T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI

SİYASAL DEĞERLER AÇISINDAN TÜRKİYE'DE DEVLET BAŞKANLIĞI SEÇİMİ

(DOKTORA TEZİ)

ONUR KARAKAŞ

KOCAELİ 2020

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI

SİYASAL DEĞERLER AÇISINDAN TÜRKİYE'DE DEVLET BAŞKANLIĞI SEÇİMİ

(DOKTORA TEZİ)

ONUR KARAKAŞ

PROF.DR.MUSTAFA YILMAZ

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No:
01.07.2020/15

KOCAELİ 2020

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER i
ÖNSÖZ iv
ÖZET v
ABSTRACT vi
KISALTMALAR LİSTESİ vii
ŞEKİLLER LİSTESİ viii
TABLOLAR LİSTESİ ix

BİRİNCİ BÖLÜM

1.SİYASET VE SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMLARI 7
1.1. SİYASET KAVRAMI 7
1.1.1. Siyasal Partiler 10
1.1.2. Siyasal Seçimler 12
1.1.3. Siyasal Seçimlerin Tarihçesi 14
1.1.4. Seçim Sistemleri 16
1.1.5. Türkiye'de Uygulanan Hükümet Sistemlerinin Tarihçesi 17
1.1.5.1. Başkanlık Sistemi 18
1.2. İLETİŞİM KAVRAMI 20
1.2.1. İletişimin İlkeleri 22
1.3. SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI 23
1.3.1. Siyasal İletişimde Kullanılan Araçlar 26
1.3.1.1. Propaganda 26
1.3.1.2. Halkla İlişkiler 30
1.3.1.3. Reklamcılık 35
1.3.1.4. Pazarlama 38

İKİNCİ BÖLÜM

2. DEĞER VE SİYASAL DEĞER KAVRAMLARI 42

2.1. ALGI VE TUTUM KAVRAMLARI 42

2.2. DEĞER KAVRAMI 44

2.2.1. Değer Kuramları 50

2.2.1.1. Schwartz'ın Değer Kuramı 50

2.2.1.2.Rokeach Değer Yaklaşımı ……..55

2.2.1.3. Inglehart Değer Yaklaşımı 56

2.2.1.4. Hofstede Değer Yaklaşımı ve Kültür Boyutları 57

2.3. DEĞERLER VE SİYASİ TERCİHLERİN OLUŞUM SÜRECİ 59

2.3.1. Siyasal Tercihleri Etkileyen Faktörler 59

2.3.1.1. Sosyo-Psikolojik Yaklaşım 62

2.3.1.2. Rasyonel Tercih Yaklaşımı 63

2.3.1.3. Sosyolojik Yaklaşım 64

2.4. SİYASET VE DEĞER İLİŞKİSİ 65

2.5. SİYASAL İLETİŞİM VE DEĞERLER İLİŞKİSİ 71

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SİYASAL DEĞERLER AÇISINDAN TÜRKİYE'DE DEVLET BAŞKANLIĞI SEÇİMİ 76

3.1. ÇALIŞMANIN AMACI 76

3.2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ 77

3.3. ÇALIŞMANIN SINIRLILIKLARI 77

3.4. YÖNTEM 78

3.4.1. 24 Haziran 2018 Seçimleri Öncesi Türkiye'nin Siyasi ve Toplumsal Düzeni 79

3.5. BULGULAR 82

SONUÇ **122**
KAYNAKÇA **130**
EKLER **149**
ÖZGEÇMİŞ **172**

ÖNSÖZ

Hayata geldiğimiz andan itibaren görüyor, duyuyor, deneyimliyor ve öğreniyoruz. Tüm bu süreler içerisinde bir insan için en mutluluk veren şey hayatına anlam katabilmektir. Bana göre hayata anlam katabilmek kişinin hem kendisi için hem de diğer insanlar için bir şeyler üretebilmesidir. Bu sebeple bu çalışma hayata katmayı düşündüğüm bir anlam olarak değerlendirilmelidir.

Bu çalışma uzun yıllar verilen emeklerin somutlaşmış biçimidir. Söz konusu emekler bireysel olanın yanı sıra çevremdeki diğer insanların katkılarını da kapsamaktadır. Bu sebeple hayata geldiğim andan itibaren, benim için her türlü fedakarlığı gösteren, varlıklarıyla iftihar ettiğim değerli anne ve babama, ablama teşekkür ederim. Çalışma süresince desteğini bir kez olsun benden esirgemeyen, çalışmanın her aşamasında beni motive eden tez danışmanım Sayın Prof.Dr.Mustafa YILMAZ'a teşekkürü borç bilirim. Çalışmanın şekillenmesinde eleştiri ve önerileriyle katkıda bulunan Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim üyelerinden Sayın Prof. Dr. Cem PEKMAN'a ve Sayın Doç. Dr. İhsan KARLI'ya şükranlarımı sunarım. Ayrıca tüm kadim dostlarıma bu süreçte verdikleri destekten ve motivasyondan dolayı teşekkür ederim.

Dilerim ki bu çalışma bilim için çok az da olsa bir katkı sağlar ve gelecek çalışmalar için bir kılavuz niteliği taşır.

ONUR KARAKAŞ

HAZİRAN 2020

ÖZET

İnsanların kendilerini ve yaşamlarını sürdürdükleri dünyayı anlamlandırmalarında ve değerlendirmelerinde kullanılan kriterlerden olan değerler, insan hayatında doğrudan etkileri bulunan siyasetle de yakından ilişkilidir. Bu sebeple siyasi tercihler üzerinde etkili olan değerleri tespit etmek önemlidir. Çalışmada Türkiye siyasi tarihinde parlamenter demokrasi sisteminden başkanlık sistemine geçilecek olması sebebiyle oldukça önemli bir kırılma anı olan 24 Haziran 2018 Başkanlık Seçimi araştırma konusu olarak ele alınmıştır. Araştırmada, seçime katılan cumhurbaşkanı adaylarının ve siyasi partilerin seçim kampanyalarının yoğunlaştığı 23 Mayıs 2018-23 Haziran 2018 tarihlerinde gazetelere yansıyan söylemleri analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında incelenen gazeteler toplumun tüm ideolojik kesimlerine hitap edebilmeleri açısından *Cumhuriyet, Yeni Şafak, Hürriyet, Sözcü* ve *Türkiye* gazeteleri olarak belirlenmiştir. Çalışmada siyasi aktörlerin gazetelere yansıyan söylemlerine Schwartz Değerler Ölçeği temel alınarak nitel içerik analizi uygulanmıştır. Nitel içerik analizi sonucunda seçimi kazanan Recep Tayyip Erdoğan ve AKP'nin, başarı, kendi amaçlarını belirleme, kamusal imajı korumak, sorumluluk sahibi olmak ve ulusal güvenlik değerlerini kullanarak, seçmenin zihnindeki başarılı iktidar imajını korumaya çalıştığı ve geleceğe dönük başarılı ve sorumlu bir iktidar sözü verdiği bulgulanmıştır. Muhalefet adaylarının ise daha çok geçmiş hesaplaşması zeminine inşa ettikleri iletişim stratejilerinde siyasal değerleri iktidarı eleştirmek ve meydan okumak amaçlı kullandığı saptanmıştır. Araştırmada üst değer boyutları analiz edildiğinde ise kendini geliştirme ve kendini aşma üst değer boyutlarında yoğunlaşmaların meydana geldiği görülmüştür. Çatışan üst değer boyutlarının öne çıkmasında, siyasi aktörlerin değişen hükümet sistemine yönelik söylemlerde bulunmak yerine, gündelik siyasi argümanlara başvurması yani popülist söylemlerde bulunması etkili olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Siyasi değerler, Schwartz değer ölçeği, seçimler, siyasal iletişim

ABSTRACT

Values, which are the criteria used in making sense and evaluating people and themselves and the world in which they live, are closely related to politics, which has direct effects on human life. Therefore, it is important to identify values which impact on political preferences. In the study, June 24, 2018 Presidential Election is discussed as research subjects because of it is very important moment of breakage in the political history of Turkey due to be passed from the presidental system to parliamentary democracy system. In the study, discourses of poltical candidates and political parties were analyzed in newspapers between 23 May 2018 -23 June 2018, when the election campaigns of presidential candidates and political parties were concentrated. The newspapers examined within the scope of the research were determined as *Cumhuriyet, Yeni Şafak, Hürriyet, Sözcü* ve *Türkiye* newspapers in order to address all ideological sections of the society. In the study, qualitative content analysis was applied to the discourses of the political actors reflected in the newspapers based on the Schwartz Values Scale. A qualitative content analysis found that Recep Tayyip Erdogan and the AKP, who won the election, tried to preserve the image of successful power in the minds of the electorate by using the values of success, self-determination, protecting the public image, being responsible and national security, and promised a successful and responsible power for the future. On the other hand, opposition candidates used values in order to criticize and challenge with power in their communication strategies that they built on the backdrop of past reckoning. When the upper value dimensions were analyzed in the research, it was observed that there were concentrations in the upper value dimensions of self-development and self-transcendence. Instead of making discourses about the changing government system, political actors applied to daily political arguments, that is, making populist discourses in the highlighting of the conflicting upper values.

Keywords: Political values, Schwartz value scale, elections, political communication

KISALTMALAR LİSTESİ

AKP: Adalet ve Kalkınma Partisi

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

EVS: European Values Study

HDP: Halkların Demokratik Partisi

HÜDA-PAR: Hür Dava Partisi

İP: İYİ Parti

MHP: Milliyetçi Hareket Partisi

SP: Saadet Partisi

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TSK: Türk Silahlı Kuvvetleri

VP: Vatan Partisi

WVS: World Value Survey

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. 10 Temel Değerin Özel Boyutlar Ve Temel Yönelimleri İle Güdüsel Süreci..... ..50
Şekil 2. Cumhurbaşkanı Adaylarının Temel Değer Düzeyi Dağılımları 110
Şekil 3. Cumhurbaşkanı Adaylarının Temel Değer Düzeylerinin Toplam Dağılımı 111
Şekil 4. Cumhurbaşkanı Adaylarının Üst Düzey Değer Boyutları Açısından Oranı..... .112
Şekil 5. Siyasi Partilerin Temel Değer Düzeyi Dağılımları..... 115
Şekil 6. Siyasi Partilerin Temel Değer Düzeylerinin Toplam Dağılımı 116
Şekil 7. Siyasi Partilerin Üst Düzey Değer Boyutları Açısından Oranı..... 119

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Kişisel (Bireysel) Ve Toplumsal Değer Kategorileri 54
Tablo 2. Cumhurbaşkanı Adaylarının Söylemlerinde Öne Çıkan Siyasal Değerler.. 82
Tablo 3. Siyasi Partilerin Söylemlerinde Öne Çıkan Siyasal Değerler..... 83

GİRİŞ

Kavram olarak demokrasi, bir ülkede yaşayan bireyleri özgürleştirmek ve halka yönetime katılma fırsatı vermek amacıyla ortaya çıkan , temelinde ortak karar alma yönteminin yer aldığı siyasal sistemdir. Demokrasinin olmazsa olmaz unsuru ise seçimlerdir. Seçimler vasıtasıyla halkın değerleri ve tercihleri yönetime yansımaktadır. Bu sebeple, demokratik hayatın en önemli unsurlarından olan siyasal seçimlerde, seçmen tercih ve kararlarını etkileyen faktörler tespit edilmesi gereken önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Değer kavramı, sosyal bilimler alanında çok farklı şekillerde tanımlanan bir kavramdır. "Değerler, arzu edilen, bireylerin yaşamlarında kılavuzluk görevi üstlenen, önem dereceleri farklı olan ve durum ötesi amaçlar, gayelerdir" (Mehmedoğlu, 2006:799). Değerler, bireyin veya insan topluluklarının, davranış ve eylem seçeneklerinden açık veya kapalı şekilde tercih edileni ifade etmektedir (Güvenç, 1976: 29-30).

Değer kavramı öznel ve toplumcu perspektiflerden farklı tanımlanmaktadır. Birey perspektifinden değer, uğraşılması, çaba gösterilmesi, gerçekleştirilmesi gereken, genellikle de benimsenen nesne, olay ve olguların genelde kendilerinde bulunmayan ancak insanlar tarafından bireysel ve öznel olarak atfedilen niteliktir. Toplumsal açıdan değer ise bir sosyal grubun ya da toplumun bütününün kendi varlık, birlik, işleyiş ve devamını sağlamak ve sürdürmek için üyelerinin çoğunluğu tarafından uygun ve gerekli oldukları kabul edilen aynı üyelerin ortak duygu, düşünce, amaç ve çıkarlarını yansıtan, genelleştirilmiş ilke ve inançlardır (Özlem, 2002:283). Değer üzerine yapılan bu tanımlardan hareketle değerlerin, bireylerin amaçlarını, hedeflerini, seçim ve tercihlerini etkileyen sosyo-psikolojik unsurlar olduğu söylenebilmektedir.

Günümüzde değer kavramının en revaçta olduğu ve ilgi gördüğü alan siyaset bilimi veya siyaset felsefesi olup bu literatürde kavram etrafında ayrıntılı çalışmalar yapılmaktadır. Siyaset felsefesindeki tartışmalar daha çok genel olgular ve bireylerin öznel değerlendirmeleri arasındaki ilişkiyi esas alan soyut tartışmalar etrafında yoğunlaşırken, siyaset bilimi literatüründeki değer kavramı, çalışma konusunu teşkil eden kitlelerin dünyalarını hangi şekilde değerlendirdiklerini, kendileri için neleri hangi ölçüde değerli buldukları gibi konular etrafında şekillenmektedir. Siyaset

bilimi çalışmalarında ortaya çıkan ortak tanıma göre bireyler dünyaya, olaylara, yaşama, siyasal eylemlere, siyasal kurumlara, inanç sistemlerine, sosyal ilişkilere, toplumsal aktörlere, kısaca yaşamın tümüne belli değerlerin penceresinden bakmakta ve bu pencereden hareketle dünyada olup bitenlere anlam yüklemektedir (Çaha, 2008:1-2).

Siyaset bilimi literatüründe yaygın bir etki alanına sahip bulunmakta olan "siyasal değer" kavramı, insanın dünyaya, kendisini ilgilendiren olaylara, kurumlara, aktörlere, sosyal ya da siyasal işleyişe yönelmede kullandığı bir çerçeve olarak kabul edilmektedir. Değer, bireyin kendi yaşamına yön verirken ya da toplumsal ve siyasal yaşamı anlamlandırırken sahip olduğu kanaat, tutum, düşünce ve izlenimlerdir. Değerlerin bir boyutu bireyin iç dünyasında beslediği kanaat ve düşüncelerden oluşurken, diğer boyutu ise bireyin bu kanaat ve düşünceden hareketle yöneldiği eylemler dizisinden oluşmaktadır. Bu nedenle siyasal değeri analiz ederken bireyin yöneldiği veya gerçekleştirdiği pratikleri de göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Türk toplumuna yeni projeler getirme ve yön verme hedefi taşıyan siyasetçilerin toplumun değer yapısını iyi bilmeleri ve o değerler sisteminin hangi yöne doğru seyrettiğini iyi tespit etmeleri, ileri sürülecek projelerin sağlıklı olması ve hayata geçirilebilmesi bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu sebeple Türk toplumunda değer-siyaset ilişkisine odaklanan çalışmalara duyulan ihtiyaç da artmaktadır (Çaha, 2008:2-3).

Değerlerin bireylerin ve insan topluluklarının davranış ve tutumlarına yönelik olan belirleyici etkisi tabii biçimde toplumların siyasi tercih ve kararlarında da etkili olmaktadır. Konuyla ilgili yapılan çeşitli araştırmalar seçmenlerin siyasilerin konuşmalarını değer, üslup, ideoloji, vaat, gündem sorunlarına bakış ve kazanma olasılıklarını göz önüne alarak değerlendirmelerde bulunduklarını ortaya koymuştur (Köse ve Yılmaz, 2012:11). Bu sebeple siyasi aktörlerin söylemlerini değerleri dikkate alarak analiz etmek, toplumun siyasi tercihlerinde etkili olan kriterleri çözümleyerek ortaya koyabilmek açısından önemlidir.

Literatürde siyasal değerler ve seçimlere odaklanan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Piurko, Schwartz ve Davidov'un (2011) Avrupa Sosyal Araştırmasında yer alan verilerden yararlanarak gerçekleştirdikleri bir araştırmada

kişisel değerler ile siyasi yönelimde belirleyici olan sosyo-demografik değişkenler arasında karşılaştırma yapmışlardır. Yapılan karşılaştırmalar sonucunda değerlerin liberal ülkelerde sosyo-demografik değişkenlere kıyasla daha belirleyici olduğu, geleneksel ülkelerde ise bunun tam tersine, sosyo-demografik unsurların etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Lane ve Erson (2005), "*Culture and Politics: A Compoarative Approach"* adlı çalışmalarında, siyasal değerler ile siyasal ideolojiler arasında keskin sınırlar bulunduğunu, geçerli siyasal değerlerin dönemin siyasetinin değişmesiyle değişikliğe uğrayabileceğini ifade etmişlerdir. İtalya'da 1994 yılında gerçekleştirilen seçimlerle ilgili bir çalışma gerçekleştiren Caprara ve arkadaşları (2006) seçmenin kendine ait özellikleri ile siyasal tercihleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir. Çaha (2008), Türk toplumunun seçim davranışlarında etkili olan değerlerin genel olarak "sistemle", "insan haklarıyla", "dinsel yaşamla" ve "ekonomik politikalarla" ilgili değerler olduğunu belirtmektedir. Toplumun söz konusu değerlere yüklediği anlamlar önem ve sahiplenme derecesine göre sıralandığında ise insan haklarıyla ilgili değerlerin ilk sırada, ekonomik politikalarla ilgili değerlerin ise son sırada yer aldığını ifade etmektedir. Başlevent ve Kirmanoğlu'nun (2010), Avrupa Sosyal Anketi'nden elde edilen veriler aracılığıyla gerçekleştirdikleri araştırmada, Türk seçmenin kişisel değerlerinin siyasal tercihleri üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Söz konusu değerlerin Türkiye'deki iki ana siyasi parti konumunda olan Adalet ve Kalkınma Partisi ve Cumhuriyet Halk Partisi'ne oy verme kararına etkisini inceledikleri çalışmada, değişime açıklık ve kendine yönelme değerlerinin Adalet ve Kalkınma Partisi'ne oy verme kararını olumsuz, Cumhuriyet Halk Partisine oy verme kararını ise olumlu olarak etkilediğini ortaya koymuşlardır. Yalın (2009) ise "Değerler siyasal iletişim sürecinde siyasal düşünce ve tercihi nasıl etkiler?" sorusundan yola çıkarak gerçekleştirdiği çalışmada Schwartz Değerler Ölçeğini temel alarak bir soru formu geliştirmiştir. İstanbul'un Sarıyer ilçesi'nde 18 yaş üstü 528 seçmen üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda ekonomi (zenginlik) ve dürüstlük değerlerinin en çok oy kazandıran değerler arasında olduğu ortaya konmuştur. Adalet ve Kalkınma Partisi'ne oy verenler sağlıklı olmak, anlamlı bir yaşam, barış içinde bir dünya, eşitlik ve aile güvenliği değerlerine önem verdiklerini ifade ederken, Cumhuriyet Halk Partisi'ne oy verenler eşitlik, barış içinde bir dünya, özgürlük, sağlık ve toplumsal düzen değerlerine önem verdiklerini ifade etmişlerdir. Milliyetçi Hareket Partisi'ne oy verenler ise manevi bir yaşam,

ulusal güvenlik, eşitlik ve zeki olmak değerlerini önemli bulduklarını ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılanlara oy verdikleri partilerin siyasi liderlerinin en sevdiği özellikleri sorulduğunda ise "dürüst olmaları" cevabını vermişlerdir. Araştırmaya katılanların seçim dönemlerinde en çok parti ya da liderlerle ilgili haberlerden etkilendiklerini ifade etmeleri ise araştırmanın siyasal değer ve siyasal iletişim boyutunu ortaya koymaktadır. Türkiye'nin de dahil olduğu 15 ülkeden elde ettikleri verilerle temel kişisel değerlerin, siyasal değerlerin temelinde yer alan ve tutarlılığı sağlayan değerler olduğu görüşünden hareket eden Schwartz ve arkadaşları (2014), sekiz çekirdek siyasal değer ve on temel kişisel değeri kullanarak gerçekleştirdikleri analizlerde, her bir siyasi değere karşı ya da destek olması beklenen temel değerleri tespit etmişlerdir. Çalışmanın sonucunda temel kişisel değerlerdeki farklılıkların siyasi düşünce üzerinde etkili olduğu saptanmıştır.

Türk toplumunun ve siyasetinin değerler önceliklerini belirlemek ve değerler haritasını çıkartmak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada Türk siyasi tarihi açısından bir kırılma anı olarak nitelendirilebilecek 24 Haziran 2018 Türkiye Başkanlık Seçimi çalışmanın konusu olarak belirlenmiştir. Uzun yıllar yürürlülükte olan parlamenter demokrasi sisteminden, başkanlık sistemine geçilecek olması söz konusu seçimi önemli kılmaktadır.

24 Haziran 2018 seçimlerine uzanan süreçte, bu tarihten önce yaşanan toplumsal ve siyasal gelişmeleri tespit etmek, süreci bütünsel açıdan ele alabilmek açısından elzemdir. Kuşkusuz söz konusu süreçte 15 Temmuz 2016 tarihinde meydana gelen darbe girişimi ve devamında uygulamaya konulan OHAL (Olağanüstü Hal) koşullarına değinmek gerekmektedir. 15 Temmuz 2016 tarihinde Türk Silahlı Kuvvetleri içerisine sızmış olan Fethullahçı Terör Örgütü'ne mensup asker ve subaylar tarafından darbe girişiminde bulunulmuştur. Darbecilere karşı koymak amacıyla direnen silahsız 240 vatandaş hayatını kaybederken, 2193 vatandaşımız ise ağır yaralanmıştır. Darbe girişimi sonrası Türkiye Büyük Millet Meclisinde bütün siyasi partiler bir araya gelmişler ve mutabakat sonrasında FETÖ'ye karşı etkili bir mücadelenin gerekliliği vurgulanmıştır. Bu doğrultuda 22 Temmuz 2016 tarihinden itibaren Bakanlar Kurulu kararınca 3 ay süreyle tüm ülkede OHAL ilan edilmiştir. OHAL uygulamaları üçer aylık sürelerle uzatılmıştır (Yargıtay Cumhuriyet Başsavcılığı, 2018: 2).

Seçimlere giden süreçte önemli anlardan biri olan 16 Nisan 2017 referandumundan sonra kabul edilen Cumhurbaşkanlığı seçimine fiilen geçiş gerçekleşmiştir. Türkiye parlamenter sistem tarihi açısından oldukça kritik bir dönemeç olan 24 Haziran 2018 seçimleri, 1876 Anayasasından seçim tarihine kadar yönetim sisteminde geçerli olan parlamenter sistemden, bir başka siyasal sistem olan Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçişin seçimleri olma özelliğini taşımaktadır. Söz konusu sistem yasama, yürütme ve yargı sistemlerinin düzenlenmesi bakımından "başkanlı" hükümet sistemi modeline göre düzenlenmiş bir sistem özelliği taşımaktadır. Seçimlerde partilerin ittifak yapabilmesinin önünü açan seçim ittifakı düzenlemesi de ilk kez bu seçimlerde deneyimlenmiştir. (Gülener ve Miş, 2017:7).

Seçimler ilk turda Recep Tayyip Erdoğan'ın zaferiyle sonuçlanmıştır. Erdoğan 26 milyondan fazla seçmenin oyunu almıştır. Cumhur ittifakı çatısı altında Milliyetçi Hareket Partisi ile seçimlere giren Adalet ve Kalkınma Partisi seçimdeki oyların %42.6'sını elde etmiştir. Milliyetçi Hareket Partisi ise %11.1'lik bir oy oranına sahip olmuştur. Millet ittifakı adı altında seçimlere giren Cumhuriyet Halk Partisi, İYİ Parti ve Saadet Partisi ise ittifak olarak %33.94 oranında bir oy elde etmiştir. Cumhuriyet Halk Partisi %22,6, İYİ Parti ise %10 oy oranına sahip olmuştur. Saadet Partisi ise %1.3 oranında oy elde etmiştir. Cumhuriyet Halk Partisi adayı Muharrem İnce %30.64, İYİ Parti adayı Meral Akşener %7.24 oy almıştır. Halkların Demokratik Partisi'nin Cumhurbaşkanı adayı Selahattin Demirtaş ise %8.40 oranında oy elde etmiştir. Saddet Partisi Adayı Temel Karamollaoğlu ve Vatan Partisi adayı Doğu Perinçek ise %1'in altında oya sahip olmuştur. Seçimlere hiçbir ittifaka dahil olmadan katılan partilerden Halkların Demokratik Partisi %11.7 oy elde ederken, Vatan Partisi ise %1'in altında oy elde etmiştir (Miş ve Duran, 2018: 7-8) .

Bu kapsamda gerçekleştirilen çalışmanın ilk bölümünde siyaset ve siyasal iletişimle ilgili kavramlara yer verildikten sonra ikinci bölümde değer ve siyaset kavramları üzerinde durulmuştur. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise seçime katılan cumhurbaşkanı adaylarının (R.Tayyip Erdoğan, Muharrem İnce, Meral Akşener, Temel Karamollaoğlu, Selahattin Demirtaş ve Doğu Perinçek) ve siyasi partilerin

(Adalet ve Kalkınma Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi, İyi Parti, Saadet Partisi, Halkların Demokratik Partisi, Hür Dava Partisi, Vatan Partisi) seçim çalışmaları kapsamında 23 Mayıs 2018-23 Haziran 2018 tarihleri aralığında gazetelere yansıyan ifadeleri Schwartz'ın Değer Ölçeği çerçevesinde nitel analize tabii tutulmuştur. Yapılan analizler sonucunda seçime katılan siyasi aktörlerin söylemlerinde değersel anlamda farklılıklar olup olmadığı ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.SİYASET VE SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMLARI

1.1. SİYASET KAVRAMI

Kavram olarak siyaset, devlet yönetme sanatı veya devlet etrafında ortaya çıkan yönetim etkinliğidir (Yüksel, 2014:25). Siyaset kavramı çatışma ve işbirliği kavramlarını içerisinde barındıran bir kavramdır. Bir yandan farklı fikirlerin, farklı arzuların, rekabet eden ihtiyaçların ve çıkar çatışmalarının mevcudiyeti, insanların bağlı oldukları kurallar üzerinde ortak bir fikirde uzlaşmamalarını beraberinde getirmektedir. Aynı zamanda insanlar söz konusu kuralları etkili kılmak, onların geçerliliğini korumak için tıpkı Hannah Arendt'in siyasi iktidar tanımında ifade ettiği gibi "işbirliğinde bulunmak" zorundadırlar (Heywood, 2017:24). Siyaseti ele alan çalışmalarda araştırmacılar ve siyaset bilimciler otoriteye bağlı olarak şekillenen toplumsal ilişkilerin ana özelliğinin özel bir sosyal örgütlenme türü olan devlet olduğunu ifade etmektedirler. Siyaset, devlete ait kurum ve süreçleri ifade eden bir kavramdır. Devlete ait kurum ve süreçler üzerinde sistematik olarak çalışan disiplin ise siyaset bilimi olarak tanımlanmaktadır (Ranndey, 1990:1).

Toplumlar farklılaşma temelinde gelişme göstermektedir. Toplumun sahip olduğu çatışmacı özellik de farklılaşma içinde farklı çıkar ve değer yargılarının ortaya çıkmasına dayanmaktadır. Siyaset kavramının kullanıldığı bir yerde insanları ilgilendiren bir ortak karar alma süreci söz konusudur ve bu kararlar genellikle toplumdaki fikir ayrılıklarına karşılık gelen bir farklılaşmaya dayanır (Lawson, 1985: 9). Toplumdaki birey ve grupların görüş birliğine sahip olması ve sosyal yapının homojen bir bütünlükte olması durumunda siyaset kavramından bahsetmek olanaksız olurdu (Turan, 1986:12). Bu çerçevede siyaset toplumdaki farklı çıkar ve değerleri temsil eden gruplar aracılığıyla kolektif kararların alınması süreci olarak tanımlanmaktadır (Garner, 2009:2).

İnsanların sosyal bir varlık olmalarının ve toplu halde yaşamalarının siyaset ve diğer toplumsal olguların şekillenmesinde önemli rolü bulunmaktadır. İnsanlar toplu halde yaşamasaydı, diğer toplumsal olgular gibi, siyaset olgusu da bugünkü şekilde olmazdı ve ele alınmazdı (Dursun, 2012:35). Siyaset insanlık tarihinin en eski dönemlerinde kamu düzenini sağlama ve yönetimi gerçekleştirme görevini yerine getirirken, bireylerin aile dışında farklı birliktelikler oluşturmaya başlamasıyla şekillenmiştir. Bir çok siyaset sosyologu da "siyasal" kavramının ilk olarak aileden daha büyük aşiret ya da kabile yaşantılarında ortaya çıktığını ifade etmektedir (Aydın, 2011:26).

Siyasetin amaç ve hedefinin ne olduğuna dair Antik Yunan'dan bu yana farklı görüş ve akımlar öne çıkmış olsa da siyaset felsefesine yönelik kavramların 3 bin yıllık bir tarihi geçmişi olduğu söylenebilir. Doğu'da Çin ve Hint'e, Batı'da Yunan ve Roma'ya uzanan bu görüşler modern dönemde de etkisi sürecek şekilde varlığını devam ettirmektedir. Toplumsal bir varlık olan insanoğlunun örgütlü yaşama tecrübesinin kaçınılmaz şekilde siyaseti öne çıkardığı yaygın görüştür. İnsanın yaşamını sürdürebilmesi ortak hareket etmeyi, ortak hareket etmek ise bir yönetim ve idare yöntemi olarak siyaseti gerektirmektedir (Akdoğan, 2017:139).

İnsanların beşeri gereksinimlerini gidererek kendilerine bir gelecek inşa edebilmeleri de ortak iyiye, umumi mutluluğa ve erdemli bir topluma ulaşması da siyasetle ilgili erdemler olarak görülürler. Farabi'ye göre "İnsan, tabiatı icabı toplumsal bir varlık olması sebebiyle siyaset olmadan ahlaki faziletler toplum hayatında gerçekleşemez (Aydın, 1989:12). Platon'dan günümüze siyaset üzerine söz söyleyenlerin ortak kanaati siyasetin ve liderliğin "iyi yaşamı" hedeflediğidir. Platon iyi yaşamı, "maddi refah, şeref veya yalın zevke ulaşmak değil, bilgelik, dindarlık ve her şeyden önce adalet gibi temel erdemlere göre yaşamak" olarak ifade eder (Siyaset kitabı, 2015:36).

Kamu düzeni ve güvenliğini sağlamak için klan ya da kabile yaşamında hayat bulan siyasal iktidar, toplumsal gelişmeler ve çeşitlenmelerle birlikte yapısal olarak dönüşüme uğramıştır. (Aydın, 2000:154). Ortaçağda feodalizm, kilise ve dinsel metinler etrafında bir yapıya bürünen siyaset kavramı, modern dönemin etkisiyle bu

geleneksel kaynaklardan uzaklaşarak seküler tarzda yazılmaya başlanmıştır. Kısacası metafizik tandanslı siyaset anlayışı yerini rasyonalitenin ön planda olduğu bir anlayışa bırakmıştır. Din, toplumun bir çok alanında etkisini büyük ölçüde yitirmiştir. Siyaset ve kilise kurumları insan merkezli hale gelmiştir. Modern dönemde teknik ve bilimsel gelişmelerle bağlantılı olarak toplumsal yaşamda ortaya çıkan çeşitli gelişmeler siyasetin alanını genişletmiştir. Modern çağlarda sağlık, eğitim, ekonomi gibi diğer toplumsal kurumların siyasal olmaya başlaması ve siyasetin bu kurumlarla bağımlılık ilişkileri geliştirmesiyle siyaset kavramı yönetme sanatının ötesine taşınmıştır (Linz, 2008:218). Kuşkusuz bunda küreselleşmenin önemli bir payı olduğu ortadadır. Küreselleşme süreci ile birlikte ulus-devletlerin topluma yönelik tek yönlü karalar alma inisiyatifi önemli ölçüde sınırlandırılmıştır. Küreselleşme uluslararası organizasyonların, çok uluslu şirketlerin ve uluslararası finans kuruluşlarının dünya politikaları içinde önemlerinin artmasına neden olmuştur. Bu kuruluşlar ulus ötesi otorite merkezleri olarak ortaya çıkmışlardır. Dünya, ulus devlet politikalarının ulus ötesi organizasyonların uzmanları tarafından belirlendiği ve kararların şekillendiği bir sürece doğru değişim geçirmektedir (Farazmand, 1999: 515-516). Küresel anlamda yaşanan bu gelişmelerle siyaset kavramının yönetimden yönetişime doğru evrilme gösterdiği söylenebilmektedir.

Kavram olarak yönetişim, klasik anlayışta yer alan siyasetin kurumlarına dayalı yöneten – yönetilen ilişkilerine ve bu ilişkilerin sosyal grupların denetimine kapalı bir statik yönetim anlayışına katkı sağlamasına tepki olarak ortaya çıkartılmış bir kavramdır (Stoker, 2002:21-22). Yönetişim kavramında merkezi yönetim ve yerel yönetim kuruluşlarının dışında, sivil toplum insiyatifleri, özel girişimcileri ve kâr amacı bulunmayan diğer kuruluşları içeren geniş bir aktörler skalasının varlığı ve söz konusu unsurların hukuk devleti, karar almada şeffaflık, hesap verebilirlik ve güçlü yerinden yönetim uygulamaları ile birlikte yönetim sistemine eklemlenmesiyle ortaya çıkmaktadır (Eryılmaz, 2010:28). Buna göre, yönetim yalnızca seçimler vasıtasıyla seçilmiş bir otoritelerle değil; sivil toplum örgütleri, odalar, meslek grupları, özel sektör kuruluşları ve üniversiteler gibi çeşitli kurumları da süreçlere dahil ederek gerçekleşmelidir. Yönetişim kavramı, bünyesinde yönetenlerin aldıkları kararları halka açık bir şekilde sunarak, ilgili paydaşlarını sürece katarak ve bilgi

odaklı, uzlaşmacı bir yönetim anlayışını barındırarak karşımıza çıkmaktadır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2007).

1.1.1. Siyasal Partiler

Siyasal partiler, seçim ve parlamento, siyasal katılımın önemli unsurlarıdır. Post-modern toplumlarda siyasal katılım, büyük ölçüde, bahsi geçen bu unsurlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Günümüzün modern demokratik toplumlarının en önemli kurumlarından olan siyasal parti; bir programın etrafında bir araya gelmiş, siyasal iktidarı elde etmek ya da paylaşmak gayesini taşıyan, sürekli bir örgüte sahip kuruluşlardır (Aydın, 2011:181). Demokratik telakkilerin gelişmesi ve genel oyun gittikçe daha geniş bir ölçüde gerçekleşmesi neticesi, günümüzde siyasi partiler gerek milletlerin siyasi hayatında, gerekse kamu hukuku teorisi içinde önem kazanmışlardır. Denilebilir ki bugün hiçbir modern demokrasinin siyasi ana kuruluşu, kendi siyasi partiler rejimi bir yana itilerek incelenemez (Hacıibrahimoğlu, 2010:9).

Siyasi partilerin ilk olarak Eski Yunan'da görülmekle beraber günümüzdeki anlamlarıyla XIX.yüzyılın ortalarına doğru ortaya çıktıkları ifade edilmektedir. Hükümdar ve aristokratların baskıcı yönetimlerine karşılık, batılı ülkelerin liberal ve radikal partileri doğmuştur. İlk kez, aristokrasi ve burjuvazi arasındaki mücadelede, adayları desteklemek ve bu adayların seçim giderlerini karşılamak üzere yerel komitelerin kurulması, meclislerdeki aynı fikirlerin grup oluşturarak yerel meclislerle bağlantılar oluşturmasu kadro partileri olarak ortaya çıkan ilk siyasi partileri gündeme getirmiştir (Kışlalı, 1987:227-228).

Siyasi partilerin ortaya çıkışında "Liberal görüşleri benimseyen gruplarla muhafazakar düşünceyi benimseyen gruplar arasındaki, siyasi yönetim konusunda ortaya çıkan tartışmaların ve anlaşmazlıkların en önemli etken olduğu söylenebilir (Akçalı, 1989:89). Örgütlü bir siyasi güç olarak , 1924 yılında ABD'deki "Federalist Parti"nin parçalandığı ve Andrew Jackson'un önderliğinde yeni bir siyasi partinin kurulduğu görülmektedir (Özbudun, 1979:27). 1982 yılında liberallerin öncülüğünde İngiltere'de ilk siyasi parti kurulmuştur. Kıta Avrupasında ise 1848 devriminden

itibaren siyasi parti oluşumlarının ortaya çıktığı görülmektedir. Doğu ülkelerinden Japonya'da ise 1867 yılınan sonra batının siyasi kurumlarının alınmasıyla örgütlü siyasi partilerin kurulduğu görülmektedir (Akçalı, 1989:89-90).

Ülkemizde ise günümüzdeki anlamıyla olmamakla birlikte, cemiyetler kanununa dayandırılarak ilk siyasi örgütlerin "İttihat ve Terakki Fırak-i Siyasiye" ile "Osmanlı Demokrat Fırkası Cemiyeti" olduğu, II.Meşrutiyetten sonra cemiyet ağırlıklı ancak parti sayılabilecek siyasi örgütlerin kurulduğu görülmektedir (Tunaya, 1982: 532-543).

Çok farklı tanımlara sahip olan siyasal partiler ülkemizin Siyasal Partiler Kanununda, "Siyasi partiler, Anayasa ve kanunlara uygun olarak; Cumhurbaşkanı, milletvekili ve mahalli idareler seçimleri yoluyla, tüzük ve programlarında belirlenen görüşleri doğrultusunda çalışmaları ve açık propagandaları ile milli iradenin oluşmasını sağlayarak demokratik bir devlet ve toplum düzeni içinde ülkenin çağdaş medeniyet seviyesine ulaşması amacını güden ve ülke çapında faaliyet göstermek üzere teşkilatlanan tüzel kişiliğe sahip kuruluşlardır." şeklinde tanımlanmaktadır (Resmi Gazete, 1983) .

Siyasi partilerin kamuoyu yaratarak halkın desteğini devamlı hale getirmesi esastır. Çeşitli siyasi iletişim çalışmaları ile bu desteğin devamı sağlanabilmektedir. Lakin en önemli destek seçimlerde verilen "oy" vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Aynı siyasi ideolojiye inanan insanlar aynı siyasi partide buluşmaktadırlar. Siyasi parti , "bazı ilkeleri veya politikaları desteklemek ve bunları anayasal yollardan devlet yönetimine hakim kılmak üzere örgütlenen bir dernektir" (Özbudun, 1979:5).

Siyasal partilerin başlıca fonksiyonlarından biri, toplumdaki bölünme ve çatışmaları yansıtmak ve ifade etmektir. Sosyal bölünmeleri ortadan kaldırmaya veya hiç değilse bunların açıkça ifadesini yakalamaya yönelik tek-parti sistemleri bir yana bırakılırsa, bütün çoğulcu parti sistemleri, büyük ölçüde, kendi toplumlarındaki bölünmeleri yansıtırlar. (Özbudun, 2016:3). Sorun boyutlarının sayısı ile parti sistemindeki partilerin sayısı arasında da bir ilişki olacağı açıktır. Sorun boyutlarının sayısı arttıkça, partilerin sayısında da artma olmaktadır (Lijphart, 1997: 129-130).

Siyasi hayattaki ferdi tepkilerin çokluğuna bir düzen ve disiplin getirdikleri içindir ki, siyasi partiler toplumda mevcut kuvvetlerin durumunu ölçmeye yararlar. İdare edilenlerin şekilsiz ve teşkilatsız bir yığın teşekkül etmeleri halinde; siyasi tercihler somut bir biçim kazanmazken, siyasi partiler sayesinde halk tercihleri adeta elle tutulur bir mahiyet kazanmakta ve demokrasinin temel prensiplerinden olan idare edenlerle idare edilenler arasında bir ahenk sağlanabilmektedir (Hacıibrahimoğlu, 2010:10-11). Özetle, siyasi partiler halkın meşru desteğini alarak, siyasi iktidarı ele geçirmeyi veya kullanmayı amaçlayan, muhalefet halinde iktidarı denetlemeyi sürdürebilen, rejimi motive eden, genel anlamda ülke düzeyinde, ancak yerel düzeyde de örgütlenebilen, ilke, fikir ve doktrin birliğine ulaşmış, açık bir propaganda ile meşru faaliyetlerini siyasal zeminlerde sürdürebilen siyasi kuruluşlardır (Tuncay, 2013:30).

1.1.2. Siyasal Seçimler

Seçim, belirli bir süre kapsamında siyasal iktadara yönetme yetkisi verme, ya da daha önceden verilen yönetme yetkisini yenileme, yahut yönetme yetkisini mevcut siyasal iktidarın elinden alma fırsatını sağlayan hukuki ve siyasal bir araçtır (Karamustafaoğlu, 1990:14). Buradan hareketle seçilen ve seçenlerin konumunu ve/veya işlemin niteliğini gösteren ifadelerle seçimler, "yönetenlerin yönetilenlerce belirlendiği veya yetkilendirildiği işlem" ifadesiyle tanımlanabilmektedir. Demokratik rejimlerde siyasal partiler ve seçimler, birbirini tamamlayan, birbirinden ayrı düşünülemeyecek kavramlardır. Çünkü savundukları görüş ve idealler doğrultusunda halka farklı programlar öneren siyasal partiler arasındaki sürekli yarışmanın dönemsel sonuçları, belirli aralıklarla yenilenen seçimlerle belirlenir. Siyasal partiler, bu programları uygulayabilmek veya muhalefet olarak iktidarı denetleyebilmek için gereksinme duydukları yetkiyi halktan seçimler yoluyla alırlar (Türk, 1995:553).

Seçimler ya da diğer ifadeyle oy verme, demokratik gelişmenin en önemli göstergesi olan özür irade ve özgür iradenin yansıtıldığı alanlardan biridir. (Hülür ve Kalender, 2003:165). Oy verme, demokratik rejimlerde halkın siyaset alanına müdahale etme amacıyla faydalandığı varsayılan bir ifade biçimidir (Champagne,

1995:159). Seçimler yani oy verme aynı zamanda demokrasiyi teoriden pratiğe geçirmekte (Akgün, 2002:1) ve etkin bir şekilde demokratik sistemin işlerliğinin sürdürülebilmesini sağlamaktadır (Wolton, 1991:57, Bektaş, 2002:222).

Demokrasinin vazgeçilmez unsurlarından olan seçimlerin temel fonksiyonları aşağıda maddeler halinde sıralanmaktadır (Karaçor,2007:83) :

-Parlamentoyu oluşturmak,
-Halkın temsilciler aracılığıyla temsil edilmesini sağlamak,
-Seçmenlerin isteklerini ulaştırmak ve uyumunu sağlamak,
-Mevcut hükümete ve öteki partilere muhalefet etmek,
-Parlamentodaki milletvekili sayısı ile hükümetin kontrolünü sağlamaktır.

Günümüzde demokrasi kavramı temsili demokrasi kavramıyla, temsili demokrasi kavramı da seçimlerle ilişkilendirilmektedir. Seçim, siyasal iktidara idare yetkisi vermek önceki siyasal iktidarın yönetme yetkisini yenilemek ya da bunu geri alma fırsatını sağlayan hukuki ve siyasal bir araç olarak ifade edilebilmektedir. Bu sebeple (Iba, 2008:183):

-Gerekli şartları sağlayan herkesin aday olabilmesi,
-Seçimde rekabet edecek adayların şartlarının hukuki açıdan güvence altına alınmış olması,
-Seçme hakkının çağdaş demokratik standartlara uygun biçimde yapılması gerekir.

Seçimler demokratik bir düzenin varlığı için zorunludur ancak tek başına yeterli değildir. İktidar yarışı için muhalefetin güvencede olduğu ve siyasi rekabetin serbestçe uygulanabildiği özgürlükçü rejimlerde demokratik seçimlerden bahsedilebilir (Teziç, 1998:296).

Seçim yapılmasının zorunlu hale gelmesi, demokrasinin temsili demokrasiye evriminin en önemli sonucudur. Bu sebeple yöneticilerin ve yasama organının belirlenmesi için seçim yapılması bir zorunluluktur. Seçimlerin gerçekleşmediği sistemlerin demokratik olduğundan söz edilemez. Bununla birlikte genel oya

dayanmayan seçimlerin gerçekleştiği temsili rejimler de demokratik olarak adlandırılamaz. Ülkelerin siyasi sistemlerinin demokratik olup olmadığını belirlemede dikkat edilen kriterlerin başında: "Her bir vatandaşın yalnızca bir oy hakkına sahip olması, genel oy hakkı ile katılacağı seçimler aracılığıyla iktidarın halk elinde olması" ve "makul aralıklarla yapılan dürüst seçimlerde en az iki büyük partinin adaylarını ve vaadlerini halkın seçimine sunması" yer almaktadır (Tunç, 1999:140).

1.1.3. Siyasal Seçimlerin Tarihçesi

Devletlerin bulunmadığı ilkel toplumlarda kabile üyelerinin karar alma sürecine katılmasına benzer bir kaç demokratik unsura rastlansa da günümüz "demokrasi" kavramının temelleri Eski Yunan uygarlığında bulunmaktadır (Uygun, 2011:9). M.Ö. 5. yüzyıldan 4. yüzyıla kadar bu coğrafyada ortaya çıkan demokrasi "demos" ve "kratos" kelimelerinden türetilmiştir. Demos, belli bir poliste yani kentte yaşamını sürdüren vatandaşlar manasına gelmekle birlikte sıradan insanlar, alt tabaka veya alt tabakada yer alan din adamlarını ifade etmekteydi. Kratos sözcüğü ise anlam olarak güç ya da egemenlik anlamına geldiği gibi iktidar anlamında da kullanılabilmekteydi. Eski Yunan'da demokrasi, halkın veya çoğunluğun egemenliği, gücü ve iktidarı elinde bulunduran halk anlamında kullanılıyordu (Dinçkol, 2017:753).

Atina yurttaşları vergi ve harcamanın dışında savaş ve barışla ilgili meselerlerde de oy kullanabildikleri gibi "generallerini" de seçebilmekte ve seçilerek magistra (yüksek devlet görevlisi) olabilmekteydiler (Samons, 2013:67). Ahmet Taner Kışlalı'ya göre Eski Yunanda Halk Meclisi temel kurum niteliğindeydi ve mecliste 20 yaşına gelen bütün erkek yurttaş katılabilmekteydi. Meclis yılda içerisinde en az on kez bir araya gelmekteydi. Yasaları kabul edilmesi, savaş, barış ve vergi toplanmasıyla ilgili kararlar bu mecliste alınmaktaydı (Kışlalı, 1984:67). Bu mecliste toplananlar devlet yönetimini yalnızca seçimden seçime değil sürekli bir biçimde denetlemekteydiler. Yönetici kadro ve devlet memurları halk tarafından sorguya çekilip görevinden alınabilmekteydi (Yalçınkaya, 2011:41). Halk meclisiyle bağlantılı bir diğer kurum olan Beşyüzler Meclisi Atina'daki on mahallenin

gönderdiği 500 temsilciden oluşmaktaydı. Herbir mahalleden kura vasıtasıyla seçilen temsilcilerin en önemli görevi Halk Meclisinin gündemini belirlemek ve bazı idari işlerin yürütmesini üstlenmekti (Kışlalı, 1984:67). Üyelerin kura aracılığıyla seçilmesi ve herbir yurttaşın yalnızca bir defa seçilebilmesi yöntemiyle yurttaşların neredeyse tamamı Beşyüzler meclisinde üyelik yapmaktaydı.

Eski Roma'da ise devlet başkanlığı kan bağıyla babadan oğula geçmediği gibi seçimle de belirlenmemekteydi. Mevcut kral kendinden sonra kral olacak kişiyi belirlemekteydi ancak kral kendinden sonra görev alacak olan kralı belirlemeden ölürse bir sonraki kralı, Roma şehrini oluşturan grupların reisleri belirleyerek onun krallığını tanıdıklarını bildirirlerdi (Umur, 1984:15).

Fransız ihtilaliyle başlayan günümüze kadar gelen süreç siyaset bilimi tarafından modern dönem olarak adlandırılmaktadır. Fransız ihtilalinden günümüze seçme, seçilme ve seçimler ile ilgili üç önemli kırılma anı yaşanmıştır. Bunlardan ilki 19. yüzyılın başlarında ABD'de erkeklerin büyük kısmına oy hakkı verilmesi ve bu durumun 30'dan fazla ülkeyi etkileyerek demokrasi rejimlerini benimsemelerini sağlamasıdır. İkinci kırılma anı ise II. Dünya Savaşında demokrasi cephesinin üstün gelmesi ve bunun sonucunda demokratik rejimleri benimseyen ülkelerin sayısında artış meydana gelmesidir. Üçüncüsü ise Doğu Avrupa'daki birçok ülkenin sosyalist blokun çözülmesiyle demokratik yönetim anlayışlarını benimsemesidir (Uygun, 2011:118).

Modern dönemde en büyük problem temsil sorunuydu. Temsil sorunu kimin temsil edileceğinin belirlenmesi şeklinde ortaya çıkmaktaydı. Jeremy Bentham ve James Mill genel oy kavramını ortaya atan ilk isimlerdir. Bu sebeple modern dönem öncesindeki hiçbir seçimin demokratik meşruluğu söz konusu değildir. Modern dönemin ilk döneminde halkın yönetime katılımını savunan görüşler varken son dönemlerinde ise yönetimin belli kesimin elinde bulunmasını savunan "elitizm" gibi düşünceler de ortaya çıkmıştır (Heywood, 2017:116).

Oy hakkı ve seçim ilkeleri genel, eşit, gizli, serbest oy ve yargı denetimine tabi seçim ilkelerine gelinceye kadar birçok evreden geçmiştir. Kadınların seçme ve

seçilme hakkına sahip olması 20.yüzyıla kadar uzanmıştır. 1949 yılında İngiltere'de çoğul oy kullanımı kaldırılmıştır 1971 yılında İsviçre kadınlara oy kullanma hakkı vermiştir. 1994 yılında Güney Afrika'da seçimlerde oy kullanımıyla ilgili ırkçı kısıtlamalar ortadan kaldırılmıştır (Heywood, 2017:292).

Özetle Antik Çağda başlayan seçme ve seçilme hakkı, çeşitli evrelerden geçerek Modern dönemde evrensel bir hak niteliğine bürünmüştür.

1.1.4. Seçim Sistemleri

Seçim sistemleri literatürde yer alan şekliyle çoğunluk sistemi, nispi temsil sistemi ve karma sistemler olarak üç ana başlık altında toplanmaktadır.

a)Çoğunluk sistemleri: 20.yy başlarına kadar hemen hemen bütün seçim kanunlarında değişik şekiller altında tatbik alanı bulan bu sistemde umumi kaide, verilen oyların çoğunluğunu alan adayın veya partinin o seçim bölgesinde seçimleri kazanmış sayılması bunlardan daha az oy alan parti ve adayların seçimleri o bölgede kaybetmesi demektir. Çoğunluk sistemi de kendi içerisinde "salt çoğunluk sistemi" ve "nispi çoğunluk sistemi" olarak ikiye ayrılmaktadır. Salt çoğunluk sisteminde seçime katılanların yarıdan bir fazlası ile hasıl olan bir çoğunluğa dayanmaktadır. Örneğin sandıklardan 10.000 muteber oy çıkan bir seçimde seçimlere katılan herbir parti veya adaylardan bir en az 5.001 oy almış olmak şartı ile seçimi kazanmış olurlar. Söz konusu sistemde ilk turda çoğunluk sağlanmaması halinde seçimler ikinci tura taşınır. İkinci turda da salt çoğunluk sağlanmazsa üçüncü tur denenir ancak üçüncü turda da çoğunluk çıkmaması durumunda seçim yenilenmez nispi çoğunlukla yetinilinir. Nispi çoğunluk sisteminde ise kazanılan oy sayısının diğer adaylardan her birinin kazandığından fazla olması seçilebilmek için yeterlidir (Hacıibrahimoğlu, 2010:30).

b)Nispi seçim veya temsil sistemi: Bu sistem klasik çoğulcu seçim sistemine karşı oluşturulan tepkiler sonucu ortaya çıkan bir sistemdir. Bu sistem en kısa ifadeyle azınlıkların veya bir memlektetteki çeşitli fikir ve kanaatlerin temsili usülüdür. Örnekle açıklamak gerekirse bir seçim çerçevesinde (A) listesi verilen oyların %51'ini, (B) listesi ise %49'unun alsa, bütün milletvekillerini (A) listesi kazanmış

olacaktır. Bu durumda 51=100; 49=0 gibi hatalı bir durum ortaya çıkacaktır. Bu örneklerden anlıyoruz ki oy çokluğu usülü azınlıklara hatta seçmenlerin yarısından birkaç adet noksan olan kuvvetli azınlıklara temsil imkanı vermemektedir. Böylelikle mecliste zahiren çoğunlukta bulunan bir partiye mensup milletvekillerinin, gerçekte milletin çoğunluğunu temsil etmemeleri durumu doğabilmektedir (Hacıibrahimoğlu, 2010:31).

c)Karma seçim sistemleri: Çoğunluk sistemi ve nispi temsil sisteminin olumsuzluklarını ortadan kaldırmak maksadıyla, her iki sistemin birleştirilmesi sonucunda karma seçim sistemleri ortaya çıkmıştır .

1.1.5. Türkiye'de Uygulanan Hükümet Sistemlerinin Tarihsel Gelişimi

Türk siyasi tarihinde, 1876 Kanuni Esasi monarşinin, 1921-1923 yılları ise Teşkilat-ı Esasiye kanunlarıyla meclis hükümeti sisteminin benimsendiği dönemlerdir. Bu dönemlere kısaca "kuvvetler birliği" dönemi denilebilmektedir (Keskinsoy ve Kaya, 2018:76). Bir ülkede, yasama ve yürütme kuvvetleri aynı devlet organında toplanmışsa kuvvetler birliği sistemi, ayrı organlarda toplanmışsa kuvvetler ayrılığı sistemi vardır (Özer, 2005:12). 1921 Anayasasında, 1923 yılında yapılan değişikliklerle parlamenter sisteme geçişin ilk adımları atılmıştır. Söz konusu tarihte cumhurbaşkanlığı makamı ortaya çıkmıştır. Yapılan yenilikler ve çalışmalar parlamenter sisteme benzetilmeye çalışılmıştır. Egemenliğin kullanılması yetkisi Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin hakimiyetinden çıkarak, ayrı bir erk olarak yürütme lehine evirilme sürecine girmiştir. 1924 Teşkilatı Esasiye dönemi ile birlikte meclis hükümeti ile parlamenter sistemin müşterek özelliklerini içeren karma hükümet sistemi benimsenmiş ve bu hususta anayasada çeşitli düzenlemelere yer verilmiştir.

1961 Anayasası ile klasik parlamenter sistem benimsenmiştir. 1982 - 2007 yılları arasında ise güçlendirilmiş parlamenter sistem modeli uygulanmıştır. 2007 yılında anayasada yapılan değişikliklerle Cumhurbaşkanının halk tarafından seçilmesi kabul edilmiştir. Bu durum yarı-başkanlık sistemine geçiş anlamında oldukça önemlidir. 2014 yılına gelindiğinde ise Cumhurbaşkanının halk tarafından seçilmesi yarı-başkanlık sisteminin de ötesinde başka bir sisteme geçişin önemli

göstergesi olmuştur. 2017 referandumu ile Türkiye'ye özgü Başkanlık sistemine (Cumhurbaşkanlığı sistemi) geçişin temelleri atılmıştır (Keskinsoy ve Kaya, 2018:72).

1.1.5.1. Başkanlık Sistemi

Başkanlık sistemi, yasamanın başı olan meclis ile yürütmenin başı olan başkanın halk tarafından seçildiği, sert kuvvetler ayrılığı ilkesine dayanan bir sistemdir. Başkanlık sisteminde başbakan ya da cumhurbaşkanlığı makamı bulunmamaktadır. Bu makamlara karşılık olarak bir başkanlık makamı bulunmaktadır. Söz konusu sistemde yürütme tekli yapıdadır ve sistemde güçlü bir yürütme organı bulunmaktadır. Başkanlık sisteminde meclisi de, başkanı da halk seçtiği için, bu ikisinin birbirine karşı herhangi bir üstünlüğü bulunmamaktadır (Beceren ve Kalağan, 2007:166).

Başkanlık sisteminde güçlü bir parlamento ile güçlü bir yürütmenin bir arada bulunması oldukça zordur. Başkanlık sistemi dar anlamda uyum ve istikrar sağlasa da bu durum genel anlamdaki siyasal istikrarla karıştırılmamalıdır. Söz konusu sistemde, meydana gelebilecek herhangi bir kilitlenme ya da tıkanıklığı giderecek güvenoyu veya fesih yetkisi gibi argümanlar bulunmamaktadır. Bunun sonucunda ise siyasal istikrarsızlıklar ortaya çıkabilmektedir (Özbudun, 2016).

Söz konusu sistemin olumlu yanlarını ifade eden görüşler de bulunmaktadır. Örneğin Hasan Tahsin Fendoğlu ve Ender Ethem Atay gibi isimler başkanlık sisteminin uygulanmasını savunmaktadırlar. Bu isimler Türkiye'de yaşanan, siyasal istikrarsızlıklar ve buna bağlı olarak ortaya çıkan toplumsal sorunların mevcut hükümet sisteminden kaynaklandığını başkanlık sistemine geçilmesiyle bu sorunun çözülebileceğini ifade etmişlerdir (Fendoğlu, 2015:26-32). Çünkü çeşitli istikrarsızlık ve tıkanmaların sebebi parlamenter sistemler olabilmektedir (Atay, 2018).

Başkanlık sisteminin çeşitli ülkelerde farklı uygulamaları bulunmaktadır. ABD başkanlık sistemi denildiğinde aklımıza gelen ilk ülkedir. ABD, başkanlık sisteminin en iyi uygulandığı bir ülke olarak görülmektedir. Bu sebeple ABD, dünya üzerinde başkanlık sisteminin en iyi uygulandığı ülke algısını da yaratmaktadır.

ABD'nin uygulamakta olduğu başkanlık sisteminde devlet başkanının yetkileri çok fazla olmasına rağmen devlet başkanı her istediğini yapamamaktadır. Çünkü ABD denetim mekanizmaları en iyi şekilde işleyen bir ülkedir. ABD'de başkanlık sisteminin başarılı bir şekilde sürdürülmesinin en önemli sebebi, kuvvetlerin sert ayrılığına dayanmasıdır. Denetim mekanizmalarından Yürütme/Başkan ile Yasama/Meclis aracılığıyla birbirlerini karşılıklı olarak denetlemekte ve yetkilerin suistimal edilmesi önlenmektedir. Rusya'da yönetim şekli ise "Yarı Başkanlık sistemi" ya da "federal cumhuriyet" sistemi olarak adlandırılsa da aslında uygulanan sistem "Süper Başkanlık" sistemidir. Başkana verilen yetki olması gerekenden daha geniştir ve klasik başkanlık sisteminde yer almayan bazı unsurlar bulunmaktadır. Örneğin; Başbakan atamak, hükümeti görev yetkisini elinden almak, Duma'yı feshetmek, parlementonun getirdiği yasalara iptal davası açmak ve üst düzeydeki yargı görevlilerini atamak, görevden almak vb. geniş yetkileri kapsamaktadır. Rusya'da yasama Duma ve Federasyon Konseyi olmak üzere iki ayrı unsurdan oluşmaktadır. Anayasaya göre başbakanı devlet başkanı önerir, Duma ise önerilen Başbakanı onaylar. Şayet Duma üst üste üç kez başbakan adayını onaylamazsa başkan kendisi atayabilir ya da Duma'yı feshedip seçimlerin tekrarlanmasını isteyebilir. Yani son karar verici her zaman başkan olduğundan burada meclisin bir önemi de kalmamaktadır (Altun, 2017:15). Fransa'da ise yarı başkanlık sistemi uygulanmaktadır. Fransa'da yürütme iki başlıdır ve yürütmenin ilk başı olan başbakan parlamento içerisinden gelmektedir. Yürütmenin ikinci başı olan cumhurbaşkanı ise parlamento seçimlerinin haricinde gerçekleştirilen farklı bir seçimle göreve gelmektedir. Yürütme yasama karşısında oldukça güçlüdür ve yürütmenin başındaki Cumhurbaşkanı geniş yetkilere sahiptir. Ülkede Cumhurbaşkanı ve Başbakan farklı partilerden olabilir. Böyle bir durum yaşandığında "Kohabitasyon" yani "birlikte yaşama" olarak adlandırılan bir dönem yaşanır. Kohabitasyon dönemlerinde yürütmenin başları arasında yetkilerin paylaşımı hususunda bir denge gözetilmektedir. Fransa yarı-başkanlık sisteminde "rasyonalleştirilmiş parlamenterizm" adı verilen bir yöntem bulunmaktadır. Bu yöntem hükümetin uzun ömürlü ve etkili olmasını sağlamaktadır. Bu yöntemde hükümet anayasal sınırlar içerisinde sahip olduğu hakları kullanarak yasama karşısında daha güçlü konuma gelmekte ve hükümetin düşürülmesi imkansızlaştırılmaya çalışılmaktadır (Hekimoğlu, ty: 216).

1.2. İLETİŞİM KAVRAMI

İletişim insanlık tarihi kadar eski bir olgudur. Eski Yunan mitolojisinde ve büyük filozofların eserlerinde iletişim, bütün tartışmaların merkezini oluşturur. Çünkü iletişim insanın ve toplumun kendisidir. İletişim bilimi sadece bir çağın ya da belli bir uygarlığın tartışma konusu değildir. Ancak iletişim çalışmalarının yaygınlaşması ve önem kazanması, basın, radyo ve sinemanın, başka bir deyişle kitle iletişim araçlarının ortaya çıktığı ve toplumu etkilemeye başladığı tarihtir. İletişim araştırmalarının kökeni toplum bilimsel araştırmalarda aransa da ayrı bir bilim dalı oluşu kitleleri etkileme potansiyelinin olduğu görülen kitle iletişim araçlarının ortaya çıktığı zamana rastlar (Şermin ve Uzun, 2009:1).

İletişim, bilgi ve düşüncelerin, herkesce aynı biçimde ve aynı değerde anlaşılır duruma getirilmesi, paylaşılması ve karşılıklı etkinin sağlanmasıdır (Daldal, 1978:4). Bir başka tanıma göre ise iletişim; "gönderici tarafından başlatılan, istenilen anlamı alıcıya ileten ve onun yanıt niteliğinde bir davranışta bulunmasına yol açan herhangi bir davranıştır" (Kavaklı, 1985:11). Sabuncuoğlu'na göre (1998:12) iletişim; toplumsal yapının temelini oluşturan bir sistem, örgütsel yapının işleyişini düzenleyen bir araç, insancıl ilişkileri geliştiren bir teknik ve başarılı bir yönetim süreci olarak tanımlanmaktadır.

İletişim üzerine yapılan tanımlar incelendiğinde, hepsinde ortak olan nokta etkileşimin varlığıdır. Yani birden fazla kişi iletişimde bulunurken temel amaç, iletişimde taraf olan alıcıda iletişim sonucunda belirli bir anlayışın ve davranışın oluşmasını sağlamaktır (Budak, 1986:11).

İletişim terimi genellikle güç, denetim, nüfuz, ilişki, değişim, iletme vb.'ni belirtmek için kullanılmaktadır. İletişim iki muhattap arasındaki ileti alışverişine indirgenebildiğinde, bu temel modeli, kanalla tamamlamak gerekmektedir. İki parçayı birbirine bağlayan bu kanal, bunlara bağlı etkilerle, algılarını ortaya koyma ve iletiyi nakletme imkanı sağlamaktadır (Lazar, 2001:49). İnsan faaliyetlerinin ve insan ilişkilerinin hepsi iletişimle ilişki içerisindedir. İnsan yaşamına ait bütün paylaşımlar iletişimle yakından ilgildir. İletişim, konuşmak, televizyon, gazete,

yazınsal bir eleştiri, saç biçimi, giyim biçemi ya da hatta mağara duvarındaki bir resim gibi bir çok nesne ve faaliyetin kendisidir. (Zıllıoğlu, 1996:49).

İletişim, hayattaki farklı alanlarda ve kategorilerde insana ve topluma özgü bir olgu olarak karşımıza çıkar. İletişimin bütün türevlerinde üç unsurun bir arada bulunması gerekmektedir. Bu üç unsur; "gönderici, alımlayıcı ve iletinin kendisidir (Ünsal, 1992:16).

İletişimi toplumsal ve kültürel yönleri göz önünde tutulduğunda başlıca şu temel özellikleri ile tanımlamak mümkündür (Ünsal, 1982:7):

a)Birbirlerine ortamlarındaki nesneler, olaylar, olgularla ilgili haberler iletebilen,
b)Bunlara ilişkin bilgilerini birbirlerine aktaran,
c)Aynı olgular, nesneler, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duyguları taşıyıp birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk,
d)Ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirişimlerdir.

