'ın hem özel hayatında hem de "tabandan yükselerek" başladığı siyasi kariyerinde birçok "engelle" karşılaşması, "mağduriyet" yaşaması ama "hiçbir zaman pes etmemesi", "kararlı" bir şekilde yoluna devam etmesidir. Bu temelden hareketle kurulan retoriksel kişilik inşasında Erdoğan, sıklıkla geçmiş yoksul günlerine atıf yapar. Bu bakımdan öncelikle Kasımpaşalılık önemli bir unsurdur: "Biz nereye geldiğinden daha ziyade nereden geldiğini önemseyen bir kültürün mensuplarıyız. Sizin karşınızda milletvekili değil başbakan değil cumhurbaşkanı adayı değil en başta Kasımpaşalı Recep Tayyip Erdoğan var. İnşallah hep böyle olacak."

Erdoğan "zorlukların içinden çıkmış biri" olarak, özel hayatındaki ve siyasi kariyerindeki kişisel öyküsü ile ülke sorunlarını çoğu zaman bir araya getirerek, üzerine konuştuğu pek çok toplumsal meselede kendisini ve "ekibini" merkeze koyar. Örneğin,

kamusal alandaki başörtüsü yasağından bahsederken kendi kızlarını da yurt dışında okutmak zorunda kaldığını anlatır, "devletin koridorlarına sirayet etmiş, devleti değişime karşı koruyan çetelerle" mücadele ettiklerini anlatırken kendisinin geçmişte aldığı tehditlere değinir, geçmişte sağlık alanındaki sorunları anlatırken kendisinin annesine ilaç almak için yaşadığı zorlukları örnek gösterir, İstanbul'daki bir semtin geçmişteki sorunundan bahsederken de o yıllardaki yoksulluğuna da değinir. Erdoğan'ın konuşmalarında bu örnekleri çokça gözlemlemek mümkündür, bazı temsilleri şunlardır:

> Şu Okmeydanı SSK'nın dili olsa da konuşsa. Genç bir delikanlıyım, sabah erken saatte anacığım beni oraya gönderir, orada kuyruğa girerdim. Oradan numarayı alacağım, numarayı aldıktan sonra anacığım gelecek muayenesini olacaktı. İlacını alacaksın, alamazsın. Çünkü hastanenin eczanesinde doktorun verdiği ilaçların yarısı yok. E ne yapacağız dediğin zaman da diğerlerini de git eczaneden al. Benim param yok, ama şimdi bunlar ortadan kalktı.
>
> Bakın şu anda burası Haliç Kongre Merkezi. Burası eskiden neydi? Sütlüce Mezbahanesiydi. Bunu gençler bilmez, yani 20 yaşındaki gençler bilmez bunu, bunu biz biliriz. Benim semtim tabii Kasımpaşa'ydı, buralardan gelirdik etimizi filan buradan alırdık daha ucuz olur diye, o günleri yaşadık.
>
> Ben de kendi kızlarımı burada okutamadığım için mecburen yurt dışına gönderdim. Düşünebiliyor musunuz benim kızlarım ABD'de başörtüsü ile okuyabiliyor ama kendi ülkemde okuyamıyor.

Dolayısıyla, bu kurguya Erdoğan'ın uzun iktidar süresi de eklenince Erdoğan'ın kişisel hikayesi ile Türkiye'nin hikayesi birleştirilir. Anlatılan Erdoğan merkezli bir Türkiye kurgusudur bir anlamda. Bu hikayedeki en önemli noktalardan biri de Erdoğan'ın engellerden yılmaması, kararlılığıdır. Erdoğan'ın bu özelliği seçim kampanyasının merkezindeki kişilik kurgularından biridir. Erdoğan'ın merkezinde olduğu bu kararlı ve yılmayan duruş, zaman zaman Erdoğan'ın "ben" diliyle ifade edilse de zaman zaman onun tarafından "biz" diliyle ifade edilir. "Ben" ve "biz" arasında gidip gelen bu kurgu, Erdoğan merkezli ve onun "kaptanı" (Türk, 2014) olduğu takımın/ekibin de bir özelliği

olarak yansıtılır.[85] Örneğin Kürt sorunu/Çözüm Sürecine ilişkin olarak konuşmasında "dik duruşunu"/"duruşlarını" şöyle belirtir Erdoğan: "Biz bu çözüm yoluna başımızı koyduk, bedenimizi koyduk, canımızı koyduk. Bu süreci, bu çözümü, bu kardeşliği baltalamak için önümüze çok engeller çıkardılar. Dimdik durdum, arkamızda sizin olduğunuzu bilerek dimdik durdum. Sizin hayır dualarınız sayesinde dik durduk." Erdoğan ve kaptanı olduğu ekibinin kararlı ve dik duruş kurgusunun en açık örneklerinden biri olan bu ifade, konuşmalarında sıklıkla "canı pahasına" davasından vazgeçmeyen bir kararlılık ve kimseye boyun eğmeyen bir dik duruş retoriğinin temsillerinden biridir. Bu kullanım Erdoğan'ın konuşmalarında açık veya örtük olarak sürekli vurgulanan ve kampanya boyunca seçim şarkılarından reklamlara, afişlere, sloganlara kadar her türlü tanıtım içeriğine ve konuşmalara da yansımıştır. Örneğin, Erdoğan'ın konuşma yapmadan önce mitinglerdeki sunumunda, sunucu sıklıkla şöyle söyler: "Türkiye Cumhuriyeti'nin dik duruşlu Başbakanı, işte senin cumhurbaşkanı adayın Recep Tayyip Erdoğan." Erdoğan, aşağıdaki örnekte de Cumhurbaşkanı seçilmesi halinde "dik duruşundan taviz vermeyeceğini" vurgular:

> Sizin takdirinizle Cumhurbaşkanı seçilirsem, Çözüm Sürecinin daha kararlı şekilde takipçisi olacağım. Sabotajlara karşı durdum, daha güçlü şekilde durmaya devam edeceğim. Tahriklere boyun eğmedim, daha da dik bir duruş sergileyeceğim. Türkiye'de kardeşliğe saldırı düzenleyen Pensilvanya ihanet şebekesi ile mücadeleyi daha güçlü bir şekilde sürdüreceğiz.

Erdoğan'ın zorlukların içinden çıkmış, türlü engellerle karşı karşıya kalmış, türlü mağduriyetler yaşamış, kararlılığı ve dik duruşu ile bu engellerin hepsini aşmış kişilik inşası, "kendisini milletine adamış" bir profil ile devam eder. Bu anlamda Erdoğan, kendisini siyasetin içinde olduğu günden beri milletine faydalı olmak için, milletin her kesiminin iyiliği için çalışan bir siyasetçi portresi çizer. Başbakanlığa kadar yükselen bu hikayesinde eski günlerini hiç unutmayan bir kişilik olduğunu da anlatır. Özellikle bu hikayede 12 yıllık Başbakanlık dönemi önemli bir yer tutmaktadır. Aşağıdaki uzun alıntı tüm bunları içeren belirgin örneklerden biridir:

[85] Türk (201: 422-425), Erdoğan'ın geçmişinde, gençlik yıllarında önemli bir yer tutan futbol yaşantısından gelen ekip çalışması ruhunu siyasete de yansıttığını belirterek, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığından itibaren, Habermas'ın siyasetin bilimselleşmesi kapsamında değindiği türden bir uzmanlık anlayışı çerçevesinde ekip/takım kurduğunu belirtmiştir.

> Kısacası damdan düşenlerin aramızda olduğu bir yapıydık. Milli ve manevi değerleri reddedilen, sürekli inkar ile karşı karşıya kalan, baskı altına kimselerdik. Evet, siyasi görüşleri inkar edilen, siyasi partileri her daim kapatılan bir harekettik. Ancak AK Parti'yi kurarken sadece kendi sorunlarımızı değil, milletin her bir ferdinin sorunlarını kendimize dert edindik. (...) Büyük acıların içinden gelen bir kadroyuz. Büyük baskılara engellemelere, hatta şiir okuduğu için hapse mahkûm olmuş bir kadroyduk. Ama göreve geldiğimizde kendimizi değil, kendi temsil ettiğimiz hareketi değil, kendi dostlarımızı, arkadaşlarımızı, çevremizi değil 77 milyonun hakkını gözettik. (...) Dünün mağdurlarıyken, bugünün mağrurları olmadık. Dünün mağdurları olarak bugün de 77 milyonun da mağduriyetini gidermek için mücadele ettik. Biz demokrasi istedik, hem de herkes için demokrasi istedik. İleri demokrasi dedik biz özgürlük istedik hem de herkes için özgürlük istedik. İşte bu nedenle 12 yıl boyunca reformlar gerçekleştirdik. 12 yıl boyunca her türlü vesayetin karşısında dimdik durduk. 12 yıl boyunca tüm darbe girişimlerine, komplolara, tuzaklara milletimiz adına itirazımız oldu, itiraz ettik. Her türlü çeteyle mücadele ettik. Her türlü mafyayla mücadele ettik. Devletin etrafına kümelenmiş milleti tehdit eden çeteleri hamdolsun temizledik. Akşam sabah hükümet yıkan, hükümet kuran bu ülkede mafya şebekeleri vardı, çeteler vardı. Bunlardan ülkemizi arındırdık. Artık millet sandıkta hükümetini kuracak dedik ve bu adımı böyle attık.

Cumhurbaşkanı adayı Erdoğan, 12 yıldır iktidarda olan AK Parti'nin Genel Başkanı ve Başbakan olarak, bu referanslarla kendisini milletinin "hizmetkarı", milletle arasında bir tür aşk ilişkisi olan, "milletine sevdalı", "milletinin" tüm ezilen kesimlerinin yanında, "tüm dünya mazlumlarının" yanında, milleti için çalışan ve tüm bu özellikleri itibariyle adanmışlığına ilahi bir boyut katarak "hakka teslim olmuş" retoriksel personayı kampanyanın her sürecinde açığa vurur. Örneğin, hemen her konuşmasında, seçim sürecinde dünya gündeminin en önemli başlıklarından biri olan İsrail'in Filistin'e saldırısı konusunda "Kardeşlerim inşallah son nefesimize kadar hakkın, adaletin, barışın ve Gazze'nin, Filistin'in yanında durmaya devam edeceğim." der; milleti için şu ana kadar "çok gayret ettiğini, çok çalıştığını ama çalışmaya devam edeceğini" belirtir; kendisi ve ekibi için geçmişte yapılan engellemeleri örnek göstererek "Biz hakka teslim

olmuşuz sizin manşetleriniz bize işlemez." diye haykırır; Cumhurbaşkanı olduğunda da "İnşallah Allah ömür verdikçe, siz yetki verdikçe aynı şekilde milletimin hizmetinde olmaya devam edeceğim." diye yurttaşlara seslenir.

Erdoğan bu adanmış halinin oluşturduğu retoriksel kişiliğini kampanyanın sonundaki propaganda yayınında da özetler:

> Aziz Vatandaşlarım, Allaha sonsuz hamd-ü senalar olsun ki bana önce İstanbul'a 4,5 yıl büyükşehir Belediye Başkanı olarak, ardından milletime, bu ülkeye 12 yıl boyunca Başbakan olarak hizmet etme şerefini nail etti. 12 yıl boyunca Başbakan olarak gece gündüz demeden, uzak yakın demeden, kar kış, yağmur boran, soğuk sıcak demeden ekibimle birlikte sizler için koşturdum. Sizler için, ülkem için, bayrağım için var gücümle çalıştım. (...) Kardeşlerim, Türkiye Cumhuriyeti'nin Başbakanı olarak 12 yıl boyunca aşkla, sevda ile elbette ki şerefle sizlere hizmet etmenin bahtiyarlığını yaşadım.

Erdoğan'ın Cumhurbaşkanlığı seçimi kampanyasındaki kişilik inşasında bedenine yönelik üretilen tanımlamalar ve semboller de dikkat çekicidir. Bunun en göze çarpan örneği Erdoğan'a kampanyadan bir süre önceden beri yakıştırılan lakaplardan biri olan "Uzun Adam" adlı bir kampanya şarkısının olmasıdır. Erdoğan'ın uzun boyu onun inşa edilen "cesur", eril kimliğiyle birlikte onun daha güçlü gösterilmesine yol açar. Miting alanlarında da Erdoğan'ın takım elbiseli, adım atarken çekilmiş boydan fotoğrafı da alanlardaki büyük afişlerde görülebilmiştir. Erdoğan'ın bedenine ilişkin bir diğer ayrıntı da başından oluşan kampanya afişi ve mitinglerde dağıtılan, üzerinde Erdoğan'ın başı çizimi bulunan tişörtlerdir.

Bu afiş ve tişörtlerdeki Erdoğan'ın başı çizimi, pek çok yerde kullanılan, popüler Atatürk'ün başı çizimine epey benzemektedir (Bknz. EK 4-5). Özyürek (2011: 152), Türkiye'de bir gelenek haline gelmiş olan Atatürk'ün kafasını bir devlet dairesine yerleştirmenin, "çevresindeki her şeyi ve herkesi kafasının bir uzantısı haline –bir başka deyişle, Atatürk'ün bedenine- dönüştürdüğünü" söylemektedir. Cumhurbaşkanlığı Seçimi kampanyasında da Erdoğan'ın başının silikleştirilmiş fotoğrafından oluşan afişi ve başının çizildiği tişörtler miting alanında bulunan dinleyiciler için benzer bir

sembolik anlamı ima eder gibi görünmektedir. Bu sembolik anlam, Erdoğan'ın "kült bir lider" olarak inşasına da destek olmuştur. Erdoğan'ın seçim kampanyası kapsamında üretilen başının çiziminden oluşan bu tişörtlerin benzerleri de üretilmiş, üzerine Atatürk için üretilen slogan "Atam izindeyiz" de dönüştürülerek "Adam izindeyiz" sloganı bu baş çizimi ile birleştirilmiş, Erdoğan'ın mitinglerine katılan bazı destekçileri toplu olarak bu tişörtleri giyerek gelmiş, bazı partililer de seçim çalışmaları sırasında bu tişörtlerden giymiş; bir firma tarafından Erdoğan'ın başı çizimi ile imzasının basılı olduğu -tam da Atatürk'ün başının çizimlerinde olduğu gibi- tişörtler üretilmiştir.[86]

4.2.2.3. Erdoğan'ın dinleyici "dairesi": "İradesine –ve liderine- sahip çıkan millet"

Erdoğan'ın konuşmalarında, tüm kampanya içeriklerinde Erdoğan'ın kişilik inşasında da olduğu gibi Erdoğan-millet özdeşleştirmesi kullanılarak dinleyicilerini kendisiyle özdeşlik kurmaya davet eder. Bu öylesine bir özdeşleştirme inşasıdır ki örneğin kampanyanın şarkılarından Milletin Adamı, Erdoğan'ın destekçilerinin adına, ona yazılmış, bir tür lidere adanma ruhunu yansıtır. Şarkıcı Uğur Işılak'ın kampanya için bestelediği şarkının sözleri şöyledir:

> Kul olmadık hiçbir kula/ Meyletmedik sağa sola/ Baş koymuşuz aynı yola/ Sevdan sevdamızdır bizim / Erdoğan Erdoğan/ Bu milletin adamı/ Erdoğan Erdoğan/ Bu milletin adamı/ Göğsümüzü gere gere/ Yürüyoruz aynı yere/ Fırsat verme zalimlere/ Kavgan kavgamızdır bizim/ Güneş gibi doğdukça sen/ Kalbimize değdikçe sen/ Hakka boyun eğdikçe sen/ Davan davamızdır bizim/ Erdoğan Erdoğan/ Bu milletin adamı.

Erdoğan'ın metinlerindeki kişilik ve dinleyici inşasında kurulan özdeşlik, bir nevi bir aşk ilişkisidir. Örneğin, Erdoğan'ın televizyon reklam filmlerinden birinde "onun gönlünde millet, milletin gönlünde o var" denmektedir. Erdoğan'ın inşasında bu aşk ilişkisi tasavvufi bir mana yüklenmiş ilahi aşkla karışık bir aşktır. Eş deyişle tanrıya

[86] http://odatv.com/adam-izindeyiz-1008141200.html; http://d.haberciniz.biz/other/ak-partililer-erdogan-tisortu-ve-sapkalariyla-secim-calismasi-yapiyor-IHA-20140802AW158277-2-t.jpg (Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2016).

duyulan aşkın bir yansıması, tasavvuf felsefesindeki vahdet-i vücut[87] anlayışına benzer, ona gönderme yapan bir aşktır bu. Bir diğer yakın anlamda da, "ilahi bir 'hak' davası"nın mensuplarının birbirlerine olan bir dava, kardeşlik aşkıdır. Kampanyada çok ilgi çeken, Erdoğan'ın kendisinin de rol aldığı Cumhurbaşkanlığı forsu temalı televizyon reklam filminde, Sezai Karakoç'a ait Ey Sevgili şiirinin filmde Erdoğan tarafından seslendirilen bölümü bu aşk ilişkisi temelinden hareketle oluşturulan Erdoğan-millet aşkının ilahi mana katılmış biçiminin en açık örneklerinden birini oluşturmaktadır:

Ey sevgili
Uzatma dünya sürgünümü benim

Ülkendeki kuşlardan ne haber vardır
Mezarlardan bile yükselen bir bahar vardır
Aşk celladından ne çıkar madem ki yar vardır
Yoktan da vardan da ötede bir Var vardır
Hep suç bende değil beni yakıp yıkan bir nazar vardır
O şarkıya özenip söylenecek mısralar vardır
Sakın kader deme kaderin üstünde bir kader vardır
Ne yapsalar boş göklerden gelen bir karar vardır
Gün batsa ne olur geceyi onaran bir mimar vardır
Yanmışsam külümden yapılan bir hisar vardır
Yenilgi yenilgi büyüyen bir zafer vardır
Sırların sırrına ermek için sende anahtar vardır
Göğsünde sürgününü geri çağıran bir damar vardır
Senden ümit kesmem kalbinde merhamet adlı bir çınar vardır
Sevgili
En sevgili
Ey sevgili

[87] Tasavvuf, tek yaratıcı Allah'ın niteliğini ve evrenin oluşumunu vahdet-i vücut (varlık birliği) anlayışıyla açıklayan dini-felsefi bir sistemdir. Buna göre, temel düşünce, kainatta ancak bir tek vücudun bulunduğuna inanmak ve diğer varlıkları, Allah'ın tecellilerinden/görünümlerinden ibaret saymaktır (Akarpınar ve Arslan, 2005: 222).

Erdoğan'ın öncelikli dinleyicileri, onu fanatik biçimde destekleyen, metinlerinde de bu yönde inşa edilen, miting alanlarını dolduran, onun için dua eden, 12 yıldır onu iktidarda tutan, ona sevdalı olan bir topluluktur. Kalabalık miting alanlarında, Vizyon Belgesi Toplantısı'nda ya da Erdoğan'ın kampanya süresince Başbakan olarak katıldığı diğer organizasyonlarda hep kalabalık bir dinleyici kitlesi bulunmakta ve bu kitlenin yoğun coşkusu ile Erdoğan'ın "millet" söylemi ile inşa ettiği dinleyicileri birleştiğinde, "Erdoğan destekçisi" retoriksel bir topluluk ortaya çıkar. Tıpkı miting alanlarının kuşatılması, çevrelenmesi ya da bir katılımcının ifadesiyle "kafeslenmesi" gibi, -metaforik olarak- bir *"daire"* içinde bulunan bir lider-dinleyici özdeşliğidir bu. Bu daireye katılan sıradan vatandaşların yanında zaman zaman tanınmış, ünlü isimler, sanatçılar, oyuncular, vs. yer alırlar. Liderin etrafında ya da onun önünde/karşısında, ona sevgi gösterilerinde bulunan bu dinleyici kitlesinin içinde bulunmak, o daireye dahil olmak, o daire içindeki gösterinin ritüellerini gerçekleştirmek anlamına gelir. "Güçlü lider" tarafından sevilen ve lideri güçlü kılan, kültleştiren, uzun iktidar sürecinin bir yansıması olan bu dairenin/gücün/iktidarın "içinde olmak" belirli anlamlara tekabül eder. Bu daire, Sennett'in (2011: 167) deyimi ile "iktidarın güç imgesine dönüşmüş" halidir. Miting alanlarında çalınan şarkılardan biri olan "İnandık Hakka" şarkısında da metaforik olarak bu daireye atıf yapıldığı, bu iktidar imgesi dairenin içine yeni taraftarların da davet edildiği söylenebilir, şarkının nakaratı şöyledir: "İnandık hakka güvendik halka. Sana da bir yer var geniş bu halka."

Erdoğan, İstanbul mitinginde toplanan büyük kalabalığın verdiği mesajlardan birini ya da ürettiği bir anlamı şöyle anlatmakta, -ya da daha doğrusu- belirlemekte/inşa etmektedir:

> Kardeşlerim bugün burada İstanbul'da Maltepe'deki bu muhteşem meydanda sadece 10 Ağustos mitingimizi yapmıyoruz, bugün buradan Irak'a "biz buradayız" diyoruz. Bugün buradan Suriyeli kardeşlerimize, Myanmarlı, Somalili, Mısırlı, Libyalı kardeşlerimize "biz işte buradayız" diye haykırıyoruz. Kardeşlerim bugün buradan Filistin'e, Kudüs'e, Ramallah'a, Trablus'a, Eriha'ya "kardeşleriniz işte burada" diye sesleniyoruz. Buradan Gazze'nin çocuklarına selam gönderiyoruz. Gazze'nin mazlumlarına, masumlarına selam gönderiyoruz. İstanbul'un annelerinden, Türkiye'nin tüm

> annelerinden, Gazze'nin annelerine dayanışma mesajlarını gönderiyoruz. Biz işte buradayız Gazze. Öfkemizle buradayız, yanan yüreklerimizle buradayız. Elimizde, olmuyorsa dilimizde, yapamıyorsak hiç olmazsa gönlümüzde nüfuz etme görevini yerine getiriyoruz Gazze. Dillerimizde dualarımızla buradayız. Sanma ki uzaktayız Gazze, senin yanında, senin yanı başındayız. 100 yıl önce Şucaiye'den Mehmetçiğimizi çektik ama yüreğimizi çekmedik, yüreğimizin yarısı İstanbul'daysa bilin ki yarısı Gazze'dedir.

Erdoğan, İzmir'de ise miting alanında bulunanlarla olan "gönül birlikteliği"ni şöyle ifade eder: "Şu balıkçı motorlarıyla şu anda değerli kardeşlerim Egenin bu dalgalarında bizimle beraber gönül birlikteliğini paylaşan bu kardeşlerime selam olsun diyorum."

Erdoğan'ın "dinleyicilerinin" hikayesi de kendi kişilik inşasıyla özdeşleştirilmiş biçimde kurgulanmıştır. Bu kurguya göre Erdoğan zaten onlardan biridir, onlarla ortak mağduriyetlere sahiptir. Ortak mağduriyetlere dayalı olarak inşa edilen bu özdeşlikte, Erdoğan yalnızca alandaki ya da karşısındaki dinleyicilerine seslenmez. Bu özdeşliği sınırları müphem bir kavram olarak genellikle "millet" ile, zaman zaman da "halk" ile genişletir. Buna göre, tıpkı Erdoğan gibi "millet" de türlü sıkıntılar yaşamış, zulüm görmüş, talepleri ve değerleri görmezden gelinmiştir.

> Değerli dostlarım, çok değerli kardeşlerim, halk Cumhuriyet tarihimiz boyunca dünyadaki gelişmelere ve değişimlere paralel olarak ülkemizde değişim istedi. Dünyada demokrasi güç kazanırken, özgürlükler yaygınlaşırken devletin topluma müdahalesi azalırken milletimiz de bunu kendi ülkesinde, kendi topraklarında görmek istedi.
>
> Halkın arzu ve talep ettiği bu değişim, istisnai bazı zamanlar dışında bizden önce maalesef hiçbir zaman karşılanmadı. Halkın değişim isteği reddedildi. Halkın değişim isteği görmezden gelindi. Demokrasi isteyenler özgürlük isteyenler, hak isteyenler kimi zaman kanlı şekilde, kimi zaman işkenceyle, kimi zaman zorbalıkla, yasaklarla, baskıyla sindirildi. 2000'li yıllara geldiğimizde değişim isteği ertelenemez, ötelenemez inkar edilemez bir hale gelmişti.

Halkın/milletin bu değişim isteğine çare bulan da Erdoğan ve onun takımı/ekibi olmuştur. Eş deyişle dinleyici olarak halk/millet Erdoğan ile birlikte isteklerine kavuşmuştur:

> Nereye gittiysek coşkuyla karşılandık, nereye gittiysek milletin muhabbetiyle kucaklaştık. Yollarda yaşlı teyzeler önümüzü çevirdi, otobüsümüzün önünü keserek otobüsümüzü zorla durdurup bizi kucaklayanlar oldu. Yaşlı nineler, dedeler bütün o yollarda bize hayır dualarını azık olarak verdiler. Türkiye'nin demokrasiye, özgürlüklere, insanca muamele görmeye nasıl aç, nasıl susuz, nasıl hasret olduğunu gördük.

Erdoğan ve ekibinin 12 yıllık bir iktidar kurmasını sağlayan millet-dinleyiciler "iradesine sahip çıkanlar" olarak adlandırılmaktadır ki bir diğer deyişle bu kitle aslında liderine sahip çıkanlardır. Örneğin, 2007'deki Cumhurbaşkanının halkoylaması ile seçilmesini içeren Anayasa Değişikliği Referandumunda "evet" oyu verenler iradesine sahip çıkanlardır: "İradesine sahip çıkan Türkiye'nin değişimine yüzde 69 gibi yüksek bir oy oranıyla evet diyen aziz milletimize de elbette burada teşekkür ediyorum."

Erdoğan, kendi taraftarları dışında rakiplerini de dinleyici olarak konumlandırır ve zaman zaman onlara da seslenir. Rakiplerine oy veren ya da onların seçmen tabanlarında bulunan kişilere de sıklıkla seslenerek onları açık ya da örtük olarak kendi "dairesine" davet eder. Bu noktada rakipleri ile onlara oy veren kitleleri birbirinden ayırmaya çalışır.

> Tabii ben çok üzülüyorum inanın CHP'ye gönül vermiş, MHP'ye gönül vermiş kardeşlerim adına üzülüyorum. Bu partilerin üst yönetimleri ne olursa olsun bu partilerin tabanlarında samimi insanlar var. Bunlar bunu hak etmiyor, bu yapılan CHP seçmenine haksızlıktır, bu yapılan MHP seçmenine haksızlıktır.
>
> İnanıyorum ki CHP'ye gönül verenler de MHP'ye gönül verenler de 10 Ağustos'ta bunun hesabını sandıkta soracaktır.

Erdoğan konuşmalarında, dinleyicilerine genellikle "kardeşlerim" diye seslenir ancak Vizyon Belgesi Toplantısında olduğu gibi karşısında sanatçılar, sivil toplum kuruluşları temsilcileri, yazarlar gibi tanınmış kişilerin bulunduğu durumlarda "kardeşlerim" hitabının yanında aralıklarla "değerli dostlarım", "sevgili dostlar", "değerli arkadaşlar" diye de hitap eder dinleyicilerine. Erdoğan yalnızca Türkiye sınırları içindeki dinleyicilerine değil, "yeryüzündeki tüm dost ve kardeşlerimiz" olarak tanımladığı uluslararası bir dinleyici kitlesine de seslenir. Ayrıca, kendisini araç vasıtasıyla izleyen dinleyicilerine "ekranları başında bizi izleyen vatandaşlarım" diye seslenmeyi de ihmal etmez.

4.2.2.4. Milli irade fetişizmi, hizmet siyaseti ve öncü ülke retoriği

Erdoğan'ın seçim vaatlerini anlatan Vizyon Belgesi üç temel başlıktan oluşmaktadır: Demokratik yönetim, refah toplumu, öncü ülke. Bu başlıklar Erdoğan'ın seçim boyunca yaptığı konuşmaların temel bağlamsal kavrayışlarının bir özeti niteliğindedir. Demokratik yönetim bir "milli irade fetişizmi"ne (Türk, 2014), refah toplumu "hizmet siyaseti"ne (Türk, 2014) öncü ülke retoriği de aslında bir tür İslamcılıktan kaynaklı uluslararası Müslüman toplumların liderliği söylemine tekabül etmektedir. Türk (2014: 227), Erdoğan'ın hemen her konuşmasının değişmez öğelerinden biri olarak "millet iradesi kavramı ve bu çerçevede bizatihi "millet"in birer fetiş nesnesi halini aldığını söylemektedir. Bu durum Cumhurbaşkanı seçiminde de Erdoğan'ın yaptığı konuşmalarda göze çarpmaktadır.

Vizyon Belgesi'nde Demokrasi Anlayışımız başlıklı bölümde demokrasi, "çoğulcu, özgürlükçü ve bireylerin ve toplumdaki farklı kesimlerin bütün yönleriyle kendilerini özgürce ifade ettiği zeminlerin inşa edilmesini gerektiren" bir anlayış olarak tanımlanmakla birlikte, temel vurgunun millet iradesi ya da vesayete karşı milli irade kavramları üzerinde olduğu görülmektedir. Örneğin aynı bölümün girişinde şu ifadeler bulunmaktadır:

> Türkiye Cumhuriyeti kurulurken amaç muasır medeniyetin üzerine çıkmak, halk iradesini bütünüyle iktidara egemen kılmaktı. 91 yıllık tarihimizde bu hedeften şaşılan dönemler oldu, halka güvenmeyenler oldu, seçkinci anlayışla davrananlar, millete tepeden bakanlar oldu.

> Bugün geldiğimiz noktada bu tür vesayetçi anlayışların önemli ölçüde tasfiye edildiğini görmekten, bu tasfiyeyi gerçekleştiren millet temelli siyasi anlayışın bir parçası olmaktan mutluyuz, gururluyuz.

Erdoğan, Vizyon Belgesi Tanıtım Toplantısında demokratik yönetim konusunda açılışı şöyle yapar: "Ülkemiz bugün 12 yıl evveline göre çok daha demokratik bir ülkedir. Her türlü engele rağmen demokratikleşme hedefimizden taviz vermedik. Milli iradeyi tutsak alan vesayetçi anlayış ve yapıları tasfiye ediyoruz. Hukukun üstünlüğü, vatandaşlık hakları, çoğulculuk, çözüm süreci demokrasimize sınıf atlatmıştır."

Görüldüğü gibi, "milli irade" kavramı Erdoğan'ın seçim kampanyasının temel vurgularından biri olarak hem millet fetişizmi hem de "biz-onlar" ikiliği yaratan bir işleve sahiptir. Buradaki ikilik, Erdoğan'ın retoriksel kişilik ve dinleyici inşasında olduğu gibi Erdoğan'ın ve milletin karşısında duran, devletin millete ya da millet iradesine karşı olmasını savunan çeşitli güç odakları ile Erdoğan kaptanlığında onun takımı ve millet/milletin iradesidir. Bu güç odakları bazen muhalefet partilerini, bazen geçmişte yapılan askeri darbelerin sorumlusu olarak orduyu, bazen iş çevrelerini, bazen muhalif toplumsal kesimleri, medyayı, sivil toplum kuruluşlarını, vs. gibi pek çok bileşeni içermeye müsait bir kavram olarak kullanılır Erdoğan tarafından. Dolayısıyla milletin koruyucusu, güçlü lideri olarak Erdoğan –ve ekibi- milli iradenin en önemli temsilcilerinden biridir bu argümana göre: "Aziz vatandaşlarım, bizim siyasetimizin merkezinde insan vardır, millet vardır. Milletimizin tercihlerine her zaman güvendik. Milletimizin takdirine her zaman itaat ettik. Milletin karşı çıktığına karşı çıktık. Milletin arzusunu gerçekleştirmek için engel tanımadık."

Taggart'ın (2004) belirttiği gibi seçkinler-halk karşıtlığı ile halkın yüceltilmesine dayanan popülist bir yaklaşım olarak, milli irade kavramının yalnızca karşıtları değil aslında millet de bir parça müphem ve elastiki bir kavramdır bu noktada. Ancak Erdoğan, millet ya da milli irade kavramlarını özellikle üst üste kazandığı sandık sonuçlarına dayandırarak, kendisi ve ekibi ve öncelikle kendi dairesi içindeki milletinin

değerlerini genelleştirerek ve doğallaştırarak,[88] tüm halkın değerleri olarak inşa etmektedir.

Erdoğan'ın seçim bildirgesinin milli iradeye yaslanan demokrasi anlayışı aynı zamanda Vizyon Belgesi'nin ikinci başlığı olan refah toplumu kavramıyla, dolayısıyla hizmet siyaseti ile de yakından ilintilidir. Zira, "millete tepeden bakan", "milli iradenin karşısında olan" seçkinler milleti kamu hizmetleri konusunda mağdur etmiştir. Erdoğan, takımı ile birlikte millete hizmet şiarını edinmiş bir demokrasi anlayışına sahip olduğunu tüm seçim kampanyası boyunca durmaksızın dile getirmiştir. Vizyon Belgesi'nin Demokrasi Anlayışımız başlıklı bölümünde, Erdoğan ve ekibi için "siyasetin temel amacının insanın mutluluğu, huzuru ve refahı" olduğu belirtilmiş ve "demokrasi hem milletin temsili hem de ülkenin refahı ve gücü için ideal bir model" olarak tanımlanmıştır. Erdoğan'ın hem daha önce hem de seçim kampanyası boyunca sıklıkla vurguladığı "Biz milletimize efendi değil hizmetkar olmaya geldik." sözü, Vizyon Belgesi'nin aynı bölümünde şöyle yinelenmiştir: "Çünkü biz, devlet felsefemizin ruhunu teşkil eden anlayışın, 'insanı yaşat ki devlet yaşasın' ilkesi olduğuna inanıyoruz. Bu demokratik vizyonda, devlet milletin efendisi değil, ona hizmet eden bir araçtır." Erdoğan, "bizim işimiz eser üretmek" diyerek Vizyon Belgesi Tanıtım Toplantısında da, milli iradeye bağlı refah toplumu ya da kalkınma konusundaki icraatlarını anlatırken, "milleti hizmet konusunda mağdur eden" seçkinci anlayıştan bahsetmeyi de ihmal etmez:

> Onlarca yıldır milletimizi eğitimden sağlığa, ulaşımdan çevreye, enerjiden savunmaya kadar mahrumiyetler içinde yaşatan zihniyete bir son verdik. Bugün Türkiye'nin zenginliği ve refahı kat be kat artmış durumdadır. Aynı zamanda refahı topluma yaygınlaştırmak hedefimize yönelik milli borç ve enflasyonu düşürmekten sosyal güvenlik ve sosyal desteklere kadar her alanda büyük işler yaptık. Üçüncü dönüşüm şehirlerimizde olmuştur. Milletimizi hor gören elitist anlayışın milletimize reva gördüğü hizmet mahrumiyetine son verdik. Belediyeleri etkin hızlı sorumlu kapsamlı işler

[88] Koyuncu (2014: 77), AK Parti'nin ulusal kimlik inşasını incelediği çalışmasında, bu konuda şu tespiti yapmaktadır: "Muhafazakar demokrat konumlandırmasıyla, partinin ulusal kimlik için öngördüğü içerik, 'ülkeyi bir arada tutan milli değerler', ülkenin 'mainstream'i veya 'halk'ın 'gerçek kültürü' olarak sunulmakta, dolayısıyla doğallaştırılmış olmaktadır."

> yapan birimlere dönüştürdük. Şehirlerimizi hastaneler, yollar, parklar, okullarla donatarak vatandaşımızın hayat kalitesini yükselttik. Yerel demokrasiyi güçlendirdik. Şehirlerimizin tarihi karakterleri büyük restorasyon çabamızla yeniden ortaya çıkmaya başladı.

Erdoğan'ın Vizyon Belgesi'nin üçüncü başlığı olan Öncü Ülke başlığı uluslararası ilişkiler konusundaki icraat ve vaatlerin de milletle/milli irade ile özdeşleştirilmiş bir kavrayışla sunulduğunu göstermektedir. Zaten "Erdoğan'ın duruşu milletin duruşu olduğuna göre", bu kavrayışın da doğal bir sonuç olduğu aşikar. Vizyon Belgesi'nin Öncü Ülke bölümündeki Yeni Türkiye ve Dünya başlıklı bölümünde bu özdeşleştirme şöyle ifadesini bulmuştur:

> Dış politikadaki duruşumuz, milletin duruşudur. Ülkemiz bu sayede fırsatlar ve tehditlerin iç içe geçtiği bu süreçte barış ve istikrara katkı yapan önemli bir aktör konumuna yükselmiştir.
>
> Bunu yaparken gücümüzü sadece milletimizden aldık. En büyük başarımız, dış politikayı milletimize mal etmemizdir. Etkin, kararlı ve stratejik yönetim anlayışımız ile artık bütün resmi kurumlarımız dış politikaya katkı vermektedir.

