

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



2018 GENEL SEÇİMLERİ ÖNCESİ AK PARTİ-MHP

CUMHUR İTTİFAKI'NIN SEÇMEN NEZDİNDEKİ

TOPLUMSAL ALGISI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

HAZIRLAYAN

Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ

İsmail Uğur AKSOY

MALATYA-2019

**2018 GENEL SEÇİMLERİ ÖNCESİ AK PARTİ-MHP CUMHUR İTTİFAKI'NIN
SEÇMEN NEZDİNDEKİ TOPLUMSAL ALGISI**

İsmail Uğur AKSOY

İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

Doç. Dr. Hasan Topbaş

Yüksek Lisans Tezi

Malatya

2019

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**2018 GENEL SEÇİMLERİ ÖNCESİ AKPARTİ-MHP
CUMHUR İTTİFAKI'NIN SEÇMEN NEZDİNDEKİ
TOPLUMSAL ALGISI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Doç Dr. HASAN TOPBAŞ

HAZIRLAYAN

İSMAİL UĞUR AKSOY

Jürimiz 13.02.2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda bu yüksek lisans tezini (oybirliği /oyçokluğu) ile başarılı bulunarak İletişim Anabilim dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyelerinin Unvan Ad Soyadı

1. Doç.Dr. Hasan TOPBAŞ
2. Doç.Dr. Ebru Gülbuğ EROL
3. Dr. Öğr.Üyesi Feridun NİZAM

İmzası


İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih vesayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof.Dr. Mehmet KUBAT

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖNSÖZ

Bu çalışma dönemim boyunca akademik anlamda bana destek olan değerli hocam Doç. Dr. Hasan Topbaş'a, manevi desteğini benden esirgemeyen canım anneme ve ablama teşekkür ederim.



İsmail Uğur AKSOY

2018 GENEL SEÇİMLERİ ÖNCESİ AK PARTİ-MHP

CUMHUR İTTİFAKI'NIN SEÇMEN NEZDİNDEKİ TOPLUMSAL ALGISI

ÖZET

Bu çalışma Türkiye siyasi hayatında önemli bir eşik olarak görülen 2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın seçmen nezdindeki toplumsal algısını anlamaya yönelik bir araştırmayı içermektedir. Çalışmanın kuramsal çerçevesinde toplumda önemli bir yer teşkil eden medya ve siyaset kurumları arasındaki diyalektik ilişki ele alınmıştır. İki kurum arasındaki ilişkinin seçmenin oy verme davranışını, tercihini ve algısını etkileyip etkilemediği kuramsal düzeyde tartışılmıştır. Bu doğrultuda liberal sistemde dördüncü güç olarak görülen, gündemi belirleyen, özellikle seçim dönemlerinde halkın önemli bir haber alma kaynağı olan medyanın seçmen üzerindeki işlevsel rolü çalışmanın teorik boyutunda incelenmiştir. Aynı zamanda seçim dönemlerinde bilgi ve haber aktarımı yapan medyanın gerçekleri yansıtıp yansıtmadığı ve medyadaki tekelleşme süreci kuramsal düzlemde tartışılmıştır. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne tam anlamıyla geçişi sağlayacak olan 2018 genel seçimleri öncesi Cumhur İttifakı'nı oluşturan Ak Parti ile Milliyetçi Hareket Partisi'nin siyasi kimlikleri çalışma kapsamında tanımlanmış olup Cumhur İttifakı öncesi Türkiye'deki siyasi atmosfere dair genel bir değerlendirme yapılmıştır.

Çalışmanın metodolojisini nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan derinlemesine görüşme tekniği oluşturmaktadır. Bu kapsamda tamamı Ak Parti, MHP ve CHP seçmeni olan farklı yaş, cinsiyet, eğitim ve siyasi görüşlere sahip on beş katılımcıyla derinlemesine görüşme yapılmıştır. Çalışmanın sınırlılığından dolayı diğer siyasi partilerin seçmenlerine yer verilmemiştir. Katılımcıların ittifakla ilgili toplumsal algısını anlamak için daha önceden hazırlanan beşi demografik özellikler olmak üzere otuz beş soru yöneltilmiş, onların yaptıkları değerlendirmeler üzerinden ittifaka yönelik seçmenin toplumsal algısı analiz edilmiştir. Bu kapsamda çalışmada Cumhur İttifakı'na yönelik seçmen algısının katılımcıların siyasi tercihleri ve toplumsal algılarından bağımsız olmadığı görülmüştür. Katılımcılar kendi siyasi ve kültürel özellikleri çerçevesinde ittifaka yönelik farklı değerlendirmelerde bulunmuş olup Cumhur İttifakı'na yönelik algılarında medyanın belirleyici bir etmen olduğu görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Seçmen Davranışı, Medya, Ak Parti, MHP, Cumhur İttifakı, Derinlemesine Görüşme, Katılımcılar.

THE SOCIAL PERCEPTION OF ELECTORS REGARDING THE PEOPLE'S BETWEEN AK PARTY AND MHP BEFORE THE 2018 GENERAL ELECTIONS

ABSTRACT

This study embodies an investigation aimed at an understanding of the social perception of electors regarding the people's alliance between AK Party and MHP before the 2018 general elections, which is considered as an important threshold within the Turkish political life. In the theoretical framework of the study, the dialectical relationship between media and political institutions which constitute an important place in the society is addressed. In this part, the extent to which the relationship between the two institutions affects the voting behavior, choice and perception of the electors is discussed at the theoretical level. Accordingly, the functional role of media – which is considered as the fourth power in the liberal system, which determines the agenda and constitutes a significant source of information for the public especially in electoral periods – over the electors is analyzed in the theoretical part of the study. At the same time, whether the media, as the transmitter of information and news in electoral periods, reflects the reality as well as the monopolization process in media is discussed in the theoretical platform. The political identities of AK Party and Nationalist Movement Party that have formed the people's alliance before the 2018 general elections, which enabled the full transition to presidential government system, have been defined within the study together with an overall evaluation of the political atmosphere in Turkey before the people's alliance.

The methodology used in the study is in-depth interview technique which is among the qualitative research methods. Within this framework, in-depth interviews are conducted with fifteen participants of different ages, genders, levels of education and political views, all of whom are AK Party, MHP and CHP electors. The electors of other political parties are not included due to the limitedness of the study. In order to gain insight into the social perception of participants regarding the alliance, thirty five pre-prepared questions, five of which is on demographic characteristics, have been addressed and the electors' social perception on the alliance is analyzed based on the participants' evaluations. The results of the study have demonstrated that the elector perception on people's alliance is not independent from the political choices and social perceptions of the participants.

While participants made differing evaluations on the alliance within the framework of their political and cultural characteristics, it is seen that media is a determinant in their perception regarding the people's alliance.