İletişim sürecinin dört temel unsuru kaynak, mesaj, hedef ve kanaldır. Kaynak, mesaj üretimine katkıda bulunan kişi ya da gruptur (Gökçe, 1997:52). Bu anlamda kaynağı, mesajı oluşturan ve bir kanal ile hedef kitleye ulaştıran birim olarak tanımlayabiliriz. Çeşitli araştırmalar, iletişimin kaynaklandığı kimsenin (gönderici) saygınlığı, güvenirliliği ve sevilirliği arttıkça, iletişimin etkisinin de arttığını göstermektedir. Göndericinin inanırlılığı, kişisel özelliklerine bağlıdır (Doğan, 1987:106). Gönderici iletişime başlamadan önce bir fikir yaratmalı veya bir olgu seçmelidir. Bu iletişimin içeriğini oluşturur. Bu aşama için temel kural; "Düşünmeye başlamadan, konuşmaya başlama" şeklindedir. (Davis, 1982:505). Mesaj ise alıcıya yani hedefe aktarılmak istenen düşünce, duygu ya da bilginin kaynak tarafından kodlanmış şekli olarak tanımlanır. Bu anlamda mesaj, bir şeyi iletmeyi planlayan kaynak tarafından üretilen işitsel, görsel veya görsel-işitsel simgelerden oluşmuş somut bir üründür (Gürgen, 1997:16). Hedef ise kaynak tarafından gönderilen mesajı okuyan, dinleyen ya da izleyen kişi/kişiler olabilir (İnceoğlu, 1993:45). Kanal iletişim sürecinde kaynakla alıcı (hedef) arasında mesajın

aktarılmasını, geçmesini sağlayan yoldur (Özcan, 1986:51). Kanal, gönderici (kaynak) ile alıcı arasındaki bir bağ niteliğindedir. İletişim kanalları beş duyu organı (görme, işitme, dokunma, tatma ve koklama) gibi fiziksel, telefon sistemindeki gibi mekanik ve işletmelerdeki formel veya informel kanallardan oluşur. İletişim kanalı seçilirken önemli olan çok kanal kullanmak değil, iletişim etkinliğini sağlayacak kanal veya kanalları seçmektir. Bunu yaparken de hız, maliyet ve etki gibi faktörler de göz ardı edilmemelidir (Sabuncuoğlu ,1998:114).

İletişimin dört temel unsurunun yanı sıra dikkate alınması gereken bir diğer unsur ise geribildirimdir (feedback). Geribildirim iletişimin en önemli unsuru olarak gösterilebilir. Geribildirim, alıcının, göndericinin mesajına bir çeşit yanıtıdır (Koçel, 1989:227). Alıcı, mesajın kodlarını çözdükten ve yorumladıktan sonra, bir kaynak durumuna dönüşür (Hicks, 1979:442). Geribildirim, göndericiye kendi mesajının alınıp alınmadığını ve doğru bir şekilde yorumlanıp yorumlanmadığını öğrenme olanağı sağlar. Geri bildirim olumlu veya olumsuz olabilir. Olumlu geribildirim, göndericinin amaçlamış olduğu etkiye ulaştığını bildirir. Olumsuz geribildirim ise, göndericinin alıcı üzerinde istenilen etkiyi ve buna bağlı olarak davranışı yaratamadığını gösterir. Geribildirimde göndericiler, mesajı alanın tepkilerine dikkat etmeli, onun anlayıp anlamadığını gösteren işaretler bulmaya çalışmalıdır (Can, 1991:230).

1.2.1. İletişimin İlkeleri

İletişim sürecinin başlıca ilkeleri şunlardır (Solakoğlu ve Budak, 1992:44):
a)Açıklık İlkesi: Genel olarak iletişimde anlaşılabilir bir dilin kullanılması gereklidir. Yazılı veya sözlü olsun bu olay, göndericinin sorumluluğundadır. Kullanılacak dile önem verilmeli, hedef kitlenin kullandığı dil yakından bilinmelidir.
b)Dikkat İlkesi: İletişimde önemli olan bir başka husus alıcının gönderilen mesajı sadece alması değil, aynı zamanda anlamasıdır. Eğer alıcı mesajı tam olarak anlamadıysa kendisinden beklenen tepkiyi gösteremeyecektir. Bilindiği gibi insanın dikkati sınırlıdır. Mesajın uzun olması halinde, belirli bir noktadan sonra alıcı tarafından yeterli dikkat sarfedilemeyeceğinden, iletişimin etkinliği bozulabilir. Bu nedenle, mesaj hazırlanırken, alıcının dikkatini yoğunlaştırabilecek şekilde olmasına özen gösterilmelidir.

c)Doğruluk İlkesi: Yöneticiye göre iletişim, işletme amaçlarına ulaşmada işbirliği sağlayıcı ve sürdürücü bir araçtır. Doğruluk ilkesi iletişim amaçlarıyla ilgilidir. İletişim kurulurken bu ilkeye özel bir önem gösterilmelidir

1.3. SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI

Siyasal iletişim, "siyasal süreçlerle iletişim süreçleri arasındaki ilişkiyi konu alan araştırmalardan oluşan disiplinler arası bir akademik alandır (Mutlu, 2012:275). İkinci Dünya Savaşı sonrasında demokrasilerin yeniden inşasına yönelik çabalar, halkın düşünme ve inanma biçimlerini, etkilenme tarzlarını, karşı koyma tutumlarını açığa çıkarabilmeyi amaçlamıştır. Tüm bu çabalar, yani kamuoyunun yeniden ve bu defa bilimsel olarak tanımlanma süreci 'siyasal iletişim' diye adlandırılmış ve politika bilimi ile iletişim bilimi arasındaki köprünün kurulmasına olanak sağlamıştır. Politika bilimi ve iletişim biliminden, bilimsel araştırma teknik ve yöntemleri devşiren bir alt akademik bilgi alanı olarak siyasal iletişim inşa edilmiştir (Köker, 1998:21).

Siyasal iletişimin kuramsal açıdan zengin bir içeriğe sahip olduğunu ifade eden Rogers (2004:3), siyasal iletişim kavramını Lippmann'ın kamuoyu, Lasswell'in propaganda analizi, Lazarsfeld'in Amerikan seçim araştırmaları, İkinci Dünya Savaşı döneminde yapılan iletişim çalışmaları, gündem oluşturma ve yeniliklerin yayılımı gibi iletişim teorileri ve yeni iletişim teknolojileri bağlamında ele almaktadır.

Siyasal iletişim, siyasal aktörlerin kendi ideolojik amaçlarını, belli kitlelere ve gruplara, ülkelere ya da bloklara benisetmek ve gerekirse eyleme dönüştürmek, uygulamak üzere çeşitli iletişim tekniklerinin ve türlerinin kullanılmasıdır (Aziz, 2007:3-4).

McNair'e göre (2005:6), siyasal iletişim siyasal örgütler, kitle iletişim araçları ve yurttaşlar arasındaki bir ilişki olarak değerlendirilebilmektedir. Söz konusu süreçte siyasal örgüt-vatandaş ilişkisinde kitle iletişimi ve çıktılarının aracılık etmesine vurgu yapılmaktadır.

Siyaset, siyasetçi ile halk topluluğu arasında gerçekleşen bir siyasal iletişimdir ve bu iletişimin hammaddesi düşünce ve "sözdür". Siyasetçi, siyasi

düşüncesini, ideolojisini, kimliğini, politikalarını söz ile topluma aktarır. Siyasetin söylemleri ve eylemleri bir etkiye, tahrik, tamir, ihya ve inşa gücüne sahiptir. Siyasetçinin öncelikli amacı hedef kitleye ulaşabilmek, dokunabilmek ve siyasi amaçları hakkında hedef kitleyi bilgilendirmektir. Halk bir politikacıyı başarılı, cesur, vizyoner, samimi görmesine rağmen o yönde bir siyasi davranış gerçekleştirmeyebilir. Bu noktada seçmen kitlesinin çok farklı motivasyonlarla hareket ettiği ortaya çıkar. Bu etnik, mezhebi, dini , ideolojik sebepler olabilir veya tamamen duygusal ya da çıkarsal bir sebep olabilir. Bu sebeple başarılı siyasetçi seçmen davranışını değiştirebilecek iletişim faaliyetinde bulunabilen, seçmenin sandığa gidip kendisine oy vermesini sağlayabilen kişidir (Akdoğan, 2017:81-84).

Seçim kampanyaları, siyasetçinin normal dönemde yapması gereken siyasal iletişim faaliyetlerinin en yoğun ve konsantre bir şekilde yapılması anlamına gelir. Bu sebeple, siyasetin genel hedefi olan dikkat çekmek, ilgi uyandırmak, harekete geçirmek kampanyanın amacı olarak görülebilir. Tercüman, temsil, örnek ve öncü işlevi gören kampanyalar seçmen ile siyasetçi arasında köprü olur, partilerin, adayların, program ve projelerin siyasi pazara çıkmasını sağlar. Siyasetçi seçim dönemlerinde en özlü, en çarpıcı, en sonuç alıcı şekilde tüm mesajını vermek ve kitleyi etkilemek durumundadır. Bu yüzden zamanla yarışan bir iletişim ve ikna süreci içindedir (Çobanoğlu ,2007:136-137). İnsanların anlam dünyasına hitap edip orada bir etki oluşturabilmek farklı iletişim tekniklerini kullanabilmekten geçer. Siyasal iletişimde mecaz, ironi gibi yöntemlere başvurulur. Wittgenstein mecazı konuşmama çaresizliği karşısında bir iğreti konuşma denemesi (Soykan, 1995:188), olarak görse de mecaza başvurmak her zaman meramını anlatamamaktan kaynaklanmaz. Bazı şeyleri en açık şekilde ifade etmek yerine örtülü şekilde anlatmak, ima etmek, sonunu getirmeden zihni harekete geçirecek şekilde fitili ateşlemek başvurulan bir yöntem olabilir. Gerçekten de kavramlar "bir uygunsuzluğu kolaylaştırmaya veya güçleştirmeye, desteklemeye veya kösteklemeye muktedirdirler" (Soykan ,1995:517). Yunan söylevcilerden olan İsokrates, Panegyrikos adlı söylevinde kelimelerin sihirli gücünü şöyle anlatır: "Kelimeler öyle bir güç barındırır ki, muhteşem şeyleri değersizleştirip, önemsiz şeylere mükemmellik bahşedebilirler; eski fikirleri tamamen yeni bir şekilde ifade edip, yeni olmuş bir şeyi sanki çok zaman önce olmuş gibi ortaya koyabilirler". (Longinos,

2003:164). Bu sebeple siyasi iletişimde önemli olan kelimeler, kelimelere kazandırılan işlevsellik yani mecaz, ironi gibi tekniklerden yararlanmak ve elbetteki tüm bunları doğru şekilde, yerli yerinde kullanarak bir iletişim faaliyeti gerçekleştirmektir.

Profesyonel danışmanlar vasıtasıyla gerçekleştirilmesi gereken siyasal iletişim süreçleri (Akay, 2012), "sıcak temas" alanı olarak görülen seçimler (Karahan Uslu, 2009), "savaş alanı" (Arsan ve Can, 2009) ya da "seçim savaşları" (Topuz, 1977) olarak değerlendirilen siyasal kampanyalar üzerine yapılan tartışmalarla daha sık gündeme gelmektedir. Siyasal iletişim araştırmaları bu bakımdan siyasal kampanya dönemlerini, "seçmeni ikna etme paradigmasının egemenliğinde olan evre" şeklinde tanımlamaktadır (Tokgöz, 2008:107).

Siyasal iletişim süreci yalnızca seçim dönemleriyle sınırlandırılmış süreçler değildir (Balcı, 2003:157-158). Fakat, siyasal iletişim süreçleri ülkemizde halen yalnızca seçim kampanyaları döneminde kullanılan ve propagandayla eş anlamlı kullanılan bir olgu olarak görülmekte, partiler ve adaylar iletişimi propaganda olarak algılamakta, siyasal partilerde propagandadan sorumlu genel başkan yardımcıları görev almaktadır. Bu sebeple, siyasal iletişim kavramının boyutlarını seçim sürecinde yürütülen siyasal kampanyalar dönemi ve seçim dönemi haricinde kalan dönemler olarak ayırmayı zorunlu hale getirmektedir (Uztuğ, 2004:18).

Siyasal iletişim sürecini; siyasi alanla alakalı tüm değişkenlerin iletişim süreciyle girdiği bir etkileşim olarak ifade etmek mümkündür. Heyderench (1994:110) siyasal iletişim süreci kapsamındaki unsurları detaylı şekilde açıklamaya çalışmıştır. Buna göre siyasal iletişim süreci, siyasal kültür zeminine oturmakta; güç tabanını seçmenlerden ve aynı zamanda iletişim aracının alıcıları da olan kamusal yapılardan (elitler, katılımcılar, seyirciler, ilgisizler) alan siyasal kurumlar ile kitle iletişim araçlarının kurumları vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Bu ilişki rekabet, izolasyon, bütünleşme, yapıların özünde bulunan paralellik temelinde siyasal kurumlarla kitle iletişim araçlarını sistemin iki çarkı olarak birbirine bağlamıştır. İlişki sürecinde ülkedeki ekonomik durum gibi etkenler ile uluslararası siyasi durum da etkili olmaktadır.

Siyasetin her düzeydeki karar ve iktidar odaklarının kendi arasında olduğu gibi iktidarın kendisi ile yurttaşlar arasında da iki yönlü/karşılıklı haber ve bilgi akışı kesintisiz süregider. İktidardan yurttaşlara, yurttaşlardan iktidara gerçekleşen bu haber ve bilgi akışı, siyasetin demokratik yapılanışı ile ilgilidir. İktidar, bu akışta iletişimin hızını ve debisini tek yanlı olarak ayarlamaya heveslenebilir. Bunun karşılığında da yurttaşlardan gelecek haber ve bilgi akışı, az-çok bilinçli biçimde, yavaşlayabilir veya azalabilir (Korkmaz, 1999:44). Özgürlükçü, demokratik sistemin temel varsayımlarından biri, temsilcilerin seçimle göreve gelmeleri ve bunların, seçilebilmek için, temsil ettikleri vatandaşların oyuna ihtiyaç duymalarıdır. Bu ise, bir tanıtım ve ikna faaliyeti gerektirmektedir. Bu karşılıklı ilişkide, göreve talip olanlar, parti programlarını, öngördükleri vaatleri, yapacakları icraatları ve uygulayacakları politikaları halka duyurmakta; seçmenler ise kullandıkları oylarla buna bir yanıt (geri bildirim) vermektedirler. Seçim dışı dönemlerde de yine, politik kadrolar genellikle medya vasıtasıyla icraatları ve politikaları konusunda sorumlu bulundukları halka hesap vermek, onları aydınlatmak durumundadırlar. Kamuoyundan gelen istekler ve yaptırılan anketler sonucu ölçülen destek oranı, siyasilerin kendilerini gözden geçirmelerine ve alınan izlenimlere göre yeni taktikler, stratejiler, icraat planları ve bunları meşrulaştıracak ikna ve halkla ilişkiler yöntemleri geliştirmelerine zemin hazırlamaktadır. Böylece, merkez ve çevre arasındaki ‘girdi’ ve ‘çıktı’ sistemi süreci, devam edip gitmektedir (Oktay, 2002:8).

1.3.1. Siyasal İletişimde Kullanılan Araçlar

1.3.1.1. Propaganda

Propagandayı en genel anlamda, belli bir düşünceye, yaklaşıma ya da ideolojiye taraftar toplamak amacıyla yürütülen sistematik çabalar bütünü olarak tanımlamak mümkündür (Bektaş, 2002:20-21). Bir başka tanıma göre ise propaganda; telkin yöntemleri ve çeşitli psikolojik teknikler vasıtasıyla fikirleri ve değerleri değiştirme ve sonuç olarak kararlaştırılmış bir çizgiye paralel olarak davranışların değiştirilmesi amacıyla sembollerin az ya da çok istenilerek, planlı ve sistematik olarak kullanılmasıdır (Okay ve Okay, 2005:31).

Propagandanın başlıca özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Qualter, 1990:135):

1.Bilinçli bir girişim olması,
2.Başka grupların tutumları üzerinde kontrol sağlaması,
3.Tek tek bireyler dışında kitleleri hedef alması,
4.Haberleşme ve günümüzde de yoğun olarak kitle iletişim araçlarından yararlanması.

Propagandacının kullandığı temel taktiklerden biri meseleyi kızıştırma, karşıtlıklar ve kutuplaşmalar oluşturma, bir düşman üretmedir. Brown üretilen düşman fenomeni konusunda halkın yaklaşımını şu şekilde ifade eder: "Propaganda sırasında özel teknikler kullanılır. Örneğin insanların çoğu sorunların karmaşık olmaktan çok basit olduklarını düşünme eğilimindedir, önyargılarının doğrulandığını görmekten hoşlanırlar, hayal kırıklıklarından dolayı düşmanı kınamak için düşmanın belirlenmesi gereğini duyarlar" (Brown, 1992:33).

Siyasal Propaganda; bir yönetim, siyasal parti ya da benzeri bir kurum tarafından, kitlenin kendisine karşı olan davranışını değiştirmek için uygulanan bir propaganda türüdür. Bu tür propaganda gerekleştirilirken, hedefler açık biçimde ortaya konulur. Modern demokratik toplumlarda, bürokrasi ve askeri kurumlar da siyasal propaganda faaliyetine iştirak ederler. Ancak, asıl üzerinde durulması gereken, siyasal partilerin ve siyasetçilerin iktidara gelmek ya da iktidara ortak olmak için yaptıkları propagandadır. Siyasal propagandanın özünün, siyasal eylem olması gerekliliği tartışma götürmez. Bu alanda atılan adımlar, uygulamaya konan siyasalar kanaatlerin doğmasına ve bunlara destek verilmesi ya da muhalefet edilmesine neden olurlar (Bektaş, 2002:221).

Savaş dönemlerinde ülkelerin kendi haklılıklarını göstermek amacıyla, hiçbir etik kaygı göstermeksizin yürüttükleri propaganda çalışmaları, özellikle 2.dünya savaşı boyunca Nazilerin yaptıkları faaliyetler nedeniyle propaganda; çoğunlukla savaşla birlikte anılan, soğuk, korkutucu ve baskıyı çağrıştıran bir kavram olarak algılanmaya başlamıştır (Biber, 2007:88-89) .

Lerner (1985:270-271) etkin bir propagandanın koşullarını şöyle sıralamaktadır:

1)Her şeyden önce kitlelerin desteği sağlanmış olmalıdır.

2)Kitlelerin güveni sağlanmış olmalıdır.
3)Kitlelerin önceden kazanılmış bulunan bilgi, değer ve diğer şeyleri göz önünde tutulmalıdır. Propagandacının yaratmak istediği değişiklikler, kitlelerin içinde bulunduğu anda beslediği umut ve bekleyişler karşısında bile hoş görünen seçenekler olarak sunulmuş olmalıdır.
4)Kitlelerin içinde bulunduğu ortam, bekleyiş yapısındaki değişmenin gerektireceği eylem yönünde harekete geçmeye elverişli olmalıdır.

Uyarıcı-tepki ve sihirli mermi metaforu siyasal iletişim kavramlarından propagandaya oldukça uyar. Sihirli mermi kalabalığa atılır, dostlara ve tarafsızlara zarar vermeden zikzaklar çizerek gidip düşmanı bulur. Siyasal kampanyada ileti nüfus içinde yayılır; birçok kişide görülebilir bir etki yapmadan geçer; fakat siyasal yönelim arayan belli bir azınlığın şimdiki gereksinimleriyle iletinin içeriği uyuştuğu zaman etki ortaya çıkar (Alemdar ve Erdoğan, 1998:52-53).

Propagandanın en eski kuralı mesaj tekrarı yapmaktır. Televizyona çıkan bir kişi herkesin kendini dinlediğini, sokağa çıkınca herkesin onu tanıyacağını düşünür. Oysa o anda toplumun çok küçük bir kesimi o kanalı, o programı, o konuşmayı kısmen veya tamamen dinlemiştir. İnsanların bir konuşmadan etkilenmesi ve anlatılanları kanıksaması da çok düşük bir ihtimaldir. Bu sebeple her gün bir çok televizyon kanalında konuşma yapan bir siyasetçinin veya bir gazetecinin halkın küçük bir bölümünde bir yansıma bulduğu varsayılabilir. O halde siyasetçi tüm kanallarını kullanarak mesajını tekrar etmek ve insanların zihninde bir yere oturtmak durumundadır (Akdoğan, 2017:87).

Halk büyük siyasi anlatılar yerine günlük yaşantısında meselelerini çözecek reçeteler arar. Büyük kriz, çalkantı veya saldırı hallerinde ise insanlar gündelik çıkarlar yerine topluluk ruhunu ve ortak geleceği daha öne çıkaran duygusal söylemlere itibar ederler. Brown'a göre (1992:29) "insandaki tüm temel motifler duyguya şartlı olduğundan propaganda uzmanı yoğun bir şekilde sevgiden, öfkeden, korkudan, umuttan suçluluk ve amaca uygun bir arzuyu uyandırmak isteyecektir; o, daha sonraki bir safhada bu arzuyu tatmin edecek vasıtaya yalnızca kendisinin sahip olacağı görüşündedir.

Propaganda bakış açısında ve koşullara göre farklı anlamlar ifade edebilmektedir. Bu bağlamda bir örnek vermek gerekirse Lenin'in ve Goebbels'in prensiplerinden temel alan Hitler propagandası arasındaki fark şu şekilde ortaya çıkmaktadır. Propaganda Lenin için taktik anlamına gelmektedir ve bu taktik aracılığıyla gerçekleştirmek istediği amaçlar, taktik amaçlar olarak benimsenmiştir. Hitlerci propagandada ise propaganda ile elde edilmek istenen sonuçlara ulaşmak şeklinde ortaya çıkan amacın kendisidir. Bu amaç ile söylenen herbir şey kitleleri seferber etmek için kullanılan elverişli bir kalıptır (Domenach, 2003:40-41).

Kitle iletişim araçları olan gazete, televizyon, radyo, dergi, sinema, tiyatro, afiş, resim, kitap, internet ve internet teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan sosyal medya aynı zamanda çok önemli propaganda araçları olarak adlandırılmaktadırlar. Bu iletişim araçlarının herbirinin işlevi ve kapasitesi farklı olsa da şartlara göre hepsi birer propaganda aracı olarak kullanılmaktadır. Gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte propagandanın ismi ve niteliği de çeşitlenmiştir. Günümüzde propaganda etkisi ve işlevi bakımından genellikle "Algı Yönetimi" ve "Manipülasyon" olarak isimlendirilmektedir. Ancak psikolojik savaş, psikolojik operasyon, kamu diplomasisi, halkla ilişkiler gibi farklı isimler ile adlandırılsa bile tüm bu faaliyetlerin en önemli hedefinin propaganda diğer bir söyleyişle 'rıza imalatı' ve 'ikna' olduğu ortadadır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde günümüzde, Algı yönetimi ve manipülasyon kavramları propaganda tanımı yerine sıklıkla kullanılmaktadır. (SODAM, 2018:5).

İnsanları bir arada tutan şey "toplumsal denetim" olduğuna göre, propaganda ile kitle iletişim araçları ilişkisini anlamamızda toplumsal denetim kavramı açıklayıcı olabilir. Gurevitch, toplumsal denetim olgusunun açıklanmasında üç noktanın birbirinden ayrılması gerektiğini belirtir (Özkök, 1985:232-233). Bunlar toplumsal denetimin kaynağı, biçimi ve araçlarıdır. Toplumsal denetimin araçları ise psikolojik baskı araçlarıdır. Toplumsal denetimin sağlanabilmesi için bu araçların topluma yayılması gerekmektedir. Bu noktada, kitle iletişim araçları kamuoyu ile ilişkileri dolayısıyla toplumsal denetim odaklarında önemli bir konuma sahiptir (Tekinalp ve Uzun, 2013:87).

Propagandacı ileteciği mesajın hedefe hangi iletişim aracı vasıtasıyla göndereliceğine karar verirken iki önemli noktayı göz önünde bulundurmak durumundadır. Bunlardan ilki mesajın sözel, görsel, yazılı veya davranışsal sembollerden hangisi veya hangileriyle ifade edileceğidir. Diğeri ise mesajın alıcısı olan hedefin eğitim ve kültür seviyesi, beğenileri ve alışkanlıkları gibi faktörler de mesajın iletileceği aracın belirlenmesinde önemlidir.(Sönmezoglu, 2000:346)

1.3.1.2. Halkla İlişkiler

Halkla İlişkiler, bir bilim konusu olarak son yüzyılda irdelenmeye başlandığından, kavramsal çerçevesi de yüzyılımızda tartışılmaktadır. Fakat halkla ilişkiler, insanların toplum olarak yaşamaya başladıkları çok eski devirlerde de mevcut olan bir faaliyettir. Özellikle iktidarı elinde bulundurmak için, kamu yararına çalıştıklarını benimsetmek isteyen iktidarlar bilinçli ve sistematik olmasa da halkla ilişkiler faaliyetlerini gerçekleştiriyorlardı. Halkın desteğine, yönetim şekli ne olursa olsun tüm iktidarların ihtiyacı vardır. Çünkü yönetimin başarısı büyük ölçüde halkın desteğine bağlıdır (Sabuncuoğlu ,1998:5).

Halkla İlişkiler "dış alemin sempati ve iyi niyetini sağlamak amacıyla yönetici ve girişimcilerin başvurdukları usüllerin tamamıdır (Abadan, 1964:7). Bir başka tanıma göre halkla ilişkiler; "Kamu alanında devlet mekanizmasıyla halk arasında doğrudan ve dolaylı olarak yapılan ilişkiler ile bu ilişkilerde saklı etki ve davranışlardan doğan tepkinin bütünüdür" (Akat, 1984:6).

Halkla ilişkiler bir örgütle kamuları arasında iletişime dayalı olumlu ilişkiler kurma, olumlu imajlar oluşturma, geliştirme ve sürdürme amacına yönelik, planlı iletişim çabalarının toplamıdır. Bir anlamda halkla ilişkilerle çoğu zaman; iletişim ve karşılıklı etkileşim temel alınarak farklı beklenti ve ihtiyaçlara sahip tarafların, ortak amaçlar etrafında koordine edilmesi amaçlanır. Bu yönüyle halkla ilişkilerin de özünde, bir uzlaşı aracı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Ertürk, 2010:66).

19.yüzyılın sonlarına doğru Batılı toplumlarda güç, denge ve ilişkilerinin de değişmesi sayesinde baskı ve şiddetle insanları yönlendirmenin/yönetmenin mümkün olamayacağı anlaşılmıştır. Bu sebeple toplumda karşılıklı anlayış, güven ve sempati

oluşturmak amacıyla rıza ve güvene dayalı ikna ve yönlendirmenin yolları aranmaya başlanmıştır. Baskı ve şiddet yerine uzlaşı ve hoşgörüye dayalı rıza ve onayın yönetsel süreçte önem kazanması, iletişim yönetimini de kapsayan bir kavram olan halkla ilişkiler'i ön plana çıkartmıştır. Halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi, bir örgütün iç ve dış kamularla, yani örgütün hedeflerine ulaşma yeteneğini etkileyen gruplarla kurduğu iletişime ait planlama, yürütme ve değerlendirme etkinliklerinin toplamını ifade eder (Grunig, 2005:15).

Devlet ve halk ilişkisi bakımından değerlendirildiğinde halkla ilişkiler sıklıkla propagandaya benzetilmektedir. Her iki disiplin de devlet tarafından topluma ideoloji aşılanması ya da var olan ideolojinin sürdürülmesi için kullanılan tekniklerdir (Geçikli, 2010:47). Halkla ilişkiler disiplininde buna ek olarak, kamunun belleğinin genişletilmesi ve halkın sorunlarının çözümünün kolaylaştırılması gibi birden fazla amaca hizmet edilmesi" söz konusudur (Kazancı, 1995:45).

İktidar alanını işgal edenler, burada bulunma gerekçelerini, davranışlarını ve bu davranışlarından doğan sonuçları anlamlı bir açıklamaya kavuşturmakla sorumludurlar. Hemen her toplumsal sistem, meşruiyet sorunuyla bir şekilde yüzleşmek ve çevrenin bağlılığını, kendisine gösterilen ilgiyi hakedip etmediğini belirli aralıklarla değerlendirmektedir (Atiker, 1998:19). Halkla ilişkilerin işlevlerinden büyük çoğunluğunun, dolaylı olarak iktidar, güç ve kazanç elde etmek gibi farklı amaçlarla oluşturulmuş örgütlere meşruiyet sağlama açısından büyük öneme sahip olduğunu söylemek mümkündür. Halkla ilişkiler çabaları sayesinde, örgüt kendini ifade etme olanağı bulmakta, çevresine ve topluma karşı bir bakış açısı kazandırmak, örgüte yönelik olumlu tutum ve davranışlar oluşturmak mümkün olmaktadır (Ertürk, 2010:99) .

Sosyal sistemler hedeflerine ulaşmak, örgütsel etkinlik ve verimliliği elde etmek adına işbölümü ve uzmanlaşmaya önem vermek zorundadır. Bunun sonucunda; toplumdan uzaklaşmak ve demokratik yönetimin gerekliliği olan toplumda onay ve destek elde etme ikilemiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu ikilemde doğru dengeyi yakalamak önemlidir. Bu sebeple halkla ilişkiler, çağdaş ve demokratik örgütlenmelere temel özelliğini veren bu iki gerçekliğin ortaya çıkarmış olduğu ikilemden kaynaklanan sıkıntıları giderecek ve tarafları birbirine

yaklaştıracak bir fonksiyon üstlenir. Kısacası halkla ilişkiler, demokratik ve katılımcı bir siyasal kültürün yerleştiği modern toplumlar açısından bir sorun çözme ve muhtemel sorunları önleme yöntemi olarak ön plana çıkmaktadır (Uysal, 1998:37).

Demokratik kazanımların artması, iletişim olanaklarında meydana gelen gelişmeler ve çoğulculuk anlayışının geçerlilik kazanmasıyla birlikte yönetim erkini elinde bulunduranların, yönetilenler üzerindeki baskısı azalmış; toplumu dönüştürme ve yönlendirme bakımından ideolojik aygıtlar daha işlevsel bir hal almıştır. Bu gelişmeler kapsamında farklı etnik ve siyasal gruplar kendilerini kamusal alanda ifade etme olanığı elde etmiştir. Kamusal alan da farklı ses ve taleplerin yükseldiği, çok sesli bir alan haline dönüşmeye başlamıştır (Ertürk, 2010:99).

Siyasal iletişim ve halkla ilişkilerin birbirini destekleyen çabalar olması "siyasal halkla ilişkiler" kavramını ortaya çıkartmıştır. Siyasal halkla ilişkiler; parti oluşumu ve kampanyalar, partiye üyelik işlemleri, imaj ve itibar yönetimi, kamuoyunu etkileme, yasama ile ilgili işlemler, lobicilik, kamusal ve özel alanda siyasal iletişim, çeşitli konularda yönetici ilişkileri gibi siyasal süreçlerin birden fazla alanını kapsayan ve bir toplumdaki seçilmiş/atanmış politikacıların desteklenmesi ile siyasi amaçlarını geliştirmek ya da ilerletmek için sarf edilen devamlı çabaları ifade etmektedir (Osuji, 2001:13).

Gelişim süreci dikkate alındığında halkla ilişkilerin, demokratik hakların kazanımıyla eşzamanlı bir biçimde oluştuğu ve talep edilmeye başlandığını söylemek mümkündür. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin demokrasiye ilişkin tüm kurum ve kurallarla yerleşip işlerlik kazandığı toplumlarda yaşama şansı bulması, bir tesadüf değildir. Çünkü bu türden toplumlarda birbirinden farklı etnik, ekonomik, siyasi ve kültürel çıkarları temsil eden örgütlenmeler ya da güç odakları, zor kullanmadan, mevcut sisteme katılım yollarından yararlanmak suretiyle siyasal kararlar üzerinde etkili olma olanağına sahip olabilmektedir (Spicer, 1999:117).

Bir ikna süreci olarak halkla ilişkiler, gerek bir bütün olarak çeşitli dünya görüşlerinin ideolojisini yayma, gerek hükümetlerin kendi politikalarını haklılaştırma amacıyla kullanılabilir ve belli ölçüde kullanılmaktadır (Uysal, 1998:21).

Bir yöneticilik sanatı olarak halkla ilişkiler (Asna, 1993: 13) , siyasal-yönetsel bir çerçevede işler ve siyasetin temel unsurlarından biridir (Uysal, 1998:36). Siyasal kampanya süreci, haber değeri taşıyacak şekilde gündeme girecek olay ya da konular arasından kitle iletişim aracının tercihi dikkate alınarak yapılandırılmaktadır Siyasal amaçla yürütülen halkla ilişkilerin hedefleri, amaçları ve stratejileri şu şekilde ifade edilebilmektedir (Oktay, 2002:143):

- Siyasal partilerin topluma yabancılaşmasını önleyerek toplumdan ve toplumsal kaynaklardan uzaklaşmasını önlemek,
- Siyasal sistem bünyesinde yönetimin karar alma süreçlerini parti gelenekleri bağlamında yönlendirebilmek, alakalı mekanizmaları bu doğrultuda etkileyebilmek,
- Partiye bağlı olan, özedeşleşmiş veya oy verenlerin gurur duymalarını sağlayacak, "biz duygusu" geliştirecek faaliyetler gerçekleştirmek,
- Siyasal kampanya organizasyonları düzenlemek,
- Siyasal partilerin yerel teşkilatlarına yerel siyasi organizasyonlar için gerekli veri ve uzman desteğini sağlamak.

Halkla ilişkiler, siyasal iletişimde haber için kullanılan çerçeveleme yaklaşımının kullanımıyla da gerçekleştirilebilmektedir. Konu ya da bilgiyi sınırlandırarak onu çerçevesinden ayıran ve dikkati belirli unsurlara doğru çeken bir resim çerçevesi ya pencere anlamına gelen çerçeveleme "dahil etme" ve "dışlama" yoluyla "vurgulama" sürecidir (Hallahan, 1999:383; Güran ve Özarslan, 2013:302). Çerçeveleme siyasal iletişimin özellikle halkla ilişkiler faaliyetleri için oldukça kullanışlı bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir.

Halkla ilişkiler araçları temsil ettiği kuruluşa imaj ve itibar katma amacı gütmektedir. Siyasal iletişimde kullanılan önemli yöntemlerden biri halkla ilişkilerdir. Siyaset alanında halktan beklenen desteğin tam olarak sağlanabilmesi için siyasi aktörlerin söylemlerini ve faaliyetlerini uygun bir dille ifade etmesi gerekmektedir. Bu nedenle halkla ilişkiler , halk üzerinde itibar kazanmak ve imaj yaratmak amacıyla kullanılmaktadır. Siyasi kampanyalarda siyasal halkla ilişkilerin başlıca fonksiyonları şunlardır (Bostancı, 2015):

1)Haber niteliği taşıyan öykü ve kurgusal olayları planlayarak duyurumlarını gerçekleştirmek,
2)Haber medyası ile ilişkiler geliştirmek,
3)Bilgi ve haber akışını kontrol ederek istenen aday imajını ortaya çıkarmak,
4) Aday ya da parti tarafından yürütülen her etkinliğini medyada yer almasını sağlamak,
5) Medyanın özelliklerine uygun aday sunumunu ve mesajları tasarlamak.

Siyasal iletişim süreci bir tür halkla ilişkiler sürecidir. Siyasal iletişim de tıpkı halkla ilişkiler gibi günlük hayata yönelik sosyal, ekonomik ve siyasal boyutları kapsayan geniş bir alanda faaliyet göstermektedir. Siyasal iletişimde de tıpkı halkla ilişkilerde olduğu gibi uzun vadeli planlama, araştırma, ikna etme ve etkili iletişim gerçekleştirme temel ilkelerdendir (Kılıçarslan , 2011).

Halkla ilişkiler faaliyetleri sayesinde siyasi aktörler, medya ilişkilerini profesyonel düzeyde yürütmekte, kendilerini ve ideolojilerini seçmene tanıtarak ikna ediciliklerini arttırmaktadır. Bu kapsamda siyasette halkla ilişkiler:

1)Medya yönetimi: Medya ile klasik halkla ilişkiler uygulamalarını ve bu uygulamaların düzenlenmesini ve sürdürülmesini içermektedir.
2)İmaj yönetimi: adayın kişisel imajının veya partinin kurumsal imajının geliştirilmesi ile ilgilenen yöntemleri kapsar.
3)Parti örgütünün iç iletişimi: Parti içi iletişim ve bilgi akışı sağlanması, faaliyetlerin koordine edilmesi, parti üyelerinin ihtiyaç, talep ve eleştirilerine yanıt verilmesini içerir.
4) Bilgi yönetimi: İletişimi manipüle ederek lehine çevirmek, bilgiyi kamufle etmek, gündem yönetimi gibi konuları kapsar. Bu yöntemler, medya yönetimindeki yöntemlere kıyasla daha belirgin manipülasyon tekniklerini içermektedir.

20.yy'da yaşanan teknolojik gelişmeler ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla beraber siyasal iletişimin önemi artmıştır. Siyasal iletişim alanında yapılan akademik araştırmalar incelendiğinde siyasal iletişimin dar anlamı içinde yer alan siyasi partilere yönelik araştırmaların gerçekleştirildiği görülmektedir. Siyasal iletişimin önemi günümüzde farklı bir boyut kazanmıştır. Siyasal iletişime özellikle

halkla ilişkiler açısından bakıldığında, halkla ilişkiler, hızlıca gelişmekte olan bir alan olmakla beraber yalnızca halkla ilişkileri değil halkla ilişkilerin yanında siyasal iletişimi de bünyesinde barındırmaktadır. Örneğin, Obama, 2008 yılı başkanlık seçimlerinde yalnızca başkan olmak için çabalamamış aynı zamanda siyasal iletişim alanında da lider olma çabasına girişmiştir. Obama, mesajlarını aktarabilmek için sadece genel yöntemlerden yararlanmamış genç hedef kitleyle de bağlantı kurabilmek için sosyal medyadan da yararlanan ilk siyasetçilerden biri olmuştur (Difulvio, 2019).

1.3.1.3. Reklamcılık

Bir mala ya da hizmete yönelik talepleri arttırmak amacıyla kitle iletişim araçlarından yararlanılarak geniş kitlelere ulaşma, onlarla işbirliği kurma çabası, reklam olarak tanımlanmaktadır (Biber, 2007:90). Reklam ve reklamcılık faaliyetlerine, siyasal iletişim perspektifinden bakıldığında ise içinde yaşadığımız çağda kitle iletişim araçlarının gelişimi ve faaliyetleriyle bireysel/yüzyüze ilişkilerin ve grup bağlarının zayıflaması, yaşamın rasyonelleşerek tek tip hale dönüşmesi ile siyasal partilerin arasındaki farkların azalmaya başlaması, sürekli değişim ve dönüşüm geçiren dünyamızda insanların yalnızlaşması ve meydana gelen gelişmeleri anlamaktan aciz kalmaları sonucunda siyasal reklamcılık, seçmeni bilgilendiren önemli bir siyasal iletişim aracı olarak ortaya çıkmıştır (Aytekin, 1996:196).

Siyasal reklamcılık, siyasi gücün seçimlerle belirlendiği ve siyasi güce itiraz edildiği, dağıtımların olduğu, aday olan siyasi aktörlerin birbirleriyle rekabet ettiği sistemlerde ortaya çıkmaktadır. Siyasal reklamcılık, partilerin ve adayların kitle iletişim araçlarıyla seçim kampanylarında kendilerini sundukları bir reklam çeşididir (Kaid vd., 2008:3).

Seçim dönemlerinin vazgeçilmez enstrümanlarından biri olan siyasal reklam, "aday ya da parti tarafından medyadan yer ve zaman satın alınarak, seçmenlerin tutum ve davranışlarını söz konusu aday veya parti lehine oluşturmak amacıyla geliştirilen mesajların hazırlanması ve yayınlanması ile ilgili bir siyasal kampanya iletişim faaliyeti" olarak tanımlanmaktadır (Uzun, 1992:122).

Siyasal reklam türleri içerikleri açısından şu şekilde sınıflandırılabilmektedir (Uztuğ, 2004:318):

• Parti konumu ve kimliğini öne çıkartan reklamlar,
• Lider imajlarını geliştirmeyi amaçlayan reklamlar,
• Adayın partililik bağını, partiye olan bağlılığını vurgulayan reklamlar,
• Adayların kişisel özelliklerini , tecrübe ya da başarılarını vurgulayan reklamlar,
• İktidarın kendi icraatlarını öven, öne çıkartan (olumlu reklamlar) ya da muhalefet açısından iktidarın icraatlarını eleştiren ve küçümseyen reklamlar (olumsuz reklamlar),
• Belirli toplumsal katmanları ya da demografik grupları doğrudan hedef alan reklamlardır.

Siyasal reklamların amaçları şu şekilde sıralanabilir (Uztuğ, 2004:316).
• Kısa zamanda yeni bir adayı ya da partiyi tanıtabilir
• Kampanya gündemi oluşturma ve yönlendirmede önemli işleve sahiptir,
• Seçmen tutumlarını siyasal bilgilendirme ve ikna aracılığıyla değiştirebilir.

Seçim için yapılan propagandanın ticari reklamdan farklı olmadığını ileri süren siyasal iletişimci Habermas ise; seçim kampanyalarında gözlemlenen 'reklam' etkisini şöyle açıklamaktadır (Bektaş, 2002:230) : "Motiflerin içerikleri tahlil edilerek, detaylandırılarak, kamuoyu yoklamalarının yönlendirici biçimde değerlendirilmesi ve çağdaş reklam teknikleriyle, sonucu sosyo-psikolojik olarak garantileyecek şekilde kullanılabilen veriler elde ediliyor. Seçim kampanyasının konuları önce araştırılıyor, sonra sahneleniyor, liderlerin ve takımın vereceği imaj önceden saptanıyor, sloganlar test ediliyor, radyo ve televizyon önündeki kitlesel törenler senaryoya göre etüt ediliyor, planlanan bu ihtişam gene planlı olarak güvenlik, suç ve otorite komplekslerine seslenen beyanlarla birleşerek siyasi pazarlamanın stratejik yasalarına göre tamamlanıyor, en doğru bir zamanlamayla ve bilimsel olarak paketlenen seçim hediyeleriyle, hem de fiyatları dondurma sözü verme benzeri palyatif önlemlerle sürdürülüyor. Siyasal reklamlar seçmenlerin; toplumsal durum, parti politikaları, siyasi adaya ait bilgiler, adayın ya da partinin muhalifleriyle olan münasebetleri gibi birden fazla konuda seçmeni bilgilendirmektedir (Lee, 2008:564). Siyasal reklamın en önemli etkilerinden biri

siyasi parti ya da adayın imajının oluşturulması etkisidir. Siyasal reklamlar aday imajının değerlendirilmesi bakımından önemlidir. Özellikle konulu filmler aday imajının reytingini artırarak olumlu bir etki oluşturmaktadır (Devran, 2003:17).

Domenach, propaganda ve siyasal reklamin iç içe geçmiş olduğunu ifade eder. Reklamın, yeni tekniklerin ve fizyoloji, psikoloji ve ruh çözümlemesi gibi araştırmalardan faydalanan bir alan olmaya başlamasıyla birlikte esinleyici ve sarsıcı olmaya başladığını ifade etmeketedir. Siyasi propaganda da tıpkı reklamda olduğu gibi bu yöntemlerden faydalanmaya başlamıştır. Propagandanın diğer kaynağı olan politik ülkü ise, siyasetin sömürge isteği olarak dile getirilmesi olduğundan totaliter felsefeye sahiptir. Domenach bu tür propaganda için "kendi başına bir silah' tanımlamasını kullanarak, 'propaganda taktik bir ilerlemeye bağlı değildir, kendi kendine bir taktiktir. Kendine has yasaları bulunmaktadır. Diplomasi ve ordu gibi kullanılan özel bir sanat haline gelmiştir. Söz konusu sanatta gerçek bir psikolojik etkisi, vurucu değeri olan her şey kullanılabilir. Söz amacına ulaşınca, düşüncenin hiçbir önemi kalmamaktadır' ifadelerini kullanmaktadır (Özkan, 2004:196).

Siyasal reklamların seçmen tercihlerine etki ettiğini gösteren çeşitli araştırmalar vardır. Örneğin Özkan toplumsal şartlara ve döneme bağlı olarak siyasal reklamların seçmen tercihine olan etkisinin %4-5 civarında olduğunu ifade etmektedir (2002:22-23). Siyasal katılım düzeyinin artmasında da siyasal reklamların önemli bir fonksiyonu vardır. Siyasal reklamın seçmeni oy kullanma yönünde, ülke yönetimine ortak olma yönündeki teşvik çabaları siyasal katılımın da artışını sağlayabilmektedir (Akay, 2012:158).

Yapılan araştırmalar, seçilmek isteyen siyasi adayların, kendilerini tanıtmanın yanı sıra diğer rakip adaylara karşı saldırıya geçerek amaçlarına ulaşabileceğini belirtmektedir. Bu tür bir stratejinin seçim süreci üzerindeki etkileri tartışılmaya devam edilirken, diğer yandan, önceki seçim dönemlerinde oluşan sonuçlardan rahatsızlık duyulduğu da kabul edilmektedir (Ansolabehere ve Iyengar, 1995:112). Siyasal seçim dönemlerinde, partiler veya adayların, rakiplerini seçmenin gözünden düşürme maksatlı, negatif unsur kullanılarak yapılandırılan mesajlarla ya da korku çekiciliğini ön plana çıkarmak suretiyle siyasal reklam kampanyaları yürütmesi beklenen bir gelişme haline gelmiştir.

Negatif söylemlerle oluşturulan siyasal reklamlar genellikle, muhalefetteki veya kamuoyu araştırmalarının alt sıralarda gösterdiği parti ya da adaylarla ilişkilendirilmektedir (Balcı, 2007:138). Fakat bu yaklaşım günümüzde önemini kaybetmektedir. Çünkü konuya yönelik yapılan ilk çalışmalar negatif içerikli reklamları doğrudan saldırı reklamları olarak görmüştür. Buna karşın, çoğu seçim döneminde, bulunduğu göreve yeniden aday olanlar, rakiplerinin aleyhine ve kendi lehlerine olacak şekilde dolaylı da olsa negatif reklamları kullanabilmektedir. Böylelikle mevcut adaylar veya partiler, siyaseti kavga ortamı haline getirmeden, negatif siyasal reklamın ikna edici avantajlarından faydalanabilmektedir (Johnson-Cartee ve Copeland, 1991:56).

Negatif siyasal reklamcılık ögelerinin "korku" unsuruyla kullanıldığı kampanyalarda seçmenlerin ikna edilebilirliğine dair kanıtlar (Kaid vd, 1992:289) iki açıdan desteklenmektedir. İlk olarak, muhtemel ya da geleceğe dair korku çekiciliği; partinin mevcut konumuna, tartışmalı konular ve sorunlar karşısında sergilediği duruşa paralel şekilde gelişen bir söylemle adayın yapacakları veya amaçları vurgulanmaktadır. Yani bulunduğu konuma aday olanlar, daha önce deneyimi olmayan rakiplerine karşı, kampanyaları değerlendirerek, onlara karşı korku çekiciliği unsurlarını kullanmaktadır. İkincisi, geçmiş döneme dayalı korku çekiciliğidir. Bu, bir siyasal partinin ya da adayın önceki dönemlerine vurgu yapılmasıyla şekillenmektedir. Daha çok belirli bir siyasal seçimle iş başına gelmiş adaylar ya da hali hazırda görevini sürdüren adaylara karşı kullanılmaktadır. Çünkü bu aday ya da partilerin sorgulanabilecek, incelenebilecek, saldırılabilecek eylem ve icraatlarından oluşan bir sicilleri bulunmaktadır (Johnson-Cartee ve Copelan, 1997 :104). Korku unsuru, seçmenleri belli bir adayı tercih etmekten vazgeçirmeye ya da seçmenleri oy verme davranışından men etmeye, hatta uzun vadede de olsa, seçmenlerin siyasetten uzaklaşmasına neden olabilmektedir (Johnson-Cartee ve Copeland, 1997:105).

1.2.3.4.Pazarlama

Siyasal pazarlama; partinin yada adayın kamuoyu araştırmasını ve çevre analizini kapsayan, oyları karşılığında seçmen grupları memnun edecek fikirlerin

üretilmesi ve bu fikirlerin tutundurma amacıyla kullanılması sürecidir (O'shaughnessy, 1996:172).

Pazarlama bir ürünü pazara uygun hale getirme, tüketiciye tanıtma, rakipleriyle arasında bir fark yaratma ve minimum araçla satıştan elde edilecek karı en yüksek seviyeye getirmek amacıyla kullanilan tekniklerin bütünüdür. Siyasette pazarlama ise bir adayın potansiyel seçmenlerine uygunluğunu olanaklı hale getirmek, adayı en yüksek sayıdaki seçmen kitlesinin ve bu kitledeki her bir seçmenin tanımasını sağlamak, rakiplerle -muhalefetle- farkını yaratmak ve minimum araçla, bir kampanyayı kazanmak için gerekli olan oy sayısını elde etmek maksadıyla kullanılan tekniklerin tümüdür (Bongrand, 1992:17).

Pazarlama karması elemanlarının siyasal pazarlamada görünümü şu şekildedir (Bowler vd., 1996:172):

a) Ürün: Lider, Parti Programı ve Adaylar
b)Fiyat : Seçim Sandığına Gitme, Oy Kullanma, Üye Aidatları, Bağışlar, Devlet Desteği
c)Dağıtım : Kitle İletişim Araçları, Gönüllü ve Paralı Çalışanlar, Partinin İl ve İlçe Teşkilatları, Düzenlenen Sosyal Etkinlikler ve Toplantılar
d)Tutundurma: Reklâm, Halkla İlişkiler, Kişisel Propaganda, Tanıtım, Haber Niteliği Taşıyan Programlar ve Oy Artırıcı Diğer Çalışmalar.

Siyasi ürün ; bir siyasi partinin lideri, adayları, programları, ideolojik ekseni, felsefesi ve kimliğidir. Seçmen kitleleri siyasi ürünün toplam değerini en iyiden en kötüye doğru değerlendirir ve büyük ölçüde bu değerlendirmeye göre tercih yapılır. Siyasi ürünleri oluşturan unsurlardan hangisinin belirleyiciliğinin ön planda olduğu ise toplumdan topluma, demokrasinin yaşam dönemlerine, sorunlarının ağırlığına bağlı olarak değişir (İslamoğlu, 2002:116). Siyasal pazarlamada fiyat; söz verilen hizmetler karşılığında seçim zamanı adaya ya da partiye verilen oy, üyelerden alınan aylık ücretler ve adaya/partiye yapılan diğer hizmetlerdir (Tek, 1999:495). Üye aidatı, bağışlar, partiye verilebilecek çeşitli hizmetler, ürünler karşılığı bir bedel olabileceği gibi, seçim zamanı adaya veya partiye oy vermek şeklinde de olabilir. Adayı desteklemek için ödenen fiyat; oy vermek için sandığa gitmenin maliyeti,

kampanyaya bağışı ve gönüllü çalışmalar sayılabilir. Ayrıca seçmenin adayın değerlerini kabul etmesi veya adayın seçmeni hoşnut edebilmek için değerlerini değiştirmesi de bu alışverişin bir başka yönü sayılabilir. Oy verme, psikolojik bir satın alma türüdür ve satın almayla oy verme davranışı arasında paralellik mevcuttur (Gürbüz, 2004:64). Siyaset pazarlamasında dağıtım; siyasi ürünlerin ve siyasi ürünlere ait mesajların, seçmen kitlelerine en kısa yoldan, en uygun zamanda, ekonomik ve etkin biçimde ulaştırılması sürecidir. Siyasette tutundurma; bir siyasi partinin, bir adayın ya da liderin kendisiyle ya da siyasi hedefleriyle ilişkili çeşitli bilgileri kitlelere, hedef seçmen gruplarına ya da bireylere arzulanan biçimde ulaştıran ve birçok elemandan oluşan bir haberleşme sürecidir (İslamoğlu, 2002:138).

2.Dünya savaşıyla birlikte pazarlama kavramının içeriği değişmiş, 1970'lerden itibaren pazarlama sadece malları kapsayan değil hizmetleri de kapsayan işletme dışı faaliyetleri de içinde barındıran bir süreç haline gelmiştir. Bu anlayış genellikle değiş-tokuş kavramları çerçevesinde değerlendirilmeye başlanmıştır (Bagozzi, 1975:32-39). Değiş-tokuş, insanların arzu ettikleri nesneleri elde etmek için kullandığı en önemli yol olarak ifade edilir. Değiş-tokuşun ihtiyaç ve isteklerin doyurulması amacına yönelik karar alma süreci pazarlama ile doğrudan ilgilidir. Bu süreç iki taraf arasında iletişim ve dağıtımın gerçekleştiği ortamlar içinde gelişir (O'shaugnessy, 2001:1047-1057). Siyasal pazarlamada seçmenler ile siyasi aktörler için (parti, aday) bir değiş-tokuş söz konusudur. Seçmenler kullandıkları oy ve zamanlarına karşılık olarak siyasal partinin sağlayacağı yasama kararlarını elde edeceklerdir. Sonuç olarak bir memnuniyet ya da pişmanlık durumu ortaya çıkacaktır. Değiş-tokuş yaklaşımında siyasi partiler, adaylar ya da fikirler ürün olarak kabul edilmekte, maddi değeri olmayan bir "değiş-tokuş" süreci içerisinde değerlendirilmektedir. Oy (pişman olma durumu) ve zaman seçmenlerin katlanacağı maliyet olarak değerlendirilmekte; fayda ise parlamentoda yer alacak milletvekillerinden beklenen yasama kararları olarak görülmektedir.

Siyasal kampanyaları pazarlama disiplini içerisinde değerlendiren bir diğer yaklaşım ise pazarlamayı, kitle davranışlarını etkilemede kullanılan yönetimsel bir teknikler bütünü olarak tanımlayan yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre, pazarlamanın iki temel karar alma alanı vardır. Bunlar; ikna edici iletişim, özellikle reklam ve kişisel satış ile ürün tasarımında ve ürünlerin dağıtımında tüketicilerin davranış kalıplarına

uygunluğunu sağlama kararlarıdır (Butler ve Collins, 1996:32-45). Siyasi partiler kampanyalarını özellikle kararsız olan seçmen kitleleri üzerinde yoğunlaştırmaktadır. Bunun sebebi kararsızların dışında kalanların kampanyalar başlamadan çok önce karar sahibi olmalarıdır. Kararsız seçmenleri, reklam, TV programları gibi ikna edici iletişim programları ile etkileme gayretleri bulunmaktadır. Özellikle son yıllarda internet aracılığı ile siyasi partilerin seçmenlere web siteleri ve elektronik posta ile kendilerini tanıtma çabaları içerisinde oldukları görülmektedir (Shaw, 2002:39-64). Günümüzde tüm bunlara ek olarak sosyal medya mecralarınında süreçte önemli role sahip olduğunu ifade etmek gerekir. Parti, lider ve program oluşturma süreçleri tamamen seçmenlerin beklentileri dikkate alınmaktadır. Seçmenlerin beğendikleri özellikler ön plana çıkartılarak kritik başarı faktörleri olarak kullanılmaktadırlar. Her iki yaklaşımda da pazarlama bilgi ve araçlarının siyasal pazarda da etkili ve faydalı olacağı inancı hakimdir .

Siyasal pazarlama karması elemanlarının her biri seçmene yönelik faaliyette bulunmakta ve her birinin yaptığı olumlu etki, diğer karma elemanlarına yönelik seçmen tutumunu da pozitif yönde etkileyebilmektedir. Seçim kampanyalarında siyasal pazarlama karması elemanları kullanılarak, seçmenlerin algılamaları, tutum ve oy verme davranışları etkilenerek, seçmenlerin partinin tercihleri doğrultusunda hareket etmesi sağlanabilir (Divanoğlu, 2008:106).

İKİNCİ BÖLÜM

2. DEĞER VE SİYASAL DEĞER KAVRAMLARI

2.1. ALGI VE TUTUM KAVRAMLARI

Değer kavramının tanımını yapmadan önce algı ve tutum kavramlarına değinmek, değer kavramının niteliğinin tam anlamıyla ortaya konulabilmesi açısından önemlidir. Bu sebeple bu başlık altında algı ve tutum kavramlarına değinilecektir.

Bireylerin belli bir yöne doğru eyleme geçebilmesi için gerekli olan ön koşul, bireyin o yönde var olan bir seçeneğin varlığını bilmesi ve bu bilgiyi algılayabilmesidir. Bireylerin dış dünyadaki nesnelerle ilişki kurması, bu nesnelerle ilgili bir takım yargılarda bulunması, daha sonra ise belirli bir davranışa yönelmesi duyu organlarının söz konusu nesnelere ilişkin olarak ilettiği mesajlarla gerçekleşir. Algılama dediğimiz eylem, dış dünyada var olan soyut ya da somut nesnelere ilişkin olarak sahip olduğumuz duyumsal enformasyonlardır (İnceoğlu, 1985: 10). Algılama, duyumları anlam şemaları içerisine oturtma işlemidir. Bu sebeple 'anlam vermek olarak algılama' sürecinde kültürel etkenlerin önemli bir rolü bulunmaktadır. Kültürlerin herbiri duyumsal verileri kendilerine göre bir şemaya uygun biçimde anlama dönüştürmektedir (Tekinalp ve Uzun, 2013:75).

Tutum kavramı ise, birbirine benzer olan ve çok sayıdaki tepkinin bir araya getirilmesiyle oluşan davranış eğilimidir (Allport,1929). Bir başka tanıma göre ise tutum, kişinin herhangi bir özel durum ya da objeye yönelik benimsediği duygu, inanç ve davranış eğilimleridir (Baron ve Byrne, 1977).

Tutum kavramı, Amerikan sosyal psikolojisinde önemli bir yere sahiptir. Kitle iletişim araçlarının önemli problemlerinden biri de gruplar ve toplumdaki çeşitli katmanların içerisinde yer alan bireylerin tepki kalıpları ile iletişim sürecinin

iletişimcinin amaçladığı biçimde işleyebilmesi için iletişimcinin yararlanacağı imkanlar arasındadır. Bu sebeple iletişimde etki araştırmaları, tutumların nitelikleri ve tutum değişimi gibi konularla yakından ilişkilidir (Tekinalp ve Uzun, 2013:75).

Şerif'e göre (1985:102-105). değer, "kişinin içinde özümsenerek onda bir hazır olma durumu, belirli nesnelere ya da durumlara karşı bir tavır alma oluşturur. Buna göre değer tutumun içeriğidir".

Tutumlar, değerlendirmeler ve deneyimlerle değişir. Bu değişim, hem bireyin geçmişte sahip olduğu tutumlara hem de bu tutumları tanımlayan değer sistemine bağlıdır. Tutum ve davranış üzerinde kalıcı bir değişiklik öncelikle değerin değişmesiyle olanaklı olmaktadır. Köklü değerlerin değişmesi ise değişime karşı dirençli olduklarından son derece zordur. Dolayısıyla bireyler ya değerlerine uygun davranırlar ya da davranışlarına değerlerine göre değiştirirler (Mayton, Ball-Rokeach ve Loges, 1994:4).

Tek bir değerin etkisi davranış ve davranışın niteliğini açıklamada yetersiz kalabilir. Her ikisini de belirleyen birden fazla değer ölçütü ve alanı bulunmaktadır (Özensel,2003). Birbirinden farklı değer ölçütlerinin ve alanlarının zihinde uyumlu hale getirilmesiyle kişi, birbiriyle tutarlı olmayan hatta birbiriyle çatışan, zıt değerlere göre davranış sergileyebilir (Güngör, 1998:76). Çünkü kişi söz konusu zıt değerleri zihninde meşrulaştırmıştır. Meşrulaştırmadan kastedilen, farklı değerlerin meşrulaştırılması değil, farklı ilgilerin, yarar ve çıkarların meydana getirebileceği zihinsel çatışmaları önlemek için değerler düzeyinde zaten varolan bir uzlaşımdır. Örnek vermek gerekirse (Özensel,2003); demokrasiye çok değer veren bir kişi, anti demokratik anlayışa aynı şekilde değer veremez. Demokrasiye verdiği değerle birlikte farklılıklara da değer verecek, farklılıklara değer vermiyorsa demokrasiye değer vermiyor olacaktır. Bu durum, kişinin nesneye yönelik toplumsal olarak onaylanan ilgi, çıkar ve yararından değil, bu onayı sağlamak için referans olarak kabul edilen değerler arasındaki uzlaşımdan kaynaklanmaktadır.

Sosyo-psikolojik çalışmalarda tutumun şiddeti, karmaşıklığı, diğer tutumlarla ilişkisi ve merkeziliği, ögeler-arası ve tutumlar arası tutarlılığı önemli bir yere

sahiptir (Kağıtçıbaşı, 1982:88-94). Tutumun gücü, bilişsel, duygusal ve davranışsal ögelerin gücünün toplamına eşittir. Siyaset alanından örnek vermek gerekirse, aynı partiye oy veren "a" ve "b" kişilerinin oy verme davranışı aynı güce sahiptir. Fakat "b" kişisi partisini daha çok sevmektedir yani tutumun duygusal ögesi çok güçlüdür. "a" kişisi ise partisine diğer partilerden iyi gördüğü için oy vermektedir; tutumunun duygusal ögesi "b" kişisine göre daha zayıftır. Bu durum onları oy verme davranışı dışında daha başka anlamlı davranışlara yöneltebilir veya yöneltmeyebilir. Bir başka örnek vermek gerekirse sol görüşün yararlı olduğuna dair olumlu görüşe sahip birisi, olumlu duygusal ögeye de sahiptir bu sebeple davranışsal ögesi de olumludur. Bir başka kişi ise, sol görüş hakkında olumlu düşüncelere sahip olmasına rağmen, oy verme davranışının bir işe yaramayacağını, elinden bir şey gelmeyeceğini düşünebilir. Bu sebeple kişinin tutumu ve davranışı arasında bir tutarlılık bulunmaz. Sol tutum da bu sebeple güçlü hale gelip iyice yerleşemez. Tutumlar diğer benzer tutumlarla da uyumluluk içerisinde görünebilir. Yine siyaset alanından örnek vermek gerekirse Faşist eğilimlere sahip bir birey, yetkeci yani baskıcı görüşleri bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutta destekleyebilir (Tekinalp ve Uzun, 2013:78).

2.2. DEĞER KAVRAMI

Felsefenin üç ana konusundan biri olan değer kavramı, bireyin basit bir ihtiyacını karşıladığı varlıklara yönelik olarak gerçekleştirdiği deneyimsel-mantıksal yüklemelerden, otoritesine kayıtsız şartsız boyun eğdiği bir Tanrı'ya olan inancı sebebiyle yöneldiği manevi değerlere kadar varan geniş bir alanı kapsamaktadır (Şerif, 1985:95).

Sürekli olarak bilme, anlama çabası ve eylemde bulunan insanın tercihlerinde ve kararlarında değerler, tutumlar, inançlar, amaçlar, motivasyonlar gibi sosyo-psikolojik temelli pek çok faktör etkili olmaktadır. Bu bağlamda insanların her eylemi, kararı ve tercihi bir değere işaret etmektedir (Güngör, 1998:17).

Toplum, bir sistemler bütünü olarak ele alındığında her sistemin kendini tanımladığı ve işlediği bir alan ve bu alanların da kendine özgü değerlerinin olduğu görülmektedir. Gündoğan'ın (2002), biyolojik alanda sağlık, estetikte güzellik-çirkinlik, dinde kutsallık, ekonomide hak-emek, ahlakta iyilik-kötülük gibi alanlarla

ilişkilendirerek örneklendirdiği değerler, aslında ilişkilendirildikleri alanın dışında toplumsal yapının öteki alanlarıyla da iletişim halindedir. Alanlar ve değerler arasındaki kaçınılmaz bu etkileşim bireyin, toplumla düşünce ve eylemleriyle kurduğu ilişkisinde ortaya çıkan uyum/uyumsuzluğun da kaynağıdır. Yararlı, istenilen, beğenilen, toplumsal hayat için bir tatmin ölçütü, toplumsal hayata katılımda bir güvenlik, anlamlılık, amaçlılık ve geleceğe yönelimlilik duygusu kazandıran (Kilby, 1993:59) her şeyin olumlu/olumsuz bir "değer" taşıdığı göz önüne alındığında aslında değer, hem varlık alanını oluşturan kavramlar, olaylar, durumlar geniş anlamıyla nesnelerde bulunan, hem de ona yüklenen bir önemliliktir (Aydın, 2003:122). Değer yüklenen nesne, her zaman birey veya grup için en iyi olmayabilir fakat önem düzeyi ona ulaşmak için verilecek emeğin düzeyini de belirler (Fichter, 1994).

Ülken'e (2001, 218-226) göre değerler iki yolla elde edilmektedir. Değerler ya tecrübe, ya zihinsel etkinlikler ya da zihin dışı etkinliklerle edinilmekte ve geliştirilmektedir. Belirli bir duyu verisi ile kavranan varlığa ilişkin bilgiler, bir takım mantıksal işlemlerden geçirilip varlıktaki değer keşfedilmektedir. Zihin dışı değerde ise tecrübe bir araçtır. Bu değerler tecrübe ve zihinin sınırları aşılarak tecrübe edilmektedir. Bilim insanları değerler konusunda konunun objektifliğine yönelik çeşitli kaygılar bulunması sebebiyle uzun yıllar sessiz kalmışlardır (Ünsal, 1981:16). Sosyologlar değer kavramının önemini kabul etmekle beraber, psikolog ve sosyal psikologlar değer konusunun bilimsel bir problem olduğunu kabul etme noktasında isteksiz davranmışlardır (Şerif, 1985:96). 1930'lardan sonra, psikolojide bilimsel yöntemin değerler konusuna da uygulanabileceği kabul edilmiş ve değer kavramı farklı yönleriyle ele alınmaya başlanmıştır (Ünal, 1981:17).