Öncü Ülke teması aynı zamanda uluslararası politik meselelere ilişkin İslamcı bir duruşun da yansımasıdır. Bu duruş, hem Müslüman çevre ülkelerin liderliğine ilişkin bir iddiaya hem de uluslararası düzende adaletin sağlanmasına ilişkin, mazlumların yanında yer alan bir söyleme yaslanmaktadır. Örneğin Erdoğan, mitinglerinde "tüm dost ve kardeş ülkeler" olarak tanımladığı Müslüman ülkelere selam gönderir. Bu ülkelerin yanında olduğuna dair mesajlar verir. Örneğin, İhsanoğlu'nun diplomatik geçmişi nedeniyle seçim sürecinde önemli tartışma konularından biri olan Ortadoğu ülkeleri ile olan ilişkiler konusunda Erdoğan, bu ülkelere yapılan yardımları anlatarak, şunları söyler: "Değerli kardeşlerim, biz tüm bölgeye 441 bin kutu ilaç gönderdik. Durmuyoruz, muhtaçlara ulaşma, mazlumların hakkını savunma, Türkmenlerin ihtiyaçlarını giderme noktasında ne CHP ne de MHP bizim elimize su dahi dökemez su!" Vizyon Belgesindeki Öncü Ülke bölümünün Uluslararası Düzen ve Adalet başlığı

altında da uluslararası adaletsizliğe dikkat çekilmekte ve Batı'nın Müslüman ülkelerde gerçekleşen katliamlara karşı sessizliği eleştirilmektedir:

> Bugün küresel siyasi yapılar insanlığın sorunlarını çözmekte zorlanmaktadır. Çünkü bu yapılar kültürel homojenliği esas alarak kurulmuştur. (...) Bu çerçevede, öncelikle BM Güvenlik Konseyi'nin ciddi bir reforma tabi tutulması gerektiğini ifade etmek durumundayız. Uluslararası barış ve güvenliği emanet ettiğimiz, ancak geçtiğimiz yüzyıldan kalan bir güç dengesini bu kurumun sadece birkaç ülkenin ihtiyarına bırakılması mümkün değildir. Konsey'e bir an önce daha geniş ve etkin bir temsil niteliği kazandırılmalıdır. BM Güzenlik Konseyi'nin yapısındaki dengesizliğin ve içinde bulunduğu adaletsizliğin olumsuz etkilerini biz yakın zamanda Suriye'de yaşadık. BM, bundan 20 yıl önce de Balkanlar'da, Saraybosna'da, Srebrenica'da, Tuzla'da yüzbinlerce insanın katline müdahale edememişti. Bugün Suriye'de insanlığa karşı suç niteliği taşıyan bir vahşete karşı BM'nin içinde bulunduğu aczin ve adaletsizliğin meşru açıklaması olamaz. Bugün Irak'ta yaşananlar da uluslararası toplumun Suriye'ye zamanında ve etkin bir şekilde müdahale edememesinin bir sonucudur.

Erdoğan, bu bağlamda sık sık Batı'daki siyasetçilere, medyaya, sivil toplum kuruluşlarına da seslenerek, Müslüman ülkelerdeki mağduriyetlerle ilgili uluslararası adaletsizliğe dikkat çekmeye çalışır:

> Kardeşlerim, Filistin'de şu ana kadar bu son saldırıda 10 gazeteci hayatını kaybetti. Bizim oradaki Anadolu Ajansı büromuza iki kez saldırı yapıldı, gazeteciler yaralandı, hiç dünyadan tepki var mı? Ey uluslararası basın, ey basın örgütleri neredesiniz? Türkiye'de terör suçluları için gazeteciler tutuklu diye ayağa kalkarsınız. Filistin'de ölen gazetecileri neden görmüyorsunuz? (Alan: Yuuuh)

İslamcılık gibi milliyetçilik ve muhafazakarlık da Erdoğan'ın konuşmalarında değindiği konularda bağlamsal kavrayışlar olarak öne çıkmaktadır. İslamcılık ve muhafazakarlık daha ön planda olsa da İslami temelli bir birlik vurgusu ve millet yüceltimi üzerinden

inşa edilen bir milliyetçilik de göze çarpmaktadır. Erdoğan'ın seçim boyunca yaptığı her halka hitabın bitişinde ya da konuşma metninin bir yerinde kendisine yer bulan temel ilkeler, adeta hemen her konuşmasının mottosu haline gelen "tek millet, tek devlet, tek vatan, tek bayrak" sloganı olmuştur. Erdoğan, burada yine vatan ve millet yüceltimine başvurarak popülist milliyetçi bir bağlamda sunar görüşlerini:

> Bu ülke Türk'üyle Kürt'üyle Arap'ıyla Laz'ıyla Çerkez'iyle Boşnak'ıyla Arnavut'uyla Pomak'ıyla Roman'ıyla hepsiyle bir tek millettir. (...) Biz bugüne kadar bölgelerimiz arasında ayrım yapmadık, İzmir'e ne yatırım yaptıysak Van'a da o onu yaptık. Bakın Kuzeye ne yaptıysak Güneye de onu yaptık. Niye? biz 780 bin kilometre karanın iktidarıyız. Onun için tek millet tek bayrak dedik. Tek Bayrak, bayrağımızın dışında bir bayrak kabul etmiyoruz. "Bayrakları bayrak yapan üstündeki kandır, toprak eğer uğrunda ölen varsa vatandır."[89] Tek bayrak, ikinci bir bayrak tanımıyoruz. Ve tek vatan, 780 bin kilometrekare ile tek vatan. (...) Ve değerli kardeşlerim tek devlet, bu devlet paralel devlet kabul etmez. Tek devlet, Türkiye Cumhuriyeti Devleti. Kardeşlerim bize oy verenler vermeyenler diye ayrım yapmadık. 81 vilayete ulaştık, 77 milyona ulaştık. Türkiye'yi daha bir muhabbetle kucaklayacak, 81 vilayete, 77 milyona daha çok hizmet götüreceğiz. 81 vilayetle yetinmeyeceğiz. Nerede mazlum varsa elinden tutacağız. Nerede muhtaç varsa el uzatacağız. İzmir'e ulaşırken kardeşim Gazze'yi unutmayacağız, Manisa'ya ulaşırken kardeşim Musul, Kerkük, Türkmenleri ihmal etmeyeceğiz ihmal etmedik, ihmal etmeyeceğiz, bunu böyle bilmenizi istiyorum.

Erdoğan'ın seçim kampanyasındaki konuşmalarında muhafazakarlık vurgusunun ise en belirgin örnekleri medeniyet tasavvuru konusundadır. Erdoğan, medeniyet tasavvurunda sıklıkla büyük bir devlet geleneğinden bahseder ve Osmanlı'ya atıf yapar. Örneğin, hem hizmet siyaseti hem de demokrasi/milli irade bağlamındaki konuşmalarında Şeyh

[89] "Bayrakları bayrak yapan üstündeki kandır. Toprak eğer uğruna ölen varsa vatandır." Erdoğan'ın tüm miting konuşmalarında "tek millet tek bayrak tek vatan tek devlet" mottosu ile birlikte tekrarladığı bu sözler Cumhuriyet dönemi şairlerinden Mithat Cemal Kuntay tarafından Cumhuriyetin kuruluşunun on beşinci yılı için yazılmış "On Beş Yılı Karşılarken" başlıklı milliyetçi bir tür diriliş şiirinin son mısralarıdır.

Edebali'nin "İnsanı yaşat ki devlet yaşasın" sözünü tüm kampanya boyunca tekrarlar. Bu söz aynı zamanda Vizyon Belgesinde de yer alır.

> Osmanlı cihan devletinin gönül mimarı Şeyh Edebali, Osmangazi'ye nasihatinde "İnsanı yaşat ki devlet yaşasın." demişti. İnsanıyla yani milletiyle, vatandaşıyla arasına mesafe koyan devlet yaşayamaz. Cumhurbaşkanını kendisine tehdit ve tehlike olarak gören devlet ayakta duramaz. Milletin arzularını frenleyen, milletle aynı istikamete bakmayan bir devlet adil bir devlet olamaz. Devlet insanıyla, milletle, vatandaşla kucaklaştığı ölçüde adil olur, şefkatli olur, bir o kadar da güçlü olur. Kendi vatandaşlarıyla, değerleriyle yaşam tarzlarıyla kendi vatandaşının diliyle, kıyafetiyle, başörtüsüyle uğraşan, bunları yasaklayan ve kısıtlayan bir devlet zalimleşmenin yanında, toplumsal huzuru ve refahı da vatandaşından esirgeyen bir yapı haline gelir.

Önemli muhafazakarlık örneklerinden bir diğeri de kadınların yaşadığı toplumsal sorunlara ilişkin yaptığı değerlendirmede ailenin güçlendirilmesine ve "aile bütünlüğünün muhafaza edilmesine" önem verdiğini belirterek, kadınların yaşadığı sorunları aile bağlamında değerlendirmesidir:

> Kadınlar gelecek vizyonumuzun en önemli unsurlarıdır. Kadınların hakları, refahı sosyal hayatta karşılaştığı engellerin ortadan kaldırılması yeni Türkiye hedefimiz için vazgeçilmezdir. Kadınlarımızın olduğu kadar kız çocuklarımızın da niteliklerinin geliştirilmesi için çok önemli işler yaptık. Cumhurbaşkanı seçilmemiz halinde kadının bireysel ve toplumsal olarak daha da güçlenmesi için üretilen politikaları himaye edeceğiz. Aile toplumumuzun temeli. 2023 yolunda aile kurumunu güçlendiren, evlilik anlayışını her türlü olumsuzluktan koruyan ve güçlendiren, aile bütünlüğünü muhafaza eden politikalar geliştireceğiz.

Özetle, Erdoğan'ın seçim konuşmalarındaki bağlamsal kavrayışlarının çıkış noktasının milli irade kavramı olduğu söylenebilir. Milli irade kavramı, İslamcı, muhafazakar, milliyetçi ve kalkınmacı motiflerle işlenerek seçim kapsamında konuşulan her türlü meseleye uygun hale getirilebilmekte ya da bu kavramdan yola çıkılarak her türlü konu

Erdoğan'ın İslamcı, muhafazakar, milliyetçi ve kalkınmacı yaklaşımları ile inşa edilebilmektedir.

4.2.2.5. Erdoğan'ın zaman kurgusu: "Bizden önce bizden sonra..."

Erdoğan'ın seçim kampanyasındaki konuşmaları sürekli bir zaman kurgusu üzerine inşa edilmiştir, metinler geçmiş-bugün-gelecek arasında gidip gelir. Bugünün adlandırılması genellikle geçmiş referanslarıyla, geleceğin anlamlandırılması da geçmiş-bugün referanslarıyla sağlanır. Bu sürekli yinelenen zaman kurgusunun temeli ise bir tür "bizden önce bizden sonra" anlayışıdır. Erdoğan milli irade ve onun karşıtları ikiliğini burada da kullanarak, 12 yıllık iktidarında yapılan icraatları sıralar ve geçmişle bir kıyaslamaya başvurur.

> Adalet dedik, hukuku seçkinlerin, güçlülerin tekelinden aldık, millete teslim ettik. Emniyet dedik, 77 milyonun bir, beraber ve kardeş yaşaması için ne gerekiyorsa cesaretle yaptık. 6100 kilometre bölünmüş yol yapmışlar 79 senede. 12 senede 17 bin kilometre bölünmüş yol yaptık. Kardeşlerim kaç tane havalimanı vardı biliyor musunuz? 26. Şimdi 52 havalimanımız var. Artık otobüse binen uçağa biniyor. Uçak artık halkın yolu oldu. Hızlı tren, geçen hafta hızlı treni de açtık mı? Artık İstanbul-Ankara arasında yüksek hızlı trenimiz var mı? Nasıl, beğendiniz mi? Binenler oldu mu? Şöyle bir elleri göreyim. Maşallah. Kardeşlerim bu millete artık bunlar yakışıyor, bunların olması lazım. Bunların aklından böyle bir şey geçer miydi? Aman yarabbim. Biz hangi trenlere biniyorduk, çuf çuf çuf çuf. Bizi bunlara bindirdiler ya yıllarca. Banliyö trenleri, aman yarabbim, takır tukur takır tukur gidiyorduk ya. Ama bütün bunları rehabilite ettik, hepsini. Bu rehabilitasyondan sonra artık insanımıza yakışır hale getirdik. Konutlar inşa ettik, barajlar inşa ettik.

Erdoğan'ın geçmiş tasavvurlarında aynı zamanda bazı önemli duraklar da anılır ve biçimlendirilmiş olarak dinleyiciye sunulur. Örneğin, Erdoğan'ın kişilik inşasındaki önemli duraklar olarak siyasete başlaması, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı yapması, okuduğu şiir nedeniyle hapis cezası alması, partisine yönelik açılan kapatma davaları ve icraatları bağlamında AK Partinin kuruluşu geçmiş kurgularında anılan

duraklardır. Cumhurbaşkanlığı tahayyülü ve Cumhurbaşkanlığı Seçimi konusunda geçmişte yaşanan krizler de Erdoğan'ın millet-seçkinler ikiliği inşası çerçevesinde sunulan geçmiş duraklarıdır. Erdoğan'ın kendini inşasında başvurduğu geçmiş duraklarının örneklerinden biri şöyledir:

> Pınarhisar'a girdik ve çıktık. Bir es demiştik, bir mola, bir durak demiştik, nerede kalmıştık diyerek ara verdiğimiz noktadan yeniden başladık. 11 gün sonra 14 Ağustos'ta inşallah 13'üncü kuruluş yıldönümümüzü idrak edeceğiz. Evet 2001'de AK Parti'yi kurduk, İstanbul'dan başladık, Anadolu'yu Trakya'yı karış karış dolaştık. Nereye gittiysek coşkuyla karşılandık, nereye gittiysek milletin muhabbetiyle kucaklaştık.

Cumhurbaşkanlığı tahayyülü ve Cumhurbaşkanlığı Seçimleri konusunda Erdoğan'ın sıklıkla başvurduğu geçmiş referansları da geçmişte seçimlerde yaşanan krizler üzerinde durur ve milli irade fetişizmine yeniden başvurarak Cumhurbaşkanının halkoylaması ile seçilmesi konusunda yapılan Anayasa değişikliği hatırlatılır ve bu geçmiş referanslarıyla "bugün"ün anlamı inşa edilir. Bunun belirgin örneklerinden biri olan aşağıdaki uzun alıntıda millet-Erdoğan özdeşliği yine karşımıza çıkar.

> Kardeşlerim Cumhuriyet tarihimizin en önemli seçimlerinden birine giriyoruz. Cumhurbaşkanını milletin bizatihi seçmesi demokrasimiz adına başlı başına bir sessiz devrimdir. Bugüne kadar Cumhurbaşkanlarını Türkiye Büyük Millet Meclisi, yani vekiller seçti. Cumhurbaşkanlığı seçiminde meclisin vekillerinin iradeleri tehdit edildi. 1938'de Gazi Mustafa Kemal vefat edince askerler Meclisi kuşattılar, tehditle İnönü'yü Cumhurbaşkanı seçtiler. 1961'de Cemal Gürsel'i tehditle Cumhurbaşkanı seçtiler. Cevdet Sunay aynı şekilde seçildi. Fahri Korutürk aynı şekilde seçildi, Deniz kuvvetleri komutanıydı. Kenan Evren darbeci bir subaydı. Merhum Özal dışında değerli kardeşlerim Sayın Demirel dışında, Sayın Gül dışında başka dengeler devreye girdi. Vesayet devreye girdi, statüko devreye girdi ama unutmayın 2007'de biz Cumhurbaşkanı seçeceğimiz zaman işte bu engeller karşımıza çıktı. Şimdi ne diyorlar? Sizi Cumhurbaşkanı seçtirmeyiz. Kim bunu diyenler? CHP, MHP, HDP, milletin

> değil bizim istediğimiz Cumhurbaşkanı olur dediler, hukuku ayaklar altına aldılar, milletin gözleri önünde bir sürü hileye başvurarak bize engellemeye kalkıştılar. Biz ne yaptık? Millete gittik. 22 Temmuz'da milletimizden güçlü bir destek aldık. Aynı zamanda Anayasayı değiştirdik. Onu da milletimize götürdük. Değerli kardeşlerim, bütün bunlar yapılırken yüzde 69 oy oranıyla halkoylamasından, hamdolsun milletimizden onay aldık. İşte şimdi 10 Ağustos'ta sadece ve sadece bir tek denge gözetilecek, o da milletin dengesi. Millet ne derse o olacak. Çeteler değil, statüko değil, vesayet değil, güçlüler değil, millet kimi seçerse o Cumhurbaşkanı olacak. Demokrasimiz güç kazanacak, milli irade güç kazanacak, devlet ve millet arasındaki mesafe azalacak. İnşallah devletle millet artık daha bir muhabbetle kucaklaşacak. Halkın seçtiği Cumhurbaşkanı ile halkın seçtiği hükümet birlikte el ele, omuz omuza Türkiye'nin gücüne daha da güç katacak.

Erdoğan'ın geçmiş referanslarında kendisiyle ve ekibiyle devamlılık ilişkisi kurduğu belirli konular vardır. Örneğin, muhalefeti ya da seçimdeki diğer adayları eleştirirken, kendisini konumlandırırken geçmişten Demokrat Parti dönemine ve onun lideri Adnan Menderes'e ve daha yakın geçmişten Turgut Özal'a sıklıkla atıf yaparak kendisini bu liderlerin bir devamı olarak sunar. Demokrat Parti dönemi, çok partili hayata geçişle birlikte CHP'ye ve tek parti rejimine karşı kazanılmış büyük bir zaferi simgelemekle beraber, aynı zamanda 27 Mayıs 1960 Askeri Darbesinden sonra Adnan Menderes'in idam edilmesi de milli irade karşıtlığını temsil etmektedir. Turgut Özal, diğer merkez sağ partilerden İslami yönü ile biraz daha farklılaşmasının yanında, neoliberal kalkınmacı anlayışın bir temsilcisi olarak hizmet siyaseti retoriği açısından önemli bir simgedir. Erdoğan, bu anlamda kendisini bu iki liderin ve hareketin bir devamı olarak konumlandırır. Kampanyanın ana sloganı sayılabilecek "Milletin Adamı" böyle bir referansa sahiptir.[90]

2007'de yaşanan Sumhurbaşkanlığı seçimi krizi ve ardından ordunun yayınladığı 27 Nisan bildirisi/e-muhtıra ve bu dönemde tüm ülkeye yayılan Cumhuriyet Mitingleri dolayısıyla büyük bir AK Parti karşıtı cephenin oluştuğu 22 Temmuz 2007 Genel

[90] Erdoğan'ın Menderes ve Özal ile kurduğu devamlılık ilişkisi hakkında daha ayrıntılı analizler için bknz. Türk, 2014; Koyuncu, 2014.

Seçimi öncesinde, 8 Haziran 2007'de billboardlar ve gazetelere, çeşitli İslamcı ve muhafazakar cemaat, vakıf ve örgütleri kapsayan bir sivil toplum kuruluşu olan Türkiye Gönüllü Teşekküller Vakfı tarafından "Demokrasi'nin Yıldızları" başlıklı bir ilan verilmiştir. Bu ilanda Menderes, Özal ve Erdoğan'ın fotoğrafları bulunmakta ve fotoğrafların altında şöyle yazmaktadır: "Onlar Atatürk'ün açtığı demokrasi yolunda bayraklaşan liderler. Onlar demokrasi ufkunda parlayan yıldızlar." Bundan yaklaşık 10 gün sonra bir başka dernek (Hukuki Araştırmalar Derneği) tarafından "Milletin Adamları" başlıklı benzer bir ilan yayınlanmış, bu ilan AK Parti tarafından benimsenerek kartpostal olarak basılmış ve dağıtılmıştır. Kartpostalın üzerindeki metinde ise şöyle yazmaktadır: "Onlar Atatürk ile perçinleşen millet sevgisinin simge isimleri. Onlar bu toprağın sesi, vicdanı, atılım ruhu. Onların yüreğinde millet, milletin yüreğinde onlar. Onlar Milletin Adamları" (Koyuncu, 2014: 147-148).

Erdoğan, Demokrat Parti'nin meşhur sloganı "Yeter Söz Milletin"e de sıklıkla atıf yaparak, bu sloganı AK Parti'nin kuruluşunda dönüştürerek kullandıklarını hatırlatır konuşmalarında: "Çünkü bu şehir Menderes'in şehri. İzmir 10 Ağustos için kararını vermiş, O ne demişti 'Yeter Söz Milletin' demişti. Biz ne dedik 'Yeter Söz de Milletin Karar da Milletindir' dedik." Erdoğan, mitinglerde oy isterken de Menderes ve Özal ile kendisini özdeşleştirir:

> Kardeşlerim, 1930'daki çok partili siyaset denemesinde de İzmir CHP'ye karşı olmuştur, merhum Menderes'i bağrından çıkaran İzmir merhum Menderes'in hatırasına, partisine, siyasetine sahip çıkan bir şehirdir. 1946'dan 1958'e kadar her seçimde merhum Menderes'e en güçlü desteği veren şehirlerdendir İzmir, merhum Turgut Özal'a en güçlü desteği veren şehirlerden biri İzmir'dir. İzmir dayatmalara boyun eğmez, İzmir tıpış tıpış değil hür iradesiyle sandığa gider. İnşallah 10 Ağustos'ta İzmir farkını bir kez daha ortaya koyacak ben buna inanıyorum.

Erdoğan, geçmiş referanslarında muhafazakar bir medeniyet tasavvuru olarak sunduğu Osmanlı ve Selçuklu mirasının yanında, Cumhuriyet dönemine ilişkin de belirli noktalar seçerek bir kurgu yapar kampanyasında. Erdoğan, kampanyanın ilk şehir ziyaretlerini, Atatürk'ün 23 Nisan 1920'de ilk Meclisi kurmadan önce yaptığı ziyaretleri anımsatan

şekilde, önce Samsun'a ardından da Erzurum'a yapmıştır. Halkoylaması ile Cumhurbaşkanlığı Seçimi, yeni bir ulusal kimlik kurgusunun en önemli adımlarından biri olarak "bir Fatiha, yeni bir başlangıç, tarihi bir adım, yeni Türkiye'nin zafer günü" olarak tanımlanmıştır Erdoğan tarafından. Aynı yıl, 30 Marttaki Yerel Seçimde, Erdoğan ve ekibine karşı ortaya atılan yolsuzluk iddiaları, yalnızca Erdoğan'a ve ekibine karşı değil, "milletle özdeşleşen" Erdoğan'a ve dolayısıyla millete karşı girişilen bir tehdit manasını taşımaktadır bu anlayışa göre. Öyleyse Erdoğan'ın ifadesiyle "30 Mart nasıl yeni Türkiye'nin istiklal mücadelesi olduysa 10 Ağustos da yeni Türkiye'nin zaferinin inşallah ilan edildiği tarih" olarak tanımlanmaktadır.

Bu noktada, Erdoğan'ın Cumhuriyetle ilgili değindiği noktalar üzerinde durmak gerekir. Türk (2014: 229) Erdoğan'ın anlam dünyasında milli irade ve demokrasi kavramlarıyla da yakından ilişkili olarak iki farklı cumhuriyet kavrayışı söz konusudur; millet egemenliği olarak cumhuriyet ve zihniyet eleştirisi olarak cumhuriyet. Bu bağlamda Erdoğan cumhuriyet kavramını hem milli irade kavramıyla birlikte yücelterek kullanır hem de "cumhuriyet kavramına yaptığı atıfların büyük bir bölümü Tek Parti Dönemi'yle, AKP öncesi muktedir siyasal kompozisyonla ya da mevcut CHP ile bir hesaplaşma içerir." Bu hesaplaşma "bizden önce bizden sonra" olarak adlandırdığım zamansal kurguyla da uyumludur. Cumhurbaşkanlığı Seçiminde, Cumhuriyet ile ilgili olarak geçmiş referanslarda bu hesaplaşmayı andıran söylemler dışında, dikkat çeken bir atıf Cumhuriyetin ilanından önce kurulan, 23 Nisan 1920'de kurulan ilk meclise yapılan övgülerdir. Bu övgülerde, 1920'den sonra Mecliste ve Anayasalarda milli irade karşıtı vesayetçi anlayışın hakim olduğu belirtilerek, "bizden önce bizden sonra" anlayışı ile millet-biz özdeşliğine zemin hazırlanmış olur. Vizyon Belgesi'nde ilk Meclis ve sonrası ile ilgili değerlendirme şöyle yer almıştır:

> Oysa 23 Nisan 1920 Meclisi bu toprakların ilk demokratik, katılımcı, adem-i merkeziyetçi anayasal düzenini inşa etmişti. Hiç bir etnik ayrıma dayanmayan, ideoloji barındırmayan, milletin iradesini siyasal işleyişin merkezine yerleştiren, merkez ile yerel arasında demokratik bir denge kuran bu Anayasa, tam anlamıyla bir toplum sözleşmesi mahiyetindeydi. Bu Anayasa, parçalanma tehdidi altında olan Türkiye'yi tüm farklılıkları birleştirerek ve aynı hedef doğrultusunda gönüllü olarak harekete geçirerek

> kurtarmıştı. Ancak 1924 ve sonraki anayasalar 1920 ruhundan giderek uzaklaştı. Vesayetçi eğilimler ve uygulamalar milli iradeyi dışladı. Millet tarafından sevk ve idare edilmesi gereken devlet, milleti kontrol edecek şekilde yeniden yapılandırıldı. Milli iradenin kendini gösterdiği zamanlarda ise, anayasa gerekçe gösterilerek darbeler yapıldı. Farklılıklar düşman kabul edildi. Tek tipçi bir toplum yaratılmaya çalışıldı. Toplumumuz ayrıştırıldı, kimlik siyasetine mahkum edildi. Bu vesayetçi ve devlet merkezli bakışın şekillendirdiği mevcut Anayasa ile yolumuza devam edemeyiz. Bu çerçevede 2007'de Cumhurbaşkanı'nın halk tarafından seçilmesi ile ilgili düzenleme ve 2010'da yapılan halkoylaması ile yargının kısmen de olsa demokratikleşmesi önemli aşamalardır, fakat yeterli değildir.

Erdoğan'ın Cumhuriyet algısı çerçevesinde 1920'de kurulan ilk Meclise olan bu övgüsünün temelinde, bu Meclisin çeşitli muhalif kesimlerden oluşan bir Meclis olmasıdır (Demirel, 1994; 2010). 1923'teki seçimlerle oluşan ikinci Mecliste ise seçime katılan tüm adaylar merkezden belirlenerek daha homojen bir yapı oluşturulmuştur (Demirel, 2004). Dolayısıyla, bir tür "zihniyet eleştirisi" olarak cumhuriyet algısının yönlendirdiği bu anlayışla bir tarih kurgusuna girişerek, bugünü "yeni Türkiye" için bir "istiklal mücadelesi" olarak, eş deyişle, yeni ya da ikinci bir istiklal mücadelesi olarak tanımlar. Bu çerçevede, Erdoğan Türkiye'yi 1920'deki ilk Meclisteki "aslına, kuruluş ruhuna" döndürmek gerektiğini ifade eder:

> Kardeşlerim, 77 milyon bu topraklarda, bu bayrağın altında bir olarak, beraber olarak birlikte olarak, birlikte inşa ediyoruz yeni Türkiye'yi diyerek, 23 nisan 1920'deki o katılımcı, o kardeş, o birbirine saygı duyan manzarayı biz yeniden çiziyoruz. Türkiye'yi özüne, aslına, kuruluş ruhuna döndürüyoruz.

Anderson'un, ulusun zamansal ve mekânsal anlamda biricik varlık olarak tahayyül edilmesi gerektiği görüşü üzerine Billig, ulusun zaman içinde uzanan, bir geçmişi ve gelecek bir kaderi olan mekan içerisinde, belirli bir bölgenin sakinlerini barındırırken tahayyül edildiğini söylemektedir. Buna göre, "Zamansal boyut bütün ulusların kendi tarihlerine dair, başka hiç kimsenin olmayan bir anlayışa sahip olmalarını sağlar"

(Billig, 2002: 85). Erdoğan'ın Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki söylemlerinde işte böyle bir ulusal geçmiş ve ondan hareketle gelecek kurgusu yaratılmaya çalışılır. Kampanyasının yoğun olarak 12 yıllık icraatlarının anlatısından oluşan Erdoğan, icraatlarıyla geçmiş ve gelecek kurgusunu birleştirir. Örneğin, İstanbul'da Anadolu ve Avrupa yakasını denizin altından birbirine bağlayan Marmaray projesi için, "Fatih gemileri karadan yürüttü biz de insanımızı denizin altından yürüttük Marmaray'la." diyerek geçmişle ilintilendirir.

> Kardeşlerim 12 yılda yaptıklarımızı anlatmak günler sürer. Biz bu ülkeye özgüvenini iade ettik. Milletimize Fatih'in torunları olduklarını anlattık, Gazi Mustafa Kemal'in Çanakkale'de verdiği mücadeleyi anlattık, Selçuklu'nun Osmanlı'nın bakiyesi olduğunu, böyle bir devlet olduğumuzu anlattık. İstersek, inanırsak hiçbir hedefin hayal olmadığını gösterdik.

Erdoğan'ın bu yeni Türkiye mücadelesinin gelecek kurgusu da geçmişten referanslarla, kampanyanın merkezinde yer alan bir unsurdur. Bu kurguya göre gelecek hedefleri için 2023, 2053, 2071 tarihleri belirlenmiştir. Temel hedef 2023 tarihi üzerinde belirtilse de kampanyanın sloganı olan "Milli İrade Milli Güç Hedef 2023" sözü, bazı mitinglerde arka plan olarak kullanılan afişinde 2023 tarihin altında, alt alta ve silik/yarı şeffaf olarak 2053 ve 2071 tarihleri de bulunmaktadır (bknz. EK 3). Erdoğan'ın kampanyasında kullanılan geçmişten referans alan gelecek tahayyülleri –milletin egemenliği olarak- Cumhuriyetin 100. yılı 2023 ve İslami bir referans olarak İstanbul'un fethinin 600. yılı 2053; milliyetçi bir referans olarak Malazgirt Savaşı'nın 1000. yılı 2071 de hatırlatılır. Vizyon Belgesinde yalnızca 2023 hedefinden bahsedilir: "Cumhuriyetimizin 100. yılı olan 2023, milletimiz için büyük bir hedeftir. Siyasette, ekonomide, kültürde, bilimde, hayat kalitesinde milletimize layık olarak çok daha ileri düzeylere ulaşmalıyız. Gayretimiz, çabamız, çalışmamız bu büyük hedef içindir." Erdoğan, tüm Türkiye'ye yönelik mesajlarını içeren İstanbul mitingi konuşmasında ise 2053 ve 2071 tarihlerini de zikreder: "Önce 2023 diyeceğiz. İnşallah ilk ona gireceğiz, ardından İstanbul'un fethinin 600. yıl dönümü olan 2053 hedeflerine ulaşacağız. İnşallah ardından torunlarımız için 2071 hedeflerinin taşlarını döşeyeceğiz." Bu mitingde Erdoğan'ın konuştuğu sahnenin arka planı da bu slogan ile döşenmiştir.

Ancak, temel –belki de daha rasyonel ya da daha az sloganvari olan demek yerinde olur- hedef olarak 2023 tarihine ilişkin Erdoğan konuşmalarında bir takım somut gelecek vaatlerinde de bulunur. Buna göre, "demokrasi ve özgürlükler alanındaki reformları, eski tek tipçi, vesayetçi paralel kalıntıları bertaraf ederek daha üst seviyelere" ulaştıran ve "hiç kimsenin kendisini devlet karşısında, devletin kurumları karşısında ezik, ötelenmiş hissetmediği bir Türkiye tasavvuru"nu içeren "demokrasiyi güçlendirme"; "sadece kendi halkı için değil bölge ülkeleri için de bir sağlık üssü haline" gelen bir Türkiye; "milli gelir bakımından dünyanın ilk 10 ekonomisi içinde yer alan" bir Türkiye; "nüfusunu yeterli kaliteli ve güvenilir gıdayla besleyen, tarım ürünlerinde net ihracatçı konumunu geliştiren, rekabet gücünü arttırmış dünyada ve bölgesinde tarım alanında söz sahibi olan bir ülke"; "savunma sanayi en gelişmiş ilk 10 arasında yer alan" bir Türkiye; "daha nitelikli iş gücü daha güvenceli iş daha kaliteli bir çalışma hayatı" olan bir ülke; "turist sayısı ve turizm gelirinde dünyada ilk 5 ülke arasına giren, 50 milyon turist ve 50 milyar dolar turizm geliri elde eden" bir Türkiye vaadi, Erdoğan tarafından 2023 için konulan somut hedeflerdir. Bu hedefler şöyle özetlenmektedir: "Amacımız 2023 yılında yani Cumhuriyetimizin yüzüncü yılında şu dört temel hedefe ulaşmaktır. Demokrasiyi daha da geliştirmek, siyasi ve toplumsal normalleşmeyi daha ileri taşımak toplumsal refahı daha çok yükseltmek, dünyada öncü ülkeler arasında olmak."

4.2.2.6. Erdoğan ve rakipleri: "İş bilenin kılıç kuşananındır"

Cohen (1999: 8; 134), "topluluk" sözcüğünün kullanımının birbiriyle bağlantılı iki önerisi olduğundan bahseder. Bunlar, birbiriyle ortak bir şeyleri olan ve bu ortak şeylerin öbür varsayımsal grupların üyelerinden önemli sayılabilecek derecede ayırdığını ima eden unsurlardır. Dolayısıyla "karşıtlığın simgesel doğası, insanların 'kendilerini fark içerisinde düşünebilecekleri' anlamına gelir." Erdoğan'ın icraat söylemi, yanında muhalefeti ve rakiplerini eleştirme, onların eksikliklerini gösterme, yeteneksizliklerini gösterme üzerine kendisine meşruluk üretir ve kendisinin seçilmesi gerektiği argümanı bu yolla açıklanır: "Değerli kardeşlerim, çalışıyoruz ya! Bu makamlar yan gelip yatma yeri değildir. Koşturursan oluyor. Ufkun varsa oluyor. İş bilenin kılıç kuşananındır."

Erdoğan, rakipleri ile kendisini sürekli kıyaslayarak başvurduğu bu yöntemde, doğrudan onları hedef alan ve belli bir biçimde tanımlayan bir dil kullanır. Örneğin, rakibi Ekmeleddin İhsanoğlu'nu "Monşer", "İthal Aday", "Çakma Aday", "Ismarlama Aday", CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nu –eskiden yaptığı Sosyal Sigortalar Kurumu Genel Müdürlüğü'ne gönderme yaparak- "Genel Müdür", "Çarkçı Kemal", -Kılıçdaroğlu'ndan önceki CHP Genel Başkanı Deniz Baykal'ın bir kaset skandalı ile görevinden istifa etmesine atıfla- "Kaset Genel Başkanı" olarak tanımlar. Bu tanımlamalar eşliğinde Erdoğan, kendisinin ve ekibinin yaptığı "hizmetlerle" kıyaslandığında, rakiplerinin ne kadar "yetersiz" olduğunu ispatlamaya çalışır. Kılıçdaoğlu'nun SSK Genel Müdürü olduğu dönem ile bugün arasında yaptığı kıyaslama bunun belirgin örneklerindendir:

> Sağlık dedik, insanımızın insanca sağlık hizmeti alması için sessiz devrim yaptık, hastaneleri yeniledik, yeni hastanede bir saatlik grup toplantısında merhum Savaş Ay'ın 98'deki programını izlediniz mi? (Eveeeet) Bu genel müdürün SSK'nın başında olduğu zaman SSK hastanelerinin ne olduğunu gördünüz değil mi? Aman yarabbim! O tuvaletlerin hali neydi gördünüz değil mi? (Eveeeet) Kan revan içinde, oraya sağlam giren hasta çıkar ya, hijyen diye bir şey var mı yok. Niye? Ve soruyor Savaş Ay, "Genel Müdür bu ne haldir?" diyor, "10 yıl önce daha iyiydi diyor. Çünkü şimdi İstanbul'un nüfusu arttı" diyor. O gün nüfusu arttı da şimdi ne oldu? Şu anda İstanbul'un nüfusu 14-15 milyon oldu, hastanelerimizin hali ortada. Buna üç tane koyun verin kaybeder gelir, bundan bir şey olmaz. Bunların çıkaracağı adaylardan da bir şey olmaz. Doktor, hemşire, ebe, teknisyen sayısını çoğalttık. Ambulanslar, artık helikopter ambulanslarımız var, jet ambulanslarımız var, deniz ambulanslarımız var, paletli ambulanslarımız var. Hastaneleri birleştirdik, eczane ayrımını kaldırdık. Benim vatandaşım artık istediği eczaneden gidip istediği ilacı alabiliyor. Şimdi şehir hastaneleri hayalimiz vardı, bir tane Avrupa yakasında bir tane Anadolu yakasında. Değerli kardeşlerim, devasa iki dev hastane kuruyoruz.