Key words: Elector behavior, Media, AK Party, MHP, People's Alliance, In-depth Interview, Participants.



İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER.....	vii
KISALTMALAR.....	ix
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	4
1. SİYASET VE MEDYA İLİŞKİSİ.....	4
1.1.Siyasal Süreçte Seçmen Davranışları	4
1.1.1.Seçmen Davranışına Yönelik Kuramsal Yaklaşımlar.....	6
1.1.2. Seçmen Davranışına Etki Eden Faktörler	11
1.2. Medya ve Siyaset İlişkisi.....	15
1.3. Medyanın Seçmen İnşasındaki Etkisi.....	19
1.3.1. Medyanın Seçmeni Bilgilendirici Rolü	20
1.3.2. Medyanın Gündem Belirleme Gücü	21
1.3.3. Suskunluk Sarmalı	24
1.4. Siyasetin Medya Üzerindeki Tahakkümü.....	26
1.4.1. Propaganda Modeli Çerçevesinde Medya.....	27
İKİNCİ BÖLÜM	31
2. CUMHUR İTTİFAKI'NA GİDEN SÜREÇTE.....	31
AK PARTİ VE MHP'NİN SİYASİ KİMLİĞİ	31
2.1. Kimlik Kavramı	31
2.1.1. Siyasi Kimlik	34
2.2. Adalet ve Kalkınma Partisi'nin Siyasi Kimliği	34
2.3. Milliyetçi Hareket Partisi'nin Siyasi Kimliği	37
2.4. Cumhur İttifakı'nda 16 Nisan 2017 Referandumu	42
2.5. 2018 Genel Seçimleri Öncesi Siyasal Atmosfer ve Cumhur İttifakı.....	43
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	47
3. 2018 GENEL SEÇİMLERİ ÖNCESİ AK PARTİ-MHP.....	47
CUMHUR İTTİFAKI'NIN TOPLUMSAL ALGISI	47

3.1. Çalışmanın Önemi	47
3.2. Çalışmanın Amacı	48
3.3. Çalışmanın Yöntemi	48
3.4. Çalışmanın Sınırlılığı.....	49
3.5. Çalışmanın Kapsamı.....	50
3.6. Çalışmanın Bulguları	50
3.7. Katılımcıların Değerlendirmeleri	51
SONUÇ	84
KAYNAKÇA	89
EKLER	99



KISALTMALAR

AP: Adalet Partisi

CGP: Cumhuriyetçi Güven Partisi

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

CKMP: Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi

DP: Demokrat Parti

FETÖ: Fetullahçı Terör Örgütü

HDP: Halkların Demokratik Partisi

MÇP: Milliyetçi Çalışma Partisi

MHP: Milliyetçi Hareket Partisi

MSP: Milli Selamet Partisi

OHAL: Olağanüstü Hal Şartları

SP: Saadet Partisi

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TRT: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

VP: Vatan Partisi

YSK: Yüksek Seçim Kurulu

GİRİŞ

Günümüzün demokratik katılımcı toplumlarında siyasal sisteme meşruluk sağlayan ve sistemin devamlılığını garanti eden en temel unsur seçimlerdir. Bu doğrultuda dünyada yönetim sistemlerinin zaman içerisinde monarşiden demokrasiye evirildiği göz önüne alındığında kitlelerin genel oy hakkına erişmesiyle birlikte seçmenler siyasal iktidara talip olanlar için önem teşkil etmeye başlamıştır. Demokratik rejimlerde belirli aralıklarla gerçekleştirilen seçimlere, oy verme hakkını kazanmış olan seçmenin katılımı sistemin meşruluğu açısından önemlidir. Bu bakımdan seçmenlerin siyasal süreçlere katılımı ve oy verme davranışı günümüzde siyaset bilimcilerin ve siyasal iletişimcilerin ilgi alanını oluşturmaya devam etmektedir.

Demokratik rejimlerde siyasal iktidara talip olanların seçmenleri ikna etmesi ve onların oy verme davranışını kendi lehlerine etkilemeye çalışması günümüzde siyasal iletişim faaliyetlerinin temelini oluşturmaktadır. Kuşkusuz ki seçmen homojen bir yapıya sahip değildir. Toplumsal yaşam içerisinde seçmenlerin farklı çıkar ve beklentileri göz önüne alındığında seçmenin oy verme davranışının da doğası gereği karmaşık ve çok boyutlu olduğu görülmektedir. Bu bakımdan seçmenin oy verme davranışını ve siyasal süreçlere dair algısını etkilemek yönetici kesimler için önem arz etmektedir. Seçmenin oy verme davranışına yönelik literatürde birçok kuramsal yaklaşım mevcuttur. Buna ek olarak seçmenin oy tercihini etkileyen birçok değişken de bulunmaktadır. Tüm bu etmenler seçmenlerin beklentilerine, ülkelerin siyasi kültürlerine göre farklılık gösterse de seçmenin siyasal süreçlere dair algısı bu çalışmada medya ve siyaset kurumları üzerinden değerlendirilmiştir.

Siyaset, doğası gereği toplumda farklı çıkar ve beklentileri olan insan grupları arasındaki uzlaşma ve çatışmanın aynı anda yaşandığı bir arena olarak tanımlanmaktadır. Toplumsal yapı içerisinde bireylerin farklı sosyal sınıflara üye olduğu, değişen istek ve ihtiyaçlarının bulunduğu göz önüne alınacak olunursa politikanın aslında bir mücadele alanı olduğu görülmektedir. Bu bakımdan aslında siyaset biraz da insan doğasına bakılarak tanımlanmayı gerektirmektedir. Toplumsal yaşamda bireylerin kendi çıkarlarını maksimize etme isteği siyaseti, tarih boyunca insanlık için değerli kılmıştır. Siyasette demokratik yönetim şekillerinin yaygınlaşmasıyla birlikte medya da toplumsal yaşam için vazgeçilmez bir unsur olmaya başlamıştır.