Değer kavramına ilişkin tanımlara bakıldığında çok farklı tanımlar bulunmaktadır. Alport değer kavramını benlikle ilişkili olarak algılanan manalar biçiminde tanımlamakta ve bir şeyi değerli görmenin, onu tercih etmek, ona bağlanmak, ona ulaşmak amacıyla çaba sarfetmek anlamına geleceğini ifade etmektedir (Ünal, 1981:1). Bireyin ilgisine mazhar olan veya bir ihtiyaca cevap veren varlıklar, birey tarafından değerli sayılmaktadır (Güngör, 1993:21). Öte yandan toplumun bireye, arzu edilen ya da arzu edilmeyen, hoşgörülen-hoşgörülmeyen, davranış kalıplarını gösterdiği standartlara da değer denilmektedir (Dönmezer,

1993;21). Vroom (1964:15-16) değerleri *bireyin çeşitli sonuçlar arasında seçim yapmasına yardımcı olan zihinsel bileşenler* şeklinde ifade ederek değerlerin şiddetinin rakamsal olarak ölçülebilirliğinin de mümkün olabileceğini ifade etmiştir. Wroom'un tanımını biraz açıklamak gerekirse; birey bir sonucu elde etmeyi elde etmemeye yeğliyorsa birey için o sonuç olumludur. Matematiksel olarak ifade edilecek olursa, birey açısından o sonucun değeri 0 / +1 arasındadır. Sonucun istenirlik yoğunluğu da rakamsal olarak 0 ile +1 arasında bir değer olacaktır. Şayet birey bir sonucu elde etmemeyi elde etmek istiyorsa, sonuçtan sakınılıyordur ve bireyin sonuca yüklediği değer olumsuzdur. Bu değer her bireye göre -1 ve 0 arasında değişen bir niceliktir. Birey ne kadar tatmin bekliyorsa sonuç onun için o kadar değerli görülmektedir (Anık, 2000:119).

Schwartz, değer kavramını "insanların eylemlerini seçmek ve meşrulaştırmak ve kendileri de dahil olmak üzere insanları ve olayları değerlendirmek için kullandıkları kriterler" şeklinde tanımlamaktadır (Schwartz, 1992:1). Bir başka tanıma göre ise değer dediğimiz kavram "toplumları özelleştiren bir araçtır. Değerler, kültür ve topluma anlam ve önem veren ölçütlerdir (Fitcher,1990).

Schwartz ve Bilsky'nin yapmış olduğu aşağıdaki altı maddede toplu olarak görülebilmektedir (Aydın, 2005:9):

1) Değerler denilen kavram inançlardır ve bu sebeple nesnel duygulardan arındırılmışlardır; fikir özelliği bulundurmazlar, işleve sahip olduklarında duygularla iç içe olan bir yapıdadırlar.

2) Değerler, insanların amaçlarıyla ve bunları elde etmede önemli etkiye sahip olan davranış türleriyle ilişkiye sahiptirler.

3) Değerler kavramı tikel faaliyet ve vaziyetlerin üzerindedirler; bu bağlamda bütün ilişkilerimiz için geçerli olmaktadırlar.

4) Değerler, insan eylemlerini ve eylemlerin dönüşümünü oryante etme işlevini yerine getirirler.

Her yeniçağın, bir önceki çağın değerlerinden kurtulmak için verilen mücadeleden ibaret olduğunu söyleyen Wildenband'a göre felsefe başlı başına bir değerler felsefesi alanıdır (Özensel, 2003). Felsefe tarihinde değer konusunda iki ana çizgi vardır. Bunlardan ilkine göre 'değerler rölatiftir", ikincisine göreyse 'değerler mutlaktır. Aynı çağda toplumdan topluma veya aynı toplumda çağdan çağa ya da aynı toplumda mensup olunan kategorilere göre değerler değişebilir. Değişim bütün cemiyet ve kültürlerin en mühim özelliğidir. Tarihselci felsefe evrensel, değişmez değerler anlayışını reddeder. Dilthey'e göre insanlar ve toplumlar belli tarihsel dönemlere özgü olarak kendilerine amaçlar koyarlar, bunları gerçekleştirmeye çalışırlar. Ancak tarih bize bu amaçların anlam ve içerik bakımından sürekli olarak değişikliğe uğradığını gösterir. Çünkü her tarihsel fenomen sonlu, bundan dolayı da görelidir (Dilthey, 1962:68).

"Değerler mutlak" diyen görüşe göre, her türlü değer, mutlak olarak doğru ya da yanlıştır. Eylemler insanların kanaatlerinden bağımsız olarak doğru ya da yanlıştır. Değer yargıları değişse bile değerler değişmez, çünkü değerler, doğal nesneler gibi kendi başlarına vardır (Arslan, 2002:103). İnsanların değerleri yaratması değil ancak bunların bilincine varması söz konusudur. Zaman ve tarih üstü olarak tasarlanan değerler değişime de tabi olmadıkları için ancak insanın değerler hakkındaki bilincinin ya da görüşünün değişimi söz konusu olabilir. "Değer" ve "değerlendirme" arasında ayrım yapılması bu görelilikten kaçınmak içindir. Buna göre "değerlendirmeler başkalaşır, görelidir, her zaman değişkendir ama değerin kendisi öncesiz-sonrasızdır, başkalaşamaz" (Bochensky, 1996:68).

İnsanlar etraflarından meydana gelen olayları ve hayatlarını sürdürdükleri dünyayı açıklamak ve anlamak amacıyla değerlerden yararlanırlar. Değerin olduğu yerlerde her zaman bir değerlendirme, karşılaştırma ve hüküm verme vardır (Avcı, 2007:18). Bu bağlamda değerler, insanların zihni içeriklerinin ve önceliklerinin göstergesi özelliğini göstermektedir. Söz konusu öncelikler, birey olarak insanları ifade eden değer evleviyetlerine göre düzenlenmiş hiyerarşik bir yapılanmaya neden olmaktadır (Bilgin, 1995:83). Hiyerarşik sıralamada en üstte bulunan değer, o birey ya da grubun temel değerini ifade etmektedir. Bu sebeple bazı insanlar için güvenlik güçten daha mühim bir değer ifade ederken diğer bireyler için güç ve başarı denk öneme sahip değerler şeklinde ifade edilebilir.

Nietzsche'ye göre, tüm tavır alışların kaynağı olan değer, insanın üretimidir. Ona göre, insan, kendi değerine olan inancını sürekli kılabilmek için genelin/toplumun iyiliğini ifade eden bütünlük, birlik gibi tasarılarla, sonuçta kendi değerini de tasarlamış olmakta, kendi oluşturduğu bu kavramların aslında gerçeklikle ilgisi olmadığını gördüğünde ve değer karşısında giderek öznelliğini yitirdiğinden değersizleşme başlamaktadır (Nietzche, 2002). Kültür, kurumlar ya da bireylerin kişiliğinin bir toplamı olan değerler Hobbes'a göre insanın kudretinin kullanımı için gerekli olduğundan başkalarının ihtiyacına ve yargısına göre değişmektedir. Yine Hobbes'a göre insanın kendine biçtiği değer ne kadar yüksek olursa olsun, gerçek değeri başkasının takdir ettiğinden fazla değildir (Hobbes, 2005:69). Değerler öğrenme sistemleri ve paylaşılan anlamlar yoluyla bir sonraki nesne aktarılarak gelenekselleşirler. Bireyin bilinçli ya da bilinçdışı kabul ettiği bu aktarım, davranış ilkelerine dönüştürülerek toplumsal değerleri oluşturur. Vatan ya da idealler için ölümün göze alınması hatta yaşamın değil de ölümün tercih edilmesi bu nedenle, değerin, bireyin nasıl yaşayacağını hatta nasıl öleceğini belirleme gücüne sahip olduğunu da göstermektedir (Özensel, 2003).

İnsanın "kendi olarak" kendi değerlerine göre gerçekleştirdiği eylemler insanı özgürleştirmektedir. Değerler, bireyi belirler, fakat bu belirleyiş, bireyin kendiliğini çevreleyen, sınırlayan, "zorunlu" bir belirleyiş değil, değeri gerçekleştirmede özgür fakat sorumlu olmasından ya da öyle hissetmesinden dolayı "gerekli" bir belirleyiştir. Fakat, değerin özgürleştirici etkisi sadece "kendi olma" ile kazanılabilmektedir. Gündelik yaşam içerisinde hiçbir zaman kendi olamayan birey, diğer insanların dayattığı değerlerle, başkalarının ondan beklediklerini gerçekleştirme çabasıyla yaşar; özgür değildir. O kendisi bir şeylere karar verdiğini sandığı zaman bile gerçek anlamda seçmiyordur; diğer insanların onun için yaptığı seçimler arasından bir tercihte bulunmaktadır (Akay, 2002:63). Değer üreten insan giderek ürettiğinin baskısı altına girmekte araçları giderek amaçlaştırmakta, dolayısıyla etkin bir özne olmaktan giderek uzaklaşmaktadır (Erkızan, 2002).

Toplumsal değerler üzerindeki uzlaşımdan söz edebilmek için toplumsal etkinliklerin amacını oluşturan toplumsal değerler ile bireylerin değerleri arasında uzlaşımın varolması gerekir. Bu uzlaşım sürecinde toplum, insanı oluşturmak için

kendisini ona kabul ettirirken öznelliğini de tahrip eder (Gündoğan ,2012) . Çünkü toplumdaki değerlerin kaynağı, toplumsal varlık ya da kişinin dışında, kontrol edemeyeceği kadar fazla ve farklıdır (Özensel, 2003). Değerler, bu nedenle toplumsal denetim ve baskının aracı olarak kullanılırlar. Toplumun inanç sisteminin oluşturduğu, tutum ve tutuma bağlı ortaya çıkan davranışlar yine toplumsal şartlarda gerçekleştirildiklerinden, değerin etikliğini sağlayan bireysel boyutundan çok toplumsal boyutudur. Ortak değerler, insanları bir araya getirir, dayanışmayı sağlar, güçlendirir. Bu dayanışma araçlarından en önemlileri din, mitler ve efsanelerdir. Durkheim'e göre, insanın oluşturmuş olduğu bütün değerler üstün değerlerin sahibi olan Tanrı'ya bağlıdır. (Durkheim 1911'den aktaran: Aron, 2000). Bunun anlamı şudur, insan eylemi ve düşüncesinin sonucu ve yönlendiricisi olan değerler aslında Tanrı'ya yönelik olmalıdır.

Başaran ise değerleri toplumbilim açısından ele alarak, değerleri; öz, özel , seçimlik ve geçici olarak sınıflandırmaktadır. Öz değerler, toplum üyelerinin büyük çoğunluğunca önemli bulunan ve kültürün özünü oluşturan güçlü çekirdek değerlerdir. Bu değerlerin değişmesi toplumu köklü biçimde değişime uğratır. Özel değerler, bir yöreye, mesleğe, ilgilenilen konuya göre önemli olan ve kullanılan değerlerdir. Seçimlik değerler, toplum üyelerinin istediği zaman ve yerde kullanabileceği değerlerdir. Toplum bu değerlere uyulmasını ister, ancak uyulmadığında da kınamaz. Geçici değerler, toplumun belli bir kesimince belli bir süre kullanılan ve uyulan moda değerlerdir. Bu değerler başka toplumlardan gelebilir ya da toplumun bir kesimince yaratılabilir. Toplum tarafından beğenilen bu değerler, kullanıldıktan bir süre sonra unutulurlar (Başaran, 1984'ten aktaran Artan, 2005).

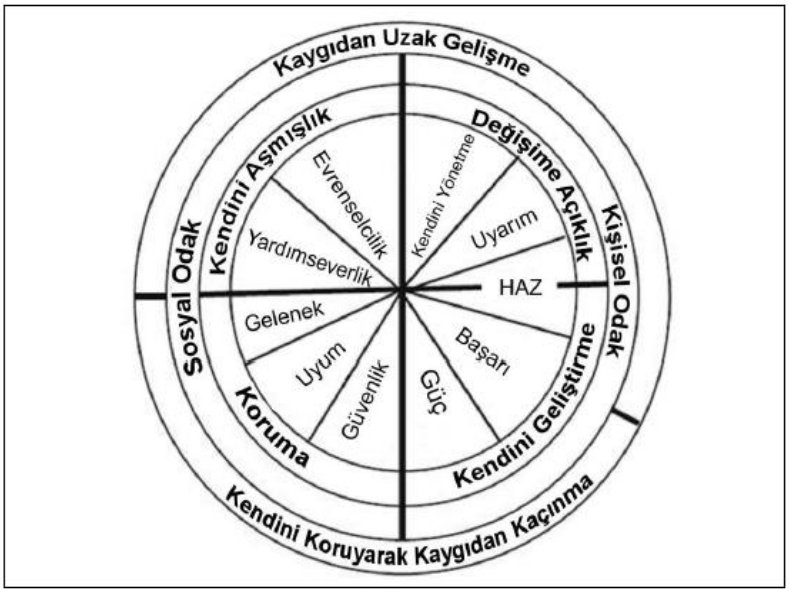
Yapılan değer tanımları dikkate alındığında, değer kavramı üzerine yapılan çalışmalarda araştırmacıların ortak bir değer kavramı ortaya koyamadıkları görülmektedir. Araştırmacıların değer kavramına farklı açılardan yaklaştıkları görülmektedir. Bu durum ise değer kavramının herkes tarafından kabul görmüş bir tanıma sahip olmadığını göstermektedir (Güngör, 1993).

2.2.1. Değer Kuramları

2.2.1.1. Schwartz'ın Değer Kuramı

İnsanların üç evrensel ihtiyacından (bireysel ihtiyaçlar, sosyal etkileşimden doğan ihityaçlar ve grupların hayatta kalma/refah gereksinimleri) hareket ederek Schwartz on farklı, genel ve temel değerler ortaya koymuştur. İnsanların olan bitenleri, diğer bireyleri, politikaları ve faaliyetleri değerlendirmesine ve belirlemesine öncülük eden bu on temel değer; başarı, teşvik (uyarım), iyilikseverlik, uyum, güç, hazcılık, güvenlik, kendini yönetme, evrenselcilik ve geleneksellik olarak sıralanmaktadır. Bu on temel değerin belirlenmesinde dünya üzerindeki değişik kültürlerin temel değerlerinin kapsamasına özen gösterilmiştir. Bu kapsamda farklı ülkelerde araştırmalar yapılmıştır. Schwartz bu temel değerleri "dört üst düzey değer" altında bütünleyerek, bu değer boyutlarının hangi ihtiyaçları karşıladığını ve bir birleriyle olan karşıtlıkları ve uyumlarını da ortaya koymuştur (Barnea ve Schwartz, 1998:18-19). Bu üst düzey değerler ise şunlardır; Değişime açıklık kendini geliştirme, muhafaza/koruma , kendini aşma. (Schwartz vd., 2014:904)

Şekil 1. 10 Temel Değerin Özel Boyutlar Ve Temel Yönelimleri İle Güdüsel Süreci (Schwartz vd., 2014:904)



Değişime açıklık üst düzey değer boyutu içerisinde kendini yönetme ve uyarım/teşvik temel değerleri bulunmaktadır. Bu üst düzey değer boyutu, bağımsız

düşünce ve davranışta bulunma ve değişimden taraf olmayı ifade eder. Kendini geliştirme üst düzey değer boyutu, güç ve başarı temel değerlerini içermektedir. Bu üst boyut kendi başarısının takipçisi olmayı ve diğer insanlar üzerinde hakimiyet kurmayı ifade etmektedir. Koruma/muhafaza üst düzey değer boyutunda ise uyum, gelenek ve güvenlik temel değerleri yer almaktadır. Bu üst düzey değer boyutu statükoyu korumak amacıyla itaatkar biçimde kendini sınırlandırmayı vurgular. Kendini aşmışlık üst düzey değer boyutu, yardımseverlik ve evrenselcilik temel değerlerinden oluşur. Bu üst düzey boyut, insanların eşitliğine ve onların refahını arttırmaya vurgu yapar (Barnea ve Schwartz, 1998:18-19).

Değişime açıklık üst düzey değerinin içerisinde bulunan temel değerler kendini yönetme, uyarım/dürtü ve kısmen hazdır. Kendini yönetme değeri, temel olarak düşünce ve davranışlarda özgür ve bağımsız olmayı açıklamaktadır. Uyarım (dürtü) ya da teşvik olarak ifade edebileceğimiz temel değer, toplumsal yaşamda değişimin zorunluluğunu temel alarak, yaşanmakta olan hayatı değiştirmek ve bu amaçla mücadele etmeye yönelmek olarak ifade edilebilmektedir. Bu temel boyutun altında ilginç bir hayat, değişik/farklı bir yaşam ve cesur olmak gibi alt değerler bulunmaktadır. Haz temel değeri hayatı sevmek ve hayatı zevk almak üzerinden algılamak ve yaşamakla ilişkili olan değerdir. (Schwartz, 1992:5-12; Bardi ve Schwartz, 2003:1208).

Kendini geliştirme üst düzey değeri altında başarı, güç ve kısmen haz temel değeri yer alır. Başarı temel değeri, sosyal koşullara göre gösterilen ve genelde eylem üzerinden gerçekleşen bir değerlendirmeyi göstermektedir. Bu boyutun altında başarılı, hırslı, yetenekli, akıllı, etkili olmak değerleri bulunmaktadır. Güç temel değeri sosyal statü, saygınlık gibi kriterlerle insanlar ve kaynaklar üzerinde hakimiyet kurmayı ya da kontrol elde etmeyi ifade eder. Başarı değerleri günlük etkileşim becerisini gösterme çabasıyla ilişkiliyken, güç değerleri daha fazla sosyal yapıdaki statü formlarına uygun davranışların soyut sonuçlarını ifade etmektedir. Başarı değerleri tek başına bireyin çabasını ifade ederken, güç değerleri ayrıca toplumdaki ilişkilerin hiyerarşik yapısını ifade etmektedir (Schwartz, 1992:5-12; Bardi ve Schwartz, 2003:1208).

Koruma/muhafaza üst düzey değer boyutu güvenlik, uyum ve gelenek temel değerlerini içermektedir. Güvenlik değeri bireyin kendisinin, etkilişimde bulunduğu diğer bireylerin ve bir parçası olduğu toplumun istikrarı, uyumu ve güvenliğini ifade etmektedir. Ortak beklentilerle doğrudan ilişkili olan bu değerler (sosyal düzen, aile güvenliği, ulusal güvenlik) uyum ve gelenek değerlerinin bitişiğindeki bölgede yer alırken, kişisel beklentilerle doğrudan ilişkili olan değerler (sağlık, aidiyet) güç değerinin bitişiğinde yer almıştır. İnsanın en temel gereksinimleri arasında yer alan güvenlik temel değerinin altında sosyal düzen, aile güvenliği, ulusal güvenlik, temizlik, sağlıklı olmak, ait olmak, iyiliğe iyilikle karşılık vermek gibi alt değerler bulunmaktadır. Uyum değeri kısaca kişinin başkaları öyle davrandığı için benzer davranışta bulunması olarak tanımlanabilir. Uyum değeri, bireyin topluma uyumlu bir birey haline gelmesini sağlayan toplumsallaşma süreciyle yakından ilişkili bir değerdir. Uyum değeri, başkalarına zarar veren ya da toplumun benimsediklerinin dışına çıkan istek, davranış ve duyguların sınırlandırılması sağlar. Bu boyut nezaket sahibi olmak, kendini disipline etmek, itaatkar olmak ve büyüklere saygı gibi toplumda farklılıktan ziyade benzer davranışlara önem veren değerleri içermektedir. Geleneksellik değeri, toplumdaki inançlar, gelenekler ve anlayışların toplumsal kabulünden hareketle kişiye dayatılması ve yaşatılmasıdır. Bu boyut altında geleneklere saygılı olmak, dindar olmak, bize sunulan hayatı kabul etmek, dünyevi işlerden uzaklaşmak, alçak gönüllülük, ılımlı olmak gibi mevcut yapıyı korumaya ve sürdürmeye yönelik değerler bulunmaktadır (Schwartz, 1992:5-12; Bardi ve Schwartz, 2003:1208).

Diğer insanları iyileştirme ve kendi bencil çıkarlarını aşma ile ilgili kendini aşmışlık üst düzey değer boyutu altında yardımseverlik ve evrenselcilik temel değerleri yer almaktadır. Yardımseverlik temel değeri, etkileşimde olduğumuz yakın çevremizdeki insanların refahını korumak ve artırmak için çabalamak ve bundan mutluluk duymak olarak ifade edilebilir. Toplum içindeki bireyin davranışlarını etkileyen bu temel boyut altında dürüstlük, sosyal adalet, yardımsever olmak, sorumluluk sahibi olmak, affedici olmak, gerçek dostluk, manevi bir yaşam, anlamlı bir yaşam gibi değerler bulunmaktadır. Bu temel değer boyutu öncelikle iç grubumuz içindekilerin refahına gönderme yaparken (yardımsever olmak, bağışlayıcılık, dürüstlük, sadık olma, sorumluluk sahibi olmak) istisnai olarak daha geniş sosyal

varlıklara gönderme yapar. Buna karşın evrenselcilik değer boyutu iç grubumuzun dışında kalan varlıkların refahını artırma önceliği olarak "olgunluk" değer formunun yeni bir türüdür (Schwartz, 1992:39). Evrenselcilik değeri, geçerliliğin ve doğruluğun ölçütü olarak insanlığın ve doğanın temel yasalarını gözeten, insanların onayı dışında hiçbir otorite kabul etmeyen, insanlığın ve doğanın anlaşılması ve korunmasına odaklanır. Bu boyut altında yer alan alt değerler; barışçıl bir dünya, doğa ile bütünleşme, güzel bir dünya, çevreyi korumak, eşitlik, sosyal adalet, açık fikirli olmak ve içsel uyumdur (Schwartz, 1992:5-12; Bardi ve Schwartz, 2003:1208). Aslında kendini aşmışlık boyutu açısından insanları ikiye ayırmak, farklı olan bu eğilimleri araştırmayı mümkün kılar. Mesela sekülerlik, bireycilik ve eğitim evrenselciliğe öncelik verme ile ilişkiliyken, geleneksel dindarlık ve kolektivizm yardımseverliğe öncelik vermeyle ilgilidir, ama evrenselcilik için gerekli değildir. Doğayla ilgili üç değer (doğayla bütünleşme, çevreyi koruma, güzel bir dünya) evrenselcilik bölgesinde birlikte ortaya çıkar. Doğa için endişe düşüncesi bütün insanlığın refahı için endişe ile yakından ilişkilidir. Doğanın oluşmasına katılma, evrensel refah ve anlayış değerleri evrenselciliğin güdüsel amaçlarını elde etmeyi destekler. Bu hedef, doğal çevreyi korumak ya da farklı insanları anlamak ve onlara adilce yardım etmedeki yanlışların gerçekçi şekilde ortaya çıkarılmasıyla gerçekleşir (Schwartz, 1992:39).

Uyum ve çatışma açısından değerlendirildiğinde Schwartz'ın değer dairesindeki üst düzey değerler temelde iki boyutta yer almaktadır. Kendini yönetme ve uyarım değerlerini içeren değişme açıklık değer grubu karşısında, gelenek, uyum ve güvenlik değerlerini barındıran koruma değer grubu yer almaktadır. Diğer boyutta ise evrenselcilik ve yardımseverlik değerlerini kapsayan kendini aşmışlık değer seti varken karşısında güç ve başarı değerlerini içeren kendini geliştirme değer seti yer alır. Birinci boyutta bireyler, geleneksel sosyal kurallar ve uyum karşısında bağımsız düşünce ve davranış arzusuyla hareket ederler. İkinci boyutta ise başkalarıyla ilgilenmek arzusu karşısında üstün olan sosyal statüleri elde etmek ve kontrol etmek arzusu ile eylemde bulunurlar (Başlevent ve Kirmaoğlu, 2010:3). Bireylerin değişime açıklık puanı ile koruma puanı arasındaki farkı alarak açıklık/aleniyet boyutunu elde ederken, kendini geliştirme puanını kendini aşma üst düzey değerinden çıkardığımızda, çıkar/menfaat olarak adlandırılan boyuta ulaşırız. Bu boyut çıkarları

aynı olanı desteklemeyi ifade eder (Barnea ve Schwartz, 1998; Schwartz vd., 2014:904; Başlevent ve Kirmaoğlu, 2010:3). Ayrıca değer dairesinin alt yarısındaki değerler kendini korumak için tehdit ve kaygıyı kontrol etme ve kaçınmaya dayalıdır. Kendini geliştirme değerleri olası kaygı nedenlerinin üzerinden hakimiyet ve takdir kazanarak kendini aşmayı vurgular (Schwart vd., 2014:905).

Tablo 1. Kişisel (Bireysel) Ve Toplumsal Değer Kategorileri (Schwartz, 2006)

	Kaygı temelli hedefler Kayıp hedeflerinin engellenmesi Tehditlere karşı kendini koruma	Kaygı İçermeyen hedefler Kazanç hedeflerinin yükseltilmesi Öz-gelişme ve büyüme
Birey Odaklı Değerler (Bireyin ilgi alanlarını ve özelliklerini nasıl ifade ettiğini düzenleyen)	**Kendini Geliştirme** ***Başarı*** ***Güç***	**Değişime/Yeniliğe Açıklık** ***Hazcılık*** ***Uyarılım*** ***Özyönelim***
Toplum Odaklı Değerler (Bireyin sosyal olarak başkalarıyla nasıl ilişki kurduğunu ve onları nasıl etkilediğini düzenleyen)	**Muhafazakârlık** ***Güvenlik*** ***Uyma*** ***Geleneksellik***	**Kendini Aşma** ***Evrensellik*** ***İyilikseverlik***

Değer dairesindeki bir diğer ayrım ise kişisel ve sosyal odaklılık açısından yapılmıştır. Değişime açıklık ve kendini geliştirme değerleri kişisel odakta yer alırken, kendini aşmışlık ve koruma üst düzey değerleri sosyal odakta yer alan boyutlardır. Schwartz güç, başarı, haz, uyarım ve kendine yönelim değer boyutlarının temelde bireysel ilgiye hizmet ettiğini, yardımseverlik, gelenek ve uyum değerlerinin ise temelde kolektif ilgiye hizmet ettiğini belirtir. Evrenselcilik ve güvenlik ise bu iki ilginin arasında yer alan ve hem bireysel hem de kolektif ilgilere hizmet eden değerlerdir (Schwartz, 1992:13).

Schwartz'a göre değerlerin kendi içlerindeki yapısal ilişkisi, herhangi bir değer arayışı esnasında davranışların bazı değerler ile çatışırken bazıları ile uyumlu olacağı gerçeğinden ortaya çıkmıştır. Mesela başarı değerleri yardımseverlik değerleri ile çatışmaktadır bununla birlikte başarı ve güç değerlerinin kendi aralarında uyumlu olduğu kabul edilmektedir. Kişisel başarı kavramı güçlü olmaya

isteklidir ve davranış biçimleri de bireyin kendi içtimai konumu ve diğer insanların üzerindeki hakimiyetini sağlama amacı taşımaktadır. Yapılan araştırmalarda, insanların eğitim seviyesi arttıkça kendini yönetme, uyarım arama, zihinsel açıklık, esneklik ve başarı değerlerinin arttığı fakat gelenek ve uymaya yönelik değerlerin azaldığı gözlemlenmiştir. Araştırmalarda insanların gelişimine bağlı olarak, yaşın artmasıyla birlikte kendini aşma değerlerinin (iyilikseverlik ve evrensellik) arttığı ve kendini geliştirme (başarı ve güç) yönelik değerlerin azaldığı ifade edilmiştir (Schwartz vd., 2001).

2.2.1.2.Rokeach Değer Yaklaşımı

Rokeach'e (1973) göre değerler; bireylerin hayatına ve amaçlarına kılavuzluk eden standartlardır. Bunun yanı sıra değerler hem sosyal tutumların hem de toplumsal davranışların belirleyicisidirler. (Rokeach, 1973). Değerlerin en önemli özellikleri bireylerin davranışları için yol gösterici olmaları ve davranışla alakalı tercihler üzerinde etkilerinin olmasıdır.

Rokeach, değeri "kişisel veya toplumsal olarak zıt ya da farklı bir davranış biçimi veya yaşam amacı için tercih edilen belirli bir davranış biçimi veya yaşam amacı şeklindeki süregiden bir inanç " şeklinde tanımlamaktadır. Rokeach değerlerin birleşerek bir sistem oluşturduğunu da ifade etmiştir. Rokeach değer sistemini "rölatif bir boyut üzerinde tercih edilen eylem biçimleri ya da hayat hedefleri ile ilgili inançların sürekli bir organizasyonu" biçiminde tanımlamaktadır. Bu ifadeden, değer kavramının her bireye göre farklı öneme sahip olduğu ve değerin fiiliyat tarzı şeklinde çevreye ulaştığı düşünülmektedir (Rokeach: 1973:5). Rokeach'a göre değerler insanın sahip olduğu üç inanç sisteminden biridir. Bunlardan ilki doğruyu ve yanlışı tanımlayan ya da varoluşçu inançlardır. İkinci inanç tipi ise değerlendirici inançtır. Değerlendirici inanç tipi iyi ve kötü değerlemesini yapar. Üçüncü inanç tipi ise değerdir, örf ve adetle yerleşmiş olan bir inanç tipidir. Bu inanç yardımıyla bazı davranışlar ve yaşam amaçlarının arzu edilip edilmeyeceğine karar verilir (Güngör, 1998:27).

Kültürün etkisindeki gözlemlenebilen davranışlar olarak ortaya çıkan değerin, davranış üzerindeki etkisi, bireysel ve toplumsal olmak üzere iki boyutludur. Bu

boyutların her ikisinde de bir davranış bir başka alternatif davranış biçimine tercih edilmektedir. Davranışlara yönelik duygusal ya da düşünsel yargılara değer göz önünde bulundurularak varılmaktadır.

Rokeach araştırmalarında değerler düzeni oluşturarak değerleri iki temel kategoriye ayırmaktadır. Amaçsal (terminal) değerler; insanın hayatı süresince başarmayı hedeflediği değerlerle ilgili tercihlerdir (Schermerhorn vd.,1994:136). Rokeach'ın değerler üzerine geliştirmiş olduğu değer dökümü 18 amaçsal, 18 araçsal değerden oluşmaktadır (Rokeach,1973:32-33). Envanterde yer alan amaçsal değerler; başarı hissi, gerçek dostluk, aile güvenliği, bilgelik, heyecanlı bir yaşam, ahiret selameti, ulusal güvenlik, olgun sevgi, barış içinde bir dünya, zevk, iç huzur, özgürlük, güzellikler dünyası, sosyal onay, eşitlik, rahat bir yaşam, kendine saygı ve mutluluk şeklinde sıralanmaktadır (Bilgin 1995,89). Araçsal değerler ise; başarılmak istenen gayeler için yararlanılan araçlardır. Araçsal değerler, kişilerin bazı neticelere ulaşmasında yararlandıkları kabul görülen davranışların mümessili olarak görülürler. Hırs, dürüstlük, cesaret vb. değerler Rokeach'in araçsal değerleri arasında yer almaktadır (Nelson ve Quick, 1994:121-122).

2.2.1.3. Inglehart Değer Yaklaşımı

Inglehart, çeşitli sanayi toplumlarının değer değişimlerini tespit etmeye çalışmış ve çalışmalarının sonucunda çağdaş Batı uygarlıklarının maddi refahı vurgulayan *"maddeci/materyalist"* değerlerden *"post-yapısalcı"* değerlere doğru bir değer dönüşümü gerçekleştirdiğini ifade etmektedir. Ekonomi, gelir dağılımı gibi değerlerden çok eşitlik, evrensellik gibi farklı değerlere yönelimin bu toplumlarda artmakta olduğunu ifade etmektedir (Inglehart, 1971) .

Günümüzde değer çalışmalarının büyük kısmı betimleyici, durum tespit edici çalışmalardır. R. F. Inglehart'ın çalışmaları da betimleyici, durum tespit edici değer çalışmalarının başında gelmektedir. 1976-1982 yılları boyunca çalışmalar yapan Inglehart bir takım değer kategorileri ortaya koymuştur. Oluşan bu değer kategorileri UNESCO'ya bağlı olarak bir ekip çalışması halinde dünya üzerindeki kırk üç ülkede uygulanmıştır. Inglehart, değerler arasında geleneksel otorite/rasyonel- legal otorite eksenleri arasında bir değer değişiminin oluştuğunu, geleneksel otorite kutbunda

dinin oldukça önemli olduğunu, rasyonel otoritede ise ekonomik büyümeyle birlikte siyasetin de önemli olduğunu ifade etmektedir (Inglehart, 1995).

Inglehart, Baker'le birlikte, temel toplumsal değerlerdeki değişim ve sürekliliğin analizi için WVS'nin üç dalgasından sağladığı dataları kullanmıştır ve ekonomik gelişim seviyesi yüksek olan ülkelerin hoşgörü, güven, katılım ve akılcılığı benimseme ve destekleme ihtimalinin daha fazla olduğu, ancak dini ve diğer kültürel geleneklerden doğan değerler arasındaki ayrımlılıkların da devam ettiği neticesine ulaşmıştır (Wuthnow, 2008:338).

Inglehart, WVS/EVS'de gerçekleştirdiği analizler sonucunda iki asıl değer boyutunu tespit etmiştir: (Inglehart, 2008:6-10).

• Geleneksel ya da seküler-rasyonel değerler
• Yaşamsal-kendini gerçekleştirme değerleri

Geleneksel/ seküler-rasyonel değerler, dinin bir birey için mühimken bir diğer birey için mühim olmaması gibi cemiyetler arasındaki karşıtlıkları ortaya koymaktadır. Geleneksel noktaya yakın cemiyetler boşanmayı, kürtajı, ötenaziyi ve intiharı kabul etmezken, aile-çocuk bağlarına, otorite ve geleneksel aile değerlerine saygının ehemmiyetine işaret etmektedir. Bu tür cemiyetler dünyaya ve hayata milliyetçi pencereden bakarken ulusal değerleri ile yüksek seviyede övünmektedirler. Seküler-rasyonel değerlere yakın cemiyetlerde bu durumun tam tersi durum ortaya görülmektedir Kendini gerçekleştirme değerleri çevreyi koruma, yabancılara, eş cinseller ile cinsiyet farklılıklarına hoşgörülü yaklaşılmasına yüksek önem atfedilmesi ile ekonomik ve siyasi hayatta karar verme dönemlerinde daha yoğun katılım isteklerini ihtiva etmektedir.

2.2.1.4. Hofstede Değer Yaklaşımı ve Kültür Boyutları

Hofstede bireyin davranışlarında, bireyin kendisinin ve içinde bulunduğu durumun etkisinin olduğunu ifade etmektedir. Hofstede'ye göre insan davranışlarını öngörebilmek için bireyin zihinsel sistematiğinin ve içinde bulunduğu çevrenin bilinmesi gerekmektedir. Zihinsel sistematik bireyin beyin hücrelerinde kayıtlıdır, ancak kayıtlı olan kodların doğrudan gözlemlenmesi mümkün değildir. Lakin bireyin

sözleri ve davranışları gözlemlenebilmektedir. Zihinsel sistematiğin çözülmesini sağlayan bu sistematiğin nihai aşaması olan sözler ve davranışlardır. Zihinsel sistematik hem bireyin kendisine özgüdür hem de diğer bireyler ile benzerlik göstermektedir. Hofstede'ye göre bu durum zihinsel sistematiğin evrensellik, bireysellik ve kollektiflik özellikleriyle açıklanabilmektedir. En temel aynı zamanda da en az kendine özgü en temel özellik evrenselliktir. Bireyin genetik olarak sahip olduğu bu düzey, bütün insanlar için geçerlidir. Evrensellik boyutuna giren davranışlara gülmek ve ağlamak örnek olarak gösterilebilir. Kollektiflik düzeyi ise insanların bir bölümü için aynıdır. Bir toplumun üyelerinin aynı dili konuşması buna bir örnektir. Bireysel düzey ise bütün insanlarda farklı olmaktadır (Turan ve Akan, 2008:230).

Hoftede zihin sistematiğini açıklarken kültür ve değer kavramlarından yararlanmıştır Hofstede'e (Hofstede, 1991) göre kültür kolektiftir; aynı sosyal ortamda yaşayan insanlar arasında bir grubun üyelerinin kolektif programlamasıdır. Kültür öğrenilir, bireyin sosyal ortamı ile etkileşimi sonucunda oluşur, nesiller arasında kalıtımsal olarak aktarımı olmaz. Hofstede kültürü "zihinsel programlar" ya da "düşünce yazılımı" olarak ifade etmektedir. Hofstede, kültürü öncelikle 4 boyut altında incelemiştir:

- Güç mesafesi
- Belirsizlikten kaçınma
- Erillik karşıtı dişillik
- Bireycilik karşıtı kolektivizm

Değeri, belirli bir durumun diğerine tercih edilmesi şeklinde ifade eden Hofstede, bir topluluğun kültürünün, bireyin ve toplumların sahip olduğu özellikler olan değerler tarafından oluştuğunu belirtmektedir. Hofstede, değerin yoğunluğunun ve değerin yönünün değerin iki unsuru olduğunu ifade etmektedir. Değerin yoğunluğu bir duygu ya da davranışın kişi için uygunluğunu ifade ederken, değerin yönü ise aynı davranışın iyi yada kötü olmasıdır (Hofstede, 1989:19-20). Kültür üzerine çalışan araştırmacılar, Hofstede'in ortaya koyduğu boyutlara yenilerini eklemişlerdir. Bu son eklemelerle toplumsal kültürün temel olarak beş boyutu olduğu kabul edilmektedir.

- Bireycilik karşıtı kolektivizm
- Güç mesafesi
- Belirsizlikten kaçınma
- Erillik olgusu karşıtı dişillik
- Uzun dönemli yöneliş/Kısa dönemli Yöneliş

Hofstede (1989), bireyci ve cemaatçi kültürlerle ilgili bir çok amprik çalışmada bulunmuştur. Hofstede 66 ülkede 100 binden fazla kişi üzerinde gerçekleştirdiği çalışmalar sonucunda bireycilik ve cemaatçilik ile ilgili temel özellikleri ortaya koymaya çalışmıştır. Hofstede'e göre bireyciliğin temel iki özelliği kendine güven ile iç gruptan ayrılma (separation from ingroups) olarak ortaya çıkmaktadır. Oysa cemaatçiliğin iki temel unsuru aile bütünlüğü (family integrity) ile karşılıklı bağımlılık (interdependence) şeklinde gözükmektedir. Bireyci kültüre sahip kişiler yalnızca kendi emeklerine ve başarılarına güvenirken; cemaatçi kültüre sahip kişiler başarılarını iç gruplarıyla özdeş tutmakta veya iç gruplarının başarını kendilerine mal etmekte ve ondan kendilerine pay çıkarmaktadır. Hofstede, farklı ülkelerde kişi başına düşen GSMH ile o ülkelerdeki bireyci-cemaatçi kültür düzeyleri arasında yüzde 80 oranında bir ilişki olduğunu da ortaya koymaktadır. Gelir düzeyi yükseldikçe insanlar iç gruplarından ayrılmakta ve kendi dünyalarında yaşamaktadır.

2.3. DEĞERLER VE SİYASİ TERCİHLERİN OLUŞUM SÜRECİ

2.3.1. Siyasal Tercihleri Etkileyen Faktörler

İnsan davranışlarının doğasına yönelik açıklamalar getirmeye çalışan sosyoloji, psikoloji ve sosyal psikoloji gibi alanlar, bireylerin siyasal tercihlerinin açıklanmasına yönelik çeşitli çalışmalar yaparak insanların neden siyasal davranışta bulunduğunu ve bireylerin siyasal tercihlerini etkileyen faktörlerin neler olduğunu açıklamaya çalışmaktadırlar.

Kavram olarak siyasal katılım, siyasal tercihin yaşamın her alanında yer alması bağlamında, siyasal etkileşimi açıklamak amacıyla kullanılmaktadır. Siyasal katılma "yurttaşların, merkezi veya yöresel devlet organlarının personelini ya da

kararlarını etkilemek maksadıyla, kendilerince ya da başka insanlar tarafından tasarlanmış, hukuki veya hukuk dışı , başarılı veya başarısız eylemlere girişmeleri olarak ifade edilmektedir (Duverger, 1974:4). Siyasal katılımın yaygın olarak görülen ilk biçimi oy kullanmadır (Turan, 1977:68-73). Demokratik toplumlarda bireyler siyasal tercihlerini öncelikli olarak oy verme fiili ile ortaya koymaktadırlar. Siyasal katılımın ikinci biçimi ise siyasal sistemde yer alan görevli kimselerle iletişim kurulmasıdır. İfade edilen bu ikinci biçim, yurttaşların, demokratik siyasal sistemler için öngörülen denge ve denetim mekanizması işlevini görmesi anlamına gelmektedir. Kısacası bu ikinci biçim, yurttaşların kendilerini yönetmesi adına oy verdikleri kişileri denetlemesini ifade etmektedir.

İnsanları siyasal katılıma teşvik eden faktörler ise dört madde ile ifade edilebilmektedir. Bunlar sırasıyla kişisel bağlılık, dayanışma, çıkar ve yurttaşlık duygusudur (Duverger ,1974:5). Bu faktörlerle siyasal katılıma yönelen bireylerin ise siyasal katılım sonucu beklentileri ise çıkarlarını koruma, sosyal dayanışma ve uyum, dünyayı anlama, psikolojik tatminsizliklerin ikamesi ve itibar görme, takdir edilme ihtiyacıdır (Yücekök, 1987:28). Bireyi oy vermeye yönelten etkenler ise; "parti tutma, adaya yönelme, seçmenin içinde bulunduğu tabakayla belirli bir siyasal parti arasında kurduğu bağ" olarak ifade edilebilmektedir (Kalaycıoğlu, 1984: 257-268). Siyasal tercihleri yaş, cinsiyet, meslek, yerleşim yeri, eğitim gibi sosyo-demografik değişkenler ile tüketim alışkanlıkları, refah düzeyi ve gelir gibi sosyo-ekonomik değişkenler etkilemektedir (Baykal, 1970:83).

Vatandaşlık bilinci ve çıkar gibi bir takım rasyonel etkenlerin dışında grup baskısı, etkinlik duygusu ve sosyal girişkenlik oy verme davranışını etkileyen çeşitli psikolojik ve sosyo-psikolojik faktörlerden bazılarıdır (Baykal ,1970:84-109). Siyasal parti, aday veya siyasi lider, parti programları da sosyo-demografik ve ekonomik değişkenlere bağlı olarak siyasal tercihleri etkilemektedir (Baykal, 1970:110-119).

Seçmen davranışını etkileyen bir diğer önemli faktör ise iletişimin işlevidir. Kitle iletişim araçlarının izlenmesi yoğunlaştıkça, insanların siyasi yaşama katılımının arttığı ve siyasal katılımın etkilendiği gözlemlenmektedir (Kalaycıoğlu, 1983:266).

Güvenlikte olma, saygınlık kazanma, duygusal bağlılıklar ve siyasal-ideolojik inançlarla (Kışlalı, 1987:363) dini inançlar (Yücekök, 1987:159-166) seçmenin siyasal davranışını ve yönelimlerini etkilemektedir. Toplumun yapısının da siyasal tercihleri etkilediği görülmektedir (Kışlalı: 1987,364-365):

a)Geleneksel toplumdan sanayi toplumuna geçildikçe yöresel ve bölgesel etkiler etkisini yitirmekte bunun aksine toplumsal sınıf etkisi artmaktadır. Bireyselciliğin çözülen cemaat ilişkilerinin yerini alması sebebiyle çıkar ya da bireysel ayrıcalıklar kapsamında siyasal bilinç şekillenmektedir.

b)Sanayileşmiş toplumlarda görülen ekonomik, siyasal ve sosyal adaletsizlikler, siyasal tercihlerin bu yönde biçimlenmesine sebep olmaktadır.

c)Geleneksel toplumdan sanayi toplumuna geçiş aşamasında yaşam tarzlarında meydana gelen hızlı değişim, eski değerlerde meydana gelen çözülmeler, dini ya da ulusal duygulara geri dönüşle birlikte içe kapanmaya sebep olmakta; bu sebeple bu yönde ideolojik düzeyde siyasi yönelimleri ortaya çıkarmaktadır.

d)Kırsal kesimlerde ise cemaat bağları güçlüdür ve buralarda siyasal tercihlere büyük ölçüde kanaat önderleri yön vermektedir. Kent yaşamında ise kitlelerin birey olamadan bireyselleşmeyi hedeflemesi, siyasal tercihlerin medya veya propaganda faaliyetlerinin etkilerine maruz kalmasına sebep olmakta; bu durum, siyasal kararların ve yönelimlerin rasyonel biçimde gerçekleşmesine engel olmaktadır.

e)Belirli bir siyasal eğilime keskin biçimde kapılmamış (kararsız) seçmenlerin tercihleri genellikle konjonktürel faktörlere bağımlı kalmaktadır.

Genel anlamda seçmenin siyasi tercihini birincil çevresi, cemaat ya da geleneksel bağları ve bunlarla bütünleşme düzeyi etkilemekte, hatta diğer faktörlerin bağımsız değişkeni olacak düzeyde önem kazanmaktadır. Özellikle kırsal kesimde oylar, belirli referans kişiler ya da kanaat önderlerinin istekleri doğrultusunda kullanılmaktadır (Kıray, 1964,.Baykal ,1970,.Gülmen,1979).

İnsan davranışlarının itici gücü olan, insanı harekete geçiren bazı muharrikler ve onda yatan umutlar da seçmen tercihini etkilemektedir. Burada ifade edilmek istenen değer arttırıcı ya da rakiplerin değerini azaltıcı ve beklenti arttırıcı-yaratıcı çevresel motivasyon etkinlikleridir. Bunlar siyasal tercihlere yön, biçim ve içerik vermek gayesiyle çevreden seçmene yöneltilen motive edici manipülatif faaliyetlerdir. Örneğin işsizlikten muzdarip bir bölgenin seçmenine yatırım ya da istihdam vaad eden siyasi parti ya da aday, inandırıcılığı oranında seçmenin onayını alabilmektedir. Yolsuzluk, suistimal ve rüşvetten müzdarip seçmenleri parti ya da adayın dürüstlük imajı önemli ölçüde seçmenin lehte motivasyonunu sağlayacaktır (Anık, 2000:165).

Literatürde, seçmen tercihine yönelik sosyo-psikolojik, rasyonel tercih ve sosyolojik yaklaşım olmak üzere üç farklı yaklaşım bulunmaktadır. Bir sonraki başlıklarda bu yaklaşımlar ortaya konulacaktır.

2.3.1.1. Sosyo-Psikolojik Yaklaşım

Michigan üniversitesi bünyesinde bulunan Ulusal Seçim Araştırmaları merkezinin yayınladığı ve alanında bireyler üzerine odaklanmış ilk bilimsel araştırma olma niteliğini taşıyan Amerikan Seçmeni adlı çalışma "sosyo-psikolojik yaklaşım olarak adlandırılmaktadır (Gökçe, Akgün ve Karaçor, 2002:8). Sosyo-psikolojik yaklaşım seçmenin siyasi tercihlerinde, çocukluk çağlarından başlayan siyasal sosyalleşme sürecinin büyük oranda etkili olduğu hipotezi ile hareket etmektedir. Sosyo-psikolojik yaklaşıma göre siyasal sosyalleşme süreci sonucunda elde edilen siyasal tutumlar ve ideolojik yönelimler seçmen tercihlerini ve davranışlarını yönlendirmektedir.

Sosyo-Psikolojik yaklaşımı benimseyenler, bireysel özelliklerle, değerler sisteminin seçmen davranışında en belirleyici etken olduğunu ifade ederler. Herhangi bir uyarıya kişinin verdiği yanıt, yani gösterdiği davranış, kişinin dış dünyayı algılamasına ve yorumlamasına bir başka deyişle kişinin psikolojik yapısına bağlıdır. Kişi psikolojik baskılar altında seçimini gerçekleştirir. Söz konusu baskılar; bencillik, korku, saldırganlık, otoriterlik gibi içgüdüsel ve bilinçaltıdır. Psikolojik dürtüler oy vermede rasyonellik ilkesinin işleyişini engellemektedir. Seçmenin

tercihini parti programları arasında değil, parti imajları arasında yaptığı çeşitli araştırmalarla ortaya konulmuştur. Burada partinin objektif nitelikleri değil, seçmenin onu algılayışı ve partiye yönelik ön yargısı belirleyici faktör olmaktadır (Gülmen, 1979:41).

Psikolojik yaklaşım, tutumları, güdüleri ve bir takım gizli kompleksleri ve genel psikolojik süreçleri içermektedir. (Denton ve Woodward, 1985:26). Kişinin oy verme yaşına gelene kadar ve daha sonraki süreçlerde tecrübe ettiği deneyimlerinin ve kişilik yapısının, kişinin siyasi karar verme sürecinde sevgi bağı, sempati vb. duyguların ortaya çıkmasına sebep olduğu ve tercihini bu unsurların etkisi ile gerçekleştirdiği bir süreç olarak ifade edilebilmektedir.

2.3.1.2. Rasyonel Tercih Yaklaşımı

Rasyonel tercih yaklaşımı aynı zamanda ekonomik yaklaşım modeli olarak da adalandırılmaktadır. Rasyonel tercih yaklaşımına göre kendi çıkarlarının bilincinde olan seçmen, çıkarlarına en uygun biçimde hizmet edecek parti ya da adaya oy vermektedir. Bu sebeple rasyonel tercih yaklaşımı sosyo-psikolojik yaklaşımdan ayrılmaktadır. Çünkü sosyo-psikolojik yaklaşımda seçmenin tercihi parti ya da adayla özdeşleşmekteyken, rasyonel tercih yaklaşımında seçmenin tercihi parti ya da adayı hatırı için tercih etmemektedir. Rasyonel tercih yaklaşımı özellikle seçmenin siyasi amaçları üzerine yoğunlaşmaktadır. Rasyonel tercih yaklaşımına göre insanlar bir tercihte bulanabilmek için daha fazla bilgi sağlama ve bu bilgileri sağduyu ile değerlendirme çabasında bulunurlar (Özer ve Meder, 2008:33).

Rasyonel yaklaşımın temelinde fayda maksimizasyonu olduğu ifade edilir. Downs tarafından 1957 yılında yayınlanan "Demokrasinin Ekonomik Teorisi" adlı eserde ifade edilen, *her yurttaş oyunu, kendisine diğer bütün partilerden daha fazla fayda sağlayacağına inandığı partiye verir* görüşü seçmenin rasyonel tercih yaklaşımını benimsediğini ifade eder ve seçmen oy verdiği partinin yetersizliğini görürse bir sonraki seçimde siyasi tercihini kolayca değiştirebilmektedir (Bennett ve Salisbury, 1987). Rasyonel tercih yaklaşımında, bireyin gaye ve isteklerini ön planda tutma eğilimi bulunmaktadır. (Kalender, 2005:50-51).

Konuya oy verme yaklaşımı, rasyonel yaklaşımın içerisinde yer alan bir diğer yaklaşımdır. Kalender (2005:57); "seçmenin gündemindeki konuları dikkate almasının ve bu doğrultuda oy kullanmasının rasyonel bir davranış olduğunu, fakat son dönemlerde üzerinde ayrıntılı olarak çalışılmasının, konuya oy vermeyi ayrı bir yaklaşım haline getirdiğini" ifade etmektedir. Konuya oy verme yaklaşımında adayın ya da partinin seçim sürecinde üzerinde durduğu konular, plan ve projeler, sorunlara ilişkin ürettiği çözüm önerileri oldukça önemlidir. Seçmenin eğitim seviyesi arttıkça parti ya da adayın toplumsal, ekonomik ya da yerel sorunlara ilişkin söylemleri daha çok değer kazanarak partinin ya adayın imajının oluşmasında en önemli yeri oluşturmaktadır (Negiz ve Akyıldız, 2012:182).

2.3.1.3. Sosyolojik Yaklaşım

Sosyolojik yaklaşım, 1940'lı yıllarda Amerika Birleşik Devletlerinde yapılan ilk seçmen davranışı araştırmalarına dayanmaktadır. Sosyolojik yaklaşım seçmen tercihlerinin ve seçmen davranışının bireylere ait sosyal kimlikler tarafından belirlendiği varsayına dayanmaktadır (Beren, 2013:195).

Sosyolojik yaklaşım ya da diğer adıyla Columbia ekolü, grupların normlara sahip olmasının ve normlara uyulmadığında grup üyelerinin cezalandırılması varsayımından yola çıkarak, seçmenlerin tercihinde "niçin" sorusuna yanıt bulmaya çalışmaktadır. Sosyolojik yaklaşım çerçevesinde yapılan araştırmalar göstermektedir ki insanlar sosyal olarak politik varlıklardır. İnsanların sosyal özellikleri parti tercihini de etkilemektedir. Oy verme bir tür grup deneyimi olduğu için aynı yerde yaşayan ya da çalışan insanların aynı partiye oy verme eğilimi yüksektir. Aynı şekilde oy vermede aile kurumunun da büyük önemi bulunmaktadır. Eşlerin birbirleriyle aynı partiye oy verme olasılıkları oldukça yüksektir. Sosyolojik yaklaşıma göre siyasi tercih ya da karar alma seçime gösterilen ilgiden etkilenmektedir. İlgisi daha yüksek olan bireyler daha erken karar vermekte ve bireyler üyesi oldukları grupların eğilimleri doğrultusunda oy vermektedirler (İnan ve Meder, 2009:35) .

Sosyolojik yaklaşıma göre seçmen davranışının temelinde toplumdaki sosyal bölünmüşlük yer almaktadır (Akgün, 2002:25). Sosyolojik yaklaşım seçmen

davranışlarının anlaşılmasında, bireylerin değil grupların incelenmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu sebeple sosyolojik yaklaşıma göre birey oy kullanırken grup normlarına ters düşmek istemeyecektir (Kalender, 2005:40). Sosyolojik yaklaşım bir yapıyı ön plana alır. İnsanların davranışları ve toplumsal konumları, kurallar, kültürel buyruklar, değerler, roller, toplumsal yaptırımlar ve genel sistemin isteklerinden etkilenmektedir (Denton ve Woodward, 1985:26).

2.4. SİYASET VE DEĞER İLİŞKİSİ

İnsan davranışlarının dinamiklerini incelemek için, bireyi iten güçler ve söz konusu bu güçlerin yöneldiği dışsal varlıklarla (özne, nesne, sembol, kavram vs.) bireyin ilişkilerini incelemek gerektiği göz önüne alınırsa, siyasal davranışları etkileyen bu faktör gruplarını da iki temel kategoriye ayırmak gerekmektedir (Krech ve Crutchfield, 1970:31); Birinci kategoride bireyde gerginlik yaratan faktörlerle bireyi iten güçlerin bulunduğu, seçmenin çevresine ilişkin faktörler, medyatik ve konjonktürel faktörler yer almaktadır. İkinci kategoride ise bireyin dışsal varlıklarla ilişkilerinin göstergelerinin yer aldığı, onun değerlendirmeleriyle ilgili, partiye ve adaya ilişkin faktör grupları yer almaktadır. Dolayısıyla ilk kategoride değer ve beklentilerin kaynaklarını teşkil eden faktörler, ikinci kategoride ise doğrudan değer faktörleri yer almaktadır.

"Siyaset ya değerler ve idealler ya da menfaatler üzerinde döner" diyen Akdoğan, değerden azade bir siyasetin olamayacağını, çıkar ve menfaat için siyaset yapılsa dahi belli değerler ve ilkelerin gözetilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bu bağlamda siyasal söylemi değerler çerçevesinde analiz etmek toplumda geçerli olan başvuru kriterlerinin iznini sürmek açısından yararlı ve doğru bir çıkış noktasıdır (Akdoğan, 2004:133). Zira değerler, toplumsal yapıyı ayakta tutan ve toplumun ortak duygu, düşünce amaç ve çıkarlarını yansıtan sağlam bir zemin oluşturmaktadır.

Toplumların yaşantısına yön veren unsurlar toplumların geçmişten günümüze getirdikleri ve sahip oldukları birikimleri, eğilimleri ve değerleridir (Le Bon, 2001:128). Söz konusu unsurlar, insanların siyasal sistem karşısında davranışlarına etkide bulunan sosyo-ekonomik, psikolojik, kültürel ve çevresel faktörler, maddi

durumu, eğitim düzeyi, meslek, cinsiyet, yerleşme biçimi (köy ya da kentte ikamet etme), kişilik yapısı vb. değişkenlerinin kapsamı dışında ele alınamaz. Tüm bu değişkenler, bireyin siyasal sisteme karşı gösterdiği ilgiyi yakından etkilemekte ve bu ilgi düzeyi sebebiyle de toplum "siyasal olmayan, siyasal, iktidar peşinde koşanlar ve iktidara sahip olanlar" şeklinde sınıflandırılabilmektedir (Kapani, 1998:132-133).

Siyasal aktörlerin ve bireylerin sahip oldukları değerlerin birbiriyle uyuşması bu değerleri paylaştığına inanılan siyasal gücün ikna ediciliğini arttırmaktadır. Zira ikna sanatı olarak tanımlanan siyasette başarı, toplumdaki bireylerin ne düşündüklerini, neye inandıklarını, ne istediklerini ve neye değer verdiklerini doğru olarak saptayabilmek ve bu düşünce, inanç ve isteklere doğru cevap verebilmekle mümkündür. Durumun tam tersini düşünürsek, yani siyasal aktörler ile bireylerin sahip oldukları değerler arasında güçlü bir değerler çatışması yaşanması durumunda ise seçeneklerin artı ve eksilerinin gözden geçirilerek karara varılması söz konusu olmaktadır (Köse ve Yılmaz, 2012:12).

Boetie'ye göre (1995:101) insanların içinde bulundukları ortamı doğal olarak kabul etmelerini sağlayabilmek için insanlara bir takım değer ve davranış kalıpları ve dünya görüşünü empoze etmek gerekmektedir. Bu görev ise siyasi iktidar tarafından yerine getirilmektedir. Siyasal iktidar, bu süreçte insanlara doğru gerekçeleri yanlış olanlardan ayırma, doğruyu izlerken yanlıştan kaçınma gibi eğilimleri yönlendiren değerleri kazandırır. Siyasete ait değerler, toplumların yönetme ve yönetilme şekillerine göre farklılık göstermektedir. Günümüzde gelişmiş olarak adlandırılan toplumlarda ekonomi, estetik ve bilimsel değerlerin ön plana çıktığı, gelişmekte olan ülkelerde ise dini, ahlaki değerlerin egemenliği ön plana çıkmaktadır. Çağdaş toplumlardaki politik gündemlerin ve olayların temelinde bağımsızlık, güvenlik, refah ve ekonomik gelişme, özgürlük ve anayasal düzen değerlerinin yer alması değerlerin toplumların yönetme veya yönetilme şekillerine göre farklılık gösterdiğinin kanıtıdır (Kazakistan El Farabi Devlet Üniversitesi, 1993).

Her insanın elde etmeyi beklediği sonuçlara ve doğal durumlara yönelik bazı öncelikleri bulunmaktadır. İnsanlar önceden tanımlayıp, betimledikleri bir sonuca ulaşmak için çaba sarf etmektedirler. Seçmenler siyasal bir tercihte bulunurken, hayat pahalılığı ya da işsizlikte muzdaripse, (ideolojik-siyasal-sosyolojik vs. başka

bir eğilimleri buna baskın çıkmıyorsa) muhtemelen, bu yönde vaadleri bulunan ya da bu tür hizmetler verdiğine inandığı siyasi partilere oy verme davranışına yöneleceklerdir. Bazı seçmenler ise işsiz ve yoksul oldukları halde, bu ekonomik konumlarıyla ilgisiz olarak, ideolojik angajmanlara uygun bir siyasi tercihte bulunabileceklerdir. Burada önemli olan, her insanın farklı sonuçlara farklı yoğunlukta ve türde önem veriyor olmasıdır. Buna bireysel ihtiyaç, algı ve öncelikleri neden olmakta ve bu sübjektif değerlendirmeler yani sahip oldukları değerler olarak davranışlarına yansımaktadır (Anık, 2000:118).

Birey bazı durumlarda, yöneldiği sonuç gerçekten değerli olmasa bile onu çok değerli olarak görebilmektedir. Bireyin bir sonuca ilişkin "olumlu", "olumsuz" , "yansız" kanaat/inanç duyması iki ayrı kavramı ortaya çıkarmaktadır. Bu kavramlar gerçek değer (value) ve algılanan subjektif değer (valance) dir. Genellikle gerçek değer algılanan değerden daha az veya daha çok olmaktadır. Bu noktada bireyin tatmini ya da tatminsizlik düzeyleri değişmektedir. Örneğin bir grup seçmen tarafından demokrasi için tehlike olduğu zannedilen bir siyasi partinin iktidara gelmesi ciddi kaygılar uyandıran bir sonuç olarak algılanıp, olumsuz değer yüklenirken, siyasi parti iktidara gelir, demokrasinin işleyişine katkı sağlayıcı icraatlarda bulunursa o seçmen grubu nezdindeki siyasi partinin iktidarına ilişkin olumsuz değerlendirmeler olumlu hale dönüşebilir (Anık, 2000:119).

Sübjektif değer kavramı bazen davranışların doğrudan sonucuna ilişkin olabileceği gibi bazen de nihai sonuca ulaşmak için elde edilmesi gereken ara sonuçlarla ilgili olabilmektedir. Bu durum araçsallık kavramını devreye sokmaktadır. Araçsallık kavramı, kişinin tatmin olacağına inandığı bir sonuca belirli birtakım araçlar sayesinde ulaşabileceği inancını biçimlendirerek, onun davranışını şekillendirebileceğini göstermektedir (Pinder, 1987:71). Ya da diğer tabirle araçsallık bir eylemin sonucunda ulaşılacak amacın, başka bir ödülün elde edilmesine aracı olması şeklinde tanımlanabilmektedir (Başaran, 1991:159). Örneğin seçim kampanyalarında zaman zaman, bu ödüle ulaşmanın yolunun "x" partinin siyasal iktidar olmasına ya da şu cezadan, kötülükten sakınmanın "x" partinin iktidara gelmesinin önlenmesine bağlı olduğu şeklinde temalar kullanılmaktadır. Bu kullanım seçmenin siyasal davranışının şekillendirilmesine yönelik çabalardır. Vroom

(1964:18) araçsallığın sonuç-sonuç birlikteliği olduğunu savunmakta ve değerinin +1'den 0'a ve -1'e kadar geniş bir alana yayılmış olduğunu ifade etmektedir. Kısacası ara sonuç elde edildiğinde nihai sonuç da elde edilmektedir (+1). Ya da ara sonuçla nihai sonuç arasında herhangi bir ilişki bulunmayabilmektedir (0). Ya da ara sonuç elde edildiğinde nihai sonucun elde edilmediği de görülmektedir (-1). Bir seçmenin, bir siyasi partinin iktidara geldiğinde ekonomik sorunları çözebileceğine, bununla birlikte siyasal sistemi demokrasiden otokrasiye dönüştüreceğine inanıyor olması mümkündür. Ancak üzerinde durulması gereken sorun bu seçmenin o siyasal partiye oy verip vermeyeceğidir. Söz konusu soruna yönelik olarak araçsallık kavramının önerisi şöyle ifade edilmektedir: Araç kişinin olumlu değer yüklenen sonuca kendisini ulaştıracağına inandığı olumlu değer yüklenmiş bir sonuçtur. Bu nedenle kişi, nihai sonuca olumlu bir değer yüklüyorsa ona ulaşmasını sağlayacak ara sonuçlara da olumlu bir değer yükleyecektir (Pinder, 1987:72).

İnsanlar içsel ve dışsal bazı faktörlerin etkisiyle eyleme geçmektedirler. İtici güçler organizmanın, genel denge durumunun bozulmasıyla yoğunluk kazanmakta ve organizmanın gerginlik haliyle birlikte davranışın ilk kaynaklarını ihtiva etmektedirler. Bu sebeple siyasal bir davranış ortaya koyan seçmenin önce nasıl bir dengesiz durumda bulunduğunu, onun gerginlik ve gerilim halini ifade eden göstergeleri ortaya koymak gerekir. Daha sonra dengesiz durumdan kurtulmak isteyen seçmenin hangi itici güçlerin etkisinde olduğu ya da gerilimle yoğunluk kazanan güçlerin neler olabileceğinin ortaya koyulması gerekir. Seçmenin sosyal bir varlık olduğu ve çevresiyle çeşitli bağlantılarının bulunduğu fikrinden hareketle seçmenin alacağı kararın sosyal çevresi ve kişilik özelliklerinden etkileneyeceği öngörülerek bireyin ne tür kişilik özelliklerine sahip ve nasıl bir sosyal çevreye mensup olduğunun belirlenmesi gerekir. Son olarak seçmenin değer ve beklentileriyle ilgili gözlemler onun davranışının muhtemel yönelimlerine ilişkin ipuçları verecektir (Anık, 2000:176-177).