Yukarıdaki örnekte de olduğu gibi, Erdoğan "hizmet siyaseti" retoriği ile uyumlu biçimde rakiplerini "iş bilmez", "işten anlamaz", "organizasyon becerisi düşük", bir

nevi adeta "kalifiye olmayan eleman" gibi tanımlamaktadır. Ekmeleddin İhsanoğlu'nun kampanya süresince çokça öne çıkarılan vasıflarını karşıt olarak bu yönde betimler ve böylece bu vasıfları değersizleştirir. Örneğin, onun İslam İşbirliği Teşkilatı Genel Sekreterliği yaptığı dönemde, kendilerine hakkında şikayet geldiğini anlatır ve adeta ülke yönetimi olarak kendisine "müsamaha gösterdiklerini" ima eder:

> Bu monşer aday zaten bu işlerden hiç anlamaz. Kardeşlerim Suudi Arabistan "Bunu çekin" diye bize söyledi. Mevcut Cumhurbaşkanımız Abdullah Bey'e söyledi, Dışişleri Bakanımıza söyledi "Bu adamı alın buradan" dedi. Biz de dedik ki yani seçim yapıldı, seçimle geldi, seçimle geleni alma imkanımız malum yok. Biz sizi bu noktada gücendirmek istemeyiz ama böyle bir imkan yok. Bu bize ne dedi biliyor musunuz? Benim arkamda durmuyorsunuz dedi. Yahu tamam da sen başarısızsın, beceriksizsin, seni bundan dolayı istemiyorlar, istemiyorlar. Bu bir vaka. Diyor ki bana nişan taktılar, yahu sana gidesin diye nişan taktılar ama artık o kadar oyaladın ki süre doldu ondan sonra, ondan sonra da ayrılmak durumunda kaldın.

Türk Dil Kurumu'na[91] göre, Fransızca kökenli "monşer" sözcüğünün iki anlamı bulunmaktadır. Birincisi, "azizim, dostum" anlamına gelen bir seslenme sözü olarak bir ünlem; ikincisi ise "davranışlarında Batı özentisi içinde bulunan" anlamında bir sıfattır. Erdoğan'ın İhsanoğlu için bu sözcüğü seçmesi, onun yurt dışında yaşamış ve bu nedenle Türkiye'ye yabancı olmasına gönderme yapmakla beraber; onun Profesör olması, akademik yayınları, yabancı dil bilgisi gibi niteliklerine atıf yapan bir seçkinciliği de ima eder. Erdoğan bu yaklaşımla birlikte, sarkastik bir dille İhsanoğlu'nun bu niteliklerinin ülke yönetimi ile ilgili olmadığını göstermeye ve bunları değersizleştirmeye çalışır:

> Neymiş profesörmüş, neymiş 3 dil biliyormuş! Yahu biz tercüman mı arıyoruz ya?! Biz tercüman mı arıyoruz yoksa ülkeyi yönetecek adam mı

[91] http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.578bc450f153e8.48987077 (Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2016).

> arıyoruz? (Büyük alkış) Tercüman arıyorsak çok, 3 dil bilen de var 5 dil bilen de var, ben işte tercümanlarla götürüyorum işi, hamdolsun.
>
> İdeolojik oy kullanmayalım, bu zat siyasetten anlamaz, siyasetin S'sini bilmez. Siyaset insan yönetme sanatıdır, daha baştan gaf yaptı o makamda siyaset yapılmaz diyor. Yahu Cumhurbaşkanlığı makamına giden siyaseti bilmezse zaten hiçbir şey yapamaz. Oraya biz sekreter seçmiyoruz ya. İslam Teşkilatı Örgütüne sekreter oldun biliyoruz da ama Türkiye Cumhuriyeti'nin başına Genel Sekreter seçmiyoruz, Türkiye Cumhuriyeti'nin başına Cumhurbaşkanı seçiyoruz, böyle bir fark var. (...) 40 günde siyasetçi olunmaz, Türkiye ile dertlenmeyen Türkiye'den itibar göremez. Türkiye'nin sevincine, hüznüne ortak olamayan bu milletten teveccüh göremez. İnanıyorum ki İstanbul bir hafta sonra, haftaya bugün bu çakma adaya cevabını sandıkta verecektir.

Erdoğan, kendisine karşı oylarını birleştirmek için CHP ve MHP'nin ortak aday olarak İhsanoğlu'nu göstermelerini de tarihsel bir örnek vererek, kendisi ile Demokrat Parti arasında kurduğu devamlılık ilişkisi ile uyumlu olarak, yine milli irade ve karşıtları ikiliğini kullanır ve rakiplerinin bu girişimini de değersizleştirir.

> Demokrat Parti merhum Menderes ve arkadaşları gümbür gümbür iktidara yürüyorlar, halk akın akın Demokrat Parti'ye koşuyor. Tabii dönemin Cumhurbaşkanı İsmet İnönü de kara kara düşünüyor bu Demokrat Parti'nin önünü nasıl keserim diye hesaplar yapıyor. Kılıçdaroğlu da ondan öğrenmiş herhalde. Sonra aklına bir fikir geliyor en iyisi şöyle dindar bir insanı başbakan yapayım, seçimlere girsin Demokrat Parti'nin oylarını alayım. Çok ilginç, hikaye aynen bugünküne benziyor. Kimi buluyor biliyor musunuz? Şemsettin Günaltay. Kimdir bu Şemsettin Günaltay? 1- Merhum Mehmet Akif'in arkadaşı 2- O da Profesör 3- İlahiyatçı, tarihçi 4- 3 dil biliyor. Aynen bugünkü gibi, hiç farkı yok. Peki sonuç ne oluyor? 14 Mayıs 1950'de seçim yapılıyor, CHP ve Şemsettin Günaltay ağır yenilgi alıyor, Demokrat Parti ezici bir zafer kazanıyor. CHP bugün de aynısını yaptı, gitti dışarıdan aday

> ithal etti. MHP'yi de yanına aldı zaten vagon, vagonu da arkasına taktı ithal bir aday gösterdi.

"Erdoğan'ın AKP'lilerin gözündeki 'büyük usta' konumu, kendini var etmek için daimi bir 'küçük çırak'a ihtiyaç duyar" (Türk, 2014: 246). Bu nedenle Erdoğan konuşmalarında rakiplerini "iş bilmez" olarak tanımlarken, kendini/ekibini daha üstün konumlandırarak, onları siyaseti bilmeyen, "siyaset acemisi" (Türk, 2014: 246) diye tanımlar. Örneğin Bahçeli hakkında Diyarbakır mitinginde yaptığı şu yorum bu konumlandırmanın temsillerinden biridir: "Son zamanlarda hayret ettim yahu. Bahçeli, ya sen bugüne kadar Kürt kardeşim demezdin ama hamd ediyorum öğrenmiş, öğrenmiş öğrenmiş. Ya bu siyaset insanlara neler yaptırıyor be. Öğrendi, eyvallah çünkü biz inananlar kardeştir diyerek hiç ayrım etmeden baştan beri kardeş bildik."

Erdoğan, milliyetçilik üzerinden eleştirdiği Demirtaş'ı ise etnik kimliğini deşifre ederek, onu ve partisini terör bağlamında ele alırken, "çırak bile olamamış" diye tanımlamaktadır. Burada da Erdoğan rakibinin bazı şeyleri "öğrenmesi gerektiğini" söyler.

> Kardeşlerim, ne dedik? Tek millet dedik. Şimdi de çıkmış bir tane aday, çıkmış ne diyor ismini falan vermeyeceğim, diyor ki tek millet olmaz diyor, lafa bak, tek millet olmaz ne olur? Ey Efendi, bu ülkenin Cumhurbaşkanı olacaksan, bu ülkede tek millet anlayışını kabul edeceksin. Önce tek milletle ne ifade edeceğimizi öğren. Daha sen çırak bile olamadın. Bu ülke Türk'üyle, Kürt'üyle, Arap'ıyla, Laz'ıyla, Çerkez'iyle, Boşnak'ıyla, Arnavut'uyla, Pomak'ıyla, Roman'ıyla, hepsiyle bir tek millettir, önce bunu öğrenmen lazım. Bunu öğrenmeden bu ülkede cumhurbaşkanı olamazsın, halkın başkanı olamazsın. Hale bak! Çıkıyor şimdi, milletimin karşısına gelip oy istiyor. Sen ancak olsan olsan, bak kendisi Zaza ama benim Kürt kardeşlerimi aldatıyor. Ya sen Kürt kardeşlerime ne verdin? Bugüne kadar ne verdin? Verdikleri bir şey yok, veremezler de zaten. Niye? Bunların derdi dağ, şehir değil. Tehditlerle silahlarla kalkacaklar milletten oy isteyecekler.

Erdoğan'ın kendisini milletle özdeş, iş bilir, muhalefeti ise iş bilmez ve milletin karşıtı, seçkinci olarak konumlandıran ikiliğe başvurarak yaptığı kıyaslamada karşı cephenin sınırlarını epey genişletir ve kendisine muhalif olan hemen hemen tüm kesimleri birlikte, aynı cephede gösterir. Bunu yaparken hem geçmiş yaşadıklarından hem de bugünden örneklere başvurur. Örneğin, aşağıdaki örnekte, Erdoğan geçmişte yaşadıklarını bugünkü muhalefetle ilişkilendirir:

> Düşünebiliyor musunuz iktidarımıza kadar 16 ayda bir seçim yaşanan bir ülkeydik. Böyle bir ülkede istikrar güven olur mu? Böyle bir ülkede güven olur mu? Yine samimiyetle ifade etmek isterim ki 12 yıl boyunca önümüze engeller çıkmamış olsaydı, tehditler olmasaydı eski Türkiye'nin aktörleri direnmeseydi bugün çok farklı bir yerde olabilirdik. Yine de yılmadık yine de umudumuzu kaybetmedik. Bakın bizzat ben, defalarca ölüm tehditleri aldım, çok somut suikast girişimleri son anda önlendi 1994'te İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı için sahada seçim çalışmaları yaparken tehditler aldık, Samandıra'da bir arkadaşımız bombalı saldırıda şehit edildi. Pınarhisar Cezaevine gönderilmem beni denklemin dışına itmeye yönelik bir girişimdi. Hatırlayın o zaman medya başlıklarını. 'Artık muhtar bile olamaz'; 'Artık siyaset hayatı bitti.' Cezaevinde de tehditler aldım. Bakın şimdi de ne diyorlar? 'Aday olamaz.' Kim diyor bunu? Muhalefet.

Erdoğan, muhalefet partilerinin birleşerek gösterdikleri aday İhsanoğlu'nu da bu geniş cephenin içine yerleştirir: "Bir kez daha CHP ve MHP'yi esir aldılar. Bakın buradan, İzmir'den sesleniyorum; bu monşer aday CHP'nin, MHP'nin değil Pensilvanya'nın, onunla iş tutan medyanın, onların ipini tutan uluslararası çevrenin adayıdır."

Erdoğan, bu yaklaşımını ayrıca muhalefetin "iş bilmezliğinin" yanında, muhalefet taleplerini "çözümsüzlük" ve "değişime direnmek" olarak açıklamakta, "eski Türkiye'den kalan muhalefet sorunu"ndan bahsetmektedir. Meclisteki Anayasa Komisyonunun yeni anayasa çalışmalarında yaşananları, bir anlamda dinleyicilerine onları şikayet ederek, şöyle aktarır Erdoğan:

> Yeni bir anayasa yapmak için, özgürlükçü, katılımcı anayasa yapmak için samimi mücadele verdik. Kardeşler, 326 vekile sahipken biz dedik ki bizden

> 3 vekil olsun. Diğerleri toplam 220, üçer de onlar verdi, 9. Onu da kabul ettik. Çalışmalar başladı, bir noktaya geldik. Ve o nokta çok önemli; 47 madde hepsinin altına 4 siyasi parti imzayı atıyor. 47 maddede mutabakat sağlandı ve ana muhalefetin başı çıktı dedi ki "Biz bu 47 maddeyi geçirmeye hazırız." Ben hemen arkadaşlara talimat verdim. Gidin görüşün, biz dedim hemen bunu süratle çıkarmaya varız. Arkadaşlarım ziyaret ettiler, aldıkları cevap şu: "Diğer iki partinin de buna evet vermesi lazım." İpe un sermektir bunun adı. İkimizin sayısı buna yetiyor mu? Yetiyor. Bu 47 maddenin altında dört siyasi partinin imzası var mı? Var. Onlar gelmiyor, bırak gelmesin biz şu 47 maddeyi halledelim. Kardeşler, işte bu Kılıçdaroğlu böyle birisi. Çalışmalar devam etti, 60 maddeye çıktık. 60 madde oldu. Gene 4 siyasi partinin altında imzası var. Bu defa ben haber gönderdim, hadi buyurun dedim 60 madde altında 4 siyasi partinin imzası var. Şunu oturalım 2 haftada, 3 haftada çıkartalım, hiç olmazsa anayasanın ciddi bir kısmı böylece halledilmiş olur. "Diğer iki partinin de buna katılması lazım" dedi. Değerli arkadaşlar, eğer iş yapmak isterseniz çözüme siz de destek verirsiniz. Türkiye'de biraz sonra geleceğim en önemli sorun zaten muhalefet sorunudur. Muhalefetin dürüst, güçlü olduğu bir ülkede sizin sıçramanız da çok daha güçlü olur. Eski Türkiye'nin direnci nedeniyle maalesef bunu bu dönemde başaramadık. Ancak yeni anayasaya ilişkin umutlarımızı yitirmedik ve bunun mücadelesini en güçlü şekilde sürdüreceğiz. Eski Türkiye'den bugüne aktarılan, işte şimdi söylüyorum o muhalefet anlayışı ciddi bir sorundur. Muhalefet ne yazık ki kendisini değiştirmemiş değişim taleplerine duyarsız kalmıştır. Yeni Türkiye'den korkan, yeni Türkiye'de ayakta kalamayacağını düşünen muhalefet değişime direnmektedir. İnanıyorum ki muhalefete gönül vermiş vatandaşlarımız, kardeşlerimiz bu değişimi kendi elleriyle gerçekleştireceklerdir.

Erdoğan'ın rakiplerinin niteliklerine ilişkin bu değersizleştirme ve kendisinin karşıtı ve doğal olarak milletin/milli iradenin karşıtı olarak konumlandırmasının Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki en açık örneklerinden biri Ekmeleddin İhsanoğlu'nun yaptığı gafları kullanması ve bunlar üzerine yaptığı değerlendirmelerdir. Bitzer (1981:

243), politik kampanya retoriğinin önemli bir kısmının yanlışlar üzerine temellendiğine dikkat çeker. Bir aday hatalı bir davranışta bulunur ya da çelişkili bir şey söyler ya da sağduyu göstermeyen bir yargılamada bulunur ve karşıtı hemen bu yanlışı dramatize ederek söz konusu politikacının ilgili makam için yetersiz olduğuna işaret eder. Genellikle basın da bu yanlışı manşetten verir. Basın için, bu türden yanlışlar, gaflar bazen en haber yapılmaya değer konu olarak görülür. Ancak, kampanya retoriği için yanlışın önemi daha basit bir noktaya dayanmaktadır: Seçmenlerin çoğu kanunlar ya da ülke meseleleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmasa da mantıksal ilişkiler, karakter özellikleri ve sağduyu üzerine bir bakışa sahiptir. Bu nedenle, bir aday mantıksal bir hata, gaf yaptığında, halk hemen bunu yargılar. Yanlışlar/hatalar ya da gaflar halk için adayın test edilmesini sağlar, bu nedenle de bunlar kampanyada çok önemli bir rol oynar. İşte İhsanoğlu'nun kampanya döneminde yaptığı bazı gaflar, rakibi Erdoğan tarafından tam da Bitzer'in işaret ettiği biçimde, çokça kullanılmıştır.

Bu gaflardan biri İhsanoğlu'nun İstanbul'da Edirnekapı Şehitliği'ne giderek Mehmet Akif Ersoy'un mezarını ziyaret etmesi sırasında gerçekleşmiştir. İhsanoğlu, gazetecilerle birlikte gittiği Ersoy'un mezarı başında dua okuduktan sonra, mezar taşının üzerinde yazan İstiklal Marşı'nın bir dörtlüğünü okur ve sorulan bir soru üzerine, bu mısraların Mehmet Akif Ersoy'un Çanakkale Şehitleri şiirine ait olabileceğini söyler. Mehmet Akif Ersoy ile babasının yakın ilişkisi, İhsanoğlu'nun adını Ersoy'un koyması gibi konuları seçim kampanyasında kendilik inşasında kullanan İhsanoğlu için bu gaf büyük bir krize dönüşür. Erdoğan, mitinglerinde bu görüntüleri dinleyicilerine ekranlardan izletmekte ve ardından onu kıyasıya eleştirmekte, "ülkesine yabancı aday" argümanının bir kanıtı olarak sunmaktadır. Katılımlı gözlem yapmak için bulunulan İzmir ve İstanbul mitinglerinde bu görüntüleri izleten Erdoğan, İstanbul mitinginde yaptığı konuşmada ise dinleyicilerini selamladıktan sonra İstiklal Marşı'nın tamamını ve Çanakkale Şehitleri şiirinin de bazı mısralarını okumuş, ayrıca İhsanoğlu'nun yaptığı başka gafları da ekrandan izleterek, bunları alandakiler için bir tür eğlenceye dönüştürerek yorumlamıştır. Dinleyiciler alanda Erdoğan'ın yorumlarını dinlerken gülerek, slogan atarak karşılık vermiştir. Aşağıdaki uzun alıntıda İstanbul mitingindeki o anlar anlatılmaktadır:

> Neymiş, babası merhum Akif'in arkadaşıymış, ya baban çok muhterem bir insan da sana faydası yok ki. Sonuç? İstiklal Marşı'nı bile tanımayan, bilmeyen bir monşer. (Alan: Yuuuh) İstiklal Marşı ile Çanakkale şiirini bile birbirinden ayırt edemeyen bir monşer. (...) Şimdi şöyle bir ekrana gelsin hep beraber şu belgeyi bir görelim. İstanbul Edirnekapı Şehitliği'nde bakalım ne yapmış bir görelim. Biz belgeyle konuşuyoruz izleyelim. (Görüntüler izletiliyor.) (Alan: Yuuuh) Yuhlamaya gerek yok. Şöyle bir dinleyelim. (İzlerken alan: Yuuuh) Görüyorsunuz değil mi? Şecaat arz ederken sirkatin söylermiş. Kardeşlerim isterseniz bunu bir daha görelim, bir daha görelim. (İzlerken: Yuuuh) Ne diyeyim, ne diyeyim profesör, profesör profesör! Şimdi bugün yeni bir şey daha söylemiş, arkadaşlar o da hazır mı bilemiyorum. Ben edebiyatçıyım diyor ve bu işleri iyi bilirim diyor. Bir de onu dinleyelim diyorum. Hazırsa arkadaşlar bir de onu gösterelim. Şurayı bir dinleyelim. (Görüntüler izletiliyor.) Yahya Kemal'in Süleymaniye'de Bayram Namazı diye bir şiiri yok, Süleymaniye'de Bayram Sabahı diye bir şiiri var. Edebiyatçı ya, edebiyatçı olduğundan kaynaklanıyor, dersini iyi çalışmıyor, iyi hazırlanmamış. Görüyorsunuz hali bu. Değerli kardeşlerim dün Hatay'da konuşuyor, dünyayı ne kadar tanıdığını, uluslararası ilişkilerde ne kadar usta olduğunu övüne övüne anlatıyor. Bak bu da çok enteresan, Çekoslovakya Devlet Başkanı arkadaşım diyor. Yahu Ekmel, Çekoslavakya diye bir devlet mi kaldı yahu, artık Çek Cumhuriyeti var Çekoslavakya diye bir devlet var mı ya? Sen nasıl bunları tanıyorsun? Çekoslavakya iki ayrı devlet oldu, 21 sene oldu. Kardeşlerim eğer yarın da çıkıp Yugoslavya derse şaşırmayın, maalesef. Öbür gün çıkıp Sovyetler Birliği derse ona da şaşırmayın. CHP Genel Müdürüyle MHP Genel Başkanı milleti eğlendiriyordu, şimdi yanlarına bir kafadar daha buldular. Hisseli Harikalar Kumpanyası. Ne diyor? Cumhurbaşkanlığı makamı devletin sigortasıdır. Daha seçime bir hafta var, monşerde sigortalar attı.

Erdoğan'ın, tüm rakiplerini tek bir cephede toplamasının bir örneği de diğer Cumhurbaşkanı adayı Selahattin Demirtaş ve partisi HDP için Diyarbakır'da yaptığı değerlendirmede görülür. Erdoğan, burada da Cumhurbaşkanı seçim sürecinin başlıca

konularından biri olarak öne çıkan Çözüm Süreci konusunda HDP ile CHP'yi birleştirmektedir.

> Kardeşlerim bir hususu özellikle hatırlatmak istiyorum; ben HDP için defalarca Doğu ve Güneydoğunun CHP'si olmaya çalışıyor dedim. Evet bu hedefe aynen CHP gibi tek parti olmaya, tek parti zulmünü benim Kürt kardeşlerime uygulamaya çalışıyor. Farklı düşüneni sindiriyorlar, tehdit ediyorlar. Farklı yazan ve farklı söyleyeni dışlıyorlar, milli değerleri manevi değerleri, özellikle bizim gibi dini değerlerimizi her fırsatta tahkir ediyorlar. (...) Kardeşlerim, CHP ne yapıyorsa bu HDP de onun izinden gidiyor. Cumhurbaşkanı adayları belirlenirken bu HDP Genel Başkanı, mevcut aday, CHP'ye gitti, görüşmeler yaptı, sonra da ne görüştüğünü itiraf etti. CHP ile ittifak yapmak istemişler ama CHP kabul etmemiş, eğer kabul etseymiş, HDP CHP ile ittifak yapacakmış. Bu HDP seçmenine açıkça ihanettir, bu ittifak girişimi benim Doğulu, Güneydoğulu kardeşlerime hakarettir. (...) Diyarbakır kendisine ihanet eden, kendisine hakaret eden CHP ile ittifak arayışına giren HDP'ye sandıkta gereken dersi verecektir. Kardeşlerim şunu unutmayın; CHP, MHP, diğer ulusalcı, ırkçı, ayrımcı partilere verilecek oy eski Türkiye'ye gidecektir, HDP'ye verilecek her oy eski Türkiye'nin işine yarayacaktır. Şahsıma vereceğiniz her oy çözüm sürecine destek olacaktır.

Erdoğan'ın Cumhurbaşkanlığı Seçimi konusundaki bu karşıtlarını birleştirme yöntemi, bazen aşağıdaki örnekte olduğu gibi sınırı epey geniş bir topluluğa dayanır:

> Kardeşlerim, kimin kiminle iş tuttuğunu, ittifak yaptığını sizler de görüyorsunuz. Kürt kardeşlerimin sorunlarını yıllarca inkar eden, yıllarca bu topraklara, kimliklere, inançlara zulüm uygulayan her darbenin arkasındaki CHP şu anda sahnede. Milliyetçiliği ırkçılık olarak anlayan MHP şu anda sahnede. Gerilim siyasetinden medet uman, kandan, gözyaşından medet uman HDP sahnede. On yıllardır manşetlerinden ırkçılık akan, kan akan, şiddet akan medya yine sahnede. İstanbul'dan ötesini bilmeyen, Anadolu'nun, Trakya'nın derdini hiç anlamayan bazı işverenler sahnede. Onlarla birlikte hayatı fitneyle geçmiş, hayatı ayrımcılıkla, ispiyonculuk ve

> adam satmakla, sırttan adam hançerlemekle geçmiş ırkçı Pensilvanya sahnede. Bunlar bir araya geldiler, ne kadar ırkçı varsa, ne kadar bu ülkenin kardeşliğini istemeyen varsa bir araya geldiler. Çatışmalardan, zulümden, yasaktan işkencelerden medet uman ne kadar odak varsa şu anda yine bir araya geldiler.

Erdoğan tüm bu muhalefet ve rakip konumlandırmalarından, milli iradeye/millete karşı olan güç odakları tehlikesinden ve kendi icraatlarından hareketle, bazen açık bazen de örtük tasım yoluyla kendisinin Cumhurbaşkanı seçilmesi gerektiğini söyler. Bunu yaparken de rakiplerine oy vermesi muhtemel seçmenlere seslenirken, onları rakiplerine yaptığı eleştirilerden muaf tutarak, onların sağduyusuna güvendiğini, kandırılmaya, aldatılmaya göz yummayacaklarını beklediğini ifade eder. Ayrıca Erdoğan, icraatlarından/hizmetlerinden bahsederken, kendisine oy vermeyenlerin de bu hizmetlerden yararlandığını belirterek, bu nedenle de Cumhurbaşkanı seçilmesi gerektiğini ima eder.

> Eski Türkiye'nin kapıları kapanmıştır. Halkın değişim arzusu, değişim talebi nihayet kendisine diriliş zemini bulmuştur. Kaçınılmaz değişim artık başlamıştır, güçlü şekilde devam etmektedir. Bu değişim sadece AK Partilileri kapsayan değil 77 milyonu kapsayan bir değişimdir. Bize oy versin veya vermesin, bizi sevsin ya da sevmesin, herkes bu değişimden olumlu yönde etkilenmiştir ve etkilenmeye devam edecektir.

4.2.2.7. Erdoğan ve dinleyici-kardeşleri

Karaaslan-Şanlı (2012: 199), Balibar'ın (2000: 128) "ailenin ulusallaşması" olarak kavramsallaştırdığı "ulusal cemaatin (...) sembolik bir akrabalıkla özdeşleştirilmesi" yoluyla işlev gördüğünü belirterek, bir ulusun ya da bir grubun içindeki birbirini tanımayan insanların aynı ailenin bir üyesi (birbirinin annesi, babası, çocukları ya da kardeşleri) olarak tanımlanan aile metaforunun, anlamı ve önermelerinin zamana, mekana ve toplumlara göre değişiklik gösterdiğini belirtmektedir. Ailenin kurum ve metafor olarak kullanımı, bir topluluğun devamı ve yeniden üretimi için gerekli birlik öğesine meşruiyet kazandırmaktadır (Şerifsoy, 2004: 169). Anderson da (2015: 161) ailenin çıkar gözetmeyen bir sevgi ve dayanışma alanı olarak kavramsallaştırılması ile

ulusun da aynı şekilde herhangi bir çıkar ifade etmeyen bir anlamı olduğunu ve tam da bu nedenle fedakarlık talep edebildiğini belirtmiştir.

Erdoğan, hemen her konuşmasında dinleyicilerine aile metaforuna başvurarak "Kardeşlerim" diye seslenir. Türk'e (2014: 340-341) göre, Erdoğan'ın anlam dünyasında kardeşlik söyleminin üçlü bir işlevi vardır. Bunlardan ilki, "etnik aidiyet hissine kardeşlik söylemiyle galebe çalınmak istemi"yle Kürt sorunu ve diğer toplumsal meselelere çözüm olarak sunulan bir kardeşlik söylemidir; ikincisi Ortadoğu ile ilgili meselelerde bölgeye olan ilgisini açıklama aracı; üçüncüsü ise Erdoğan'ın milletin içinden gelen bir lider olduğunu sergileme ve güçlendirme aracı olarak başvurulan bir kardeşlik söylemidir.

Türk'ün ilk tespitine uygun olarak Erdoğan, "tek millet, tek bayrak, tek vatan, tek devlet" söylemini kullanırken, toplumsal çatışmaların üzerini örten, farklılıkları eritmeyi amaçlayan bir kardeşlik retoriği kullanır ve İslami bir kardeşlik anlayışıyla "yaratılanı yaratandan ötürü sevme" yaklaşımını vurgular: "Ancak ben burada bir noktayı sizlere özellikle vurgulayacağım; kardeşlerim ırkçı değiliz, biz siyasi Kürtçü değiliz, siyasi Türkçü değiliz, biz Türk'üyle, Kürt'üyle, Laz'ıyla, Çerkez'iyle, Gürcü'süyle, Roman'ıyla, Abaza'sıyla, bütün yaratılmışları yaradandan ötürü seviyoruz."

Erdoğan Kürt sorunu konusunda "Kürt kardeşlerim" kullanımında olduğu gibi Ortadoğu'ya olan ilgisini açıklama aracı olarak başvurduğu kardeşlik metaforunda da bölgedeki halkları "kardeşlerim" olarak, bu ülkeleri de "dost ve kardeş ülkeler" olarak tanımlar. Örneğin, seçim sürecinde Türkmenler konusundaki bir tartışma hakkında şöyle konuşur:

> Pensilvanya'nın oyuncağı olan CHP, MHP, bir de onların monşer adayı. Ne diyorlar? Gazze'yi bırak Türkmenlere bak ama benim Türkmen kardeşlerim bunlara gereken cevabı önceki gün bir kez daha verdiler. Çünkü onlara verdiğimiz desteği onlar çok iyi biliyorlar. Onlar bu işin farkında. (...) Kardeşlerim CHP ve MHP gerçekten Türkmen kardeşlerimizi düşünseler onları istismar etmez, onlar üzerinden istismar siyaseti yapmazlar. Çünkü onlar burada konuştukça Türkmen kardeşlerimizin şartları zorlaşıyor. Onlar

> burada konuştukça Uygur kardeşlerimizin şartları zorlaşıyor. Güvenlikleri tehlike altına giriyor. Özellikle de bizim yaptığımız yardımlar riske giriyor ama ne bu CHP ama ne bu MHP, böyle hassasiyetleri, böyle dertleri yok.

"Milletin içinden çıkmış bir lider" olarak da dinleyicilerine "kardeşlerim" diye hitap eden Erdoğan, zaman zaman dinleyicilerine muhalefeti/"milli irade karşıtı güçleri" şikayet ederek onlarla dertleşen bir üslup kullanır. Örneğin Türkmenler hakkındaki bu tartışmada ve çözüm süreci hakkında dinleyici-kardeşlerine şöyle seslenir:

> Kardeşlerim, emniyetiyle, maalesef silahlı kuvvetlerin içerisindeki grup, paralel yargı el ele verdiler ve Milli İstihbarat Teşkilatı'nın mensuplarını yerlerde süründürerek dövdüler. Bunların hepsinin kayıtları bizde. Kardeşlerim bunlar olurken bu CHP'nin sesini duydunuz mu? Bu Bahçeli'nin sesini duydunuz mu? Bu yardımlar Türkmenlere gidiyordu niye sesiniz çıkmadı? Niye konuşmadınız? Aaah değerli kardeşlerim, bunlar dertli değil, bunların böyle bir derdi yok. Bunlar hiçbir zaman bu ülkenin değerleri ile hareket etmediler.
>
> Aah ah akşam beşten sonra kepenkler iniyordu, şimdi 24 saat benim Diyarbakırlı kardeşim Diyarbakır'ın sokaklarında, caddelerinde, Diyarbakır'a hayat geldi.

Erdoğan'ın millet-seçkinler ikiliğine başvurarak, milletin içinden çıkmış, milletle özdeşleştirilmiş lider portresini bu kardeşlik retoriği de pekiştirir. Örneğin, okuduğu şiir nedeniyle aldığı cezayı anlatırken, kardeşliğin pekiştirilmesi göze çarpar.

> Kardeşlerim Siirt'te bir şiir okuduk bizi mahkum ettiler. (Alan: Yuuuh) Sandıkta yenemeyeceklerini anladılar, hukuku çiğneyerek bizi saf dışı bırakmak istediler. Ben milleti bulmuşum, ben millete aşkı tatmışım, Ben milletle hemhal olmuşum. Sizin zindanınız bana ne yapar? Sizin ipiniz, darağacınız, tehdidiniz bana ne yapar? Hani diyor ya üstat; "Beni Allah tutmuş kim eder azat." Biz hakka ve halka teslimi olmuşuz, sizin manşetlerimiz bize işlemez! Sizin tehditleriniz bize işlemez! Sizin kurşunlarınız, sizin suikast planlarınız, sizin işaret ettiniz darağacı yolları

> bize işlemez! Allah'a hamdolsun işlemedi. "Muhtar bile olamaz" diye manşetler attılar, bize tesir etmedi. Bize suikast girişiminde bulundular, o tehditler bizi yolumuzdan çevirmedi.

Rakipleriyle onların seçmen tabanlarını birbirinden ayırmaya dikkat eden Erdoğan, bu noktada da "milletle hemhal olmuş" lider portresini bozmaz ve onlara da "CHP'li kardeşlerim", "MHP'li kardeşlerim", diğer partilere "gönül vermiş kardeşlerim" diye seslenir.

Erdoğan mitinglerde seslendiği dinleyici-kardeşlerinden oy isterken ve oy toplamaları için çalışmalarını talep ederken de onlara "ablalar, abiler" diye seslenerek kardeşlik bilincini pekiştirmiş olur. İzmir mitingindeki seslenişi bunun açık bir örneğidir:

> Değerli kardeşlerim şu anda yedi günümüz kaldı, bugün bitti. Ablalar, 7 gün durmadan duraksamadan, kapı kapı dolaşmaya var mıyız? Tatilde olanları davet etmeye var mıyız? Aman ha sandıkta iradenize sahip çıkın. Abiler, 7 gün kapı kapı dolaşmaya var mıyız? Milli iradeye sahip çıkmaya var mıyız? Allah'ın izniyle mesele yok.

4.2.2.8. Erdoğan'ın ahenkli ve kapalı metinleri

Erdoğan'ın konuşmalarında milletle kurduğu özdeşlik, kişilik ve dinleyici inşası, milletin karşısında duranlarla kurduğu ikili karşıtlıklar, bu yolla ürettiği argümanlar, seçim kapsamında sunduğu vaatlerde ve toplumsal meselelere ilişkin yaklaşımında sergilediği bağlamsal kavrayışlar metinlerdeki kelime tekrarları, ahenkli yapılar gibi gösterim özellikleriyle güçlendirilir. Bu kullanımlar duygusallaştırıcı, coşkuyu arttırıcı, yüceltici, ilahileştirici, meydan okuyucu etkiler yaratmayı sağlar.