Liberal kuramın atfettiği dördüncü güç olma özelliğiyle medya demokratik toplumlarda siyaset kurumunu kamu adına denetleme görevini üstlenmektedir. Medyanın toplum için önemi elbette ki kamu denetçiliği ile sınırlı değildir. Özellikle günümüzde medya mekandan bağımsız olarak siyasal söylemlerin seçmenlere veya kitlelere aktarılmasında en etkili yol olarak görülmektedir (Aziz,2017:72). Aynı zamanda medya siyasal konulara dair halkın önemli bir haber alma kaynağıdır. Tüm bu parametreler birlikte değerlendirildiğinde medya ve siyaset gibi toplum açısından vazgeçilmez niteliklere sahip olan iki kurum arasındaki ilişki önem kazanmaktadır. Bu bakımdan günümüzün katılımcı demokrasilerinde medya ve siyaset kurumlarını birbirlerinden bağımsız şekilde ele almak mümkün gözükmemektedir. Medya ve siyaset kurumlarının karşılıklı bağımlılığı siyasal katılımı gerçekleştirecek olan seçmenin oy verme tercihini de kaçınılmaz olarak etkilemektedir. Tüm bu etkenler göz önüne alındığında bu tez üç bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde medya ve siyaset ilişkisi üzerinden seçmenin oy verme davranışı ele alınmıştır. Özellikle heterojen bir yapıya sahip olan seçmen kavramı kuramsal boyutta irdelenmiştir. Seçmenin oy verme tercihini etkileyen kuramsal yaklaşımlara odaklanılmıştır. Bu duruma ilaveten siyasal katılımı sağlayarak vatandaşlık görevini yerine getiren seçmenin demokratik toplumlardaki önemi ele alınmıştır. Şüphesiz ki seçmeni anlamlandırmaya yönelik tüm bu teorik inceleme medya ve siyaset kurumları arasındaki diyalektik ilişki çerçevesinde şekillenmiştir.

Bu bakımdan medyanın seçmen üzerindeki etkisinde kitle iletişim araçlarının seçmeni politik konular hakkında bilgilendirmesine ve siyasal gündemi tayin etmesine değinilmiştir. Madalyonun diğer yüzünde ise siyasetin medya üzerindeki tahakkümü propaganda modeli üzerinden detaylandırılmıştır. Bu doğrultuda siyasetin medyayı kontrol etme isteğine yer verilmiştir. Özellikle medyada Neo liberal politikaların bir yansıması olarak yaşanan tekelleşmenin sonuçlarına bakılmıştır. Medyadaki tekelleşme veya başka bir deyişle holdingleşme sürecinin medyanın tarafsızlığını ve dördüncü güç olma görevini etkileyip etkilemediği siyaset, medya ve sermaye üçgenini temel alan propaganda modeliyle analiz edilmek istenmiştir. Son olarak da yine propaganda modeline atıfta bulunularak medyadaki haberlerin özellikle siyasal süreçleri ilgilendiren konularda gerçekçiliği ve tarafsızlığı tartışılmıştır. Dolayısıyla medya ve siyaset kurumları arasındaki bu karşılıklı ilişkinin seçmen üzerindeki etkileri çalışmanın kuramsal boyutunda mihenk taşı görevi görmüştür.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise 2018 genel seçimleri öncesi kurulan Cumhur İttifakı, onu oluşturan partilerin siyasi kimlikleri üzerinden değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda kimlik mefhumuna değinilerek siyasi kimliğe dair genel bir perspektif çizilmiştir. Akabinde de Cumhur İttifakı'nı kurmuş olan Adalet ve Kalkınma Partisi'yle Milliyetçi Hareket Partisi'nin siyasi kimliğini oluşturan ideolojik yaklaşımlara dair bir çıkarım yapılmıştır. İki partinin de kimliği kendi özgül ağırlıkları göz önüne alınarak incelenmiş olup tarihsel süreç içerisinde yaşanan değişim ve dönüşümler dikkate alınmıştır.

Her iki partinin siyasi kimliğini oluşturan faktörlere dair kavramsal bir düzlem yapılmıştır. Cumhur İttifakı'nı ortaya çıkaran kritik dönemeçlerden biri olarak kabul gören 16 Nisan 2017 referandumunun Türkiye siyasal hayatında ne gibi değişiklikleri meydana getirdiği incelenmiştir. Yüz yılı aşkın bir parlamenter demokrasi kültüründen sonra Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne tam anlamıyla geçişi sağlayacak olan 2018 genel seçimleri öncesi Türkiye'deki siyasal ortama bakılmıştır. Bu doğrultuda Cumhur İttifakı'nın kuruluş dinamikleri aktarılmıştır.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise tüm bu kuramsal tartışmaların ışığında 2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın seçmen tarafından nasıl anlamlandırıldığı katılımcıların değerlendirmeleri üzerinden analiz edilmek istenmiştir. Farklı demografik özelliklere sahip olan ve siyasi yelpazenin ayrı yerlerinde konumlanan tamamı oy hakkına sahip on beş katılımcıyla yapılan derinlemesine görüşmenin detayları ele alınmıştır. Katılımcılara yöneltilen otuz beş soru üzerinden Cumhur İttifakı'nın seçmen tarafından hangi ortak paydaları içerdiği ve nasıl anlamlandırıldığı ortaya konulmuştur.

Nitel bir araştırma olması itibariyle çalışmanın güvenilirliğini nicel veriler üzerinden saptamak olanaksızdır. Ancak çalışmada hazırlanan sorular bir zincirin halkaları gibi Cumhur İttifakı'nın bütünselliğini gözeterek şekilde hazırlanmıştır. Dolayısıyla katılımcıların değerlendirmelerinin tutarlılığı incelenmiştir. Çalışmanın yöntemini derinlemesine görüşme tekniği oluştururken araştırmanın sınırlılığından dolayı sadece Cumhur İttifakı'nı kuran Ak Parti ve MHP seçmenlerinin yanı sıra ana muhalefet partisi olması itibariyle CHP'nin seçmenlerine yer verilmiştir. Araştırmanın bulguları beş başlık altında tasnif edilmiş olup çalışmanın amacıyla bağlantılı olacak şekilde analize tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgular üzerinden seçmenin Cumhur İttifakı'na yönelik toplumsal algısına dair akademik düzeyde çıkarımlarda bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. SİYASET VE MEDYA İLİŞKİSİ

Demokratik yönetim sistemlerinde siyasal katılımı gerçekleştiren ve sisteme meşruluk kazandıran seçmen olgusu, bu bölümde medya ve siyaset kurumları arasındaki diyalektik ilişki çerçevesinde kuramsal düzeyde ele alınmıştır. Bu bakımdan seçmenin oy verme davranışı ve siyasal süreçlere dair tutum ve düşünceleri kavramsal ve kuramsal boyutta açıklanmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda medyanın seçmen üzerindeki etkilerinde, kitle iletişim araçlarının seçmeni siyasal süreçlere dair bilgilendirmesine ve politik gündemi belirleme gücüne odaklanılmıştır. Diğer tarafta ise siyasetin medya üzerindeki tahakkümü siyaset, medya ve sermayeyi temel alan propaganda modeli üzerinden açıklanmıştır.