Siyasal değer kavramı, çevresel varlıkların değerlendirildiği ve elde edilmek ya da sakınılmak istenen sonuçlara ilişkin zihinsel kriterlerdir. İnsanlar yaşam içerisinde hem günlük hem de siyasal alanla ilgili bir takım değerlendirmelerde bulunmaktadırlar. Bu sebeple değer kavramı da farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Vroom'da görüldüğü gibi amaçsal-araçsal ya da Rokeach'ın kavramlarıyla terminal-

instrumental değerler ayrımının yanı sıra değer; özel ve genel, moral olan ve olmayan değerler şeklinde de sınıflandırılmaktadır (Ünal, 1981:1). Spranger ise teorik, ekonomik, estetik, sosyal , siyasal ve dini değerler olmak üzere altılı bir sınıflama yapmıştır (Ünal, 1981:20-21). Güngör ise (1993:62) söz konusu bu sınıflamaya ahlaki değeri de eklemektedir. Yapılan bu sınıflamalarda siyasal değerin kapsamı siyasal alanın dışına taşarak, kişisel güç, etki ve şöhret arayışına kadar genişlediğine değinilmektedir (Ünal, 1981:21). Siyasal değerin çerçevesi, siyasal katılım kapsamında yer alan siyasal davranışla ya da oy verme davranışına indirgenmekte ve seçmenin oy verme eyleminde bulunurken yaptığı değerlendirmeler ya da değer yüklediği özne, sembol ve kavramlar üzerinde durulmaktadır. Oy verme davranışında etkili olan siyasal partiye ve siyasal adaya ilişkin faktörlerin seçmen tarafından değer atfedilen etkenler olduğu varsayılmaktadır. Oy verme davranışıyla seçmenin ulaşmak ya da sakınmak istediği sonuç, siyasal parti ya da siyasal adayla ilişkili olmakta, değerlendirilen çevresel varlık kapsamında siyasal parti ile siyasal adaylar arasında yer almaktadır. Seçilen siyasal araçlar da, siyasal parti veya siyasal adaylar olmaktadır (Anık, 2000:181).

Demokrasilerin en önemli iki unsuru hür seçmen ve özgür oy kullanma davranışıdır. Seçmenler oy verirken birçok faktörün etkisi altında kalmaktadırlar. Bireysel değerler söz konusu faktörlerden biridir. Son yıllarda yapılan çeşitli araştırmalar göstermektedir ki değerlerin seçmenlerin siyasal tercihi üzerindeki etkisinde artış gözlemlenmektedir. Seçmen tercihi ve siyasal değer üzerine çalışmalar yapan Caprara siyaset alanının giderek kişiselleştiğini ifade ederek bunun temelinde bireysel değerlerin ön plana çıkmasının yer aldığını ifade etmektedir (Caprara, 2004:581).

Seçmenler kendilerini belirli bir ideolojik kategorinin içerisinde görmekte ve sahip olduğu değerler, mensubu hissettiği ideolojik kimliklerle tutarlılık arz etmektedir. Bireyler ideolojik kimlikleri doğrultusunda, belirli ideolojik değerleri benimsemekte ve belirli bazı beklentilere sahip olmaktadırlar (Anık, 2000:202-203). Mitchell ve arkadaşları (1993:637) sağ ve sol görüşleler arasında var olan anlaşmazlıkların sadece ekonomik gelişimin nasıl başarılacağına yönelik farklı varsayımlarından kaynaklanmadığını, temel değerlere yönelik algılama farklılıklarından kaynaklandığını ifade etmektedirler.

Siyasal değer çalışmalarında literatüre çok sayıda katkı yapan Schwartz'ın geliştirmiş olduğu değerler ölçeği ile yapılmış çok sayıda araştırma bulunmaktadır. 2001 İtalya Genel Seçimleri üzerine Schwartz ve arkadaşları tarafından değerlerin siyasal tercihler üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla Scwartz'ın değerler ölçeği temel alınarak bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre merkez sol seçmenlerin merkez sağ seçmen arasında bir karşılaştırma yapılmış ve merkez sol seçmenin siyasi tercihlerinde evrensellik, yardımseverlik ve kendine yönelme değerlerinin baskın olduğu ortaya konulmuştur. Öte yandan merkez sağ seçmenin siyasal tercihlerinde ise güvenlik, başarı, güç ve gelenekselcilik değerlerinin ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. Siyaset ve değer üzerine odaklanan çalışmalar göstermektedir ki sağ ideolojiyi benimseyen bireyler piyasa ekonomisine, aileye, güvenliğe ve milli değerlere önem vermektedirler. Fakat bu aynı zamanda Schwartz değer ölçeğinde yer alan güç, başarı ve güvenlik değerlerinin karşısında bulunan yardımseverlik ve evrenselcilik değerlerine daha az önem verdiklerini ifade etmektedir. Bunlardan ilki, bireyin kaybetmesi karşılığında baskalarının refahını arttırmaya çalışması, ikincisi ise, zayıf olanlar ile ekonomik anlamda zarar görenleri düşünmek anlamına gelmektedir. Güvenlik ve uymaya karşı evrenselcilik ve özyönelim değerleri ise seçmen tercihlerini yordayan iki karşıt değerdir. (Caprara, vd.,2006). Güvenlik ve uyma değerlerine öncelik veren kişiler genellikle sağ ideolojiye mensup kişilerdir (Braithwaite,1998). Sol siyasal ideolojiyi benimseyenler sağ siyasal ideolojiyi benimseyenlerden daha yüksek yardımseverlik, evrenselcilik, kendine yönelme ve uyarılma değerlerini benimsemektedirler. Ayrıca sağ (milliyetçi-muhafazakar) siyasal ideolojiyi benimseyenlerin ise güç, uyma, geleneksellik ve güvenlik değerlerini benimseme seviyeleri sol (laik-solcu) siyasal ideolojiye benimseyenlerden daha yüksek düzeydedir (Gümüş, Sümer ve Dönmez, 2007). Devos, Spini ve Schwartz (2002) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada değerler ve siyasal yönelimler arasındaki bağlantılar araştırılmıştır. Çalışmada sosyalistler ve ekolojistler yani çevreciler sol kanat; liberaller, radikaller ve Hristiyan demokratlar sağ kanat; herhangi bir siyasal parti tercihi ifade etmeyen grup ise apolitik olarak sınıflandırılmıştır. Schwartz'ın kuramında iki boyut üzerindeki dört temel değer alanı açısından bakıldığında, ilk boyut üzerinde sol görüşlülerin değişime açıklığı, sağ görüşlülerin tutuculuğa önem verdiği; ikinci boyut üzerinde ise sol görüşlülerin

kendini aşma/öz-aşkınlığı, sağ görüşlülerin ise kendini geliştirmeyi ön plana aldıkları gözlemlenmektedir. Apolitik olan grup ise her iki görüşten de anlamlı bir şekilde farklılık göstermektedir. Değer önceliklerine bakıldığında sağ ideolojiyi benimseyenlerin güç, güvenlik ve uyma, sol ideolojiyi benimseyenlerinse evrenselcilik değerlerine daha fazla önem atfettiği gözlemlenmektedir. Apolitik olan bireyler ise bir çok değer bakımında bu iki grubun arasında yer alarak yalnızca iki değer açısından bu gruplardan anlamlı olarak farklılaşmaktadırlar. Apolitik bireyler sol ideolojiyi benimseyenlere kıyasla evrenselciliğe daha az, güvenliğe ise daha fazla önem atfetmektedirler.

Schwartz ve diğer çok sayıdaki bilim insanı değerleri, siyasi ideolojilerin temel taşları ve altında yatan ilkeler olarak görmekte ve siyasal değerlerin, siyaset sahasındaki temel bireysel değerlere işaret ettiğini vurgulamaktadır. Bununla birlikte insanların bireysel değerlerinin, siyasi konulara ilişkin duygu ve inançlarının önem sırasına karar vermekte, siyasi kararlarını saptamakta ve meşrulaştırmakta, ayrıca siyaset hakkında konuşmakta kullanıldığı ifade edilmektedir. Özetle değerlerin siyasi kararlar üzerindeki etki ve belirleyiciliğine ilişkin yapılan ampirik çalışmalar sonucunda genel ifadeyle bireysel değerlerin oy verme davranışını ve siyasal tercihleri doğrudan etkilediğine ilişkin bulgulara ulaşılmıştır.

2.5. SİYASAL İLETİŞİM VE DEĞERLER İLİŞKİSİ

Matbaa teknolojisinin doğmasıyla birlikte kitle tüketimi ve standartlaşma toplumunun (Anderson, 1995:59), ekonomik/kültürel kürselleşme sürecinin önemli bir unusuru olan iletişim teknolojisi (Giddens, 2004'ten Aktaran Yalın,2009), bilimsel ve teknik bilginin yaygınlaşması, bilgisayarlaşma ve ulusötesi şirketleşmelerle etkileşim içerisindeki ticari ideolojinin, sözün ve eylemin dünya çapındaki hegemonyasını meşrulaştırmaktadır (Schiller:1989:33-34-69'dan aktaran Lull, 2001:164). Kültürel imgelerin alışverişine imkan sağlayan bilgi ve iletişim teknolojisi, değerleri de belirlemekte, hatta iletişimin reklam, halkla ilişkiler, pazarlama gibi etkinlikleri geçen zamanla birlikte ussal bir yargının yerini almaktadır (Duverger, 1998:82). Enformasyon çağı, dünyayı yeniden yapılandırmakta (McLuhan ve Povers: 2001:157), bu yapılandırma sürecinde de yeni değer sistemleri ortaya çıkmakta, iletişim teknolojileri vasıtasıyla bu yeni değer sistemleri

yaygınlaşmakta ve hatta eski ve yeni değerler sisteminin çatışmasına, üstünlük mücadelesine girmesine sebep olabilmektedir (Erkan, 1994:11).

Değerler ve kitle iletişim araçları karşılıklı olarak birbirlerini etkilemektedirler. Değerlerin öncelikli etkisi bireyin medya kullanımı üzerinde gerçekleşmektedir (McLeod,vd., 1998:453). Benzer olarak medya içerikleri de bireyin değerlerine karşı olan algısını ekilemektedir (Gerbner 1987:3). İthal edildikleri toplumun ideolojik ve kültürel yönelimlerini, inançlarını, yaşam biçimlerini, çıkarlarını yani değerlerini ön plana çıkartan çeşitli diziler, eğlence programları, filmler vb. gibi medya içerikleri de gerçekte bütünüyle ideolojik içerikleriyle izlendikleri toplumun üyelerini aslında ait olmadıkları ya da hiç varolmamış bir dünyanın özlemine, özdeşimine ya da bu dünyaya karşı çatışmaya itmektedir (Lull, 2001:158).

Kamuoyu oluşturma, temsil etme, siyasal toplumsallaşma, eleştiri ve denetim kitle iletişiminin siyasal işlevlerindendir (Gökçe, 2002:173). Kitle iletişim araçlarının mahiyetinde demokrasi ve ifade özgürlüğü yer almaktadır (İnce, 1994:73). Graber (1988) yaptığı bir araştırmanın sonucunda "medyanın, siyasal bilginin temel kaynağı olduğu" sonucuna ulaşmıştır. Daha önceki dönemlerde bireylerin kişilerarası iletişim vasıtasıyla elde edebildikleri siyasal bilgi, kitle iletişim araçları vasıtasıyla elde edilmeye başlanmıştır (Robinson ve Levy, 1986). Kitle iletişim araçlarının siyasal, toplumsal, ekonomik ve bilgilendirme işlevi bulunmaktadır. Bilgilendirme işlevi diğer üç işlev olan siyasal, toplumsal ve ekonomik işlevi de kapsayan en önemli işlevlerden biridir. Bilgilendirme işlevi, medya tüketicilerinin daha önceden bilmedikleri bir konuda yeni görüşlerle bilgisini arttırmaktadır (Gökçe, 2002:175). Medya ve kitle iletişim araçları, siyaset hakkında bilgiler öğrenmek ve çeşitli gerçeklere ulaşmak isteyen bireylerin, kendilerini yönlendirmelerine, toplumsal kurumlar ve problemler arasında bağ kurmalarına ve en önemlisi bireyin kendi politik tercihlerini biçimlendirmesinde yardımcı olmaktadır (Zaller, 1992).

Bireylerin toplumsal ve psikolojik ihtiyaçları medya kullanım davranışlarını yönlendirmektedir (Johanson, 1994, Roberts ve Maccoby, 1985., Rubin 1981). Bu konuda çeşitli çalışmalar yapılmış ve medya ve değerlerle ilgili çeşitli saptamalarda bulunulmuştur. McCarty ve Shrum (1993) , eşitliğe değer veren bireylerin haber

programlarını tercih ettiklerini, konforlu yaşama değer veren bireylerin komedi programlarına daha fazla zaman ayırdıklarını saptamışlardır. Selnow (1990:72), yaptığı bir çalışmada ABD'deki prime-time televizyon yayınlarının içeriğinin, kendine saygı, cesaret, vatanseverlik ve demokrasi gibi değerleri kapsadığını bulgulamıştır. Larson ise (1998:490), ABC Worlds News Tonights , "Person Of The Week" programında kahramanlık, bireysellik ve bencil olmama gibi değerlerin, popülizm (halkçılık), kapitalizm ve vatanseverlik değerlerinden daha çok vurgulandığını ifade etmektedir. Medya, kitlelerin değerlerine göre seçim yapacağını bildiğinden, bir yandan söz konusu değerleri pekiştirmekte diğer yandan ise değerlerin dışında bir değer alanı yaratmaktadır (Mutlu, 2005).

Toplum denilen kavram, siyasal ve iletişimsel olanın karşılaştığı bir alandır. Toplumların herbiri kendi düşünme ve karar verme yetisine yön veren değerler sistemini üretir ve bu sistem, diğer sistemleri de etkilemektedir. Kısacası, siyasal ve iletişimsel olanı toplumsal alanda düzenleyen sistem "değerler" sistemidir. Siyaset kavramının toplumsal alanın düzenlenmesini ve söz konusu alana katılımı sağlamayı hedeflediği düşünüldüğünde (Bektaş, 2002), siyasetin toplumsal alanın özünü oluşturan değerler sisteminden ayrı düşünülmesi imkansızdır (Bauman, 2004:133). Siyasal iletişimin ana amacı, kitleleri bilinçlendirmek, siyasal tercihlerini etkilemek, siyasal katılımı gerçekleştirmek ve bu sayede toplumsal süreklilik ortaya koymaktır. Siyasal iletişim bunu gerçekleştirirken bireyi, topluluğun bir anlatımı olması sebebiyle ön plana çıkartmaktadır (Aron, 2000).

Medya, her toplum yapısı için, kullanılan araç ve yöntemler bakımında benzerlik gösterirken içerik bakımından farklılıklar içermektedir. Seçim dönemlerinde gündeme gelen siyasal kampanyalar, siyasetin toplum tarafından algılanma düzeylerini de ortaya koymaktadır. Seçim kampanyalarında vurgulanan ortak değerler, o ulusun demokrasisinin kendine ait mitolojisini ve karakterini ortaya koymaktadır (Bektaş, 2002). Bu bağlamda, siyasal iletişim sürecinde kurgulanan iletilerin, bireyin içerisine dahil olduğu sosyal çevrenin ya da sosyal grupların değer ve inançları dikkate alınarak oluşturulması gerekmektedir (Kalender, 2000). Siyasal iletişim, bireyin siyasal toplumsallaşmasını olanaklı hale getirir. Kişiler, siyasal değer yargılarını, inançlarını ve tutumlarını bellirli bir öğrenme süreci içerisinde zamanla geliştirmektedirler. Bu gelişim sonucunda ortaya çıkan siyasal kültür,

siyasal toplumsallaşma yoluyla aktarılır ve kendini yeniden üretir. Söz konusu bu üretim süreci de siyasal iletişim vasıtasıyla gerçekleşmektedir . İletişim yalnızca iki birey arasında düşünce, bilgi ya da davranışın aktarılması değil, yönlendirme, ikna ve duyguları da kapsayan kültürel bir süreçtir (Batmaz: 1999:152). Söz konusu süreçte toplumsal değişimle beraber çeşitli değerlerin politik alandaki önemi de döneme göre değişiklik göstermektedir. Örneğin ülkemizde seçim dönemlerinde milliyetçilik, laiklik, ulusal güvenlik, ulusal çıkarlar gibi çeşitli siyasal değerler vurgulanmaktadır. 1970'li yıllarda ülkemizde ve dünyada özgürlük, barış, kardeşlik, sevgi, sadakat, büyüklere saygı ve milliyetçilik gibi değerler ön plandayken, 1980'li yıllar ve günümüzde bu değerlerin içeriğinin ekonomik ve bireysel çıkarlar doğrultusunda değiştiği, eğlence, para, kalite, konfor ve karizmanın söz konusu değerlerin yerini aldığı söylenebilmektedir (Artan vd., 2005) Siyasal iletişim kavramı da yükselen değerlerin varlığını göz ardı edememektedir. Çünkü modern toplumlarda, her durum, her olay, her nesne siyasallaşmıştır ve siyasal bir değere sahiptir (Bostancı, 1998:13).

İletişimsel veya siyasal olanın odağı güçtür ve gündelik pratikler göz önüne alındığında hem iletişim hem de siyaset bir güç uygulamasıdır (Erdoğan, 1997:120). Siyaset ve iletişimi bir araya getiren bu güç uygulaması, siyasal propaganda, siyasal reklamcılık ya da siyasal iletişim olarak adlandırılır. Genel anlamıyla siyasal iletişim, hükümet işlerine ait bilgi, düşünce ve tutumları yayan uzman kişi veya kurumlar vasıtasıyla yürütülen etkinlikler bütünüdür (Köker, 1998). Siyasi aktörler, siyasal semboller, etik değerler, normlar, ideolojik argümanlar, çözüm önerileri ve siyasal hedefler üreterek bunları mesaj haline getirip topluma iletme gayesindedirler (Özkan, 2004). Oskay (1992), siyasal iletişim sürecinde iletilecek iletilerin, hedef kitlenin değer, tutum, beklenti ve davranış kalıplarına uygun olması gerektiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda, siyasal iletişim-değerler bağlamında değerlendirme yapıldığında, siyasal aktörlerin hedeflerinin üstesinden gelebilmek için hedef kitlenin değer ve pratiklerini öngörebilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Siyasal iletişim sürecinde medya, kısa vadede varolan tutumları güçlendirebilir ya da belirsiz tutumları netleştirir yahut kararsızları yönlendirebilir (Kaypakoğlu, 2000:104). Medyayı bu kadar güçlü yapan ise onun uzun dönemli etkileridir. Siyasal kampanya sürecinde hedeflenen davranış değişikliğinin

gerçekleşmesi için önce tutumların daha genelinde ise değerlerin değişmesi ya dönüşmesi gereklidir (Uztuğ, 1999:118-119).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.SİYASAL DEĞERLER AÇISINDAN TÜRKİYE'DE DEVLET BAŞKANLIĞI SEÇİMİ

3.1. ÇALIŞMANIN AMACI

Çalışma, Türkiye'deki ilk devlet başkanlığı seçimlerine katılan siyasal aktörlerin söylemlerinde yer edinmiş olan değerleri belirlemeyi ve bunların seçmenlerdeki karşılığını siyasal değerler açısından değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Değerlendirmelerin sonucunda, 24 Haziran 2018 devlet başkanlığı seçimlerinde siyasal aktörlerin söylemlerinde yoğun olarak vurguladıkları değerlerin neler oldukları tespit edilecektir. Çalışmada siyasi aktörlerin seçmenleri ikna etmek amacıyla öne çıkardıkları değerleri hangi argümanlar üzerinden kurguladıkları ve atıfta bulundukları değerlerin birbiriyle nasıl ilişkilendirildiği analiz edilecektir.

Çalışma kapsamında aşağıda yer alan araştırma sorularına yanıt bulmaya çalışılmıştır:

1)Cumhurbaşkanı adaylarının seçim kampanyaları boyunca gazetelere yansıyan söylemlerinde öne çıkan siyasal değerler nelerdir?

2)Siyasi parti aktörlerinin seçim kampanyaları boyunca gazetelere yansıyan söylemlerinde öne çıkan siyasal değerler nelerdir?

3)Cumhurbaşkanı adaylarının ve siyasal parti aktörlerinin söylemlerinde siyasal değerler bakımından farklılıklar bulunmakta mıdır?

4)Cumhurbaşkanı adaylarının ve siyasi parti aktörlerinin üst düzey değer boyutu dağılımları nasıl bir yapıdadır?

5)Üst düzey değer boyutları arasında bir uyum ya da çatışma mevcut mudur?

3.2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ

Çalışmada demokrasinin ve milli iradenin en önemli unsuru olan siyasal seçimler incelenecektir. Türkiye siyasi hayatı açısından 2017 Cumhurbaşkanlığı sistemi referandumunda kabul edilen bazı değişikliklerin yürürlüğe gireceği bir seçim olması ve uzun yıllardır süregelen parlamenter demokrasi sisteminden başkanlık sistemine geçilecek olması nedeniyle çalışmanın örneklemi olarak seçilen 24 Haziran 2018 Genel Seçimleri büyük öneme sahiptir.

Çalışmada seçimlere katılacak olan cumhurbaşkanı adaylarının (R.Tayyip Erdoğan, Muharrem İnce, Meral Akşener, Temel Karamollaoğlu, Selahattin Demirtaş ve Doğu Perinçek) ve siyasi partilerin (Adalet ve Kalkınma Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi, İyi Parti, Saadet Partisi, Halkların Demokratik Partisi, Hür Dava Partisi, Vatan Partisi) siyasal iletişim faaliyetleri kapsamında öne çıkarttıkları değerler saptanmaya çalışılacaktır. Çalışma, Türkiye'de yaşayan seçmenlerin siyasal tercihleri sürecinde etkili olan değerleri belirlemek ve tespitler yapmak amacıyla gelecek çalışmalar için rehber niteliği taşıyacaktır.

3.3. ÇALIŞMANIN SINIRLILIKLARI

Çalışma, seçim çalışmalarının en yoğun olduğu zaman dilimi olan seçimler öncesindeki bir aylık dönemle (23 Mayıs 2018 – 23 Haziran 2018) sınırlandırılmıştır. Çalışma kapsamında ulusal çapta yayın yapan, siyasi görüş ve yayın politikası bakımından toplumun farklı kesimlerini temsil etme yeterliğine sahip olduğu düşünülen gazeteler ele alınmış ve bu gazetelerde yer alan siyasal aktörlerin seçimlerle ilgili ifadeleri çalışma kapsamında analiz edilmiştir. İncelenen gazeteler sırasıyla *Cumhuriyet, Sözcü, Hürriyet, Türkiye* ve *Yeni Şafak* gazeteleridir. Gazetelerin siyaset/politika ve gündem sayfalarındaki haberler analiz kapsamında değerlendirilmiştir. Çalışmada siyasal aktörlerin konuşmalarını içermeyen seçimlerle ilgili köşe yazıları, değerlendirme ve dizi yazıları analiz dışı bırakılmıştır. 24 Haziran Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde Cumhurbaşkanı adaylarının seçmenler tarafından oylanmasının yanı sıra yeni sistemde faaliyetine devam ederek parlamentoda yer alacak olan siyasi partiler de seçmenler tarafından oylanmıştır. Bu nedenle analizde

Cumhurbaşkanı adaylarının yanı sıra siyasi parti mensubu siyasal aktörlerin söylemleri analiz edilmiş, söz konusu seçim gündemi bütünlükçü bir perspektiften tüm yönleriyle analiz edilmeye çalışılmıştır.

3.4. YÖNTEM

Seçim dönemlerinde gerçekleştirilen kampanyalarda, kitle iletişim mesajlarının gönüllü olarak kabul edilmesini amaçlayan ikna edici iletişim yöntemleri kullanılır. Bu yöntemlerden biri de medya ve kitle iletişim araçları aracılığıyla parti tabanı ve seçmenleri harekete geçirmeye çalışmaktır (Aktaş, 2003). Siyasal iletişimi, farklı aktörler tarafından dile getirilen ve medya tarafından aktarılan siyasal söylemlerin üretimi ve değişimine ilişkin akla gelebilecek her şey olarak ifade etmek mümkündür (Özkan, 2004). Bu sebeple medyada yer alan medya içeriklerinin analizi siyasal iletişim kampanyaları açısından önemlidir.

Siyasal kampanyaların medya içerikleri incelenirken mesajların taşıdığı anlamları, toplumun sosyal ve bilişsel dokusunu göz önüne alarak analiz edebilmek oldukça önemlidir. Çünkü anlam, kültürün varolan kaynaklarından, imajlardan, mitlerden, kısaca değerlerden oluşur (Erdoğan, 1997). Olaylar, kendi başlarına anlam iletmez, olayları anlaşılabilir kılmak içinse, onlara anlam yükleyecek kodları seçmek, onları kendilerine anlam yükleyecek göndergesel bir bağlama yerleştirmek gerekmektedir (Küçük, 1994:203).

Bu bağlamda, nitel içerik analiziyle gerçekleştirilen araştırmada, Schwartz Değer Ölçeği'nde yer alan 10 temel ve 56 alt değer analiz kategorileri olarak kullanılmıştır. Nitel içerik analizi, verilerin araştırmacı tarafından düzenlendiği, analiz birimlerine ayrıldığı, sentezlendiği, biçimlerin ortaya konulduğu, önemli değişkenlerin keşfedildiği ve hangi bilgilerin rapora yansıtalacağının belirlendiği bir süreçtir (Bogdan vd., 1992). Nitel analiz aşaması için gerekli olan medya içeriğine sahip olmak amacıyla Cumhuriyet, Sözcü, Hürriyet, Yeni Şafak ve Türkiye gazetelerinin 23 Mayıs 2018-23 Haziran 2018 tarihleri aralığındaki sayıları arşivlenerek gerekli medya içeriği elde edilmiş ve bu medya içeriklerinden nitel analiz aşamasında yararlanılmıştır. Verilerin kodlanması ve analiz edilmesinde MAXQDA 2018 isimli nitel ve nicel analiz programından yararlanılmıştır.

Çalışmada nitel içerik analizi kapsamında siyasal aktörlerin gazetelere yansıyan ifadelerinin yalnızca görünen anlamları değil yaptığı çağrışımsal anlamlar da göz önünde bulundurularak bir değerlendirme gerçekleştirilmiştir. Bunun temel sebebi ise sosyo-bilişsel öğeler olarak ifade edilen değerlerin, bireylerin eylemleri, davranışları, tercihleri, kararları, olayları değerlendirme biçimleri, doğruları ya da yanlışları üzerinde doğrudan belirleyiciliğe sahip olan, fakat çoğu zaman farkında olmadan algıları ve dolayısıyla kararları da etkileyen kriterler özelliğine sahip olmasıdır. Bu nedenle çıkarım yapmaya dayalı olan, mesajda gözlenen ya da betimlenen unsurlardan hareketle bir yorum getirme amacına sahip olan nitel içerik analizi çalışmanın hedefleriyle uyumlu bir yöntemdir.

3.4.1. 24 Haziran 2018 Seçimleri Öncesi Türkiye'nin Siyasi ve Toplumsal Düzeni

24 Haziran 2018 Türkiye Başkanlık Seçimleri öncesi ülkenin siyasi ve toplumsal yapısını etkileyen ana unsurların 15 Temmuz 2016 darbe girişimi, darbe girişimi sonrası ülkede güvenlik, asayiş ve Fetullahçı Terör Örgütü(FETÖ) ile etkili mücadele edebilmek amacıyla başlatılan Olağanüstü Hal(OHAL) uygulamaları ve 2017 Türkiye Anayasa Değişikliği Referandumu olduğu söylenebilir.

15 Temmuz 2016 kalkışması Türk Silahlı Kuvvetleri(TSK) içerisinde illegal olarak yapılanmış FETÖ mensubu bazı generallerin ve askerlerin organize ettiği bir darbe girişimidir. Söz konusu darbe girişimi halkın sokağa çıkarak darbecilere direniş göstermesi ve TSK içindeki çoğunluğun darbe girişimine destek vermemesiyle engellenebilmiştir (yenisafak.com). Darbe girişiminin hemen ardından 21 Temmuz 2016'da Ankara'daki Milli Güvenlik Kurulu ve ardından yapılan Bakanlar Kurulu toplantısından sonra Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, 3 ay süreyle OHAL ilan edildiğini açıklamıştır (hürriyet.com.tr).

2018 Cumhurbaşkanlığı ve Genel Seçimlerine doğru giden yolda atılan en önemli adım 2017 Türkiye Anayasa Değişikliği Referandumuna gidilmesi olmuştur. İktidardaki Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ve Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından desteklenen anayasadaki madde değişiklikleri muhalefetteki

Milliyetçi Hareket Partisi'nin (MHP) destek vermesiyle, 20 Ocak 2017 tarihinde meclisten geçmiş ve referandum kararı alınmıştır. Değişiklik paketi, mevcut parlamenter sistemin kaldırılarak yerine başkanlık sisteminin getirilmesini, başbakanlık makamının kalkmasını, Türkiye Büyük Millet Meclisindeki milletvekili sayısının 550'den 600'e çıkarılmasını, Hâkimler ve Savcılar Yüksek Kurulunun yapısında değişiklikler yapılmasını içermektedir (yenisafak.com). Kasım 2016'da AKP uygulanması istenen sistemin isminin başkanlık sistemi yerine cumhurbaşkanlığı sistemi ismiyle anılacağını duyurmuştur (sabah.com.tr). Referandum 16 Nisan 2017 tarihinde gerçekleştirilmiş, "Evet" oranı %51,43, "Hayır" oranı ise %48,57 olmuştur. Katılım oranının %85,5 olduğu referandumda yaklaşık 25 milyon 133 bin 391 kişi "Evet" oyu kullanırken, 23 milyon 758 bin 401 kişi "Hayır" oyu kullanmış, ortalama 800 bin oy ise geçersiz kabul edilmiştir (bbc.com).

16 Nisan 2017 Türkiye anayasa değişikliği referandumu ile ülkenin yönetim şeklinin başkanlık sistemi olarak belirlenmesinin ardından 2018 yılına gelindiğinde siyasetin ana gündem maddesi Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimleri olmuştur. Kasım 2017'de MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin AKP'ye seçime yönelik ittifak önerisinde bulunmasıyla Şubat 2018 tarihinde Cumhur İttifakı kurulmuştur (aa.com.tr). Cumhur İttifakının ardından Cumhuriyet Halk Partisi, İYİ Parti, Saadet Partisi ve seçime girmemesine rağmen Demokrat Parti'nin de desteği ile millet ittifakı kurulmuştur (Daily Sabah, 2 Mayıs 2018). Devlet Bahçeli'nin erken seçimin gerekliliğine vurgu yaparak "erken seçim" teklifinde bulunması ve Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 18 Nisan 2018 tarihinde bu teklife onay vermesiyle 3 Kasım 2019'da yapılması planlanan seçim erken bir tarihe alınmıştır (cumhuriyet.com.tr). 20 Nisan 2018'de erken seçim önerisi TBMM'de kabul edilmiştir (cumhuriyet.com.tr). YSK, resmi Cumhurbaşkanı adaylarını 13 Mayıs 2018 tarihinde ilan etmiştir (ysk.gov.tr). Buna göre seçimlerde Cumhurbaşkanı adayı olarak Cumhur İttifakının ortak adayı Recep Tayyip Erdoğan, Cumhuriyet Halk Partisi'nin (CHP) adayı Muharrem İnce, İyi Parti (İP) adayı Meral Akşener, Saadet Partisi'nin (SP) adayı Temel Karamollaoğlu, Halkların Demokratik Partisi'nin (HDP) adayı Selahattin Demirtaş ve Vatan Partisi (VP) adayı Doğu Perinçek cumhurbaşkanı adayları arasında yer almıştır. Seçime katılan siyasi partiler Adalet ve Kalkınma Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi, İYİ Parti,

Saadet Partisi, Halkların Demokratik Partisi, Hür Dava Partisi ve Vatan Partisi olarak sıralanmıştır. 24 Haziran 2018 tarihinde gerçekleştirilen seçimleri salt oy çoğunluğunu elde eden Recep Tayyip Erdoğan kazanarak Türkiye'nin ilk devlet başkanı olmuştur. (ysk.gov.tr). AKP ve MHP'nin oluşturduğu Cumhur ittifakı da Millet ittifakından ve seçime tek olarak giren partilerden daha fazla oy elde ederek başarılı olmuştur.

3.5. BULGULAR

Çalışma kapsamında 23 Mayıs 2018-23 Haziran 2018 tarihleri arasında analiz edilen gazetelerden elde edilen veriler aşağıda yer alan tablolarda gözükmektedir. İlk tabloda Cumhurbaşkanı adaylarının siyasi kampanyalar sürecinde gazetelere yansıyan söylemlerinde öne çıkan siyasal değerlere yer verilmiştir. İkinci tabloda ise siyasi partilerin, siyasi kampanyalar sürecinde gazetelere yansıyan söylemlerinde öne çıkan siyasal değerler yer almaktadır.

Tablo 2. Cumhurbaşkanı Adaylarının Söylemlerinde Öne Çıkan Siyasal Değerler

Cumhurbaşkanı Adayı	1.Değer %	2.Değer %	3.Değer %	4.Değer %	5.Değer %
R.Tayyip Erdoğan	Başarılı Olmak %15,93	Sorumluluk Sahibi Olma %11,60	Kendi Amaçlarını Belirleme %11,42	Ulusal Güvenlik %8,38	Kamusal İmajı Korumak %8,20
Muharrem İnce	Kendi Amaçlarını Belirleme %14,17	Dürüstlük %11,75	Başarılı Olmak %10,49	Sorumluluk Sahibi Olmak %10,07	Zenginlik %7,03
Meral Akşener	Başarılı Olmak %14,38	Kendi Amaçlarını Belirleme %13 ,86	Sorumluluk Sahibi Olmak %11,61	Zenginlik %9, 53	Dürüstlük %8,84
Selahattin Demirtaş	Dürüstlük %13,79	Kendi Amaçlarını Belirleme %12,07	Sorumluluk Sahibi Olmak %8,62	Eşitlik %8,62	İç Uyum %6,90
Temel Karamollaoğlu	Dürüstlük %12,15	Sorumluk Sahibi Olmak / Başarılı Olma %11,68	Zenginlik %7,48	Sosyal Düzen %7,01	Kendi Amaçlarını Belirleme %6,54
Doğu Perinçek	Kendi Amaçlarını Belirleme / Başarılı Olmak %17,50	Sorumluluk Sahibi Olmak %15	Ulusal Güvenlik %12,50	Sosyal Düzen %7,50	Dürüstlük %2,50

Tablo 3. Siyasi Partilerin Söylemlerinde Öne Çıkan Siyasal Değerler

Siyasi Parti	1.Değer %	2.Değer %	3.Değer %	4.Değer %	5.Değer %
Adalet Ve Kalkınma Partisi (Akp)	Başarılı Olmak %15,63	Kendi Amaçlarını Belirleme %12,07	Ulusal Güvenlik %11,52	Sorumluluk Sahibi Olmak %11,15	Kamusal İmajı Korumak %6,95
Milliyetçi Hareket Partisi (Mhp)	Sorumluluk Sahibi Olmak %14,32	Ulusal Güvenlik %13,59	Başarılı Olmak %11,17	Kendi Amaçlarını Belirleme %10, 44	Sosyal Düzen %9,22
Hür Dava Partisi (Hüda-Par)	Kendi Amaçlarını Belirleme %40	İç Uyum %20	Barışçıl Bir Dünya %20	Ilımlı Olmak %20	%0
Cumhuriyet Halk Partisi(Chp)	Sorumluluk Sahibi Olmak %14,97	Kendi Amaçlarını Belirleme %12,27	Başarılı Olmak %12,06	Dürüstlük %8,11	Zenginlik %7,48
İyi Parti (İp)	Kendi Amaçlarını Belirleme %23,94	Sorumluluk Sahibi Olma %14,08	Dürüstlük/ Sosyal Düzen %8,45	Ulusal Güvenlik %7,04	Başarılı Olmak %5,63
Saadet Partisi (Sp)	Sorumluluk Sahibi Olmak/ Dürüstlük/Kendi Amaçlarını Belirleme %10,81	Sosyal Adalet/Eşitlik %8,11	Özgürlük %6,76	Başarılı Olmak %5,41	İç Uyum/ Zenginlik %4,05
Halkların Demokratik Partisi (Hdp)	Özgürlük %12,04	Kendi Amaçlarını Belirleme %11,52	Sorumluluk Sahibi Olmak/ Dürüstlük %9,42	Sosyal Güç %8,38	Başarılı Olmak %7,33
Vatan Partisi (Vp)	Kendi Amaçlarını Belirleme %33,33	Başarılı Olmak %33,33	Zenginlik %33,33	%0	%0

Siyasi kampanya sürecinde üzerinde en fazla durulan konular ve siyasi aktörler arasındaki polemikler başlıklar altında verilerek, hem seçim döneminin siyaset gündemi ortaya konulacak hem de seçim döneminin gündemi siyasi aktörlerin söylemleri ve siyasal değerler arasında bir bağlam oluşturularak aktarılacaktır.

Bir Başarı Söylemi Olarak "Yapım Ekibi"

Cumhur ittifakının Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile iktidar partisi AKP'nin gündeminde çokça yer alan söylemlerden biri olarak "yapım ekibi" söylemi, Recep Tayyip Erdoğan ve AKP'nin 16 yıllık iktidar sürecinde başarılı olarak yerine getirdiği proje ve icraatları dile getirmek amacıyla seçim döneminde ortaya koyduğu bir söylemdir. Söz konusu söylemlerde "Yapım ekibi" bir bütün olarak Recep Tayyip Erdoğan ve AKP'yi nitelendirirken, "yıkım ekibi" tüm muhalefet partilerini ve muhalefet cumhurbaşkanı adaylarını nitelendirmektedir.

Erdoğan, *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir söyleminde, *"Biz seçim meydanında yaptıklarımızı yapacaklarımızı anlatıyoruz. 2023, 2053, 2071 vizyonlarımızı anlatıyoruz. Ötekiler ne anlatıyor? Onlar sadece yıkmayı anlatıyorlar. Bunların kafalarında ve kalplerinde bu millete dair samimi bir proje yok. Daha yola çıkarken açıkladıkları proje Türkiye'yi eski günlerine döndürme projesidir."* ifadelerini kullanarak , seçmenin ihtiyaçlarına bir çözüm sunamayacağını iddia ettiği muhalefet adaylarının karşısına "kamusal imajı korumak" değeriyle örüntülü "başarılı" bir iktidar söylemiyle çıkarak, kendi amaçlarını ifade etmektedir. Kamusal imajı korumak değeri, siyasi aktörlerin geçmiş başarılarına atıfta bulunarak, geleceğe yönelik vaadlerde bulunması, seçmenin zihninde "yaptıklarımız yapacaklarımızın garantisidir" algısının oluşmasını sağlamaktadır. Bu sayede seçmenin nezdinde söylemin inandırıcılığı artmaktadır.

Erdoğan, *Yeni Şafak* gazetesine yansıyan bir başka söyleminde ise *" Biz boşuna bunlara milli irade hırsızları demiyoruz, biz bunlara boşuna "eski Türkiye ittifakı" demiyoruz. Türkiye'nin önünü açacak hiçbir teklifleri , hiçbir projeleri yok . Dikili ağacınız yok. Milletin derdine derman olacak tek bir önerileri yok"* ifadelerini kullanarak, muhalafet adaylarının siyasi geçmişlerinde Türkiye'ye olumlu olarak yansıyan hiçbir icraat, yatırım ya da projelerinin bulunmadığını, bu sebeple muhalife adayların siyaset karnelerinin "başarısızlıkla" dolu olduğunu ifade etmekte, "başarılı olma" değeri üzerinden muhalefet adaylarını eleştirmektedir.

Dönemin AKP'li başbakanı Binali Yıldırım *Hürriyet* gazetesine yansıyan söylemlerinde şu ifadeleri kullanmıştır: *"Cumhurbaşkanı adayları var, indiler*

meydana boy gösteriyorlar. Ne diyorlar? Ak Partinin yaptıklarını yıkacağız. Siz sadece yıkmayı bilirsiniz. Yapmayı Ak Parti bilir. Ak Parti'nin yaptıklarına cümle alem şahittir." (...) "Taş üstüne taş koyan herkesin başımızın üzerinde yeri vardır. Ama bunların yıllardır laf üstüne laf koymaktan başka hiçbir marifetleri yok. Dikili bir ağaçları mı var? Biz yapmak, hizmet etmek için geldik. 24 Haziran yeni bir dönemin başlangıcı . 24 Haziran yeni bir dönemin miladı". Tıpkı Erdoğan gibi Binali Yıldırım da muhalefet adaylarını geçmişten günümüze ülke için hiçbir başarılı faaliyette bulunmamakla eleştirmektedir. Erdoğan gibi Binali Yıldırım da başarılı iktidar söylemini "kamusal imajı korumak" değeri ile destekleyerek ortaya koymaktadır.

Adalet ve Kalkınma partisi ile Recep Tayyip Erdoğan başarılı bir iktidar söylemi olarak geliştirdikleri "yapım ekibi-yıkım ekibi" söylemiyle somut hedeflere, icraatlere ve uygulamalara olan inançlarını ifade etmektedirler. Mazeret üretmek, sadece sözde vaatlerde bulunmanın değil netice alacak işler yapmanın esas olduğunu ifade etmektedirler. Söz konusu söylemlerde göze çarpan unsurlardan biri Erdoğan ve AKP'nin başarılı iktidar söylemini geçmişle mukayese ederek ortaya koymasıdır. Bunu yaparken de sıklıkla "eski Türkiye" söylemini öne çıkartmaktadırlar. Eski Türkiye söylemi, meşru siyasi iktidarların işleyişinin sıklıkla askeri darbelerle, muhtıralarla ve post-modern darbelerle durdurulduğu, toplumsal mekanizmaların işlevinin çeşitli sebeplerle kesintilere uğradığı ve bu sebeple bir tür toplumsal anominin hakim olduğu; siyasi tıkanmaların, koalisyonların, yolsuzlukların, faili meçhul cinayetlerin, ekonomik krizlerin ve yasakların hakim olduğu bir Türkiye'yi ifade etmek için Recep Tayyip Erdoğan ve AKP tarafından dile getirilen bir söylemdir. Böylelikle Recep Tayyip Erdoğan ve AKP, başarılı iktidar söylemlerinde "yapım ekibi" söyleminin karşıt söylemi "Eski Türkiye" söylemine de yer vererek, muhalefetin vaadlerinin etkisini ve inandırıcılığını korku unsuru kullanarak azaltmayı hedeflemektedir. Aynı zamanda seçmen karşısındaki kendi imajını ise "başarılı olmak", "kamusal imajı korumak" ve "kendi amaçlarını belirlemek" değerleri temeline yerleştirdiği "yapım ekibi" söylemiyle oluşturmaya çalışmaktadır.

Muhalefetin Başarısızlık Söylemi Olarak "Yorgun Adam - Yorgun Şöfor" Metaforu:

Recep Tayyip Erdoğan ve AKP'nin "yapım ekibi-yıkım ekibi" ifadeleri üzerine inşaa ettiği "başarılı" iktidar söyleminin karşısında muhalefetin "yorgun adam-yorgun şoför" metaforuyla, Recep Tayyip Erdoğan'ı, dolayısıyla mevcut iktidarı "başarılı olmak" ve "sorumluluk sahibi olmak" değerleri üzerinden eleştirdiği görülmektedir.

Siyasal değerler iki kutuplu anlamlara sahiptirler. Atfedilen bir değerin "olumlu" anlamı olduğu gibi "olumsuz" anlamı da bulunabilmektedir. Söz konusu durumu açıklamak gerekirse "başarılı olmak", "sorumluluk sahibi olmak" vb. siyasi değerler söylem içerisinde olumlu anlamlarının yanında "başarılı olmamak, başarısız olmak", "sorumluluk sahibi olmamak, "sorumlulukları yerine getirmemek" gibi olumsuz anlamlarda da kullanılabilmektedir.

İYİ Parti Cumhurbaşkanı adaylarından Meral Akşener, *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir haberde *"Ülkemiz yorgun bir şoförün direksiyonunda gidiyor. Şöforlük ehliyeti olmayan birisinin otobüsüne biner misiniz? Binmezsiniz. Türkiye bu durumda işte. Bize diyorlar ki büyük projelerimiz var. Vergi topladın 16 yılda. 450 milyar dolar borç aldın 16 yılda. 70 milyar dolarlık cumhuriyet varlıklarını sattın 16 yılda. Vatandaşın cebine bir lira girdi mi buradan? Hayır."* ifadelerini kullanmaktadır. Akşener, kötü ekonomi yönetimi üzerinden iktidarı başarısız olmakla itham etmekte, iktidarın bu koşullarla ülkeyi yönetme yetisinin kalmadığını kısacası böyle bir sorumluluk üstlenemeyeceğini ifade etmektedir.

Yine Akşener *Sözcü* gazetesinde ye alan bir haberde *"Sayın Erdoğan şu anda yorgun ve geveze bir şoför gibi. Türkiye o otobüsün içinde. Yorgun ve geveze bir şoför tarafından otobüs kullanılıyor. Yorgun, uykusuz ve geveze bir şoförün otobüsüne biner misiniz? Hele ehliyeti yoksa hiç binmezsiniz. Bu yorgun ve geveze şoförü 24 Haziran'da evine yollayacağız diye düşünüyorum"* ifadelerini kullanmaktadır. Akşener, Erdoğan'ı yorgun şoför metaforu üzerinden "başarısız" olmakla ve siyaseten gerekli sorumluluğa sahip olmamakla eleştirmekte, 16 yıllık iktidar dönemi sonrasında Erdoğan'ın yönetme anlamında ortaya bir şey

koyamayacağını, "kendi amaçları"nın ise seçimlerde başarılı olarak, Erdoğan ve AKP iktidarına son vermek olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda söz konusu haberde başarı ve başarısızlık vurgusuna ithafen "başarılı olmak" değeri, Erdoğan'ın yönetme kabiliyetinin eksikliği söylemi üzerinden "sorumluluk sahibi olma" değeri ve Akşener'in kendi başarılı olma idealini , hedefini ortaya koyması bakımından ise "kendi amaçlarını belirleme" değerinin ön plana çıktığı tespit edilmektedir.

Muharrem İnce'nin *Yeni Şafak* Gazetesi'nde yer alan bir haberde *"Kamyon duvara toslamak üzere. Erzincan'a gelmeden önce ekonomi kurmaylarımla birlikte saatlerce toplantı yaptım. Yükselişi durdurulamayan dövizi, doları, euroyu görüştük. Eğer ısrar ederlerse hepimiz batacağız."* ifadelerini kullanarak başarısız ekonomi yönetiminden dolayı siyasi iktidara eleştiriler yönelttiği tespit edilmektedir. Ekonomik kalkınma, ekonomik büyüme , kişi başına düşen milli gelirin artışı, ihracat hacmindeki artış, fabrikaların ve sanayi tesislerinin kurulması, Türk parasının değeri, ülkeye yapılan yatırımların hepsi siyasal değerlerden "zenginlik" değeri altında değerlendirilebilmektedir. Muharrem İnce habere yansıyan söylemlerinde iktidarın ekonomi yönetimindeki başarısızlığını "başarılı olmak" ve "zenginlik" değeri üzerinden eleştirmektedir. Ayrıca kendisinin ekonomik kötü gidişat karşısında kayıtsız kalmadığını, gerekli önlemleri almak amacıyla çalışmalarda bulunduğunu, kısacası ekonomik kötü gidişat karşısında sorumlu davrandığını "sorumluluk sahibi olmak" değeri üzerinden ifade etmektedir.

Muharrem İnce *Hürriyet* gazetesinde yer alan bir başka haberde *"Konuştuklarımıza bakın. Buzdolabı, çamaşır makinesi uygarlık göstergesiymiş. Erdoğan gelmeden önce köprümüz, buzdolabımız, fırınımız yok. Normal bir ruh hali değil bu. Konuştuklarından yorgun olduğu belli. Bir gün önce söylediğini bir gün sonra yalanlıyor. Erdoğan'ın ruh hali iyi değil. '15 sene önce evlerde fırın yoktu' diyorsa doktora gitmesi lazım."* ifadelerini kullanmaktadır. Yine bir başka *Hürriyet* gazetesinin haberinde Muharrem İnce *"Erdoğan sürekli 1990'lara dönmekten söz ediyor. 1990'ların simgesi ortada. Sürekli geçmişi kötülüyor ama Çiller'den medet umuyor. O başarılı olsaydı partisini kalkındırırdı. Bu yorgun adam memleketin sorunlarını çözemez."* ifadelerini kullanarak Erdoğan'ın ülkenin sorunlarına çözüm getirmekte yetersiz ve başarısız bir aday olduğunu "başarılı olmak" ve "sorumluluk sahibi" olmak değerleri üzerinden ortaya sunmaktadır.

Söz konusu söylemler, siyasal değerler bağlamından değerlendirildiğinde, Muhalefetin adaylarının başarılı ve sorumlu bir iktidar olamamak söylemleri üzerinden Recep Tayyip Erdoğan'ı eleştirdikleri, "yorgun adam-yorgun şoför" metaforunu kullanarak "başarılı olmak" ve "sorumluluk sahibi olmak" değerleriyle temellenen bir meydan okumacı, eleştirel iletişim stratejisi izledikleri gözlemlenmektedir. Muhalefet adayları, Recep Tayyip Erdoğan'ın siyasi anlamda yetersiz olduğunu ve ülkenin siyasi anlamda bir bunalıma doğru sürüklendiğini ifade ederek seçmeni "başarısız ve sorumsuz bir iktidar" algısı üzerinde ikna etmeye çalışmaktadırlar.

Seçim Kampanyalarının Değişmeyen Gündemi Ekonomi

Seçim kampanyalarında siyasi aktörlerin söylemlerinde ekonomik vaadler geniş yer bulmaktadır. 24 Haziran 2018 seçimleri dönemine bakıldığında, Recep Tayyip Erdoğan ve iktidardaki AKP, ekonomi üzerine gerçekleştirdikleri vaadlerinde geçmiş başarılarına vurgu yaparak, geleceğe yönelik "güçlü ekonomi" söylemiyle ön plana çıkmaktadır. Genel olarak Recep Tayyip Erdoğan ve AKP'nin ekonomik vaadlerinde "yüksek, sürdürülebilir, kapsayıcı ve dengeli ekonomik büyüme", "yeni istihdam alanlarının yaratılması", "dünya'nın en büyük 10 ekonomisi arasında yer alma", "kurdaki dalgalanmaları önleme ve Türk lirasının değerini koruma", "yüksek teknolojiye dayalı yerli üretim ve ihracat oranının arttırılması" gibi vaadler yer almaktadır.

AKP'nin ve Cumhur ittifakının Cumhurbaşkanı adayı Recep Tayyip Erdoğan *Türkiye* gazetesinde yer alan bir söyleminde *"24 Haziran'da siz bu kardeşinize yetkiyi verin, ondan sonra faizle şunla bunla nasıl uğraşılır göreceksiniz. Yeni dönemde yüksek teknoloji ve verimlilik artışıyla güçlendirilmiş bir ekonomik modele yöneliyoruz. Ancak bu şekilde gelişmekte olan ülke statüsünden gelişmiş ülke statüsüne yükselebiliriz. Allah'ın izniyle bu ülke ayaklarına vurulmaya çalışılan hiçbir prangaya izin vermez. Yastık altında hala döviz varsa TL'ye çevirelim"* ifadelerini kullanarak "zenginlik" değeri üzerinden ekonomik hedeflerini seçmene aktarmaktadır. Erdoğan, halkın kendisine yetki vermesi halinde ekonomiyi çıkmazdan kurtararak ekonomik anlamda atılım yapmaya yetkin "sorumluluk sahibi"

bir isim olduğunu ifade etmekte aynı zamanda bunu gerçekleştirebilmesi için "sosyal güç" olarak konumlandırdığı halktan onay yani oy beklemekte , seçmeni oy kullanarak sandıkta "sorumluluk sahibi olma"ya davet etmektedir. Ayrıca yeni ekonomi modeli vaadliyle "kendi amaçlarını belirleme" değerine atıfta bulunmaktadır. Seçim döneminde kur piyasalarındaki dalgalanmalar sebebiyle Türk lirası, yabancı paralar karşısında değer kaybetmeye başlamıştır. Bu sebeple ekonomik durgunluğa müdahale etmek ve devlet bütçesini güçlendirmek için Recep Tayyip Erdoğan halkın döviz cinsinden elinde bulundurduğu tasarruflarını ekonomiye kazandırmayı hedeflemekte , sosyal bir güç olarak gördüğü seçmene "sorumluluk" yüklemektedir.

Yine *Türkiye* gazetesinde yer alan bir başka söyleminde Recep Tayyip Erdoğan, *"Trabzon yatırım adası, Karasu Münferit yatırım yeri, Filyoz Endüstri Bölgesi, Ceyhan Enerji İhtisas ve Ege'de Mega Endüstri Merkezinde 100 bin kişiye istihdam sağlayarak Türkiye'ye sanayi ve teknolojide sınıf atlatacağız."* İfadelerini kullanarak "zenginlik" ve "kendi amaçlarını belirleme" değerleriyle ekonomi temelli söylemini inşa etmektedir.

Cumhuriyet gazetesinde yer alan bir haberde Başbakan Binali Yıldırım, *"Adama sorarlar bu ülkede 15 yılda Türkiye'yi 3 kat büyüten iktidar kim? 15 yılda bin 245 yeni hastane, 20 bin kilometre bölünmüş yol yapan, 131 yeni üniversite yapan, 131 üniversite kuran parti hangi parti? Yavuz Sultan Selim Köprüsü, Osmangazi Köprüsü, 3.Havalimanı, İstanbul-Ankara hızlı treni, Ankara-Konya hızlı treni, Avrasya Tüneli, Marmaray, Ankaray, Ovit, Sabuncubeli türbeleri, say say bitmez."* ifadelerini kullanarak AKP iktidarının hem ekonomi hemde şehircilik, ulaşım ve eğitim alanında gerçekleştirdiği icraatleri "zenginlik" ve "başarılı olmak" değerleri üzerinden ortaya koymaktadır. Olumlu ekonomik verileri sunarak, gelecekteki ekonomik vaadlere olan inancın arttırılması amacını taşıyan Yıldırım, söz konusu söyleminde kamusal imajı korumak değerine de başvurmaktadır.

Türkiye gazetesinde yer alan bir haberde AKP'li Başbakan Binali Yıldırım *"Tutturmuşlar ekonomi kötüye gidiyor. Türkiye'nin ekonomisi sağlam da sizin akıl hocalarınız sakat. Madem durum kötü o halde 2018'in ilk 4 ayının büyümesi neden 7,4 oldu? Dünyada niye bir numara oldu? Büyümdede tekrar Türkiye bir numara.*

Buna ne diyeceksiniz?" söylemlerinde bulunarak AKP'nin ekonomik alandaki başarısını, "zenginlik" ve "başarılı olmak" değerleri üzerinden oluşturarak seçmen zihninde "ekonomi alanında başarılı" bir siyasi iktidar imajı oluşturmaya çalışmaktadır. Yıldırım, muhalefetin ekonomi yönetimine yönelttiği olumsuz eleştirilere, eldeki sayısal verileri ortaya koyarak karşı çıkmakta böylelikle ekonomi alnında seçmene somut verilerek sunarak bir bakıma seçmen karşısında AKP'nin kamusal imajını korumaya çalışmaktadır.

Muhalefet adaylarının ekonomi gündemini piyasalaraki kur dalgalanmaları sonucu değerini kaybeden Türk lirası, artan yüksek enflasyon ve yüksek enflasyon sonucu ortaya çıkan hayat pahalılığı ve bunun sonucunda ortaya çıkan işsizlik, devlet bütçesinin yönetimi, ekonomik refahın adil/eşitçe bölüşülmesi, istihdamın arttırılması ve işsizliğin önlenmesi söylemleri oluşturmaktadır.

İYİ Partinin Cumhurbaşkanı adayı Meral Akşener, *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir haberde *"Bugün buraya gelirken dolar ne kadar oldu? diye sordum. 4.68 dediler. Şimdi doların uçup gitmesi ne demek? Benzine zam demek, mazota zam demek, iğneden ipliğe zam demek. Peki bu dolar neden uçup gidiyor? Yapılan ekonomik tercihler yüzünden. Ekonomiyi düzeltmenin yolu güvendir güven. Ekonomiyi siz eğer siyasetçinin eline verirseniz Dolar olur 4.68."* ifadelerini kullanarak hükümetin başarısız ekonomi politikasını eleştirmektedir. Doların yükselişini hükümetin başarısız ekonomi politikalarına bağlayan Akşener, ekonomik gelişmenin itibar ve güvenle de ilişkili olduğunu ifade ederek, söz konusu açıklamalarında "zenginlik" ve "başarılı olma" değeri üzerinden hükümeti eleştirmektedir.

Akşener'in *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir başka haberinde *"Şu ana kadar, bunu çok iddialı söylüyorum: 16 yıldır bu iktidarın ne ettiğini hiçbir siyasi gelenek incelememiştir. Çünkü ben parti kurulduğunda ekonomistleri topladım. Bir soru sordum. Biz bu darlığı ve bu yere çakılmışlığı toparlayabilir miyiz? diye. 7 buçuk aylık bir çalışma bu. Bütün kurumlar tek tek elden geçti. Mesela tarımla ilgili 9 milyar dolarlık ithalat olduğu ortaya çıktı. Tarımda çalışan 1 milyon insan şu anda işsiz. Gördük ki 80 milyar dolarlık bir tarım üretimimiz vardı bizim 16 yıl önce. Şimdi 56 milyar dolara düşmüş. Ben bunların iş bilmezliği, cehaleti diye*

düşünüyordum, ama bunu tahammüden yaptıklarına karar verdik. Çünkü yoksullaştırarak, yoksulluğun istismarıyla hayatta ve siyasette kalmayı hedeflemiş bir siyasi yapı bu. Yoksulluğu istismar ederek yapılan bir siyasi anlayış. Bulduğumuz rakamlardan gerçekten dehşete düştük. İsrafın boyutlarını anlatamam. Bu kara delikleri tıkadığınız zaman da Türkiye'nin büyük bir potansiyeli olduğunu gördük." söylemlerine yer vermektedir. Akşener, mevcut iktidarın ekonomi politikalarında büyük bir başarısızlık görüldüğünü, iktidarın ülkenin mevcut potansiyelini kullanmakta yetersiz kaldığını, bununda özellikle tarım alanına yansıdığını, Türkiye'nin tarım anlamında üretip kendisine değer katabilecek bir ülke olduğunu ancak mevcut hükümetin gerekli sorumluluğu göstermeyip yanlış politikalarda ısrar etmesi sonucu tarımcılığın yok olmaya başladığını ifade etmektedir. Başarısız ve sorumsuz ekonomi politikaları sonucu yoksulluk ve işsizlik sorununun ortaya çıktığını, kaynakların verimsiz kullanımı sonucu ortaya çıkan israfın da ülke ekonomisine büyük kayıplar yaşattığını ifade etmekte, "zenginlik", "başarılı olmak" ve "sorumluluk sahibi olmak" değerleri üzerinden iktidarı eleştirmektedir.

CHP'nin Cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce *Hürriyet* gazetesinde yer alan bir haberde *"En büyük yanlışları, parayı aldılar betona gömdüler. Benim projem bacaları tüten fabrika. Ben sizlere üretim vaat ediyorum. Sizlere gelecek vaat ediyorum, sizlere bacaları tüten fabrikalara vaat ediyorum. Çocuklarınıza iş vaat ediyorum."* ifadelerini kullanmaktadır. İnce, hükümetin inşaat sektörüne yaptığı yatırımları eleştirmekte, bu tür yatırımların ekonomik olarak devlete bir kazanç getirmediğini , bir tür israf olduğunu ifade etmektedir. Hedefinin fabrikalar kurararak ülkede üretimi arttırmak böylelikle ülkenin en büyük sorunu olan işsizlik karşısında bir istihdam alanı yaratmak olduğunu ifade etmektedir. İnce "zenginlik" ve "kendi amaçlarını belirleme" değeri üzerinden ekonomik gündemini seçmene sunmaktadır.

Cumhuriyet gazetesine yansıyan söylemlerinde *"Türkiye'de huzura, barışa ihtiyacımız var. 3B projemiz var. Bir barışacağız. İki ekonomik olarak büyüyeceğiz. Üç; adil bölüşeceğiz. Barış ekonomisi kuracağız."* ifadelerini kullanan Muharrem İnce, aynı gazetede yer alan bir başka haberde *"Ekonomik büyümeyi açıkladılar. 2018'in ilk çeyreğinde 7.4 büyüdü Türkiye. İhracat 1.3 artmış, ithalat 12.7 artmış, cari açık yüzde 80 artmış. 3 ayda cari açık 22 milyar dolar. Dünyada Arjantin, Venezuella, İran ve Türkiye Merkez Bankası'nın en yüksek faiz ödediği ülkeler*

bunlar. Yani ortada hormonlu bir büyüme var. Mutfaktaki enflasyon yüzde 30'lara çıkmış. Böyle bir durumda diyorum ki; 4 Mayıs'ta yolculuğa rozeti çıkartarak başladım. Yerine Türk bayrağı taktım. AK Partili, İyi Partili, HDP'li, SP'li kardeşlerim dedim, hiç kimseyi ayırt etmeden, 81 milyonu barıştırmak için aynı çatı altında toplamak için uğraşıyorum ve insanlara yalan söylemiyorum." ifadelerini kullanmaktadır. Ekonomik hedeflerini "zenginlik" değeri temeline dayandıran Muharrem İnce, ekonomik refahın toplumun tüm kesimlerince adil ve eşit bir şekilde bölüşülmesi, toplumdaki her kesimin dışlanmadan gözetilmesi gerektiği hedefini ise "sosyal adalet" ve "eşitlik" değerleri üzerinden ortaya koymaktadır. Hükümetin ithalat-ihracat dengesindeki başarısız yönetimini kısacası devletin bütçe yönetimini başarısız bulduğunu da "zenginlik" ve "başarılı olma" değeri üzerinden eleştirmektedir. Tüm ekonomik vaadlerini eşitlik ve sosyal adalet değerlerinin yanı sıra toplumsal barış ideali ve dürüst siyaset ile tek bir potada eriterek sunan Muharrem İnce "barışçıl bir dünya" ve "dürüstlük" değerini de ön plana çıkartmaktadır. Tüm bunların hepsini seçmenin karşısına bir vaad, proje ve hedef olarak sunması bakımından da "kendi amaçlarını belirleme" değerine atıfta bulunmaktadır.

CHP genel başkanı Kemal Kılıçdaroğlu *Hürriyet* Gazetesinde yer alan bir haberde *"1923-2002 arasında 79 yılda gelen bütün hükümetlerin harcadığı para 713 milyar dolar. Son 14 yılda harcanan para , 2003-2017 arasında 2 trilyon 94 milyon dolar. Eliniz vicdanınıza koyun, şöyle bir düşünün. 2 trilyon nereye gitti? Karakaya, Keban, Atatürk barajları gibi devasa bir baraj mı yaptın? Ne yaptın? Köptü yaptık deseler doğru değil. Çünkü müteahhit yaptı, parasını da üzerinden geçenler ödüyor. Bakın seçim meydanlarında konuşuyor Sayın Erdoğan. Güzel, konuşabilir. Ama neden hiç ekonomiden söz etmiyor? Neden 'ekonomide gelince şunu yapacağım, bunu yapacağım' demiyor? Siyasette ufku dolanlar, ülkeyi sağlıklı yönetemezler. Nokta işin özeti budur."* ifadelerini kullanarak hükümetin ekonomi politikalarını eleştirmektedir. "Zenginlik" ve "başarılı olmak" değerlerini ön plana çıkartan Kılıçdaroğlu, hükümetin harcama giderlerinin ekonomik anlamda ülkeye olumlu bir getirisi olmadığını, hükümetin bir israf ekonomisi politikasının benimsendiğini ifade etmektedir. Ayrıca hükümetin ülke yönetimine dair yeni vaad ve proje

sunamayacağını, vaadesini doldurduğunu ve ülkeyi gelecekte başarılı yönetemeyeceğini vurgulamaktadır.

Saadet Partisinin Cumhurbaşkanı adayı Temel Karamollaoğlu *Sözcü* gazetesinde yer alan bir haberde *"Ekonomi başlı başına çok ciddi mesele haline geldi. Eğitim, dış politika sorunlarımız büyüyor. İç ve dış borçlarımız giderek artıyor. İşsizlik büyük bir sorun haline geldi ve giderek de yaygınlaşıyor. Dolar aldı başını gidiyor. Enflasyon rakamları çok yükseldi. Bunların nasıl çözülmesi gerektiği konuşulmalı. Bunlar vatandaşta büyük bir endişe havası yaratıyor ama bugünkü şartlar tamamen iktidar partisinin yanlış politikalarından kaynaklanıyor. Doğru politikalar olursa bunlar kısa sürede çözülür. Ekonomiz tüketim ekonomisine döndü adeta… Halbu ki problemleri çözmek, üretimi ajandamızın başına koymakla, milli gelirin adil dağılımıyla gelir."* ifadelerini kullanmaktadır. Mevut iktidarın ekonomi, eğitim ve uluslararası ilişkiler yönetimini başarısız bulduğunu "başarılı olma" değeri üzerinden ifade eden Karamollaoğlu, hükümetin mevcut ekonomi politikalarının tüketim ekonomisi olduğunu, işsizlik, doların yükselişi ve enflasyon gibi problemlerin yanlış ekonomi yönetimi tercihlerinden ve tüketim ekonomisinden kaynaklandığını ifade ederek, hedeflerinin Türkiye'yi üretim ekonomisine geçirmek olduğunu "zenginlik" ve "kendi amaçlarını belirleme" değeri üzerinden ortaya koymaktadır. Karamollaoğlu, ekonomik refahın adil bir şekilde bölüşülmesini hedeflemekte ve "sosyal adalet" vurgusunda da bulunmaktadır.

Vatan Partisi'nin Cumhurbaşkanı adayı Doğu Perinçek ise *Hürriyet* gazetesinde yer alan haberde, *"Yerli üreticiyi destekleyeceğiz. Üreticiyi tekrardan Türkiye'nin efendisi yapacağız. Bu bir mecburiyet, seçenek değil. Çiftçimizin, işçimizin, sanayicimizin, tüccarımızın, dönemi geliyor. Türkiye'yi sıcak para komisyoncuları yönetmeyecek, büyük bankalar, tefeciler yönetmeyecek. Üreticilerin Türkiye'sini kuracağız."* söylemleriyle üretime dayalı, kendi kendine yeten bir ekonomi politikası hedefini "zenginlik" ve "kendi amaçlarını belirleme" değeri üzerinden seçmene sunmaktadır.