Erdoğan, katıldığı mitinglerde kendisini karşılayan büyük ve coşkulu kalabalıkları yücelterek, bu kalabalığın toplanmasına ilahi bir anlam atfeder ve bu durum konuşmalarında belli kelimeleri tekrarlı ve ahenkli kullanımıyla sağlamlaştırılır. Örneğin, mahşeri bir kalabalığın toplandığı İstanbul mitinginde konuşmasının başında İstanbul'u kişiselleştirme yoluyla kalabalığa şöyle seslenir:

> İstanbul! Bugün seni bir kez daha *yürekten selamlıyorum İstanbul*. Bugün seni bir kez daha *muhabbetle selamlıyorum İstanbul*. Bütün ilçelerini, tüm semtlerini, caddelerini, sokaklarını, tepelerini, minare ve kubbelerini *gönülden selamlıyorum İstanbul*. Bir kez daha Hz. Yuşa'yı, bir kez daha Eyyub el Ensari Hazretlerini *hürmet ile selamlıyorum*. İstanbul'daki sayısız evliyayı, gönül dostlarını, alimleri *hürmetle selamlıyorum*. Cihanı titreten sultanlarını *minnetle selamlıyorum*. İstanbul'un tüm sakinlerini, tüm İstanbullu kardeşlerimi, hemşerilerimi *selamlıyorum*. İstanbul, bugün yine çok *muhteşemsin İstanbul*. 23 Martta Yenikapı'da bir buçuk milyonluk mitingde sen tarih yazmıştın, işte bugün Anadolu yakasında, Maltepe'de yine tarih yazıyor, yine tarih inşa ediyorsun *Ey İstanbul*. Şu muhteşem manzara var ya, şu İstanbul'daki heyecan, coşku, şu İstanbul'daki kükreyiş var ya inanın bu manzara dostlarımızın yüreğine *su serpiyor*. İşte şu muhteşem manzara kardeşlerimizin *gönlünü ferahlatıyor*. Şu aşk, şu sevda, şu heyecan, mazlumlara *umut ışığı oluyor*. Senin şu dik duruşun, şu onurlu duruşun var ya İstanbul, inan zalimlerin yüreğine *korku salıyor*. İstanbul sen burada böyle dimdik durduğun müddetçe inanın adaletin sancağı yere düşmez. Sen burada mertçe durduğun sürece inanın zalimlerin gözüne uyku girmez. Sen umutsun İstanbul, sen Fatih'in şehrisin, sen Fatih Sultan Mehmet'in torunlarının şehrisin, sen şehitler diyarısın.

Erdoğan, mitinglerdeki coşkuyu, millet yüceleştirmesinde olduğu gibi, ilahileştiren söylemini bir tür dua konuşması gibi kalabalıktan "amin" karşılıkları alarak da yapar. Bazen konuşmanın başlarında ya da ortalarında ama çoğu zaman konuşmalarının sonunda, aşağıdaki örneklerdeki gibi bir tür dua konuşması yapar:

> Allah sizden razı olsun Diyarbakır. Rabbim sizleri ebediyen korusun. Rabbim sizleri üzüntüden, acıdan, kederden uzak tutsun. Diyarbakır, kardeşliğimiz, yol arkadaşlığımız, kader arkadaşlığımız inşallah ebedi olsun.

> Kardeşlerim, bugün anlamlı bir gün. Allah sizlerden razı olsun. Şu meydandaki coşkuyu heyecanı buradan yayılan umudu rabbim inşallah daha

> da çoğaltsın. Burada amin diye haykıran kullarının yüzü suyu hürmetine rabbim dualarını kabul etsin.

Erdoğan, icraatlarını/hizmetlerini aktarırken metinlerinde bazen duygusallaştırıcı bir gösterime başvururken bazen de "biz" kalıbını kullanarak hizmetlerinin failini/kendisini sabitleyen, öne çıkaran bir gösterimi kullanır. Örneğin, 16 Kasım 2013'te Mesut Barzani, Şivan Perver ve İbrahim Tatlıses'in de katıldığı Diyarbakır'da gerçekleşen toplu açılış törenini hatırlattığı Diyarbakır mitinginde "ağlamak" kelimesi ile bu duygusallaştırıcı gösterime başvurur:

> Diyarbakır'da gerçekten tarihi bir günü hep birlikte yaşadık. Diyarbakır toplu açılış törenimize Irak Kürdistan Bölgesel Yönetimi Başkanı sayın Mesut Barzani katıldı. 38 yıl vatanından uzak yaşamış değerli sanatçımız Şivan Perwer, 38 yıl sonra ilk kez vatanına, toprağına döndü, Diyarbakır'da sizlere seslendi. Değerli sanatçımız İbrahim Tatlıses geldi, burada sizlere seslendi. Ne dediler? "Ağlama" dediler, "ağlama kardeş, ağlama cananım, ağlama Diyarbakır" dediler. Diyarbakır o gün yine de ağladı ama bu kez sevinçten ağladı. Diyarbakır umutla ağladı, Diyarbakır kabına sığmadığı için ağladı, yıllardır aradığı huzuru, yıllardır aradığı kardeşlik iklimini teneffüs ettiği için ağladı. İnanın o gün Diyarbakır'la birlikte Trabzon ağladı, Antalya ağladı, İzmir ağladı. Diyarbakır'la birlikte televizyonların başında Ankara ağladı, Erzurum ağladı, İstanbul ağladı. İnanın o gün bizimle birlikte Erbil sevinç gözyaşları döktü. İslamabat, Kabil, Beyrut, Gazze, Kahire, Şam sevinç gözyaşları döktü. O güzel manzara, kardeşlik manzarası, o birlik ve dayanışma manzarası herkesin yüreğinde umut ışığı yaktı.

Erdoğan'ın kendisi ve ekibinin yaptığı hizmetlerden bahsederken başvurduğu, üçüncü tekil şahıs, "biz"in gösterimi açıkça yazılsın yazılmasın her zaman "iş bilmeyen", "hizmet etme derdi olmayan" "onlar"ı da kapsar ya da ima eder. Zira "onlar' olmaksızın bir 'biz' mümkün olamaz" (Billig, 2002: 94). Burada "biz ... yaptık/yapıyoruz, yapacağız" kalıbı kullanılır, bazen de "bizden önce ... yapılmadı/yapmadılar" da buna eşlik eder.

> Kimlikler üzerindeki *baskıyı biz kaldırdık*, kültürler üzerindeki baskıyı *biz kaldırdık*. Klavyeler üzerindeki, diller üzerindeki baskıyı *biz kaldırdık*. Köylerdeki, mezralardaki, yollardaki baskıyı *biz kaldırd*ık. Türkülerin, şarkıların, kitapların üzerindeki baskıyı *biz kaldırdık*. Düşüncelerin, siyasetin, gösteri hakkının üzerindeki baskıyı *biz kaldırdık*. Üniversitede okullara başörtüsüyle, başörtülü olarak giremeyen yavrularımızın önündeki *engelleri biz kaldırdık*. Kur'an-ı Kerim'in öğretilmesini, siyer-i nebi öğretilmesini, onu seçmeli ders haline getirdik, bütün okullarda bunu öğrenme imkanınız var. Manevi değerler üzerindeki baskıyı *biz kaldırdık*.

Erdoğan, biz-onlar üzerine kurduğu ikili karşıtlığın metinlerdeki gösteriminde, zaman zaman işaret zamiri kullanarak, karşıtlarını "biz"in tam karşıtı olarak "onlar" yerine, kendisini ya da kendi "bizini" daha üstün tutarak, işaret eder biçimde "bunlar" ya da "bu ...", "bu Kılıçdaroğlu", "bu monşer aday" diye tanımlar. Örneğin; "*Bu Kılıçdaroğlu* işte bu montajlar neticesinde, *bu Kılıçdaroğlu* şantajlar neticesinde CHP'nin başına geldi. Kaset genel başkanı oldu ya, böyle oldu işte. (...) 24 saat geçmeden *bu Kılıçdaroğlu* CHP'nin başına aday oldu. *Bunda* yalan çok, *bunda* dürüstlük yok."; "Kardeşlerim Rabbim düşmanın bile ahlaklısını versin. *Bunlarda* ahlak yok, *bunlarda* edep yok, *bunlarda vatan*, millet, bayrak sevgisi yok."

Ancak "bu" kalıbının Erdoğan'da "bunlar"a işaret ettiği zamanlar haricinde bazen olumlu bir manası da vardır. O da "bu millet" kullanımıdır. Bu kullanımda da işaret zamiri ile kastedilenin ne olduğu ya da kim olduğu açık, net bir şekilde belirtilmiş olur.

> Çünkü *bunların* iktidar olmak gibi bir *derdi yok*. *Bunların* tek derdi var; o koltuğa oturmak ve oturdukları o koltuğu korumak, sadece *dertleri bu*. *Bunların* hizmet diye bir *derdi de yok*. Kardeşlerim hizmet bizim işimiz. Biz *bu millet*e aşığız be, *bu millet*e sevdalıyız sevdalı. Bizim derdimiz var, biz *bu millet*e efendi olmaya değil hizmetkar olmaya geldik. *Bizim derdimiz bu*.

Erdoğan'ın zaman kurgusunda başvurduğu diğer bir ikili karşıtlık "bizden önce bizden sonra" yaklaşımı da, metinlerde "Türkiye artık ... değil ... ülkedir" kalıbı ile gösterim kazanır. Açıkça kıyaslamanın yapılmadığı bu karşıtlığın bir diğer gösterimi de yeni Türkiye söylemiyle, dolayısıyla "eski" olanla zıtlığına gönderme yaparak, "yeni

Türkiye ... bir Türkiye'dir" biçiminde inşa edilir. Bu iki gösterimin bir örneği şöyledir: "*Artık Türkiye* yardım alan *değil* yardım veren *bir ülkedir*. Takip eden *değil* takip edilen *bir ülkedir*."; "*Yeni Türkiye* devletin milletiyle, tarihiyle, coğrafyasıyla barıştığı *bir Türkiye'dir*."

Erdoğan'ın kişilik inşasındaki "tavizsiz, dik duruşlu, vs." gibi eril kimliği konuşma metinlerinin gösterimine de yansır. Meydan okuyucu, hesap soran, korkusuz, karşıtlarını suçlayan, küçümseyen bir üslup kullanarak kalabalık dinleyicilerinden alkışlar ve sloganlarla ya da karşıtlarını yuhalamalarla büyük bir destek görür. Bu üslubun gösterim örneklerinden biri Erdoğan'ın "Ey ..." kullanımı ile meydan okuduğu, hesap sorduğu ya da suçladığı kişi ya da kişilere seslenmesidir. Aşağıdaki meydan okuyucu iki örnek, bu gösterimin belirgin temsillerindendir:

> *Ey Kılıçdaroğlu* senin gidecek yerin var mı ya? (Dinleyiciler: Yuuuh) *Ey Bahçeli* senin gidecek yerin var mı ya? (Dinleyiciler: Yuuuh) Şimdi yanınıza bir tane de sipariş, ithal bir monşer aldınız, üçlü bir koalisyon. Ama ne diyorlar "10 tane parti beni destekliyor." Kardeşlerim 40 çürük yumurtadan bir sağlam yumurta etmez. (Alkışlar) Kılıçdaroğlu, İsrail'de basın özgür diyordun, kendi ülkeni dünyaya şikayet ediyordun. Filistin'de 10 gazeteci öldürüldü, neden susuyorsun? Konuş konuş, niye susuyorsun?
>
> Geçenlerde bir tanesi diyor ki, onlardan üst düzey görünenlerden, üstlerimiz diyor Başbakana bu konuyla ilgili bilgi veriyorlardı. Şimdi ben buradan tekrar sesleniyorum; eğer sen dürüstsen, eğer sen namusluysan hangi üstlerin bana nerede bilgi vermiş onu açıkla, onu açıkla! Bu kadar açık konuşuyorum.

Erdoğan'ın Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki konuşma metinleri hem ahenkli hem heyecan yaratan, aynı zamanda o an karşısındaki mevcut dinleyicisiyle de ritmik bir etkileşimi olan ve sıkı sıkıya kapalı, anlamı sabitleyen metinlerdir. Erdoğan, bir şarkıcının şarkısını dinleyicilerine söyletmesi gibi dinleyicileri ile birlikte sloganlarını söyler: "Tek millet, tek bayrak, tek vatan, tek devlet"; "Beraber yürüdük biz bu yollarda, beraber ıslandık yağan yağmurda, şimdi dilediğim tüm şarkılarda bana her şey sizi/Türkiye'yi hatırlatıyor." Bunun dışında Erdoğan, dinleyicilerine sorduğu soruların

evet/hayır cevaplarını ya da kendi adını söyletir. Burada öne çıkan şey kalabalıktan çıkan güçlü sesin duyurulmasıdır.

> İnanıyorum ki İstanbul bir hafta sonra, haftaya bugün bu çakma adaya cevabını sandıkta verecektir. Şimdi soruyorum, buna hazır mıyız İstanbul? (Alan: Eveeet) Öyle bir haykırın ki tüm Türkiye duysun. Edirne de duysun, Van da duysun bunu. Buna hazır mıyız İstanbul? (Alan: Eveeet) 10 Ağustos'ta Hazır mıyız İstanbul? (Alan: Eveeet) Yeni Türkiye'ye hazır mıyız İstanbul? (Alan: Eveeet) Türkiye'nin gücüne güç katıyor muyuz İstanbul? (Alan: Eveeet) Türkiye'nin yıldızını parlatıyor muyuz İstanbul? (Alan: Eveeet) Sandığa gidiyor muyuz İstanbul? (Alan: Eveeet) Milletin adayına destek oluyor muyuz İstanbul? (Alan: Eveeet) Kim o aday? (Alan: Recep Tayyip Erdoğan) Kim o aday? (Alan: Recep Tayyip Erdoğan) Maşallah (Recep Tayyip Erdoğan sloganları). İstanbul bir kez daha tamam inşallah. İstanbul tamamsa inanıyorum ki 80 vilayet de tamam inşallah. Rabbim sizlerden razı olsun.

Erdoğan'ın konuşmalarındaki kapalılığın gösterimi ise zaman zaman soru sorup cevabını vermesiyle zaman zaman da bazı konuların iyi dinlenilmesini/dikkat edilmesini belirten ifadeleriyle göze çarpar. Aşağıdaki örneklerde olduğu gibi Erdoğan, evet/hayır cevabı dışında konuşmalarında sorduğu soruların hemen cevaplarını vererek, anlamı sabitler ve kapatır:

> Kardeşlerim, Çözüm Sürecinde ne var? Çözüm Sürecinde annelerin gözyaşının dinmesi var. Çözüm Sürecinde ne var? Dağa kaçırılan yavrularımızın ana ocağına gelmesi var. Çözüm Sürecinde ne var? Artık dağda geleceği ne olacak bunu bilmeyenlerin, evet kendi köyüne, mezrasına, evine dönmesi var. Çözüm Sürecinde ne var? Çözüm Sürecinde barış var, Çözüm Sürecinde özgürlük var, Çözüm Sürecinde huzur var. Çözüm Sürecinde refah var, Çözüm Sürecinde huzur var, birlik var, kardeşlik var.

> Merkez Bankası biz geldiğimizde döviz rezervi neydi biliyor musunuz? 27 buçuk milyar dolar. Şimdi ne biliyor musunuz?165 milyar dolar. Nereden

> nereye. Bakınız devletin borçlanma faizi neydi biliyor musunuz? Yüzde 63. Şimdi elhamdülillah tek haneli rakama düştü, 8. Bunu da fazla görüyorum ha onu da söyleyeyim. Daha da düşmesi lazım. Enflasyon neydi? Yüzde 30, canavar ama şimdi enflasyon ne oldu? Hamdolsun, O da tek haneli rakama düştü.

Erdoğan'ın konuşmalarında dikkat edilmesi/dikkatle dinlenilmesi gereken konulara "şuraya dikkatinizi çekiyorum"; "burası çok önemli" gibi ifadelerle sıklıkla vurgu yaptığı sırada, zaman zaman sınıftaki bir öğretmen tavrıyla dinleyicilerine seslenir. Bazen anlatacağı konuya bir iki kelime ile giriş yaptıktan sonra, bir öğretmenin sınıftaki öğrencilerinin iyi bir şekilde dinlemesinden emin olmak için ya da dinlemeyenleri uyarmak için yaptığı gibi durarak, herkesin dinleyip dinlemediğini sorar ya da anlatacağı konunun çok önemli olduğuna dikkat çeker. Örneğin;

> Kardeşlerim, bu MHP'nin milliyetçiliği fasondur fason. Bunların milliyetçiliği de halkçılığı da sahtedir sahte. İşte biz bunların milliyetçiliğini çıkardıkları ortak adaylarında, yani monşerde gördük. Şimdi bakın sevgili kardeşlerim, yıl 1949, *burası çok önemli bunu iyi dinleyelim, arka taraflar duyuyor mu acaba? Şöyle elleri bir göreyim, elleri bir göreyim. Bu anlatacağım çok çok önemli, çok önemli.*

4.2.3. Selahattin Demirtaş

4.2.3.1. Seçim süreci üzerine: "Antidemokratik yarış"

Demirtaş hem seçim sürecine ilişkin olarak seçim kampanyasını yürütme konusunda yaşadıkları zorluklara değinmekte hem de bunun yanı sıra seçim sistemine ilişkin eleştirilerde bulunmaktadır konuşmalarında. Yaşadıkları zorlukları anlatırken, maddi olanaklarının kısıtlılığından söz etmekte, buna bağlı olarak yapılan bağışlardan ve kalabalık bir gönüllü ekibin kampanyayı hazırladığından bahsederek kampanyalarını yüceltmektedir. Aşağıdaki örnekte Demirtaş, seçim sürecinin "antidemokratik" biçimde işlediğini belirterek, HDP'nin hazine yardımı almadığına ve maddi zorluklara dikkat çeker ve ardından kampanyasını yüceltir:

> Ve elbette ki değerli arkadaşlar, Cumhurbaşkanını halk seçecek ama yarışın kendisi de demokratik değil, yarışın kendisi de son derece antidemokratik bir şekilde işliyor. Bir defa hazineden yardım alan partiler var yardım almayan var. Bizi destekleyen partiler hazineden yardım almayan, alamayan partiler. Hiçbir parti hazineden yardım almasaydı bu da görece eşitlik olurdu. Ama dikkat edin diğer partiler yani diğer adayları destekleyen partiler hazineden yardım alarak bu kampanyayı yürütüyorlar. Ve bizler yani Türkiye'nin ezilenleri, yoksulları, emekçileri, kadınları, Alevileri, Kürtleri, Ermenileri, Türkleri, Lazları, Çerkezleri, Pomaklarıyla, Gürcüleriyle birlikte, yani Türkiye'nin yok sayılmış, ötekileştirilmiş bütün kimlikleri olarak hazine yardımı olmasa da hazine gibi gönüllerimizle de bu kampanyayı yürüteceğimize inandığımız için çok daha büyük bir heyecanla, çok daha büyük bir sevinçle bir halk kampanyası şeklinde çalışmalarımızı yürütüyoruz. Şu ana kadar Ekmel Bey'in bize gönderdiği 1000 TL'yi[92] bir kenara bırakırsak kampanyamıza halkın her kesiminden bize oy versin vermesin inanılmaz bir ilgi olduğunu görüyoruz. İşveren de işçi de sanatçı da köylü de çitçi de genç öğrenci de cebindeki bir kuruşu, bir lirayı, bin lirayı bu kampanyaya katık etmeye çalışıyor. Bizim için bu çok daha kıymetli, çok daha değerlidir. Devlet yardımı da yok, valinin, kaymakamın imkanları da bizim elimizde değil. Bunların hepsi seçim yarışının antidemokratik bir şekilde işlendiğinin, işleyeceğinin göstergesidir.

Demirtaş'ın kampanyasının yüceltimine bir başka örnek de İstanbul mitinginde yaptığı konuşmada açıkça görülmektedir. Burada Demirtaş, konuşması sırasında orada bulunan Rize'de kendisine destek için stant açan ve saldırıya uğrayan bir seçim çalışanını[93] alkışlatır ve kampanyada çalışanların "kutsal" bir iş yaptıklarını söyler:

---

[92] Seçim kampanyasında uzlaşmacı bir kişilik sergilemeye çalışan İhsanoğlu, seçim sürecinin başlarında bir centilmenlik gösterme amacıyla, Recep Tayyip Erdoğan ve Selahattin Demirtaş'ın kampanya bağış hesaplarına 1000'er TL yatırmıştır. Erdoğan, bu parayı İhsanoğlu'na iade etmiş, Demirtaş ise Twitter hesabından İhsanoğlu'na "Hocam zahmet etmişsiniz, teşekkür ederim, yalnız öbüründe çok var ondan, hepsini bana yatırabilirsiniz rahat olun." diyerek yanıt vermiştir. http://www.haberturk.com/gundem/haber/969370-ekmeleddin-ihsanoglu-erdogan-ve-demirtasin-hesaplarina-1000-tl-yatirdi (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2014).

[93] http://www.cnnturk.com/haber/turkiye/rizede-demirtas-standinda-saldiriya-ugrayan-ogretmen-hdpadayi-oldu (Erişim Tarihi: 31 Temmuz 2016).

> Her şeyi sizler yaptınız, sloganımızı, müziğimizi, pankartımızı, bayrağımızı seçim arabamızı, seçim büromuzu sizler gönüllü olarak yürüttünüz. Ve bu gönüllülük temelinde yaptığınız çalışmalar bize başarıyı getirecek. Her birinize bu vesileyle teşekkür etmek istiyorum. İnanın ki çok büyük, çok kutsal bir iş yapıyorsunuz. Yaptığınız hiçbir çalışma boşa gitmiyor, gitmeyecek. Tek bir kişi bile yeri geldiğinde Çankaya koltuğundan daha kıymetli bir masayı açıyorsunuz. Rize'de ırkçılığa karşı direniyorsunuz, tıpkı Necmettin Öğretmenim, Necmettin Hocam gibi. Burada kendisi, alkışlatmak istiyorum. Binlerce defa teşekkür etmek istiyorum Necmettin Hocaya, tekrar ellerinden, ellerinden öpüyorum. Sen ki bu kardeşlik mesajını oraya, Karadeniz'e Rize'ye götürmüşsün. Sen ki orada bizim bu yoldaşça barış mesajlarımızı bedel ödeme uğruna Rize halkına duyurmuşsun. Bu bizim için büyük bir onur, büyük bir şereftir.

Demirtaş seçim sistemine ilişkin de demokrasi eleştirisi yaparak, Cumhurbaşkanı aday gösterme kriterlerinin demokratik olmadığını savunmuştur. Demirtaş ayrıca diğer iki adayın aday gösterilme biçiminin de demokratik olmadığını söylemiş ve bu seçimde kendi siyasal grubu içinde demokratik biçimde seçilen tek adayın kendisi olduğuna da vurgu yapmıştır. Seçim sistemine ilişkin Demirtaş'ın demokrasi eleştirisi şöyledir:

> Cumhurbaşkanı ilk defa halk tarafından seçiliyor. Adına demokratik bir seçim demedik, demeyeceğiz. Halk tarafından seçiliyor olması tek başına süreci ve seçimi demokratik, şeffaf kılmıyor maalesef. Halkın önüne yeteri kadar, arzu ettiği kadar seçeneklerin çıkmış olması gerekirdi. Her şeyden önce cumhurbaşkanlığı aday belirleme süreçleri maalesef ki demokratik olmamıştır. Biz daha önce de açık yüreklilikle anayasa uzlaşma komisyonuna sunduğumuz teklifte de şunu belirtmiştik; halk da kendi inisiyatifiyle, ama 100 bin imzayla ama 200 bin imzayla, istediği kişiyi aday gösterebilmeli demiştik. Sadece parlamentonun tekelinde, sadece 20 milletvekilinin imzasıyla aday gösterme süreci demokratik değildir. Bu aslında seçimin bir kez daha parlamento tarafından onaylanması anlamına gelir. Mademki vekiller seçmiyor asiller seçiyor adayları da asiller

seçebilmeliydi. Bir defa burada büyük bir eksiklik büyük bir yetmezlik yaşanmıştır.

4.2.3.2. "Halkların adayı": Selahattin Demirtaş

2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki bir diğer aday Selahattin Demirtaş, İhsanoğlu'nun aksine kamuoyu tarafından tanınan ancak Erdoğan'ın aksine kişisel özellikleri yaygın olarak bilinmeyen bir politikacıdır. Seçim sürecinde Demirtaş'ın kişilik inşasının seçim kampanyasının merkezi bir öğesi olduğu söylenebilir. Demirtaş'ın genç ve dinamik olması, esprili üslubu, bağlama çalması, şarkı söylemesi gibi özellikleri seçim kampanyasında hem tanıtım materyallerinde kullanılmış hem de Demirtaş'ın katıldığı çeşitli televizyon programları gibi platformlarda sergilediği özellikleri olmuştur. Ancak Demirtaş'ın, Kampanya Tanıtım Toplantısı'nda, katıldığı mitinglerde, propaganda konuşmalarında kendisini nasıl kurguladığına bakıldığında, "benlik" tanımlamalarından ziyade "bizlik" tanımlamaları göze çarpar. Demirtaş, konuşmalarında sıklıkla "kişi" olarak aday olmadığını belirtir ve bu "biz"in özelliklerini anlatır. Demirtaş, kişi olarak aday olmadığını belirtirken, kendisinin "biz"in ilkelerini ve haklarını savunmak için görevli olduğunu dile getirir.

> En nihayetinde 10 binlerce kadının, erkeğin, gencin layıkıyla bu temsiliyeti yerine getirebileceği bir ortamda bu görev bana verildi. Çünkü bir kişi aday olacaktı. 10 binlerce kişi aday olmayacağımıza göre bu mesele benim üzerimde somutlaştı, görev senindir dendi ve ben bu duyguyla, bu görev aşkıyla, bu bilinçle sizlerin huzurundayım. Bütün bu aday belirleme sürecinde benim adayım şu ilkelere uygun olsun diyen her kim varsa, destek veren, eleştiren, düşüncelerini, ilkelerini savunma adına bugün karşınızdayım.

Demirtaş kampanya boyunca yaptığı konuşmalarda, "bizler" dedikten hemen sonra bunun tanımını açıkça yapmaya ve "biz"in sınırlarını sabitlemeye çalışmıştır. Bu kullanımın araştırma kapsamında incelenen konuşmalardaki temsillerine bakacak olursak, benzer bir kullanımla karşı karşıya kalırız: "Ve bizler yani Türkiye'nin ezilenleri, yoksulları, emekçileri, kadınları, Alevileri, Kürtleri, Ermenileri, Türkleri, Lazları, Çerkezleri, Pomaklarıyla, Gürcüleriyle birlikte yani Türkiye'nin yok sayılmış,

ötekileştirilmiş bütün kimlikleri olarak...”; “...bizler, yani bütün ezilenler, yani Türkiye'nin bütün ötekileri...”; “...Türkiye’de bizler, ezilen halklar olarak...”; “..bizler, bu ülkenin ezilen, yok sayılan, makamı mevkiisi olmayan bütün emekçi halkları olarak...”; “...tıpkı sizin gibi sorunların içinden yaşayarak gelmiş bir temsilci...”

Demirtaş’ın kullanımındaki “biz”in tanımından yola çıkılarak, retoriksel kişilik inşasına bakıldığında Türkiye’de ezilen, yok sayılan, ötekileştirilen, emekçi, yoksul tüm sınıfların ve farklı kimliklerin bir temsilcisi, bu ezilen sınıfların ve kimliklerin içinden biri olarak tanımlandığı görülür. Bu bizlik tanımlaması nedeniyle Demirtaş, ilk propaganda yayınında kendisini “hakiki bir halk adayı” olarak sunar: “Ezilen, sömürülen, yok sayılan bütün kimlikler, inançlar, emekçiler, işsizler, yoksullar, kadınlar, gençler adına hakiki bir halk adayı olarak görev almayı onur bildiğimiz için aday olduk.”

Demirtaş’ın bizlik tanımlaması içinden biri olarak kişilik inşasının temelinde ise Kürt kimliği bulunmaktadır. Kürt kimliği ile diğer ezilen kimlikleri bir araya getirir bu kullanımda. Halihazırda Kürt siyasi hareketinin bir temsilcisi olduğundan, Kürt kimliği hakkında hemen her konuşmasında bir şeyler söylese de, bu öz kimliğini verili kabul ederek, “biz”i daha geniş biçimde inşa etmeye çalışır. 3 Ağustos’taki ilk propaganda konuşmasında ise Demirtaş, öz kimliğini de ifade ederek, bu birleştirmeyi açıkça ortaya koyar:

> Bildiğiniz gibi ben Kürt siyasi hareketinin içinden çıkarak Cumhurbaşkanlığına aday oldum. Bir Kürt olarak anadili yasaklı, adı sanı yasaklı bir kültürün koynunda yetiştim. Bu kimliğimi inkâr ederek değil, inkâra karşı mücadele ederek bu günlere geldim. Şimdi bu mücadele, birikim, deneyim ve gücümüzü Türkiye'nin her bir yurttaşının, ezilen emekçisinin, yani halkın hizmetine sunmak istiyoruz. Ve ezilenler olarak güçlerimizi aydınlık yarınlarımız için birleştirelim istiyoruz.

Demirtaş’ın “bir Kürt” olarak kendini tanımlayıp, “ezilenler olarak” ifadesiyle “biz”i genişleterek kurguladığı bu örnekte de görülen “mücadele” teması da kişilik inşasında öne çıkanlardan biridir. Demirtaş hemen her konuşmasında “biz”i ezilenler olarak tanımlasa da bu tanımlama her zaman mücadele temasıyla beraber kullanılmıştır.

Ezilen, yok sayılan, ötekileştirilen fakat tüm bunlara karşı hep mücadele eden bir kişilik inşasıdır burada söz konusu olan. Dolayısıyla mağduriyetlerden ziyade mücadeleye vurgu yapan bir kurgu söz konusudur. İstanbul mitingindeki şu ifadeler, bu inşanın en açık örneklerinden biridir:

> Peki değerli kardeşlerim, yeni bir yaşam sevdasıyla, yeni bir yaşam umuduyla, teklifiyle yola çıktık ama çıktığımız yol yeni bir yol değil. Uzun yıllardır uzun soluklu, zorlu bir mücadelenin içinden hep birlikte süzülerek buralara geldik. Türkiye'de özgürlük ve demokrasi mücadelesinde yeni, bembeyaz bir sayfa açmak adına değil, her birimizin ayrı alanlarda, meydanlarda değil, her birimizin ayrı yerlerde, ayrı mücadele birikimlerinde oluşturduğu bütün pırıl pırıl, tertemiz sayfaları birleştirmek için bu yola çıktık. Yoksa bugüne kadar Türkiye'de bizler ezilen halklar olarak ilk defa konuşmuyoruz, ilk defa umut yaratmıyoruz, ilk defa emeğin ve özgürlüğün birliğini, direnişin birliğini bu seçim vesilesiyle ilk defa dile getirmiyoruz. Her birimiz kendi kimliklerimizle, kendi mücadele geçmişlerimizle, siyasi birikimlerimizle büyük değerler yaratan halklar olarak ama bugün ilk defa bu kadar görkemli ve geleceğe dair umutlu bir şekilde bir aradayız.

Demirtaş'ın bu kişilik inşasında, Kürtlerin bir halk olarak tanımlanması, kabul edilmesi için verilen siyasal mücadelenin de bir alışkanlığı ile, bir başka deyişle o mücadeleye atıfla tüm bu ezilen, yok sayılan, ötekileştirilen kimlikler "halklar" olarak adlandırılmakta ve kampanyada Demirtaş "Değişimin Adayı" sloganı ile "Halkların Adayı" olarak adlandırılmaktadır.

4.2.3.3. "Biz"in diğer halkası dinleyiciler

Demirtaş'ın "biz" kullanımı hem kendi kişilik inşasını hem de dinleyici inşasını gerçekleştiren bir işlev görür. Bu işlev, Burke'nin işaret ettiği retoriğin konuşmacının dinleyici ile kurmayı amaçladığı özdeşliği sağlama girişimidir. Billig'in ifade ettiği gibi "onlar" olmadan "biz" var olamayacak olsa da buradaki işleviyle biz, biz-onlar ikili karşıtlığından daha çok, hem farklı kimliklere, sınıflara mensup "halklar"ı birleştirme, hem de konuşmacı-dinleyici özdeşliğini sağlamaya çalışır. Biz'in karşıtı olarak ise

ezilen, yok sayılan, ötekileştirilen bize karşı ezen, yok sayan, ötekileştiren iktidar(lar) bulunmaktadır.

Demirtaş'ın konuşmalarındaki biz'in asıl işlevine dönersek, kişilik inşasındaki "biz" kullanımının hem kendisini dinleyicileriyle ortaklaştıran hem de dinleyiciler arasındaki farklılıklara dayalı birliği sağlamaya çalışan kullanımının örneği, Diyarbakır mitinginde yaptığı konuşmadan aşağıdaki alıntıda açıkça görülebilmektedir:

> Bizler de el ele verirsek, bizler, ezilen halklar, ezilen kimlikler olarak bir dayanışma içerisinde olursak çözülemeyecek sorun yoktur. Bugün bu daha iyi anlaşılıyor, her yerde çok daha iyi anlaşılıyor. Türkiye'nin bütün kimlikleri, Türk'ü de Kürt'ü de eziliyor. Elbette ki biz gittiğimiz her yerde bunu anlatmaya çalıştık, siyasetimizi bunun üzerine kurmaya çalıştık. Öyle bir Türkiye, öyle bir gelecek ve öyle bir yeni yaşam yaratalım ki o yeni yaşamda kimliklerimiz birbirimize düşman olmasın. Bak bu meydanda Alevi kardeşlerim var, bu meydanda Sünni kardeşlerim var, başı kapalı başı açık kadınlar var, gençler var, renk renk, düşünce düşünce, kimlik kimlik bu meydanda Türk kardeşlerim var, bak Rizeli kardeşim var, pankartı açmış orada, baş göz üstüne, Rizeliyim oyum sana demiş, işte yeni yaşamın Türkiye'si böyle olacak arkadaşlar. Alevi Sünni'nin düşmanı, Sünni Alevi'nin düşmanı olmayacak. Türk Kürt'ün, Kürt Türk'ün duruşundan, kimliğinden, dilinden korkmayacak. Ve elbette ki bütün inançlar, kimlikler bir arada eşitçe, birbirini severek, birbirini koruyarak yaşayacak.

Demirtaş, dinleyicilerine zaman zaman "sizler" diye hitap ettiğinde de "bizler"de kullandığı tanımlamaları, öğeleri kullanır. Örneğin, siz ya da sizler kullanımında hep mücadeleye vurgu vardır. Seçim kampanyası Tanıtım Toplantısında Demirtaş, konuşmasının başlangıcında salondakilere seslenirken "Barış, özgürlük ve emek mücadelesinde uzun yıllardır bir arada yürüdüğümüz siz değerli yoldaşlarım" ifadesini kullanır. Demirtaş'ın "sizler" kullanımında vurgu yapılan konu hep mücadele temasıdır.

Demirtaş'ın *siz/sizler* kullanımındaki *biz*e olan benzerlik, zaman zaman siz ve ben/bizin aynı, bütünüyle özdeş kullanımıyla ortaya çıkar. Örneğin; "Sizler yani halkların kendisi ilk defa bizzat devletin bir numaralı koltuğuna aday olarak zaten değişimin fitilini

ateşlediniz. Bunu başaran, bu mücadeleyi bugüne getiren, bütün halklara, bütün emekçilere, bedel ödeyen herkese huzurlarınızda teşekkür etmek istiyorum." Bu kullanımda Demirtaş, kendi adaylığı ile *sizler* aracılığıyla tanımladığı "halkların kendisi"nin adaylığını özdeş tutmaktadır. Aşağıdaki örnekte de Demirtaş, dinleyicilerine "sizler" diye hitap ederek başladıktan sonra, verilen mücadeleyi *biz* olarak anlatmaya devam eder:

> Sizler ki her daim bu meydanları, bu alanları hıncahınç doldurup iradenizin arkasında oldunuz. En zorlu günlerde, en zahmetli günlerde, baskının, zulmün sokakları teslim almak istediği günlerde barıştan, adaletten, özgürlük ve eşitlik sloganlarından asla vazgeçmediniz. Neler yaşadık, nasıl yaşadık bizler bunları elbette günbegün, anbean bu sokakların tanıklığında, bu meydanların tanıklığında hep birlikte yaşadık. Ama rabbime binlerce kez şükürler olsun, rabbime binlerce kez şükürler olsun ki ölüm günlerini, karanlık günleri aşa aşa, dayanışmayla, el ele vere vere işte bugün başımız dik, alnımız açık bir şekilde yine beraberiz, yine birlikteyiz.

Demirtaş, daha özel, belirli dinleyici gruplarına seslenirken de siz/sizler kullanımına başvurur. Ancak burada da seslendiği dinleyici grubunun tek temsilcisi olduğunu vurgulamaya çalışır. Örneğin, kadınlara seslenirken ve gençlere seslenirken "sizler" diye hitap eden Demirtaş, içinde bulunduğu siyasal hareketin kadın hakları mücadelesine yer yer atıf yapar ve kadınların tek temsilcisinin bu seçimde kendisi olduğunu ifade eder. Gençlere seslendiğinde ise en genç aday olarak onlarla özdeşlik kurmaya çalışır.