1.1.Siyasal Süreçte Seçmen Davranışları

Demokrasinin en önemli kurumu olarak seçimler, siyasal iktidara talip olanların seçmenler tarafından seçilerek belirli bir süre için yetkilendirilmesine olanak tanımaktadır (Avcı ve Hülür,2016:1638). Siyasal iktidara talip olanlar seçmenlerden demokrasinin bir gereği olarak oy vermesini beklerken, seçmen de politik görüşüne uygun, vaatlerini tatmin edici bulduğu ve liderinden emin olduğu siyasal partilere oy vermektedir (Akay,2012:45). Siyasal katılımı gerçekleştirerek oy verme davranışında bulunan seçmenler, bilinçli ya da bilinçsiz genelde bir takım şartların etkisi altında kalarak oy verme davranışında bulunmaktadır (Damlapınar ve Balcı,2005:59). Oy verme hakkına erişmiş vatandaş olarak tanımladığımız seçmen, demokratik toplumlarda örgütlü veya örgütsüz biçimde yönetilen sınıfını oluşturmaktadır (Akay,2012:95).

Dünyada yönetim sistemlerinin yıllar içerisinde monarşiden demokrasiye evrilmesiyle birlikte günümüzde kitlelerin elde ettiği oy hakkı seçmenleri ve seçimleri demokrasinin vazgeçilmezi haline getirmiştir. Bu bakımdan seçimler siyaset biliminin temel konularından birini oluşturmaktadır (Yıldırım,2014:15). Demokrasinin kilit bir unsuru olan seçimler, antik Yunan kent devletlerinden günümüze kadar her dönemin kendine özgü şartları içerisinde farklılaşarak yeni formlar kazanmıştır (Beren,2013:193).

Bu doğrultuda egemenliğin teokratik kaynaklarda görüldüğü düşünce akımlarının zaman içerisinde yerini yönetilen kesimlerin rızasına devretmesi, politik bir değişimi de beraberinde getirmiştir (Turan,1986:67). Günümüzde hem demokratik hem de anti demokratik yönetim şekilleri asgari düzeyde toplumsal desteğe ve meşruluğa ihtiyaç duyduğu için vatandaşların politik sisteme katılım göstermesi modern siyasal yönetimler için gereklilik arz etmektedir (Balcı vd.,2013:36-37). Bu bakımdan iktidar mücadelesinin imtiyazlı azınlıkların tekelinden alınmasını sağlayan genel oy hakkı, siyasal iktidara talip olan kesimlerin vatandaşları ikna etmesini gerekli kılmaktadır (Kahraman,2014:39). Bu doğrultuda düşünülecek olunursa kitlelerin oy hakkı elde etmesiyle birlikte artık seçmenler siyasal iktidarı elde etmek isteyen tüm politik aktörler için önemli hale gelmiştir.

Bir başka deyişle vatandaşlar, temsili demokrasinin vazgeçilmez bir unsuru olarak genel ve eşit oy hakkıyla kendisini temsil edecek olan yönetici sınıfları seçmektedir (Özkan,2004:90). Dolayısıyla modern temsili demokrasinin en çarpıcı özelliği yurttaşların, belirli aralıklarla gerçekleştirilen seçimler aracılığıyla siyasal iktidarı yönetime getirmesi ve memnun olmadığı takdirde görevden uzaklaştırmasıdır (Akgün,2000:75). Bu bakımdan vatandaşlar seçimler aracılığıyla siyasal iktidarın kullanımına doğrudan katılmasa da iktidara talip olan yönetici kadroları belirli aralıklarla gerçekleştirilen seçimler üzerinden denetleme gücüne sahip olmuştur (Değer,2018:79). Seçmenin politik sistemin işleyişine dâhil olmasının ilk örnekleri antik Yunan'a kadar uzansa da genel ve eşit oy hakkı Fransız ve Amerikan devrimlerinin bir sonucudur (Akgün,2002:21). Yine de devrimden sonra ortaya çıkan 1791 tarihli Fransız anayasasında tüm vatandaşlara oy hakkı tanınmadığını, yani bir başka ifadeyle genel oy hakkı yerine sınırlı oy hakkının verildiği bilinmektedir (Kapani,2007:80-81).

O halde egemenliğin kaynağının halkta görüldüğü demokratik yönetim sistemlerinde vatandaşların genel oy hakkına erişimi birtakım siyasal süreçlerin sonucunda gelişmiştir. Tüm bu gelişmelerin ışığında siyasal katılımı yerine getiren seçmenlerin oy verme davranışı hem siyaset bilimi hem de siyasal iletişim alanlarının üzerinde önemle durduğu bir konu olmuştur. Çalışmanın ilgi alanını oluşturan seçmen davranışını açıklamadan önce siyasal katılım ile seçmenin oy verme davranışı arasındaki farklılığı belirtmekte fayda vardır. Oy verme davranışı başta olmak üzere seçim kampanyalarında faaliyet göstermek, politik tartışmalara katılmak, siyasetçilerle ilişki kurmak gibi bir takım davranışsal etkinlikler siyasal katılım olarak ifade edilmektedir (Özkan,2004:89).

Görüldüğü üzere siyasal katılım, seçmenin oy verme davranışından daha fazlasını içinde barındıran kapsamlı ve çok boyutlu bir süreci işaret etmektedir. Toplumdaki fertlerin iktidara talip olan siyasetçileri seçmesi veya siyasal karar alma süreçlerinde kendi çıkar ve beklentilerini gerçekleştirme için ortaya koymuş oldukları davranış biçimi siyasal katılımı oluşturmaktadır (Balcı vd.,2013:38). Bu manada düşünüldüğünde siyasal katılım oy verme tercihinin dışında politik maksatlı parti kurma, derneğe üye olma, toplantı ve gösterilere katılma gibi bir dizi etkinlikten oluşmaktadır (Çaha,2008:57). Siyasal katılım alışlagelmiş ve olağandışı olmak üzere iki şekilde sınıflandırılırken; alışlagelmiş siyasal katılımın en basit hali oy vermeyi içerirken, olağandışı siyasal katılım ise bildiri yayınlamaktan gösteri düzenlemeye kadar birçok faaliyeti içermektedir (Turan,1986:70-72). Siyasal katılımı seçmen davranışı arasındaki sınır çizildikten sonra çalışmanın bundan sonraki bölümünde politik sisteme işlerlik kazandıran seçmenin oy verme davranışı anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

1.1.1.Seçmen Davranışına Yönelik Kuramsal Yaklaşımlar

Seçmenin oy verme davranışına yönelik teorik modelleri açıklamadan önce seçme edimini ve siyasal davranışı anlamak gerekmektedir. İnsanların bir eylem olarak davranış ediminde bulunması, karar alma süreçlerine girmesi ve nihayetinde seçme işini yaparak bunu bir eylem halinde gerçekleştirmesi siyasi davranış olarak tanımlanmaktadır (Doğan ve Göker,2013:10). Demokratik çoğulcu toplumlarda seçmen davranışını analiz etmek için birçok faktör değerlendirme kapsamına alınmaktadır. Seçmen davranışı, tüketici davranışı gibi açıklanması kolay olmayan bir yapıya sahip olduğu için bu konuda yapılan araştırma ve analizlerin çeşitliliğini artırma zorunluluğu bulunmaktadır (Uztuğ,2004:167).