Siyasi aktörlerin siyasal iletişim stratejileri bağlamında ekonomi gündemine dair öne çıkardığı ve başat değer olarak zenginlik değeri üzerine inşa ettikleri söylemlerinde yatırım ve kalkınmaya hız vermek, ticari faaaliyetlerin önündeki

engelleri kaldırmak, istihdam alanları yaratmak, milli geliri arttırmak, yerli üretimi desteklemek, üretim ekonomisine geçmek gibi hedeflere yer verdikleri görülmektedir.

Dürüst, Şeffaf , Liyakati Esas Alan ve Hesap Veren Siyaset Vaadleri

Dürüstlük, insanın en önemli özelliklerindendir. Ancak sadece başarıya önem verilen hayatta ve toplum yapısında bu özelliğin tam anlamıyla gerçekleşmesi kolay olmamaktadır.

Siyaset en genel anlamıyla toplum yönetimi olarak ifade edilebilmektedir. Türkiye gibi siyasi sosyalleşmenin ve siyasi kültürün tam anlamıyla olgunlaşmadığı ülkelerde toplum siyasi aktörlere karşı temkinli ve güvensiz bir yaklaşım içerisinde olabilmektedir. Bu durumun en temel nedeni, toplumun siyasetçilerden beklediği ödev ve sorumlulukların yerine getirilmemesidir. Tüm bunlarla birlikte dünya genelinde siyasetin, kamu ve iş dünyası içerisinde ortaya çıkan yolsuzluk, rant, rüşvet ve kayırmacılık söylemleriyle birlikte anılması, siyasi alana ve siyasi aktörlere karşı bir güvensizlik oluşumuna neden olabilmektedir. Bu sebeple seçim kampanyalarında dürüst, şeffaf, liyakati esas alan ve hesap veren siyaset söylemleri medyada yer bulmaktadır.

Muharrem İnce, *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir söyleminde *"Sakın tedirgin olmayın. Seçimi ben kazanacağım, devlet de tıkır tıkır işleyecek. Layıkıyla o göreve gelenler hiç merak etmeyin, başı açıkmış kapalıymış bakmam, ilgilendiğim tek şey siz o işi biliyor musunuz bilmiyor musunuz?"* ifadelerini kullanarak herkese eşit davranacağını , devlet kurumlarında ise "liyakati" esas alacağını "dürüstlük" değeri temelinde seçmene sunmaktadır. *Hürriyet* gazetesinde yer alan başka bir haberde Muharrem İnce *"Cumhurbaşkanlığımda kavga olmayacak. Kimseyi ayırmayacağım, kayırmayacağım, milletin parasını savurmayacağım. Hakkını bilen, halkını bilen, haddini bilen bir Cumhurbaşkanı olacağım"* ifadeleriyle sorumluluk bilincine sahip "dürüst" bir Cumhurbaşkanı olma idealini seçmene sunmaktadır.

CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, *Hürriyet* Gazetesinde yer alan bir haberde *"Bu memleketin neyi eksik? Bir şey eksik. Namuslu siyaset eksik. Siyasetçinin halkına hesap vermesi lazım. Biz bunu birlikte başarmak zorundayız."*

İfadeleriyle "dürüstlük" değeri temelinde şeffaf ve hesap veren bir siyaset hedefini dile getirmektedir.

İYİ Parti Cumhurbaşkanı Meral Akşener ise *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir haberde *"Yandaş kayırmayan, yolsuzluk ve rüşvetin önüne geçmiş, gençleri huzurlu ve mutlu , anne ve babalar çocuklarının gelecek kaygısından kurtulmuş bir Türkiye vizyonumuz var."* ifadelerini kullanarak kendi amaçlarını , liyakati esas alan, siyasetteki kirlenmeyi önleyen, "temiz siyaset" ve "mutlu bir toplum" idealiyle, dürüstlük değeri temelinde ortaya koymaktadır.

İYİ Partili Ümit Özdağ ise *Sözcü* gazetesinde yer alan ve TRT'nin yanlı yayın politikasını dürüstlük ve özgürlük değerleri üzerinden eleştirdiği bir konuşmasında *"Bizim ödediğimiz vergilerle TRT'nin almış olduğu tavır Türk halkına saygısızlıktır. TRT, tek yanlı iktidar yanlısı bir yayın yapmakta, bizi görmemektedir. Böyle bir habercilik anlayışı ancak Kuzey Kore'de kaldı. Bu yüzden kendilerine Kuzey Kore ödülü veriyoruz. Bununla mutlu olsunlar."* ifadelerini kullanmakta, siyasette olduğu gibi medya gibi toplumsal kurumlarda da dürüstlüğün önemli bir değer olduğunu ortaya koymaktadır.

Kayırmacılık, liyakat ve şeffaf bir siyaset idealini "dürüstlük" değeri temelinde ortaya koyan HDP Cumhurbaşkanı adayı Selahattin Demirtaş *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir haberde *"Güçlü bir demokrasi kuramayan ülkeler de zengin olabilir elbette. Ama sadece yöneticiler ve elitler. Oysa demokrasisi güçlü olan ülkelerde zenginliği herkes paylaşır. Demokrasi yoksa, yoksula ekmek de yoktur. Şeffaf, hesap veren, hukuka uyan, denetlenebilir bir hükümet yoksa ekonomik büyüme sadece iktidar etrafındaki küçük bir azınlığı trilyoner yapar. AKP yönetimi ve etrafında zenginleşmiş azınlık, bunun en acı örneğidir. Size demokrasi vaat etmeden iş ve aş vaat edene inanmayın"* ifadelerini kullanmaktadır. Ayrıca Selahattin Demirtaş, "Sosyal adalet" , "özgürlük" ve "eşitlik" değerlerine de vurgu yaparak dürüst ve refahın toplumun tüm kesimlerince paylaşıldığı adil bir iktidar sözü vermektedir.

Temel Karamollaoğlu *Yeni Şafak* gazetesinde yer alan haberde *"İtibardan israf edilmez denilecek, insanlar arasında liyakate değil yakınlığa iltifat edilecek.*

Şeffaflık ortadan kalkacak. Böyle mantık olur mu?" ifadelerini kullanarak "dürüstlük" değeri temeli üzerinden mevcut iktidarı liyakati esas almamakla ve şeffaf bir anlayış benimsememekle eleştirmektedir.

Dürüstlük değeri kapsamında ele alınabilecek olan, "katılımcılık, liyakat, hesap verilebilirlik ve açıklık" ilkelerinin siyaset kurumunda , kamu kuruluşlarında , ve medya kurumunda kurumsallaştırılamamış olması sebebiyle günümüzde seçim kampanyalarında temiz toplum, dürüst ve temiz siyaset söylemleri aracılığıyla sıklıkla dile getirilmektedir. Toplumdaki birçok kişi siyaseti , hiyerarşik yapılanmalar içerisinde kendisini yüksek statülü konumlara kolay bir şekilde getirecek bir mekanizma olarak görmektedir. Bu anlayış, liyakati esas almak yerine adam kayırmacılığı ön plana çıkarmaktadır. Dürüstlük değerinde meydana gelen aşınmalar sebebiyle siyasette adam kayırma ya da nepotizm/kronizm, klientalizm, ve kleptokrasi gibi unsurlar ortaya çıkmakta bu da siyaset ve toplum mekanizmalarının rasyonel işleyişinin kısıtlanmasına sebep olmaktadır. Bu durum siyasi yabancılaşmaya, siyasi yozlaşmaya ve siyasette güvensizliğe yol açmaktadır. Siyaset alanındaki en büyük engellerden biri de patronaj sistemine dayalı ilişkiler ağının toplumlarda yaygın olmasıdır. Mülkiyet ve ekonomik üretimle olan bağlantısı sebebiyle siyaset alanı ister istemez çıkar ilişkilerinin merkezi olabilmektedir. Söz konusu bu durum siyasetin ve siyasetin içerisinde yer alan unsurların demokratik değerleri yaygınlaştırmak için değil doğrudan doğruya çıkar ve menfaat elde etmek amacıyla kullanılmasına yol açabilmektedir. Aynı zamanda söz konusu menfaat ve çıkar ilişkileri sadece toplumsal kesimlerde değil parti içerisinde de çeşitli olumsuzluklara yol açabilmektedir. Partilerin lider egemenliğine dayalı oligarşik bir yapıya dönüşmesi bu olumsuzluklardan biri olarak örnek gösterilebilmektedir. Bu sebeple adayların vaadlerinde dürüstlük değeri temelinde şeffaf , liyakati esas alan ve hesap veren siyaset söylerinin yer aldığı görülmektedir.

Sorumlu Seçmen ve Sorumlu Siyaset

Sorumluluk siyaset alanında istenen sonuçlara ilişkin ne yapmak zorunda olunduğuyla ilgilenir. Sorumluluk, yapılan eylemlerin sonuçlarına ilişkin ahlaki bir yapıdır ve meşruluk sağlamak suretiyle nihai amacın tamamlanmasında ilkesel bir ölçüttür (Heller-Feher, 1993:91). Sorumluluk değeri, yükümlülüklerin doğruluğunu

ve değer çatışmasının kaçınılmazlığını, ahlaki çabalar için bir bağlam olarak varsaymaktadır. Bu varsayım Weberyan düşüncede de siyasete adım atacaklar için en yetkili/etik çerçeve olarak görülmektedir (Starr, 1999:410-415). Bir şeyden sorumlu olmak veya o şeyin sorumluluğunu almak söz konusu olduğunda artık söz konusu olan o şey üzerinde bir kimsenin ne yapması gerektiğini belirlemesi, bilgi sahibi olması, güdüler üzerinde düşünmesi, sonuçlarını önceden kestirmesi ve gerektiğinde ilkeleri eleştirmesi gerekmektedir. Yani, sorumluluğun insanın seçme kapasitesinin bir sonucu olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sebeple insanlar kendi eylemlerindeki sorumluluktan vazgeçmezler veya bu sorumluluğu kaybetmeyi akıllarından bile geçirmezler (Dahl, 1996:50). Özetle insanlar, kendileriyle sürekli bir birliktelik içerisinde olan diğerlerini ve onların sorumluluğuna önem vermek ve düşünmek zorundadır denilebilir. Bu sebeple siyaset alanında da sorumluluk sahibi olmak değeri önemli bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır.

Seçim kampanyası boyunca Cumhurbaşkanı adaylarının ve partilerin seçmeni oy kullanmaya, oy kullandıktan sonra sandığa sahip çıkmaya davet eden sözleri "sorumluluk sahibi olmak" değeri bağlamında değerlendirilebilmektedir. Siyasi aktörler seçim kampanyası sürecinde "sorumuluk sahibi olmak" değeri ile oyları ile iktidara getirme veya iktidardan alma gücünü elinde bulunduran seçmene sorumluluk yükleyen söylemlerde bulunmaktadırlar.

Recep Tayyip Edoğan *Türkiye* gazetesinde yer alan bir söyleminde *"Gün bahane bulma değil sandığa damga vurma günüdür. Hemen her şeyin kazası olur, sandığın kazası olmaz. Bizi terör örgütleri üzerinden hizaya sokmaya çalışanlara cevap sandıkta verilecek. Bizi döviz kuru ve kredi kuru üzerinden terbiye etmeye heveslenenlere de Osmanlı tokadını sandıkta vuracağız. Sandık bu milletin vandallara, çapulculara, teröristlere karşı en etkili silahıdır. Oy bu milletin darbesavarıdır. 24 Haziran'da Cumhur ittifakına verilen her oy darbe ve kriz üreticisine, eski Türkiye sisteminin tabutuna çakılmış son çividir."* ifadelerini kullanmaktadır. Erdoğan ülkeye yönelen tüm ekonomik ve güvenlik tehditlerine karşı çözümün tek adresi olarak sandığı göstermekte, seçmeni sorumlu davranarak oy vermeye davet etmektedir. Söz konusu söylemlerde Erdoğan darbe karşıtlığına da vurgu yapmakta siyasi meşruiyete verdiği önemi de ifade etmektedir. Erdoğan seçimle iktidara gelmeyi hedeflediğini, metazori (baskı ve güce dayanan, zor

kullanarak gerçekleşen) gibi bazı yöntemlerin "eski Türkiye" yöntemi olduğunu ifade ederek, siyasi iktidara yönelen hukuk dışı yöntemlere karşı tavrını da ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu bağlamda, Erdoğan, toplumsal ve siyasi krizlerin yaşandığı bir Türkiye'yi ifade etmek için sıklıkla kullandığı "eski Türkiye" söylemini bir korku unsuru kullanarak, değişim için seçmeni sorumlu davranmaya ve Cumhur ittifakına oy kullanmaya davet etmektedir.

Başbakan Binali Yıldırım *Yeni Şafak* gazetesinde yer alan bir haberde *"24 Haziran'da halk oylamasının, Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminin hayata geçirilmesi için bir seçim yapılacak. Buna göre ne yapıyoruz? Hükümeti siz seçiyorsunuz. Hükümeti, Ankara'yı bırakmıyorsunuz. Alavere dalavereye bırakmıyorsunuz. Siz diyorsunuz ki 'Ben hükümeti sandıkta kurdum'. Karar da sizin seçim de sizin, hayırlı uğurlu olsun. Böylece darbeler, vesayetler ve kumpaslar dönemi bitmiş olacak."* söylemlerinde bulunmaktadır. Binali Yıldırım siyasi iktidarı korumanın ve yeni dönemde Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminde başarılı olmanın adresi olarak sandığı göstermekte ve seçmene "sorumluluk" yüklemektedir. AKP siyasi arenada yer aldığı süreçten itibaren "vesayet rejimini" kendisi için en büyük tehlike olarak görmüştür. Türkiye'de özgürlükçü bir demokrasi ortamının oluşması ve ordu üzerinde sivil denetim oluşturulması uzun yıllardır AKP'nin üzerinde durduğu konulardır. Askeri vesayet, demokrasinin en önemli unsuru olan milli iradenin yani halk iradesinin ortadan kalkması demektir. Söz konusu haberdeki söylemlerinde Binali Yıldırım, Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminin uzlaşma ve demokratikleşmeyi sağlayarak vesayeti ortadan kaldıracağını ifade etmekte, seçmeni sandığa davet ederek söz konusu süreçte sorumlu olmaya davet etmektedir.

Muharrem İnce seçimden bir gün önce *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir haberinde *"Yarın akşamdan itibaren sıra sizde. Pazar sabahı geç kalmayın, Cumartesi akşamı okulların bahçesinde yatın. Pazar günü acıkmayın. Pazar günü uykunuz gelmesin, Pazar günü hasta olmayın. Oyunuzu kullandınız, okulun bahçesinde durun, ayrılmayın. Sonra ilçe seçim kuruluna,il seçim kuruluna."* ifadelerini kullanmakta , seçmenin seçim bitene kadar değil seçim bittikten sonra da sandıklara sahip çıkması gerektiğini "sorumluluk sahibi" olmak değeri ile ifade etmektedir. Çünkü oy seçmenin iradesidir, demokratik bir seçim ise söz konusu iradenin güvence altında olması gereklidir.

HDP eş başkanı Pervin Buldan *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir söyleminde *"Bu seçim değişim ve dönüşümün olacağı, demokrasinin tekrardan bu coğrafyada hakim olacağı bir seçim olacaktır. Kazanacağız. Gelecek bizim elimizdedir. Sandıklara giderek kendimize oy verirsek, oyumuzu özgürlük ve barış için kullanırsak, bu düzeni değiştirebiliriz."* ifadelerini kullanarak özgür ve barış içerisinde bir toplum hedefinin ancak seçmen iradesiyle gerçekleşebileceğini "sorumluluk sahibi olmak", "özgürlük" ve "barışçıl bir dünya" değerleri üzerinden ortaya koymaktadır.

Sorumluluk sahibi olmak değeri, siyasette ödev ve yükümlülüklerin bilincinde olmak ve bunları yerine getirme vaadleriyle kullanılabileceği gibi, başarısız iktidarları siyasi ödev ve yükümlülüklerini yerine getirmemek yani sorumsuz olmakla eleştirmek amaçlı da kullanılabilmektedir. *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir haberde Meral Akşener *"Dolar 4.70 idi. Dün itibarıyla 3 puan faiz arttırıldı. Dolar aldı başını gitti. Deniliyor ki "Üst akıl sebep oldu". Kabul üst akıl sebep olduysa tedbirlerini açıkla kardeşim. Nasıl düşüreceksin, ne yapacaksın? Biz de yanında olalım."* ifadelerini kullanmakta ekonomik kötü gidişatta mevcut iktidarın çözüm üretmekte yetersiz kaldığını ve çözüme yönelik herhangi bir yol haritası olmadığını sorumluluk sahibi olmak değeri üzerinden eleştirmektedir. Ayrıca Akşener, ekonomideki kötü gidişata son vermek için kendisinin de gerekli sorumluluğu almaya hazır olduğunu ifade etmektedir.

Selahattin Demirtaş *Hürriyet* gazetesinde yer alan bir haberde *"HDP'ye verilecek her oy ülkenin birlik harcına, aydınlık geleceğine katkıdır. HDP de bu sorumluluğun bilinciyle ülkenin tamamının demokratik yarınları için, barış yolundan sapmadan görevini layıkıyla yerine getirecektir. İçiniz rahat olsun. Mutlaka sandığa gidin. Oyunuzu demokrasiden yana kullanın. Paylaşmak güzeldir, gelin hep birlikte güzel olalım."* ifadelerini kullanmakta, sorumluluklarının bilincinde olan, barışçı ve demokratik bir yönetim vaadinde bulunmaktadır. Aynı zamanda demokratik ve barışçı bir topluma ulaşmanın ancak seçmenin vereceği oylarla gerçekleşebileceğine dikkat çeken Demirtaş, "sorumluluk sahibi olma" değerini kullanarak halkı oy kullanmaya davet etmektedir.

Recep Tayyip Erdoğan, *Yeni Şafak* gazetesinde yer alan söylemlerinde *"CHP'nin başındaki zat 2001 yılında yolcusu inmeyen havaalanı diyerek Sabiha Gökçen'i eleştiriyordu. Ama biz geldik Sabiha Gökçen yetmez oldu. Şimdi yeni pist yapıyoruz. Ey Kemal! İş bilenin kılıç kuşananındır. Geçen yıl 21 milyonu iç hat, 10,5 milyonu dış hat olmak üzere 31,5 milyon yolcu kullandı. Ey Kemal efendi, senin buraların ne işe yaradığından haberin yok. Milletime soruyorum. Bu kafaya Türkiye emanet edilir mi?"* ifadelerini kullanarak hava yolu ulaşımında gelinen noktayı "başarılı olmak" değeri üzerinden ifade ederken, CHP'nin iktidar olmanın getirdiği ödev ve yükümlülüklerin bilincinde hareket edemeyeceğini yine sorumluluk sahibi olmak değeri üzerinden ifade etmektedir.

CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu "*Kısır bir çekişmenin içine Türkiye'yi sokmak istiyorlar, Türkiye'nin bu kısır çekişmeden süratle çıkması lazım. Çıkmazsa sonumuz pek parlak değil. Bize düşen görev gerçekleri dillendirmektir, halka düşen görev de doğruların arkasında gitmektir. Takım tutar gibi siyasi parti tutulmaz. Sorunu nasıl çözeceğiz? "Efendim 24 Haziran'dan sonra çözeceğiz." Neden 24 Haziran'dan sonra, şimdi neden çözmüyorsun, elinden, kolundan tutan mı, yapma diyen mi var? Resmi Gazete'yi alın, sakın bunları yayımlamayın diyen mi var? Yok arkadaş. Bir şeyi yapacaksanız, yetkili konumdaysanız oturur süratle yaparsınız. Biz de sizi alkışlarız. Neye ihtiyaç var? Namuslu siyaset ve Türkiye'nin buna ihtiyacı var. Ben size namuslu siyaset sözü veriyorum, nokta. O kadar."* ifadelerini kullanarak mevcut iktidarın sorunlara çözüm üretemediğini, sorumlu davranamadığını ifade etmektedir. Ayrıca Kılıçdaroğlu, "namuslu siyaset" sözüyle de dürüst bir siyaset vaadinde bulunmaktadır.

Temel Karamollaoğlu *Hürriyet* gazetesinde *"16 sene bir parti iktidarda kalırsa problemi çözemez, gerilemeye başlar. İktidardan, ayrılacak, oturacak ve 'Ben nerede hata yaptım' diye düşünecek. Sonra yeniden ayağa kalmaya çalışacak. Ama 'Ben iktidarda kalacağım' diye ısrar ederse milletin hışımına uğrar. Bir zamanlar yüzde 50 gücüm var sanıyordu, hakikaten de vardı ama şimdi geriledi. Daha da gerileyecek. Bugünkü politikaları ile millete zarar verir hale geldiler. OHAL 15 Temmuz'dan sonra kabul edilince olağan hale geldi. Siz bu ülkeyi sürekli bu şekilde yönetemezsiniz. Bugünkü iktidar yönetme kabiliyetini kaybetti."* ifadelerini kullanarak mevcut iktidarın politikalarının çözüm getirmemeye başladığını, 16

senenin sonunda yükümlülüklerini yerine getirmekten ve problem çözmekten çok uzak bir iktidarın bulunduğunu "başarılı olmak" ve "sorumluluk sahibi olmak" değeri üzerinden ifade ederken, benzer şekilde iktidarın kendisine özeleştiride bulunarak hatalarından ders alması gerektiğini "sorumluluk sahibi olmak" değeri üzerinden ifade etmektedir.

Başarıya ve Başarısızlığa Vurgu Yapan "Baş Usta-Çırak" Söylemleri

Seçim kampanyaları boyunca Recep Tayyip Erdoğan, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ve CHP'nin cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce'ye "usta-çırak" söylemleriyle yüklenmiştir. Erdoğan, İstanbul belediye başkanlığı, başbakanlık, cumhurbaşkanlığı dönemlerini "ustalık" dönemi olarak adlandırmakta, Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminde Cumhurbaşkanı seçilmesi halinde ise "Baş ustalık" döneminin başlayacağını başarı söylemi temelinde ortaya koymaktadır. CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ve CHP'nin Cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce'nin ise siyaset alanında kendisi kadar başarılı olamadığını, kendi tabiriyle "çırak" bile olamadığını ifade etmektedir. Erdoğan'ın CHP ve Kılıçdaroğlu'nu eleştirdiği bu ifadelerinde CHP'nin uzun yıllar ana muhalefet partisi olmaktan kurtulamaması, seçimlerde oy oranında büyük değişiklik olmaması gibi etkenler etkili olurken Muharrem İnce'ye olan eleştirilerinde ise CHP Genel Başkanlığı yarışını kaybetmiş bir aday olması, siyasi geçmişinde milletvekilliği dışında bir görevde yer almamış olması başarısızlık söyleminin en büyük adreslerinden olmaktadır. Erdoğan kendi başarılı siyasi kariyerine dair söylemlerini "başarılı olmak" değeri üzerinden ifade ederken, siyaset arenasındaki geçmiş görevlerine de hatırlatmalarda bulunarak seçmen karşısında kamusal imajını korumaya çalışmaktadır. Değerler iki kutuplu sosyo-bilişsel unsurlar olduğundan, ilk anlamlarının yanı sıra ikinci anlamlara da sahiptirler. Yani "başarılı olmak" değeri , başarısız bir durumu nitelendirmek için de kullanılabilmektedir. Bu sebeple Erdoğan'ın "çırak bile olamamak" söylemleri başarılı olmak değeri temelinde bir "başarısızlık" söylemi olarak değerlendirilebilmektedir.

"Ekonomi diyorlar ya. Ey Bay Kemal, ey Muharrem, siz bu işten anlamazsınız. Çırak bile olamadınız, çırak. 24 Hazirandan sonra bunlarla hesaplaşacağız. Bunlara çok ciddi manifestoyu 24 Hazirandan sonra biz çekeceğiz.

2002'de 91 bin otomobil satılırken şimdi 193 bine çıktı. Otomobiller giriyorsa bir refah seviyesi var. Çamaşır makinesi satışı 824 binden 250 milyona yükseldi. Bunlar neyi gösteriyor Bay Kemal, Muharrem Efendi bunlar neyi gösteriyor? Anlamıyor bunlar ya. Al birini vur ötekine." ifadelerinin yer aldığı *Cumhuriyet* gazetesinin haberinde Erdoğan, ekonomik alanda refah seviyesindeki büyümeyi bazı değişkenlerle sayısal olarak ortaya koymakta, ekonomi yönetiminde başarılı bir siyaset anlayışına sahip olduğunu zenginlik ve başarılı olmak değeri üzerinden ortaya koymaktadır. "Çırak bile olamamak" söylemiyle Kılıçdaroğlu ve İnce'yi "başarılı olmak" değerine atıfla başarısız olmakla itham etmektedir.

Eroğan, Kılıçaroğlu ve Muharrem İnce'ye başarılı olmak değeri üzerinden yüklendiği bir başka konuşmasında *Cumhuriyet* gazetesinde *"Fakat Bay Muharrem'e de fazla yüklenmeyelim, zaten partisinde girdiği bütün yarışları kaybetmiş. Genel Başkanı Türkiye genelinde girdiği bütün seçimleri kaybetmiş, bu da parti içindeki seçimleri kaybetmiş. CHP'nin başında ki zata her seçimdeki yaptığım teklifi şimdi bu defa Muharrem İnce'ye yapıyorum. Seçimlerden birinci çıkamazsak siyaseti bırakacağım diyebiliyor musun? Madem iddialısın sen de aynı sözü ver. Ver de Bay Kemal rahatlasın"* söylemleriyle CHP ve Muharrem İnce'nin siyaset arenasında başarılı olamadığını ifade etmektedir. Ayrıca Erdoğan seçim kampanyası sürecinde, Muharrem İnce'nin CHP Cumhurbaşkanı adayı olmasının parti içi bir çekişmeden kaynaklandığını ifade eden söylemlerde bulunmaktadır. Kılıçdaroğlu'nun Muharrem İnce'nin Cumhurbaşkanı seçilemeyeceğinin bilincinde olduğunu, tek amacının Cumhurbaşkanı seçilemeyen Muharrem İnce'yi CHP ve siyaset alanından saf dışı bırakmak bu sayede parti içersinde rakipsiz hale gelmek ve konumunu güçlendirmek olduğunu ifade etmektedir. Söz konusu söylemlerle Erdoğan seçmen zihninde CHP'yi parti içi düzeni sağlayamamış , mevki için rekabetin hakim olduğu bir parti olarak kodlamaya çalışmaktadır.

Kamusal İmajı korumak ve başarılı olmak değerleriyle inşa edilmiş bir başka söyleminde Erdoğan, *Yeni Şafak* gazetesinde *"İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığım çıraklık, Başbakanlık kalfalık dönemimiz, ustalık dönemimiz oldu. Cumhurbaşkanlığı dönemimiz de ustalık döneminin devamı oldu. Şimdi baş ustalık dönemine hazırlanıyoruz."* ifadelerini kullanmaktadır.

Ulusal Güvenlik Söylemleri

Türkiye 24 Haziran 2018 seçimlerine giderken ülkede 15 Temmuz 2016 FETÖ darbe girişiminin etkileri hala devam etmekteydi. OHAL uygulamaları devam ederken, Türkiye bir yandan da yıllardır kapanmayan yarası PKK terörü ile mücadele etmekteydi. Aynı zamanda Türkiye'nin güneyinde yer alan komşusu Suriye'de yaşanan iç savaş ve istikrarsız ortam, Suriye'nin kuzeyinde terör örgütü PKK'nın uzantısı olan YPG'nin faaliyetleri ve bölgede federal bir Kürt devleti kurulması girişimleri Türkiye'nin güvenlik refleksleriyle hareket etmesine neden olmuş, ülkenin birliği ve bütünlüğü, güvenlik ve asayişi ile ilgi söylemler adayların ve siyasi partilerin gündeminde yer almıştır.

Recep Tayyip Erdoğan *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan haberde *"Demiştim ya Kuzey Irak'ta Kandil demiştim, Sincar demiştim. Oraya da operasyonlarımızı başlattık. 20 uçak ile orada 14 önemli noktayı depoları silah depolarını yok ettik. Vurdular döndüler ama bitmeyecek. 24 Haziran bir hallolsun gerektiğinde hep beraber Afrin'e gideriz. Bu devlet zalime karşı acımasız, mazluma karşı merhametli bir devlettir. Bu devlet hainlerin tepesine hiç ummadıkları anda inen bir devlettir. Artık en büyük bataklığı kurutmak lazım. Kandil'i terör kaynağı olmaktan çıkartıyoruz. Bizim artık insansız hava araçlarımız var. Koordinatları İHA'larımız veriyor ve F16'larımız vuruyorlar."* ifadelerini kullanarak terörle mücadeledeki başarıyı, kararlılığını ve gelecek hedeflerini "ulusal güvenlik" , "başarılı olmak" ve "kendi amaçlarını belirlemek" değeri üzerinden ifade etmektedir. Kandi ve Afrin gibi terör örgütünün faaliyetlerinin yüksek seviyede olduğu lokasyonlara düzenlenen güvenlik operasyonlarıyla terörle mücadelede aktif rol oynandığını ortaya koymaya çalışan Erdoğan aynı zamanda Türkiye'nin kendi silahlarını üreterek, terörle mücadeleyi sürdürdüğü vurgusunda da bulunarak ulusal güvenlik, başarılı olmak ve kamusal imajı korumak değerleri ile örüntülü bir söylem oluşturmaktadır.

Yeni Şafak gazetesinde yer alan haberde Recep Tayyip Erdoğan *"Biz ne dedik? Bizim ülkemizin sınırlarını taciz edenlere, biz asla dur durak bilmeyiz. Üzerine gideriz."* İfadelerini kullanarak ulusal güvenlik değeri üzerinden terörle mücadelenin kararlılıkla sürdürüleceği mesajını vermektedir.

Erdoğan ulusal güvenlik değerini muhalefetin terörle mücadele stratejilerini eleştirmek için de kullandığı görülmektedir. Erdoğan, muhalefet adaylarının terörle mücadele gibi bir gündeminin olmadığını, ülkenin güvenliği ve asayişine yönelik bir söylemde bulunmadığını ifade etmektedir. Nitekim *Yeni Şafak* gazetesinde yer alan bir haberde *" Afrin meselesine ne dediler? 'Afrine gitmeyin.' Cerablus'ta ne dediler? 'Gitmeyin.' Biz ne dedik? 'Gideceğiz.' Şu ana kadar orada Mehmedimiz, Özgür Suriye Ordusu, hamdolsun, teröristlere karşı büyük mücadele verdi. Suriye'nin kuzeyinde terör koridorunu kaldırdık."* ifadelerini kullanarak terörle mücadelede gerçekleşen operasyonları ulusal güvenlik değeri üzerinden ifade ederken, muhalefetin terörle mücadele konusunda engel olmaya çalıştığını sorumluluk sahibi olmak değeri üzerinden ifade etmektedir.

Süleyman Soylu *Türkiye* gazetesinde yer alan bir *haberde "Terörün, anarşinin bizi terbiye etmemesi için , faizin, siyasi krizin, ekonomik krizin bizi terbiye etmemesi için Türkiye'nin adım atması lazım geldiğini düşündüğü için bu sistemi getirdik. Artık vesayetin bittiği, oligarşik bürokrasinin sona erdiği bir Türkiye olacak. 10 yıllık işi 3,5 yılda bitirebileceğimiz bir Türkiye'ye adım atıyoruz. Bilmelisiniz ki faiz tekeli bittiğinde Türkiye yatırım cenneti olacak."* ifadelerini kullanarak Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminin güvenlik, toplumsal düzen ve ekonomi anlamında Türkiye'ye katacaklarını ifade etmektedir. Ulusal güvenlik, sosyal düzen ve zenginlik değerleriyle inşa edilmiş söyleminde Süleyman Soylu, sosyal, siyasal ve ekonomik anlamda başarılı bir Türkiye için Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemine seçmenin desteğini beklemektedir.

Dönemin Başbakanı Binali Yıldırım *Hürriyet* gazetesinde yer alan ifadelerinde *"AK Parti olarak başından beri bölücülüğe, kardeş kavgasına asla müsaade etmedik. Güvenlik esastır ama güvenlik uğruna özgürlüklerden vazgeçmek yoktur."* ifadelerini kullanarak güvenlik politikalarında hassas kırmızı bir çizginin takip edildiğini, AKP olarak yıllardır ülkenin teröre karşı güvenliğini, iç bütünlüğünü ve birliğini hak ve özgürlükleri kısıtlamadan sağlamaya çalıştıklarını ulusal güvenlik, sosyal düzen, iç uyum ve özgürlük değerleri ile ifade etmektedir.

MHP lideri Devlet Bahçeli *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir haberde *"İğrenç niyet sahiplerini uyarıyorum. Eğer Türkiye yeni bir işgal girişimine maruz kalırsa bu defa hiçbir suçlu ve hain sağ kalmayacaktır. Vatanımıza göz koyanların gözünü oyarız. Bağımsızlığımıza leke sürmeye çalışanları değil İzmir'deki denize dökmek alayını cehennemin dibine kovalar, burunlarında fitil fitil getiririz."* ifadelerini kullanarak ikinci bir darbe girişiminde bulunmayı plananları ve ülkenin bağımsızlığına, bütünlüğüne karşı kötü niyet besleyenleri sert bir dille uyarmaktadır. Bahçeli, ulusal güvenlik değeri temelinde inşa ettiği söylemini, bağımsızlık ve affedici olmak değerleri ile desteklemektedir.

İYİ Partili Ali Aydın, *Sözcü* gazetesinde iktidarı ulusal güvenlik değeri üzerinden eleştirdiği söyleminde "*Demokratikleşme, açılım adı altında teröristler davul zurnalarla karşılandı. Çadır mahkemeleri kuruldu. Büyük Atatürk'ün posterleri ve Türk bayrakları kaldırıldı. Barzani'yi Diyarbakırda bayram havasında karşıladılar. MİT ile teröristleri aynı masada buluşturdular. Bunun için siyasete girdik."* ifadelerini kullanmakta, kendilerinin ulusal güvenlik anlamında iktidardan daha etkili bir güvenlik politikası sürdürmek amacında olduklarını da kendi amaçlarını belirleme değeri üzerinden ifade etmektedir.

Vatan Partisinin Cumhurbaşkanı Doğu Perinçek de ulusal güvenlik hedeflerini ortaya koyduğu ve iktidarın ulusal güvenlik politikasını eleştirdiği *Hürriyet* gazetesinde yer alan konuşmasında *"Tayyip Erdoğanlar Türkiye'nin sorununu çözemezler. Suriye ile anlaşma gibi Türkiye'nin biricik seçeneği varken, bölge ülkeleriyle anlaşma varken gidiyorlar halen ABD ile anlaşmak gibi… Bu siyasetleri uygulayamayacaksınız Ey Tayyip Erdoğanlar! Buradan ilan ediyorum. Kandil'e bayrak çektireceğiz. Bunun koşulları vardır. Sadece İran'la işbirliği yeter"* söyleminde bulunmaktadır. Güvenlikte ve dış politikada NATO karşıtı ve Avrasyacı bir siyaset anlayışı benimseyen Doğu Perinçek ve Vatan Partisi, Türkiye'nin güvenlik sorunlarının çözümünün ABD ile gerçekleşemeyeceğini başta İran olmak üzere bölge ülkelerinin desteği ile çözüm bulacağını ifade etmektedir. Doğu Perinçek Türkiye'nin ulusal güvenliğine yönelik hedeflerini ulusal güvenlik , başarılı olmak ve kendi amaçlarını belirlemek değeri üzerinden ortaya koymaktadır.

Ulusal güvenlik değerinin vatandaşlarının her türlü güvenliğini düzen ve asayiş içerisinde sağlamayı hedefleyen bir değer olduğu söylenebilmektedir. Siyasi aktörler seçim kampanyası sürecinde gerçekleştirdikleri söylemlerde ulusal güvenlik değeri üzerine inşa ettikleri söylemlerinde vatandaş için güvenin merkezi olduklarını ifade etmeye çalışmışlardır.

Özgür, Huzurlu ve Barışçı Bir Toplum Vaadleri

Toplumların demokratik ve iktisadi anlamda bir gelişim gösterebilmesi, ulusal amaçlarına ulaşabilmesi, o toplumun iç huzuru ve bütünleşmesi, toplumsal uyumu sağlamasıyla mümkün olabilmektedir. Hoşgörünün ve barış ortamının tesis edildiği toplumlar, sorunları toplumun tüm kesimleriyle konuşarak ve tartışarak, rasyonel bir iletişim temelinde çözme eğilimindedirler. Söz konusu iletişim ortamının sağlanması, toplumun tüm kesimlerinin görüşlerini açıkça ifade edebilmesine imkan vermekte, toplumdaki katmanlaşmaları, öfke ve korku hakimiyetini ortadan kaldırmaktadır. Türkiye 24 Haziran 2018 seçimlerine giderken 15 Temmuz 2016 darbe girişiminin etkileri sürmekte, yurt içinde OHAL uygulamaları devam etmekteydi. Ayrıca terörist unsurları etkisiz hale getirmek amacıyla Suriye'ye çeşitli askeri operasyonlar düzenlenmekteydi. Toplumda kutuplaşmanın artan bir boyutta olduğu, seçim kampanyaları döneminde medyada yer bulan çeşitli çatışma haberleriyle desteklenmekteydi. Özellikle muhalefet, iktidarın ülkedeki özgürlük ve barış iklimini ortadan kaldırdığını, ülkedeki kutuplaşmayı ve huzursuzluğu arttırdığını sıklıkla dile getirmekte, özgür, huzurlu ve barışçı bir toplum söylemine siyasal kampanyalarında yer vermektedir. "Özgürlük", "iç uyum", "barışçıl bir dünya" ve "sosyal düzen" değerleri temelinde ele alınabilecek bu söylemlerin neredeyse tamamının muhalefet parti ve adaylarının söylemlerinde yer bulduğu söylenebilmektedir.

Saadet Partisi genel başkanı aynı zamanda da Cumhurbaşkanı adayı olan Temel Karamollaoğlu *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir haberde *"Hala biz ve öteki diye tarif ediyorlar. Hala kutuplaştırmakta ısrarlılar. Kürt'ü ile Türk'ü ile; Alevi ve Sunnisiyle, ilericisiyle gericisiyle hepsini kucaklayacak kadar sevgimiz var. Önce bu barış ortamı. Barıştan sonra adaletin tesisi gelecek."* ifadeleriyle *iç uyum*

ve *barışçıl bir dünya* değerleriyle, iktidarın toplumu kutuplaştırıcı tavrını eleştirmekte, kendi huzurlu ve barışçı bir toplum idealini seçmene sunmaktadır.

Toplumsal barış ve huzura yönelik ifadelerde bulunan HDP Cumhurbaşkanı adayı Selahattin Demirtaş, *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan bir haberde *"Şimdi hep birlikte el ele verip geleceğin demokratik Türkiye'sini yeni yaşamını, mutlu ve özgür bir yaşamı inşa edebiliriz. Değerli kardeşlerim bugün umutsuz olmanın, yılgınlığın ve korkmanın zamanı değildir. Ülkemizin bütün sorunlarını barışarak, dayanışarak, birlik içinde çözebiliriz. Hiçbir yurtdaşımızı düşman gibi görmeden, ötelemeden, örselemeden yürek yüreğe verip büyük bir kardeşlik ülkesi olacağız. İnsanlarımızı partilerine göre, kimliğine, mezhebine, cinsiyetine göre ayırmayacağız. Devlette tam demokrasi ve hukukun üstünlüğünü egemen kılacağız. Devlet hepimizin devleti, ülke hepimizin ortak vatanıysa herkese adil ve eşit davranan bir yönetim oluşturmak da bizim boynumuzun borcudur."* ifadelerini kullanarak huzurlu, hoşgörülü , uyumlu ve barış içerisinde bir toplum vaadinde bulunmaktadır. Selahattin Demirtaş söz konusu mesajını "barışçıl bir dünya", "özgürlük", "iç uyum" ve "eşitlik" değerleriyle kodlamıştır. Seçmene amaçlarını ifade etmek, hedeflerini ortaya koymak bakımından ise kapsayıcı bir değer olarak "kendi amaçlarını belirleme" değerini kullanmıştır.

Halkların Demokratik Partisi eş genel başkanı Sezai Temelli de toplumsal barışı hedeflediğini ifade eden bir konuşmasında, *Hürriyet* gazetesinde *"Bu halk çözüm için, barış için her türlü zulme katlandı ama asla barıştan ve çözümden vazgeçmedi. Bu güzel ülkemize barışın gelmesi için bu iktidardan kurtulmamız gerekiyor."* açıklamalarında bulunmuş ve barışçıl bir dünya değerini öne çıkartmıştır.

Sözcü gazetesinde yer alan "iç uyum" , "barışçıl dünya" ve "sosyal düzen" değerleri temelinde oluşturduğu söyleminde CHP genel başkanı Kemal Kılıçdaroğlu *"Bu memlekette aradığımız tek şey huzur. Huzurun olmasının yolu, herkesin güven içerisinde görevini yapması"* ve *"Yazık günah bu memlekete. Caddede selamlaşamaz hale geldik. Gerginliğe bakın, toplum neredeyse birbirine girecek. Siyaset kavga alanı değil, fikirlerin yarıştığı yerdir."* ifadelerini kullanarak toplumda artan huzursuzluk ve çatışma ortamının halkı kutuplaştırdığını ifade ederek, söz konusu durumun siyasetteki kavga ortamının topluma yansıması olduğunu dile getirmektedir.

CHP'nin cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce *Hürriyet* gazetesinde barışçıl bir dünya ve iç uyum değerleriyle oluşturduğu söyleminde *"Derdimiz barış. Türkiye'de barış olsun, insanlar birbiriyle kucaklaşsın diyorum. Bir büyük şemsiye kuralım diyorum. Dayatma değil, uzlaşma , demokrasi diyorum. 3B diyorum: 'Barışacağız, bölüşeceğiz, büyüyeceğiz' diyorum. Türkiye'de barış derken, bölgede de barış, Balkanlarda, Kafkaslarda, Ortadoğu'da barış."* açıklamalarında bulunmuştur. İnce, Türkiye toplumunun tüm kesimlerinin uyumlu ve barış içerisinde yaşamasını idealize ederken, barış toplumunun uluslararası ilişkilerde komşularla olan ilişkilerden başlayarak tüm dünyaya yayılacak bir ideal olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca Muharrem İnce, ekonomik anlamda büyüme ve elde edilecek olan ekonomik büyümenin toplumun tüm kesimlerince adil bir şekilde paylaşılması amacını da *zenginlik* ve *eşitlik* değeri üzerinden bir kez daha vurgulamaktadır.

İYİ Parti Cumhurbaşkanı adayı Meral Akşener "iç uyum", "barışçıl bir dünya" ve "eşitlik" değerleri temeline inşa ettiği söyleminde *Cumhuriyet* gazetesinde *"Benim bir hayalim var o hayal için umudum var; o umut için yol yürüyorum. Bir tanesi Türkiye'nin içinde bulunduğu şartlardan çıkıp huzur, refah içinde kalkındığı, gençlerin, kadınların umut dolu olduğu, kalkınmakta, büyümekte olan bir Türkiye hayalim var. Diğeri ise bugün yaptığımız gibi pek çok yerden misafirimiz var. Kadınıyla erkeğiyle, genciyle yaşlısıyla, Edirneli damatla, Diyarbakırlı gelinle, kulağı küpeli kuzenle, başı örtülü yeğenle aynı sofrada,kadınların hazırladığı o sofrada elinizi uzattığı zaman herkesin yiyeceklere aynı anda ulaşabildiği bayram sofrasını Türkiye'de hayata geçirmek."* ifadelerini kullanmakta toplumun etnik köken ve yaşam tarzı bakımından farklı kesimlerinin dışlanmadan ve birbirini dışlamadan bir arada uyum içerisinde huzurlu ve eşit bir şekilde yaşadığı bir ülke hayalini seçmenle paylaşmaktadır. Ayrıca Akşener toplumsal huzur ve bütünlüğü ekonomik büyümenin de ön koşulu olarak görmektedir. Bu sebeple Akşener'in toplumsal huzur ve bütünlüğe yönelik kullandığı değerlerle birlikte zenginlik değerini de kullanarak bir söylem oluşturduğu görülmektedir.

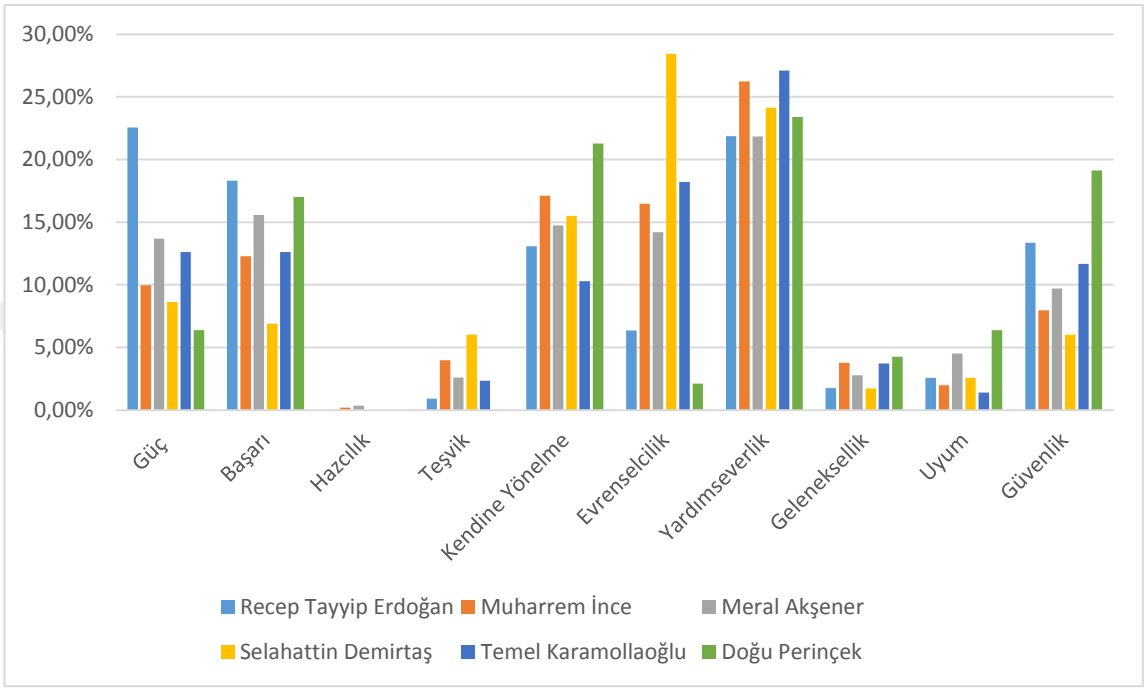
Toplumsal düzene yönelik olarak Cumhur ittifakı cephesinden yalnızca MHP sosyal düzen değeriyle ele alınabilecek olan "af yasası" teklifine seçim kampanyasındaki söylemlerinde yer vermekte, kader mahkumları olarak

adlandırdığı, terör, uyuşturucu ve tecavüz suçları dışında tutuklu bulunanların serbest bırakılmasını istemekteydi.

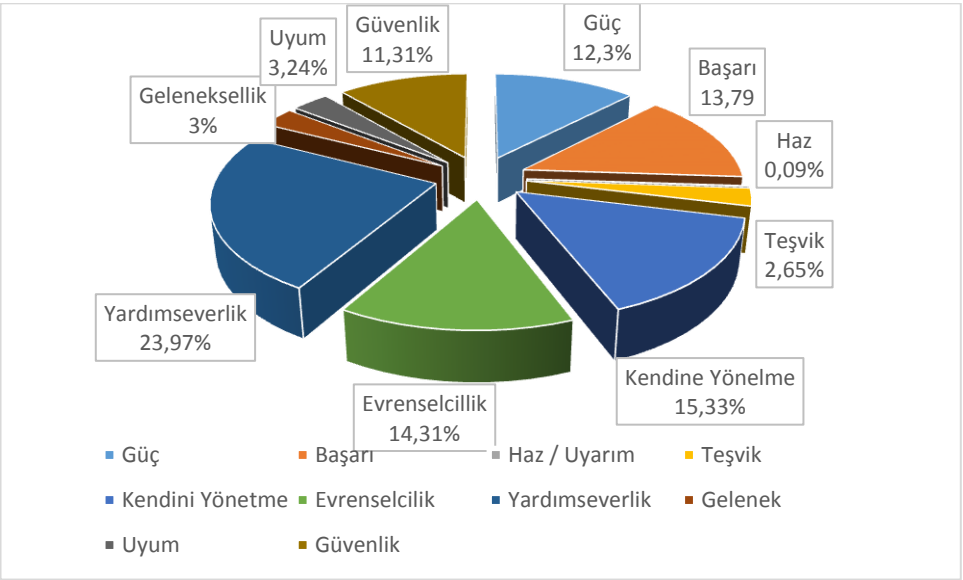
MHP lideri Devlet Bahçeli Cumhuriyet gazetesinde yer alan ve sosyal düzen değeriyle inşa ettiği söyleminde *"Af konusu sosyal ve toplumsal bir ihtiyaçtır. Bu ihtiyaca bigane kalmak makul ve mantıklı değildir. Bunun için sadece müşfik ve şefkatli bir teşebbüs yetecektir. Af çıkarılmalıdır, Türkiye önemli ve birikmiş bir sorunu bertaraf etmelidir."* ifadelerini kullanarak af yasasının Türkiye'nin önemli sorunlarından birini çözeceğini belirtmektedir. Af söylemleriyle ilgili olarak, Yeni Şafak gazetesinde yer alan bir haberde MHP lideri Devlet Bahçeli, *"Benim kanaatim bu insanların hepsinin mahkemesinin yeniden görülmesidir. Zekeriya Öz'ü, bir başkası, bunlar kime ceza vermişse onların hepsinin mahkemesinin gözden geçirilmesi lazım. 5 bin insan, 50 bin davaya bakmışsa, elli bin insana ceza vermişse, aileleriyle birlikte al sana 250 bin mağdur."* ifadelerini kullanarak, geçmişte yargıda da yapılanan FETÖ'nün adli yargılamaları uslüne uygun bir şekilde yapmamış olabileceğini , bu sebeple çok sayıda insanın ve ailesinin haksız yere mağdur konuma düşmüş olabileceğini ifade etmektedir. Gerçek suçluların ortaya çıkartılması, mağduriyetlerin giderilmesi için ceza adaletini tekrar sağlayacak şekilde yargılamaların yapılmasını istemektedir.

Seçim kampanyasında siyasi aktörlerin seçmene yönelik vaadleri seçim gündemi bağlamında, Schwartz'ın siyasal değerler ölçeği referans alınarak değerlendirildikten sonra, çalışmanın bir sonraki aşamasında Schwartz'ın ölçekte belirlediği "dört üst düzey değer" üzerinden de bir değerlendirme gerçekleştirilerek değerler arasındaki uyum ve farklılıklar bütüncül bir biçimde saptanacak, adayların siyasal iletişim stratejilerini hangi üst değer boyutu üzerinden gerçekleştirdikleri ortaya konulacaktır. Schwartz, siyasi değerler ölçeğindeki 10 temel değeri, dört üst değer altında toplamıştır. Bu üst değerler sırasıyla; değişime açık olma, kendini gerçekleştirme, muhafaza/koruma ile kendini aşma üst değer boyutlarını içermektedir. Aşağıdaki tabloda araştırma kapsamında gazetelerde yer alan söylemleri değerlendirilen Cumhurbaşkanı adaylarının 10 temel değer üzerinden analizine yer verildikten sonra, Cumhurbaşkanı adaylarının dört üst düzey değer kapsamında bir değerlendirmesi gerçekleştirilecektir.

Şekil 2. Cumhurbaşkanı Adaylarının Temel Değer Düzeyi Dağılımları



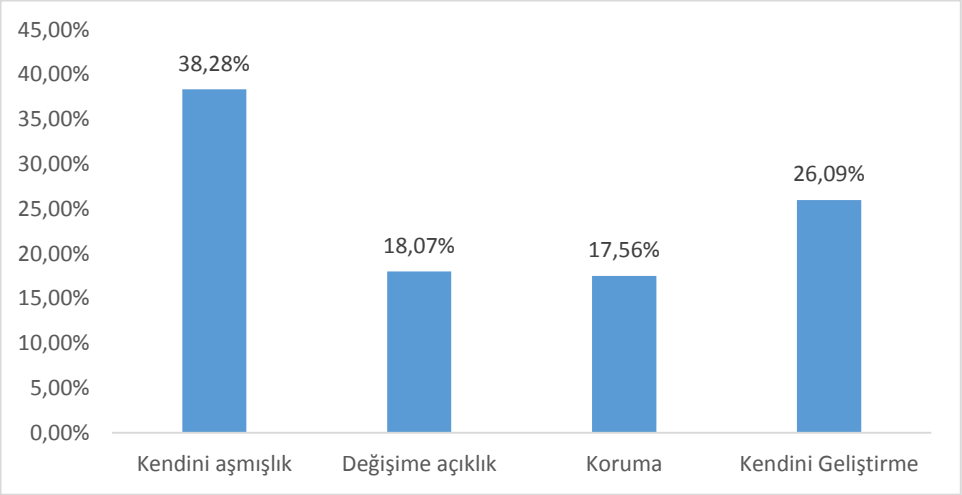
Şekil 3. Cumhurbaşkanı Adaylarının Temel Değer Düzeylerinin Toplam Dağılımı



Cumhurbaşkanı adaylarının temel değer dağılımlarının yoğunlaştığı beş değer sırasıyla; yardımseverlik, kendini yönetme, evrenselcilik, başarı ve güç değerlerinde toplandığı görülmektedir. Verilere göre yardımseverlik temel değerinin %23,97 oransal ağırlığıyla Cumhurbaşkanı adaylarının söylemlerinde ilk sırada olduğu görülmektedir. Özellikle dürüstlük ve sorumluluk sahibi olma alt değerlerinin ağırlıklı olarak öne çıktığı siyasi söylemlerde karşımıza çıkan yardımseverlik temel değeri, iç gruplarımızın iyiliğini ve refahını arttırmayı amaçlamaktadır. Seçim dönemi boyunca açık, şeffaf, liyakati esas alan ve halka karşı hesap veren sorumlu bir iktidar söylemleri yardımseverlik temel boyutunda meydana gelen yoğunlaşmanın sebebi olarak ifade edilebilir. İkinci sıradaki kendini yönetme değeri ise kendi amaçlarını belirleme alt değeriyle birlikte siyasilerin geleceğe yönelik hedef ve amaçlarını seçmene iletebilmek amacıyla yararlandığı siyasi değerlerden biridir. Evrenselcilik temel değeri ise insanların ve doğanın korunmasına, anlaşılmasına ve onların gözetilmesine odaklanan bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Seçim döneminde özellikle eşitlik ve sosyal adalet alt değerleriyle birlikte söylemlerde öne çıkan bu değerin toplumda gerek sosyal gerekse ekonomik anlamda bir konsensüs durumu oluşturmak, insanlar arasındaki sosyal ve ekonomik ayrımı ortadan kaldırmak ve toplumu bütünleşik bir hale getirmek amaçlı kullanıldığı söylenebilmektedir. Daha sonra gelen başarı ve güç değeri ise geçmiş başarılardan

hareketle kendine bir hakimiyet alanı oluşturarak geleceğe dair hedeflerde bulunmak ya da başarısızlık üzerinden mevcut iktidarın hakimiyet alanını daraltmak ve kendi hakimiyetini oluşturmak amaçlı kullanılabilmektedir. Başarı temel değeri siyasilerin söylemlerinde "başarılı olmak" alt değerinde yoğunlaşırken, güç temel değeri ise "kamusal imajı korumak" ve "zenginlik" alt değerlerinde yoğunlaşmaktadır. Cumhurbaşkanı adaylarının temel değer boyutları incelendiğinde çatışan değerlerin bir arada bulunduğu gözlemlenmektedir. Başarı ve güç değeri birbiriyle uyumlu iken, yardımseverlik ve evrensellik değerleri birbiriyle uyumlu fakat başarı ve güç temel değerleri ile çatışan değerler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Şekil 4. Cumhurbaşkanı Adaylarının Üst Düzey Değer Boyutları Açısından Oranı



Cumhurbaşkanı adaylarının dört üst değer boyutu açısından analizi gerçekleştirildiğinde Cumhur ittifakı adayı Recep Tayyip Erdoğan'ın güç (%22,56), ve başarı (%18,32) temel değerlerinden oluşan kendini geliştirme üst değerinin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Kendini geliştirme üst değeri, diğer bireylerin üzerinde hakimiyet kurarak başarı arayışında olmayı ifade eden bir üst değerdir. Erdoğan'ın siyasal iletişim kampanyası sürecinde başarı ve güç değerlerinden oluşan kendini geliştirme üst değer boyutuna ağırlık vermesi, Recep Tayyip Erdoğan'ın "başarılı olan" ve sürekli olarak "başarı arayışında olan" bir aday imajını seçmene sunmak amacıyla kullandığı söylenebilir. Erdoğan'ın üst değerler boyutu hiyerarşik sıralamasında kendini geliştirme üst değerinin hemen ardından ikinci sırada kendini aşmışlık değeri yer almaktadır. Kendini geliştirme değeri ile çatışma halinde bulunan

kendini aşma değeri, yardımseverlik ve evrenselcilik temel değerlerini kapsayan ve toplumsal refahı arttırmak ve korumak ile ilişkili bir değerdir. Söz konusu üst değer boyutunda Erdoğan'ın temel değerlerini oransal ağırlığı yardımseverlik %21,09 ve evrenselicilik %6.35 şeklindedir.

CHP'nin Cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce ve Meral Akşener birbirine benzer üst değer hiyerarşisine sahip olmalarına rağmen , Recep Tayyip Erdoğan'ın değer hiyerarşisi ile ters bir dağılıma sahiptirler. Muharrem İnce ve Meral Akşener yardımseverlik ve evrenselcilik temel değerlerini kapsayan kendini aşma değerine birinci sırada yer verirken, bu değerle çatışma içerisinde olan ve güç ile başarı değerlerini kapsayan kendini geliştirme üst değer boyutuna ikinci sırada yer vermektedir. Muharrem İnce kendini aşma üst değer boyutunda yardımseverlik değerinde %26,23, evrenselcilik değerinde ise %16.47'lik bir oransal ağrılığa sahiptir. Kendini geliştime üst değer boyutunda İnce, güç değerine %9.97 başarı değerine ise %12.28 ağırlık vermektedir. Meral Akşener ise kendini aşmışlık üst değer boyurunda yardımseverlik değerine %21,84, evrenselcilik değerine ise %14,21 ağırlık vermektedir. Meral Akşener, kendini geliştirme üst değer boyutunda güç değerine %13,69, başarı değerine ise %15,60 oranında ağırlık vermektedir.

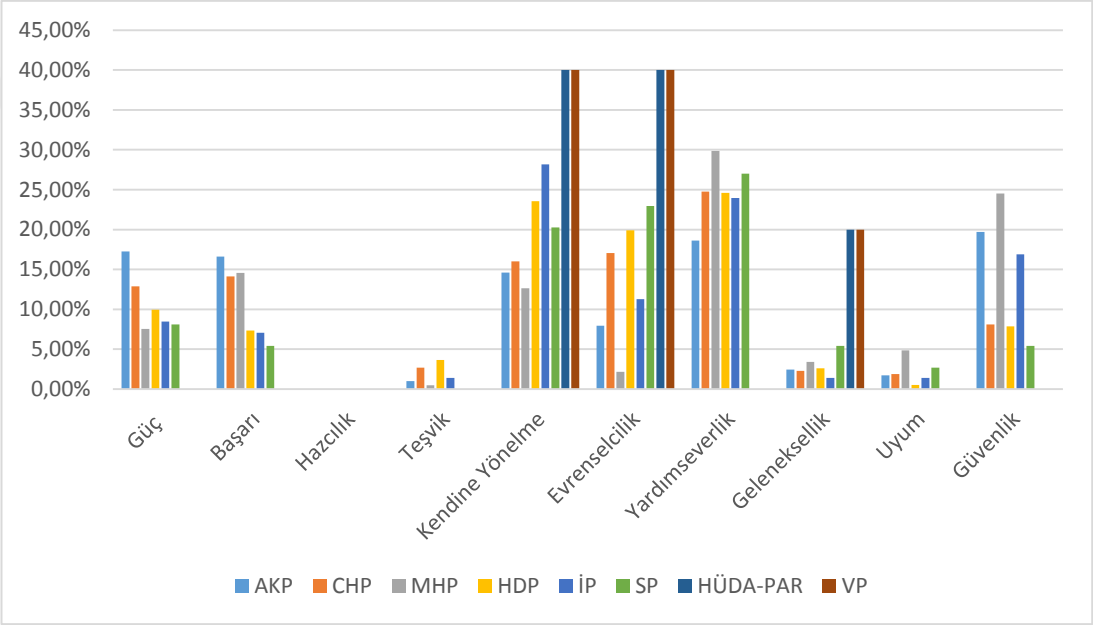
HDP'nin Cumhurbaşkanı adayı Selahattin Demirtaş'ın üst değerler boyutu hiyerarşik sıralamasında ilk sırada yardımseverlik ve evrenselcilik temel değerinden oluşan kendini aşmışlık değerine yer vermektedir. Demirtaş hemen ardından bu değerle uyumlu olan ve kendini yönetme, uyarım ve kısmen haz değerlerini kapsayan değişime açıklık üst değer boyutuna yer vermektedir. Kendini aşmışlık diğer toplumdaki insanların refahını ve eşitliğini önemseyen bir değerdir. Kısacası Demirtaş'ın, söz konusu üst değerler aracılığıyla toplumsal refahın arttığı ve refahın insanlar arasında eşit şekilde bölüşüldüğü bir siyaset idealini seçmene sunduğu tespit edilmektedir. Demirtaşın üst değer boyutlarındaki oransal ağırlığına bakıldığında ise, kendini aşmışlık üst değer boyutunda yardımseverlik %24,14, evrenselcilik ise %28,45 ağırlığa sahiptir. Demirtaş değişime açıklık üst değer boyutunda ise, kendine yönelme %15,52, teşvik %6,03 ve uyarım/haz %0 oranlarına sahiptir.

Temel Karamollaoğlu da tıpkı Muharrem İnce ve Meral Akşener'in üst değerler hiyerarşisine benzer bir üst değer hiyerarşisine sahiptir. Karamollaoğlu , ilk sırada kendini aşmışlık üst değer boyutuna yer vermekte hemen ardından ise söz konusu değerle çatışma içerisinde olan kendini geliştirme üst değer boyutuna yer vermektedir. Karamollaoğlu, kendini aşmışlık üst değer boyutunda yardımseverlik değerinde %27,10'luk bir ağırlığa sahipken, evrenselcilik değerinde ise %18,22 oransal ağırlığa sahiptir. Kendini geliştirme üst değer boyutunda ise Temel Karamollaoğlu, güç değerine %12,62, başarı değerine ise %12,62 oranında bir ağırlık vermektedir.

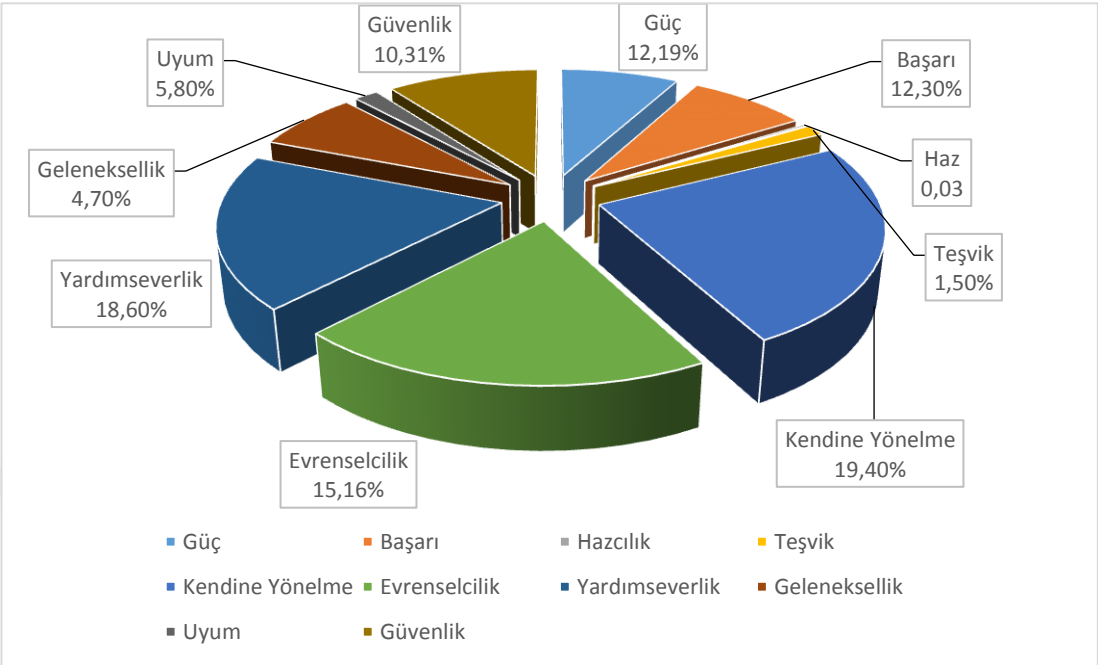
Vatan Partisi Cumhurbaşkanı adayı Doğu Perinçek ise güvenlik, uyum ve geleneksellik temel değerlerini kapsayan koruma/muhafaza değerine ilk sırada yer vermektedir. Perinçek'in üst değer boyutunda koruma/muhafaza değerinin ön planda çıkması kuşkusuz seçim dönemi boyunca 15 Temmuz darbe girişimi, OHAL ve terörle mücadele konularına yönelik söylemleri ve bunun sonucunda öne çıkan ulusal güvenlik ve sosyal düzen değerlerinin ağırlıkta olmasıyla ilişkilidir. Doğu Perinçek, koruma/muhafaza değerinin hemen ardından bu değerle uyumlu kendini aşmışlık değerine yer vermektedir. Perinçek koruma/muhafaza üst değer boyutunda ulusal güvenlik %19,15, uyum %6,38, geleneksellik %4,26 oranında bir dağılıma sahiptir. Kendini aşmışlık üst değer boyutunda ise Doğu Perinçek, yardımseverlik %23,40, evrensellik %2,13 oranına sahiptir.