> Değerli arkadaşlarım, kadın arkadaşlar özellikle sizler bütün bu özgürlük mücadelesinin, barış mücadelesinin gerçek emekçisi oldunuz. Her zaman kadın evde de sokakta da işyerinde de bütün mücadele alanlarında da en fazla bedeli ödeyen oldu. En fazla acıyı çeken oldunuz, evlatlarınızı kaybetmek belki de bu mücadele içinde en ağır yükü sizlere yükledi. Kürt anası, Türk anası, kimliğiniz fark etmez. Hepiniz bu savaşta, bu acılı coğrafyada gözyaşlarınızı ortaklaştırdınız. İster gerilla anası ister asker anası ister polis anası, sizler aynı acıyı bağrınızda yaşadınız, başkaları yaşamasın

> diye dua ettiniz, çaba sarf ettiniz, mücadele ettiniz. Ve sizler bugün geldiğimiz noktada en çok da barışı hak eden Türkiyeli analarsınız.
>
> ...adaylar arasında kadın aday yoktur. Elbette ki bir kadını ancak kadın temsil edebilir. Fakat yine de kadın özgürlük anlayışını, kadın çizgisini herhâlde temsil etme onuru, görevi yine bana düşecek.
>
> Ve genç arkadaşlar sandık sizlere emanettir. Oylar sizlere emanettir her bir sandığın başında kediler hırsızlık yapmasın diye duracaksınız inşallah akşam da sandıklara oy sayımı sırasında siz sahip çıkacaksınız. Çünkü en genç aday da sizin adayınız.

Demirtaş, konuşmalarında kadınlar, gençler, emekçiler, çocuklar gibi belirli dinleyici gruplarına seslenirken kullandığı siz hitabı, bazen de genel bir dinleyiciye teşekkür ederken de ortaya çıkar. Teşekkür kullanımındaki *sizlik* kullanımında ise siz-biz özdeşliği farklı biçimde, bütünüyle bir özdeşlik kurma girişiminden ziyade bir tür dayanışma/destek söylemi ile kurulur.

> Bir kez daha, bir kez daha hepinize sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Sizler her daim bu onurlu mücadelenin yanında oldunuz, bizleri mahcup etmediniz. Seçilmişleri, siyasetçileri, partimizi mahcup etmediniz. Her daim, bütün zorluklara rağmen bizim eksiğimiz oldu, bizim yanlışlarımız, yetmezliklerimiz oldu, buna rağmen yanımızda durdunuz. Siz böylesine erdemli, onurlu bir duruş sergiledi iseniz biz de size layık olacağız. Demirtaş'ın fotoğrafının altına basılmış her mührün hakkını vereceğiz. Bize güvenenleri, bize inananları asla mahcup etmeyeceğiz. Asla sahipsiz bırakmayacağız. Allah hepimizin yolunu açık etsin. Allah hepimizin yardımcısı olsun.

Özetle, "hakiki bir halk adayı/halkların adayı" olarak Selahattin Demirtaş'ın konuşmasında dinleyiciler de gerçek halkın/halkların kendisi olarak kurgulanır. Türkiye'de ezilmiş, yok sayılmış, ötekileştirilmiş, zulüm ve baskı görmüş olan halklar tüm bu baskı ve zorluklarla –tıpkı Demirtaş'ın kendisi gibi- mücadele etmiş, bu mücadeleden yılmamıştır. Dolayısıyla farklı kimliklere, sınıflara mensup halkların

Demirtaş'la bu mücadele öğesi üzerinde bir özdeşliği vardır. Demirtaş'ın seslendiği ve kendisiyle mücadele temelinde bir özdeşlik bağı yaratmaya çalıştığı farklı kimliklerden oluşan dinleyicilerin içinde işçiler, kadınlar, farklı etnik gruplar, LGBTİ bireyler, gençler, farklı inanç gruplarına kadar her türden toplumsal grup bulunmaktadır.

Demirtaş, ülke içindeki seçmenlerden başka bir de "dinleyicileri ve kendisi gibi" başka ülkelerdeki "ezilen, mazlum" olarak tanımladığı halkları da dinleyici olarak konumlandırır ve kendisi ile dinleyicilerini onlarla da özdeş kılmaya çalışır. Mitinglerinde yaptığı konuşmalarında onlarla dayanışma içinde olduğunu belirtir ve sık sık onlara destek mesajları ile selam gönderir:

> Peki o zaman bir kez daha burada konuşmamı bitirmeden direniş içerisinde kendi özgür geleceklerini yaratmaya çalışan özellikle Filistin halkına selam gönderelim istiyorum. Mazlum Filistin halkına binlerce selam olsun buradan. (...) yine büyük bir selamı hak eden Rojava, Kobani halkına, Haseki'de devam eden direnişe buradan binlerce selam olsun. YPG çatısı altında, YPG bayrağı altında direnen Kürt halkına, Türk halkına, oradaki Arap, Süryani, Nusayri halkına bin selam olsun. Buralardan gidip Rojava devriminde direnişe katılan gençlere bin selam olsun. Asıl kardeşliği işte siz böyle inşa ediyorsunuz. Rojava devrimi bugün yeni bir yaşam felsefemizi, yeni yaşam çağrımızı büyük bir güçle aydınlatıyor. Rojava devrimine Kadıköy Meydanından yürekler dolusu selam, dayanışma duygularımızı gönderiyoruz.

4.2.3.4. Radikal demokrasi vurgusu

Demirtaş'ın konuşmalarındaki vaatlerinin, toplumsal meselelere yaklaşımının arka planındaki bağlamsal kavrayışlara bakıldığında, Demirtaş'ın kendisinin de konuşmalarının çoğu yerinde açıkça belirttiği gibi radikal demokrasi vurgusu ortaya çıkmaktadır. 1990'dan beri Kürt siyasal hareketinin bir yönelimi olan radikal demokrasi vurgusu[94], 2012'de HDP'nin kurulması ile birlikte ortaya konulan "Türkiyelilik" açılımı

[94] Bu konuda daha ayrıntılı bir analiz için bknz. Şur, T. (2014). Kürt siyasetinden HDP'ye radikal demokrasinin izlerini sürmek. http://www.birikimdergisi.com/guncel-yazilar/562/kurt-siyasetinden-hdp-ye-radikal-demokrasinin-izlerini-surmek#.V6JLBMcq7dk (Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2016).

ile birlikte daha baskın bir vurgu olarak öne çıkmış, ancak bu vurgunun en çok görünürlük kazandığı ve daha açık bir söyleme dönüştürüldüğü an Selahattin Demirtaş'ın Cumhurbaşkanı adaylığı ve seçim kampanyası olmuştur.

Radikal demokrasi Laclau ve Mouffe'nin geliştirdiği bir kavramdır. Hegemonya ve Sosyalist Strateji isimli çalışmalarında Laclau ve Mouffe, solun görevini "liberal-demokratik ideolojiyi reddetmek değil, tersine onu radikal ve çoğul bir demokrasi doğrultusunda derinleştirmek ve genişletmek" olarak tanımlamakta ve buna bağlı olarak, baskıya karşı verilen farklı mücadeleler arasında eşdeğerlik zinciri geliştirmek gerektiğini vurgulamaktadırlar. Buradan hareketle, verilen demokratik mücadelenin alanı bütün sivil topluma ve devlete doğru genişletilmelidir. Laclau ve Mouffe'ye göre bir demokratik mücadele, içinde geliştiği belli bir alanı özerkleştirip farklı bir politik alandaki başka mücadelelerle eşdeğerlik etkileri üretebilir. Radikal demokrasi tasarısı ile bağlantılı olan bu çoğulluğun olanaklılığı doğrudan merkezileşmiş toplumsal failleri özneler olarak oluşturan söylemlerin çoğulluğundan ve bu çoğulluğun içinde meydana gelen yerdeğiştirmelerden kaynaklanır (2012: 270-276).

Burada işaret edilen demokratik mücadelenin, içinde geliştiği belli bir alanı özerkleştirip farklı bir politik alandaki başka mücadelelerle eşdeğerlik etkileri üretmesi olgusu, Demirtaş'ın söyleminde, içinde bulunduğu siyasal hareketle uyumlu biçimde, Kürt sorunundan yola çıkılarak üretilen bir eşdeğerlik etkisini gösterir. Aşağıdaki alıntı, bu üretimin açık bir örneğidir:

> Kürt sorununun çözümü Türkiye'nin demokratikleşmesiyle eş zamanlı yürüyecek bir süreçtir. Sorun çözüldükçe Türkiye demokratikleşecek, Türkiye demokratikleştikçe çözüm hız kazanacaktır. Bunu sağlayacak irade, yıllardır barış mücadelesini yürüten bizlerde, sizlerde Türkiye'nin demokrasi güçlerinde vardır. Çankaya hedefimiz kalıcı barış açısından stratejik bir önem taşımaktadır. Türkiye'nin baştan aşağı topyekün demokratikleşeceği, radikal demokrasinin kökleşeceği bir sürece talibiz. Değişim hedefimizin amacı budur.

Demirtaş, radikal demokrasi kavramından yola çıkılarak hazırlanan Yeni Yaşam Çağrısı isimli seçim bildirgesinde ve araştırma kapsamında incelenen tüm seçim

konuşmalarında bu türden bir çoğulluğa dayanır ve tüm toplumsal ve politik mücadeleleri eşdeğerlik mantığı ile ortaklaştıran bir dil kullanır. Benlik ve dinleyici inşasında değinildiği gibi Demirtaş, "mücadele" temelinde farklı sınıfları ve kimlikleri ortaklaştıran, onların mücadelelerini ve farklılıklarını öne çıkaran bir yöntem kullanır burada. Örneğin, seçim bildirgesini açıkladığı toplantıda Demirtaş, salonda bulunan Berkin Elvan'ın annesini alkışlatmış ve ondan yola çıkarak "yaraları ortaklaştıran bir siyaset" anlayışından bahsetmiştir:

> ...ve bu salonda, bugün, acısı meydanlarda yuhalatılmış bir anayı burada müsaadenizle bir alkışlatmak istiyorum. Berkin Elvan'ın annesini alkışlatmak istiyorum. Ne mutlu onlara ki Hrant öldüğünde, çocukları Roboski'de katledildiğinde, ne mutlu onlara ki dağda, Gezi'de, Roboski'de çocukları katledildiğinde intikam naraları atmadılar bu anneler. Ne mutlu onlara ki her zaman kardeşlik, barış mesajı verdiler. Bizler acıları yarıştırmayalım, acıları ve yaraları ortaklaştıran bu anlayışı siyasete hakim kılabilirsek rehberimiz de, yolumuzu aydınlatan ışık da bu olacaktır.

Demirtaş'ın "radikal demokratik değişim" olarak adlandırdığı bu söylemde mücadeleyi öne çıkaran ve "yaraları ortaklaştıran" siyaset anlayışı, hemen hemen tüm farklı kimlikleri, inançları, toplumsal hareketleri içeren bir çoğulluğa dayanmaktadır ve Demirtaş, hemen tüm konuşmalarında bu içermenin "farklı kimliklerin ve inançların birbirinin içinde erimeden beraber, demokratik, özgür ve eşit bir biçimde yaşadığı radikal demokrasi anlayışı" olduğuna işaret etmektedir. Burada bahsedilen çoğulluğa dayalı, farklılıklardan oluşan demokrasi anlayışında seslenilen, üzerinde konuşulan toplumsal kesimlere baktığımızda ise karşımıza farklı etnik gruplardan inanç gruplarına, kadınlardan LGBTİ bireylere, gençlerden işçilere kadar geniş bir yelpazenin çıktığını görürüz. Dolayısıyla, gündelik siyasetin ve rakiplere ve seçim sürecine ilişkin konuların dışında, vaatler temelinde üzerinde durulan konular da eğitim hakkı, çevre, kadın hakları, işçi hakları, LGBTİ hakları, etnik kimliklerin hakları, inanç hakları gibi geniş bir çerçevede ortaya çıkmaktadır. Demirtaş'ın konuşmaları bu geniş yelpazenin çok sayıda örnekleri ile doludur. Anayasa'nın değiştirilmesi hakkındaki görüşlerini belirtirken Demirtaş, bu anlayışın bir tür özetini sunmaktadır:

> Devletin kutsandığı, halkların, dillerin, inançların ve kültürlerin yok sayıldığı bu Anayasanın topyekûn değiştirilmesi artık ertelenemez bir zorunluluktur. Türkiye toplumunun çok etnisiteli, çok kültürlü ve çok inançlı yapılardan oluşan çok kimlikli realitesi temel alınarak, cinsiyetçi olmayan, ekolojik, eşitlikçi, sosyal ve özgürlükçü bir anayasaya ihtiyacı vardır. Yeni anayasa demokratik Türkiye'nin inşa sürecinin metni olmalı ve halk tarafından yapılmalıdır. Gönüllü birlikte yaşam ancak eşitlik ve özgürlük temelinde gerçekleşebilir.

Ancak bu eşdeğerlik kurma girişiminin temeli aslında yine sınıfsal bir kavrayışa dayanır. Demirtaş'ın konuşmalarında bunun ipuçlarını yakalamak mümkündür. Örneğin İzmir mitinginde yaptığı konuşmada Demirtaş, farklı kimlikler arasında yukarıdaki örnekte olduğu gibi bir eşdeğerlik kurmaya çalıştıktan sonra şunları söyler:

> Yan yana huzurlu yaşamak için bizler, farklı kimlik ve inançlarımızla yoksul kesimlerimiz, asgari ücretle açlık sınırının altında çalıştırılan işçiler, emekçiler, Somalılarız biz. Köylüleriz biz. Kimlikler arası ayrılıkları kabul etmeyelim. İşçiden yana, ezilenden yana bir devleti oluşturmak, gelecek kurmak için bütün ezilenlerin birliğini sağlayalım.

4.2.3.5. Zaman kurgusu: "Büyük bedeller ödeyerek bugünlere geldik"

Demirtaş'ın konuşmalarındaki mücadele vurgusu, metinlerin zaman kurgusunda da belirleyici olan bir unsurdur. Demirtaş konuşmalarındaki tüm geçmiş referanslarında, "ezilen" halkın ve kendisinin/kendi siyasal hareketinin yaşadığı acıları ve zaman içinde verdiği mücadeleyi anlatır. Demirtaş bu anlatıyı tarihsel olarak "Cumhuriyet tarihi boyunca devletten baskı gören, ezilen halklar" anlayışı üzerinde temellendirir. Demirtaş'ın seçimden bir gün önce yaptığı propaganda konuşmasında bu anlayış şöyle özetlenmiştir:

> Sevgili kardeşlerim, bizler, bu ülkenin ezilen, yok sayılan, makamı mevkisi olmayan bütün emekçi halkları olarak canımızla kanımızla kurduğumuz bu güzel ülkemizde ne yazık ki devletten hiçbir zaman insan onuruna yakışır bir muamele görmedik. Kimimizin mezhebi, kimimizin başörtüsü,

> kimimizin yaşam tarzı, kimimizin dünya görüşü devlet tarafından hep sorun edildi. Nasıl yaşayacağımıza, neye inanacağımıza dair kuralları hep devlet belirledi ve hepimizi kendisine biat etmemiz için zorladı. Devlet topluma uymadı, toplumu tek tipleştirerek kendisine uydurmaya çalıştı. Oysa bizi birbirimize benzetmek, tekleştirmek devletin işi ve görevi olamazdı. Ancak maalesef Cumhuriyet tarihimiz bu hatalı devlet anlayışının yarattığı acılarla, zulümlerle geçti. İktidara gelen her güç geri kalanları kendisine benzetmek için devleti ele geçirdi ve ele geçirilen bu devlet hiçbir zaman bütün halkların ortak bir sistemi, ortak bir kurumu ve çatısı olmadı.

Ancak Demirtaş'ın yukarıdaki gibi bir bağlama yerleştirdiği baskıya karşı verilen mücadele aktivist bir anlam yüklenerek *bugün*e bağlanır ve mücadele sonucu elde edilen haklar vurgulanır.

> Değerli kardeşlerim çok uzun yıllardır, uzun bir yoldan, maratondan yürüyerek, koşarak, acılarını çekerek, zulmünü görerek, en büyük bedellerini ödeyerek bu günlere geldik ve bu günlere gelirken bizler, yani bütün ezilenler, yani Türkiye'nin bütün ötekileri, işte eğer aynı duygularla, aynı gelecek için, aynı özgürlük anlayışı için, aynı eşitlik ve adalet için haykırıyorsak, bu sizin eserinizdir, sizin mücadelenizin sonucudur.

Demirtaş, benzer olarak *bugün*e ilişkin yorumlamalar yaparken de geçmişte kendilerine karşı yapılan haksızlıkları öne çıkarır ve *bugün*e ilişkin tartışmalara bu yönden bir perspektif sağlamaya çalışır. Örneğin, seçim bildirgesi tanıtım toplantısında bir gazetecinin "Cumhurbaşkanı olduğunuzda kameralara Türk bayrağı ile poz vermeyi düşünüyor musunuz?" sorusunu, geçmişte Türk bayrağının birçok suçu örtmek için kullanıldığını belirterek yanıtlar:

> Bayrak siyaseti de bizim Türkiye'de ucuz bir şekilde yapacağımız bir siyaset değil. Türkiye Cumhuriyetinin bayrağı hepimizi temsil eder. Elbette ki cumhurbaşkanı olursam, olmasam da Türkiye Cumhuriyeti bayrağının layık olduğu şekilde bütün toplumu temsil edeceği onurunu elbette ki korumak isterim. Bayrağa dair yanlış eksik algıları da düzeltmek için uğraşırım. Sizler eminim ki biliyorsunuz, biz belki tanık olmadık ama bu

> bayrak bir çok suçu ve günahı örtmek için de kullanıldı ve bayrağa en büyük hakareti onlar yaptı. Teşekkür ediyorum. Türkiye Cumhuriyeti Devletinin bayrağına en büyük hakaretler o zaman yapıldı. Biz hiçbir zaman hakaret etmedik. Bu ülkenin yurttaşı olarak bütün bayraklara, bütün ulusların, devletlerin renklerine saygı duyduk, saygı duyulmasını istedik ama asıl hakareti yapanlar milliyetçi bayrak sevdalısı, vatan sevdalısı olarak ilan edildiler. Bu ülkede insanlık onurunu koruyanlar ve dolayısıyla devletin de onun vatandaşlarının da onurunu korumaya çalışanlar bölücü vatan haini olarak ilan edildiler. Bunun da düzeltilmesi herhalde ben Cumhurbaşkanı olduktan sonra çok daha kolay olur. Bayrak bizden doğru değil onlardan doğru tehdit altındadır, tehlike altındadır.

Demirtaş, geçmişteki haksızlıkların yanında bazen de geçmişi olumlu bir referans olarak, gelecek vaadi için kullanır. Örneğin, Çanakkale Savaşı'nı örnek göstererek kurduğu gelecek inşası bunun açık bir temsilidir:

> Ve devlet de yani kendi canımızla, kanımızla kurduğumuz devlet. Hani diyorlar ya Çanakkale'de birlikte savaştık, doğru mezarlarımız orada yan yana ya, o halde biz o mezarlar nasıl yan yana duruyorsa, biz de yan yana duracağız. Biz de yan yana duracağız. O halde devlet de nasıl Çanakkale Şehitliğinde Kürt'ü, Türk'ü, Alevi'si, Sünni'si yan yana yatıyorsa devlet de hepimizin devleti olacak. Çanakkale gibi olacak.

Demirtaş, kurguladığı gelecek inşası için *bugün*ün de kritik bir önemde olduğunu belirtir. Verdikleri mücadelenin bugün daha fazla destek gördüğünü söyleyerek bir gelecek vaadi sunar.

> Şimdi geldiğimiz nokta çok tarihi, kritik bir nokta. 90 yıllık Cumhuriyet tarihinin gerçek anlamda bir kırılma aşamasına geldik. Nedir o kırılma? Tekçiliği, tek ırkı, tek dili dayatan faşizan siyasete karşı bütün halkların kardeşliği üzerine inşa edilmiş, barış siyasetinin ortaya çıktığı kırılmayı yaşıyoruz. Artık bütün Türkiye, sadece Diyarbakır'ı, sadece Van'ı, Hakkari'si değil, Edirne'si, Tekirdağ'ı, Çorlu'su da, Muğla'sı, Aydın'ı, İzmir'i de, Antalya, Adana, Mersin'i, Sivas, Kayseri'si de, Rize'si de,

> Samsun'u da bu çağrıya kulak veriyor. Artık sizin buradan uzattığınız kardeşlik, barış eli havada kalmıyor. Artık AKP'nin bu eli tutması tutmaması mevzu değil. Artık buranın, Diyarbakır'ın elini İzmir tutuyor, Tekirdağ tutuyor, Sivas tutuyor, Antalya tutuyor, önemli olan budur işte kardeşlerim. Bizler de el ele verirsek, bizler, ezilen halklar, ezilen kimlikler olarak bir dayanışma içerisinde olursak çözülemeyecek sorun yoktur. Bugün bu daha iyi anlaşılıyor, her yerde çok daha iyi anlaşılıyor. Türkiye'nin bütün kimlikleri, Türk'ü de Kürdü de eziliyor. Elbette ki biz gittiğimiz her yerde bunu anlatmaya çalıştık, siyasetimizi bunun üzerine kurmaya çalıştık. Öyle bir Türkiye, öyle bir gelecek ve öyle bir yeni yaşam yaratalım ki o yeni yaşamda kimliklerimiz birbirimize düşman olmasın.

4.2.3.6. "Demirtaş'a değil, ilkelere oy verin!"

Demirtaş, neden kendisine oy verilmesi gerektiğine yönelik ürettiği argümanlarda, kendisinin ötesinde savunduğu ilkelerin gücüne ve kapsayıcılığına vurgu yapar. Bir başka ifade ile savunduğu ilkeleri genelleştirmeye ve yüceltmeye çalışmasının bir tezahürüdür bu argüman. Zira, bu argümana/Demirtaş'a göre, savunduğu ilkeler öyle güçlü ve öyle kıymetlidir ki kendisi Cumhurbaşkanı olmasa da bu ilkeler, ilkesel bir mücadele ve demokratik bir halk muhalefeti ortaya çıkarmıştır ve bu yönüyle Cumhurbaşkanlığı Seçimini aşan bir boyuttadır.

> Bu salonda bulunan başörtülü anneler de Alevi kadınlar da LGBTİ bireyler de Hristiyanlar, Sünniler de gençler, kadınlar, yaşlılar, erkekler de. Eğer her birimiz bu ilkeleri birlikte savunuyorsak, Karadeniz de bunu savunacaksa, Trakya da Ege de Akdeniz, İç Anadolu da Doğu da bu ilkeleri savunacak. Milyonlarca insan çıkacaksa hiç kimse artık geleceğe dair kaygı duymasın. Kim seçilirse seçilsin ya önünde bu ilkeleri uygulama fırsatı bulacak ya da ensesinde bu ilkelerin basıncını bulacak. Her halükarda demokratik bir halk muhalefetinin görünürlüğü artacak, despotizme, otoriterliğe karşı bizler büyük bir halk gücünü ortaya çıkartmış olacağız. Büyük bir denge gücünü ortaya çıkartmış olacağız. Her halükarda biz kazanacağız derken bunu kastediyorum. Mesele benim ikinci tura kalıp kalmayacağımdan çok öte bir

> meseledir. Çok daha ciddi bir sorundur. Cumhurbaşkanlığı Seçimi bitince de bitecek bir tartışma değil bu, bu ilkesel mücadele elbette ki çok daha uzun yıllar önümüzde görev olarak kalacaktır.

Demirtaş'ın burada da vurguladığı gibi, oy potansiyeli en düşük olan aday olması nedeniyle kendisine seçimin ikinci tura kalması halinde Kürt siyasal hareketi olarak nasıl bir pozisyon belirleyecekleri ya da hangi adayı destekleyecekleri sorulmuş ve bu konu seçim sürecinin önemli başlıklarından biri olmuştur. Demirtaş, savunduğu ilkeleri seçimi aşan biçimde yüceltirken aslında bu tartışmaya da gönderme yapmaktadır. Demirtaş, bu konudaki tartışmaları hem ilkelerinin gücünü öne sürerek hem de tartışmayı diğer iki adaya çevirerek seçimin oy potansiyeli en düşük adayı profilini bozmaya, bu yöndeki söylemleri alaşağı etmeye çalışır. Demirtaş'ın bu konuda sorulan soruya verdiği cevabın yukarıdaki kısmının öncesi ürettiği argümanı daha açık yansıtmaktadır:

> Evet bu tartışma bir müddet daha sürecek, öyle görünüyor. İkinci turda ne yapacağız? Bu her şeyden önce bizim kesin olarak ikinci tura kalmayacağımız algısını güçlendirmek üzere bir tartışmadır ki bence yanlıştır. Çünkü seçmenin ne yapacağını sandıkta hep birlikte göreceğiz fakat benim ikinci turda ne yapacağıma dair kaygı besleyenlere şunu sormak istiyorum: Hani ikinci tur 15 gündür, bunlar 5 yıl orada ne yapacak? Diğer ikisi 5 yıl boyunca orada ne yapacak? Ben 15 gün boyunca ikinci turda olacağım da sizin diğer oy verecekleriniz tam 5 yıl Çankaya'da olacaklar, asıl sorulması gereken, asıl sorgulanması gereken budur. Bizim bugün burada aday olarak ifade ettiğimiz taahhütler kişisel taahhütlerimiz değil, bakın söylediğimiz her şey Türkiye'de yeni bir yaşama dairdir. Kazancın kendisi budur zaten, bunu zaten bir kazanç olarak görelim. Demirtaş'ın Çankaya'da koltuğa oturması tek başına bütün bu ilkeleri kazandık veya kaybettiğimiz anlamına gelmez, bunları hep birlikte savunuyor olmamız önemlidir.

Demirtaş, bu noktada radikal demokrasi bağlamında ürettiği ilkelerinin iki adayın da savunduğu argümanlardan üstün olduğunu dile getirir konuşmalarında. Bu nedenle

seçimlerin ikinci tura kalması halinde ne yapacakları tartışmasında bu üstünlüğü de öne çıkarmaya çalışarak, rakibi olan iki adayı da aynı düzleme yerleştirir bu konuda. Seçimin olası bir ikinci turunda Erdoğan'a karşı İhsanoğlu'nu desteklemek gerektiği yolundaki seçim sürecinin bir diğer tartışmasına da yine radikal demokratik ilkelerinin üstünlüğü argümanı ile karşı çıkar.

> İkinci turda Ekmel Beyi desteklememek Tayyip Beyi mi desteklemektir? Evet Ekmel Beyi veya Tayyip Beyi illa da ikinci turda destekleyeceğiz diye bir kararımız yok. Biraz önce de ifade ettim; bize oy verenler "ikinci turda şu tavrı gösterin, bizden aldığınız destekle şu adaya destek verin" diye oy vermiyorlar, bu ilkelere oy veriyorlar. İki aday da bu ilkelerin kenarından bile geçmiyor. İki aday da bu ilkeleri hiçbir şekilde savunabilecek bir çizgiyi temsil etmiyor. Bu nedenle biz, bize güvenenleri şu iki seçenek arasında çaresiz bırakmamak için aday olduk. İkinci turda da iddialı olup bizler halkımızın önündeki seçeneği korumak istiyoruz. Yoksa Tayyip Beye karşı herhangi bir adayı desteklemek gibi bir ilke olamaz, bunun adı ilke değildir. "Tayyip olmasın kim olursa olsun" sloganını ben ilkesel olarak, demokratik açıdan da yanlış buluyorum. Tayyip Bey olmasın, biz olalım ama. Bizim ilkelerimiz olsun. Biz her ikisinin de bu ülkede halkların cumhurbaşkanı olabilecek çizgiyi temsil etmeyeceğini düşünüyoruz. Bu kadar net ifade ediyorum.
>
> Benim temsil ettiğim kimlikler, temsil ettiğim ilkeler aslında Türkiye'deki barış sürecinin şifrelerini fısıldıyor. (...) diğer adaylar bu ilkeleri savunmuyorlar, temsil etmiyorlar, barıştan anladıkları ile bizim ifade ettiklerimiz birbiriyle örtüşmüyor. Biz barış deyince başka bir şey söylüyoruz kendileri barış derken başka bir hedeften söz ediyorlar. İki strateji arasında fark var.

Dolayısıyla Demirtaş, iki adayı da aynı düzleme yerleştirerek, Cumhurbaşkanlığı Seçiminde üç aday bulunsa da aslında "iki çizgi"nin yarıştığından söz eder. Buna göre, bu çizgilerden biri merkeziyetçi ve bürokratik hantal yapıyı temsil ederken diğeri radikal demokratik değişimi temsil etmektedir:

> Türkiye artık bir yol ayrımında. Ya devlet otoritesini daha da pekiştirecek ya da bütün ezilenlerin onurlu yaşam özlemlerini gerçekleştirecek radikal demokratik adımlarla, köklü değişim yoluna girilecek. Radikal demokratik değişim için bu sisteme itirazı olanların gücüyle, her şeyin Ankara'dan belirlendiği bürokratik ve hantal merkeziyetçi yapıyı köklü biçimde değiştirmek elimizde. O nedenle, bu seçimlerde üç aday ama iki çizgi yarışıyoruz.

Demirtaş'ın iki rakibini aynı düzleme yerleştirdiği bu söylemlerinin yanında, yine de, kampanya çalışanlarının da belirttiği gibi asıl rakip görülen ve mücadele edilmesi gereken aday Erdoğan olmuştur. Demirtaş, çoğu konuşmasında onu hedef almış ve bu söylemlerinde İhsanoğlu'nu ise Erdoğan'la mücadele etmeye muktedir olmayan biçimde konumlandırmıştır. Dolayısıyla, dönemin Başbakanı olan Erdoğan ile mücadele edebilecek olan Demirtaş'tır bu argümana göre. Demirtaş, bunu yaparken iki rakibine de zaman zaman bazı isimler takar. Örneğin, Erdoğan'a "Kasımpaşalı", "Padişah Efendi", "Beyfendi", "AKP'nin adayı" diye hitap eder, İhsanoğlu'nu ise "Ekmelleddin Amcam" ya da "Çatı" diye adlandırır. Bu isimler ile Demirtaş, Erdoğan'ı otoriterlikle İhsanoğlu'nu ise güçsüzlükle eşleştirmeye çalışır.

> Bakın değerli kardeşlerim, işte bunların ileri demokrasiden anladığı budur, eşitlikten kardeşlikten anladığı budur. Ama biz bu Cumhurbaşkanlığı Seçimi vesilesiyle bütün bu şatafatı, bütün bu cilayı, makyajı dağıtıyoruz. Tabir-i caizse Kasımpaşalının havasını indiriyoruz. Demokrasi öyle olmaz diyoruz. Demokrasi bizim yeni yaşam ilkelerimizde olduğu gibi olur. Özgürlük senin dediğin gibi olmaz, kardeşlik senin anlattığın gibi olmaz, bizim yeni yaşam çağımızdaki gibidir kardeşlik. Yani nedir? Yani Türk'ün, Kürt'ün, yani herkesin, Gürcü'nün, Abaza'nın, Arap'ın, Laz'ın, yani Süryani, Ermeni'nin, yani Alevinin, başı açığın, kapalının Ezidi'nin, bu topraklarda yaşayan herkesin, korkmadan, birbirinden kaygılanmadan devletin zulmünü görmeden, kendi ana diliyle, kendi kültürüyle, kendi mezhebi, inancıyla eşit yaşamasıdır.

> Ekmeleddin Amcam kusura bakmasın ama Tayyip Erdoğan'la uğraşacak kişi o değil, biziz biz. Onunla baş edecek kişi o değil, onun işi o değil, doğru çizgi biziz biz. Orada bir heyecan yok, çatıda bir heyecan yok, çatıda bir umut yok, çatının size getirebileceği bir şey yok. Varsa yoksa Demirtaş'ın etrafındaki ilkelerde bir heyecan. Gelin oyunuzu boş yere atmayın, gelin oyunuzu ilkesizliğe atmayın. Uzatılan bu barış elini, kardeşlik elini tutun, oyunuzu ilkelere verin. Sizinle birlikte her koşulda mücadele edecek olanlara verin. Gelin bu seçimde Türkiye'yi yeniden inşa etmenin sevincini hep birlikte yaşayalım. 10 Ağustos akşamı Diyarbakır meydanı da İstanbul, İzmir, Sivas meydanı da bayram etsin, aynı heyecanla alanlarda kutlama yapılsın.

Demirtaş'ın rakipleri ile kendisini kıyaslarken başvurduğu bu argümanların yanı sıra, Erdoğan hakkında konuşurken ya da ona seslenirken, eril bir dil kullanımına geçmesidir. Erdoğan'ın sıklıkla başvurduğu meydan okuyucu eril dil kullanımının aynısını Demirtaş, ona karşı kullanır. Bu meydan okumanın en açık örneği Demirtaş'ın miting konuşmalarında Erdoğan'ı tartışmak için bir canlı yayına davet etmesidir. Siyasetteki erkek dilinin başlıca özelliklerinden biri bu tür meydan okumalardır. Zira, Bora ve Tol'a (2009: 832) göre, meydan okuma aynı zamanda bir davet, bir şeyi ispatlamak için bir çağrıdır. Bu davet etme ya da "hodri meydan" deme, doğrudan karşılaşmadan çok bir tür eril meydan okuma gösterisi için yapılır. Demirtaş'ın bu tür meydan okuma gösterisi örneklerinden biri aşağıdaki alıntıda görülmektedir:

> Madem yüzde 50 oyun var, madem kendine güveniyorsun, yahu 2 saatlik bir televizyon programından niye korkuyorsun? Karşı karşıya gelelim, canlı yayında konuşalım. Oyun yüzde 55'tir, canlı yayından sonra belki yüzde 75 olur. Kendine bu kadar güveniyorsan, bu kadar özgüvenin varsa 2 saatlik televizyon programından niye kaçıyorsun? Gel, karşımızda objektif sorular soracak gazeteciler olsun, önceden de hazırlanmasın sorular ve cevapları. Ne istiyorlarsa sorsunlar, biz de önümüzde ne varsa, içimizde ne varsa geçmişimizde, geleceğimizde ne fikir varsa açık yüreklilikle paylaşalım. Bak üçümüz de bu halkın başkanı yani cumhurbaşkanı olmaya aday olduk. Bakalım bize oy verecekler bizi iyi tanısınlar, biz kimiz neyiz iyi bilsinler.

> (...) Ama kaçıyor bak, yüzde 55 oyum var diyor, özgüven patlaması yaşıyor, 2 saatlik canlı yayına çıkmaktan kaçıyor.