Seçmenlerin tıpkı tüketici grupları gibi karar alıcı olarak işlev gördükleri düşünüldüğünde seçmen davranışları içinde yer aldığı kültürel ve sosyal sınıfları çözümleyecek ayrıntılı araştırmaları gerektirmektedir (Eroğlu ve Bayraktar,2010:190). Tüketicilerin marka tercihine benzer olarak seçmenler de farklı yöntem ve tekniklerle siyasi partileri seçmektedir (Tan ve Baydaş,2017:594). Türkiye’de ise seçmenin davranışlarına dair yapılan araştırmalar son dönemlerde fazlalaşsa da bu konuda seçmenin oy verme davranışını hangi faktörlerin etkileyip etkilemediğine dair elde edilen veriler sınırlılık göstermektedir (Karaçor ve Gözüm,2012:406).

Siyasal süreçte önemli bir aktör olan seçmenler homojen bir yapıya sahip değildir. Bu durum dikkate alındığında farklı bireysel ve toplumsal özellikler sergilemeye açık bir seçmen kitlesi bulunmaktadır. Dolayısıyla seçmenleri değerlendirirken onların sosyolojik, psikolojik, ekonomik özelliklerinin yanı sıra seçmenin bireysel tercihleri ve toplumsal çevreyle ilişkileri gibi parametreler de seçmen davranışını analiz etmekte ön plana çıkmaktadır (Doğan ve Göker,2013:9). Tüm bu gelişmeler ışığında seçmen davranışının doğası gereği karmaşık ve çok boyutlu bir süreç olduğu görülmektedir.

Batı'da seçmenin oy verme davranışına yönelik araştırmalar 1940'larda başlamış olup İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hız kazanmıştır (Akgün,2002:24). Literatüre bakıldığında seçmenin oy verme davranışını açıklamaya çalışan üç kuramsal model söz konusudur; bunlar sosyolojik yaklaşım, psikolojik yaklaşım ve rasyonel tercih modelidir. (Teyyare ve Avcı,2016:52). Bu yaklaşımlar içerisinde sosyolojik kuram Columbia ekolü olarak bilinirken psikolojik yaklaşım Michigan ekolü, rasyonel tercih modeli ise ekonomik yaklaşım olarak tanınmaktadır (Çakır ve Biçer,2015:99).

Seçmenin oy verme davranışına sosyolojik açıdan bakanlar bireyin kişisel tutum ve değer yargılarına önem vermemektedir (Özkan,2004:111). Bu yaklaşımda seçmenler içinde buldukları toplumsal gruplar doğrultusunda oy verme tercihinde bulunurken yaş, cinsiyet, eğitim, mesleki özellikler gibi etmenlerin seçmen davranışını etkilediği görülmektedir (Özer ve Meder,2008:35). Seçmenin oy verme davranışını adaylar üzerinden değil de partiler üzerinden açıklamaya çalışan sosyolojik modelde seçmenin kararında aile, sosyal statü, bireyin içinde bulunduğu toplumsal grup ve din gibi faktörler de etkili olmaktadır (Aydın Kılıç,2013:51).

Tarihsel gelişimi 1940 yılında ABD başkanlık seçimleri sırasında seçmenler üzerine yapılan bir araştırmaya dayanan sosyolojik modelde, seçmen davranışının altında toplumdaki sosyal bölünmenin yattığı savunulmaktadır (Doğan ve Göker,2013:26). Seçmen tercihlerinin incelendiği bu araştırmadan çıkan genellemelere bakıldığında oy verme davranışının bir grup deneyimi olduğu, bireyin sosyal bir varlık olarak siyasallaştığı, politik eğilimlerde din, sosyo-ekonomik statü ve coğrafi konumun önemli olduğu ortaya çıkmıştır (Özkan,2004:111). Bu açıdan bakıldığı zaman sosyolojik yaklaşımda seçmen bireyden ziyade toplumsal bir varlık olarak görülmekte ve seçmen tercihinde kişisel tutumlardan ziyade sosyal faktörler öne çıkmaktadır.

Yani başka bir deyişle seçmenlerin birlikte yaşadığı eşlerinden, aynı ortamda çalıştıkları insanlardan etkilendiği kabul edilmektedir. Bu bakımdan seçmenin demografik özelliklerinin araştırmacılara bir veri kaynağı sunduğu bilinmektedir (Damlapınar ve Balcı,2005:59). Toplum içerisindeki sosyal bölünmüşlüğü oy verme davranışını etkilediğini öne süren sosyolojik yaklaşım sınıf temelli bölünmenin öteki bölümlere kıyasla neden oy verme tercihinde daha fazla etkili olduğunu açıklamakta zorlanmaktadır (Aydoğan Ünal,2016:100). Sınıf temelli oy verme tercihinin zayıfladığı günümüz toplumlarında siyasal süreçlerden uzaklaşma eğiliminde olan seçmenin güncel ve kısa dönemli olaylara bakarak oy verme davranışı gösterdiği de gözlenmektedir (Avcı ve Hülür,2016:1640). Aynı zamanda sosyolojik model partiler arasındaki oy geçişleriyle parti sistemlerindeki yapısal değişikliği açıklamak konusunda kuramsal esneklikten yoksun olduğu için eleştiri almaktadır (Akgün,2002:26). Tüm bu etmenlerin yanı sıra sosyolojik yaklaşım, bireyselliği ve seçmenlerin kendi başlarına karar alabilme inisiyatiflerini göz ardı etmektedir (Kalender,2005:65).

1950'li yıllarda bireyi odak noktasına alan araştırmaların artmasıyla birlikte seçmenin oy verme davranışında psikolojik yaklaşım önem kazanmaya başlamıştır (Aydın Kılıç,2013:51). Sosyolojik yaklaşım seçmeni sosyal bir varlık olarak kabul ederken psikolojik kuram toplumcu perspektifin tam aksine seçmenin siyasal davranışında partiye yönelik psikolojik tutumun ön plana çıktığını vurgulamaktadır (Doğan ve Göker,2013:11). Bu modelde bilhassa tutumların yönü ve yoğunluğu seçmen davranışını öngörmekte önem arz etmektedir; zira tutumlar bir seçmenin partiler arasında yapacağı tercihi etkilemektedir (Kalender,2005:47). Partiyle özdeşleşme kuramı olarak da bilinen bu yaklaşım 1948, 1952 ve 1956 yıllarındaki başkanlık seçimleri sırasında elde edilen görüşmelerin doneleri doğrultusunda hazırlanmıştır (Yıldırım,2014:17).