Cumhurbaşkanı adaylarının üst değer boyutları değerlendirilirken Schwartz'ın değerler ölçeğinde yer alan değerlerin sahip olduğu döngüsel yapıda değerler çemberindeki iki yakın değerlerin birbiriyle uyumunun ve motivasyonunun daha yüksek olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Aynı şekilde çemberdeki değerler birbirinden uzaklaştıkça uyumsuzluk artmakta ve değerlerin çatışması söz konusu olmaktadır. Üst değerler boyutu hiyerarşisine bakıldığında genel olarak güç, başarı, kendine yönelme, evrenselcilik ve başarı temel değerlerinin ağırlıkta olduğu üst boyut değerlerin öne çıkması, adayların söylemlerinde başarı, kamusal imajı korumak, dürüstlük, sorumluluk sahibi olmak ve eşitlik gibi değerlere sıklıkla atıfta bulunmasıyla yakından ilişkilidir.

Şekil 5. Siyasi Partilerin Temel Değer Düzeyi Dağılımları



Şekil 6. Siyasi Partilerin Temel Değer Düzeylerinin Toplam Dağılımı



Siyasi partilerin en fazla öne çıkardığı ilk 5 temel değer ise sırasıyla; kendine yönelme, yardımseverlik, evrenselcilik, başarı ve güç değerleridir. Başarı ve güç değerleri birbiriyle uyumlu değerlerdir. Aynı şekilde evrenselcilik ve yardımseverlik değerleri de birbirleriyle uyumlu değerlerdir. Ancak bir bütün olarak değerlendirildiğinde ise yardımseverlik ve evrenselcilik değerleri, güç ve başarı değerleri ile çatışan değerlerdir. Kendine yönelme değeri ise amaca ve hedefe yönelik güdülenme ve eyleme geçmeyi önceleyen bir çatı değerdir. Bu bakımdan söz konusu verilerden hareketle kendine yönelme değerinin, evrenselcilik, yardımseverlik, başarı ve güç değerlerinin üzerinde bir tür çatı değer görevi üstlendiği de söylenebilir.

Seçime katılan partilerin üst değer boyutları analiz edildiğinde AKP'nin ilk sırada kendini geliştirme üst değer boyutunu ön plana çıkarttığı hemen ardından ise bu değerle çatışan bir üst değer boyutu olan kendini aşmışlık üst değer boyutunu öne çıkarttığı görülmektedir. AKP kendini geliştirme üst değer boyutunda güç temel değerine %17.26 oranlı bir ağırlık verirken , başarı temel değerine %16.62 oranlı bir ağırlık vermektedir. Bu iki değerin birleşiminden oluşan kendini geliştirme değeri ise %33.88'lik bir oranla karşımıza çıkmaktadır. AKP ikinci üst değer boyutu olarak,

kendini aşma üst değer boyutuna sahiptir. AKP kendini aşmışlık üst değer boyutunda yardımseverlik temel değer boyutuna %18.63 oranında bir ağırlık verirken, üst boyutu oluşturan bir diğer temel değer evrenselcilik değerine %7.95 oranında bir ağırlık vermektedir. Söz konusu verilerden hareketle AKP'nin siyasal iletişim kampanyasını birbiriyle çatışan üst değerler boyutuyla inşa ettiği gözlemlenmektedir.

CHP'nin üst değerler boyutu hiyerarşisine bakıldığında ise CHP'nin ilk sırada evrenselcilik ve yardımseverlik temel değerlerinden oluşan kendini aşma üst değer boyutuna yer verdiği görülmektedir. CHP'nin ilk sırada yer verdiği kendini aşmışlık üst değer boyutunda evrenselcilik temel değerinin %17.05, yardımseverlik temel değerinin ise %24.74'lük bir oran ağırlığına sahip olduğu gözlemlenmektedir. CHP'nin ikinci sırada yer verdiği üst değer boyutu güç ve başarı temel değerlerinden oluşan kendini geliştirme üst değer boyutudur. İkinci sırada yer alan kendini geliştirme üst değer boyutunda güç temel değerinin %12.89, başarı temel değerinin ise %14,14'lük bir değer ağırlığına sahip olduğu görülmektedir. Dikkat edilmesi gereken nokta üst değer boyutlarının hiyerarşik sıralamasında CHP'nin çatışan değer boyutları üzerinden söylemini oluşturduğu ve AKP'nin hiyerarşik üst değer boyutu sıralamasının tamamıyla zıttı bir hiyerarşi sıralamasına sahip olmasıdır.

MHP ise üst değer boyutlarının hiyerarşik sıralamasında ilk sırada gelenek, uyum ve güvenlik temel değerlerinden oluşan koruma/muhafaza üst değer boyutunu öne çıkarmaktadır. MHP'nin koruma/muhafaza üst değerini oluşturan temel değerlere bakıldığında gelenek %3.40, uyum %4,86, güvenlik %24,52'lik bir ağırlık oranına sahiptir. MHP koruma/muhafaza üst değer boyutunun ardından evrenselcilik ve yardımseverlik değerlerinden oluşan kendini aşmışlık üst değer boyutunu öne çıkarmaktadır. MHP'nin kendini aşmışlık üst değer boyutunu oluşturan temel değerlere verdiği oransal ağırlığın evrenselcilik %2,18, yardımseverlik %29,85 şeklinde olduğu görülmektedir. MHP'nin üst değer boyutları hiyerarşisi bakımından seçmenin karşısına tutarlı bir değerler bütünüyle çıktığı saptanmaktadır.

İYİ parti ise üst değerler hiyerarşisinde ilk sırada kendini aşmışlık üst değer boyutunu öne çıkarırken ikinci sırada ise değişime açıklık üst değer boyutunu öne çıkarmaktadır. Kendini aşmışlık üst değer boyutunu oluşturan temel değerlerin oransal ağırlığına bakıldığında evrenselcilik temel değeri %11,27, yardımseverlik

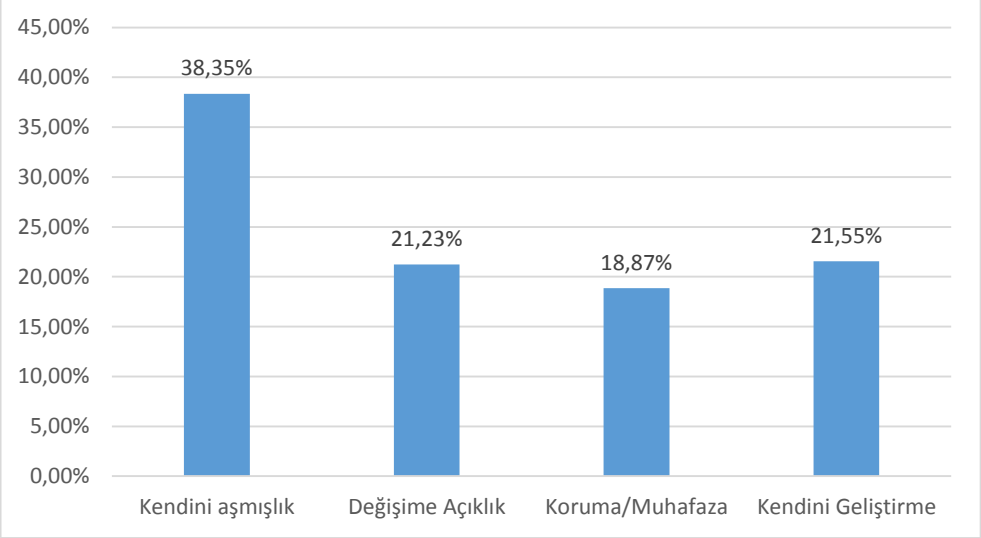
temel değerinin ise %23.94 oranında ağırlığa sahip olduğu analizler sonucunda ortaya konulmaktadır. Değişime açıklık üst değer boyutu ise kendini yönetme, uyarım/teşvik ve kısmen haz temel değerlerinden oluşmaktadır. İYİ Parti'nin kendini aşmışlık üst değer boyutunu oluşturan temel değerlerin oransal ağırlığına bakıldığında kendini yönetme %28,17, uyarım/teşvik temel değeri %1,41 ve haz temel değeri %0 oran ağırlığındadır. Siyaset alanında kendine pek yer bulamayan bir değer olan haz üst değeri haz ve hayattan zevk almak alt değerlerini barındırmaktadır. İYİ partinin üst değer boyutları hiyerarşisine bakıldığında seçmenle iletişimde birbiriyle uyum halindeki üst değer boyutlarına sahip olduğu görülmektedir.

HDP'nin üst değer boyutları hiyerarşisi analiz edildiğinde yardımseverlik ve evrenselcilik temel değerlerinden oluşan kendini aşmışlık üst değer boyutu yer almaktadır. HDP'nin kendini aşma üst eğer boyutunu oluşturan değerlerin oransal ağırlığı yardımseverlik %24,61 ve evrenselcilik %19,90 şeklindedir. HDP üst değer boyutlarında ikinci sırada kendini yönetme, teşvik/uyarım ve kısmen haz değerlerinden oluşan değişime açıklık değerini ön plana çıkartmaktadır. HDP'nin değişime açıklık üst değer boyutunu oluşturan temel değerlerin oransal ağırlığı ise kendine yönelme %23.56, teşvik/uyarım %3.66 ve haz %0 şeklindedir. HDP'nin üst değer boyutları hiyerarşisi değerlendirildiğinde birbiriyle uyumlu olan üst değerler üzerine inşa edilmiş bir siyasal iletişim stratejisi izlendiği tespit edilmektedir.

Saadet Partisinin üst değer hiyeraşi sıralamasına bakıldığında kendini aşmışlık ve değişime açıklık üst değer boyutlarını ön plana çıkardığı görülmektedir. Saadet Partisinin ilk sırada önem verdiği kendini aşmışlık üst değer boyutunu oluşturan temel değerlerin oransal ağırlığı yardımseverlik %27,03 ve evrenselcilik %22,96 şeklindedir. Saadet partisinin ikinci sırada önem verdiği üst değer boyutu olan değişime açıklık değerini oluşturan temel değerlerin kendine yönelme temel değerinde %20,27, uyarım/teşvik temel değerinde %2.70 ve haz temel değerinde %0 oransal ağırlığına sahip olduğu görülmektedir. Saadet Partisinin üst değer boyutları analizinden hareketle tıpkı İYİ Parti ve HDP gibi birbiriyle uyum üst değerler boyutlarına sahip olduğu görülmektedir.

Hüda-Par ve Vatan Partisinin ise söylemlerinde ön plana çıkarttığı alt değerlerin belli başlı temel değerler içerisinde yoğunlaşması sebebiyle üst değerler boyutu hiyerarşileri değerlendirilememiştir. Örneğin, Hüda-Par'ın değerlerinde, kendine yönelme, evrenselcilik ve gelenekselcilik değerlerinde yoğunlaşma görülmekte, diğer temel değer boyutları altında ise değer yer almamaktadır. Vatan Partisi ise güç, başarı ve uyum değerlerine öncelik verirken diğer değerler üzerinden ürettiği herhangi bir söylem bulunmamaktadır. Bu sebeple Hüda-Par ve Vatan Partisi sadece temel değerler bağlamında değerlendirilmiş ve sadece yukarıdaki temel değerlerin yer aldığı tabloda yer almışlardır. Söz konusu partilerin üst değer boyutları bu boyutlarla ilgili alt değerlerde yoğunlaşma olmaması sebebiyle analiz edilememiştir. Bu sebeple aşağıda yer alan ve üst değer boyutları bakımından partilerin genel bilançosunu yansıtan grafiklere de dâhil edilmemişlerdir.

Şekil 7. Siyasi Partilerin Üst Düzey Değer Boyutları Açısından Oranı



Hem Cumhurbaşkanı adaylarının hem de siyasi partilerin üst değer hiyerarşileri değerlendirildiğinde, en fazla kullanılan değer üst boyutlarının kendini geliştirme ve kendini aşmışlık üst değer boyutları ile kendini aşmışlık ve değişime açıklık üst değer boyutları olduğu tespit edilmiştir. Kendini geliştirme ve kendini aşmışlık üst değer boyutları Recep Tayyip Erdoğan, Muharrem İnce, Meral Akşener, Temel Karamollaoğlu ve AKP'de bulunan ortak ilk iki üst değer boyutudur. Bu iki karşıt üst değer boyutunun bir araya gelmesinde kuşkusuz dönemin sosyal ve

ekonomik koşullarının önemi oldukça büyüktür. Seçim dönemine girerken ekonomik sıkıntılar ile toplumda yaşanan gerilimler siyasi aktörlerin siyasal iletişim kampanyalarını şekillendirmiştir. Recep Tayyip Erdoğan ve AKP'nin, 16 yıllık ülkeyi yönetme tecrübesi ve yapılan icraatler temeline inşa ettikleri, başarılı Cumhurbaşkanı ve başarılı siyasi parti söylemleriyle ortaya çıktıkları tespit edilmektedir. Aynı şekilde Recep Tayyip Erdoğan ve AKP, güç yani hâkimiyeti elinde bulundurmaya yönelik söylemlerini başarıyla adeta simbiyotik bir ilişki içerisinde sunarak, başarılı ve güçlü bir siyasi yönetim vaadinde bulunmaktadırlar. Bu sebeple söylemlerde kendini geliştirme üst boyutu öne çıkmaktadır. Kendini aşma değer boyutu ise başkalarının iyileşmesini ve gelişmesini ön planda tutan ve kendi çıkarlarını arka plana iten bir üst değer boyutudur. Bu sebeple Recep Tayyip Erodğan ve AKP'nin söylemleri siyasal üst değerler bağlamında değerlendirildiğinde hem kendi güç hâkimiyetini isteyen hem de diğerlerini gözeten bir anlayış söz konusu olmaktadır.

Diğer adaylar ise eleştirel zeminde inşa ettikleri söylemleriyle ülkeyi yeniden nasıl güçlendireceklerini ve başarısızlık olarak adlandırdıkları mevcut yönetim anlayışını nasıl başarılı bir yönetim anlayışına çevireceklerini izah etmeye çalışmaktadırlar. İktidarın başarılı icraatleri üzerinden hâkimiyet kurmaya çalıştığı aynı şekilde muhalefetin de iktidarın başarısızlığı üzerinden kendine bir hâkimiyet alanı açmaya çalıştığı bu süreçte bir tür popülist siyaset anlayışı benimsenmektedir. Popülist siyaset hem olumlu hem de olumsuz anlamları içermektedir. Halkçı olmak, halk iradesini ve çıkarlarını ön plana çıkartmak ve halkı iktidara taşımak gibi anlamı bulunduğu gibi ülkenin gerçekleri ve umumun çıkarlarına aykırı bir şekilde halkın gündelik arzularının peşine takılarak oy avcılığı yapmak gibi bir anlamı da bulunmaktadır (Akdoğan, 2017: 106). Ülkemizde ise popülist siyaset genellikle "halk için halka hizmet" ya da "halk öyle istediği için" şeklinde vücud bulmaktadır. Bu sebeple seçim döneminde siyasilerin siyasal iletişim stratejilerinde üst değer boyutu olarak kendini geliştirme ve kendini aşmışlık üst değerlerinin ön plana çıkması oldukça anlaşılabilir olmaktadır. Kendini geliştirme ve kendini aşmışlık üst değer boyutları birbiriyle çatışan değer boyutlarıdır. Çatışan değer boyutları bir değerin peşinden gitmeyi sağlayan motivasyonları engelleyen ve birbirine zıt tercih, seçim ve davranışların ortaya çıkmasına sebep verebilmektedir. Bu sebeple çatışan üst değer

boyutlarını ön plana çıkartan siyasi aktörlerin değerleri popülist bir bakış açısıyla ele aldığı, seçmene popülist vaadlerde bulunduğu söylenebilmektedir. Selahattin Demirtaş, İYİ parti, HDP ve Saadet Partisi ise uyumlu iki üst değer boyutu olarak kendini aşmışlık ve değişime açıklık üst değer boyutunu öne çıkarmaktadırlar. Söz konusu üst değer boyutlarının öne çıkartılması siyasi aktörlerin toplumda yaşayan diğer bireylerin çıkarlarını, ortak refahını ve eşitliğini gözeterek değişimi, bağımsız fikirler üretmeyi ve bu doğrultuda bir aksiyonda bulunmayı hedeflediklerini ifade etmektedir. Söz konusu değerlendirmeler sonucunda Selahattin Demirtaş, İYİ parti, HDP ve Saadet Partisinin üst değer boyutları hiyerarşisinde ilk sıralarda benzer aksiyonlara kılavuzluk eden birbiriyle uyumlu üst düzey değer boyutlarına yer verdiği tespit edilmektedir. MHP ve Doğu Perinçek de birbirine uyumlu iki değer boyutuyla karşımıza çıkmaktadır. Koruma/muhafaza ve kendini aşmışlık üst değerleri birbiriyle uyumlu motivasyonlara sahip olan üst değer boyutlarıdır. Söz konusu üst değer boyutları toplumsal değerler olarak adlandırılmaktadır. Koruma/muhafaza ve kendini aşmışlık üst değer boyutları bireylerin toplumla olan etkileşimlerini göz önünde bulunduran birbiriyle uyumlu üst değer boyutlarıdır.

SONUÇ

Siyaset alanı, güç elde etmek üzere çeşitli mücadelelerin yaşandığı bir alandır. Kuşkusuz bu mücadele alanı aynı zamanda iktidarların da hâkimiyet arayışına giriştikleri bir alandır. Söz konusu sebepten dolayı, iktidar gücün dayanağı ve meşruiyet kaynağı olan değerler hâkimiyet ve mücadele alanından ayrı bir bağlamda düşünülemez. Bu sebeple değer ve siyaset birbiriyle yakın ilişkisi olan kavramlardır.

İnsanın düşünce ve davranışlarına anlam kazandıran bir kavram olarak değerler, ekonomik, kültürel ve beşeri tüm alanlar üzerinde etkili olan sosyo-bilişsel unsurlardır. Bu sebeple günümüzde sosyoloji, psikoloji, hukuk, siyaset, ekonomi gibi bilim alanlarında değer konusunda yapılan çalışmalar her geçen gün artmaktadır. Değerler, siyaset alanında mevcud olan ya da gerçekleştirilmek istenen düşünce ve tercihleri de yönlendiren temel unsurlardır. Değer ve siyaset alanında yapılan çalışmalar göstermektedir ki siyasal tercihlerin ve çeşitli siyasal ideolojilerin arka planında değerler bulunmaktadır. Bu sebeple siyasi tercihlerde değerlerin etkisinin araştırılması önem arz etmektedir. Değer ve siyasetin kesişim alanı olan siyasal iletişim de bu süreç içerisinde önemli bir role sahiptir. Siyasal iletişim ve değer söz konusu olduğunda hangi değerlerin seçmenin düşünce ve tercihinden geçerek siyasal iletişim sürecine yön verdiği ya da söz konusu süreçte hangi ortak değerlerin seçmenin tercihinde etkili olduğunu ortaya koymak, siyaset-siyasal iletişim ve değerler üçlüsünü bütüncül bir biçimde ele almak açısından oldukça önemlidir.

Haberler, mitingler, basın toplantıları, sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen bilgilendirme çalışmaları ve kampanyalar, halkla ilişkiler çabaları, aday imajı çalışmaları ve reklamcılık gibi bir çok iletişim faaliyeti temel olarak siyasal iletişim alanında etkili olarak kullanılmaktadır. Söz konusu süreçlerde siyasi aktörlerin tümü belli bir mesaj oluşturmak ve oluşturdukları mesajlarla seçmeni bilgilendirmek, seçmenin seçim ve tercihini etkileyerek kendi oy potansiyelini arttırma amacı gütmektedirler. Siyasal iletişim kampanyaları siyasi aktörlerin seçmenle yakınlaştığı en önemli zaman aralıklarıdır. Bu sebeple kampanya dönemlerinde siyasi aktörlerin seçmene mesajlarını etkili bir şekilde vermeleri , hem siyasi aktörlerin kendi hakim değerlerini topluma aktarmalarına hem de seçmeni

teşvik ederek, cesaretlendirerek ve en önemlisi ikna ederek hem siyasal tercihlerine hem de değer tercihlerine yön vermektedir.

Yapılan çalışmada Türkiye'deki ilk başkanlık seçimi siyasal değerler açısından analiz edilmiştir. 24 Haziran 2018 tarihinde gerçekleşen başkanlık seçimleri, Türkiye'de yıllardan beri süre gelen parlamenter rejimden başkanlık sistemine ya da ülkemizde kabul gören adıyla Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemine geçişin seçimleri olduğundan, Türk siyasi tarihi açısından önemli bir dönüm noktasıdır. Bu doğrultuda yapılan çalışmada 24 Haziran 2018 Türkiye Başkanlık seçimlerine katılan cumhurbaşkanı adaylarının ve siyasi partilerin seçim döneminde gazetelere yansıyan söylemleri siyasal değerler açısından analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında Cumhurbaşkanı adayları Recep Tayyip Erdoğan, Muharrem İnce, Meral Akşener, Selahattin Demirtaş, Temel Karamollaoğlu ve Doğu Perinçek'in gazetelere yansıyan siyasi söylemleri siyasal değerler açısından çözümlenmiştir. Siyasi partilerden Adalet ve Kalkınma Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi, İYİ Parti, Halkların Demokratik Partisi, Saadet Partisi, Hür-Dava Partisi ve Vatan Partisinin gazetelere yansıyan siyasi söylemleri siyasi değerler kapsamında incelenmiştir. 23 Mayıs 2018- 23 Haziran 2018 tarihleri arası dönemi kapsayan çalışmada, siyasi aktörlerin *Cumhuriyet, Yeni Şafak, Hürriyet, Türkiye* ve *Sözcü* gazetelerine yansıyan söylemleri ele alınmıştır. Gazete seçiminde toplumun tüm ideolojik kesimlerini tespit ettiği düşünülen gazeteler tercih edilmiştir. Siyasi aktörlerin gazetelerin yalnızca gündem, siyaset/politika sayfalarına yansıyan söylemleri analiz kapsamında ele alınmıştır. Dizi yazıları, röportajlar ve köşe yazıları değerlendirme kapsamı dışında bırakılmıştır. Siyasi aktörlerin gazetelerde yer alan söylemleri Schwartz'ın değerler ölçeği temel alınarak değerlendirilmiştir. Araştırmada Schwartz Değerler Ölçeği'nin tercih edilmesinin sebebi daha önceki değer ölçeklerini de kapsaması, Türkiye'nin de içerisinde bulunduğu bir çok ülkede ve bu ülkedeki çok sayıda araştırma grubu üzerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre oluşturulması ve kültürlerarası gerçerliliği kanıtlanmış bir ölçek niteliği taşımasıdır. Araştırmada siyasi aktörlerin gazetelere yansıyan söylemleri MAXQDA18 programı kullanılarak nitel içerik analizine tabi tutulmuştur.

Siyaset alanı kuşkusuz toplumun içinde bulunduğu koşullardan sıklıkla etkilenmekte bu sebeple siyasi kampanyalardaki söylemler ve dolayısıyla değerler de toplumsal koşullara göre şekillenmektedir. 24 Haziran 2018 seçimlerine giderken göz önünde tutulması gereken önemli gelişmeler parlementer sistemden başkanlık sistemine geçişin yanı sıra, mevcut ekonomik koşullar ve 15 Temmuz darbe girişimi sonrasının getirdiği değişim ve dönüşümlerdir. Seçim dönemine girerken Türk lirasının dolar ve euro karşısında değer kaybetmesi, artan enflasyon ve işsizlik gibi sorunlar ülkenin ekonomi gündeminde sıklıkla yer bulmuştur. 15 Temmuz darbe girişimi sonrası devam eden OHAL uygulamaları, komşumuz Suriye'de devam eden iç savaş ve terör örgütü PKK'nın gerek ülke içerisinde gösterdiği terör faaliyetleri gerekse komşu ülkelerdeki diğer uzantılarını kullanarak ülke sınırında gerçekleştirdikleri terör faaliyetleri ülkenin güvenlik ve asayişiyle ilgili endişelerini de beraberinde getirmiştir. Öte yandan toplum içerisindeki diğer aktörlerle sahip olduğu geniş ve karmaşık ilişki ağları sebebiyle siyaset, gerek dünyada gerekse ülkemizde bir yarar sağlama mekanizması olarak görülmekte, ortaya çıkabilecek bir takım pragmatik ilişkilerin sorgulanmasının gerekliliği toplumun tüm kesimlerince benimsenen bir gerçeklik olarak ortaya çıkmaktadır. Söz konusu gerçeklik 24 Haziran 2018 Başkanlık seçimlerinde de seçim kampanyalarının gündeminde yer almış ve siyasi aktörlerin siyasal iletişim çalışmalarında sıklıkla yer verdikleri gündem maddelerinden olmuştur. Toplumda artan kutuplaşma iklimi ve yaşanan gerilim, seçim döneminin de gündemine yansımış, siyasi aktörler siyasi iletişim kampanyalarının gündeminde huzurlu ve barışçı bir toplum vaadlerine de yer vermişlerdir.

Yapılan nitel içerik analizi sonucunda siyasi aktörlerin siyasi kampanyalarındaki iletişim sürecinde söylemlerinde sıklıkla yer verdikleri değerler, dönemin toplumsal ve siyasi dokusu içerisinde ele alınarak yorumlanmıştır. Siyasi liderlerin başarılı olmak değeri üzerinden kendilerini seçmene kabul ettirme çabaları söylemlere sıklıkla yansımıştır. Aynı şekilde siyasi aktörler sorumluluk sahibi olmak değerine atıfla "siyasi yönetimin gerekliliklerine hâkim ve yetkin" bir siyasi iktidar sözü verdikleri gözlemlenmektedir. Seçim dönemlerinde oy pusulasını elinde bulunduran, dolayısıyla demokrasilerde en büyük güce sahip olan halkın diğer bir değişle seçmenin, siyasi aktörler tarafından sorumlu davranmaya davet edildiği

söylemler de sorumluluk sahibi olmak değeri etrafında şekillendirilmiştir. Kendi amaçlarını belirleme değeri ise siyasi aktörlerin halka kendilerini açıklamada, plan, proje ve geleceğe dönük ideallerine oy istemek amacıyla kullanılan bir değer olarak çalışma kapsamında bulgulanmıştır. Zenginlik değeri ise seçim kampanyalarında ekonomik gelişmeleri ve yatırımları ifade etmek için sıklıkla kullanılan değerlerden biri olarak öne çıkmıştır. Kamusal imajı korumak değeri ise vaadlerini gerçekleştiren, geçmişte yapılan icraatleri gelecek için referans gösteren siyasi aktörler tarafından kullanılmıştır. Sosyal adalet ve eşitlik değerleri ise toplumdaki refahın toplumun tüm kesimlerine eşit bir şekilde dağıtılması, toplumun tüm kesiminin dil, din, köken ve dünya görüşü bakımından adaletli bir muameleye tabii olması sebebiyle öne çıkan bir değer olarak bulgulanmıştır. İç uyum değeri ise toplumun tüm kesimlerinin birlik ve bütünlüğünü ifade etmek, gerginlik ve kutuplaşma ortamını ortadan kaldırmak amacıyla siyasi aktörlerin seçim kampanyaları döneminde siyasi iletişim süreçlerinde seçmene ilettikleri mesajlarında yer alan değerlerden olmuştur. Dürüstlük değeri ise, şeffaf, hesap veren ve sözünde duran iktidar vaadlerinde genişçe yer bulan bir söylem olarak bulgulanmıştır. Ülkenin güvenliğini sağlamakla ilgili olarak ulusal güvenlik değeri siyasi aktörlerin söylemlerinde yer bulurken toplumsal düzenin ve asayişin sağlanması, hukuksuz eylemlerin değil kanunlara riayet eden bir toplumun sağlanması amacıyla da sosyal düzen değeri siyasi aktörlerin mesajlarında yararlandıkları değerler olmuştur. Özgürlük değeri ise toplumun tüm kesimlerinin dillerini, inançlarını ve dünya görüşlerini özgürce ifadebilmeleri kısaca fikir, konuşma ve inanç özgürlüğünün sağlanması amacıyla öne çıkan değerlerden olmuştur. Benzer şekilde medyanın hiçbir baskı altında kalmadan, tarafsızca görevini yerine getirmesi temennileri de özgürlük değeri ile birlikte söylemlerde yer almıştır.

Nitel içerik analizi sonucunda seçimi kazanan Recep Tayyip Erdoğan ve AKP'nin başarılı olmak değeri temelinde söylemlerini inşa ettikleri saptanmıştır. Recep Tayyip Erdoğan geçmiş başarılarına vurgu yaparak seçmene tekrar başarılı bir lider olma sözü vermiştir. Aynı şekilde Adalet ve Kalkınma Partisi de 16 yıldır ülke yönetimini elinde bulunduran bir parti olarak yaptıklarından daha fazlasını yapacaklarını kısacası yeniden başarılı olacaklarını başarılı olma değeri üzerinden ortaya koymuşlardır. Özellikle "Yapım ekibi" metaforu üzerine inşa edilen

söylemlerde Recep Tayyip Erdoğan ve AKP, geçmiş başarılara vurgu yaparak, geleceğe dönük hedef ve projelerin seçmen zihninde somutlaşmasını, inandırıcılığını arttırmasını hedeflemişlerdir. Recep Tayyip Erdoğan ve AKP "Yaptıkları yapacaklarının kanıtı olan bir lider ve parti" imajı oluşturarak kamusal imajı oluşturma değeri temelindeki söylemlerle seçmen karşısına çıkmışlardır. Değerler iki kutuplu sosyo-bilişsel unsurlardır. Değerlerin olumlu niteliklerinin yanı sıra olumsuz nitelikleri de bulunmakta ve siyaset alanında olumsuz değerlere de sıklıkla başvurulmaktadır. Başarı söylemlerinde başarılı olmak değerini kendisi için olumlu anlamıyla kullanan Recep Tayyip Erdoğan ve AKP, muhalefete yönelik söylemlerinde başarılı olmak değerini olumsuz anlamıyla yani başarısız olmak anlamıyla kullanmıştır. Muhalefete başarısız olmak değeri üzerinden yüklenen Erdoğan ve AKP, "Eski Türkiye" söylemiyle seçmene koalisyon hükümetlerinin, siyasi iktidarsızlık ve toplumsal çözülmelerin yaşandığı 2002 öncesi dönemi hatırlatmak için kullanmıştır. Kuşkusuz burada Recep Tayyip Erdoğan ve AKP istikrarsızlık ve kaos karşısında süreklilik ve düzenlilik ikilemi yaratarak siyasi iletişim stratejisini korku unsuru üzerine inşa etmiş, başarılı olmak değerini kullanarak seçmene ulaşmaya çalışmıştır.

Muhalefet partileri ve adayları ise, iktidarın 16 yılda Türkiye için bir şey yapamadığını, miladını doldurduğunu ifade ederek eleştirel ve meydan okumacı bir siyasi iletişim stratejisi ortaya koymuştur. "Yorgun şoför" metaforuyla muhalefet, Recep Tayyip Erdoğan'ın 16 yılın sonunda siyasi, ekonomik ve toplumsal anlamda ülkeye yenilik getirecek bir durumda bulunmadığını kötü ekonomik gidişat, işsizlik ve artan enflasyon oranları üzerinden ortaya koymaya çalışmıştır. Muhalefet adayları ülkenin kötü gidişatının tamamen ülkeyi yönetecek sorumluluk bilincine sahip olmamaktan kaynaklandığını ve her geçen gün artan başarısızlığı "sorumluluk sahibi olmak" ve "başarılı olmak" değerleri üzerinden ortaya koymaya çalışmıştır. 15 Temmuz 2016 darbe girişiminin yankıları hala devam ederken, OHAL uygulamalarının devam ettiği Türkiye'de, 24 Haziran 2018 Başkanlık seçimlerine giderken ülkenin güvenlik ve asayişi de seçim kampanyalarının gündeminde yer bulmuştur. AKP ve Recep Tayyip Erdoğan, PKK ve FETÖ ile mücadelenin kararlılıkla sürdüğünü ulusal güvenlik değeri üzerinden sıklıkla seçmene iletmişlerdir. Cumhur ittifakının bir diğer partisi olan MHP'de ulusal güvenlik

değerine söylemlerinde sıklıkla yer vermiş, ülkenin güvenlik ve asayişiyle ilgili kaygıları sıklıkla dile getirmiştir. Muhalefet adayları dürüstük değeri üzerinden hesap veren, şeffaf ve liyakati esas alan bir siyasi iktidar söylemine sıklıkla yer vermişlerdir. Muhalefet dürüstlük değeri üzerine inşa ettiği söylemlerinde demokrasinin tüm unsurlarıyla siyaset ve toplum alanına yerleşmesi ile patronaj ilişkilerinin, nepotizmin hâkim olmadığı tamamen liyakati esas alan bir toplum idealine yer vermiştir. Sosyal adalet ve eşitlik gibi değerler de muhalefet adaylarının söylemlerin de yer bulan değerler olmuştur. Toplumdaki işsizlik, enflasyon ve gelir dağılımındaki eşitsizliklerin ancak toplumun tümü gözetilerek giderileceğini ifade ederek, adil bir refah bölüşümü ile toplumdaki ekonomik sorunların bertaraf edilebileceği vaadinde bulnumuşlardır. Aynı şekilde eşitlik değeri, iç uyum ve barışçıl bir dünya gibi değerlerle bir arada kullanılarak, toplumsal gerilimi azaltmak ve kutuplaşmaların olmadığı, toplumsal bir dengenin oluştuğu ülke ideali için muhalefet adaylarının siyasal iletişim stratejilerinde yararlandıkları siyasi değerlerden olmuştur.

Siyasi aktörlerin üst değer boyutları analiz edildiğinde seçim döneminde siyasi aktörlerin en fazla öne çıkarttığı üst değer boyutları kendini geliştirme ve kendini aşmışlık değerleri olmuştur. Recep Tayyip Erdoğan ve AKP, üst değer boyutları hiyerarşisinde ilk sırada kendini geliştirme üst değer boyutuna yer verirken ikinci sırada kendini aşmışlık üst değer boyutuna yer vermiştir. Muhalefet adayları ise üst değer boyutları hiyerarşisinde ağırlıklı olarak kendini aşmışlık değerine ilk sırada yer verirken kendini geliştirme değer boyutuna ikinci sırada yer vermiştir. Recep Tayyip Erdoğan ve AKP'nin üst değer boyutlarında ilk sırada yer alan kendini geliştirme değeri güç ve başarı temel değerlerinden oluşmaktadır. Bir güç alanı olarak siyasetin hakimiyet mücadelesi olduğu göz önünde bulundurulduğunda, Recep Tayyip Erdoğan ve AKP'nin mevcut güçlü hâkim konumunu koruyarak, başarıyla birlikte daha fazla alana hakim olmak istenci taşıdığı söylenebilmektedir. Muhalefet adaylarının ise kendini aşmışlık üst değer boyutuna ağırlık vererek genellikle toplumsal grupların refahını ve iyiliğini önemseyen bir anlayışı benimsedikleri ifade edilebilmektedir. Kendini geliştirme ve kendini aşmışlık değerleri Schwartz'ın Değerler Ölçeğinde birbiriyle çatışan üst değer boyuttlarıdır. Birbiriyle çatışan üst

değer boyutları tutum ve davranışlara giden yolda uyum ve motivasyon anlamında bir eşgüdüm olmadığını ifade etmektedir.

24 Haziran 2018 Türkiye Başkanlık sistemi uzun yıllardır süregelen parlamenter sistemin sona ermesi bunun yerine başkanlık sisteminin uygulamaya başlayacak olması sebebiyle Türk siyasi hayatında oldukça önemlidir. Ancak seçim dönemi boyunca siyasi aktörlerin gazetelere yansıyan kampanya söylemleri analiz edildiğinde, siyasi aktörlerin değişen sistemi seçmene anlatma çabasına girişmedikleri gözlemlenmiştir. Yeni sistemin getirdikleri, eski sistemden farkları gibi konular siyasi aktörlerin gündeminde yer almamış bunun yerine daha temel konulara ve sorunlara seçim kampanyalarında yer vermişlerdir. Bu sebeple nitel analiz sonucunda, siyasi aktörlerin üst değer boyutlarının çatışması son derece anlamlı bulunmuştur. Siyasi aktörler seçmene yeni sistemi anlatmak yerine siyasetin gündeminin genel sorunlarına çözüm vaadinde bulunan bir siyasal iletişim stratejisi benimsemişlerdir. Kısacası siyasi aktörler somut gündemlerden hareketle popülist bir siyaset anlayışı benimsemişlerdir.

Türkiye'de seçimler ve siyasal değerler üzerine yapılan akademik çalışmalar analiz edildiğinde, öne çıkan siyasal değerlerde dönemler arasında belirgin farklılıklar görülmediği söylenebilmektedir. Yılmaz (2016), 7 Haziran 2015 seçimleri üzerine gerçekleştirdiği çalışmada, siyasi aktörlerin ön plana çıkarttığı siyasal değerlerin dürüstlük, sorumluluk sahibi olma ve kendi amaçlarını belirleme değerleri olduğunu bulgulamıştır. Köse (2019), 2002, 2007 ve 2011 seçim söylemleri üzerine gerçekleştirdiği çalışmada, söz konusu seçim dönemlerinde öne çıkan siyasal değerlerin başarılı olmak, kendi amaçlarını belirlemek, sorumluluk sahibi olmak ve dürüstlük değerleri olduğunu ifade etmektedir. Buradan ortaya çıkan sonuç, "Türkiye'de ortak iyiyi temsil eden değerlerin ön plana çıktığı, popülist değerler üzerinden siyaset söylemi üretildiğidir". Popülist siyaset, ülkemizde uzun yıllardır etkisini kaybetmeden devam eden bir siyaset anlayışıdır. 24 Haziran 2018 seçimlerinin kazananı olan AKP ve Recep Tayyip Erdoğan'ın popülist siyaset anlayışını tarihsellik içerisinde okumak, sebepleri ve sonuçları netleştirebilmek adına önemlidir. Popülist partilerin ortaya çıkması için ekonomik ve siyasi gerilimlerin yaşandığı gerekli konjonktürün oluşması gerekmektedir. 2001 yılında yaşanan

ekonomik kriz Adalet ve Kalkınma partisi ile Recep Tayyip Erdoğan'ın popülist siyaset anlayışına zemin hazırlamıştır. AKP ve Recep Tayyip Erdoğan ülkenin içinde bulunduğu olumsuz durumdan elitleri sorumlu tutarak söylemlerini elitizm karşıtı bir şekilde, popülist siyaset temeli üzerine inşa etmiştir (Selçuk, 2006). 2010 yılından itibaren ise söz konusu bu söylemler "biz" ve "onlar" söylemine evrilmiştir. Türk-İslam sentezinden de beslenen "biz" ve "onlar" söylemi, popülist siyaset söylemi bağlamında muhalefete karşı kullanılan en önemli argumanlardan biri olmuştur (Yabancı, 2016). 15 Temmuz 2016 sonrası dönemde ise AKP ve Recep Tayyip Erdoğan'ın popülist siyaset söylemlerinin oluşmasında siyasi istikrar istenci ile iç ve dış tehditlere karşı gösterilen refleksler etkili olmuştur. AKP ve Recep Tayyip Erdoğan bu süreçte, güç ve başarı üzerine inşa edilen söylemlerle, toplumun geniş kesimlerinin beklentilerine karşılık gelen söylemleri de kapsayan popülist bir siyaset anlayışı benimsemiştir. Söz konusu siyaset anlayışı, AKP ve Recep Tayyip Erdoğan'ın 24 Haziran 2018 seçimlerinde öne çıkarttığı siyasal değerlere de yansımakta ve çalışmada bulgulanan çatışan üst düzey değer boyutları anlamlılık kazanmaktadır. Ayrıca araştırmada, muhalefet cumhurbaşkanı adaylarının ve partilerinin her ne kadar iktidarın popülist siyaset anlayışına eleştirel bir iletişim stratejisiyle karşı çıkmak istese de, hem siyasetin evrenselci değerleriyle diğerlerini gözeten yardımseverlik değerlerine önem verdiği hem de tıpkı iktidar partisi gibi bir başarı ve güç arayışına giriştiği, kısacası popülist bir siyaset anlayışı benimsediği tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Abadan, Nemin (1964). Modern Toplumlarda Halkla Münasebet. Ankara: TODAIE Yayını.

Akat, Ilter (1984). İşletme Yönetimi. İzmir: Üçel Yayımcılık Dağıtımcılık.

Akay, Aykut Rafet.(2012). Siyasal İletişim Danışmanı. Ankara: Nobel Yayınları.

Akay, Zeynep (2002). "Değerlere Karşı Düşünce ve İlgi Etiği." Şu kitapta: Ed. Şehabettin Yalçın. Bilgi ve Değer. Ankara: Vadi Yayınları, 49-82.

Akçalı, Nazif (1989). Çağdaş Siyasi Rejimler. İzmir: Bilgehan Basımevi.

Akdoğan, Yalçın (2004). AK Parti ve Muhafazakar demokrasi. İstanbul: Alfa Yayınları.

Akdoğan, Yalçın (2017). Siyasi Liderlik ve Erdoğan. İstanbul: Turkuvaz Kitap.

Akgün, Birol (2002) Türkiye'de Seçmen Davranışı, Partiler Sistemi ve Siyasal Güven. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan (1998). Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları. Ankara: MY Yayınları.

Alemdar Korkmaz (1999). Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar. İstanbul: Afa Yayıncılık.

Altunoğlu, Mustafa (2014). Geçmişin Yüküyle Yenilik Arayışı. İstanbul: SETA Yayınları.

Anderson, Benedict (1995). Hayali Cemaatler (Çev. İ. Savaşır). İstanbul: Metis Yayınları.

Andrew, Heywood (2017). Politics (Çev. B.Özipek, B. Seçilmişoğlu, A.Yayla, H. Y.Başdemir). Ankara: Liberte Yayın Grubu.

Anık, Cengiz (2000). Siyasal İkna. Ankara: Vadi Yayınları.

Aron, Raymond (2000). Sosyolojik Düşüncenin Evreleri (Çev. K. Alemdar). Ankara: Bilgi Yayınevi.

Arsan, Esra, Mahmut Halil Can (2009). "Siyasal İletişimin Cenk Alanı, Seçimler: AKP'nin 2007 Seçim Kampanyasının Analizi." Şu Kitapta: Ed. Abdullah Özkan. Siyasetin İletişimi. İstanbul: Tasam Yayınları, 85-101.

Artan, İnci Erdem (2005). Üniversite Gençliği Değerleri: Korkular ve Umutlar. İstanbul: TESEV Yayınları.

Ansolabehere, Stephen ve Shanto Oyengar (1995). Going Negative: How Attack Ads Shrinkand Polarize The Electorate. New York: The Free Press.

Aron, Raymond (2000). Sosyolojik Düşüncenin Evreleri (Çev. K. Alemdar). 4. Basım. Ankara : Bilgi Yayınevi.

Arslan, Hüsamettin (2002). Bilgi, Naturalizm ve Değerler. Ankara: Vadi Yayınları.

Asna, Alaeddin (1993). Public Relations: Temel Bilgiler. İstanbul: Der Yayınları.

Atay, Ender Ethem (2018). İdare Hukuku. Ankara: Turhan Kitapevi.

Atiker, Erhan (1998).Modernizm ve Kitle Toplumu. Ankara: Vadi Yayınları.

Aydın, Mehmet (1989). "Ahlak". İslam Ansikolopedisi. Cilt:2 İstanbul: TDV İslam Araştırmaları Merkezi.

Aydın, Mustafa. (2000), Kurumlar Sosyolojisi, Vadi Yayınları, Ankara.

Avcı, Nazmi (2007). Toplumsal Değerler ve Gençlik. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Aydın, Mustafa, (2011), Siyasetin Sosyolojisi – Bir Sosyal Kurum Olarak Siyaset. İstanbul: Açılım Kitap.

Aytaç, Ahmet, Murat Evren Balta, Tanıl Bora (2014). Siyaset. Kavramlar, Kurumlar, Süreçler. İstanbul: İletişim Yayınları.

Aziz, Aysel (2007). Siyasal İletişim. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Baron, Robert, Byrne Don (1977). Understanding Human Interaction. Boston: Allyn and Bacon.

Başaran, Ethem (1991). Örgütsel Davranış-İnsanın Üretim Gücü. Ankara: Kadıoğlu Matbaası.

Batmaz, Veysel (2005). Medyaya Düşman Yetiştiriyorum. İstanbul: Karakutu Yayınları.

Bauman, Zygmunt (2004). Sosyolojik Düşünmek. (Çev. A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baykal, Deniz (1970). Siyasal Katılma, Bir Davranış İncelemesi. Ankara: Sevinç Matbaası.

Bektaş, Arsev (2002) Siyasal Propaganda: Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Bennett, Lance, Barts Salisbury (1987). "Rational Choice: The Emerging Paradigm in Election Studies." Şu Kitapta: Ed. Samuel Long. Research in Micropolitics. USA: JAI Press Inc, 1-30.

Biber, Ayhan (2007). Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Bilgin, Nuri (1995). Sosyal Psikolojide Yöntem ve Pratik Çalışmalar. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Bochenski, Joseph (1996). Felsefece Düşünmenin Yolları (Çev. Kurtuluş Dinçer). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Bogdan, Robety , Sari Knopp Biklen (1992). Qualitative Research for Education: Introduction and Methods. Boston: Allyn and Bacon.

Bongrand, Michel (1992). Politikada Pazarlama. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bostancı, Naci (1998). Siyaset, Medya ve Ötesi. Ankara: Vadi Yayınları.

Bostancı, Mustafa (2015). Sosyal medya ve siyaset. Konya: Palet Yayınları.

Brown, Jac (1992). Siyasal Propaganda (Çev. Kaplan). İstanbul: Ağaç Yayınları.

Can, Halil (1991). Organizasyon ve Yönetim. Ankara: Adım Yayıncılık.

Champagne, Patrick (1995). "Kamuoyu Yoklamaları, Oy Kullanma ve Demokrasi." Şu kitapta: Der. Hülya Tufan. Kamuoyu Kimin Oyu?. İstanbul: Kesit Yayıncılık, 143-176.

Çaha, Ömer (2008). Türkiye'de Seçmen Davranışı ve Siyasi Partiler. Ankara: Orion Kitapevi.

Çobanoğlu, Şaban (2007). Suskunluk Sarmalı ve Siyasal İletişim. İstanbul: Fide Yayınları.

Dahl, Robert (1996). Demokrasi ve Eleştirileri. (Çev. L. Köker). Ankara: Yetkin Yayınları.

Daldal, Enver (1978). Haberleşme Kuramları ve Uygulamalar. İzmir: Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını. No:64/67.

Davis, Keith (1982). İşletmede İnsan Davranışı-Örgütsel Davranış (Çev. K. Tosun vd.). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayını.

Devran, Yusuf. (2003). Siyasal Kampanya Yönetimi, Mesaj, Strateji ve Taktikler. İstanbul: AND Yayınları.

Denton, Robert, Woodward Gary (1985). Poltical Communication In America. New York: Praeger Publishers.

Devlet Planlama Teşkilatı (2007) Kamuda İyi Yönetişim Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Ankara: DPT Yayın No. 2721 ÖİK: 674.

Dilthey, Wilhelm (1962). Pattern and Meaning in History (Çev: Hans Peter Rickman). United States: Harper Torchbooks.

Doğan, Hasan Zafer (1987). İnsan Davranışları, İnsan İlişkileri. İzmir: Uğur Ofset Matbaacılık ve Ticaret.

Domenach, Jean- Marie (1995). Politika ve Propaganda (Çev. T. Yücel). İstanbul: Varlık Yayınları.

Dönmezer, Sulhi (1993). Sosyoloji. Ankara: Savaş Yayınları.

Dursun, Davut (2012). Siyaset Bilimi. İstanbul: Beta Basım Yayın.

Duverger, Maurice (1974). Siyasi Partiler (Çev.E. Özbudun). Ankara: Bilgi Yayınları.

Duverger, Maurice (1998). Siyaset Sosyolojisi. İstanbul: Varlık Yayınları.

Erdoğan, İrfan (1997). İletişim, Egemenlik, Mücadeleye Giriş. Ankara: İmge Kitapevi.

Erkan, Hüsnü (1994). Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme. 2.Basım, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Erkızan, Hatice Nur (2002). "Küreselleşmenin Tarihsel ve Düşünsel Temelleri Üzerine". Doğu Batı, Yıl:5, Sayı:18, Ankara: Felsefe, Sanat ve Kültür Yayınları.

Ertürk, Kazım Özkan (2010). Küreselleşme Ekseninde Halkla İlişkiler. Ankara:Birleşik Yayınevi.

Eryılmaz, Bilal (2010). Kamu Yönetimi. İstanbul: Der Yayınları.

Feldman, Stanley (2003). "Values, Ideology, and The Structure of Political Attitudes." Şu Kitapta: Ed.David Sears, Leonie Huddy, Robert Jevis. Handbook of Political Psychology. New York: Oxford University Press, 477–508.

Fendoğlu, Hasan. Tahsin. (2015), Türkiye'de Başkanlık Sistemi. Ankara: Yetkin Yayıncılık.

Fitchter, Joseph. (1994). Sosyoloji nedir? (Çev. N. Çelebi). Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları.

Geçikli, Fatma (2010). Halkla İlişkiler ve İletişim. İstanbul: Beta Basım Yayın.

Giddens, Anthony (2004). Modernliğin Sonuçları (Çev. E. Kuşdil). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gökçe, Orhan (1997). İletişim Bilimine Giriş. Ankara: Turhan Kitapevi.

Grabber, Ellen (1988). Processing The News. How People Tame The Information Tide. New York: Longman.

Grunig, James (2005). Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

Gülmen, Yüksel (1979). Türk Seçmen Davranışı 1960-1970. İstanbul: Güryay Matbaası.

Gündoğan, Ali Osman (2002). "Ahlaki Hayatımızın Kaynağında Toplumculuk-Bireycilik Tartışması." Şu kitapta: Bilgi ve Değer. Ankara: Vadi Yayıncılık.

Güngör, Erol (1993). Değerler Psikolojisi. Amsterdam: HTABY No:8.

Güngör, Erol (1998). Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar. İstanbul: Ötüken Neşriyat.

Gürbüz, Esen, Emin İnal (2004). Siyasal Pazarlama Stratejik Bir Yaklaşım. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Gürgen, Haluk (1997). Örgütlerde İletişim Kalitesi. İstanbul: Der Yayınları.

Güvenç, Bozkurt (1976). "Değerler, Tutumlar ve Davranışlar". Şu kitapta: Der. R. Keleş. Toplum Bilimlerde Araştırma ve Yöntem. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, 59-77.

Hacıibrahimoğlu, Zeki (2010). Seçim Sistemleri ve Siyasi Partiler. İstanbul: Bilge Oğuz Yayınları.

Hekimoğlu, Hatice Birsen (tarihsiz). Karşılaştırmalı Siyasal Sistemler: İstanbul Üniversitesi.

Heller, Agnes., Ference Feher (1993). Postmodern Politik Durum (Çev.Ş. Argın-O. Akınhay). Ankara: Öteki Yayınevi.

Hicks, Herbert (1979). Örgütlerin Yönetimi: Sistemler ve Beşeri Kaynaklar Açısından (Çev. O. Tekok vd.) Ankara: Turhan Kitapevi.

Hobbes, Thomas (2005). Leviathan (Çev. S. Lim). 5. Basım. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Hofstede, Geert (1980). Culture's Consequence. Beverly Hills CA: Sage Publications.

Hofstede, Geert (1991). Cultures and Organizations. London: Software of the Mind, McGraw-Hill.

Hülür, Himmet., Kalender Ahmet (2003). Dini Algılama ve Siyasal Davranış: Türkiye'nin Hızla Değişen Bir Kentinde Amprik Bir Çalışma. Konya: Çizgi Yayınevi.

Iba, Şeref (2008). Anayasa Hukuku ve Siyasal Kurumlar. Ankara:Turhan Kitabevi.

Inglehart, Ronald (1995). Value Change in Global Perspective. University of Michigan Press.

İnce, Özdemir (1994). Tarih Bağışlamaz. İstanbul: Varlık Yayınları.

İnceoğlu , Metin (1993). Tutum Algı İletişim. Ankara: Verso Yayınları.

İnceoğlu, Metin (1985). Güdüleme Yöntemleri. Ankara: AÜ BYYO Yayınları.

İslamoğlu, Ahmet Hamdi. (2002). Siyaset Pazarlaması Toplam Kalite Yaklaşımı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ.

Johansson, Thomas (1994). "Late Modernity, Consumer Culture And Lifestyles: Toward A Cognitive-Affective Theory." Şu kitapta: Ed. Karl Erik Rosengren. Media Effects And Beyond. New York: Routledge, 265-294.

Johnson-Cartee, Karen., Gary Copeland (1991). Negative Political Advertising: Coming Of Age. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Johnson-Cartee, Karen., Gary Copeland (1997). Manipulation of The American Voter: Political Campaign Commercials. London: Praeger Series in Political Communication.

Juan Jose, Linz (2018). Totaliter ve Otoriter Rejimler (Çev. E. Özbudun). Ankara: Liberte Yayın Grubu.

Kağıtçıbaşı, Çiğdem (1982). İnsanlar ve İnsanlar. İstanbul: Beta.

Kalaycıoğlu, Ersin (1983). Karşılaştırılmalı Siyasal Katılma, Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme: İstanbul: Güray Matbaası.

Kalaycıoğlu, Ersin (1984). Çağdaş Siyasal Bilim Teori, Olgu ve Süreçler. İstanbul: Osman Aykaç Matbaası.

Kalender, Ahmet (2000). Siyasal İletişim. Konya: Çizgi Yayınevi.

Kalender, Ahmet. (2005). Siyasal İletişim ve İkna Stratejileri. Konya: Çizgi Kitabevi.

Kavaklı, Oğuzhan (1985). Haberleşme, Haberleşme Teorileri ve Haberleşme Araçları. İzmir: Ankara Matbaası.

Kapani, Münci (1998). Politika Bilimine Giriş. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Karahan Uslu, Zeynep (2009). "Siyasetin Sıcak Temas Alanı Seçimler; 22 Temmuz ve AK Parti." Şu kitapta: Ed: Abdullah Özkan. Siyasetin İletişimi. İstanbul: Tasarım Yayınları, 103-113.

Karamustafaoğlu, Tunçer (1990). Seçme Hakkının Demokratik İlkeleri. Ankara: Sevinç Yayınları.

Kaypakoğlu, Serdar (2000). Kimlik Sorunları ve İletişim. İstanbul: Der Yayınları.

Kazakistan El Farabi Devlet Üniversitesi (1993). Siyaset Bilimine Giriş, Ankara: Yepa Yayınları.

Kazancı, Metin (1995). Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler. Ankara: Turhan Kitapevi.

Kaid, Lee (2008). "Political Advertising". Şu kitapta: Ed: L.L. Kaid , C. Holtz-Bacha. Encyclopedia of Political Communication, Los Angeles: Sage Publications, 558-565.

Kılıçarslan, Çakmak Emine (2011). Siyasal iletişim: İdeoloji ve Medya İlişkisi. İstanbul: Kriter Yayınları.

Kıray, Mübeccel (1964). Ereğli, Ağır Sanayiden Önce Bir Sahil Kasabası. Ankara: DPT Yayınları.

Kışlalı, Ahmet Taner (1987). Siyasal Bilim. Ankara: AÜBYYO Yayınları. No:9

Kilby, Richard (1993). The Study of Human Values. Lanham:University Press of America.

Koçel, Tamer (1989). İşletme Yöneticiliği, Yönetici Geliştirme, Organizasyon ve Davranış. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını. No: 205.

Köker, Eser (1998). Politikanın İletişimi İletişimin Politikası. Ankara: Vadi Yayınları.

Köknel, Özcan (1986) . İnsanı Anlamak. İstanbul: Altın kitaplar.

Köse, Aynur, Mustafa Yılmaz (2012). Seçimler ve Değerler. Trabzon: Serander Yayınları.

Krech, David, Richard Crutchfild (2007). Sosyal Psikoloji (Çev. E. Güngör). İstanbul: Ötüken Neşriyat.

Küçük, Mehmet (1994). Medya, İktidar, İdeoloji. Ankara: Ark Yayınevi.

La, Boetie (1995). Gönüllü Kulluk Üzerine Söylev (Çev. M. Ali Ağaoğulları). Ankara: İmge Kitapevi.

Lane, Jann Eric , Ersson Svante (2005). Culture and Politics: A Compoarative Approach. England: Ashgate Publishing Limited.

Lawson, Kay (1984). The Human Polity: An Introduction to Political Science. United States: Houghton Mifflin.

Lazar, Judith (2001). İletişim Bilimi. Ankara:Vadi Yayınları.

Le Bon, Gustave (2001). Kitleler Psikolojisi. İstanbul:Hayat Yayınları.

Lerner, Daniel (1985). "Propagandada Etkinlik: Şartlar ve Değerlendirme." Şu kitapta: Ed. Ünsal Oskay. Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş. Ankara: AÜ BYYO Yayınları.

Lijphard, Arend (1997). Çağdaş Demokrasiler (Çev. E. Özbudun ve E. Onurduran). Ankara: Yetkin Yayınları.

Longinos (2003). Yücelik Üzerine (Çev: A. Aydoğan ve B. Özsoy). İstanbul: İz Yayınları.

Loren J. Samons II (2013): Demokrasinin Nesi Var? Atina'daki Uygulamalardan Amerikan İbadetine (Çev. Y. Erdemli). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Lull, James (2001). Medya, İletişim, Kültür (Çev. N. Güngör). Ankara: Vadi Yayınları.

McNair, Brian (2005). An Introduction to Political Communication. New York: Routledge.

McLuhan, Marshall, Povers Bruce (2001). Global Köy (Çev. B. Öcal Düzgören). İstanbul: Scala Yayıncılık.

Mehmedoğlu, Yurdagül, Ali Ulvi, Mehmedoğlu (2006). Küreselleşme, Ahlak ve Değerler. İstanbul: Litera Yayınları.

Mutlu, Erol (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Mutlu, Erol (2012). İletişim Sözlüğü. Ankara: Sofos Yayınevi.

Nelson, Debra, Quick James Campbell (1994). Organizational Behavior. Minneapolis: West Pub. Co .

Nietzsche, Fredrich (2002). Güç İstenci (Çev. S Umran). 2.Basım. İstanbul: Birey Yayınları.

O'Shaughnessy, Nicholas (2002). Idea of Political Marketing. Connecticut USA: Greenwood Publishing Group.

Okay, Ayla, Aydemir Okay (2005). Halkla İlişkiler (Kavram, Strateji ve Uygulamaları). İstanbul: Der Yayınları.

Oktay, Mahmut (2002). Politikada Halkla İlişkiler. İstanbul: Derin Yayınları .

Oskay, Ünsal (1982). 19.Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksekokulu Yayınları,No:495

Oskay, Ünsal (1992). İletişimin ABC'si. İstanbul: Simavi Yayınları.

Osujı, Chuck (2001). Political Public Relations. Owerri: Opinion Research and Communications, Inc.

Özbudun, Ergun (1974). Siyasal Partiler. Ankara: Sosyal Bilimler Derneği

Özbudun, Engin. (2005). Başkanlık Sistemi Tartışmaları. Ankara: Türkiye Barolar Birliği Yayınları.

Özbudun, Engin (2016). Türkiye'de Parti ve Seçim Sistemi. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Özer, Atilla (2005). Anayasa Hukuku, Genel İlkeler. Ankara: Turhan Kitapevi.

Özer, İnan, Mehmet Meder (2008). Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı. İstanbul: Ege Yayınları.

Özkan, Andullah (2004). Siyasal İletişim. İstanbul: Nesil Yayınları.

Özkök, Ertuğrul (1985). İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü. Ankara: Tan Yayınları.

Pinder, Craig (1987). Valance-Instrumentality-Expectancy Theory. New York: Mc Graw-Hill Publishing Company.

Ranndey, Austin (1990). Governing- An Introduction to Political Science. Fifth Edition. New Jersey: Englewood Cliffs.

Roberts, Donald., Maccoby Nathan (1985). "Effects of mass communication." Şu kitapta: Ed. G. Lindzey ve E.Aronson. Handbook of social psychology. New York: Random House, 539-598.

Garner, Robert (2009). Introduction to Politics. New York. Oxford University Press.

Robinson, John., Mark P. Levy (1986). The Main Source: Learning From Television News. Beverly Hills: CA: Sage.

Rokeach, Milton (1972). Beliefs, Attidues and Values: A Theory of Organization and Change. San Fransisco: Jossey-Bass.

Rokeach, Milton (1973). Nature of Human Values. New York: The Free Press.

Rogers, Everett. (2004). "Theoritical Diversity in Political Communication." Şu kitapta: Ed. L.Lee Kaid. Handbook of Political Communication Research. New Jersey: Lawrance Erlbaum Associates, 3-16.

Sabuncuoğlu, Zeyyat (1998). İşletmelerde Halkla İlişkiler. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Schermerhorn, John, James Hunt,. Dick Osborn (1994). Managing Organizational Behavior. Newyork: John Wiley & Sons.

Schwartz, Shalom (1992). "Universals In The Content and Structure of Values: Theory and Empirical Tests In 20 Countries." Şu kitapta: Ed. M. Zanna. Advances in Experimental Social Phychology. New York: Academic Press, 1-65.

Siyaset Kitabı (2015). İstanbul: Alfa Yayınları.

Sodam- Stratejik Düşünce ve Analiz Merkezi (2018). Kadim Bir Harp Yöntemi Propaganda. İstanbul.

Solakoğlu, Budak Gönül, Gülay Budak (1992). Halkla İlişkiler: Davranışsal Bir Yaklaşım. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.

Soykan, Ömer Naci (1995). Felsefe ve Dil: Wittgeinstein Üstüne Bir Araştırma. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Sönmezoğlu, Faruk (2000). Uluslararası Politika ve Dıs Politika Analizi. Istanbul: Der Yayınları.

Spicer, Cristopher (1999). Organizational Public Relations A Political Perspective. New Jersey: Lawrance Erlbaum Associates Publishers.

Şerif, Muzaffer (1985). Sosyal Kuralların Psikolojisi (Çev: İ.Sandıkçıoğlu). İstanbul: Alan Yayınları.

Tek, Ömer Baybars (1999). Pazarlama İlkeleri: Global Yönetimsel Yaklaşım- Türkiye Uygulamaları. İstanbul: Beta Basım Yayın.

Tekinalp, Şermin, Ruhdan Uzun (2009). İletişim Araştırmaları ve Kuramları. İstanbul: Beta Basım A.Ş.

Teziç, Erdoğan (1998). Anayasa Hukuku. İstanbul: Beta Basım Yayın.

Tokgöz, Oya (2008). Siyasal İletişimi Anlamak. Ankara: İmge Kitapevi.

Tolan, Barlas (1983). Toplum Bilimlerine Giriş. Ankara: Savaş Yayınları.

Topuz, Hıfzı (1977). Televizyon, Radyo, Basın ve Afişle Seçim Savaşları. İstanbul: Milliyet Yayınları.

Tunaya, Tarık Zafer (1982). Siyasi Kurumlar ve Anayasa Hukuku. İstanbul: Ekin Yayınları.

Tuncay, Suavi (2013). Parti İçi Demokrasi ve Türkiye. İstanbul: Gündoğan Yayınları.

Tunç, Hasan (1999). Anayasa Hukukuna Giriş,Ankara: Nobel Kitabevi

Turan, İlter (1977). Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış. İstanbul: Güryay Matbaası

Turan, İlter (1986). Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış. İstanbul: Der Yayınları

Turan, Selahattin., Dilek Akan (2008) "Okul Hayatında Var Olan ve Olması Düşünülen Sosyal Değerler", Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 6(2): 227-259.

Umur, Ziya (1984). Roma Hukuku. İstanbul: Filiz Kitapevi.

Uygun, Oktay (2011). Demokrasi. İstanbul: On İki Levha Yayınları.

Uysal, Birkan (1998). Siyaset Yönetim Halkla İlişkiler.Ankara:Yargı Yayınları

Uztuğ, Ferruh (1999). Siyasal Marka Seçim Kampanyaları ve Aday İmajı. Ankara: Mediacat Yayınları.

Uztuğ, Ferruh (2004). Siyasal İletişim Yönetimi: Siyasette Marka Yaratmak, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri, Mediacat Kitapları.

Ülken, Hilmi Ziya (2001). Bilgi ve Değer. Ankara: Kürsü Yayınları.

Ünal, Cavit (1981). Genel Tutumların veya Değerlerin Psikolojisi Üzerine Bir Araştırma. Ankara: AÜDTCF Yayınları. No: 301.

Vroom, Herald Victor (1964). Work and Motivation. New York: Wiley.

Yalçınkaya, Ayhan (2011). "Yurttaş: Siyaset." Şu kitapta: Ed. M. Ali Ağaoğulları. Batı'da Siyasal Düşünceler. İstanbul: İletişim Yayınları, 19-86.

Yalın, Eroğlu Bahar (2009). Siyasal Değer. Siyasal O/a/lanın İletişimi ve Değer Kabul Ettiklerimiz. İstanbul: Derin Yayınları.