Demirtaş'ın Erdoğan'la eril siyaset dili üzerinden giriştiği bu tartışmanın en önemli ayağını Kürt sorunu konusu oluşturmaktadır. Demirtaş'ın hep vurguladığı "mücadele edilerek kazanılmış haklar", Erdoğan'ın, Hükümetinin Çözüm Süreci kapsamında hayata geçirdiği politikalar üzerinden yürüttüğü seçim kampanyasının argümanlarını hedef alır. Demirtaş'ın seçim kampanyasında çalışanların da, özellikle Diyarbakır'da olanların, belirttiği gibi Kürt seçmenlere Çözüm Süreci kapsamında hayata geçirilen politikaların Kürt siyasal hareketinin mücadelesi sonucu kazanıldığı anlatılmaya çalışılarak seçmenler ikna edilmeye çalışılmıştır. Dolayısıyla, Çözüm Süreci ve Kürt sorunu 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi sürecinde Erdoğan ve Demirtaş arasındaki en önemli rekabet unsurunu oluşturmuştur. Demirtaş, bu konuda miting alanlarında seçmene seslenirken Erdoağan'a karşı sergilediği meydan okuyan eril üslubunu sürdürür ve içinde bulunduğu etnik kimliğinin siyasi mücadelesini yüceltir. Aşağıdaki Diyarbakır mitinginden verilen uzun alıntı bunu çok güzel örnekler:

> Birileri zannediyor ki bu ülkede bugün kardeşlik, demokrasi, özgürlük adına ilerleme varsa ve bunlar tartışılıyorsa bunu Hükümetin lütfu, bunu Hükümetin armağanı zannediyorlar. Bazıları işte yakın zamanda AKP'nin adayı da buraya geldi, bu meydanda konuştu, aynen şunu söyledi; "Diyarbakırlılar, ey Diyarbakırlılar, bak siz daha önce şarkı türkü dinleyemiyordunuz anadilinizde ama biz izin verdik. Artık siz şarkınızı türkünüzü rahat dinleyeceksiniz" ve yine AKP'nin adayı şunu söylüyor; "Siz daha önce cezaevinde anadilinizi konuşamıyordunuz, bak şimdi cezaevinde Kürtçe konuşabiliyorsunuz, onu ben getirdim" dedi. Ben de dedim ki inşallah sana da nasip olur cezaevinde anadilini rahat rahat konuşursun, inşallah bu özgürlükten sen de yararlanırsın, inşallah. Madem bu kadar kıymetli bir hak vermişsin bize, öpüp başımıza koymamız lazım. Niye bir tek biz faydalanıyoruz ki bundan kardeşim. Sen de insansın sen de faydalan, inşallah cezaevinde anadilini rahat rahat konuşursun, anadilinin cezaevinde özgürlüğünün tadına varırsın. Ne diyelim, kısmet olur inşallah. (...) Yeni cezaevi yapıyorlar, o cezaevinde anadilde konuşabileceğiz, TRT 6 açmışlar

> gece gündüz AKP propagandasını oradan Kürtçe dinleme hakkını bize vermişler. Ve bunları da "ben size bahşettiğim" diyor Padişah Efendi. Bahşettim, yani siz mücadele etmediniz, ben verdim. Ben olmasam var ya diyor, siz ne zulümler görürdünüz. Yahu Kasımpaşalı, biz Kenan Evren'i bile tanıdık, buralardan postaladık ya. Sen o günleri bilmezsin, sen o günleri pek hatırlamazsın. Çünkü o günlerde senin öncülerin, o günlerde senin yürüdüğün siyasi çizgi Kenan Evren'le dosttu, kardeşti. Asıl direnişi ezilen halklar koydular, asıl direniş bak burada iki kilometre ötede Diyarbakır zindanında gerçekleşti. Asıl bugünleri aydınlatan kibrit çöpünü Mazlum Doğan orada yakıyordu. Üç kibrit çöpüyle Amed Meydanı'nı aydınlatan onlardı. Bu hakları bahşeden sen değilsin kusura bakma.

Demirtaş'ın rakiplerini küçültme ve kendi ilkelerini yüceltme girişimi dolayısıyla kendisinin Cumhurbaşkanı seçilmesi gerektiği yönünde geliştirmeye çalıştığı argümanları, hem Erdoğan'ın başında bulunduğu mevcut hükümet politikalarını (dış politika, eğitim, kadın hakları, işsizlik, vs.) eleştiren hem de mevcut yönetim sisteminde köklü değişiklikler yapılması gerektiğini öne süren vaatlerine de yansır. Demirtaş, Cumhurbaşkanının "devletin başı" olarak sembolik ve Anayasal anlamının radikal demokratik bir değişim geçirmesi gerektiğini söyler. Böylelikle Cumhurbaşkanlığı makamının sembolik olarak devletin tepesindeki konumu, sembolik olarak halka/yurttaşlara daha yakın bir anlama dönüştürülmeye çalışılmaktadır. Örneğin; "Toplumun üzerinde yükselen otoriter, antidemokratik, bürokratik ve cinsiyetçi devlet anlayışının başında oturan bir cumhurbaşkanı olmak için aday olmadım. Hayalini kurduğumuz Cumhurbaşkanı, sokakta halkın yanında, halkla beraber olandır." Bunun başka örneklerinden biri, Demirtaş'ın konuşmalarındaki vaatlerden biri olan "Cumhur Meclisleri"dir.

> Devlet, tek bir kişinin ve onun etrafındaki hiyerarşik zümrenin belirlediği esaslarla artık yönetilmeyecek. Cumhur Meclisleri ile halkın devlet yönetimine doğrudan katılımının önünü açacağız. (...) Kuracağımız Cumhur Meclisleri içerisindeki gençlik meclisleri ile siyasetin ve hayatın her alanında gençliğin aktif katılımı sağlanacak ve gençlerin örgütlenmesinin önündeki tüm yasal engeller kaldırılacaktır. Gençlerin siyasal, ekonomik,

> sosyal ve kültürel haklarını etkin bir şekilde yürütmesi devletin yükümlülüğünde olacaktır.

Demirtaş'ın konuşmalarında seslendiği seçmen gruplarından biri de kadın seçmenler olmuştur. Kadın seçmenlerin tek temsilcisi olarak kendisini konumlandıran Demirtaş, bu konumlandırma için şu argümanları sunmuştur:

> Dünyada oran olarak, kadın temsiliyetinde dünyanın birinci partisiyiz. Tam 62 il, eş başkanımız var. 92 kadın eş belediye başkanımız var. Yüzde 34 milletvekili temsiliyetiyle diğer partilerin 5 katıyız. Yeni yaşamı sizler yaratacaksınız. Size biçilen rol "üç çocuk doğur, sesini kesip otur" olamaz. Siz şen kahkahalarınızla toplumun geleceğini belirleyeceksiniz. Siz Cumhurbaşkanını seçeceksiniz. Sizler Türkiye'nin yüzde 50'sini oluşturuyorsunuz neden sizleri yok sayanlara, kadını yuhalatanlara neden oy vereceksiniz? Kadınlara güvenerek bu yola çıktık. Kadınların tavrı Türkiye'nin önünü açacaktır.

Tüm bu argümanlara dayanarak Demirtaş, örtük tasıma başvurarak kendisini "barışın, kardeşliğin önünü açacak kişi" olarak tanımlamaktadır: "Yapacağınız işlem zor değil bir mühür var elinizde, yapacağımız işlem sadece mührü doğru yere basmak. 10 saniye, 10 saniye doğru yere bastığınız anda Türkiye'nin kaderini değiştirmiş olacaksınız. Barışın, kardeşliğin önünü açmış olacaksınız."

4.2.3.7. Seçim pusulasındaki ayna

Demirtaş'ın araştırma kapsamındaki konuşmalarında genel olarak kardeşlik (aile), ayna ve tohum metaforlarını kullanarak özdeşlik kurmaya çalıştığı görülür. Demirtaş'ın hem kendilik ve dinleyici inşasında hem de kullandığı zaman kurgusu ve argüman biçimlerinde başvurduğu "bizlik" tanımları için, bir diğer ifade ile kendisi ile dinleyicisini özdeş kılmaya ya da Burke'nin (1969b) deyimi ile "dinleyiciyi biçimsel özdeşleştirmeler kullanarak" ikna etme çabasını kardeşlik ve ayna metaforu ile güçlendirmeye/pekiştirmeye çalışır.

Yeniden hatırlamak gerekirse, Demirtaş'ın konuşmalarında "biz" –daha geniş açılımları olmakla birlikte- kısaca "ezilen bütün halklar, bütün sınıflar, bütün kimlikler" olarak tanımlanmıştır. Demirtaş, bu bağlamda başvurduğu kardeşlik metaforunda, kendisini seslendiği ezilen, yok sayılan, ötekileştirilen, sesi duyulmayan dinleyicilerinden biri olarak kurgulama girişiminin bir sonucudur. Demirtaş yaptığı konuşmalarda, genellikle "Değerli kardeşlerim" diye seslenir dinleyicilerine.

Demirtaş'ın bu özdeşlik girişiminin bir başka örneği ise ayna metaforuna başvurarak dinleyicilerinden oy istemesidir. Bu söyleminde Demirtaş, dinleyicileri ile kendisi arasında daha metaforik olarak bir özdeşlik bağı kurmaya girişmiş, bu kullanımla özdeşliği daha ileri bir boyuta taşımıştır. Demirtaş, seçim pusulasındaki kendi fotoğrafını bir aynaya benzetmiş ve ona bakan halkın o aynada kendilerini göreceğini söylemiştir. Aşağıdaki iki örnek, Demirtaş'ın ayna metaforunu kullanım biçimini göstermektedir:

> Peki size soruyorum; yeni yaşamda bütün kimlikleri, bütün inançları aynı anda yüreğinde hissedecek, sahiplenecek, yeni yaşamda hırsızlık, yolsuzluk yapmadan, devleti ele geçirmeden halkların cumhurbaşkanı olacak, yeni yaşamda işçiden, çalışandan, köylüden, çiftçiden, esnaftan yana olacak Allah billah aşkına kaç fotoğraf var o 3 fotoğraf içinde? O oy kabinine girdiğinde her kardeşim 3 fotoğrafa baktığında bu duygularla baksın, gönül gözüyle baksın, sağa sola bakmaya gerek yok, orta yerde duruyor o fotoğraf, orta yerde duruyor. İşte, işte orta yerdeki fotoğrafa baktığınızda kendinizi göreceksiniz, orada Demirtaş'ın fotoğrafı yok, orada bir ayna var ayna. Orada Kürt baktığında kendini görecek, işçi baktığında kendini görecek, kadın oraya baktığında kendini görecek, genç oraya baktığında kendini, Türk, Kürt, Ermeni o fotoğrafa baktığında kendini görecek. O fotoğraf benim değil sizin fotoğrafınızdır orası. Aynı bu gözle bakarsanız doğru yere mührü basarsanız, Türkiye'nin gidişatını değiştirirsiniz.
>
> Orada iki fotoğraf var, ortada ayna var. Baktığınızda kendinizi göreceksiniz. Türkler, Kürtler, ezilenler kendisini görecek. Kendinize oy verin ki işte o zaman, tekçi anlayış, Kasımpaşalılık vız gelir.

Demirtaş'ın burada başvurduğu ayna metaforu Barthes'in (2011: 148) seçim fotoğrafı için yaptığı şu yorumu anımsatır: "fotoğraf aynadır, içli-dışlıyı, bilineni okumaya sunar, seçmenin önüne aydınlatılmış, yüceltilmiş, parlak biçimde tip durumuna getirilmiş olarak kendi resmini sunar." Demirtaş, ayna metaforu ile anlatmaya çalıştığı bu özdeşliği aşağıdaki örnekteki gibi daha açık biçimde de açıklamaya çalışmıştır:

> Herkes kendine bir sorsun AKP'nin adayı ya da çatı adaya oy verecekler bir sorsunlar. Bakın sandığa gidip oy kullanacak kardeşlerim, evinizde iki kişi, üç kişi beş kişi gidip oy kullanacaksınız, oy kullanmaya giderken cebinizde taksi parası olmayacak taksi parası. Çoğunuz yürüyerek oy kullanmaya gidecekseniz. Hepiniz yoksulsunuz, emekçisiniz ve oy vermeye gideceğiniz zaman o oy verme kabinine girdiğimizde 3 fotoğraf var, sadece bir tanesi sizin gibidir. Sadece, sadece bir tanesinin cebinde sizin kadar para vardır, geri kalanlar seni temsil etmiyorlar, senin yaşamını, ilkelerini, mücadeleni temsil etmiyorlar. Senin bugüne kadar çektiğin acıları temsil etmiyorlar.
>
> Yarın oy verme kabinine girdiğinizde karşınızda üç fotoğraf olacak. Sadece Allah'ın huzurunda, vicdanınız ve üç fotoğraf baş başa olacaksınız. (...) İçlerinden sadece bir tanesi sizin gibi emekçidir. Hayatın bütün zorluklarını yaşayarak öğrenmiş ve tam da içinizden biri olarak cumhurbaşkanlığına adaylığını koymuştur. Fotoğrafa gönül gözüyle baktığınızda onun kim olduğunu görmek ve bulmak hiç de zor olmayacaktır.

Demirtaş'ın başvurduğu temel argümanlardan biri olan "güçlü radikal demokratik ilkelerinin" üstünlüğü ve diğer iki adayın bu ilkeler karşısında aynı düzleme indirilmesi, metafor kullanımı ile de güçlendirilmeye çalışılmıştır. Önceki başlıkta belirtildiği gibi Demirtaş, seçimde üç aday yarışsa da temel olarak iki çizginin yarıştığından bahsetmiştir. Demirtaş, bu argümanını pekiştirmek için metaforik bir kullanıma başvurarak, kendisi dışındaki iki aday arasında yapılacak bir seçimi "ölümle sıtma arasında tercih yapmak zorunda kalmaya" benzetmiştir:

> Düşünün bizim adaylığımız olmasaydı, düşünün bizler bu seçim yarışında olmasaydık ölümle sıtma arasında halklarımız tercih yapmak zorunda olacaktı. Ama şimdi sadece Cumhurbaşkanlığı Seçimi mevzusu olmayan,

> bunu da aşan, bundan çok daha öte yeni bir yaşam kurmayı Türkiye'de artık ortak bir gelecek, ülkenin bölünme kaygısı olmadan burada kardeş kavgası olmadan, ezilenlerin, emekçilerin dünyasını yaratacak yeni bir siyaset doğdu işte.

Demirtaş, Yani Yaşam Çağrısı belgesinde sunduğu radikal demokratik ilkelerin yayılması ümidini tohum-filiz-ağaç metaforuna da benzetmekte, bu kullanımında ise "ağaçtan devrim yapabilenler" diyerek Gezi Parkı Eylemlerine de gönderme yapmaktadır.

> Önümüzdeki her gün, her saat yeni yaşamın tohumlarını ülkeye saçacağız. Ve elbette ki bu tohumların can suyunu da sizler vereceksiniz. Onun can suyu da sizin ellerinizden toprağa akacak. Gün be gün o filizi, o umudu büyüteceğiz. Görkemli birer ağaca dönüştüreceğiz ve ağaca baktığında sadece odun gören anlayışa karşı biz ağaca baktığında huzur bulan anlayışı temsil edeceğiz. Ve yine ağaçtan sadece kereste yapabilenlere karşı ağaçtan devrim yapabilenler olarak bu yolu hep birlikte yürüyeceğiz.

4.2.3.8. Demirtaş'ın bol kinayeli, mizahi konuşmaları

Demirtaş, konuşmalarında çok belirgin kelime gösterimleri kullanmaz. Ancak, seçim sürecinde kullandığı kinayeli ve mizahi üslubu bu çalışmada bir tür gösterim özelliği olarak yorumlanmıştır. Demirtaş'ın araştırma kapsamında incelenen metinlerde kullandığı göze çarpan tek gösterim özelliği vaatlerini/görüşlerini/tasarılarını/ilkelerini sunarken ve ezilen halklar arasında mücadele temelinde oluşturmaya çalıştığı ortaklığı/eşdeğerlik zincirini kurarken kullandığı –ecek/-acak kalıbıdır. Demirtaş'ın bu kullanımı belki de oy potansiyeli en düşük olan aday olarak sunduğu ilkelerin bir tür hayalini canlandırma işlevi görmekte olduğu söylenebilir –Kampanyanın sloganlarından biri olan "Bir cumhurbaşkanı düşünün" ifadesi de bu bakımdan, bir hayali sunma ve dinleyicide canlandırmaya çalışma açısından dikkate değer-. Bu kullanımın iki örneği şöyledir:

> Bak bu meydanda Alevi kardeşlerim var, bu meydanda Sünni kardeşlerim var, başı kapalı, başı açık kadınlar var, gençler var, renk renk, düşünce

> düşünce, kimlik kimlik. Bu meydanda Türk kardeşlerim var, bak Rizeli kardeşim var, pankartı açmış orada, baş göz üstüne, Rizeliyim oyum sana demiş, işte yeni yaşamın Türkiye'si böyle ol*acak* arkadaşlar. Alevi Sünni'nin düşmanı Sünni Alevi'nin düşmanı olmay*acak*. Türk Kürt'ün, Kürt Türk'ün duruşundan, kimliğinden, dilinden korkmay*acak* ve elbette ki bütün inançlar, kimlikler bir arada, eşitçe, birbirini severek, birbirini koruyarak yaşay*acak*.
>
> Halkın başına bir şey geldiğinde sizin yanınızda olacak bir cumhurbaşkanı lazım bize. Bir kadın sokakta katledildiğinde onun yanında ol*acak,* bir kadın şiddet gördüğünde onun elinden tut*acak*, bir başörtülü haksızlığa uğradığında onun yanında ol*acak*, Cemevine gidip orada Alevi canlarla birlikte tek yürek ol*acak* bir cumhurbaşkanına ihtiyaç var. Soma'da patronun değil emekçinin, katledilen işçinin yanında, onun hakkını savun*acak* bir cumhurbaşkanına ihtiyaç var. Kürt'ün ana dilini korkmadan savun*acak*, Kürt'ün kendini yönetme hakkını korkmadan savun*acak*, Ermeni'ye yapılan soykırımın hesabı sorulsun diye orada gururla, onurla Ermeni toplumunu da temsil ed*ecek*. Rum'u, Süryani'si, Ermeni'si "ben bu ülkede artık güvende yaşıyorum" diyebil*ecek*. İki adayda da bunun esamesi yok.

Demirtaş'ın seçim kampanyasında da kullanılan ve öne çıkan mizahi ve kinayeli üslubu da kelimelerin çokanlamlılığını kullanır ve metinlerine yön veren bir unsur olarak bir tür gösterim özelliği olarak yorumlanmıştır. Demirtaş'ın kampanyasındaki sloganlardan biri olan "Bağlamadan başka bir şey çalmıyor" ifadesi bu kinayeli ve mizahi kullanımın en görünür olan örneklerinden biri olmuştur. Demirtaş, burada 30 Mart 2014 Yerel Seçiminin başlıca konularından birini oluşturan Hükümete yönelik yolsuzluk iddialarına gönderme yaparak, rakibi Erdoğan'ı hedef alır. Seçim bildirgesini tanıttığı toplantıda Demirtaş, bir gazetecinin bağlama dışında başka enstrümanlar da çalıp çalamadığını sorması üzerine buradaki "çalmak" kelimesinin birden çok anlamını ima eden sloganını şöyle devam ettirir: "Evet arkadaşlar, gerçekten yani başka enstrümanlar da çalabiliyorum, sadece bağlama değil ama halkın umutlarını çalmıyorum, halkın parasını çalmıyorum. Halkın geleceğini çalmıyorum."

Demirtaş'ın kelimelerin çok anlamlılıklarına ya da gönderme yapan özelliklerine başvurarak yaptığı kinayeler genellikle yukarıdaki örnekte olduğu gibi rakipleri hakkında değerlendirmede bulunurken ortaya çıkar. Demirtaş, böyle bir yönteme başvurarak yine iki adaydan farkını ortaya koymaya ve iki adayı da aynı düzleme yerleştirmeye çalışır. Aşağıdaki ifadesinde rakiplerinin aday gösterilme süreçlerini hem kinayeli hem de mizahi bir üslup kullanarak eleştirir:

> Bütün bu antidemokratik aday belirleme süreçleri içeresinde ki bakın AKP'nin adayını bir kişi belirlemiştir. Çatı aday, tabii onlarda katılım daha yüksek, AKP'ye göre yüzde yüz daha fazla, 2 kişi belirledi onlarda adayın kim olacağını. En azından bu antidemokratik ortamda bizler kendi adaylık süreçlerimizi mümkün olduğunca ortaklaştırmaya, mümkün olduğunca toplumun en geniş kesimlerinden düşüncelerini alarak nasıl bir cumhurbaşkanı ve nasıl bir aday istiyoruz tartışması üzerinden isme doğru gittik. Biz önce ismi belirleyip o ismi bir şov şeklinde PR yaparak başkalarını usulen ziyaret ederek bir aday belirleme süreci yaşamadık.

Demirtaş, yine kampanyasının sloganlarından biri olan "Bir cumhurbaşkanı düşününün" ifadesini de miting alanlarında yaptığı konuşmalarda dönüştürerek kullanmakta, aynı slogan üzerinden bir başka okuma daha yapmaktadır. Burada amaç yine rakipleriyle arasındaki farkı göstermektir:

> Arkadaşlarımız slogan üretmişler ya "Bir cumhurbaşkanı düşünün..." çok da düşünmeyin, seçenek çok fazla yok çünkü. Oy kabinine girdiğinizde önünüzde bir tane halkların adayı olacak, çok fazla seçenek yok önünüzde. Devletin iki adayı, statükonun iki adayı, kendi kendilerine aday olarak ilan edilmiş iki kişinin yanında halkların tek adayıyla seçime giriyoruz.

Demirtaş, seçim sürecinde TRT'nin adaylara ayırdığı yayın sürelerindeki adaletsizliğe kampanya süresi boyunca yaptığı konuşmalarda sıkça değinmiş ve eleştirmiştir. 3 Ağustos 2014'te adayların TRT ekranlarında yaptığı ilk propaganda konuşmasında ise Demirtaş, TRT'ye olan eleştirisini bu kez kinayeye başvurarak yapmıştır:

> Cumhurbaşkanı Seçimlerine kısa bir süre kala hepinizin de yakından takip ettiği gibi TRT gibi son derece tarafsız, objektif, bütün adaylara eşit yaklaşım sergileyen, hele hele bana karşı adalet ve nezaket örneğinin en muhteşemini sergileyen bu nadide kurumun ekranlarından sizlere seslenmenin heyecanını ve mutluluğunu yaşıyorum.

Demirtaş, seçilme olasılığı en düşük aday olarak görüldüğü Cumhurbaşkanlığı Seçiminde bu yaygın/egemen algıya karşı ve kendisini "ezilen, yok sayılan, ötekileştirilen halklardan biri" olarak konumlandırması ile uyumlu olarak iktidara/egemenlere karşı mizah unsuruna başvurur. Bu da Arendt'in (2003) mizah kullanımının "otoritenin yeniden üretimini kesintiye uğrattığı" ve "otoritenin en büyük düşmanı ve onu zayıflatmanın en kesin yolunun kahkaha" olduğu yönündeki tespitlerini anımsatmaktadır. Örneğin, Demirtaş seçim bildirgesi tanıtım toplantısında kendisine sorulan Seçimden yüzde kaç oy almayı beklediği sorusuna şöyle bir cevap vermiştir: "Peki arkadaşlar ben, programdan ve yaptığım sunumdan anlamışsınızdır, mütevazı bir adayım. Ben yüzde 50+1 alayım yeter diyorum. Hedefim o yani."

5. Sonuç

Retorik teorisinin içinde yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren gelişmeye başlayan eleştirel/çağdaş/yeni retorik çalışmaları, retoriğin anlamını ikna edici bir pratikten özdeşleşmeye davet eden sembolik eylemlere doğru genişletmiş, ayrıca retoriğin üretildiği/ortaya çıktığı bağlamın önemine de dikkat çekmiştir. Retorik çalışmaları içindeki bu yönelimle birlikte üretilmeye başlanan retoriksel alan çalışmaları katılımcı eleştirel retorik olarak yeni/çağdaş retorik teorisi içerisinde yeni kavramlaştırılan bir alan olarak kendisine yer bulmuştur. Yeni/çağdaş retorik teorisi içinde retoriğin içinde geliştiği/yaratıldığı bağlama yapılan vurgunun kuramsal yönelimlerinden biri olan retoriksel durum yaklaşımı günümüzün çokça gürültülü, yüksek düzeyde kurgulanmış Amerikanvari seçim kampanyalarını incelemek için oldukça elverişli bir alandır. Bu çalışmada, Türkiye'de ilk kez halkoylaması ile yapılan Cumhurbaşkanlığı Seçimi retoriksel bir durum olarak ele alınmış ve Seçimde Cumhurbaşkanlığı için yarışan üç adayın seçim kampanyaları bağlamında kullandıkları retoriksel stratejiler katılımcı eleştirel retoriğin yöntemsel perspektifi benimsenerek irdelenmiştir.

10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi, ilk kez halkoylaması ile yapılmasının yanında, seçim sistemindeki değişiklikler, yönetim sisteminde getirdiği yenilikler dolayısıyla içinde ilkleri barındıran, ayrıca yine bu ilkler etrafında epeyce tartışmanın yapıldığı, ve ek olarak, Türkiye siyasetinde konjonktürel olarak siyasal hareketlerin sivrildiği, aşındığı, kırılganlaştığı, güçlendiği bir dönemi yansıtmaktadır. Bir yandan dönemin 12 yıllık Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan'ın liderlik ettiği siyasal hareket yıllar içinde daha çok güçlenmiş durumda iken, diğer yandan Çözüm Süreci ile Kürt siyasal hareketinin bölgesel olmaktan çıkarak, Türkiye'nin tamamına ulaşmayı hedefleyen bir "Türkiyeli" muhalefet hareketine dönüşme gayretinin verdiği sonuç ile sivrildiği ve muhafazakar, dindar Hükümetin karşısındaki ana muhalefet görevini yerine getirmeye çabalayan, kurucu resmi ideolojinin temsilcilerinin aşındığı/kırılganlaştığı bir süreçtir bu dönem. Cumhurbaşkanlığı Seçiminde de işte tam da bu siyasal konumlanışların temsilcilerinin, Türkiye Cumhuriyeti'nin Cumhurbaşkanlığı için girdikleri yarışta, nasıl bir ülke ve "devletin başı" sembolik konumundaki Cumhurbaşkanı dolayısıyla, ülkenin başında nasıl bir persona, nasıl bir resim görmeyi

tahayyül ettiklerini sergileyen kampanyalarındaki retoriksel unsurların deşifre edilmesi amacıyla bu çalışmaya girişilmiştir.

Katılımcı eleştirel retorik perspektifiyle yola çıkılan araştırmada, araştırmacının bazı alanlara bizzat katılımıyla farklı alanlardan toplanan verilerle Cumhurbaşkanlığı Seçimi ele alınmıştır. Bu bağlamda, hem adayların seçim kampanyalarının hazırlık sürecinde çalışanlardan hem adayların kampanyaları kapsamında yaptıkları il ziyaretlerinde yaptıkları konuşmaların geçtiği ortamlardan hem de adayların kampanyanın farklı aşamalarında yaptıkları farklı ortamlardaki konuşmalardan (tanıtım toplantıları, mitingler/şehir ziyaretleri, TRT propaganda konuşmaları) veriler toplanmıştır.

Toplanan verilerin analizinde öncelikle 10 Ağustos Cumhurbaşkanlığı Seçimi için aday olan Ekmeleddin İhsanoğlu, Recep Tayyip Erdoğan ve Selahattin Demirtaş'ın kişisel hikayeleri anlatılmıştır. Zira, politik retorikte konuşmacının kim olduğu konuşmanın bağlamı, konuşmadaki stratejiler açısından önem arz etmektedir ki bu hikayeler bir siyasal seçim kampanyasında belirli bir siyasal hareketi temsil eden adayların neden seçildiğine dair de önemli ipuçları sağlamaktadır. Adayların kişisel hikayelerine bakıldığında, CHP ve MHP'nin ortak/çatı adayı İhsanoğlu'nun başarılarla dolu akademik ve uluslararası alandaki diplomatik kariyeri, milliyetçi/muhafazakar/İslami kimliği öne çıkarken, AK Parti'nin adayı Erdoğan'ın yoksul bir aile ve çevre içinde yetişmesi, muhafazakar/İslami kimliği, erken yaşlarda siyasete olan ilgisi, en alt teşkilatlarda çalışarak başlayan ve giderek yükselen siyasi kariyeri öne çıkmaktadır. HDP'nin adayı Demirtaş'ın kişisel hikayesine bakıldığında ise yoksul ailesi, Kürt kimliği ve Kürt siyasal hareketi içinde yürüttüğü mücadele öne çıkar.

Seçim konuşmalarının bağlamsal arka planını çözümlemek için alanda yapılan gözlemler ve adayların seçim kampanyalarında çalışanlarla yapılan görüşmeler sonucunda, Ekmeleddin İhsanoğlu'nun kampanyasının temel olarak uzlaşmacılık retoriği üzerine inşa edildiği görülür. Kampanya çalışanları, İhsanoğlu'nun bilgiç, sakin ve aklıselim olarak inşa edilen üslubunu, toplumsal bir mutabakatı sağlayacak, hem ülke içinde hem de İhsanoğlu'nun diplomatik tecrübeleri nedeniyle uluslararası alanda uzlaşmacı bir politikayı yeniden inşa edecek bir figür olarak sunulduğunu belirtmişlerdir. Bu portre, Erdoğan'ın duygusal iniş çıkışları olan, zaman zaman

meydan okuyan tavırlarına karşılık olarak üretilmiştir. Bu nedenle kampanyanın tamamı bir katılımcının ifadesiyle "mütevazi bir ses tonu üzerinden", Erdoğan'ın kampanyasının tüm debdebeli görünümüne karşın gürültüden uzak biçimde, örneğin miting yapmayarak, yürütülmüştür.

Kampanya çalışanları, İhsanoğlu'nun muhafazakar kimliği nedeniyle de özellikle laik kesimleri temsil eden CHP'nin bir tür toplumun dindar muhafazakar kesimlerine (Erdoğan'ın seçmen tabanına) açılma açısından hem Cumhurbaşkanlığı Seçiminde hem de daha sonrası için önemli bir fırsat olarak görmüşlerdir. İhsanoğlu'nun dindar kimliği nedeniyle dindar kesimlere açılma gerekçesi/amacıyla aday gösterilmesi, kampanya çalışanları tarafından sınırları çizilmiş bir dindarlık olarak açıklanmaktadır. Buna göre İhsanoğlu, "dindardır ama dinci değildir."

Ancak bu rasyonel strateji, CHP parti teşkilatlarında belirgin bir hayal kırıklığına neden olmuştur. İhsanoğlu'nun hem dindar muhafazakar kimliği hem de parti içinde önceden tanınan bir isim olmayışı parti teşkilatlarında ve seçmen tabanlarında, kendi partilerinin gösterdiği Cumhurbaşkanı adayını yeterince benimseyememelerine yol açmış; buna ek olarak, başlangıçta CHP ve MHP'nin ortak/çatı adayı olarak açıklanan İhsanoğlu'na seçim sürecinde 14 partinin destek verdiğini açıklaması ile birlikte parti çalışanları ve seçmen tabanları içinde bu partilerle olan birlikteliğe yönelik olarak da bazı yakınmalar ortaya çıkmıştır. Tüm bu sorunlar neticesinde, neredeyse bir aylık bir süre içerisinde İhsanoğlu'nu hem kamuoyuna tanıtma hem kampanyayı yürütebilme çabasının yanında bir de parti teşkilatlarına İhsanoğlu'nu tanıtmak ve onları ikna etmek kampanyanın başlıca amaçlarından biri haline gelmiştir. Dolayısıyla, İhsanoğlu bir taraftan uzlaşma adayı olarak sunulurken, aslında kendisini aday olarak çıkaran siyasi grupların kendi içlerinde ve birbirleri arasındaki uzlaşamama sorunlarını da beraberinde getirmiştir. İhsanoğlu'nun kampanyasının hemen hemen tamamında üretilen içerikler ve eylemler İhsanoğlu'nun kariyeri, tecrübeleri ve aklıselim, uzlaşmacı üslubunu imleyen biçimde üretilmiştir: Kampanyanın temel sloganı "Ekmek İçin Ekmeleddin"in farklı türevleri "Sevgiyi/Saygıyı/Birliği/Dirliği Ekmek İçin Ekmeleddin" gibi.

Erdoğan'ın kampanyası ise temel olarak Erdoğan'ın İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığından 12 yıllık Başbakanlığa uzanan siyasi kariyerindeki icraatları,

kampanyanın üreticisi Erol Olçok'un deyimiyle Erdoğan'ın "bilançosu", üzerine kurgulanmıştır. Erdoğan'ın "milletine" sunduğu hizmetler "milleti için çalışan lider" portresidir kampanyanın temel çıkış noktası. Bu bağlamda üretilen sloganlar da anlamlıdır: "Milletin Adamı", "Milli İrade Milli Güç Hedef 2023"; "Türkiye'nin Gücüne Güç Kat".

Erdoğan'ın seçim kampanyasının hazırlığı, kurgusu ise İhsanoğlu ve Demirtaş'ın kampanyalarının aksine, uzun süre önceden planlanmış, kampanyanın hangi aşamasında hangi eylemlerin gerçekleştirileceği, hangi sloganların, hangi reklamların kullanılacağı hazırlanmıştır. Bu anlamda Erdoğan'ın seçim kampanyası yüksek düzeyde kurgulanmışlık içermektedir; tüm illerde atılacak adımlar, kullanılacak materyaller büyük ölçüde standartlaştırılmıştır, seçim kampanyasında çalışanlar bir tür kurumsallık ve profesyonellik algısıyla hareket etmektedir. Dolayısıyla, kampanyanın işleyişine dair meydana gelebilecek aksaklıklar gibi konularda şansa yer vermeyen bir çalışma biçimi söz konusudur. Bu durum siyasetin halkla ilişkiler alanına olan yakınlaşması/benzeşmesi sonucu ortaya çıkan bir profesyonelliği, seçim kampanyalarının Amerikanlaşması olgusunu anımsatmaktadır. Bu türden bir profesyonellik bilinciyle üretilen kampanyada çalışanlar kült bir lider olarak Erdoğan'a güçlü bir bağlılık duymaktalarsa da aynı zamanda onu bir "marka", güçlü bir marka olarak görmüşlerdir. Dolayısıyla, yapılan bir anlamda bir tür reklamcılık faaliyeti gibi, Erdoğan gibi güçlü bir markayı "pazarlamaktır" aynı zamanda.

Buna bağlı olarak kampanya çalışmalarında seçim ve parti çalışanları bir tür "müşteri hizmetleri" gibi çalışmaktadırlar. Örneğin, kampanya kapsamında illerde kurulan çağrı merkezlerinde tek tek ilgili ildeki tüm parti üyeleri ve sandık görevlileri aranmış, bir tür kamuoyu araştırması fonksiyonuna da sahip olan, hane ziyaretlerinde vatandaşların görüşlerinin yanında talepleri de alınmış ve giderilmesi için raporlaştırılmıştır. Kampanyada çalışanlar Cumhurbaşkanlığı Seçimi için hazırlanan Kılavuzda da belirtildiği ve alanda araştırmacının da gözlemleyip not ettiği gibi, genç, iyi giyimli, bulunulan bölgenin niteliklerine uygun, eş deyişle "prezantabl" kişilerden oluşturulmuştur. Alanda da gözlendiği gibi ve bazı katılımcıların da verdiği bilgilere göre, kampanyanın Ramazan ayına denk gelen bölümünde vatandaşlara erzak, vb. yardımlar yapılmıştır. Bu bakımdan parti aynı zamanda bir tür yardım kuruluşu gibi de

işlev görmüştür bu dönem içerisinde. Bu yardımların yapıldığı illerden biri olan Diyarbakır'da örneğin daha fazla yardım, iş, vb. isteklerle gelen vatandaşların ısrarlı tutumları karşısında parti çalışanlarının yine müşteri hizmetleri temsilcilerini andırır biçimde son derece soğukkanlı ve dikkatli karşılıklar vermeye gayret ettikleri görülmüştür.

Selahattin Demirtaş'ın kampanyasına gelince, hem İhsanoğlu hem de Erdoğan'a göre daha az maddi olanaklara sahip olan Demirtaş'ın içinde bulunduğu siyasal hareketin entelektüel insan kaynağını harekete geçirdiği ve gönüllülük temelinde imece usulü bir kampanyanın ortaya çıkarıldığı söylenebilir. Zira, kampanya çalışanlarının ve Demirtaş'ın kendisinin de belirttiği gibi kampanya reklamlarından, sloganlarına, müziklerine kadar gönüllü bir ekiple yürütülmüştür.

Eğlenceli, renkli, dinamik bir kampanya üreten bu gönüllü ekip, iki dilli bir kampanya yürütmüştür. Kampanyanın temel olarak rakip gördüğü aday İhsanoğlu'nda olduğu gibi Erdoğan olmuş ve onun söylemlerine karşılık üretilmiştir kampanya mesajları. Örneğin, Erdoğan'ın "Yeni Türkiye" söylemlerine karşılık "Yeni Yaşam Çağrısı", "değişim" söylemlerine karşılık "Demokratik değişim" başlıkları altında seçim bildirgesi hazırlanmıştır. Üretilen sloganlar da Erdoğan'a gönderme yapan kinayeli ve yer yer eğlenceli içeriklere sahip olmuştur: "Bir Cumhurbaşkanı Düşünün Bağlamadan Başka Bir Şey Çalmıyor/ Birleştiriyor / Ayrımcılık Yapmıyor, vb.".