Campbell ve arkadaşlarının 1960 yılında yayımlanmış olduğu *Amerikan Seçmeni (The American Voter)* adlı eserin temel alındığı çalışmanın sonuçları göstermiştir ki; Amerikan seçmenin oy verme tercihinde partizanlık yani diğer bir ifadeyle partiyle özdeşleşme söz konusudur (Teyyare ve Avcı,2016:56-57). Seçmenin partiye duyduğu sevgiyi ve bağlılığı temel alan bu yaklaşımda kişinin bir partiye aidiyet duyup onunla özdeşleşmesi için herhangi bir hukuki bağının bulunması gerekmez (Özkan,2004:112). Bu yaklaşımda seçmenin oy verme davranışında çocukluk evresinden başlayarak devam etmekte olan siyasal toplumsallaşma sürecinin önemli bir rol üstlendiği öne sürülmektedir (Beren,2013:195).

Bu noktada aydınlatıcı olması bakımından politik toplumsallaşmaya bir parantez açmak gerekmektedir. Çocukluk döneminde başlayan ve oy verme yetkinliğine gelene kadar bir çocuğun politik süreçlere, ülke gündemine, anayasaya dair elde ettiği bilgilenme dönemi siyasal toplumsallaşma olarak ifade edilmektedir (Turan,1986:47-48). Bu kurama göre birey oy verme yaşına erişene kadar siyasal konulara yönelmekte ve bu yönelimini kendi toplumsal çevresine de yansıtmaktadır (Özkan,2004:113). Bu bakımdan seçmenin oy verme tercihinde çocukluk döneminde başlamış durumda olan siyasal sosyalleşme sürecinin önemi büyüktür. Bu yaklaşıma göre seçmenin çocukluk yıllarından beri ailesi ve çevresinin etkisi altında kalması politik tutumlarını güçlü bir şekilde etkilemiştir (Damlapınar ve Balcı,2005:60).

Psikolojik yaklaşımın seçmenin oy verme davranışına yönelik çıkarımlarına bakıldığında hayat boyu partiye duyulan bağlılık ile bu bağlılığın oluşmasında ailede başlayan sosyalleşme süreci öne çıkmaktadır (Özkan,2004:113-114). Parti kimliğini merkezine alan psikolojik yaklaşım, seçmenin bir partiyle özdeşleşme sürecini fazla önemseydiği için 1990'lı yıllarda eleştiri almıştır (Aydoğan Ünal,2016:103). Parti tutumlarının yerini aday faktörüne bıraktığı durumlarda psikolojik yaklaşım, seçmenin davranışını önceden tahmin etme konusunda yetersiz kalmaktadır (Kalender,2005:66).

Seçmenin oy verme davranışına yönelik bir diğer kuramsal modelde seçmenin çıkarlarını ön plana alan rasyonel yaklaşımdır (Aydın Kılıç,2013:52). İktisadi etmenleri daha fazla dikkate aldığı için bu kuramsal yaklaşım ekonomik oy verme modeli olarak da bilinmektedir (Yıldırım,2014:16). Seçmenin fayda maksimizasyonu yaptığını öne süren bu teorik yaklaşım 1957'de Downs'ın yayınlanan '*Demokrasinin Ekonomik Teorisi*' adlı ünlü eserinde de belirtildiği üzere seçmenler, kendilerine diğer tüm siyasal partilerden daha fazla yarar sağlayacağını düşündüğü partiye oy vermektedir (Akgün,2002:27). Bu bakımdan seçmenin oy verme davranışına rasyonel açıdan bakanların temel öngörüsü, seçmenin kendi menfaatlerini iyi tanıması ve bu menfaatler doğrultusunda kendisine en iyi hizmeti sağlayabilecek aday veya siyasal partiye oy vermesidir (Kalender,2005:50). Bu modelde seçmenin oy verme davranışında toplumsal gruplardan ziyade birey öne çıkmaktadır (Teyyare ve Avcı,2016:53). Seçmenin oy verme davranışını bireyci bir bakış açısıyla ele alan bu yaklaşım, dolayısıyla toplumsal grupları merkezine alan diğer kuramsal modellerden farklılaşmaktadır (Aydoğan Ünal,2016:105).

Seçmenin rasyonel bir vatandaş olarak görüldüğü bu yaklaşımda birey, mevcut hükümetin politikalarıyla muhalefette yer alan partilerin iktidar olması durumunda elde edebileceği hizmetleri mukayeseli bir şekilde ele almaktadır (Özkan,2004:115). Geçmişe dönük oy verme davranışı olarak da bilinen bu yaklaşımda seçmenler oy verme tercihinde bulunurken hükümetin mevcut uygulamalarıyla kendi ekonomik göstergelerini dikkate almaktadır (Akgün,2002:27). Bu bakımdan seçmenin bu yaklaşımda vaatlerden ziyade ülkedeki ekonomik tabloyu değerlendirdiği görülmektedir. Seçmenlerin oy verdiği siyasal parti hükümetteyken başarılı politikalar yürütemediyse, verilen sözler gerçekleştirilmediyse, insanların ekonomik durumlarında ileriye dönük olumlu gelişmeler yaşanmadıysa seçmenler oy verdiği partiyi bırakma davranışında bulunmaktadır (Özsoy,2002:128). Dolayısıyla ülkedeki ekonomik veriler müspet ise seçmen iktidarda bulunan partiye yakın dururken, ekonomik gidişat menfi yönde seyrettiğinde siyasal iktidarı cezalandırıcı bir oy verme davranışı sergilemektedir.

Fayda ve maliyet hesaplarının yapıldığı bu yaklaşım, sosyolojik kuramdan farklı olarak seçmenin kişisel çıkarlarının parti tercihinde etkili olduğunu savunmaktadır (Aydoğan Ünal,2016:104). Eğer seçmen desteklediği siyasal partinin kazanma şansını az görürse sevmediği partinin iktidar olmasını engellemek maksadıyla diğer partilere oy verme eğilimi göstermektedir (Damlapınar ve Balcı:2005:60). Rasyonel oy verme davranışına getirilen en büyük eleştiri, seçmenin fayda ve amacını maddi çıkarlara indirgeyerek ekonomi dışındaki faktörler ile siyasette önem teşkil eden sembolik değerleri ihmal etmesidir (Akgün,2002:27). Bu yaklaşıma getirilen bir diğer eleştiri de seçmenin hem kendi çıkarları hem de siyasal partilerin seçim vaatlerine yönelik eksiksiz bir bilgiye sahip oldukları yönündeki yanlış varsayımdır (Aydoğan Ünal,2016:105).