Yılmaz, Mustafa (2016). "Siyaset ve Değer İlişkisi Üzerine Bir İnceleme: 7 Haziran 2015 Milletvekili Genel Seçimlerinin Değer Açısından Analizi.". Şu kitapta: Ed. Cem Can ve Abdurrahman Kilimci. Sosyal ve Beşeri Bilimlere Küresel Yaklaşımlar. Ankara: Detay Yayıncılık, 477-494.

Yücekök, Ahmet (1987). Siyasetin Toplumsal Tabanı Siyaset Sosyolojisi. Ankara: A.Ü. SBF Yayınları. No:565.

Yüksel, Taşkın (2014). Siyaset. İstanbul: İletişim Yayınları.

Zaller, John Raymond. (1992) The Nature And Origins Of Mass Opinions. Cambridge UK: Cambridge University Press.

Zıllıoğlu, Merih (1996). İletişim Nedir? İstanbul: Cem Yayınevi.

Makaleler

Aktaş, Hasret (2003). "Siyasal İletişim Kuramsal Bir Çalışma.", Selçuk İletişim Dergisi, 2 (4): 56-63.

Allport, Gordon (1929). "The Composition of Political Attitudes." The American Journal of Sociology, 35 (2): 220-238

Altun, Hülya (2017). "Başkanlık Sistemi Üzerine." Hukuk Gündemi Dergisi, 1 :15-17.

Aydın, Mustafa (2003). "Gençliğin Değer Algısı: Konya Örneği." Değerler Eğitimi Dergisi 1(3), 121-144.

Aytekin, Yılmaz (1996). "Siyasal Reklamcılık ve Kamuoyu." Yeni Türkiye Dergisi, Türk Siyaseti Özel Sayısı, 9, 185-204.

Bagozzi, Richard Paul. (1975). "Marketing as an Exchange." Journal of Marketing, 4 (39): 32-39.

Balcı, Şükrü (2003): "Politik Kampanyalarda İmaj Yönetimi (Genç Parti Örneği)." Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9: 143-161.

Bardi, Anat., Schwartz, Shalom (2003). "Values and Behavior: Strength and Structure of Relations." Personality and Social Physchology Bulletin, 29 (10), 1207-1220.

Barnea, Marina, Schwartz, Shalom (1998). "Values and Voting." Political Psychology, 19 (1), 17-40.

Başlevent, Cem, Kirmanoğlu Hasan (2010). "The Role of Basic Personal Values In Voting Behavior of Turkish People". (Ed). Mavrikos-Adamou. Problems and Issues In International Relations. Athens: ATINER: 135-148.

Beceren , Altan., Gökhan Kalağan (2007). "Başkanlık ve Yarı-Başkanlık Sistemi: Türkiye'de Uygulanabilirliği Tartışmaları." İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(11) :163-181.

Beren, Fatih (2013). "Seçmen Tercihine Etki Eden Faktörler ve Seçim Güvenliği: Şanlıurfa İli Örneği." Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of Academic Inquiries), 8(1), 191-214.

Bowler, Shaun., Donuvan Todd, Fernandez Ken (1996), "The Growth of the Political Marketing Industry and The California Inititative Process." European Journal of Marketing, 30(10/11), 166-178.

Braithwaite, Valerie., Henry Law (1985). "Structure of Human Values: Testing the Adequacy of Tthe Rokeach Value Survey." Journal of Personality and Social Psychology, 49, 250–263.

Bradley, Starr (1999). "The Structure of Max Weber's Ethics of Responsibility." Journal of Religious Ethics, 27(3), 407-434.

Butler, Patrick., Neil Collins (1996). "Strategic Analysis in Political Markets." European Journal of Marketing, 30: 32-45.

Caprara, Gian., Vittorio Barbaranelli, Philip Zimbardo (1999). "Personality Profiles and Political Parties." Political Psychology, 20(1): 175-197.

Caprara, Gian Vittorio,. Philip Zimbardo (2004). "Personalizing Politics: A Congruency Model of Political Preferences." American Psychologist, 59(7): 581 – 594.

Caprara, Gian Vittoro., Schwartz Shalom, Michele Vecchione vd (2006). "Personality and Politics: Values, Traits, and Political Choice." Political Psychology, 27(1): 1-28.

Cochrane, Raymond,. Billig Michel, Hogg Michael (1979). "Politics And Values İn Britan: A Test of Rokeach Two-Values Model." British Journal of Social and Clinical Pyschology, 18(2): 150-167.

Devos, Thierry., Spini Dario, Schwartz, Shalom (2002). "Conflicts Among Human Values And Trust In Institutions." British Journal of Social Psychology, 41(4): 481-494.

Dinçkol, Bihterin (2017). "Atina Demokrasisinden Roma Cumhuriyetine - Demos'tan Populus Romanus'a." Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, 23(3), 751 – 765.

Divanoğlu, Uslu Sevilay (2008). "Seçim Kampanyalarında Siyasal Pazarlama Karması Elemanlarının Yeri Ve Önemi." Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(2), 105-118.

Farazmand, Ali (1999). "Globalization and Public Administration." Public Administration Review, 59(6), 509-522.

Gabriella, Di Fulvio (2019). "Political Communication and The Real World." Bulletin: 19 (5).

Gerbner, George (1987). "Science on Television: How It Affects Public Conceptions." Science and Technology, 3(3), 109-115.

Gökçe, Orhan,. Birol Akgün, Süleyman Karaçor (2002). "3 Kasım Seçimlerinin Anatomisi: Türk Siyasetinde Süreklilik ve Değişim". S. Ü. İİBF Sosyal ve İktisadi Araştırmalar Dergisi, 2(2): 1-36.

Gülener, Sedar., Miş, Nebi. (2017). "Cumhurbaşkanlığı Sistemi". Seta Analiz. Sayı: 190, 7-23.

Güran, Mehmet Salih., Hüseyin Özarslan (2013). "Çerçeveleme Teorisinin Halkla İlişkilerde Kullanımı." Türkiyat Araştırmaları Dergisi, Sayı 34: 299-314.

Hallahan, Kirk (1999). "Seven Models of Framing: Implications for Public Relations." Journal of Public Relations Research, 11(3), 205-242.

Heyderench, Kenneth., Walter Zakahi, Maury Giles vd (2000). "Components of Candidate Images: Statistical Analysis og The Issue-Persona Dichotomy in The Presidential Campaign of 1996." Communication Monographs, 67(3), 227-238.

Hofstede, Geert (1989). Organising For Cultural Diversity. European Management Journal, 7(4), 390-397.

Inglehart, Ronald (1971). "The Silent Revolution in Europe: Intergenerational Change in PostIndustrial Societies." The American Political Science Review, 65 (4): 991-1017.

Inglehart, Ronald (2008). Values Change The World, World Values Survey. Erişim Tarihi: 05 Mayıs 2018.

Kaid, Lynda Lee., Leland Chris, Whitney Susan (1992). "The Impact of Televised Political Ads: Evoking Viewer Responses in the 1988 Presidential Campaign.", The Southern Communication Journal, 57(4): 285-295.

Karaçor, Süleyman (2007). " Siyasal Katılım Açısından Siyasal Pazarlama ve Seçim Kampanyalarının Önemi." İletişim Fakültesi Dergisi", sayı:25, 81--93.

Keskinsoy, Ömer., Semih Batur Kaya (2018). "Türkiye'nin Hükümet Sistemleri Üzerine Bir Değerlendirme". Türkiye Barolar Birliği Dergisi, Temmuz-Ağustos 2018, Sayı 137: 67-96.

Kışlalı, Ahmet Taner (1984). "Eski Yunan'da Demokrasi ve Demokratik Düşünce." Amme İdaresi Dergisi, 17(1), 63 – 77.

Knight, Myra Gregory (1999). "Getting Past The Impasse: Framing as a Tool for Public Relations." Public Relations Review, 25 (3), 381-398.

Köse, Aynur (2019). "Türkiye'de Siyasal Söylemin Değişen ve Değişmeyen Değer Öncelikleri: 2002, 2007 ve 2011 Seçim Söylemleri Üzerine Bir Değer Analizi." Ankara Üniversitesi SBF Dergisi. 74(2), 319-355.

Kuşdil, Muharrem Ersin., Çiğdem Kağıtçıbaşı (2000). "Türk Öğretmenlerin Değer Yönelimleri ve Schwartz Değer Kuramı." Türk Psikoloji Dergisi, 15 (45): 59-76.

Larson, Stephanie Greco (1998). "ABC's Person of The Week: American Values in Television News." Journalism and Mass Communication Quarterly, 75(3), 487-499.

Mayton, Daniel., Rokeach Sandra Ball, Loges William (1994). "Human Values and Social Issues: An Introduction." Journal Of Social Issues, 50(4): 1-8.

McCarty, John., Shrum, LJ. (1993). "The Role Of Personal Values And Demographics İn Predicting Television Viewing Behavior: Implications For Theory And Application." Journal of Advertising, 22(4): 77-95.

McLeod, Jack., Sotirovic Mira, Voakes, Paul vd (1998). "A Model of Public Support For First Amendment Rights." Communication Law and Policy, 3(4): 479-514.

Miş, Nebi, Hazal, Duran (2018). "24 Haziran Seçim Sonuçları Analizi". Seta Analiz. Sayı:250.

Mitchell, Greory., Philip Tetlock, Barbara Mellers vd (1993). "Judgments of Social Justice: Compromises Between Equality And Efficiency." Journal of Personality and Social Psychology, 65(4): 629– 639.

Negiz, Nilüfer., Fulya Akyıldız (2012). "Yerel Seçimlerde Seçmenin Tercihi Üzerinde Aday İmajının Etkisi." Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 15: 171-199.

O'shaughnessy, Nicholas (2001). "The Marketing of Political Marketing", European Journal of Marketing, Special Edition Devoted to Political Marketing, 35: 1047-1057.

Qualter, Trence (1990). "Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi" Çev. Ünsal Oskay. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi. Cilt 35: 255-307.

Özensel, Ertan (2003). "Sosyolojik Bir Olgu Olarak Değer." Değerler Eğitimi Dergisi 7(3), 217-240.

Piurko, Yuval., Schwartz Shalom, Davidov Eldad (2011). "Basic Personal Values and The Meaning of Left-Right Political Orientations in 20 Countries." Political Psychology, 32(4): 537-561.

Rokeach, Milton (1954). "The Nature and Meaning of Dogmatism". Pyschological Review, Fall.

Ros, Maria., Shalom Schwartz, Shoshana Surkiss (1999). "Basic İndividual Values, Work Values, And The Meaning Of Work." Applied Psychology: An International Rewiew, 48(1): 49-71.

Sagiv, Lilach., Schwartz Shalom (1995). "Value Priorities And Readiness For Out-Group Social Contact." Journal of Personality and Social Psychology, 69(3): 437-448.

Schwartz, Shalom., Huismans, Sipke (1995). "Value priorities and religiosity in four Western Religions." Social Psychology Quarterly, 58, 88-107.

Schwartz, Shalom., Melech Gila, Lehmann Arielle vd (2001). "Extending The Cross-Cultural Validity Of The Theory Of Basic Human Values With A Different Method Measurement." Journal of Cross-Cultural Psychology , 32(5): 519-542.

Schwartz, Shalom., Bardi Anat. (2001). "Value Hiearchies Across Culture: Taking A Similarities Perspective." Journal of Cross-Cultural Psychology, 32(3): 268-290.

Schwartz, Shalom (2006). "Basic Human Value: An overview." The Hebrew University of Jerusalem, 4(2), 249-288.

Schwartz, Shalom., Caprara Gian Vittorio, Vechione Michele (2010). "Basic Personal Values, Core Political Values and Voting: A Longitudinal Analysis." Political Psychology, 31(3): 421-452.

Schwartz, Shalom., Caprara Gian Vittorio, Vecchione Michele vd. (2014). "Basic Personal Values Underlie And Give Coherence To Political Values: A Cross National Study In 15 Countries." Political Behavior, 36(4): 899-930.

Selçuk, Orçun (2016). "Strong Presidents and Weak Institutions: Populism in Turkey, Venezuela and Ecuador." Southeast European and Black Sea Studies. 16(4), 571-589.

Shaw, Daron (2002). "How The Bush and Gore Campaigns Conceptualized and Used The Internet in 2000", Journal of Political Marketing, 1(1), 39-64.

Stoker, Gerry (2002). "Governance As Theory: Five Propositions." International Social Science Journal 50(155), 17 – 28.

Wuthnow, Robert (2008). "The Sociological Study of Values", Sociological Forum, 23 (2), 333– 343.

Yabancı, Bilge (2016). "Populism As The Problem Child Of Democracy: The AKP's Enduring Appeal And The Use Of Meso-Level Actors." Southeast European and Black Sea Studies. 16(4), 591-617.

Bildiriler

Gümüş, Özlem., Nebi Sümer, Ali Dönmez (Haziran, 2007). "Değerler, Kültür ve Politik Görüşler Arasındaki İlişki: Orta Asyalı ve Türk Üniversite Öğrencilerinini Karşılaştırılması." [Bildiri]. I. Psikoloji Lisansüstü Kongresi, Balçova, İzmir.

Özlem, Doğan (2002). "Değerler Sorununda Nesnelcilik / Mutlakçılık ve Öznelcilik / Rölativizm Tartışması Üzerine." Ed. Şahabettin Yalçın. Bilgi ve Değer. Muğla Üniversitesi Felsefe Bölümü Sempozyum Bildirileri. Ankara: Vadi Yayınları: 282-312.

Türk, Hikmet Sami (9-10 Haziran 1995). "Demokratik Rejimlerde Seçim Kanunları Ve Türkiye İçin Yeni Bir Seçim Kanunu Önerisi." [Bildiri]. Seçim, Demokrasi ve Seçim Sistemleri. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.

Tezler

Aydın, Ayşe (2005). Dil-Tarih Ve Cografya Fakültesi Ögrencilerinin Değer Hiyerarşileri ile İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Hiyerarşilerinin Karşılaştırılması. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Balcı, Şükrü (2007). Türkiye'de Negatif Siyasal Reklamlarda İkna Edici Mesaj Stratejisi Olarak Korku Çekiciliği Kullanımı. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Budak, Gülay (1986). Örgütsel ve Yönetimsel Etkinlikte İletişimin Rolü. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İnternet Kaynakları

Anadolu Ajansı (2018). https://www.aa.com.tr/tr/politika/ak-parti-genel-sekreteri-sahin-cumhur-ittifaki-milletimizin-ortak-iradesinin-sonucudur/1073578/
Erişim Tarihi: 28.11.2018.

Britanya Yayın Kuruluşu (2017). https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-39612452 / Erişim Tarihi: 28.11.2018.

Cumhuriyet Gazetesi, (2018) http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/960251/Erdogan_erken_secim_tarihini_acikladi.html /Erişim Tarihi: 28.11.2018.

Cumhuriyet Gazetesi (2018). http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/961634/Erken_secim_teklifi_TBMM_de_kabul_edildi.html / Erişim Tarihi: 28.11.2018 .

Daily Sabah (2018). https://www.dailysabah.com/elections/2018/05/02/opposition-parties-agree-to-unite-against-peoples-alliance-in-upcoming-turkish-elections / Erişim Tarihi: 11.11.2019.

Hürriyet Gazetesi (2016). http://www.hurriyet.com.tr/gundem/son-dakika-haberi-tum-ulkede-ohal-ilan-edildi-40156536 / Erişim Tarihi: 28.11.2018

Sabah Gazetesi (2016). https://www.sabah.com.tr/gundem/2016/11/16/baskanlik-degil-cumhurbaskanligi, /Erişim Tarihi: 28.11.2018.

Sabah Gazetesi (2018).
https://www.sabah.com.tr/gundem/2018/06/16/cumhurbaskani-erdogandan-onemli-aciklamalar / Erişim Tarihi: 28.11.2018.

Yargıtay Cumhuriyet Başsavcılığı (2018). Türkiye'de Gerçekleşen 15 Temmuz Darbe Girişiminin Arkasındaki Fethullahçı Terör Örgütü [İnternet Broşürü]. https://www.yargitaycb.gov.tr/documents/15temmuzbrosurTR.pdf / Erişim Tarihi: 03.04.2020.

Yeni Şafak Gazetesi (2017). https://www.yenisafak.com/15-temmuz-feto-darbe-girisimi-hakkinda-her-sey-h-2618794 / Erişim Tarihi: 28.11.2018.

Yeni Şafak Gazetesi (2017). https://www.yenisafak.com/gundem/referandum-16-nisanda-2610961/ Erişim Tarihi: 28.11.2018.

Yüksek Seçim Kurulu (2018). http://www.ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/24Haziran2018/KesinSecimSonuclari/2018CB-416D.pdf / Erişim Tarihi:28.11.2018.

Yüksek Seçim Kurulu: Karar No: 472, http://www.ysk.gov.tr/doc/karar/dosya/77662/2018-472.pdf /Erişim Tarihi: 28.11.2018.

Gazeteler

Cumhuriyet Gazetesi (2018). 23 Mayıs 2018- 23 Haziran 2018 tarihleri aralığındaki tüm sayılar.

Hürriyet Gazetesi (2018). 23 Mayıs 2018- 23 Haziran 2018 tarihleri aralığındaki tüm sayılar.

Resmi Gazete (24/4/1983). Siyasi Partiler Kanunu, Sayı: 18027.

Sözcü Gazetesi (2018). 23 Mayıs 2018- 23 Haziran 2018 tarihleri aralığındaki tüm sayılar.

Türkiye Gazetesi (2018). 23 Mayıs 2018- 23 Haziran 2018 tarihleri aralığındaki tüm sayılar.

Yeni Şafak Gazetesi (2018). 23 Mayıs 2018- 23 Haziran 2018 tarihleri aralığındaki tüm sayılar.

EKLER

EK 1. Schwartz Değerler Ölçeği (Schwartz ve Huismans, 1995)

1.Hazcılık *Zevk *Hayattan zevk almak	**6.Geleneksellik** *Dindar olmak *Bize sunulan dünyayı kabul etme *Alçak gönüllülük *Ilımlı olmak *Geleneklere saygılı olmak *Dünyevi işlerden uzaklaşmak
2.Uyarılma *İlginç bir hayat yaşamak *Değişik/Farklı yaşam *Cesur olmak	**7.Uyma** *Nezaket Sahibi olmak *Büyüklere saygı *İtaatkar olmak *Kendini disipline etmek
3.Özyönelim *Özgürlük *Yaratıcılık *Bağımsızlık *Kendi amaçlarını belirleme *Merak	**8.Güvenlik** *Temizlik *Ulusal güvenlik *Sosyal düzen *Aile güvenliği *İyiliğe iyilikle karşılık vermek *Sağlıklı olmak *Aidiyet hissi
4.Evrenselcilik *Çevreyi koruma *Güzel bir dünya *Doğa ile bütünleşme *Açık fikirli olmak *Sosyal adalet *Bilgelik *Eşitlik *Barışçıl bir dünya *İç uyum	**9.Güç** *Sosyal güç *Zenginlik *Otorite *Kamusal İmajı korumak *Sosyal tanınma

5.İyilikseverlik *Yardımsever olmak *Dürüstlük *Affedici olma *Sadık olmak *Sorumluluk sahibi olmak *Gerçek dostluk *Manevi bir yaşam *Olgun sevgi *Anlamlı bir yaşam sürme	**10.Başarı** *Başarılı olmak *Hırslı olmak *Yetenekli olmak *Akıllı olmak *Etkili olmak *Kendine saygı

Ek 2. Rokeach' in Araçsal ve Amaçsal Değerleri (Rokeach, Milton , 1973)

Amaçsal (Terminal) Değerler	Araçsal (Instrumental) Değerler
Rahat Bir Yaşam	Hırslı
Heyecanlı Bir Yaşam	Geniş Görüşlü
Başarı Duygusu	Güçlü
Barış İçinde Bir Dünya	Neşeli
Güzellikler Dünyası	Temiz (Düzenli)
Eşitlik	Cesaretli
Aile Güvenliği	Bağışlayıcı
Özgürlük	Yardımsever
Mutluluk	Dürüst
İç Huzuru	Hayal Gücü Geniş
Olgun Sevgi	Bağımsız
Ulusal Güvenlik	Entellektüel
Zevk	Mantıklı
Ahiret Selameti	Sevecen
Kendine Saygı	Boyun eğici
Toplumsal Onay	Kibar/İnce
Gerçek Dostluk	Sorumluluk Sahibi
Bilgelik	Kendini Kontrol Eden

EK 3. Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (Resmi Gazete)

11 Şubat 2017 CUMARTESİ Resmî Gazete Sayı : 29976

KANUN

TÜRKİYE CUMHURİYETİ ANAYASASINDA DEĞİŞİKLİK YAPILMASINA DAİR KANUN

Kanun No. 6771 **Kabul Tarihi:21/01/2017**

MADDE 1 – 7/11/1982 tarihli ve 2709 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının 9 uncu maddesine "bağımsız" ibaresinden sonra gelmek üzere "ve tarafsız" ibaresi eklenmiştir.

MADDE 2 – 2709 sayılı Kanunun 75 inci maddesinde yer alan "beşyüzelli" ibaresi "altıyüz" şeklinde değiştirilmiştir.

MADDE 3 – 2709 sayılı Kanunun 76 ncı maddesinin birinci fıkrasında yer alan "Yirmibeş" ibaresi "Onsekiz" şeklinde, ikinci fıkrasında yer alan "yükümlü olduğu askerlik hizmetini yapmamış olanlar," ibaresi "askerlikle ilişiği olanlar," şeklinde değiştirilmiştir.

MADDE 4 – 2709 sayılı Kanunun 77 nci maddesi başlığıyla birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"C. Türkiye Büyük Millet Meclisi ve Cumhurbaşkanının seçim dönemi

MADDE 77 – Türkiye Büyük Millet Meclisi ve Cumhurbaşkanlığı seçimleri beş yılda bir aynı günde yapılır.

Süresi biten milletvekili yeniden seçilebilir.

Cumhurbaşkanlığı seçiminde birinci oylamada gerekli çoğunluğun sağlanamaması halinde 101 inci maddedeki usule göre ikinci oylama yapılır."

MADDE 5 – 2709 sayılı Kanunun 87 nci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"MADDE 87 – Türkiye Büyük Millet Meclisinin görev ve yetkileri, kanun koymak, değiştirmek ve kaldırmak; bütçe ve kesinhesap kanun tekliflerini görüşmek ve kabul etmek; para basılmasına ve savaş ilânına karar vermek; milletlerarası andlaşmaların onaylanmasını uygun bulmak, Türkiye Büyük Millet Meclisi üye tamsayısının beşte üç çoğunluğunun kararı ile genel ve özel af ilânına karar vermek ve Anayasanın diğer maddelerinde öngörülen yetkileri kullanmak ve görevleri yerine getirmektir."

MADDE 6 – 2709 sayılı Kanunun 98 inci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve kenar başlığı metinden çıkarılmıştır.

"MADDE 98 – Türkiye Büyük Millet Meclisi; Meclis araştırması, genel görüşme, Meclis soruşturması ve yazılı soru yollarıyla bilgi edinme ve denetleme yetkisini kullanır.

Meclis araştırması, belli bir konuda bilgi edinmek için yapılan incelemeden ibarettir.

Genel görüşme, toplumu ve Devlet faaliyetlerini ilgilendiren belli bir konunun Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunda görüşülmesidir.

Meclis soruşturması, Cumhurbaşkanı yardımcıları ve bakanlar hakkında 106 ncı maddenin beşinci, altıncı ve yedinci fıkraları uyarınca yapılan soruşturmadan ibarettir.

Yazılı soru, yazılı olarak en geç onbeş gün içinde cevaplanmak üzere milletvekillerinin, Cumhurbaşkanı yardımcıları ve bakanlara yazılı olarak soru sormalarından ibarettir.

Meclis araştırması, genel görüşme ve yazılı soru önergelerinin verilme şekli, içeriği ve kapsamı ile araştırma usulleri Meclis İçtüzüğü ile düzenlenir."

MADDE 7 – 2709 sayılı Kanunun 101 inci maddesi başlığıyla birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"A. Adaylık ve seçimi

MADDE 101 – Cumhurbaşkanı, kırk yaşını doldurmuş, yükseköğrenim yapmış, milletvekili seçilme yeterliliğine sahip Türk vatandaşları arasından, doğrudan halk tarafından seçilir.

Cumhurbaşkanının görev süresi beş yıldır. Bir kimse en fazla iki defa Cumhurbaşkanı seçilebilir.

Cumhurbaşkanlığına, siyasi parti grupları, en son yapılan genel seçimlerde toplam geçerli oyların tek başına veya birlikte en az yüzde beşini almış olan siyasi partiler ile en az yüzbin seçmen aday gösterebilir.

Cumhurbaşkanı seçilen milletvekilinin Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeliği sona erer.

Genel oyla yapılacak seçimde, geçerli oyların salt çoğunluğunu alan aday, Cumhurbaşkanı seçilir. İlk oylamada bu çoğunluk sağlanamazsa, bu oylamayı izleyen ikinci pazar günü ikinci oylama yapılır. Bu oylamaya, ilk oylamada en çok oy almış iki aday katılır ve geçerli oyların çoğunluğunu alan aday, Cumhurbaşkanı seçilir.

İkinci oylamaya katılmaya hak kazanan adaylardan birinin herhangi bir nedenle seçime katılmaması halinde; ikinci oylama, boşalan adaylığın birinci oylamadaki sıraya göre ikame edilmesi suretiyle yapılır. İkinci oylamaya tek adayın kalması halinde, bu oylama referandum şeklinde yapılır. Aday, geçerli oyların salt çoğunluğunu aldığı takdirde Cumhurbaşkanı seçilir. Oylamada, adayın geçerli oyların çoğunluğunu alamaması halinde, sadece Cumhurbaşkanı seçimi yenilenir.

Seçimlerin tamamlanamaması halinde, yenisi göreve başlayıncaya kadar mevcut Cumhurbaşkanının görevi devam eder.

Cumhurbaşkanlığı seçimlerine ilişkin diğer usul ve esaslar kanunla düzenlenir."

MADDE 8 – 2709 sayılı Kanunun 104 üncü maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"MADDE 104 – Cumhurbaşkanı Devletin başıdır. Yürütme yetkisi Cumhurbaşkanına aittir.

Cumhurbaşkanı, Devlet başkanı sıfatıyla Türkiye Cumhuriyetini ve Türk Milletinin birliğini temsil eder; Anayasanın uygulanmasını, Devlet organlarının düzenli ve uyumlu çalışmasını temin eder.

Gerekli gördüğü takdirde, yasama yılının ilk günü Türkiye Büyük Millet Meclisinde açılış konuşmasını yapar.

Ülkenin iç ve dış siyaseti hakkında Meclise mesaj verir.

Kanunları yayımlar.

Kanunları tekrar görüşülmek üzere Türkiye Büyük Millet Meclisine geri gönderir.

Kanunların, Türkiye Büyük Millet Meclisi İçtüzüğünün tümünün veya belirli hükümlerinin Anayasaya şekil veya esas bakımından aykırı oldukları gerekçesiyle Anayasa Mahkemesinde iptal davası açar.

Cumhurbaşkanı yardımcıları ile bakanları atar ve görevlerine son verir.

Üst kademe kamu yöneticilerini atar, görevlerine son verir ve bunların atanmalarına ilişkin usul ve esasları Cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle düzenler.

Yabancı devletlere Türkiye Cumhuriyetinin temsilcilerini gönderir, Türkiye Cumhuriyetine gönderilecek yabancı devlet temsilcilerini kabul eder.

Milletlerarası andlaşmaları onaylar ve yayımlar.

Anayasa değişikliklerine ilişkin kanunları gerekli gördüğü takdirde halkoyuna sunar.

Milli güvenlik politikalarını belirler ve gerekli tedbirleri alır.

Türkiye Büyük Millet Meclisi adına Türk Silahlı Kuvvetlerinin Başkomutanlığını temsil eder.

Türk Silahlı Kuvvetlerinin kullanılmasına karar verir.

Sürekli hastalık, sakatlık ve kocama sebebiyle kişilerin cezalarını hafifletir veya kaldırır.

Cumhurbaşkanı, yürütme yetkisine ilişkin konularda Cumhurbaşkanlığı kararnamesi çıkarabilir. Anayasanın ikinci kısmının birinci ve ikinci bölümlerinde yer alan temel haklar, kişi hakları ve ödevleriyle dördüncü bölümde yer alan siyasi haklar ve ödevler Cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle düzenlenemez. Anayasada münhasıran kanunla düzenlenmesi öngörülen konularda Cumhurbaşkanlığı kararnamesi çıkarılamaz. Kanunda açıkça düzenlenen konularda Cumhurbaşkanlığı kararnamesi çıkarılamaz. Cumhurbaşkanlığı kararnamesi ile kanunlarda farklı hükümler bulunması halinde, kanun hükümleri uygulanır. Türkiye Büyük Millet Meclisinin aynı konuda kanun çıkarması durumunda, Cumhurbaşkanlığı kararnamesi hükümsüz hale gelir.

Cumhurbaşkanı, kanunların uygulanmasını sağlamak üzere ve bunlara aykırı olmamak şartıyla, yönetmelikler çıkarabilir.

Kararnameler ve yönetmelikler, yayımdan sonraki bir tarih belirlenmemişse, Resmî Gazetede yayımlandıkları gün yürürlüğe girer.

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

MADDE 9 – 2709 sayılı Kanunun 105 inci maddesi başlığıyla birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"E. Cumhurbaşkanının cezai sorumluluğu

MADDE 105 – Cumhurbaşkanı hakkında, bir suç işlediği iddiasıyla Türkiye Büyük Millet Meclisi üye tamsayısının salt çoğunluğunun vereceği önergeyle soruşturma açılması istenebilir. Meclis, önergeyi en geç bir ay içinde görüşür ve üye tamsayısının beşte üçünün gizli oyuyla soruşturma açılmasına karar verebilir.

Soruşturma açılmasına karar verilmesi halinde, Meclisteki siyasi partilerin, güçleri oranında komisyona verebilecekleri üye sayısının üç katı olarak gösterecekleri adaylar arasından her siyasi parti için ayrı ayrı ad çekme suretiyle kurulacak onbeş kişilik bir komisyon tarafından soruşturma yapılır. Komisyon, soruşturma sonucunu belirten raporunu iki ay içinde Meclis Başkanlığına sunar. Soruşturmanın bu sürede bitirilememesi halinde, komisyona bir aylık yeni ve kesin bir süre verilir.

Rapor Başkanlığa verildiği tarihten itibaren on gün içinde dağıtılır, dağıtımından itibaren on gün içinde Genel Kurulda görüşülür. Türkiye Büyük Millet Meclisi, üye tamsayısının üçte ikisinin gizli oyuyla Yüce Divana sevk kararı alabilir. Yüce Divan yargılaması üç ay içinde tamamlanır, bu sürede tamamlanamazsa bir defaya mahsus olmak üzere üç aylık ek süre verilir, yargılama bu sürede kesin olarak tamamlanır.

Hakkında soruşturma açılmasına karar verilen Cumhurbaşkanı, seçim kararı alamaz.

Yüce Divanda seçilmeye engel bir suçtan mahkûm edilen Cumhurbaşkanının görevi sona erer.

Cumhurbaşkanının görevde bulunduğu sürede işlediği iddia edilen suçlar için görevi bittikten sonra da bu madde hükmü uygulanır."

MADDE 10 – 2709 sayılı Kanunun 106 ncı maddesi başlığıyla birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"F. Cumhurbaşkanı yardımcıları, Cumhurbaşkanına vekâlet ve bakanlar

MADDE 106 – Cumhurbaşkanı, seçildikten sonra bir veya daha fazla Cumhurbaşkanı yardımcısı atayabilir.

Cumhurbaşkanlığı makamının herhangi bir nedenle boşalması halinde, kırkbeş gün içinde Cumhurbaşkanı seçimi yapılır. Yenisi seçilene kadar Cumhurbaşkanı yardımcısı Cumhurbaşkanlığına vekâlet eder ve Cumhurbaşkanına ait yetkileri kullanır. Genel seçime bir yıl veya daha az kalmışsa Türkiye Büyük Millet Meclisi seçimi de Cumhurbaşkanı seçimi ile birlikte yenilenir. Genel seçime bir yıldan fazla kalmışsa seçilen Cumhurbaşkanı Türkiye Büyük Millet Meclisi seçim tarihine kadar görevine devam eder. Kalan süreyi tamamlayan Cumhurbaşkanı açısından bu süre dönemden sayılmaz. Türkiye Büyük Millet Meclisi genel seçimlerinin yapılacağı tarihte her iki seçim birlikte yapılır.

Cumhurbaşkanının hastalık ve yurt dışına çıkma gibi sebeplerle geçici olarak görevinden ayrılması hallerinde, Cumhurbaşkanı yardımcısı Cumhurbaşkanına vekâlet eder ve Cumhurbaşkanına ait yetkileri kullanır.

Cumhurbaşkanı yardımcıları ve bakanlar, milletvekili seçilme yeterliliğine sahip olanlar arasından Cumhurbaşkanı tarafından atanır ve görevden alınır. Cumhurbaşkanı yardımcıları ve bakanlar, 81 inci maddede yazılı şekilde Türkiye Büyük Millet Meclisi önünde andiçerler. Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeleri, Cumhurbaşkanı yardımcısı veya bakan olarak atanırlarsa üyelikleri sona erer.

Cumhurbaşkanı yardımcıları ve bakanlar, Cumhurbaşkanına karşı sorumludur. Cumhurbaşkanı yardımcıları ve bakanlar hakkında görevleriyle ilgili suç işledikleri iddiasıyla, Türkiye Büyük Millet Meclisi üye tamsayısının salt çoğunluğunun vereceği önergeyle soruşturma açılması istenebilir. Meclis, önergeyi en geç bir ay içinde görüşür ve üye tamsayısının beşte üçünün gizli oyuyla soruşturma açılmasına karar verebilir.

Soruşturma açılmasına karar verilmesi halinde, Meclisteki siyasi partilerin, güçleri oranında komisyona verebilecekleri üye sayısının üç katı olarak gösterecekleri adaylar arasından, her siyasi parti için ayrı ayrı ad çekme suretiyle kurulacak onbeş kişilik bir komisyon tarafından soruşturma yapılır. Komisyon, soruşturma sonucunu belirten raporunu iki ay içinde Meclis Başkanlığına sunar. Soruşturmanın bu sürede bitirilememesi halinde, komisyona bir aylık yeni ve kesin bir süre verilir.

Rapor Başkanlığa verildiği tarihten itibaren on gün içinde dağıtılır ve dağıtımından itibaren on gün içinde Genel Kurulda görüşülür. Türkiye Büyük Millet Meclisi, üye tamsayısının üçte ikisinin gizli oyuyla Yüce Divana sevk kararı alabilir. Yüce Divan yargılaması üç ay içinde tamamlanır, bu sürede tamamlanamazsa bir defaya mahsus olmak üzere üç aylık ek süre verilir, yargılama bu sürede kesin olarak tamamlanır.

Bu kişilerin görevde bulundukları sürede, görevleriyle ilgili işledikleri iddia edilen suçlar bakımından, görevleri bittikten sonra da beşinci, altıncı ve yedinci fıkra hükümleri uygulanır.

Yüce Divanda seçilmeye engel bir suçtan mahkûm edilen Cumhurbaşkanı yardımcısı veya bakanın görevi sona erer.

Cumhurbaşkanı yardımcıları ve bakanlar, görevleriyle ilgili olmayan suçlarda yasama dokunulmazlığına ilişkin hükümlerden yararlanır.

Bakanlıkların kurulması, kaldırılması, görevleri ve yetkileri, teşkilat yapısı ile merkez ve taşra teşkilatlarının kurulması Cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle düzenlenir."

MADDE 11 – 2709 sayılı Kanunun 116 ncı maddesi başlığıyla birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"H. Türkiye Büyük Millet Meclisi ve Cumhurbaşkanı seçimlerinin yenilenmesi

MADDE 116 – Türkiye Büyük Millet Meclisi, üye tamsayısının beşte üç çoğunluğuyla seçimlerin yenilenmesine karar verebilir. Bu halde Türkiye Büyük Millet Meclisi genel seçimi ile Cumhurbaşkanlığı seçimi birlikte yapılır.

Cumhurbaşkanının seçimlerin yenilenmesine karar vermesi halinde, Türkiye Büyük Millet Meclisi genel seçimi ile Cumhurbaşkanlığı seçimi birlikte yapılır.

Cumhurbaşkanının ikinci döneminde Meclis tarafından seçimlerin yenilenmesine karar verilmesi halinde, Cumhurbaşkanı bir defa daha aday olabilir.

Seçimlerinin birlikte yenilenmesine karar verilen Meclisin ve Cumhurbaşkanının yetki ve görevleri, yeni Meclisin ve Cumhurbaşkanının göreve başlamasına kadar devam eder.

Bu şekilde seçilen Meclis ve Cumhurbaşkanının görev süreleri de beş yıldır."

MADDE 12 – 2709 sayılı Kanunun 119 uncu maddesi başlığıyla birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve kenar başlıkları metinden çıkarılmıştır.

"III. Olağanüstü hal yönetimi

MADDE 119 – Cumhurbaşkanı; savaş, savaşı gerektirecek bir durumun başgöstermesi, seferberlik, ayaklanma, vatan veya Cumhuriyete karşı kuvvetli ve eylemli bir kalkışma, ülkenin ve milletin bölünmezliğini içten veya dıştan tehlikeye düşüren şiddet hareketlerinin yaygınlaşması, anayasal düzeni veya temel hak ve hürriyetleri ortadan kaldırmaya yönelik yaygın şiddet hareketlerinin ortaya çıkması, şiddet olayları nedeniyle kamu düzeninin ciddî şekilde bozulması, tabiî afet veya tehlikeli salgın hastalık ya da ağır ekonomik bunalımın ortaya çıkması hallerinde yurdun tamamında veya bir bölgesinde, süresi altı ayı geçmemek üzere olağanüstü hal ilan edebilir.

Olağanüstü hal ilanı kararı, verildiği gün Resmî Gazetede yayımlanır ve aynı gün Türkiye Büyük Millet Meclisinin onayına sunulur.

Türkiye Büyük Millet Meclisi tatilde ise derhal toplantıya çağırılır; Meclis gerekli gördüğü takdirde olağanüstü halin süresini kısaltabilir, uzatabilir veya olağanüstü hali kaldırabilir.

Cumhurbaşkanının talebiyle Türkiye Büyük Millet Meclisi her defasında dört ayı geçmemek üzere süreyi uzatabilir. Savaş hallerinde bu dört aylık süre aranmaz.

Olağanüstü hallerde vatandaşlar için getirilecek para, mal ve çalışma yükümlülükleri ile 15 inci maddedeki ilkeler doğrultusunda temel hak ve hürriyetlerin nasıl sınırlanacağı veya geçici olarak durdurulacağı, hangi hükümlerin uygulanacağı ve işlemlerin nasıl yürütüleceği kanunla düzenlenir.

Olağanüstü hallerde Cumhurbaşkanı, olağanüstü halin gerekli kıldığı konularda, 104 üncü maddenin onyedinci fıkrasının ikinci cümlesinde belirtilen sınırlamalara tabi olmaksızın Cumhurbaşkanlığı kararnamesi çıkarabilir. Kanun hükmündeki bu kararnameler Resmî Gazetede yayımlanır, aynı gün Meclis onayına sunulur.

Savaş ve mücbir sebeplerle Türkiye Büyük Millet Meclisinin toplanamaması hâli hariç olmak üzere; olağanüstü hal sırasında çıkarılan Cumhurbaşkanlığı kararnameleri üç ay içinde Türkiye Büyük Millet Meclisinde görüşülür ve karara bağlanır. Aksi halde olağanüstü hallerde çıkarılan Cumhurbaşkanlığı kararnamesi kendiliğinden yürürlükten kalkar."

MADDE 13 – 2709 sayılı Kanunun 142 nci maddesine aşağıdaki fıkra eklenmiştir.

"Disiplin mahkemeleri dışında askerî mahkemeler kurulamaz. Ancak savaş halinde, asker kişilerin görevleriyle ilgili olarak işledikleri suçlara ait davalara bakmakla görevli askerî mahkemeler kurulabilir."

MADDE 14 – 2709 sayılı Kanunun 159 uncu maddesinin başlığı ile birinci ve dokuzuncu fıkralarında yer alan "Yüksek" ibareleri madde metninden çıkarılmış; iki, üç, dört ve beşinci fıkraları aşağıdaki şekilde değiştirilmiş; altıncı fıkrasında yer alan "asıl" ibaresi madde metninden çıkarılmış; dokuzuncu fıkrasında yer alan "kanun, tüzük, yönetmeliklere ve genelgelere" ibaresi "kanun ve diğer mevzuata" şeklinde değiştirilmiştir.

"Hâkimler ve Savcılar Kurulu onüç üyeden oluşur; iki daire halinde çalışır.

Kurulun Başkanı Adalet Bakanıdır. Adalet Bakanlığı Müsteşarı Kurulun tabiî üyesidir. Kurulun, üç üyesi birinci sınıf olup, birinci sınıfa ayrılmayı gerektiren nitelikleri yitirmemiş adlî yargı hâkim ve savcıları arasından, bir üyesi birinci sınıf olup, birinci sınıfa ayrılmayı gerektiren nitelikleri yitirmemiş idarî yargı hâkim ve savcıları arasından Cumhurbaşkanınca; üç üyesi Yargıtay üyeleri, bir üyesi Danıştay üyeleri, üç üyesi nitelikleri kanunda belirtilen yükseköğretim kurumlarının hukuk dallarında görev yapan öğretim üyeleri ile avukatlar arasından Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından seçilir. Öğretim üyeleri ile avukatlar arasından seçilen üyelerden, en az birinin öğretim üyesi ve en az birinin de avukat olması zorunludur. Kurulun Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından seçilecek üyeliklerine ilişkin başvurular, Meclis Başkanlığına yapılır. Başkanlık, başvuruları Anayasa ve Adalet Komisyonları Üyelerinden Kurulu Karma Komisyona gönderir. Komisyon her bir üyelik için üç adayı, üye tamsayısının üçte iki çoğunluğuyla belirler. Birinci oylamada aday belirleme işleminin sonuçlandırılamaması halinde ikinci oylamada üye tamsayısının beşte üç çoğunluğu aranır. Bu oylamada da aday belirlenemediği takdirde, her bir üyelik için en çok oyu alan iki aday arasında ad çekme usulü ile aday belirleme işlemi tamamlanır. Türkiye Büyük Millet Meclisi, Komisyon tarafından belirlenen adaylar arasından, her bir üye için ayrı ayrı gizli oyla seçim yapar. Birinci oylamada üye tamsayısının üçte iki çoğunluğu; bu oylamada seçimin sonuçlandırılamaması halinde, ikinci oylamada üye tamsayısının beşte üç çoğunluğu aranır. İkinci oylamada da üye seçilemediği takdirde en çok oyu alan iki aday arasında ad çekme usulü ile üye seçimi tamamlanır.

Üyeler dört yıl için seçilir. Süresi biten üyeler bir kez daha seçilebilir.

Kurul üyeliği seçimi, üyelerin görev süresinin dolmasından önceki otuz gün içinde yapılır. Seçilen üyelerin görev süreleri dolmadan Kurul üyeliğinin boşalması durumunda, boşalmayı takip eden otuz gün içinde, yeni üyelerin seçimi yapılır."

MADDE 15 – 2709 sayılı Kanunun 161 inci maddesi başlığıyla birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"A. Bütçe ve kesinhesap

MADDE 161 – Kamu idarelerinin ve kamu iktisadî teşebbüsleri dışındaki kamu tüzel kişilerinin harcamaları yıllık bütçelerle yapılır.

Malî yıl başlangıcı ile merkezi yönetim bütçesinin hazırlanması, uygulanması ve kontrolü ile yatırımlar veya bir yıldan fazla sürecek iş ve hizmetler için özel süre ve usuller kanunla düzenlenir. Bütçe kanununa, bütçe ile ilgili hükümler dışında hiçbir hüküm konulamaz.

Cumhurbaşkanı bütçe kanun teklifini, malî yılbaşından en az yetmişbeş gün önce, Türkiye Büyük Millet Meclisine sunar. Bütçe teklifi Bütçe Komisyonunda görüşülür. Komisyonun ellibeş gün içinde kabul edeceği metin Genel Kurulda görüşülür ve malî yılbaşına kadar karara bağlanır.

MADDE 16 – 2709 sayılı Kanunun;

A) 8 inci maddesinde yer alan "ve Bakanlar Kurulu"; 15 inci maddesinin birinci fıkrasında, 17 nci maddesinin dördüncü fıkrasında ve 19 uncu maddesinin beşinci fıkrasında yer alan ", sıkıyönetim"; 88 inci maddesinin birinci fıkrasında yer alan "Bakanlar Kurulu ve", ikinci fıkrasında yer alan "tasarı ve"; 93 üncü maddesinin ikinci fıkrasında yer alan ", doğrudan doğruya veya Bakanlar Kurulunun istemi üzerine,"; 125 inci maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "Cumhurbaşkanının tek başına yapacağı işlemler ile Yüksek Askerî Şuranın kararları yargı denetimi dışındadır. Ancak," ve altıncı fıkrasında yer alan "sıkıyönetim,"; 148 inci maddesinin birinci fıkrasında yer alan ", sıkıyönetim", altıncı fıkrasında yer alan ", Askerî Yargıtay, Askerî Yüksek İdare Mahkemesi" ve "Yüksek", yedinci fıkrasında yer alan "ile Jandarma Genel Komutanı"; 153 üncü maddesinin dördüncü fıkrasında yer alan "tasarı veya"; 154 üncü maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "Yüksek"; 155 inci maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "Başbakan ve Bakanlar Kurulunca gönderilen kanun tasarıları," ve "tüzük tasarılarını incelemek,", üçüncü fıkrasında yer alan "Yüksek" ibareleri madde metinlerinden çıkarılmıştır.

B) 73 üncü maddesinin dördüncü fıkrasında yer alan "Bakanlar Kuruluna" ibaresi "Cumhurbaşkanına"; 78 inci maddesinin başlığı "D. Seçimlerin geriye bırakılması ve ara seçimler"; 117 nci maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "Bakanlar Kurulu" ibaresi "Cumhurbaşkanı"; 118 inci maddesinin birinci fıkrasında yer alan "Başbakan, Genelkurmay Başkanı, Başbakan yardımcıları," ibaresi "Cumhurbaşkanı yardımcıları,", "Kara, Deniz ve Hava Kuvvetleri Komutanları ve Jandarma Genel Komutanından" ibaresi "Genelkurmay Başkanı, Kara, Deniz ve Hava kuvvetleri komutanlarından", üçüncü fıkrasında yer alan "Bakanlar Kuruluna" ibaresi "Cumhurbaşkanına", "Bakanlar Kurulunca" ibaresi "Cumhurbaşkanınca", dördüncü fıkrasında yer alan "Başbakan" ibaresi "Cumhurbaşkanı yardımcıları", beşinci fıkrasında yer alan "Başbakanın" ibaresi "Cumhurbaşkanı yardımcısının", altıncı fıkrasında yer alan "kanunla" ibaresi "Cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle"; 123 üncü maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan "ancak kanunla veya kanunun açıkça verdiği yetkiye dayanılarak" ibaresi "kanunla veya Cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle"; 124 üncü maddesinin birinci fıkrasında yer alan "Başbakanlık" ibaresi "Cumhurbaşkanı" ve "tüzüklerin" ibaresi "Cumhurbaşkanlığı kararnamelerinin"; 127 nci maddesinin altıncı fıkrasında yer alan "Bakanlar Kurulunun" ibaresi "Cumhurbaşkanının"; 131 inci maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "ve Bakanlar Kurulunca" ibaresi "tarafından"; 134 üncü maddesinin birinci fıkrasında yer alan "Başbakanlığa" ibaresi "Cumhurbaşkanının görevlendireceği bakana"; 137 nci maddesinin birinci fıkrasında yer alan "tüzük" ibaresi "Cumhurbaşkanlığı kararnamesi"; 148 inci maddesinin birinci fıkrasında yer alan "kanun hükmünde kararnamelerin" ibareleri "Cumhurbaşkanlığı kararnamelerinin", altıncı fıkrasında yer alan "Bakanlar Kurulu üyelerini" ibaresi "Cumhurbaşkanı yardımcılarını, bakanları"; 149 uncu maddesinin birinci fıkrasında yer alan "oniki" ibaresi "on"; 150 nci maddesinde yer alan "kanun hükmündeki kararnamelerin" ibaresi "Cumhurbaşkanlığı kararnamelerinin" ve "iktidar ve anamuhalefet partisi Meclis grupları ile Türkiye Büyük Millet Meclisi" ibaresi "Türkiye Büyük Millet Meclisinde en fazla üyeye sahip iki siyasi parti grubuna ve"; 151 inci maddesi ile 153 üncü maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan "kanun hükmünde kararname" ibareleri "Cumhurbaşkanlığı kararnamesi"; 152 nci maddesinin birinci fıkrası ile 153 üncü maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "kanun hükmünde kararnamenin" ibareleri "Cumhurbaşkanlığı kararnamesinin"; 158 inci maddesinin birinci fıkrasında yer alan "adli, idari ve askeri" ibaresi "adli ve idari"; 166 ncı maddesinin dördüncü fıkrasında yer alan "hükümete" ibaresi "Cumhurbaşkanına"; 167 nci maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "Bakanlar Kuruluna" ibaresi "Cumhurbaşkanına" şeklinde değiştirilmiştir.

C) 89 uncu maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan "geri gönderilen kanunu" ibaresinden sonra gelmek üzere "üye tamsayısının salt çoğunluğuyla" ve 117 nci maddesinin üçüncü fıkrasının başına "Cumhurbaşkanınca atanan" ibareleri eklenmiştir.

Ç) 108 inci maddesinin birinci fıkrasına "inceleme," ibaresinden önce gelmek üzere "idari soruşturma," ibaresi eklenmiş; ikinci fıkrasında yer alan "Silahlı Kuvvetler ve" ibaresi madde metninden çıkarılmış; üçüncü fıkrasında yer alan "üyeleri ve üyeleri içinden Başkanı, kanunda belirlenen nitelikteki kişiler arasından," ibaresi "Başkan ve üyeleri," şeklinde ve dördüncü fıkrasında yer alan "kanunla" ibaresi "Cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle" şeklinde değiştirilmiştir.

D) 146 ncı maddesinin birinci fıkrasında yer alan "onyedi" ibaresi "onbeş" şeklinde değiştirilmiş, üçüncü fıkrasında yer alan ", bir üyeyi Askerî Yargıtay, bir üyeyi Askerî Yüksek İdare Mahkemesi" ibaresi ile dördüncü fıkrasında yer alan ", Askerî Yargıtay, Askerî Yüksek İdare Mahkemesi" ibareleri madde metninden çıkarılmıştır.

E) 82 nci maddesinin ikinci fıkrasının ikinci cümlesi, 96 ncı maddesinin ikinci fıkrası, 117 nci maddesinin dördüncü ve beşinci fıkraları, 127 nci maddesinin üçüncü fıkrasının ikinci cümlesi, 150 nci maddesinin birinci fıkrasının son cümlesi ile 91, 99, 100, 102, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 120, 121, 122, 145, 156, 157, 162, 163 ve 164 üncü maddeleri yürürlükten kaldırılmıştır.

MADDE 17 – 2709 sayılı Kanuna aşağıdaki geçici madde eklenmiştir.

"GEÇİCİ MADDE 21 – A) Türkiye Büyük Millet Meclisinin 27'nci Yasama Dönemi milletvekili genel seçimi ve Cumhurbaşkanlığı seçimi 3/11/2019 tarihinde birlikte yapılır. Seçimin yapılacağı tarihe kadar Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeleri ve Cumhurbaşkanının görevi devam eder. Meclisin seçim kararı alması halinde, 27'nci Yasama Dönemi milletvekili genel seçimi ve Cumhurbaşkanlığı seçimi birlikte yapılır.

B) Bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren en geç altı ay içinde Türkiye Büyük Millet Meclisi, bu Kanunla yapılan değişikliklerin gerektirdiği Meclis İçtüzüğü değişikliği ile diğer kanuni düzenlemeleri yapar. Cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle düzenleneceği belirtilen değişiklikler ise Cumhurbaşkanının göreve başlama tarihinden itibaren en geç altı ay içinde Cumhurbaşkanı tarafından düzenlenir.

C) Anayasanın 159 uncu maddesinde yapılan düzenlemeye göre Hâkimler ve Savcılar Kurulu üyeleri en geç otuz gün içinde seçilirler ve bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten sonraki kırkıncı günü takip eden iş günü görevlerine başlarlar. Başvurular, bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren beş gün içinde Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına yapılır. Başkanlık, başvuruları Anayasa ve Adalet Komisyonları Üyelerinden Kurulu Karma Komisyona gönderir. Komisyon on gün içinde her bir üyelik için üç adayı üye tamsayısının üçte iki çoğunluğuyla belirler. Birinci oylamada üçte iki çoğunlukla seçimin sonuçlandırılamaması halinde, ikinci ve üçüncü oylamalar yapılır; bu oylamalarda üye tamsayısının beşte üç çoğunluğunun oyunu alan aday seçilmiş olur. Beşte üç çoğunluğun sağlanamaması halinde üçüncü oylamada en çok oyu almış olan, seçilecek üyelerin iki katı aday arasından ad çekme usulü ile üye belirleme işlemi tamamlanır. Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulu aynı usul ve nisapları gözeterek onbeş gün içinde seçimi tamamlar. Mevcut Hâkimler ve Savcılar Yüksek Kurulu üyeleri, yeni üyelerin göreve başlayacağı tarihe kadar görevlerine devam eder ve bu süre içinde yürürlükteki Kanun hükümlerine göre

çalışır. Yeni üyeler, ilgili kanunda değişiklik yapılıncaya kadar mevcut Kanunun Anayasaya aykırı olmayan hükümleri uyarınca çalışır. Görevi sona eren ve Hâkimler ve Savcılar Kuruluna yeniden seçilmeyen üyelerden, talepleri halinde adli yargı hâkim ve savcıları arasından seçilenler Yargıtay üyeliğine, idari yargı hâkim ve savcıları arasından seçilenler Danıştay üyeliğine Hâkimler ve Savcılar Kurulunca seçilir; öğretim üyeleri ve avukatlar arasından seçilenler ise Danıştay üyeliğine Cumhurbaşkanınca atanır. Bu şekilde yapılan seçim ve atamalarda boş kadro olup olmadığına bakılmaz, seçilen ve atanan üye sayısı kadar Yargıtay ve Danıştay kadrolarına üye kadrosu ilave edilir.

D) Askerî Yargıtay ve Askerî Yüksek İdare Mahkemesinden Anayasa Mahkemesi üyeliğine seçilmiş bulunan kişilerin herhangi bir sebeple görevleri sona erene kadar üyelikleri devam eder.

E) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarih itibarıyla Askerî Yargıtay, Askerî Yüksek İdare Mahkemesi ve askerî mahkemeler kaldırılmıştır.

Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten itibaren dört ay içinde; Askerî Yargıtay ve Askerî Yüksek İdare Mahkemesinin askerî hâkim sınıfından Başkan, Başsavcı, İkinci Başkan ve üyeleri ile diğer askerî hâkimler (yedek subaylar hariç) tercihleri ve mükteseplerı dikkate alınarak;

a) Hâkimler ve Savcılar Kurulunca adli veya idari yargıda hâkim veya savcı olarak atanabilirler.

b) Aylık, ek gösterge, ödenek, yargı ödeneği, ek ödeme, mali, sosyal hak ve yardımlar ile diğer hakları yönünden emsali adli veya idari yargıya mensup hâkim ve savcılar, bunların dışındaki hak ve yükümlülükler yönünden ise bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihteki mevzuat hükümleri uygulanmaya devam edilmek suretiyle Milli Savunma Bakanlığınca mevcut sınıflarında, Bakanlık veya Genelkurmay Başkanlığının hukuk hizmetleri kadrolarına atanırlar. Bunlardan, emeklilik hakkını elde edenlerden yaş haddinden önce bu görevlerden kendi istekleriyle ayrılacaklara ödenecek tazminata ilişkin usul ve esaslar kanunla düzenlenir.

Kaldırılan askerî yargı mercilerinde görülmekte olan dosyalardan; kanun yolu incelemesi aşamasında olanlar ilgisine göre Yargıtay veya Danıştaya, diğer dosyalar ise ilgisine göre görevli ve yetkili adli veya idari yargı mercilerine dört ay içinde gönderilir.

F) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte yürürlükte bulunan kanun hükmünde kararnameler, tüzükler, Başbakanlık ve Bakanlar Kurulu tarafından çıkarılan yönetmelikler ile diğer düzenleyici işlemler yürürlükten kaldırılmadıkça geçerliliğini sürdürür. Yürürlükte bulunan kanun hükmünde kararnameler hakkında 152 nci ve 153 üncü maddelerin uygulanmasına devam olunur.

G) Kanunlar ve diğer mevzuat ile Başbakanlık ve Bakanlar Kuruluna verilen yetkiler, ilgili mevzuatta değişiklik yapılıncaya kadar Cumhurbaşkanı tarafından kullanılır.

H) Anayasanın 67 nci maddesinin son fıkrası hükmü, bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten sonra birlikte yapılacak ilk milletvekili genel seçimi ile Cumhurbaşkanlığı seçimi bakımından uygulanmaz."

MADDE 18 – Bu Kanun ile Anayasanın;

a) 8, 15, 17, 19, 73, 82, 87, 88, 89, 91, 93, 96, 98, 99, 100, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113 üncü maddelerinde yapılan değişiklikler ile 114 üncü maddenin ikinci ve üçüncü fıkralarının ilgaları yönünden, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124 ve 125 inci maddelerinde yapılan değişiklikler ile 127 nci maddenin son fıkrasına dair değişiklik; 131, 134, 137 nci maddelerinde yapılan değişiklikler ile 148 inci maddenin birinci fıkrasındaki değişiklik ile altıncı fıkrasındaki "Bakanlar Kurulu üyelerini" ibaresine dair değişiklik, 150, 151, 152, 153, 155 inci maddenin ikinci fıkrası, 161, 162, 163, 164, 166 ve 167 nci maddelerinde yapılan değişiklikler ile geçici 21 inci maddenin (F) ve (G) fıkraları, birlikte yapılan Türkiye Büyük Millet Meclisi ve Cumhurbaşkanlığı seçimleri sonucunda Cumhurbaşkanının göreve başladığı tarihte,

b) 75, 77, 101 ve 102 nci maddelerinde yapılan değişiklikler, birlikte yapılacak ilk Türkiye Büyük Millet Meclisi ve Cumhurbaşkanlığı seçimlerine ilişkin takvimin başladığı tarihte,

c) Değiştirilen diğer hükümleri ile 101 inci maddesinin son fıkrasında yer alan "Cumhurbaşkanı seçilenin, varsa partisi ile ilişiği kesilir" ibaresinin ilgası bakımından yayımı tarihinde,

yürürlüğe girer ve halkoyuna sunulması halinde tümüyle oylanır.

10/02/2017

Ek 4. Analiz Edilen Gazetelerin Manşetlerinden Örnekler



Cumhuriyet

ÇARŞAMBA 23 MAYIS 2018 · 96. YIL · SAYI: 33831 · KURUCUSU YUNUS NADİ · FİYATI 2 TL

PİYASALARA GÖRE TÜRKİYE DAHA RİSKLİ

Senegal'den kötü

KILIÇDAROĞLU CUMHURİYET'E KONUŞTU:

Demokrasi yoksa dolar düşmez

CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu, dolardaki yükselişin iktidarın artık ülkeyi yönetemediğinin kanıtı olduğunu belirterek "Doların, dövizin ilacı demokrasidir, demokrasi olmadıkça dolar düşmez" dedi. Milletvekilliği listelerine tepkiyi anlayışla karşıladığını söyleyen Kılıçdaroğlu, "Hangi listeyi yaparsak yapalım bir tepki olacaktı" diye konuştu. » ERDEM GÜL 5'te

Nüfus	15.411.614
Milli gelir	14.77 Milyar $ (2018)
Borç/GSYH oranı	%68.85 (2001)
İşsizlik	%15.7
Büyüme oranı	%6.16 (2018)
Enflasyon oranı	%1.5

SENEGAL

Nüfus	78.420.020
Milli gelir	(2018) 857.7 Milyar $
Borç/GSYH oranı	%28.23 (2017)
İşsizlik	%10.6
Büyüme oranı	%7.4 (2017)
Enflasyon oranı	%10.85

TÜRKİYE

Kaynak: Dünya Bankası tradingeconomics.com

EN AZGELİŞMİŞ ÜLKE SINIFINDA

DÜNYANIN önemli ekonomi-finans ajansı Bloomberg'in analizine göre Türkiye, Afrika ülkesi Senegal'den daha yüksek maliyetle borçlanıyor. Bu, piyasaların uzun vadede Senegal'e Türkiye'den daha fazla güvendiği anlamına geliyor. Türkiye'nin de kalkınma yardımı verdiği Senegal, Birleşmiş Milletler'in en azgelişmiş ülkeler sınıflandırmasında yer alıyor.

DAHA MALİYETLİ BORÇLANILIYOR

ANALİSTLERİN hesaplamasında, Türkiye'nin en uzun vadeli tahvilinde getiri, Senegal'in benzer vadeli faizinin 52 baz puan üzerinde çıktı. Bloomberg bunu Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın ekonomiye yaklaşımına bağladı. Tahvil faizlerindeki artış, o ülkenin daha yüksek faizle, daha maliyetli borçlanacağı anlamına geliyor. » PELİN ÜNKER 8'de

FITCH UYARDI, DOLAR TL KARŞISINDA YENİ REKOR KIRDI: 4.66 » 11'de

MERKEZ BANKASI, ARTIK BEŞTEPEDEN YÖNETİLİYOR » ÇİĞDEM TOKER 10'da

MAK ANKETİNE GÖRE HALKIN EN ÖNEMLİ SORUNU EKONOMİ » 6'da

FETÖ sanığı istihbaratçı Zeki Güven, dün kendisi gibi aranan hâkim eşiyle birlikte Eskişehir'de yakalandı.

FETÖ OPERASYONU

İstihbaratın kilit ismi yakalandı

FİRARİ eski Ankara İstihbarat Şube Müdürü Zeki Güven yakalandı. 3 ayrı usulsüz dinleme davasında sanık olan Zeki Güven, FETÖ'nün Emniyet yapılanmasındaki kritik isimdi.

17-25 Aralık'a kadar cemaatçi olduğu bilinmesine karşın AKP'nin koruduğu Güven'in ismi, Deniz Baykal'a yapılan kaset komplosu iddianamesinde de geçiyor.

» ALİCAN ULUDAĞ 8'de

BÜLENT ŞIK'A SORUŞTURMA

Zehir yiyin ama söylemeyin

KHK ile ihraç edilen gıda mühendisi Yrd. Doç. Dr. Bülent Şık'a, gazetemizde yayımlanan kansere neden olan ürünlerin Sağlık Bakanlığı'nca gizlendiğine dair yazı dizisi nedeniyle soruşturma açıldı. Şık, "Kamu sağlığını ilgilendiren konularda yasak olamaz" dedi. » 7'de

Bülent Şık

Demirtaş'ın tahliyesinin reddedildiği kararın karşı oy gerekçesinde 'ders' var

Hukuk ses verdi

PENGUENSAVARLAR

HDP'NİN cumhurbaşkanı adayı Selahattin Demirtaş'ın tahliye talebini reddeden mahkeme kararının 9 sayfadan oluşan gerekçesinin 7 sayfası, karşı oy yazısından oluştu. Karşı oy yazısında Demirtaş'ın tutukluluğunun "serbest seçilme hakkı"na zedelediği ifade edilerek tahliye edilmesi gerektiği belirtildi.

YAZIDA, "Başvurucunun makul olmayan bir şekilde tutuklu kalması, yasama faaliyetlerine katılmasını engellemiştir. Milletvekili olarak siyasi faaliyette bulunma hakkına yönelik bu ağır müdahalenin ölçülü ve demokratik toplum düzeninin gereklerine uygun olduğu söylenemez" denildi. » MAHMUT LICALI 7'de

Yurttaş haberciliği sansürü deldi

MEDYANIN büyük bölümü muhalif cumhurbaşkanı adaylarının konuşmalarını yayımlamıyor. Vatandaşlar bu büyük sansürü sosyal medya aracılığıyla deliyor. Dün Muharrem İnce'nin Düzce ve Bolu'daki mitinglerine katılan yurttaşlar, cep telefonlarıyla canlı yayın yaptı. » 4'te

HDP SEÇİM BİLDİRGESİ

Saray değil sığınma evi

HDP, adaylarını Ankara'da törenle tanıttı. Aday tanıtım toplantısından önce, Kadın Meclisi tarafından hazırlanan seçim bildirgesi açıklandı. HDP Eş Genel Başkan Pervin Buldan, "Saray'daki bin odayı kadına yönelik şiddetle mücadelenin koordinasyon merkezi olarak kullanacağız" dedi. » MAHMUT LICALI 7'de

İnce'ye göre 'Hiç olmazsa vekil olalım' listesi hazırlanmış

AKP korkuyor

CUMHURBAŞKANI adayı Muharrem İnce, liste tartışmalarına son çekti. İnce, gazetecilere "Bazı arkadaşlarımın Meclis'te olmasını isterdim. Olmamış olabilir. Onlar sorun yapmıyorsa, medya niye yapıyor ki" dedi.