Kampanyada çalışanların üzerinde durdukları gönüllülük dışındaki en önemli şey, Kürt siyasal hareketinin geleneğinde olan hane ziyaretleri ve İkna Komisyonları olmuştur. İkna Komisyonları, kampanya çalışanlarının yaptıkları ziyaretlerde Demirtaş'a oy vermeyeceği izlenimini aldıkları hanelere yeniden yapılan planlı ziyaretlerdir. Bu ziyaretler, kampanya çalışanlarının yanlarına ilgili hanede yaşayan ailenin eğilimine uygun olarak seçtikleri kişilerle yapılmaktadır. Örneğin dindar bir ailenin ikna edilmesi gerekiyorsa, o aile üzerinde etkili olabilecek din alimleri (Seyda) ile birlikte ziyaretin gerçekleştirilmesi ya da kadınların ikna edilmesi gerekiyorsa kadınlar üzerinde etkili olabilecek kişilerle birlikte ziyaretin yapılması gibi.

İkna Komisyonları özellikle, bugünlerde üzerinde konuşulan bir konu olmaktan çıkmış gibi görünse de, Cumhurbaşkanlığı Seçimi döneminde seçim yarışının önemli konu

başlıklarından birini oluşturan Çözüm Süreci üzerinde çalışmıştır. Kampanya çalışanlarının belirttiği üzere, İkna Komisyonları genellikle oyunu Erdoğan'a vermeyi düşünen seçmenleri ikna etmeye çabalamıştır. Burada seçmenin Erdoğan Hükümetinin başlattığı Çözüm Sürecinin kazanımlarından duyduğu memnuniyet nedeniyle ona oy vermek istemesi ya da Demirtaş'ın oy potansiyelinin düşük olması nedeniyle diğer iki adaydan Erdoğan'a oy vermeyi tercih etmesi bu komisyonlarda çalışanların en çok zorlandıkları konular olmuştur. Buna göre, İkna Komisyonlarında hem Kürt siyasal hareketinin verdiği mücadele nedeniyle Çözüm Süreci kazanımlarının elde edildiği hem de Demirtaş'ın HDP'nin aldığı oy oranını artırması, bir diğer ifade ile oy potansiyelinin yüksekliğini göstermesinin Çözüm Süreci kapsamında Hükümet ile yürütülen müzakerelerde Kürt siyasal hareketinin elini güçlendireceği anlatılmaya çalışılmıştır.

Adayların çalışma kapsamında incelenen konuşmaları Gill ve Wedbee'nin (1997) retorik analizi için metne sordukları üç temel soruya odaklanarak (Bağlamın oluşturduğu beklentiler/olasılıklar nelerdir?; Metin dinleyiciye ne sunmaktadır?; Metnin belirgin özellikleri nelerdir?) analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu sorulardan yola çıkılarak metinlerde konuşmacı/retor ve dinleyicilerin nasıl inşa edildiği; metinlerin odaklandığı meselelerin arka planındaki bağlamsal kavrayışların neler olduğu; metinlerin zamansallık yapısı ya da zaman kurgusu; metinlerde sunulan argümanlar; metinlerde kullanılan metaforlar ve metinlerdeki gösterim özelliği retoriksel stratejiler olarak incelenmiştir.

Öncelikle adayların konuşma yaptıkları ve retoriklerinin inşa edildiği mekanların betimlenmesine çalışılmıştır. Buna göre, İhsanoğlu'nun konuşma yaptığı alanlar dinleyici etkileşimine açık, gösteriden büyük oranda uzak, bir tür konferans düzeninde önce konuşmacının konusunu anlattığı, ardından soruları cevaplandırdığı salonlarda yapılmıştır. Buna ek olarak iftar programları, esnaf ziyaretleri gibi ortamlar da İhsanoğlu'nun konuşmalarının geçtiği mekanları oluşturmaktadır. Ayrıca, İhsanoğlu dışında CHP ve MHP parti liderleri de seçim sürecinde bu türden şehir ziyaretleri yapmışlardır. Erdoğan'ın konuşma mekanları ise yüksek derecede yapılandırılmış ortamlardır. Örneğin mitinglerde araştırmacının katılımıyla gözlenen en önemli unsurlardan biri görüntü denetimi olmuştur. Her ilde mitingleri düzenleyen aynı ajans, televizyon kanallarına canlı yayını vermekte, gazetecilerin konumlanışı

belirlenmektedir. Bunun dışında dinleyicinin alandaki konumlanışı (örneğin, kadınlar ve erkekler bölümü), alanlarda çalınan müzikler, Erdoğan'ın konuşmasının hangi aşamasında hangi sloganı söyleyeceğinin belirlenmiş olması da bu yapılandırılmışlığın örneklerindendir. Demirtaş'ın konuşma mekanlarına gelince, gösteriden uzak değildir ancak yüksek düzeyde bir yapılandırılmışlıktan da söz etmek zordur. Örneğin Demirtaş'ın katıldığı mitinglerde her ilde, ilgili ildeki seçim çalışanlarınca anlaşılan ajanslarla çalışılmaktadır. Görüntü denetimi söz konusu değildir. Çalınan şarkılarda belirli bir standart, dinleyicinin konumlanışında çevrelenen miting alanı içinde ayrıca bir belirlenmişlik söz konusu değildir. Ancak, Demirtaş'ın konuşma mekanlarının en göze çarpan özelliği renklilik ve eğlencedir. Örneğin, her mitingde Demirtaş'tan önce çeşitli şarkıcılar sahneye çıkarak küçük çaplı bir konser verilmektedir, alana gelen dinleyiciler de bir tür eğlenceye gelmiş gibi eğlenerek Demirtaş'ı beklemektedir.

Ekmeleddin İhsanoğlu'nun konuşmalarında kendisi kampanyanın amacına uygun olarak sakin ve bir bilim insanı olarak rasyonel kişiliği ve geçmişteki uluslararası diplomatik kariyerinden dolayı dünyadaki mazlum/ezilen Müslüman halkların yanında olan, diplomasi ve bürokrasinin gerektirdiği usullere uygun davranmayı bilen, bu anlamda "devlet terbiyesi almış" ve tüm bu yönleriyle devletin başını temsil etmek için son derece münasip bir kişilik olarak inşa edilirken; dinleyicileri de buna uygun biçimde uzlaşma arayan "büyük bir ülkenin aziz/yüce Türk milleti" olarak kurgulanır. İhsanoğlu'nun metinlerindeki bu inşa çabası metaforlar ve gösterimlerle de desteklenir. Örneğin, İhsanoğlu konuşmalarında dinleyicilerine zaman zaman "kardeşlerim" diye seslenir, bazen diyalog kurduğu vatandaşa "kızım" diye hitap eder, aynı zamanda doğrudan seslendiği dinleyicileri ile bir tür sınıf ortamındaki öğretmen-öğrenci ilişkisi içindeymişcesine konuşarak bir öğretmen rolüne bürünür ve Cumhurbaşkanı seçildiği takdirde Çankaya'nın "bir öğretmenin evi" olacağını da ifade eder; tüm bunlara bir de bahçıvan ya da çiftçi metaforunu ekleyerek, vatan tarlasını ekip biçerek önemli değerleri filizlendireceğini vadeder. Bu bağlamda İhsanoğlu, ağırbaşlı bir baba ya da bir öğretmen olarak, bilen, yol gösteren bir kişilik olarak inşasını metaforlarla güçlendirmiş olur. İhsanoğlu'nun bu kişilik inşası konuşma metinlerinde kullandığı makul/mantıklı, rasyonel bir gösterimle de desteklenmektedir, örneğin –meli, -malı kalıbı, bu güçlendirmeyi pekiştirir.

İhsanoğlu'nun konuşmalarındaki zamansallık yapısı da bu retorik inşayı destekler. Metinlerinde kullandığı zaman kurgusuna göre, İhsanoğlu için Türkiye Cumhuriyeti, Osmanlı Devleti, hatta onun da öncesindeki Selçuklu Devleti ve beylikler dönemine kadar uzanan büyük bir tarihsel devlet geleneğine sahiptir. Bu bağlamda, bu devlet geleneğine bir yücelik atfedilir. Ancak bugünün nasıl kurgulandığına bakıldığında, İhsanoğlu bugün bu devlet geleneğinin yıpratıldığını, ülkenin kutuplaştığını, uluslararası alanda da çatışmacı politikalarla itibarsızlaşmaya başladığını belirtir. İşte bu noktada İhsanoğlu'nun neden kendisinin Cumhurbaşkanı seçilmesi gerektiğine yönelik ürettiği argümanlar devreye girer. İhsanoğlu sahip olduğu diplomatik deneyimlerle Türkiye'nin uluslararası alanda güçlenmesini, yabancı ülkelerle olan ilişkilerin düzenlemesini sağlayacaktır. Aynı zamanda uzlaşmacı ve her kesime hitap edebilen -zira hem dindar hem laiktir- nitelikleriyle ülkenin içinde bulunduğu kutuplaşmış politik ortamın da ortadan kaldırılmasına yardımcı olacaktır. İhsanoğlu bu argümanlarına dayanarak, uzlaşma kültürünün getireceği ekonomik istikrara da vurgu yapar. Dolayısıyla, İhsanoğlu'nun seçilmesi durumunda Cumhurbaşkanının mevcut Hükümetin adayı olmaması nedeniyle oluşabilecek olan çatışmalardan –geçmişte yaşandığı gibi- bir istikrarsızlık ortaya çıkmayacaktır, öyle ki İhsanoğlu Erdoğan Hükümetiyle de uzlaşabilecek aklıselim bir devlet adamıdır bu argümana göre.

İhsanoğlu'nun konuşmalarının arka planındaki bağlamsal kavrayışlar ise farklı kesimlere hitap edebilme çabasının yarattığı bir iç içelik ortaya çıkar. İhsanoğlu kendisini muhafazakar demokrat olarak tanımlar, aynı zamanda laiklik onun için çok önemlidir, milliyetçilik konusunda da hassasiyetleri vardır, ancak farklı toplumsal kesimlerin özgürlüklerine de önem verir. Tüm bu yaklaşımlar bir seçim kampanyasında gözlemlenebilecek olağan popülist söylemleri andırsa da biraz yakından bakıldığında, İhsanoğlu'nun toplumsal meselelere bakışının Kemalist bir söylemle Türk sağının belirgin özelliklerini taşıyan bir duruş ile iç içe olduğu görülür. Bora'nın Türk sağının üç hali olarak kavramsallaştırdığı milliyetçilik, muhafazakarlık ve İslamcılık İhsanoğlu'nun konuşmalarında sıklıkla başvurduğu referanslardır. Ancak bunun yanında Kemalist bir ton taşıyan, bilimle olan ilişkisi dolayısıyla sahip olduğunu sıklıkla belirttiği rasyonalizm, Kemalist bir laiklik algısı ve Bora ve Tol'un (2009) ifade ettiği gibi Kemalizmin pedantik, sentetik ve tembihatçı başöğretmen üslubunun gösterimi tam da bu iç içeliği yansıtan niteliklerdir. İhsanoğlu'nun Mehmet Akif

Ersoy'la olan ilişkisinin yanında Nazım Hikmet'in eserlerini de çevirmiş olması gibi özellikleri de bu iç içeliğin basit izdüşümleridir.

Recep Tayyip Erdoğan'ın konuşmalarına Gill ve Wedbee'nin soruları sorulduğunda öncelikle ortaya şöyle bir persona kurgusu çıktığı söylenebilir: Millete büyük hizmetler yapmış, bu uğurda karşılaştığı engellere boyun eğmemiş, kendinden ve davasından taviz vermemiş, yılmamış, milletin içinden biri, mazlum/ezilen Müslüman halkların yanında/onların haklarının savunucusu, zalimlere meydan okuyan. Dinleyici inşası da bu personaya benzer olarak, -tıpkı Erdoğan personasının onlara hissettiği gibi- Erdoğan'a güçlü bir bağlılık duyan, onunla aynı yolda ilerleyen, her türlü baskıya, yıldırma girişimlerine karşı iradesine ve dolayısıyla lideri Erdoğan'a sahip çıkan ve bu nedenle yüceltilen bir millet kurgusudur. Erdoğan'ın konuşmalarında dinleyicilerine hep "Kardeşlerim" diye seslenerek başvurduğu aile metaforu, bu Erdoğan-millet özdeşleşmesini pekiştirir. Kardeşlik metaforu ile Erdoğan, kendisini hem halkın içinden çıkmış lider olarak konumlandırır hem de farklı kimlik aidiyetlerini sönümlemeye çalışan bir birlik söylemini güçlendirir.

Erdoğan'ın konuşmalarındaki kişilik ve dinleyici inşasına bakıldığında, toplumsal meselelere ilişkin yaklaşımlarının arka planındaki bağlamsal kavrayışlarla son derece uyumlu olduğu görülür. Zira, Erdoğan'ın meselelere yaklaşımının en önemli göstergeleri hizmet siyaseti, milli irade fetişizmi ve öncü ülke retoriğidir. Bu kavrayışların da yine Bora'nın işaret ettiği Türk sağının üç hali milliyetçilik, muhafazakarlık ve İslamcılığı anımsattığı söylenebilir. Muhafazakar ve milliyetçi bir siyaset algısını yansıtan hizmet siyaseti ve milli iradenin yüceltilmesi ve Erdoğan'ın İslam ülkelerine olan ilgisini ve güçlü lider olarak onların liderliğini sembolik anlamda yüklenmesini İslamcılıkla bağlantılandırmak mümkündür.

Tam da bu noktada, Erdoğan'ın ürettiği argümanlar devreye girer. Erdoğan, kendisini hizmet siyaseti kavrayışı ile "milletinin hizmetkarı" olarak konumlandırırken, Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki rakiplerini ve onların temsilcisi oldukları muhalefeti iş bilmezlikle, milli irade karşıtlığı ile, statükoyla, siyaset dışı güç odaklarıyla işbirliği içinde olmakla itham eder. Erdoğan bu ikiliği kullanırken çoğu zaman sarkastik bir dile başvurur. Burada Erdoğan'ın meydan okuyan eril kimlik inşasının gösterimleri de göze

çarpar. Örneğin, "Ey ... sen ne anlarsın ....dan?" gibi kalıplar Erdoğan'ın metinlerinde sıklıkla gözlemlenebilecek gösterim özelliklerinden biridir. Dolayısıyla, üretilen argümanlara göre, millete sunulan hizmetlerin devam edebilmesi ve böylece ülkenin daha da güçlenmesi için Erdoğan'ın Cumhurbaşkanı seçilmesi gereklidir.

Erdoğan'ın metinlerindeki zaman kurgusu da kampanyasının "bilançosu" üzerine temellendirilmesinin de bir tezahürü olarak, bir "bizden önce bizden sonra" retoriği ile örülüdür. Kendisini milletine hizmete adamış, milletine çokça hizmetlerde bulunmuş, milletinin her zaman yanında, onlardan biri ve milletinin haklarını korkmadan yılmadan savunan bir lider olarak Erdoğan'ın düne ve bugüne ilişkin söylemleri de bu temelde inşa edilmiştir. Erdoğan'ın "kaptanı" olduğu ekibi ile birlikte gerçekleştirdiği icraatlar "biz ... yaptık" kullanımının metinlerdeki gösterimiyle güçlendirilir. Aynı zamanda, Erdoğan ve ekibinden önce Türkiye'nin içinde bulunduğu ekonomik ve siyasal istikrarsızlıklar sergilenir metinlerde.

Ancak Erdoğan yine de geçmişe ilişkin kendisiyle devamlılık ilişkisi de kurar. Bu devamlılık ilişkisini kurduğu iki lider Demokrat Parti Genel Başkanı ve dönemin Başbakanı 27 Mayıs 1960 askeri darbesi sonucu yargılanarak idam edilen Adnan Menderes ve 12 Eylül 1980 askeri darbesinden sonraki ilk genel seçimde Başbakan olan Anavatan Partisi Genel Başkanı Turgut Özal'dır. Erdoğan'ın metinlerinde her ikisi de statükoyu, vesayeti savunan güç odaklarına karşı milletin yanında yer almış liderlerdir. Menderes'in tek parti döneminden çok partili hayata geçiş döneminin ilk Başbakanı olması ve aldığı halk desteğine karşın idam edilmesi, Özal'ın özellikle 1980 sonrası kalkınmacı siyaset anlayışı Erdoğan'ın milli irade yüceltimi ve hizmet siyaseti kavrayışlarını desteklemektedir.

Selahattin Demirtaş ise konuşmalarında kendisi ile dinleyicileri arasında daha açık bir özdeşlik kurmaya girişir. Kürtlerin halk olarak kabul edilmesi taleplerine de gönderme yaparak "Halkların Adayı" olarak tanımlanan Demirtaş, bu girişimini konuşmalarında sıklıkla "bizler" kavramını kullanarak gerçekleştirir. Buna göre Demirtaş, radikal demokratik bir bağlamsal kavrayışla Kürt kimliği ile toplumun diğer ezilen etnik, sınıfsal ve inanç grupları arasında mücadele ekseninde bir eşdeğerlilik bağı kurmayı amaçlar. Demirtaş'ın kendisi ve dinleyicileri, "bizler", "tüm ezilenler, yok sayılanlar,

sesi duyulmayanlar, ötekileştirilenler"dir. Demirtaş'ın hem kendisini hem de dinleyicilerini inşa ettiği bu "bizlik" tanımının içerisinde etnik gruplardan, işçilere, inanç/mezhep gruplarından LGBTİ bireylere kadar geniş bir yelpazede toplumsal gruplar yer alır.

Demirtaş'ın seçim konuşmalarında değindiği toplumsal sorunlar ve Cumhurbaşkanlığı tahayyülü hakkındaki fikirlerinin de arka planında radikal demokratik ilkeleri yer alır. Bu bağlamsal kavrayış çerçevesinde farklı toplumsal grupların egemenliğe karşı verdikleri mücadeleyi birleştirme çabası son kertede yine sınıfsal bir temele dayanır. Öyle ki Demirtaş konuşmalarında sıklıkla ezilen halkın yoksulluğuna vurgu yapar, örneğin "oy kullanmaya giderken cebininizde yol paranız olmayacak" diye seslenir dinleyicilerine. Bu bağlamda kendisinin neden Cumhurbaşkanı seçilmesi gerektiği yönünde ürettiği argümanlarda yeniden kendisini ezilen halkıyla özdeşleştirir. Buna göre, üç adaydan sadece kendisinin cebinde ezilen/yoksul halkınki kadar para vardır, üç adaydan sadece kendisi halkların yaşadığı zorlukları anlayabilir. Tam da bu noktada Demirtaş'ın başvurduğu ayna metaforu devreye girer. Demirtaş, "hakiki bir halk adayı" olarak seçim pusulasındaki fotoğrafında halkın kendisini göreceğini belirterek oy ister dinleyicilerinden.

Demirtaş'ın metinlerindeki zamansallık yapısı da bu argüman ve kavrayışları desteklemeye yarar. Zira, Demirtaş özellikle Kürt sorunu konusunda elde edilen kazanımların Erdoğan Hükümetinin başlatmış olduğu Çözüm Sürecine mal edilmesinin önüne geçmeye çalışarak, mücadele vurgusunu sürdürür. Buna göre, Çözüm Süreci kapsamında elde edilen kazanımlar Kürt siyasal hareketinin yıllarca sürdürdüğü mücadelenin sonucunda elde edilmiş kazanımlardır. *Bugün*e ilişkin tanımlamalarında da Demirtaş, kritik bir dönemden geçildiğini belirterek, kampanyasının dayandığı radikal demokratik ilkelerini yüceltir ve rakibi olan iki adayı aynı düzleme yerleştirerek, kendisinin/halkların bu "yüce ilkelerinin" Cumhurbaşkanlığı Seçimini de aşan biçimde bir öneme sahip olduğunu söyleyerek bir gelecek umudu yaratır.

Demirtaş'ın metinlerinde tüm bu retorik inşa ve stratejilerini destekleyen belirgin bir gösterim özelliği bulunmamakla birlikte, çalışmada Demirtaş'ın mizahi ve kinayeli üslubu bir tür gösterim biçimi olarak değerlendirilmiştir. Bu mizahi üslubunun yanında

çalışma kapsamında incelenen konuşmalarında, Erdoğan'a seslenirken ise Demirtaş'ın eril bir üsluba başvurduğu görülmüştür.

Sonuç olarak, 10 Ağustos 2014'te yapılan Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki üç Cumhurbaşkanı adayı Ekmeleddin İhsanoğlu, Recep Tayyip Erdoğan ve Selahattin Demirtaş'ın kullandığı retorik stratejilere bakıldığında seçime genel itibariyle adayların temsil ettikleri üç siyasal hareket için de hayati bir önem atfedildiği söylenebilir. CHP'nin dindar kesimlere hitap edebilme ya da bu kesimlere açılma politik hedefi doğrultusunda İhsanoğlu'nu aday olarak göstermesi, uzun AK Parti iktidarı sonucu yeni politik egemenliğin muhafazakarlık temelinde yükselmiş olması nedeniyle, CHP'nin temsil ettiği Cumhuriyetin laik kurucu resmi ideolojisinin aşınmış/kırılganlaşmış halinin bir tezahürü olarak görülebilir. Bu anlamda, Cumhurbaşkanlığı Seçiminde İhsanoğlu'nu aday olarak göstermek, bu cephe açısından belki yeni muhafazakar egemenliğe karşı kazanılması muhtemel bir zaferi ifade eden önemli bir fırsat olarak görülmüştür. Bir tür küçük çaplı seferberlik anlamına gelmektedir bu adaylık. Bu amacın tezahürleri İhsanoğlu'nun Seçimde kullandığı tüm retorik inşalara, stratejilere de yansımıştır. Demirtaş'ın adaylığı da, Seçimdeki konuşmalarına ve retorik stratejilerine bakıldığında, Kürt siyasal hareketi açısından bir tür gücünü ve potansiyelini gösterme anlamına gelse de Türkiyelileşme açılımının en açık ifade şansı bulduğu bir fırsat olarak değerlendirilmiştir. Bir diğer ifade ile Kürt siyasal hareketinin radikalizmden merkez siyasete doğru olan dönüşümünün bir göstergesidir. 12 yıllık iktidarın kült lideri Erdoğan'ın adaylığı 10 Ağustos Cumhurbaşkanlığı Seçimi için beklenen bir gelişme olarak, muhafazakar egemenliğin kendisini hem yeniden üreten hem de güçlendiren, bir tür tamamlanmışlığa erişmesi için elzem olan bir aşamayı ifade etmektedir. Erdoğan'ın seçim kampanyasındaki sloganlarından, reklamlarına, konuşmalarına kadar tüm retorik metinlerde bu anlamı yakalamak mümkündür.

Bu tezin yazıldığı dönemde, 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki bu siyasal resim kısa süre içerisinde epeyce değişmiştir. Dolayısıyla bu çalışma, Türkiye'nin halkoylaması ile yapılan ilk Cumhurbaşkanlığı Seçimindeki siyasal atmosferin ürettiği retoriği, retoriksel yapıları açığa çıkarmaya çalışarak, bu kadar kısa bir dönemde literatüre tarihsel bir not da düşmüştür.

Ekler Listesi

Sayfa

Ek 1. Devlet Bahçeli'nin "Çatı Aday" formülü çizimi 301

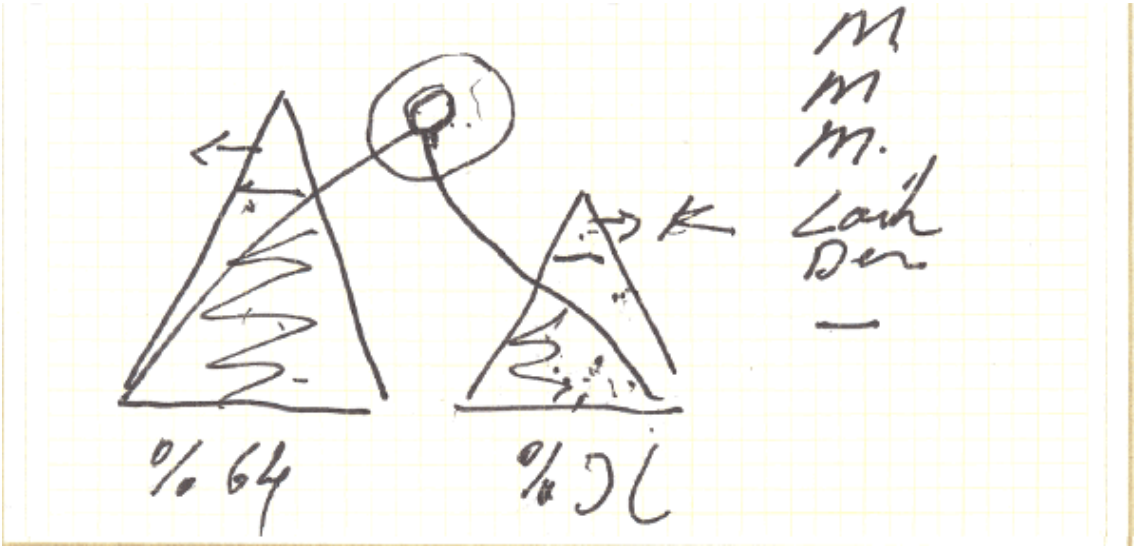
Ek 2. Adayların seçim logoları 302

Ek 3. Recep Tayyip Erdoğan'ın "Milli İrade Milli Güç Hedef 2023" seçim sloganı afişi 303

Ek 4. Erdoğan'ın başı çizimli baskılı tişörtler ve afiş 304

Ek 5. Atatürk'ün imzası ve başı çizimleri 305

Ek 1. Devlet Bahçeli'nin "Çatı Aday" formülü çizimi



Kaynak: http://www.hurriyet.com.tr/mhp-den-cati-aday-26367460 (Erişim Tarihi: 8 Mayıs 2016).

Ek 2. Adayların seçim logoları



Kaynak: http://fotogaleri.hurriyet.com.tr/galeridetay/84750/2/12/ekmeleddin-ihsanoglu-secim-bildirgesini-acikladi (Erişim Tarihi: 16 Haziran 2016).



Kaynak: www.arter.com.tr (Erişim Tarihi: 21 Temmuz 2014).





Kaynak: www.selahattindemirtas.net (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2014).

Ek 3. Recep Tayyip Erdoğan'ın "Milli İrade Milli Güç Hedef 2023" seçim sloganı afişi



Kaynak: www.arter.com.tr (Erişim Tarihi: 21 Temmuz 2014).

Ek 4. Erdoğan'ın başı çizimli baskılı tişörtler ve afiş





Kaynak: Erdoğan Cumhurbaşkanlığı Seçimi Seçim Kılavuzu

Ek 5. Atatürk'ün imzası ve başı çizimleri ile üretilen Erdoğan'ın imzası ve başı çizimleri



Kaynak: http://www.sinifogretmeniyiz.biz/dosyalar/uyeresim/ataturk-imzasi-vector-resimler-2.jpeg (Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2016).



Kaynak: www.ayergrup.com (Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2016).

Kaynakça

Ağaoğulları, M. A. (1994). *Kent devletinden imparatorluğa*. Ankara: İmge Kitabevi.

Akarpınar, R. B. ve Arslan, M. (2005). Tekke-tasavvuf edebiyatı. *Türk halk edebiyatı el kitabı* (ed. M. Ö. Oğuz). Ankara: Grafiker Yayınları. 213-262.

Anderson, B. (2015). *Hayali cemaatler milliyetçiliğin kökenleri ve yayılması* (çev. İ. Savaşır). İstanbul: Metis Yayınları.

Angelo, N. (2014). Race and etnicity in presidential campaign rhetoric, 1964-2004. Yayınlanmamış Doktora Tezi. New York: The New School.

Aragones, E. ve Postlewaite, A. (2000). Campaign rhetoric: A model of reputation. UPF Economics and Business Working Paper, (525).

Arendt, H. (2003). *Şiddet üzerine* (Çev. B. Peker). İstanbul: İletişim Yayınları.

Aristoteles (2014). *Retorik* (çev. M. H. Doğan). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Baaske, K. T. (1989). The rhetoric of character legitimation: Geraldine A. Ferraro and the 1984 vice-presidential campaign. Yayınlanmamış Doktora Tezi. University of Southern California.

Balibar, E. (2000). Ulus biçimi: Tarih ve ideoloji. *Irk ulus sınıf belirsiz kimlikler* (Ed. E. Balibar ve I. Wallerstein). İstanbul: Metis Yayınları. 109-133.

Baliff, M. ve Moran M. G. (2002). *Twentieth century rhetorics and rhetoricians: Critical studies and sources*. Greenwood Publishing Group.

Barthes, R. (2011). *Çağdaş söylenler* (Çev. T. Yücel). İstanbul: Metis Yayınları.

Baudrillard, J. (2015). *Sessiz yığınların gölgesinde toplumsalın sonu* (çev. O. Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Bedirhanoğlu, P. (2009). Türkiye'de neoliberal otoriter devletin AKP'li yüzü. *AKP kitabı. Bir dönüşümün bilançosu* (der. İ. Uzgel ve B. Duru). Ankara: Phoenix Yayınevi.

Benson, T. (1981). Another shooting in Cowtown. *Quarterly Journal of Speech*, November 1981. 347-406.

Berktay, H. (2010). *Yaşadığımız şu korkunç 30 yıl. 1978-2008 Türkiyesi üzerine notlar*. İstanbul: Kitap Yayınevi.

Besli, H. ve Özbay, Ö. (2014). *Recep Tayyip Erdoğan. Bir liderin doğuşu*. İstanbul: Yeni Türkiye Yayınları.

Bhattacharya, S. (2014). Campaign rhetoric and the hide-&-seek game. http://www.pitt.edu/~sourav/Papers/hidenseek-v13.pdf. Erişim tarihi: 28 Nisan 2016

Biesecker, B. (1999). Rethingking the rhetorical situation from withing the thematic of differance. *Contemporary rhetorical theory: A reader*. (Ed. J. L. Lucaites, C. M. Condit ve S. Caudill). New York: Guilford Press. 232-246.

Biligh, M., Merolla, J., Schroedel, J. R. ve Gonzalez, R. (2010). Finding her voice: Hillary Clinton's rhetoric in the 2008 presidential campaign. *Womens's Studies*, 39, 823-850.

Billig, M. (2002). *Banal milliyetçilik* (çev. C. Şişkolar). İstanbul: Gelenek Yayıncılık.

Bitzer, L. F. (1981). Polical rhetoric. *Handbook of political communication* (Ed. D. D. Nimmo ve K. R. Sanders). Beverly Hills, Calif.: Sage Publications. 225-248.

Bitzer, L. F. (1999). The rhetorical situation. *Contemporary rhetorical theory a reader* (ed. J. L. Lucaites, C. M. Condit ve S. Caudill). New York: The Guilford Press. 217-225.

Bizzell, H. ve Herzberg, P. (1990). *The rhetorical tradition: Readings from classical times to the present*. Boston: Bedford Books of St. Martin's.

Blair, C. (1995). Symbolic action and discourse: The convergent/divergent views of Kenneth Burke and Michel Foucault. *Kenneth Burke and contemporary European thought rhetoric in transition*. (Ed. B. L. Brock). Tuscaloosa: University of Alabama Press. 119- 165

Blair, C., Jappeson, M. S. ve Pucci, E. (1991). Public memorializing in postmodernity: The Vietnam veterans memorial as prototype. *Quarterly Journal of Speech*, 77. 263-288.

Blumler, J. G. (2004). Siyasal iletişimin üçüncü dönemi (çev. H. B. Taşpek). *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 165-178.

Blumler, J. G. ve Kavanagh, D. (1999). The third age of political communication: Influences and features. *Political Communication*, 16, 209-230.

Blumler, J. G., Kavanagh D. ve Nossiter, J. T. (1996). Modern communications versus traditional politics in Britain: Unstable marriage of convenience. *Politics, media, and modern democracy. An international study of innovations in*

electoral campaigning and their consequences (Ed. D. L. Swanson ve P. Mancini). Westport, CT: Preager. 49-72.

Bora, T. (2002). 2002 seçimleri ve siyasi güzergah problemleri. *Birikim*, Kasım- Aralık 2002, 29-35.

Bora, T. (2003). *Türk sağının üç hali milliyetçilik muhafazakarlık İslamcılık*. İstanbul: Birikim Yayınları.

Bora, T. ve Tol, U. (2009). Siyasal düşünce ve erkek dili erkeklik yoklaması. *Dönemler ve zihniyetler. Modern Türkiye'de siyasi düşünce cilt 9* (ed. Ö. Laçiner). İstanbul: İletişim Yayınları. 825-836.

Bormann, E. G. (2001). Rhetorical vision. *Encyclopedia of rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 697-701.

Bormann, E. G. (1973). The Eagleton Affair: A fantasy theme analysis. *Quarterly Journal of Speech*, 59 (2), 143-159.

Brinton, A. (1981). Situation in the theory of rhetoric. *Philosophy & Rhetoric*, 14 (4), 234-248.

Bourdieu, P. (2005). *Pratik nedenler. Eylem kuramı üzerine* (çev. H. U. Tanrıöver). İstanbul: Hil Yayınları.

Bowles, S. ve Gintis, H. (1996). *Demokrasi ve kapitalizm mülkiyet, cemaat ve modern toplumsal düşüncenin çelişkileri* (O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Burke, K. (1966) *Language as symbolic action: Essays on life, literature, and method*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.

Burke, K. (1969a). *Grammar of motives*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.

Burke, K. (1969b). *Rhetoric of motives*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press.

Campagne, P. (1995) Kamuoyu yoklamaları, oy kullanma ve demokrasi. *Kamuoyu kimin oyu?* (haz. H. Tufan). İstanbul: Kesit Yayıncılık. 143-176.

Campbell, K. K. (2001). Feminist rhetoric. *Encyclopedia of rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 301-309.

Campbell, K. K. (2001). Modern rhetoric. *Encyclopedia of rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 498-509.

Cengiz, O. (2014). *Prof. Dr. Ekmeleddin İhsanoğlu*. İstanbul: Bilgeoğuz Yayınları.

Cerit, Y. (2008). Öğretmen kavramı ile ilgili metaforlara ilişkin öğrenci, öğretmen ve yöneticilerin görüşleri. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 6 (4), 693-712.

Cevizci, A. (2005). *Paradigma felsefe sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayınları.

Charland, M. (2001). Constitutive rhetoric. *Encyclopedia of rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 616-619.

Charland, M. (1987). Constitutive rhetoric: The case of the peuple Quebecois. *Quarterly Journal of Speech*, 73(2), 133-150.

Charteris-Balck, J. (2005). *Politicians and rhetoric: the persuasive power of metaphor*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

Charteris-Black, J. (2014). *Analysing political speeches: Rhetoric, discourse and metaphor*. Hampshire: Palgrave Macmillian.

Chesebro, J. W. (1995). Kenneth Burke and Jacques Derrida. *Kenneth Burke and contemporary European thought rhetoric in transition*. (Ed. B. L. Brock). Tuscaloosa: University of Alabama Press. 166-206.

Cohen, A. P. (1999). *Topluluğun simgesel kuruluşu* (Çev. M. Küçük). Ankara: Dost Yayınevi.

Consigny, S. (1974). Rhetoric and its situation. *Philosophy & Rhetoric*, 7 (3). 175-186.

Copeland, R. ve Ziolkowski, J. (2001). Medieval rhetoric. *Encyclopedia of rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 469-482.

Caspi, D. (1996). American-style electioneering in Israel: Americanization versus modernization. *Politics, media, and modern democracy. An international study of innovations in electoral campaigning and their consequences* (Ed. D. L. Swanson ve P. Mancini). Westport, CT: Preager. 173-192.

Chouliaraki, L. ve Fairclough, N. (1999). *Discourse in late modernity: Rethinking critical discourse analysis*. Edinburgh, Scotland: Edinburgh University Press.

Cragan, J. F. ve Shields, D. C. (1977). Foreign policy communication dramas: How mediated rhetoric played in Peoria in campaign'76. *Quarterly Journal of Speech*, 63(3), 274-289.

Creswell, J. W. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri. Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni* (çev. ed. M. Bütün ve S. B. Demir) Ankara: Siyasal Kitabevi.

Corcoran, P. E. ve Rowland, S. A. (1997). The people on probation: Rhetorical images of the Australian electorate. *Annual Conference of the Australian Political Studies Association*, 29 September – 1 October, 1997, Adelaide, Australia, https://www.academia.edu/5419710/The_People_on_Probation_Rhetorical_Images_of_the_Australian_Electorate. Erişim tarihi: 13 Temmuz 2015.

Çakır, R. ve Çalmuk, F. (2001). *Recep Tayyip Erdoğan bir dönüşüm öyküsü (1980 sonrası İslami hareket – 3)*. İstanbul: Metis Yayınları.

Çebi, M. S. (2008). Sembolik/retoriksel eylem olarak dilin anlam inşasındaki aracılık işlevi. *Selçuk İletişim*, 5 (2). 183-198.