Her ne kadar iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bilgiye erişimde büyük kolaylıklar sağlanmış olsa da günümüz medyasında yaşanan enformasyon bombardımanı dikkate alındığında seçmenin partilerin verdiği mesajlara yönelik bir kafa karışıklığı yaşaması muhtemeldir. Rasyonel yaklaşım aynı zamanda seçmenin kararını, tüketici davranışı gibi konumlandırması ve seçmenin parti veya aday tercihinin ise ürün seçimi gibi değerlendirmesi bakımından eleştiri oklarının hedefi olmuştur (Kalender,2005:68). Hülasa seçmenin oy verme davranışı açıklamaya yönelik bütün bu kuramsal yaklaşımların geçerliliği kendi içlerinde kabul edilmekle birlikte seçmenin siyasi davranışının çok boyutlu bir süreç olduğu gözden kaçırılmamalıdır.

Dünyada meydana gelen değişim süreçlerine bakıldığında bireyselleşmenin artmasıyla beraber partiye duyulan bağlılıklar azalmakta ve alternatif fikirlere kapalı olmayan dinamik bir seçmen olgusu ortaya çıkmaktadır (Özkan,2004:116). Kısacası seçmenin oy verme davranışını anlamlandırmayı amaçlayan tüm bu yaklaşımlar dışlayıcı olmaktan ziyade birbirlerini tamamlayıcı bir özellik içermektedir (Damlapınar ve Balcı,2005:60).

1.1.2. Seçmen Davranışına Etki Eden Faktörler

Seçmenin politikaya olan ilgisi farklı mecralarda ortaya çıksa da en somut hali seçim dönemleridir. Bir toplumun politik açıdan yönetilmesini sağlayacak olması itibariyle siyasal bir olgu olan seçimler, siyasal partilerle seçmenler arasında iletişimi sağlayan önemli bir olay olma özelliğini korumaktadır (Temizel,2012:3). Dolayısıyla seçmenlerin vatandaşlık görevini yerine getirirken hangi parametrelerin oy verme davranışı üzerinde etkili olduğu, seçmenin sandık başına giderken rasyonel bir tutum mu takındığı yoksa duygusal mı davrandığı cevap bekleyen sorulardır. Bu bakımdan seçmenin oy verme yaklaşımını etkileyen unsurların neler olduğu sorusu siyaset sosyolojisi alanında faaliyet yürüten araştırmacıların temel ilgi alanını oluşturmaktadır (Akgün,2002:23).

Siyasal eğilimleri farklılık gösteren seçmenin oy verme davranışını etkileyen faktörlerin neler olduğu üzerine yapılan araştırmalar göstermektedir ki; parti, aday, seçmenin demografik özellikleri, aile, din, gündem, medya, kamuoyu araştırmaları, kamuoyu liderleri, iktisadi politikalar ve çıkar grupları seçmenin oy verme tercihini etkilemektedir (Beren,2013:194-195). Tüm bu etmenler göz önüne alındığında seçmenin oy verme davranışının tek bir faktöre indirgenemeyecek kadar karmaşık bir doğası olduğu anlaşılmaktadır. Kuşkusuz ki her bir etmen seçmen tercihi üzerinde etkili olsa da siyasal iletişim faaliyetleri bakımından seçmenin oy verme davranışını etkilemeyi amaçlayan siyasal partilere ayrı bir önem verilmesi gerekmektedir.

Seçim kampanyaları döneminde seçmenin hangi siyasal partiye oy vereceğini kestirmek oldukça zor bir süreçtir (Avcı ve Hülür,2016:1641). Siyasi partiye ilişkin etmenlerde parti kimliği, parti lideri, partinin programı, seçmene yönelik vaatleri, partinin veya liderin imajı, partinin ideolojik yaklaşımı, örgütlenme yapısı, seçmenle kurduğu iletişim gibi birçok unsur yer almaktadır (Doğan ve Göker,2013:28-29). Bu faktörlere ilaveten seçmenin oy verme davranışında bir siyasal partiden en büyük beklentisi ülkenin yaşadığı mevcut sorunlara somut çözümler üretecek politikalar geliştirmesidir (Özsoy,2002:117).

Seçmen davranışını etkileme konusunda partilerin somut çözüm önerilerinin yanı sıra partiye duyulan bağlılık da önemli bir değişken olarak görülmektedir. Seçmenin oy verdiği siyasal partiye duyduğu aidiyet, kendi kişisel kararlarına güven duymasına ve oy verme davranışının sadakate dönüşmesine yol açmaktadır (Tan ve Baydaş,2017:604). Seçmenin oy verme davranışında hangi partiyi tercih edeceğini belirlemede beş etmenin ön plana çıktığını belirten Kalender'e göre (2005:38) bu unsurlar; partiyle özdeşleşme, adayın imajı, konu, seçmenin grup üyeliği ve geçmiş değerlendirmeler olarak sıralanmaktadır. Partiyle özdeşleşmede seçmenin oy verme tercihinde, lider özellikleriyle ideolojik faktörlerin etkili olduğu yapılan araştırmalarda ortaya çıkmıştır (Çakır ve Biçer,2015:101). Seçmenin oy verme davranışını etkileyen unsurlardan birisi de yerel seçimler başta olmak üzere adayın imajıdır (Uztuğ,2004:66). Gerçekliğin yeniden inşası olarak da görülen imaj olgusunda adayın bireysel ve profesyonel vasıfları, seçmenlerin adaylar hakkındaki düşüncelerini yeniden üretmesine olanak tanımaktadır (Aydın Kılıç,2013:49). Süreç içerisinde siyasal partilerin imajı düşüşe geçerken adayın imajının geliştiği görülmektedir (Damlapınar ve Balcı,2005:60).

Seçmenin oy verme tercihinin belirleyen bir başka değişken de bizatihi seçmenlerin demografik özellikleridir. Bu bakımdan seçmenin yaşı, cinsiyeti, eğitim durumu gibi birçok etmen seçmenin politik davranışı üzerinde rol oynamaktadır. Seçmenin oy verme tercihinin etkileyen önemli değişkenlerden biri olarak eğitim, bireyin çevresinde meydana gelenlerden haberdar olmasını ve politikayla ilgili beceri kazanmasını sağlamaktadır (Çaha,2008:66). Seçmenler için seçim dönemlerinde meydana gelen siyasi, iktisadi, sosyal konuları içeren gündem faktörüyle seçim kampanyaları döneminde partilerin sıklıkla başvurduğu propaganda faaliyetleri de seçmen davranışı üzerinde etkili olmaktadır (Doğan ve Göker,2013:30-31). Gündem başlığı içerisinde ülkenin yaşadığı politik kriz, terör sorunu, işsizlik, enflasyon, insan hakları ihlalleri, dış politika kaynaklı sorunlar seçmenin oy verme davranışını sergilerken ilgi alanına girmektedir (Çakır ve Biçer,2015:101).