İNCE, AKP'nin listesi için ise "Damat var mı? Var. Binali Yıldırım var mı? Var. Kaybetme ihtimallerini çok yüksek görüyorlar ki 'Hiç olmazsa milletvekili olalım' diyorlar. Ben böyle okudum" yorumu yaptı. » İKLİM ÖNGEL 4'te

KUZEY IRAK ŞEHİTLERİNE VEDA

Babalara son görev

KUZEY Irak'ta şehit olan uzman çavuşlar Mehmet Türken ile Musa Sayan için dün sabah Hakkari'de düzenlenen törende şehitlerin eşleri ve çocukları gözyaşı döktü. Şehit Türken Kınkkale'de, Sayan ise Tarsus'ta son yolculuklarına uğurlandı. » 12'de

AKŞENER: ÜLKEYİ KİM YÖNETİYOR?

İYİ Parti'nin cumhurbaşkanı adayı Meral Akşener Ankara'yı ziyaret eden Cumhurbaşkanı Erdoğan'a seslenerek "24 Haziran'da hep sayın düzeltecek, sayın söyleyecek... Madem 24 Haziran'da düzelecek peki şimdi düzeltiyorsun" diye sordu. Akşener, İYİ Parti listesinde yer almayan Yusuf Halaçoğlu için ise "Benim ağabeyim, hocamdır. Kendisi Kayseri'yi istemedi" dedi. » 6'da

AKP ADAYI SOFUOĞLU

İlk günden kuralları yıktı

SAKARYA'DA AKP'den aday gösterilen milli motosikletçi Kenan Sofuoğlu, parti toplantısına değeri 4 milyon TL olan Lamborghini'yle geldi. Sofuoğlu'nu aday yapan Erdoğan, ÖTV zamlarına dair eleştirilere, "Porsche kullanacağına Fiat kullan, Volkswagen kullan. Biraz daha düşür harcamayı" diye cevap vermişti. » 5'te

AKP'DEN 3 BÜYÜK ŞEHİR PLANI » 5'te

MHP GENEL BAŞKANI, SUÇ ÖRGÜTÜ LİDERİ ÇAKICI'YA GİTTİ

'Organize' ziyaret

Devlet Bahçeli, önce Alaattin Çakıcı için af istemişti, şimdi de hastanede görüştü



MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, hastanede tedavi gören Alaattin Çakıcı'yı ziyaret ederek "geçmiş olsun" dileklerini iletti. Bahçeli'nin ziyaretine ilişkin fotoğraflar sosyal medya aracılığıyla paylaşıldı. MHP lideri daha önce organize suç örgütü lideri olmaktan hüküm giyen Alaattin Çakıcı için af çağrısı da yapmıştı.

80 ve 90'lı yıllarda haraç toplama, zorla tahsilat, kurşunlama, tehdit, yaralama ve öldürme olaylarının faili olarak adı geçen Alaattin Çakıcı, Türkiye'yi sarsan Türkbank skandalının da ana aktörlerinden biriydi. 2002 yılından bu yana cezaevinde bulunan Çakıcı, eski eşini öldürtmek de dahil birçok suçtan hüküm giydi. >> 5'te

PROF. DR. İBRAHİM KABOĞLU

'Bunun adı hukuk bunalımı'



KHK ile ihraç edilen Anayasa Profesörü İbrahim Kaboğlu, birlikmiyle ülkenin 'normalleşmesi' için CHP'den aday olduğunu söyledi. Kaboğlu, "Şu anda en büyük bunalım, 'hukuk bunalımı'dır. Bu, 'anayasasızlaşma eşiği' olarak da görülebilir. Hukuka ve anayasaya dönüş yıllar alacak" dedi. >> HİLAL KÖSE 7'de

Cumhuriyet

PERŞEMBE 24 MAYIS 2018 94. YIL SAYI 33832 KURUCUSU YUNUS NADİ (1924-1944) BAŞYAZARLARI NADİR NADİ (1945-1991) İLHAN SELÇUK (1992-2010) FİYATI 2 TL (KDV içinde) KKTC'DE 2.5 TL

KÖLELERİN TORUNLARI MECLİS YOLUNDA >> 6'da

Türk Lirası'nın değer kaybı bir türlü engellenemiyor, dolar her an rekor tazeliyor

Ekonomik kâbus

1 Fitili Japon yatırımcı ateşledi

ÖNCEKİ gece, TL dolar karşısında tarihi düşüş yaşayarak 4.80'e ulaştı. Bu yükselişe Japon yatırımcıların satış baskısının neden olduğu açıklandı. Piyasalar şaşkınlık yaşarken doların yükselişi dün de sürdü. Borçlanma faizinde Senegal seviyesine gelen Türkiye, para birimindeki düşüşte IMF kapısındaki Arjantin'i yakaladı. Diğer tüm gelişen para birimleri karşısında değer kaybetti.

4.9290

4.6390

2 'Türkiye'deki kriz bulaşıcı olabilir'

SABAH saatlerinde 4.92'ye çıkan dolar bir ara 4.82'ye kadar düştü. Dövizdeki dalgalanma nedeniyle Tahtakale'deki bazı döviz bürolarının döviz alım ve satışını kısa süreli durdurduğu görüldü. Ünlü yatırımcı Mark Mobius, Türkiye'de krizin diğer gelişmekte olan piyasalara da bulaşabileceği uyarısında bulundu. Nobelli ekonomist Paul Krugman ise "Türkiye çarpıcı bir serbest düşüş yaşıyor" dedi.



Mobius

3 'Yolun sonu IMF'ye çıkabilir'

İKTİSATÇI Prof. Dr. Korkut Boratav, dünyada hâkim olan finans kurallarına dikkat çekti ve "Şimdi bu kurallara ya uyacaksınız ya da cezalandırılacaksınız. Sonuç, kurallara teslim olursanız IMF'ye gidersiniz. İşte Türkiye bu noktadadır" dedi. CHP'li ekonomist Selin Sayek Böke ise "Bu OHAL devalüasyonudur. Göz göre göre hep birlikte batıyoruz" yorumunda bulundu.



Boratav

4 İktidardan etkisiz açıklama

TÜM bu gelişmelerden sonra Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, Twitter üzerinden "İlgili kurumlarımızın en doğru hamleyi en uygun zamanda yapacağı konusunda güvenimiz tamdır" açıklaması yaptı. Hükümet Sözcüsü Bozdağ ise "Türk ekonomisi dimdik ayaktadır" dedi. Borsa İstanbul döviz sattı, ancak Başkan Himmet Karadağ ne kadar döviz sattıklarını bilmediğini açıkladı. >> 8-9'da



Zeybekci

İnce, ekonomideki krizle ilgili hükümete yüklendi, çözüm yolları da önerdi:

Duvara çarpacaklar

CHP'NİN cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce, dün Erzincan'daki mitinginde ekonomik krize vurgu yaparak "Kamyon duvara toslamak üzere. 16 sene de başaramadıklarını yine başaramayacaklar" dedi. İnce, miting öncesi ekonomi kurmaylarıyla toplantı yaptığını söyledi.

İNCE, Erdoğan'a dört tavsiyede bulundu: "Size yanlış bilgi veren danışmanlarınızı gözden geçirin. Merkez Bankası'na müdahale etmeyin. Acil olmayan kamu yatırımlarını şimdilik erteleyin. Piyasalardaki yabancı paranın TL'ye dönüştürüleceği söylentisini yalanlayın." >> 4'te



Muharrem İnce, dün Erzincan Havaalanı'ndan kent merkezine geçerken yol kenarında pancar tarlasında çapa yapan kadınları görüp konvoyunu durdurdu. İnce, tarım işçisi kadınlarla sohbet ettikten sonra birlikte çapa da yaptı.

MUSA KART musakart@cumhuriyet.com.tr



TUTUKLU AVUKATLAR DAVASI

'Suçluyorsunuz belge nerede?'

KHK ile kapatılan Çağdaş Hukukçular Derneği ve Halkın Hukuk Bürosu avukatları, dün aylar sonra hâkim karşısına çıktı. Avukatlar dosyadaki belgelerin 2013'ten beri kendilerine verilmediğini söyledi.

TUTUKLU avukat Selçuk Kozağaçlı, belgeleri polisin yazdığını söyleyerek "Belgelerin dijital materyalleri nerede?" dedi. Hâkimin avukatlara bağırmasına tepki gelince duruşmaya ara verildi. >> SEYHAN AVŞAR 9'de

HDP'DEN DEKLARASYON

Kürt sorununa çözüm paketi

HDP Eş Genel Başkanı Pervin Buldan, partisinin "Kürt Sorununa Demokratik Çözüm" deklarasyonunu açıkladı. Deklarasyonda Avrupa tipi özerklik, demokratik anayasa ve anadilinde eğitime vurgu yapıldı. >> MAHMUT ORAL 6'da

MERAL AKŞENER:

Artık dolar toto oynuyoruz

İYİ Parti cumhurbaşkanı adayı Meral Akşener, dün Isparta ve Burdur'daydı. Akşener, ekonomideki kriz nedeniyle Erdoğan'a yüklenerek "Ekonomi güvendir. Dolar toto oynuyoruz şu an. Zamlar kapıda" dedi. >> OZAN ÇEPNİ 7'de

BEYŞEHİR GÖLÜ YAVAŞ YAVAŞ ÖLDÜRÜLÜYOR



KONYA Beyşehir Gölü yok olma tehlikesiyle karşı karşıya. Elektroşokla avlanma bir futbol sahası genişliğindeki bölgede canlıları öldürüyor, Çin sazanı diğer balıkları yok ediyor, kanalizasyon ve sanayi atıkları göle gidiyor. >> MEHMET KIZMAZ 16'da

MİGREN HASTALARINA MÜJDE: AŞI ONAY ALDI



AMERİKAN İlaç ve Gıda Dairesi, migren tedavisinde, atakları önleyici olarak kullanılan migren aşısına onay verdi. ABD'de yaklaşık 500 dolara satılmaya başlanan aşının Türkiye'de de ruhsat alması için başvuru yapıldı. >> 3'te



GAZETE MANŞET

Yeni Şafak

10 HAZİRAN 2018 PAZAR • 75 KURUŞ (KKTC: 1,5 TL) • www.yenisafak.com

Türkiye'nin Birikimi



PAZAR

Radyoda 'Zarif' bir şair

TRT İstanbul Radyosu, yerleşimin 81. yıldönümünde Türk edebiyatının 'Zarif' şairi Cahit Zarifoğlu'nun, bugüne kadar yayınlanmayan radyo oyunlarını seslendiriyor. Zarifoğlu'nun 14 civarında radyo oyunu bulunuyor.





ALMANYA yeni uyandı

RAPOR 'GİZLİ BİR PARALEL YAPI' DEDİ

FETÖ'nün Avrupa'da en çok yuvalandığı Almanya, Fetullahçı Terör Örgütü'nün ülkesi için tehlikeli bir yapı olduğunu yeni farketti. Almanya Dışişleri Bakanlığı'nın hazırladığı raporda, FETÖ için "Komplocu sert hiyerarşik bir yapı arzediyor ve organizo bir suç örgütünü andırıyor" denildi. Raporda eski bir FETÖ'cünün, örgütü "gizli bir paralel yapı" olarak nitelendirdiği de belirtildi. ⟲ 10

Yunanistan çıldırdı

FETÖ'cülere kışla koruması

AYRI ODALARDA PSİKOLOJİK DESTEK

Yunanistan'ın, 15 Temmuz darbe girişimi ardından bu ülkeye kaçan 8 FETÖ'cüyü bir askeri kışlada korumaya aldığı iddia edildi.

Yunanistan'ın 18 aylık tutukluluk kalıktan sonra serbest bırakarak Türkiye'ye iade etmediği 8 darbeci askere psikolojik destek de verdiği öğrenildi. FETÖ'cülerin her birine ayrı oda tahsis edilirken yemekleri dahi kontrol ediliyor. ⟲ 17





TRUMP

G7'yi kilitledi

'ABD'Yİ KOVARIZ' GÜNDEME OTURDU

ABD Başkanı Trump, Kanada'nın evsahipliğindeki G7 zirvesini felç etti. Dün gün ayrılıkların gölgesinde başlayan temaslar başarısız oldu. Ticaret açıkları ve gümrük konusunda hiçbir ilerleme sağlanmadı. Fransa Cumhurbaşkanı Macron'un, ABD'yi G7'den çıkarmayla tehdit ettiği zirvede ortak bildiri de zor görünüyor. ⟲ 10



BUNLAR BU ÜLKEYİ DE SATAR

Cumhurbaşkanı Erdoğan, AK Parti iktidarının 16 yılda ülkeye kazandırdığı büyük altyapıların bir kısmını yıkmayı, bir kısmını da satmayı vadeden muhalefet partilerinin iyice saşırdığını belirterek, "Biri çıkıyor Külliye'yi satacakmış, öbürü çıkıyor Cankaya'yı satacakmış. Bunlara kalsa, bunlar bu ülkeyi de satar" dedi.



İCAZET İSTİYORUM

Ankara mitinginde coşkulu bir kalabalığa hitap eden Erdoğan, başkentte yeni dönemde yapılacak yatırımları tek tek sıraladı ve, "Belediyecilikse bizde var, başbakanlıksa bizde var, cumhurbaşkanlığıysa o da bizde var. Bu iş cırak işi değil, bu iş kalfalık ister, ustalık ister, büyük ustalık ister. Onun için sizlerden icazet istiyorum" diye konuştu.

DEVASA MİLLET BAHÇESİ

Erdoğan, 19 Mayıs Stadı'nın yerine uluslararası standartlarda 55 bin kişilik bir stad yapılacağı müjdesini verdi. Ankara için planlanan diğer projeler ise şöyle: Akyurt'ta hair alanı, Kahramankazan'da 723 hektarlık uzay ve havacılık bölgesi. Hipodrom alanına, Atatürk Kültür Merkezi'ni, yeni stadı, Arena Spor Salonu'nu, Gençlik Parkı'na da içine alan millet bahçesi. ⟲ 11



Cumhurbaşkanı Erdoğan, 7 camiyi kapatma kararı alan Avusturya'yı sert tepkilendirdi. Avusturya Başbakanının dünyayı Haçlı-Hilal savaşına doğru götürdüğüne işaret eden Erdoğan, din adamlarımızın Avusturya'dan sine-i dil edilmesi durumunda Türkiye'nin de karşılık vereceğini söyledi. ⟲ 11

Büyüme tokadı geliyor



İbrahim Acar

Türkiye ekonomisi, kredi derecelendirme kuruluşları ile kur-faiz cambazlarının tüm saldırılarına karşın göz kamaştırıyor. Türkiye'nin, yarın açıklanacak ilk çeyrek büyümesinin yüzde 7 civarında olması bekleniyor.

MOODY'S'E EN ANLAMLI CEVAP

Büyümede, ABD yüzde 2,2 büyürken, AB yüzde 2,4'te kaldı. İngiltere ise yüzde 1,2'yi zor gördü. Türkiye'nin ise ilk çeyrekte beklenen yüzde 7'lik büyümesi ucuz sosyum peşinde olan çevrelerin beveslerini kursaklarında bırakacak. Tetikçilik yapan Moody's'in izlemeye aldığı 11 şirketin sağlam bilançoları ve yüksek karları da dikkat çekiyor. ⟲ 7

Avusturya kararından dönmeli



Diyanet İşleri Başkanı Ali Erbaş, 7 camiyi kapatacağını açıklayan Avusturya'yı kınayarak bunun din ve vicdan özgürlüğüne vurulmuş bir darbe olduğunu söyledi. Yeni Şafak ve Tvnet'i ziyaret eden Erbaş, "Avusturya'da 500 bine yakın Türk yaşıyor. Bu karardan vazgeçilmeli. Bu davranış 21. asırda yaşayan insanlara yakışmıyor" dedi. ⟲ 2



564 km'lik güvenlik duvarı tamamlandı

Suriye sınırında 564 kilometrelik güvenlik duvarını tamamlayan TSK'ya, Irak sınırındaki 144 kilometrelik duvarı da bitirme aşamasına getirdi. TSK Başkanı Ergün Turan, Yüksekova ile Esendere Gümrük Kapısı ile Dolaylı Tepe arasında da 43 kilometrelik duvar inşa edeceklerini söyledi. ⟲ 12

O günleri unutma!



İLAÇ KUYRUKLARINI HATIRLA

Yeni Şafak ve tvnet seçim minibüsü Mevlânâ şehri Konya'da seçmenin nabzını tuttu. İlaç kuyruklarının yaşandığı o eski günler, halkın hafızasından çıkmamış. Konyalılar, "20 yıl öncesini düşün, ona göre oy kullan" çağrısı yapıyor. FAZLI ŞAHAN - YASEMİN ASAN ⟲ 12



EN ÇOMERT ÜLKE TÜRKİYE

18 bin yetimi koruyor

HABER 18. SAYFADA

9 771305 813008

▶ CANİKLİ: KANDİL'DE 500 TERÖRİST ÖLDÜRÜLDÜ ⟲ 8 ▶ SOYLU: YENİ DARBE PLANI VAR! ⟲ 16



Yeni Şafak

2 HAZİRAN 2018 CUMARTESİ • 75 KURUŞ (KKTC: 1,5 TL) • www.yenisafak.com

Türkiye'nin Birikimi



ŞAMPİYON BİR FENERBAHÇE BIRAKACAĞIM



- Fenerbahçe Başkanı Aziz Yıldırım, yarınki başkanlık seçimi öncesinde mesajlarını Yeni Şafak aracılığıyla verdi: Mahkemeleri aşmış, alkanmış, futbolda şampiyon olmuş bir Fenerbahçe bırakmak istiyorum. ▸ UĞUR BALCI

Hesaplaşacağım

- Hedefinin Fenerbahçe'ye kaybettiği hakları geri kazandırmak olduğunu söyleyen Yıldırım, "Fenerbahçe'nin hakkını kim gasp ettiyse, maddi anlamda kim zarar verdiyse hesaplaşacağız. Görevi bunun için istiyorum" dedi.

Bizans oyunlarına müsaade etmeyiz





- Milli Savunma Bakanı Canikli, Akdeniz'de Rodos çevresinde nöbet görevi yapan TCG Giresun fırkateynini ziyaret etti. Burada Yunanistan'ı uyaran Canikli, "Türk milletine yönelik tehdit düşünenlerin bin defa düşünmesi lazım. Kimse yanlış hesap yapmasın. Bu sularda Bizans oyunlarına müsaade etmeyiz" dedi. Canikli Mehmetçik ile iftar da yaptı. ▸ 10

Fotokapan avladı

Katilleri öldürüldü



- Giresun kırsalında öldürülen PKK'lı teröristlerin Maçka'da şehit olan Eren Bülbül ve Astsubay Ferhat Gedik'i katletden gruptan olduğu belirlendi. Terörістlerin, bölgeye güvenlik güçlerince yerleştirilen fotokapanlara yakalandığı ortaya çıktı, Eren Bülbül'ün annesi Ayşe Bülbül, "Bir mehze de olsa içim rahatladı; ama, evlat acısını hiçbir şey hafifletmiyor" dedi. ▸ 11

TÜRKİYE'Yİ YÖNETMEK ÇIRAKLARIN DEĞİL USTALARIN İŞİ

Cumhurbaşkanı Erdoğan, seçim kampanyasını uçuk vaatler ve iftiralar üzerine kuran CHP'nin adayı Muharrem İnce'ye yüklendi. Erdoğan, "Aslında komik adam. Kimi zaman yalan dolanla, kimi zaman atıp tutarak zaman geçiriyor. Bu kişiye ülke emanet edilir mi? Türkiye'yi yönetmek çıraklarının işi değil. Usta işi usta" dedi.



KUYRUKLARI DOLANACAK

- Adıyaman'da konuşan Erdoğan, vekillerini İyi Parti'ye kiralayan CHP'nin, seçmenlerini de barajı geçebilmesi için HDP'ye peşkeş çekmesini eleştirdi. Seçmenin "İspor'ta"ya çıkarıldığını söyleyen Erdoğan, "Kafalarındaki 40 tilki artık 24 Haziran'da başka yere kaçacak. Yalında bunların hepsinin kuyrukları birbirine dolanacak" dedi.

UBER İŞİ ARTIK BİTTİ

- Akşam da İstanbul'da Özel Halk Otobüsleri Birliği'nin iftarına katılan Erdoğan, otobüsçülere vergi ödemelerinde kolaylıklar getirileceğini söyledi. Cumhurbaşkanı Erdoğan, en büyük müjdeyi ise taksicilere verdi: UBER, mahvediyse bir şey çıkmış, o iş bitti artık öyle bir şey yok. Kusura bakmasınlar. Taksilerimizin, hakkını yedirtmeyiz. ▸ 11

2,1 milyon kişi bu sahuru izledi

- Ankara'da Hüseyin Gazi Öğrenci Yurdu'nda kalan Güngör Atak, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ı Twitter'den sahura davet etti. Mesaja "Çayınız hazırsa geliyorum" cevabını veren Erdoğan, yurda giderek öğrencilerle sahur yaptı. Facebook ve Twitter'dan canlı yayınlanan ziyareti tam 2,1 milyon kişi izledi.

Yerli otoda CEO Gürcan Karakaş



TİKA'DAN en çok FETÖ nefret eriyor

- Akşener'in Türkiye'nin yurt dışındaki en önemli kuruluşlarından olan TİKA'yı kapatma sözü vermesi ve muhalefetten gelen diğer saldırılara tepki var. Başbakan Yardımcısı, "Yahu kardeşim, TİKA dediğin kuruluş FETÖ'nün en fazla nefret ettiği kuruluş. Ne yapıyor TİKA? Tarihi kültürel mirasımızı ihya ediyor. Senin tarihine hiç mi saygın yok" diye konuştu. ▸ 12

YIKANA DEĞİL yapana destek



- Yeni Şafak ve İvnet, Kahramanmaraş ve Karabük'te seçmenin nabzını yokladı. Orhan Gerit'lioğlu, **"Biri yapmak istiyor, biri yıkmak istiyor. Biz yapana destek olmalıyız"** derken, Ahmet Yatacı da, **"Oyunuz Türkiye için. Ya Mısır, Suriye olursunuz ya da lider ülke olursunuz"** görüşünde. Karabüklüler, muhalefete tepkili: **Boş laflara kanmıyoruz tok, icraata alıştık.**

FAZLI SAHAN - NURHAMİ ARAS - AYŞEMİNE ALKOÇLU ▸ 14

14 milyar $ Mayısta ihracat rekoru

SON 12 AYDA 161 MİLYAR DOLAR

- Mayıs ihracatı yüzde 12,2 artış göstererek 13 milyar 916 milyon dolarla yeni bir rekora imza attı. Miktar bazında ise ihracat yüzde 3,8 artarak 10,5 milyon ton oldu. Yılın ilk 5 ayında ihracat yüzde 9,3 artışla 69 milyar dolara çıkarken, son 12 ayda da bir önceki yıla göre yüzde 10,1 artışla 161,7 milyar dolar oldu. ▸ 4

PKK'ya önlem alın



- İngiltere'nin başkenti Londra'nın ilk Müslüman Belediye Başkanı Sadık Han, İngiltere terör örgütü PKK'nın yasal başkanlıkları kullanmasının kabul edilemez olduğunu söyledi. Hükümete bu konuda önlem alınsa çağrısı yapan Han, Aziziye Camii'nde katledilen 2'sarda "Bir grup, terör örgütüne girmiş ise bunun üyesi olmalı da yasa dışı hale gelir" dedi. ▸ 9

REZİL OLDULAR

Fox TV sunucusu Fatih Portakal ve ekibinin şehir hastanelerini karalamak için yaptıkları mizansen ellerinde patladı.





- Hastanenin bitiyük lütfünden şikayet eden ekip, koltuk değnekli Kemal Alp Köker isimli hastanın tedavi için uzun yolu yürümek zorunda kaldığını iddia etti. Ancak mizansen bittikten sonra normal adımlarla hastaneyi terk eden Köker kameralara yakalandı. ▸ 15

ABD ve İsrail uzun bir savaşa hazırlanıyor

- DEAŞ'ı kullanarak Suriye'nin kuzeyine yerleşen ABD, güneyi İran destekli Şii milisleri bahane ederek işgal edecek. İsrail, son 2 ayda 400'den fazla Şii milis öldürdü. Eski muhalif lider Zekeriya Molla Hafici, ABD'nin de 6 yıldır izlediği Şii milisleri terör listesine aldığını söyledi. Hafici, "ABD ve İsrail, uzun soluklu bir savaşa hazırlanıyor" dedi. YILMAZ BİLGİN ▸ 10



- Avrupa'nın güneyinde ABD, AB ve Rusya'nın güç mücadelesi yaşanıyor. İtalya'da seçimden zaferle çıkan Beş yıldız Lig Partisi/ M5S ittifakı, "zenginin çıkmazına" sözü verince bakanlıkları kurma yetkisini kaybetti. İspanya'da da 6 yıldır iktidarda bulunan Rajoy hükümeti gensoru ile düşürüldü. Sosyalist lider Pedro Sanchez yeni başbakan oldu. ▸ 8

1 milyon öğrenci LGS'YE GİRİYOR

DEVAMSIZLIĞA DA BAKILACAK

- Yaklaşık 1 milyon öğrenci bugün LGS'ye giriyor. Sınavın birinci oturumu saat 09.30'da, ikincisi ise saat 11.30'da başlayacak. Sonuçlar 22 Haziran'da açıklanacak. Yerleştirmede öğrencilerin okuldaki devam durumuna da bakılacak. ▸ 2

09'da sınav yerinde olun

100 BİN YENİ EMEKLİYE İKRAMİYE MÜJDESİ ▸ 6



Ataşehir provokasyonu

SEVGİLİ okurlarım, önceki gece büyük bir tehlikenin eşiğinden döndük. Dileriz bir daha yaşanmaz.

Uğur DÜNDAR yazdı. 4'te

Eskisi gibi olmayacak

İNCE ana muhalefetin, Meral Akşener merkez sağın lideridir artık. Hiçbir şey eskisi gibi olmayacak.

Bekir COŞKUN yazdı. 2'de

Çoktan kazandık

SEÇİMİN sonucunu açıklıyorum. Çoktan kazandık. Bu toplumsal uzlaşma, imece devam ettiği sürece...

Yılmaz ÖZDİL yazdı. 20'de

Sona yaklaşırken

O akşam sarıdıktan ya demokrasi çıkacak ya da yeniden tek adam diktatörlüğü. O ne derse o olur!

Emin ÇOLAŞAN yazdı. 5'te

YIL: 11 SAYI: 4012 | 21 HAZİRAN 2018 PERŞEMBE | 1 TL

#SÖZCÜ SUSARSA TÜRKİYE SUSAR

T.C SÖZCÜ

Yüreğimiz yandı 2 ŞEHİT

HAKKARİ'de üs bölgesinden inen aracı hedef alan roketli saldırıda 2 asker şehit oldu, 1 asker yaralandı. Bölgede hainlere karşı geniş çaplı operasyon başlatıldı. S.13



Şehit er Orhan Faruk Baytekin (21)

Şehit Ali Rıza Seyit Özdemir (25)

Erdoğan ve yandaş medya "İnce, Halisdemir'in mezarına gitmedi" demişti

İnce iftirayı işte bu fotoğrafla çürüttü

Muharrem İnce, FETÖ'cülerin şehit ettiği Halisdemir'in kabri başında dua ederken çekilmiş fotoğrafını paylaştı





FOTOĞRAFIN altına "Recep yine çuvalladı" diye yazan İnce, "Ben senin gibi şehide kelle diyenlerden değilim. Şehidimizin mezarını ve yakınlarını zamanında ziyaret ettim" dedi.

MUHARREM İnce dün İstanbul'da da medya yöneticileriyle buluşup "Ekibim topluma güven verecek" dedi. Ardından Çorlu ve Mersin'de on binlerce vatandaşa seslenerek vaatlerini sıraladı.

Neşet ŞENİZEL'in haberi sayfa 11'de

ŞEHİDİMİZ HALİSDEMİR'İ MİTİNG MALZEMESİ YAPANLARA BU CEVABI VERDİ

CHP'nin cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce, şehit edilen Ömer Halisdemir'in Niğde'deki mezarına 1.5 yıl önce gidip dua etmişti. Böylece yalanı 24 saatte çürüttü...

AKŞENER, KARS VE IĞDIR'DAN SESLENDİ



Meral Akşener, Kars'ta helallik istedi "Rabbim size karşı mahçup etmesin" dedi.

Aşırı yolsuzluk israf, rüşvet var önünü keseceğiz

SEÇİME 3 gün kala, iki mitingle vatandaşlarla buluşan İYİ Parti lideri Akşener, başlıktaki tespiti yaptı ve ekledi: "Türkiye'nin kaynakları müthiş. Yolsuzluk, rüşvet ve israfı bitirirsek bu ülke kalkınır."

MERAL Akşener, şöyle devam etti: "TRT'yi satacağım. Yıllık 2.5 milyar lira sizin cebinizden gidiyor. Bir sürü ahmağı zengin ediyorlar."

Kamil ELİBOL'un haberi sayfa 10'da

Temel gıda maddesi soğan, doları geçti

DOLAR KURU 4.75 TL



SOĞAN KURU 6.95 TL





Temel Karamollaoğlu

SP'nin cumhurbaşkanı adayı Temel Karamollaoğlu, mutfaktaki yangını ve ekonomik krizi tek örnekle özetledi. "Dolar kuru 4.75, soğan kuru 6.95" diyerek pahalılığa dikkat çekti.

NİTEKİM durum vahim. Çarşı pazar enflasyonu % 30'lara dayanmış durumda. Sadece soğan değil, patatesin kilosu da 5 liraya yükseldi. Seçimden sonra daha da zamlanacak.

Veli TOPRAK'ın haberi sayfa 9'da

Bir dikili ağacı yok!

TOKMAK

Rahmi TURAN

rturan@sozcu.com.tr

Cumhurbaşkanı adaylarından **Doğu Perinçek**'i **"Ermeni soykırımı iddiaları emperyalist bir yalandır!"** diyerek tüm **Avrupa**'da müthiş bir mücadele açtığı, **Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi**'nde **Ermeni** yanlısı **İsviçre**'yi mahkûm ettirerek **Türkiye**'ye büyük bir hukuk zaferi kazandırdığı için takdir ederim.

Onun **Avrupa**'da, hapse atılmaya göze alarak yaptığı bu mücadeleyi başka hiç kimse yapmadı!

Doğu Perinçek önceki gün mal varlığını açıkladı.

Biz, saraylarda oturan zengin liderlere alıştığımız için **Doğu Perinçek**'in mal varlığı karşısında doğrusu şaşırdık.

Perinçek'in bir dikili ağacı yok!

"Ben üryan gelip üryan gideceğim ilkesini edindim" diyen **Doğu Perinçek** şöyle devam ediyor:

"Benim ve ailemin üzerinde hiçbir taşınmaz mahmız-mülkümüz yoktur. Mutluluk kaynağınız mal-mülk değil, insanlık, sevgi, el ele vermek ve vatanımız için mücadele etmektir... **Hz. Muhammed**'in çok güzel bir sözü var: **'Yöneticileri fakir olan milletler zengin olur, yöneticileri zengin olan milletler ise fakir olur!'** diye... Bu sözler kulaklara küpe olmalıdır."

Tokmak köşesi 11'inci sayfada

Kandil'de lider takımını toplantıdayken hallettik

ERDOĞAN, seçim mitinginde Kandil hareketini anlattı. "Operasyonu 20 uçakla yaptık, 10 ayrı noktayı vurduk" diyerek, sonucuna ilişkin başlıktaki bilgiyi verdi. S.10



Şanlıurfa ve Mardin'de konuştu.



2 oy kullandı gözaltına alındı

BELÇİKA ve İzmir'de mükerrer oy kullandığını açıklayan Sengül Erdoğan, gözaltına alınıp Ankara'ya getirildi... S.5



2 OĞLUNDAN BABA KOÇ'A PLAKET

TÜRKİYE'nin sanayi devi Koç'un otomotivdeki ilk yatırımı Otokoç'un 90. yıl töreninde çifte kutlama yaşandı. Oğulları iş hayatında 60 yılı geride bırakan Rahmi Koç'a plaket verdi. S.8

Oyun sahibini arıyor!

Necati DOĞRU 3'te

Hayır hayır hayır!

Yekta G. ÖZDEN 12'de

İktidarın seçim harcaması lütfede büyük delik açtı

Harcama listesi 6'da

Kriz önleyen kriz

Ege CANSEN 6'da

FENER'DE KOÇ DÖNEMİ

YIL: 11 SAYI: 3995 | 4 HAZİRAN 2018 PAZARTESİ | 1 TL

#SÖZCÜ SUSARSA TÜRKİYE SUSAR

T.C SÖZCÜ

Ali Koç, kongrede Aziz Yıldırım'a tarihi fark atarak, Fenerbahçe'nin 37'nci başkanı seçildi

FENERBAHÇE dün en önemli günlerinden birini yaşadı. 'Aziz Yıldırım mı, Ali Koç mu?' sorusu cevabını buldu... Ali Koç, 20 bin 736 oyun 16 bin 92'sini alarak Fenerbahçe'nin yeni başkanı oldu. Aziz Yıldırım ise 4 bin 644 oy alarak 20 yıllık koltuğunu bıraktı.

SPOR'DA



Başkan Ali Koç zafer konuşmasında, "Kırgınlık yok. Aziz Yıldırım olmasaydı ben burada olamazdım" dedi.

İYİ Parti lideri Akşener, SÖZCÜ'ye çok özel açıklamalar yaptı:

AKP'nin 3'te 1'inden ciddi oy alıyoruz

SEÇİME 20 GÜN KALDI...

Akşener, Erdoğan'a oy verenlerin 3'te 1'inin artık onun yorgun olduğuna inandığını belirtti ve bu kesimden kendisine ciddi oy kaydığını söyledi...

Çanakkale'deki gibi 'Dur yolcu' demezsek kaybedeceğiz

MERAL Akşener, sorunları adalet, ekonomi ve eğitim olarak sıraladı. İnsanların 'açlıkla tehdit edilip baş eğmesinin sağlandığını' savundu. Şu benzetmeyi yaptı:

"24 HAZİRAN'da buna ya 'Dur' diyeceğiz ya 'Geç' deyip kaybedeceğiz. İnanıyorum ki; Çanakkale'de nasıl 'Dur yolcu' dediysek, bu defa da 'Dur' diyeceğiz." S.11



ODUNPAZARI MEYDANI'NDAN "TEK ADAM ANLAYIŞINI BİTİRİN" MESAJI VERDİ

Akşener, Eskişehir'de dün binlere seslendi. Odunpazarı Meydanı'nda coşkulu kalabalıkla İstiklal Marşı'nı okuduktan sonra platforma çıktı. Türkiye'nin 'tek adam anlayışından' kurtarılmasını istedi. Yine yüzlerce tüfbent hediye edildi.

GAZİANTEP ve Osmaniye mitinglerinden sonra SÖZCÜ'ye konuşan cumhurbaşkanı adayı Meral Akşener, AKP'nin güçlü olduğu şehirlerden milletvekili çıkaracaklarını öne sürdü.

KAÇMAYA HAZIRLAR

AKŞENER, "AKP'nin oyu % 47... 3'te 1'i, yani % 15'i aidiyetten veriyor. Diğer 3'te 1'i yorgun olduğuna inanıyor. Kaçmaya hazır olan 3'te 1 var. Oradan biraz ciddi oy geliyor" dedi.

TOKAT GELİYOR

SANDIKTA tsunami etkisi olabileceğini de belirten Meral Akşener, "Vatandaş, seçimde sağlam bir tokat atacak. Diyarbakır'dan vekil çıkaracağız. Kürt ve Alevi başkan yardımcım olabilir" diye konuştu.

Kamil ELİBOL'un haberi 11'de

İstanbul'da 5 miting düzenleyen İnce, halka bu çağrıyı yaptı:

Erdoğan'ı bir daha seçerseniz dolar 10 lira olur 10 lira

İnce, Erdoğan'ı ekonomi üstünden eleştirdi, "Bilgin, cesaretin ve diploman varsa gel tartışalım" dedi



CHP'nin cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce, dün İstanbul'da on binlerce vatandaşla buluştu, ilgi büyüktü.

KAĞITHANE, Eyüp, Gaziosmanpaşa, Bayrampaşa ve Zeytinburnu'nda konuşan İnce şunları söyledi: "Doları düşüremediler. Bunları bir daha seçerseniz dolar 10 lira olur, 10 lira."

TV'DE KARŞIMA ÇIK

"BAY ekonomist bana 'Sen çıraksın' dedi. Madem çırağım, istediğin televizyon kanalına çıkalım, ekonomi tartışalım. Yüreğin, cesaretin, bilgin varsa, diploman varsa gel tartışalım."

Zeynep GÜRCANLI'nın haberi sayfa 10'da



Dünyalar güzeli Çağla, ilacı alamazsa ömür boyu sakat kalacak.

Vali Bey! Bırakın protokolü, verin Çağla'nın ilacını

ADI Çağla Deniz... 1.5 yaşında. İzmirli. İkizi Elif kadar şanslı doğmadı. SMA hastası, yürüyemiyor. İlacı 125 bin dolar. Devlet ödemiyor. Aile yardım kampanyası için valiliğe başvurdu ama izin çıkmadı. Acı büyük, tepki büyük.

S.2

FETÖ'ye 2117 parça arazi verildi

CHP'li Gürsel Tekin, AKP'nin 81 ilde tahsis ettiği bu arazilerin tamamının Hazine'ye ait olduğunu söyledi... S.5

Sen istiyor elektrikli (2)

TÜRK halkı elektrikli araçlara hazır...

Metin KÖKLÜÇINAR'ın yazısı sayfa 6'da

TOKMAK

Rahmi TURAN

rturan@sozcu.com.tr

Olmadı Paşam!

Bir ordu siyasete bulaşırsa o ordudan hayır gelmez!

Askeri siyasete karışan ülkelerin ayakta kaldığı görülmemiştir.

Ordu siyasetle içli dışlı olmamalı, asker kendi işine, siyasetçi kendi işine bakmalıdır.

Malatya'da son yaşanan olay üzücü olmazsa da ötesinde vahim bir görüntü yarattı.

Cumhurbaşkanı Erdoğan seri bir konuşma yapıp **"Siyasette hiçbir başarısı olmayanlara ülkenin yönetimini vermeyiz"** diyerek rakibi **Muharrem İnce**'ye yüklenirken, salonda **AKP**'lilerin arasında üniformasıyla oturan **İkinci Ordu Komutanı Korgeneral İsmail Metin Temel**'in onu hararetle alkışladığı görüldü. **Temel Paşa**, yanında oturan **AKP**'lilerden daha coşkuluydu!

Siyasi eleştiriye görülmemiş şekilde alkış tutan bir komutan... Nasıl okuyor bu?

Emekli General **Nejat Eslen "Ordunun siyasete alet olduğunu gösteren görüntüler vahim sonuçlar doğurabilir. Bir asker olarak bu duruma çok üzüldüm. Ordunun siyasete karışması Türkiye'nin sonunu getirir!"** diyor.

Muharrem İnce, alkışçı generale **"Sen Türk Ordusu'nun generali misin yoksa AK Parti'nin il başkanı mısın?"** diye tepki göstermekte haksız mıdır?

Tokmak köşesi 11'inci sayfada

Apoletin açmazı! Necati DOĞRU 3'te

Partizan radyo televizyon Sinan MEYDAN 4'te

Aya otoban yapmak Ayşe SUCU 14'te

Karmaşa Yekta G. ÖZDEN 14'te

Mehmetçik ateş hattında Zeynep GÜRCANLI 12'de

Köprüden el arabasıyla geçersiniz Murat MURATOĞLU 7'de

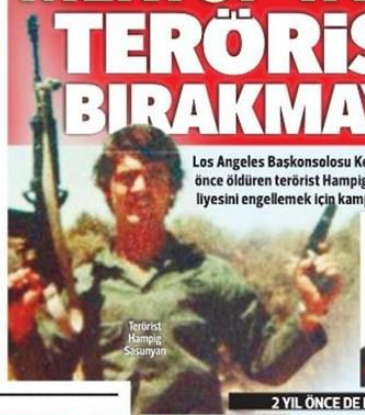

SAMED BEHRENGİ SETİ
10 KİTAP
29 KUPONA
İLK KUPON 22. SAYFADA
5.5 MİLYON KİŞİ HAYKIRIYOR
BİZ DE VARIZ
TOPLUMDAN KOPMADAN TEDAVİ
BÜYÜK ACIYA ORTAK OLDULAR
Erdoğan Demirören için ilk tören saat 11.00'de İstanbul Şişhane'deki holding binası önünde. Demirören, Fatih Camisi'nde öğleyin cenaze namazının ardından Zincirlikuyu'da defnedilecek.
Demirören Holding ve Hürriyet Yönetim Kurulu Başkanı Erdoğan Demirören'in vefatının ardından siyaset, iş, spor dünyasından çok sayıda isim aileye başsağlığı ziyaretinde bulundu.
TAZİYEYE GİTTİLER
Calıştı yükseldi yükseldi
Hürriyet
Türkiye Türklerindir
10 Haziran 2018 Pazar
www.hurriyet.com.tr
Fiyatı: 1.5 TL
Kelebek
Rol arkadaşım ROBOT DİNOZOR
GÜNAYDIN ŞANSÖLYE
Ankara'nın tüm uyarılarına rağmen FETÖ'nün üst düzey isimlerine kucak açan Almanya'da Dışişleri Bakanlığı nihayet örgütün yapısına ve kumpaslarına dikkat çeken bir rapor hazırladı.
DEVLETE SIZIYORLAR
ZEKERİYA ÖZ ORADAYDI
Darbecilere 10'ar koruma
Kalori yakmanın 6 'GİZLİ' YOLU
Hürriyet pazar
Dr. Mehmet Öz, egzersiz dışında da kalori yakmanın 6 yolunu yazdı.
Yağsız kas kütlesi geliştiren, daha fazla su içen, her gün bir fincan çay tüketin, yemekleri bitki ve baharatla pişirin, daha fazla uyuyun, aralıklı antrenman deneyin.
YAPARSA YİNE AK PARTİ
Ankara'ya 3 proje
BUZDOLABININ İÇİNİ BOŞALTTI
Adapazarı'nda konuşan Muharrem İnce, Erdoğan'ı TV'de ekonomi tartışmaya davet etti.
'HERHALDE BELGESEL İZLEMİŞ'
Haçlı-Hilal savaşına doğru götürüyor
'CAMİ KAPATIYOR, BİZ BOŞ MU DURURUZ'
ORGANİK PAZAR 800 MİLYON$
EN HAYIRLI GECE
Said Uslu, düğün yapacaktı.
16 gün önce yaralanan Uzman Onbaşı Uğur Sağlam dün şehit oldu.
NATO'ya S-400 garantisi
SIRNAK'TAN ACI HABER
Maç var Rusya'ya gidiyoruz
şehir & şehir dışı
şeyahat

1 MİLYON ÖĞRENCİ LGS SINAVINDA

■Ortaokul 8. sınıf öğrencileri, bugün 1367 okula girmek için ter dökecek. Liselere Geçiş Sınavı'nın (LGS) ilk oturumu 09.30'da, ikinci oturumu 11.30'da başlayacak.

SORU VE CEVAPLARI YARIN hurriyet.com.tr'de PAZARTESİ HÜRRİYET'TE

MEKTUP YAĞDI TERÖRİSTİ BIRAKMAYIN



Los Angeles Başkonsolosu Kemal Arıkan'ı 36 yıl önce öldüren terörist Hampig Sasunyan'ın tahliyesini engellemek için kampanya düzenlendi.

Terörist Hampig Sasunyan



Şehit Başkonsolos Kemal Arıkan 55 yaşındaydı

2 YIL ÖNCE DE DENEDİLER

■Bu ay sonunda serbest kalma ihtimali bulunan teröriste ilişkin kararı California Şartlı Tahliye Komisyonu verecek. ABD'deki Türklerin oluşturduğu StopTerroristParole.org sitesine bini aşkın mektup geldi. Sasunyan'ın tahliyesi iki yıl önce de gündeme gelmiş ancak California Valisi tarafından engellenmişti. >> 17'de



Hürriyet — Yine bitli tahliye: Kırılsın artık bu eller — 29 OCAK 1982

Kaleme alan KILDAŞ

EKİBİNE FİDAN BAĞIŞLADI

CANSU'NUN JESTİ

■Cansu Dere, başrolünü üstlendiği 'Şahsiyet' dizisindeki ekip arkadaşlarına jest yaparak onlar adına Tekirdağ 7 Ağaç Ormanları'na 118 adet fidan bağışladı.



KELEBEK'TE

KANSERİ KAN TESTİ İLE YAKALIYOR



Bilim insanları, 10 farklı kanser türünün 'likid biyopsi' adı verilen kan testiyle erken teşhis edilmesini sağlayan bir yöntem geliştirdi.

BAŞARI ORANI YÜZDE 80-90

■Kandaki kanserli hücrelere ait DNA parçacıklarını tespit etmeye odaklanan yöntem, en iyi sonucu yumurtalık ve pankreas kanserlerinde verdi. Bu kanser türünde yüzde 80 ile 90'a varan başarı sağlandı. Bu yöntemin, diğer kanser türleri için de evrensel bir tanı aracı olması umuluyor. >> 5. sayfada

TÜRK BİLİM İNSANLARI RADYASYONU ÖNLEYEBİLEN ÜRÜN GELİŞTİRDİ 5

Türkiye Türklerindir

Hürriyet

2 Haziran 2018 Cumartesi www.hurriyet.com.tr Fiyatı: 1.5 TL

4 SAATLİK SKANDAL



HÜRRİYET ÖZEL

Sanal kumar çetesinin lideri Veysel Şahin ve üç adamı hakkında aynı mahkemeden dört saat arayla önce tahliye, ardından da tutukluluk kararı çıktı. Üç adam kayıplara karıştı.

ÖNCE TAHLİYE ETTİ

■'Örgüt kurmak', 'Yasadışı bahis oynatmak' gibi suçlardan tutuklu bulunan dört ismin tahliyesi için 13 Nisan'da Bakırköy 10. Ağır Ceza Mahkemesi'ne başvuruldu. Mahkeme itirazları haklı bularak Şahin ve 3 adamının tahliyesine karar verdi.

BÜROKRATİK ADALET

■Bakırköy Cumhuriyet Başsavcılığı karara itiraz etti. Aynı mahkeme 4 saat sonra tahliye kararını bozdu. Ancak bu sırada Metris Cezaevi'nden çıkan Şahin' in üç adamı kayıplara karıştı. Silivri'de bulunan Şahin ise bürokratik işlemler uzadığı için tahliye edilemedi. >> 3'te

Veysel Şahin'in cezaevinde bulunduğu ilk 2 ay içinde 103 ayrı avukatla 303 kez görüştüğü belirlendi.

KİMSE İNTİHARA İNANMIYOR

Ankara'da bir plazanın 20. katından düşerek ölen üniversitesi öğrencisi Şule Çet'in abisi Şenol Çet Hürriyet'e konuştu.

GAYET MUTLUYDU

■"3 gün önce görüştük, gayet mutluydu. İntihar edecek kişi niye el âlemin işyerine gidip kendini atsın ki? Olduğu gün doğum günüydü. Doğum gününü kutlamak için plan yapmış, niye yapsın? Zaten kimse intihar olduğuna inanmıyor." >> 3. sayfada



Yanında çalıştığı işadamı Ç.A.'nın ofisinden düşerek ölen Şule, arkadaşına "Adam bana taktığı bırakmıyor" diye mesaj atmıştı

YERLİ OTO CEO'SU



Mehmet Gürcan Karakaş

■Cumhurbaşkanı Erdoğan, yerli otomobil üretimi için oluşturulan konsorsiyumun başına geçecek ismi açıkladı: "Mehmet Gürcan Karakaş diye bir arkadaşımızı Bosch'tan transfer ettik." >> 11. sayfada

AB karşıtı AB bakanı



Paolo Savona

■İtalya'da siyasi kriz çözüldü ve 5 Yıldız Hareketi (M5S) ile aşırı sağcı Lig Partisi hükümet kurdu. Ancak AB karşıtı Savona kabineye Avrupa İşleri Bakanı olarak girdi. İspanya'da da güvenoyu alamayan Başbakan Rajoy iktidardan düştü. >> 12

İHRACATTA aylık rekor

■Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) mayıs ayında ihracatın yüzde 12.2 yükselişle 13 milyar 956 milyon dolara ulaştığını açıkladı. Kimya ve çelik sektörünün etkisiyle gelen bu rakam aylık bazda bir rekor. >> Şebnem TURHAN >> 9. sayfada

Mayısın lideri CNN TÜRK

CNN TÜRK mayıs ayında AB ve ABC sıralamasında en çok izlenen haber kanalı oldu. 15



22 GÜN KALDI

Erdoğan önceki gece Ankara'daki Hüseyin Gazi Öğrenci Yurdu'na sürpriz ziyaret gerçekleştirerek öğrencilerle sahur yaptı.

'İNCE RANT İSTİYOR ÖZÜR DİLEYECEK'

Cumhurbaşkanı Erdoğan, NTV-Star TV ortak yayınında soruları yanıtladı. Erdoğan, İnce'nin 'icazet' iddiası için sert konuştu.

■"Partimizi kurarken Gülen'le görüşmem söz konusu değil. Tamamen yalan. İnce yalan söylüyor. Bunu ispat etmezsen namertsin dedim. Dava açtım, bu gidişle çok dava açacağız. Siyasi rant elde etmek istiyor, özür dileyecek-sin arkadaş. İcazeti kimden alacağımızı biliriz. Milletimin verdiği kararla iktidar olduk." >> 15

FENERBAHÇE YORUMU: 'İDEAL YÖNETİM GELMELİ AMA TECRÜBELİSİ' 15

'AMACIM SİZE İŞ, AŞ BULMAK'

CHP'nin cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce, Bilecik ve Bursa'da konuştu.



■"Bu memlekette saray mı lazım, çocuklarımıza iş mi lazım. O sarayda oturmayacağım. 14 yıl kirada oturdum, 1.5 sene oldu apartman dairesi aldım. Benim evim bana saray gibi geliyor. Amacım size iş bulmak, aş bulmak." >> DHA >> 14'te

Gülen belgelerine inceleme izni çıktı

■Erdoğan ile İnce arasında polemik konusu olan FETÖ elebaşısı Gülen'in iadesine ilişkin belgeler için Adalet Bakanlığı'ndan CHP heyetine inceleme izni çıktı. CHP'den 4 kişilik bir heyet pazartesi belgeleri inceleyecek. 14



Başbakan Binali Yıldırım Elazığ'da konuştu.

HEPSİ 'BİZ ESKİYE DÖNECEĞİZ' DİYOR

■Binali Yıldırım, 'millet ittifakı'nı eleştirerek, "Hepsi söz birliği yapmışlar, 'Biz eskiye döneceğiz' diyorlar. 16 Nisan belli ki bunlara ağır gelmiş, halkoylamasını halen hazmedememişler" dedi. >> 15'te



ISSN 1304-4632

Kelebek

Cumartesi ÇEŞME REHBERİ

■Tatilcilerin en önemli destinasyonlarından Çeşme bu yaza nasıl hazırlandı? Ne yenilikler var? Nerelerde ne yiyeceğiz, nerede yüzeceğiz? >> Aynur TARTAN

PİDENİN EN İYİ 10 ADRESİ

YÜZDE 49 KAPISINI KİLİTLEMİYOR

■Kale Endüstri Holding'in CEO'su Zeki Şafak Türkiye'nin Güvenlik Araştırması'ndan çıkan ilginç sonuçları anlattı: Halkın yüzde 49'u gece yatarken, yüzde 38'i evden çıkarken kapıyı kilitlemiyor. Yüzde 13'ünün evine hırsız girmiş. >> 11. sayfada



MİLLİ SARAY ZİYARETİ ZAMLANDI

■Milli Saraylar'a bağlı saray, köşk ve kasırların ziyaret ücretlerine yüzde 100 zam geldi. Dolmabahçe'yi ziyaret 45 TL'ye yükseldi. >> 6'da

SALDA'YI RAHAT BIRAKIN

■Türkiye'nin Maldivleri olarak anılan Burdur'daki Salda Gölü kıyısında 29 Haziran'da düzenlenmesi planlanan festivale çevreciler tepkili. Salda Gölü nadir görülen bazı canlılara ev sahipliği yapıyor. >> 7

KELOĞLAN İLE ÇİZGİ ROMAN MACERALARI



● İksirin Gücü ● Kuvvet İksiri ● Açık Denizde ● Dönüş Yolunda ● Bulur Ülkesinde ● Tepe Göze Karşı ● Küçük Dev Adam ● Dalgalar Arasında ● Basat'la Tanışıyor ● Gizemli Mağarada ● Akdağ'lara Yolculuk ● Dede Korkut Yurdunda ● Küçük Mamut Tehlikede ● Nasreddin Hocaya Misafir

Her biri Hürriyet Çocuk Kulübü ile seçkin Yaysat bayilerinde 3.90 ₺

ISSN 1305-0400
www.turkiyegazetesi.com.tr
Türkiye
7 HAZİRAN 2018 PERŞEMBE
FİYATI: 1 TL ÖKTC: 2,5 TL

vav RADYO
Kur'an'ın Sesi
Tüm Türkiye'de!
İstanbul 105.2
Bilecik 102.8
Bolu 101.3
Bursa 100.2
Düzce 106.7
Edirne 105.2
Kırklareli 106.4
Kocaeli 102.6
Sakarya 103.5
Tekirdağ 105.2
Zonguldak 103.5



Muğla'da seçim öncesi mitingler Erdoğan'la kızıştı.

Muhalefetin tek projesi yıkmak

Erdoğan 24 Haziran'ın önemine dikkat çekti, muhalefetin tavrına tepki gösterdi

» Eski Türkiye'ye sevdalılar

Seçimleri "Dönüm noktası" diye tanımlayan Cumhurbaşkanı, dev projelere savaş açan muhalefete sert çıktı: Bu ülkenin çıraklarla kaybedecek vakti yok. Onlar sadece yıkmayı anlatıyor. Kafalarında millete dair proje yok. Yola çıkarken açıkladıkları, Türkiye'yi eski günlerine geri döndürme projesi! **13'TE**

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANI NUMAN KURTULMUŞ:

BATI DA 24 HAZİRAN'I BEKLİYOR


Bakan Numan Kurtulmuş, İhlas Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Mücahid Ören'i de ziyaret etti.


Numan Kurtulmuş, yazı işleri toplantımıza katılarak gündeme dair sorularımızı cevapladı.

Türkiye'nin bölgede kilit ülke olduğunu belirten Kurtulmuş, yeni dönemde Batı ile ilişkilerin ivme kazanacağını söyledi

» Bakan Kurtulmuş "Biz kendimize tehdit oluşturan alanlarda terörü teker teker temizliyoruz. Bu kararlılığımızı Amerikalılar da gördüğü için Menbiç konusunda bir adım atmak mecburiyetinde hissettiler. Orta Doğu barışının kilidi, çıkmazlar içindeki Avrupa'nın ilacı Türkiye'dir. Onun için ihmal edenezler" diyerek yeni dönemde ilişkilerin farklı seyredeceği sinyalini verdi. **2'DE**

BAŞBAKAN:

Kardeşliğimizi kimse bozamaz



» Ağrı ve Iğdır'da konuşan Binali Yıldırım "Kimse Kürtlere ayrı devlet kurma kûstahlığında bulunmasın. Bu ülkenin her vatandaşı başımızın tacıdır" dedi. **13'TE**

TEMİZLEYİP HEMEN DÖNMEK YOK
KANDİL'DE KALICIYIZ

PKK'nın kamplarını yerle bir ediyoruz, örgütün kalbine ay-yıldızlı bayrağı dikeceğiz!



PKK, 2 yıl önce 7 örgütü bünyesinde birleştirip şov yapmıştı. O günler geride kaldı. Mehmetçik, Kandil'de hainlerin ensesinde. Şov yapanlar bugün kaçmak için fırsat kollıyor.

KUZEY IRAK'TA 11 ÜS HAZIR

» Mehmetçik, Kuzey Irak'ta adım adım ilerliyor. Hakurk ve Karı Rash'a uzandık, 27 km derinliğe kadar indik. 11 noktaya askeri üs bölgesi kurduk. Özel birliklerimiz, Afrin kadar geniş bir alanda operasyon düzenliyor. Savaş uçaklarımız terör hedeflerini aralıksız vuruyor. Örgütün çok sayıda kamp ve ikmal noktasını da dağıttık.

DAĞI ÖLÜM KORKUSU SARDI

» Türkiye, 40 yıldır can yakan hainleri bitirmeye kararlı. Geniş çaplı kara harekatı öncesi Kandil'deki kamplar ve mühimmat depoları imha edilecek. Ölüm korkusu yaşayan dağdaki elebaşlar kaçmak için birbirleriyle yarışıyor. Mehmetçik, Kandil'i kontrol altına aldıktan sonra bölgede kalıp PKK'nın dönüşüne engel olacak. **10'DA**


Mehmet Şimşek, Batuhan Yaşar'a konuştu.

Muhalefetin vaadi 400 milyar tutuyor

» Başbakan Yardımcısı Şimşek, muhalefetin popülist vaatlerini eleştirdi: Muhalefet toplumun birçok kesimine imkânların çok ötesinde vaatte bulunuyor. Rakama döktüğümüzde 200-400 milyar liralık vaat söz konusu. **7'DE**

YENİ RAKAM

En düşük memur maaşı 3.050 lira

» Haziran enflasyonu yükselmese bile en düşük memur maaşı 3.050 TL'ye çıkacak. Enflasyon artarsa fark maaşa yansıyacak. **7'DE**

DÜNYA 2.SİYİZ

Taklit ve kaçak faturası 17.2 milyar dolar

» Sahte üründe dünya ikincisiyiz. 17.2 milyar dolarlık korsan pazarı, 90 bin kişiyi de işsiz bırakıyor. **8'DE**



Ümit Hoca'yı zatürreden kaybettik


ABD ve NATO Menbiç'e destek verdi

PYD silah bırakıp Menbiç'i terk ediyor. Stoltenberg "Bu NATO müttefikinin anlaşmasından memnunuz" dedi. ABD Dışişleri Sözcüsü Nauert de "Bu anlaşmayla bölgeye istikrar gelecek" diye konuştu. **10'DA**

Ürdün'e dikkat!..

>> Cezayir'de İslamî Selamet Cephesi (FIS) Arap Baharı'nı 1990'larda yaşadı. Ama esas Arap Baharı'nın doğum yeri olan Tunus, nispeten hafif hasarla kurtuldu. Fas ve Ürdün bugüne kadar sakin kalabildi..


İSMAİL KAPAN yazdı.. » SAYFA 13'TE




Washington'un siyaset değişikliği
İMZA / RAHİM ER » 3'TE


Yazık ettin Muharrem İnce!
YÜCEL KOÇ » 10'DA


Kılıçdaroğlu-İnce krizi artık gizlenemiyor..
BATUHAN YAŞAR » 12'DE



ISSN 1305-0400
www.turkiyegazetesi.com.tr
Türkiye
21 HAZİRAN 2018 PERŞEMBE
FİYATI: 1 TL (KKTC: 2,5 TL)



FAS'I DEVİREN RONALDO KUPAYA DAMGA VURMAYA KARARLI SPOR'DA



Cumhurbaşkanı Erdoğan, Güneydoğu'da sevgi gösterileriyle karşılandı.

2 BİN 500 PKK'LI HÂLÂ KANDİL'DE

ADIM ADIM HEDEFE

BÖLGEYİ AĞ GİBİ ÖRÜYORUZ

Otuz senedir ilk defa sonuca bu kadar yakınız. Bölgeyi ağ gibi örüyoruz. K. Irak'ta kurulan üsler de Kandil için atlama noktası olarak kullanılacak.

Hayatta kalan teröristler korkudan adım atamıyor. İnterneti kapattılar, telsizler sustu, antenleri bile söktüler

TEPELERİNE BİNİYORUZ

Erdoğan, Ş.Urfa ve Mardin'de Kandil operasyonundaki son durumu anlattı

» Vekil dediler baron çıktı

Kandil harekâtının tam gaz sürdüğünü belirten Cumhurbaşkanı "Tepelerine biniyoruz. İlk operasyonda 10 önemli noktayı vurduk. İkincide toplantı halindeki lider takımını hallettik" dedi. Erdoğan, HDP'nin maskesini de düşürdü: Vekil diye Ankara'ya gönderdiklerinin arkasından uyuşturucu baronları, silah kaçakçıları çıkıyor. 13'TE

» ERDOĞAN BUGÜN 3. HAVALİMANINA İNİYOR 18

Milletin yoluna taş koymayın

» İzmir'de seçim çalışmalarını sürdüren Başbakan, dev projelere savaş açan muhalefete seslendi: Biz milletin yoluna taş koymuyoruz. Siz, milletin yoluna taş koymayın yeter. 13'TE





HANİ TERÖRİST KALMAMIŞTI!

» Muhalif ittifakın "Kandil'de terörist yok. Dağ taş bombalanıyor" iddiasını istihbarat raporları çürüttü. Örgütün karargâhı olan dağda 500'ü Menbiç ve Afrin'den gelen 2 bin 500 PKK'lı tespit edildi. Güvenlik kaynakları "PKK kölelerinden söküp atılacak. Bundan geri dönüş yok" diyor.

İLETİŞİMLERİ KOPTU

» Kandil'de sıkışan teröristler ve elebaşları her an ölüm korkusuyla yaşıyor. Karar alamayan ve sahayı yönetemeyen Murat Karayılan ile Cemil Bayık aylardır bir araya gelemiyor. Yerleri tespit edilmesin diye interneti ve telsizleri kapatıp, antenleri söktüler. Çözülme hızlandı. Kandil'den kaçışlar da tavan yaptı.

BATUHAN YAŞAR » 12'DE



TERÖRİSTLER GİTTİ

GÖZALTINA ALINDI, OLAY ÇÖZÜLDÜ

MÜKERRER OY fotosu yalan çıktı



» Belçika'da yaşayan Şengül Erdoğan, fotoğraf paylaşıp 2 kere oy kullandığı algısına yol açtı. Muhalefet, AK Parti'yi suçladı. Başsavcılık el koydu. Kadının, Brüksel'de pusulayla sadece fotoğraf çektirdiği, oyunu ise İzmir'de kullandığı anlaşıldı.

EBRU KARATOSUN 12'DE



Acımız da büyük gururumuz da

Siirt ve Şırnak şehitleri dualarla defnedildi. Trabzonlu Bahattin Baştan'ın üç kardeşi, ağabeyini "Gururumuz çok ama acımız da çok" diyerek uğurladı. 11'DE

Mehmetçik'ten MENBİÇ'te ikinci devriye

» Menbiç planı işliyor. Pazartesi ilk devriyesini atan Türk Silahlı Kuvvetleri, dün ikinci defa devriyeye çıktı. Zırhlı araçlar, sınır noktası Sarıcı Çayı civarına gitti. YPG, askerin güzergâhundaki mevzi ve karakolları terk etti. 10'DA

Bozdağ: Bedelli bu yıl çıkacak



Bozdağ, Ahmet Sürcan'ın sorularını cevapladı.

» TGRT HABER'e konuşan Başbakan Yardımcısı Bekir Bozdağ, bedelli askerlik için "Cumhurbaşkanımız kolay söz vermez. Bugüne kadar ne söylediyse hepsini yaptı. Hükümet kurulunca bu yıl içinde adım atılacak" dedi. 12'DE



YİYECEKLER İLAÇ OLABİLİR





EZİYETE SON

İşte Adalar için fayton modeli...

» Adalar'da atlara işkenceyi bitirmek için Denizlili mühendisten atsız, elektrikli fayton 'Fayoto' teklifi geldi... 2'DE



Konut satışı YENİDEN CANLANDI

» Yüzde 0,98 faiz ve yüzde 20 indirim kampanyası satış ofislerini doldurdu. Mayısta 120 bin konut satıldı. 8'DE

DARBECİLERİN GÖZÜ SANDIKTA

FETÖ 24 Haziran'ı bekliyor

Başbakanlık adına davalara katılan avukat Bıyıklıoğlu, FETÖ'nün planını deşifre etti



Hayrettin Bıyıklıoğlu "Seçim yaklaştıkça darbe sanıklarına heyecan sarıyor. Ara verilen davaların 24 Haziran sonrasına bırakılması için ısrar ediyorlar. Siyasal konjonktürün değişmesiyle içeriden çıkacaklarını zannediyorlar. 12'DE

LEYLÂ için seferberlik

» Ağrı, bayramdan bu yana Leyla'yı (4) arıyor. Kriz masası kuruldu. 5 bin fotoğraf dağıtıldı. Kız, beyaz minibüsle gelip şeker dağıtan 2 kişi tarafından kaçırıldığı iddia edildi. 3'TE



Şehit annesine saldırırken utanmadın mı?

YÜCEL KOÇ yazdı.. » 11'DE



Düştün artık Kürtlerin yakasından EDİ BESE!

FUAT UĞUR yazdı.. » 14'TE

BAKAN SÜLEYMAN SOYLU:

AFRİN'den önce rotamız Kandil'di



» İçişleri Bakanı Süleyman Soylu: Biz Kandil'e Afrin'den önce gireceklik. Batı, Afrin'de yeni bir tezgâh kurmaya başlayınca rotayı Afrin'e çevirdik. Kandil konusunda ok yaydan çıktı. 11'DE

F-35'LERİ BUGÜN ALIYORUZ



10'DA

Bu insanlara ne oluyor?

» Seçim atmosferi içinde, sosyal olaylar (maalesef hemen hepsi de acı olaylar...) siyasi haberlerin gölgesinde kalıyor. Oysa toplumun geleceğini [illegible] konularla ilgilenmemiz gerekiyor.

İSMAİL KAPAN yazdı.. » SAYFA 13'TE

ÖZGEÇMİŞ

Onur Karakaş, 09.12.1990 Kocaeli doğumludur. Lisans eğitimini 2012 yılında Kocaeli Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde tamamlamıştır. 2015 yılında ise Kocaeli Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans programını tamamlamıştır. İleri seviyede İngilizce ve orta seviyede Almanca bilmektedir.