Çelik, D. B. (2013). Parlamenter geleneğimiz, otoriterleşen demokrasimiz ve Türk tipi başkanlık sistemi. *Cogito, Siyaset Felsefesi*. Sayı 74, 201-212.

Çelikten, M. (2006). Kültür ve öğretmen metaforları. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (2), 269-283.

de Certeau, M. (2009). *Gündelik hayatın keşfi: Eylem, uygulama ve üretim sanatları* (çev. Ç. Eroğlu ve E. Ataçay). Ankara: Dost Kitabevi.

Demirel, A. (1994). *Birinci Meclis'te muhalefet: ikinci grup*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Demirel, A. (2004). Misak-ı Milli Lozan'da bozuldu (röp. N. Düzel). http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=114507. 26 Nisan 2004. Erişim tarihi: 17 Temmuz 2016.

Demirel, A. (2010). *İlk Meclis'in vekilleri: Milli Mücadele döneminde seçimler*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Derrida, J. (2002). *Writing and difference* (Çev. A. Bass). London, New York: Routledge.

Dickinson, G., Ott, B. L. ve Aoki, E. (2005). Memory and myth at the Buffalo Bill Museum. *Western Journal of Communication*, 69 (2). 85-108.

Doğanay, Ü. (2003). *Demokratik usuller üzerine yeniden düşünmek*. Ankara: İmge Kitabevi

Domenach, J. M. (1995). *Politika ve propaganda* (çev. T. Yücel). İstanbul: Varlık Yayınları.

Drury, S. A. M. (2014). Defining national security as peace through strength: Ronald Reagan's visionary rhetoric of renewal in the 1980 presidential campaign. *Argumentation and Advocacy*, 51(2), 87-103.

Dürüşken, Ç. (1995). *Antik çağda doğan bir eğitim sistemi rhetorica: Roma'da rhetorica eğitimi*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

Edelman, M. (1977). *Political language words that succeed and policies that fail*. New York: Academic Press.

Elebash, C. (1984). The Americanization of British political communications. *Journal of Advertising*, 13 (3), 50-58.

Emerson, R. M., Fretz, R. I. Ve Shaw, L. L. (2008). *Bütün yönleriyle alan çalışması. Etnografik alan notları yazımı* (çev. E. Koca). Ankara: Birleşik Yayınevi.

Endres, D., Sprain, L. ve Peterson, T. R. (2009). *Social movement to address climate change local steps for global action*. New York: Cambria Press.

Ergur, A. (2002). Görsellik ve Türkiye'de siyasetin gösterileşmesi. *Toplum ve Bilim*, 93, 7-28.

Fairclough, N. (2001). Critical discourse analysis as a method in social scientific research. *Methods of critical discourse analysis* (Ed. R. Wodak & M. Meyer). London: Sage Publications. 121–138.

Farrell, D. (2006). Political partiesin a changing campaign environment. *A handbook of party politics*. (Ed. R. Katz ve W. Crotty). London: Sage. 122-133.

Farrell, K. ve Young, M. J. (2009). The rhetorical situation. *Rhetorical criticism perspectives in action* (Ed. J. Kuypers). New York: Rowman & Littlefield Publishers. 33-38.

Fisher, W. R. (1970). A motive view of communication. *Quarterly Journal of Speech*, 56(2), 131-139.

Fisher, W. R. (1973). Reaffirmation and subversion of the American dream. *Quarterly Journal of Speech*, 59(2), 160-167.

Fisher, W. R. (1989). *Human communication as narration toward a philosophy of reason, value, and action*. University of South Carolina Press.

Foss, K. A. (2000). Ernesto Grassi (1902-1992). *Twentieth-century rhetorics and rhetoricians: critical studies and sources* (Ed. M. G. Moran ve M. Ballif). Westport, CT: Greenwood. 185-189.

Foss, S. K., Foss, K. A. ve Trapp, R. (2002). *Contemporary perspectives on rhetoric*. Long Grove, Il.: Waveland Press.

Foucault, M. (2014). *Bilginin arkeolojisi* (Çev. V. Urhan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Foucault, M. (2006). *Kelimeler ve şeyler* (Çev. M. A. Kılıçbay). Ankara: İmge Kitabevi.

Gaonkar, D. P. (1993). The revival of rhetoric, the new rhetoric, and the rhetorical turn: Some distinctions. *Informal Logics*, 15 (1). 53-64.

Gaonkar, D. P. (2002). İnsan bilimlerinde retoriğe dönüş üzerine düşünceler. *Retorik, hermeneutik ve sosyal bilimler insan bilimlerinde retoriğe dönüş* (der. ve çev. H. Aslan). İstanbul: Paradigma Yayınları. 191-217.

Garlough, (2012). Grassroots political communication in India: Women's movements, vernacular rhetoric and street play performance. *The SAGE handbook of political communication*. (Ed. H. A. Semetko ve M. Scammell). London: Sage. 484-492.

Gibson, R. K. ve Ward, S. (2012). Political organizations and campaigning online. *The SAGE handbook of political communication*. (Ed. H. A. Semetko ve M. Scammell). London: Sage. 62-74.

Giddens, A. (1997). Jürgen Habermas. *Çağdaş temel kuramlar* (Ed. Q. Skinner) (Çev. A. Demirhan). Ankara: Vadi Yayınları. 156-177.

Gill, A. M. ve Whedbee, K. (1997). Rhetoric. *Discourse as structure and process. Discourse studies: A multidisciplinary introduction vol*. 1 (ed. T. A. van Dijk). Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications. 157-184.

Gorrell, D. (1997). The rhetorical situation again: Linked components in a venn diagram. *Philosophy & Rhetoric*, 30 (4), 395-412.

Graber, D. (1981). Political language. Handbook of political communication. *Handbook of political communication* (Ed. D. D. Nimmo ve K. R. Sanders). Beverly Hills, Calif.: Sage Publications. 195-224.

Gregg, R. B. (1994). Rhetorical strategies for a culture war: Abortion in the 1992 campaign. *Communication Quarterly*, 42(3), 229-243.

Gross, A. G. ve Dearin, R. D. (2010). *Chaim Perelman*. Carbondale : Southern Illinois University Press.

Guion, L. A. (2002). Triangulation: Establishing the validity of qualitative studies. University of Florida: IFAS Extension Publication. http://www.rayman-

bacchus.net/uploads/documents/Triangulation.pdf. Erişim tarihi: 21 Ocak 2015.

Gülalp, H. (2013). Sunuş: Başkanlık sistemi tartışmaları. *Cogito. Siyaset Felsefesi*. Sayı 74, 195-200.

Güneş-Uca, E. P., ve Eby, G. (2014). *Uzaktan eğitim lisansüstü programlarının teknoloji boyutunun yapılandırılması: dönüşümcü sosyal ağ sentezi*. Ankara: Kültür Ajans Yayınları.

Haas, C. Ve Flower, L. (1988). Rhetorical reading strategies and the construction of meaning. *College Composition and Communication*, 39 (2). 167-183.

Habermas, J. (2001). *İletişimsel eylem kuramı* (Çev. M. Tüzel). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Habermas, J. (2012). *Kamusallığın yapısal dönüşümü* (çev. M. Sancar ve T. Bora). İstanbul: İletişim Yayınları.

Habermas, J. (2013). *İdeoloji olarak teknik ve bilim* (Çev. M. Tüzel). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. *Rhetoric & Public Affairs*, 4 (4), 581-603.

Hall, S. (1998). Eski yeni kimlikler, eski yeni etniklikler. Kültür, küreselleşme ve dünya sistemi kimlik temsilinin çağdaş koşulları (der. A. D. King) (çev. G. Seçkin ve Ü. H. Yolsal). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları. 63-96.

Harold, C. L. (2001). The green virüs: Purity and contamination in Ralph Nader's 2000 presidential campaign. *Rhetoric & Public Affairs*, 4 (4), 581-603.

Hasian M. ve Wood, R. (2010). Critical museology, (post)colonial communication, and the gradual mastering of traumatic pasts at the Royal Museum for Central Africa (RMCA). *Western Journal of Communication*, 74 (2). 128–149.

Heath, R. L. (2001). Identification. *Encyclopedia of rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 375-377.

Heper, M. (2010). *Türkiye'de devlet geleneği*. İstanbul: Doğu Batı Yayınları.

Herrick, J. (2000). *The history and theory of rhetoric: An introduction*. Boston: Allyn&Bacon.

Hill, L. L. (2000). Stephen E. Toulmin (1922-). *Twentieth-century rhetorics and rhetoricians: critical studies and sources* (Ed. M. G. Moran ve M. Ballif). Westport, CT: Greenwood. 331-336.

Hirst, P. (1995). Henry'den sonra. *Yeni zamanlar 1990'larda politikanın değişen çehresi* (Der. S. Hall ve M. Jacques) (çev. A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 245-253.

Hoy, D. (1997). Jacques Derrida. *Çağdaş temel kuramlar* (Ed. Q. Skinner) (Çev. A. Demirhan). Ankara: Vadi Yayınları. 57-89.

İsen, M., Horata, O., Nacit, M. ve Aksoyak, İ. H. (2005). *Eski Türk edebiyatı el kitabı*. Ankara: Grafiker Yayınları.

Jasinski, J. (2001). Rhetorical situation. *Encyclopedia of rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 694-697.

Jasinski, J. (1998). A constitutive framework for rhetorical histography: Toward an understanding of the discursive (re)constitution of 'constituton' in The Federalist Papers. Doing rhetorical history: Concepts and cases. (Ed. K. J. Turner). Tuscaloosa: University of Alabama Press.

Jerit, J. (2004). Survival of the fittest: Rhetoric during the course of an election campaign. *Political Psychology*, 25 (4), 563-575

Johnson, D. W. (2001). *No place for amateurs. How political consultants are reshaping American democracy*. New York, London: Routledge

Johnson, R. (1974). Contemporary approaches to rhetorical criticism. *Speech Education*, Ağustos, 2, 1-11.

Kaplan, S. (2007). *Recep Tayyip Erdoğan. Geleceği etkileyecek siyasi liderler*. İstanbul: Doğan Kitap.

Karaaslan-Şanlı, H. (2012). *Hasan Ali Yücel konuşmaları ulusal kimlik inşası ve politik retorik*. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınevi.

Katriel, T. (1987). Rhetoric in flames: Fire inscriptions in Israeli youth movement ceremonials. *Quarterly Journal of Speech*, 73. 444-459.

Katriel, T. (1993). "Our future is where our past is:" Studying heritage museums as ideological and performative arenas. *Communication Monographs*, 60. 69-75.

Katula, R. A. (2003). The origins of rhetoric: Literacy and democracy in Ancient Greece. *A Synoptic History of Classical Rhetoric*. (Ed. J. J. Murphy. R. A. Katula. F. I. Hill ve D. J. Ochs). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc. Publishers. 3-21.

Kavanagh, D. (1995). *Election campaigning: The new marketing of politics*. Oxford: Wiley-Blackwell.

Kennedy, G. A. (2001). Classical rhetoric. *Encyclopedia of rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 92-115.

Keskin, F. (2011). *Politik profesyoneller ve uzmanlar*. Ankara: De Ki Basım Yayım.

Keskin, F. (2014). *Politik iletişim sözlüğü*. Ankara: İmge Kitabevi.

Keskinsoy, Ö. (2012). *Cumhurbaşkanının sorumluluğu*. Ankara: Savaş Yayınevi.

Kienpointner, M. (2006). Linguistics. Encyclopedia of rhetoric. © 2006 Oxford University Press. Encyclopedia of Rhetoric: (e-reference edition). (Ed. T. O. Sloane). Oxford University Press. The Midnight University. http://www.oxford-rhetoric.com/entry?entry=t223.e148. Erişim tarihi: 16 Şubat 2007.

Koyuncu, B. (2014). *"Benim milletim..." AK Parti iktidarı, din ve ulusal kimlik*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Köker, E. (1998). *Politikanın iletişimi iletişimin politikası*. Ankara: Vadi Yayınları.

Köker, E. (2005). *Kitapta kurutulmuş çiçekler ya da sözlü kültür üzerine düşünceler*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Köker, E. ve Kejanlıoğlu, B. (2004). 2002 seçim kampanyalarında ulusal basın. *İletişim: Araştırmaları*, 2 (1), 39-70.

Kuhn, T. (2008). *Bilimsel devrimlerin yapısı* (Çev. N. Kuyaş). İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Kümbetoğlu, B. (2005). *Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Laclau, E. ve Mouffe C. (2012). *Hegemonya ve sosyalist strateji radikal demokratik bir politikaya doğru* (Çev. A. Kardam). İstanbul: İletişim Yayınları.

Larsen, P. (2001). Rhetorical analysis. *International encylopedia of the social and behavioral sciences* (Ed. N. J. Smelser ve P. B. Baltes). Oxford: Pergamon. 13323-13327.

Lashnits, T. (2005). *Recep Tayyip Erdoğan (Major world leaders)*. Philadelphia: Chelsea House Publishers.

Lenin, V. İ. (2014). *Ne yapmalı? Hareketimizin acil sorunları* (çev. A. Berberoğlu). İstanbul: Evrensel Basım Yayın.

Lee, L. L. (2000). Political discourse and democratization campaign rhetoric in the Taiwanese Presidential Election of 1996. Yayınlanmamış Doktora Tezi. University of Minnesota.

Lee, R. E. (1981). The rhetoric of the "new politics": A case study of Robert F. Kennedy's 1968 presidential primary campaign. Yayınlanmamış Doktora Tezi. University of Iowa.

Leff, M. L. (2002). Modern sofistik ve retoriğin birliği. *Retorik hermeneutik ve sosyal bilimler. İnsan bilimlerinde retoriğe dönüş* (Der. ve Ter. H. Arslan). İstanbul: Paradigma Yayınları. 171-190.

Lilleker, D. G. (2013). *Siyasal iletişim temel kavramlar* (çev. ed. Y. Devran, A. Nas, B. Ekşi ve Y. Göksun). İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Lucas, S. E. (2001). Public speaking. *Encyclopedia of rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 640-647.

Lucaites, J. L., Condit, C. M., & Caudill, S. (Eds.). (1999). *Contemporary rhetorical theory: A reader*. Guilford Press.

Maigret, E. (2012). *Medya ve iletişim sosyolojisi* (çev. H. Yücel). İstanbul: İletişim Yayınları.

Mancini, P. (2009). Politik profesyonellikte yeni ufuklar. *Halkla ilişkiler üzerine disiplinlerarası bir alanın yönelimleri* (der. F. Keskin ve B. P. Özdemir). Ankara: Dipnot Yayınları. 279-300.

Mancini, P. ve Swanson, D. L. (1996). Politics, media, and modern democracy: Introduction. *Politics, media, and modern democracy. An international study of innovations in electoral campaigning and their consequences* (Ed. D. L. Swanson ve P. Mancini). Westport, CT: Preager. 1-26.

Marcuse, H. (2010). *Tek-boyutlu insan. İleri işleyim toplumunun ideolojisi üzerine incelemeler* (Çev. A. Yardımlı). İstanbul: İdea.

Mazzoleni, G. ve Schulz, W. (2009). Politikanın medyatikleşmesi: Demokrasiye bir meydan okuyuş mu? *Halkla ilişkiler üzerine disiplinlerarası bir alanın yönelimleri* (der. F. Keskin ve B. P. Özdemir). Ankara: Dipnot Yayınları. 253-278.

McCormick, S. (2003). Earning One's inheritance: Rhetorical criticism, everyday Talk, and the analysis of public discourse. *Quarterly Journal of Speech*, 89 (2). 109-131.

McGee, M. (1975). In search of the people: A rhetorical alternative. *Quarterly Journal of Speech*, 61 (3), 235-249.

McGee, M. C. ve Lyne, J. R. (2002). Bilgi iddialarını ele almanın bazı unsurları. *Retorik hermeneutik ve sosyal bilimler. İnsan bilimlerinde retoriğe dönüş* (Der. ve Ter. H. Arslan). İstanbul: Paradigma Yayınları. 233-259.

McKerrow, R. E. ve St. John, J. (2009). Critical rhetoric and continual critique. *Rhetorical criticism: perspectives in action.* (Ed. J. A. Kuypers). Lanham, MD: Lexington Books. 321-340.

Meyer, M. (2009). *Retorik* (Çev. İ. Yerguz). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Meyer, T. ve Hinchman, L. (2004). *Medya demokrasisi: Medya siyaseti nasıl sömürgeleştirir?* (çev. A. Fethi). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Middleton, M. K., Senda-Cook, S. ve Endres, D. (2011). Articulating rhetorical field methods: Challenges and tensions. *Western Journal of Communication*, 75 (4), 386–406.

Middleton, M. Hess, A. Endres, D. ve Senda-Cook, S. (2015). *Participatory critical rhetoric. Theoretical and methodological foundations for studying rhetoric in situ*. London:Lexington Books.

Miller, A. B. (1972). Rhetorical exigence. *Philosophy & Rhetoric*, 5 (2), 111-118.

Miller, T. P. (2001). Eighteenth-century rhetoric. *Encyclopedia of Rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 227-237.

Moore, M. P. (1996). From a government of the people, to a people of the government: Irony as rhetorical strategy in presidential campaigns. *Quarterly Journal of Speech*, 82, 22-37.

Moran, M. G. ve Ballif, M. (2000). *Twentieth-century rhetorics and rhetoricians: critical studies and sources.* Westport, CT: Greenwood.

Moretti, F. (2005). *Mucizevi göstergeler. Edebi biçimlerin sosyolojisi üzerine* (Çev. Z. Altok). İstanbul: Metis Yayınları.

Murphy, J. J. (2003). The end of the ancient World: The second sophistic and Saint Augustine. *A synoptic history of classical rhetoric*. (Ed. J. J. Murphy, R. A.

Katula, F. I. Hill ve D. J. Ochs). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 229-236.

Najmabadi, A. (2004). Sevgili ve ana olarak erotik vatan: Sevmek, sahiplenmek, korumak. *Vatan, millet, kadınlar* (der. A. G. Altınay). İstanbul: İletişim Yayınları. 129-166.

Negrine, R. (1996). *The communication of politics*. London: Sage Publications.

Negrine, R. ve Lilleker, D. G. (2002). European Journal of Communication, 17 (3), 305-323.

Negrine, R., & Papathanassopoulos, S. (1996). The Americanisation of political communication. *The International Journal of Press/Politics*, 1(2), 45-62.

Neuman, W. L. (2014). *Toplumsal araştırma yöntemleri. Nitel ve nicel yaklaşımlar 1. cilt* (çev. S. Özge). Ankara: Yayın Odası Yayınları.

Nimmo, D. (1970). *The political persuaders; The techniques of modern election campaigns*. New Jersey: Prentice Hall.

Nord, L. W. (2006). Still in the middle way. A study of political communication practices in Swedish election campaigns. *Press/Politics*, 11 (1), 64-76.

Norris, P. (2000). *A virtuous circle. Political communications in postindustrial societies*. Cambridge: Cambridge University Press.

Oktay, M. (2002). *Politikada halkla ilişkiler*. İstanbul: Der Yayınları.

Önder, S. (2007). *Türk parlamenter sisteminde Cumhurbaşkanının rolü*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Özdemir, İ. (2005). İletişim özgürlüğü retoriği: 1980 sonrası Türkiye Büyük Millet Meclisi tartışmalarında iletişim özgürlüğü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.

Özdemir-Taştan, İ. (2012). Devrimci Yol'un retoriği: Devrimci Yol dergisinde bir kurtuluş ve gelecek tasavvuru olarak devrim. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.

Özkan, B. (2010). Türkiye Türkçesinde 'ikili tekrarlar'ın sözlükbirimsel dizgesel ve metinsel görünümleri. *Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic,* 5 (4), 564-582.

Özyürek, E. (2011). *Modernlik nostaljisi Kemalizim, laiklik ve gündelik hayatta siyaset* (çev. F. B. Aydar). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

Parry-Giles, S. J. ve Hogan, M. (2010). *The handbook of rhetoric and public address*. Wiley-Blackwell.

Patton, J. (1973). The Eagleton phenomenon in the 1972 Presidential campaign. *Central States Speech*, 24, 278-287.

Patton, J. H. (1979). Causation and Creativity in rhetorical situations: Distinctions and implications. *Quarterly Journal of Speech*, 65, 36-55.

Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (çev. ed. M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Pekdaş, M. ve Kıldan, A. O. (2009). Farklı branşlardaki öğretmen adaylarının "öğretmen" kavramıyla ilgili geliştirdikleri metaforların karşılaştırılması. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 271-287.

Perelman, C. (1986-1987). Hukuksal uslamlama ve hukuk mantığı (Çev. T. Ballıgil). *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*. 1-4(52), 701-724.

Perelman, C. (1982). *The realm of rhetoric* (Çev. W. Kluback). Notre Dame, Ind.: University of Notre Dame Press.

Perelman, C. Ve Olbretchs-Tyteca, L. (1971). *The new rhetoric. A treatise on argumentation* (Çev. J. Wilkinson ve P. Weaver). Notre Dame, Ind.: University of Notre Dame Press.

Pezzulo, P. C. (2003). Resisting "National Breast Cancer Awareness Month": The rhetoric of counterpublics and their cultural performances. *Quarterly Journal of Speech*, 89 (4). 345-365.

Platon (2009). *Diyaloglar*. (Çev. T. Aktürel, M. C. Anday, A. Cemgil, T. Ünlü ve S. Eyüboğlu). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Plett, H. F., Spies, M., Moss, J. D. ve Kneidel, G. (2006). Renaissance rhetoric. *Encyclopedia of Rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 672-694.

Polat, V. (2008). *Politik konuşma ve politik söylemnme*. İstanbul: Derin Yayınları.

Popper, K. (2012). *Bilimsel araştırmanın mantığı* (Çev. İ. Turan ve İ. Aka). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Pratkanis, A. ve Aronson, E. (2008). *Propaganda çağı (İknanın gündelik kullanımı ve suistimali)* (Çev. N. Haliloğlu). İstanbul: Paradigma Yayınları.

Punch, K. F. (2005). *Sosyal araştırmalara giriş. Nitel ve nicel yaklaşımlar* (çev. Bayrak, D., Arslan, H. B. ve Akyüz, Z.). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Ratcliffe, K. (2010). The Twentieth and Twenty-First Centuries. *The present state of scholarship in the history of rhetoric. A twenty-first century guide* (Ed. L. L. Gaillet ve W. B. Horner). Columbia: University of Missouri Press. 185-236.

Rein, I. J. (2001). Campaigns. *Encyclopedia of rhetoric* (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 77-83.

Ritzer, G. (1998). *Toplumun McDonaldlaştırılması: çağdaş toplum yaşamının değişen karakteri üzerine bir inceleme* (çev. Ş. S. Kaya). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Rufo, K. (2003). Rhetoric and power: Rethinking and relinking. *Argumentation and Advocacy*, 40, 65–84.

Sancar, S. (2002). Seçim dersleri: İmaj mı, örgüt mü? *Birikim*, Sayı: 163-164, 71-74.

Sartori, G. (2004). *Görmenin iktidarı* (çev. G. Batuş ve B. Ulukan). İstanbul : Karakutu Yayınları.

Schiller, H. (2005). *Zihin yönlendirenler* (çev. C. Cerit). İstanbul: Pınar Yayınları.

Sennett, R. (2010). *Kamusal insanın çöküşü* (çev. S. Durak ve A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sennett, R. (2011). *Otorite* (çev. K. Durand). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Simons, H. (2004). The rhetorical legacy of Kenneth Burke. *A companion to rhetoric and rhetorical criticism* (Ed. W. Jost ve W. Olmsted). Oxford: Blackwell Publishing.152-167.

Simons, H. W., Chesebro, J. W., & Orr, C. J. (1973). A movement perspective on the 1972 presidential election. *Quarterly Journal of Speech*, 59(2), 168-179.

Simonson, P. (2010). The streets of Laredo: Mercurian rhetoric and the Obama campaign. *Western Journal of Communication*, 74 (1). 94–126.

Solmsen, F. (2014). Giriş. *Retorik*, Aristoteles (Çev. M. H. Doğan). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. 7-16.

Sprain, L., Norton, T. ve Milstein, T. (2009). Step it up and image politics in the Pacific Northwest. *Social movement to address climate change local steps for global action* (Ed. D. Endres, L. Sprain ve T. R. Peterson). New York: Cambria Press.

Stuckey, M. E. (1996). Presidential rhetoric in political time. *The theory and practice of political communication research*. (Ed. M. E. Stuckey). Albany: State University of New York Press. 122-141.

Stuckey, M. E. (2015). *Political rhetoric presidential briefings*. New Jersey: Transaction Publishers.

Sunar, İ. (2008). *Düşün ve toplum*. İstanbul: Doruk Yayınları.

Swanson, D. L. (1972). The new politics meets the old rhetoric: New directions in campaign communication research. *Quarterly Journal of Speech*, 58 (1), 31-40.

Swanson, D. L. (1973). Political information, influence, and judgement in the 1972 presidential campaign. *Quarterly Journal of Speech*, *59*(2), 130-142.

Swanson, D. L. ve Mancini, P. (1996). Patterns of modern electoral campaigning and their consequences. *Politics, media, and modern democracy. An international study of innovations in electoral campaigning and their consequences* (Ed. D. L. Swanson ve P. Mancini). Westport, CT: Preager. 247-276.

Şenel, A. (1970). *Eski Yunan'da eşitlik ve eşitsizlik üstüne*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Şerifsoy, S. (2004). Aile ve Kemalist modernizasyon projesi, 1928-1950. *Vatan, millet, kadınlar* (der. A. G. Altınay). İstanbul: İletişim Yayınları. 167-200.

Şur, T. (2014). Kürt siyasetinden HDP'ye radikal demokrasinin izlerini sürmek. http://www.birikimdergisi.com/guncel-yazilar/562/kurt-siyasetinden-hdp-ye-radikal-demokrasinin-izlerini-surmek#.V6JLBMcq7dk. Erişim tarihi: 1 Ağustos 2016.

Taggart, P. (2004). *Popülizm* (çev. B. Yıldırım). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Taşcıoğlu, R. (2007). Seçim kampanyalarındaki dönüşüm: 'Amerikanlaşma' bağlamında 3 kasım 2002 Genel Seçimlerinde Genç Parti seçim kampanyası. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.

Taşkın, H. (2007). *11. Başkomutan Abdullah Gül*. İstanbul: Neden Kitap.

Taşkın, Y. (2009). Türkiye'de sağcılık. *Dönemler ve zihniyetler. Modern Türkiye'de siyasi düşünce cilt 9* (ed. Ö. Laçiner). İstanbul: İletişim Yayınları. 451-459.

Tokgöz, O. (2008). *Siyasal iletişimi anlamak*. Ankara: İmge Kitabevi.

Tokgöz, O. (2010). *Seçimler, siyasal reklamlar ve siyasal iletişim*. Ankara: İmge Kitabevi.

Too, Y. L. (2001). Epideictic genre. *Encyclopedia of rhetoric*. (Ed. T. O. Sloane). New York: Oxford University Press. 251-257.

Topçuoğlu-Ünal, F. ve Tekin, M. T. (2013). Eleştirel yazmaya ilişkin Türkçe öğretmeni adaylarının metaforik algıları. *Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic,* 8 (13), 1595-1606.

Toulmin, S. E. (2003). *The uses of argument*. New York: Cambridge University Press.

Tuğal, C. (2007). The hand of the market and the boot of the army. *ISIM Review*, 20, 40-41.

Tuğal, C. (2010). *Pasif devrim. İslami muhalefetin düzenle bütünleşmesi*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Tuncer, E. (2013). *1923'ten günümüze Cumhurbaşkanlığı seçimleri*. Ankara: Toplumsal Ekonomik Siyasal Araştırmalar Vakfı Yayınları.

Türk, H. B. (2010). "Siyasal kampanyaların Amerikanlaşması": Forza Italia ve Genç Parti örneklerinin karşılaştırılması. *Amme İdaresi Dergisi*, 43 (3), 61-81.

Türk, H. B. (2014). *Muktedir. Türk sağ geleneği ve Recep Tayyip Erdoğan*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Türkay, M.; Ercan, F.; Çubukçu, A.; Yurtsever, H.; Kocabıçak, E.; Kürkçü, E.; Taş, A.; Tanyılmaz, K.; Müftüoğlu, Ö. (2009). Türkiye nereye? Sol nerede?. *Almanak 2008 analizleri*. İstanbul: Sosyal Araştırmalar Vakfı, Ezgi Matbaası.

Uçan-Çubukçu, S. (2009). Türkiye'de merkez solun "sosyal demokratlaş(ama)ma" vakası. *Dönemler ve zihniyetler. Modern Türkiye'de siyasi düşünce cilt 9* (ed. Ö. Laçiner). İstanbul: İletişim Yayınları. 519-527.

Uzgel, İ. (2009). AKP: Neoliberal dönüşümün yeni aktörü. *AKP kitabı. Bir dönüşümün bilançosu* (der. İ. Uzgel ve B. Duru). Ankara: Phoenix Yayınevi.

Uzun, E. (2008). Demokrasi retoriği: VIII. Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın konuşmalarında demokrasi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.

Yang, M. M. (2016). At war with the Chinese economic yellow peril: Mitt Romney's 2012 presidential campaign rhetoric. *Journal of Intercultural Communication Research*, 45 (1), 45–69.

Yavuz, B. (2008). 2007 Anayasa değişikliğinin doğurduğu tereddütler ve çözüm yolları. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. XII (1-2), 1173-1214.

Yıldız, N. (2002). *Türkiye'de siyasetin yeni biçimi: liderler, imajlar ve medya*. Ankara: Phoenix Yayınevi.

Yin, R. K. (1994). *Case study research. Design and methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Yokuş, S. (2010). *Türkiye'de yürütme erkinde değişen dengeler*. Ankara: Yetkin Yayınları.

Yücel, M. S. (2012). Türk siyasal hayatında cumhurbaşkanlığı seçimleri. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Vatz, R. E. (1999). The myth of the rhetorical situation. *Contemporary rhetorical theory: A reader*. (J. L. Lucaites, C. M. Condit ve S. Caudill). New York: Guilford Press. 226–231.

Walls, A. (1996). Presidential rhetoric: A social constructionist approach. *The theory and practice of political communication research*. (Ed. M. E. Stuckey). Albany: State University of New York Press. 142-458

Warnock, T. (2000). Kenneth Duva Burke (1897-1993). *Twentieth-century rhetorics and rhetoricians: critical studies and sources* (Ed. M. G. Moran ve M. Ballif). Westport, CT: Greenwood. 75-89.

Weber, M. (2006). *Meslek olarak siyaset*. (çev. A. Timuçin). İstanbul: Chiviyazıları Yayınevi.

Weiss, J. C. ve Wichowsky, A. (2013). More than Cheap Talk: U.S. campaign rhetoric and China's currency reform, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2326843 (Erişim Tarihi: 28 Nisan 2016).

White, J. B. (1985). *Heracles' bow. Essays on the rhetoric and poetics of the law*. Madison, Wis.: University of Wisconsin Press.

Zeller, E. (2008). *Grek felsefesi tarihi* (çev. A. Aydoğan). İstanbul: Say Yayınları.

İnternet Kaynakları

http://www.akparti.org.tr/site/akparti/parti-tuzugu (Erişim Tarihi: 1 Haziran 2015).

http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa_2011.pdf (Erişim Tarihi: 14 Mayıs 2014).

https://www.tccb.gov.tr/sayfa/cumhurbaskanligi/gorev_yetki/ (Erişim Tarihi: 7 Haziran 2015).

http://ismetberkan.blogspot.com.tr/2012/11/ak-parti-baskanlk-sistemi-onerisi-tam.html (Erişim Tarihi: 24 Nisan 2016).

http://www.haberturk.com/gundem/haber/964949-erdogan-istifa-etsin (Erişim Tarihi: 8 Aralık 2015).

http://www.hurriyet.com.tr/trtnin-partilere-ayirdigi-sureler-aciklandi-40006512 (Erişim tarihi: 8 Aralık 2015).

http://www.diken.com.tr/9-soruda-ekmeleddin-ihsanoglu/ (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2016).

www.İhsanoglu.com/turkiyenin-gururu/ (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2014).

http://turkocaklari.org.tr/biyografi/7/prof-dr-emin-bilgic.html (Erişim Tarihi: 8 Mayıs 2016).

http://www.tccb.gov.tr/emineerdogan /biyografi/ (Erişim Tarihi: 9 Mayıs 2016).

http://www.hurriyet.com.tr/daga-gidip-gelmemekte-bocaladim-14161426 (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2016).

http://www.haberturk.com/gundem/haber/1040409-demirtasin-bilinmeyenleri. Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2016.

http://www.selahattindemirtas.net/sabit_sayfalar/view/1 (Erişim Tarihi: 28 Temmuz 2014).

http://www.radikal.com.tr/politika/demirtasa-hapis-cezasi-1021155/ (Erişim Tarihi: 3 Mayıs 2016).

http://www.hurriyet.com.tr/mhp-den-cati-aday-26367460 (Erişim Tarihi: 8 Mayıs 2016).

http://www.dunya.com/politika/cumhurbaskanligi/ihsanogluna-destek-veren-parti-sayisi-14e-cikti-234863h.htm (Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2016).

http://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/06/140616_catiaday_ihsanoglu_ (Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2016).

http://www.aksam.com.tr/siyaset/iste-cumhurbaskani-adaylarina-yapilan-bagis-miktari/haber-330495 (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

http://www.hurriyet.com.tr/cati-adaya-ilk-destek-ilk-tepki-26622563. Erişim Tarihi: 7 Haziran 2016).

http://www.a-haber.net/haber_ detay.asp?haberID=5282 (Erişim Tarihi: 7 Haziran 2016).

http://www.milliyet.com.tr/ak-parti-nin-cumhurbaskani-adayi-gundem-1905234/ (Erişim Tarihi: 8 Haziran 2016).

http://www.haberler.com/erdogan-devlet-imkanlarini-kullanarak-6184732-haberi/ Erişim tarihi: 10 Haziran 2016.

http://www.gercekgundem.com/siyaset/59440/devletin-butun-imkanlarini-kullaniyor (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

http://www.haberler.com/kilicdaroglu-asil-sorgulamamiz-gereken-neden-6333638-haberi/?m=0 (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/97625/Demirtas_tan_Erdogan_a__Tek_bir_sey_istiyorum_senden....html (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

http://www.trthaber.com/haber/spor/galeri-basbakan-hat-trick-yapti-138018.html (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

http://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/06/140630_hdp_cumhurbaskani_adayi (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

http://www.radikal.com.tr/politika/hdp-asiretleri-nasil-ikna-etti-1354021/ (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

http://www.sabah.com.tr/gundem/2013/04/03/akil-insanlar-listesi-aciklandi (Erişim Tarihi: 18 Haziran 2016).

http://www.mynet.com/haber/politika/basbakan-recep-tayyip-erdogancumhurbaskanligi-vizyon-belgesi-acikladi-1345253-1 (Erişim Tarihi: 18 Haziran 2016).

http://www.ajanshaber.com/propaganda-suresi-belli-oldu-haberi/95764 (Erişim Tarihi: 18 Haziran 2016).

https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k6271.html (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/KANUNLAR_KARARLAR/kanuntbmmc062/kanuntbmmc062/kanuntbmmc06202234.pdf (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2016).

http://www.radikal.com.tr/politika/kosk-adaylarinin-trtde-yapacaklari-propagandanin-saati-belli-oldu-1203704/ (Erişim Tarihi: 18 Haziran 2016).

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.577ab3001291f1.91239563 (Erişim Tarihi: 30 Haziran 2016).

http://www.cnnturk.com/haber/turkiye/rizede-demirtas-standinda-saldiriya-ugrayan-ogretmen-hdp-adayi-oldu (Erişim Tarihi: 31 Temmuz 2016).

http://www.haberturk.com/gundem/haber/969370-ekmeleddin-ihsanoglu-erdogan-ve-demirtasin-hesaplarina-1000-tl-yatirdi (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2014).

www.ayergrup.com (Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2016).

www.ihsanoglu.com.

www.rte.com.tr.

www.selahattindemirtas.net.

Ustanın Hikayesi (2013). (Yönetmen O. Koloğlu). Beyaz TV, 3 Eylül 2013

Olçok, E. (2014). Baştan Sona. (Sunan A. Beki). CNN Türk, 7 Ağustos 2014.