Seçmenin kararında rol oynayan önemli bir etmen de seçim dönemlerinde sıklıkla uygulanan kamuoyu araştırmalarıdır. Seçimlerden önce gerçekleştirilen kamuoyu araştırmalarının hem dünyada hem de Türkiye'de seçmenin oy verme davranışını etkilediğine dair kuvvetli bir kanı söz konusudur (Negiz ve Akyıldız,2012:174). Kamuoyu araştırmalarının seçmen davranışı üzerindeki etkileri *gözde olana yönelme* ve *zayıfa destek* olarak iki başlık altında ele alınmaktadır (Kalender,2005:100).

Seçim yarışında önde görünen bir siyasal parti veya adayın seçmen tarafından desteklenmesi gözde olana yönelmeyi içermektedir (Özkan,2004:222). Zayıfa destek ise seçimlerde bir parti veya adayın önde olduğunu gösteren bir kamuoyu araştırmasının kararsız seçmeni, bu aday veya partiye muhalif olanların çevresinde toplanmaya sevk etmektedir (Kalender,2005:101). Seçmenlerin siyasi kanaatlerini ve oy verme tercihini belirleyen bir diğer parametre de çevresindeki insanların politik tutum ve düşüncelerini etkileme rolüne sahip olan kamuoyu liderleridir (Doğan ve Göker,2013:35).

Seçmenin oy tercihini etkileyen önemli etmenlerden bir tanesi de ailedir. Aile birtakım politik görüşleri, değer yargılarını, davranış kalıplarını bilinçli olarak çocuklara aktarmaktadır (Turan,1986:47-48). Böylelikle ailenin demokratik veya otoriter yapısı çocuğun davranış biçimlerine yansıyan en temel faktörlerden biri olarak kabul görmektedir (Balcı vd.,2013:57). Çocukların aile içerisinde yaşadığı siyasal toplumsallaşma süreci göz önüne alındığında çocuklar, küçük yaşta bir siyasal partiyi tercih etmekte veya ebeveynlerinin desteklediği partiyi tutmaktadır (Doğan ve Göker,2013:33). Bu bakımdan aile içerisinde bilinçli bir şekilde gerçekleştirilen siyasal toplumsallaşma süreci çocuğun herhangi bir partiyle duygusal bağ kurmasını sağlamaktadır (Aydın ve Özbek,2004:148).

Seçmenin siyasi davranışını etkileyen önemli bir parametre de seçmenin geçmiş tecrübeleridir. Eğer seçmen geçmiş dönemde oy verdiği siyasal partiden kendi gereksinimlerini karşılayabilmişse aynı minvalde oy tercihi göstermektedir (Akay,2012:103). Seçmenlerin oy verme davranışında öne çıkan unsurlardan biri de son dönemde ortaya konulan araştırmalar neticesinde din olgusudur (Doğan ve Göker,2013:33). Etkisi az veya çok olsun seçmenin oy verme tercihinde din olgusu, çoğu toplumda önemli bir değişken olarak kabul edilmektedir (Çakır ve Biçer,2015:102). Özellikle üçüncü dünya ülkeleri olarak tanımlanan toplumlarda dini değerler, tüm yönleriyle seçmenin motivasyonunu etkilemektedir (Çaha,2008:69).

Dünyada ve Türkiye’de yapılan araştırmalar göstermektedir ki; seçmen davranışı üzerinde belirleyici bir faktör de iktisadi yani bir başka deyişle ekonomik politiklardır (Doğan ve Göker,2013:35). Ülkelerin içinde bulunduğu mevcut iktisadi koşullar seçmenin oy verme davranışını kaçınılmaz şekilde etkilemektedir (Yıldırım,2014:19). Yine de seçmenin siyasi tercihinin salt ekonomik gelişmeler üzerinden değerlendirilmesi doğru değildir.

Sosyal bir varlık olan insanın, tutum ve davranışlarını sadece ekonomik göstergeler üzerinden açıklamak seçmenin politik ve kültürel özelliklerinin görmezden gelinmesine yol açmaktadır. Seçmenin oy verme tercihi üzerinde etkili olan faktörlerde biri de çalışmanın da temelini oluşturması bakımından kitle iletişim araçları ya da diğer bir ifadeyle medyadır. Çünkü politik gelişmelere ilişkin gerekli enformasyon büyük ölçüde kitle iletişim araçlarından sağlanmaktadır (Çaha,2008:85). Dolayısıyla seçmenlerin oy verme davranışında medya organları gerek propaganda gerekse de haber aktarma işlevleriyle etkili olmaktadır (Tokgöz,2010:108).

Bu bakımdan medyanın kamuoyuna aktarmış olduğu haber ve bilgi içerikleriyle seçmenin siyasi davranışının inşasında önemli bir rol üstlendiği bilinmektedir (Özkan,2004:56). Günümüzde tüm seçmelere doğrudan ulaşmanın ne kadar zor olduğu dikkate alındığında kitle iletişim araçlarının, siyasi iletişim faaliyetleri için ne kadar vazgeçilmez olduğu ortaya çıkmaktadır (Balcı vd.,2013:69). Medyanın seçmenin oy verme tercihinde etkili olması bundan istifade etmek isteyen tüm siyasi aktörler için kitle iletişim araçlarını önemli kılmaktadır (Çakır ve Biçer,2015:101). Bu bakımdan siyasi iktidarı elinde bulunduranlar medyayı kullanarak seçmenlerin davranışlarını etkileme ve kontrol etme olanağı bulurken aynı zamanda seçmenin siyasi hayata katılımını da artırmaktadır (Özgül,2017:206). Seçmenler de medyanın etkisi altında kalarak siyasi süreçlere dair karar geliştirmektedir (Akay,2012:47). Dolayısıyla medya dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen olayları haber olarak iletmenin yanı sıra seçmenlerin politik olaylar hakkında haberdar olmalarını ve siyasi bir kanaat inşa etmelerini sağlamaktadır (Turam,1994:45).

Böylelikle günümüzde seçmenler için önemli bir haber alma kaynağı olan medya, yöneticileri ve kurumları kamuoyu adına denetleme gücüne sahip olması bakımından toplumların gözü kulağı olarak da işlev görmektedir (Işık,2005:116). Klasik liberal yaklaşımda dördüncü güç olarak görülen ve siyaset kurumunu kamu adına denetleyen, seçim dönemleri başta olmak üzere vatandaşların politik konulara dair bilgi elde etmesini sağlayan medya, aynı zamanda siyasi gündemi belirleme gücüyle de seçmenin oy verme davranışında son derece etkili bir araçtır. Özetle demokratik katılımcı sistemin vazgeçilmez bir ögesi olarak görülen seçmenler, siyasi iletişim faaliyetlerinin merkezinde yer almaktadır. Dolayısıyla siyaset ve medya kurumları toplum içerisinde var olmaya devam ettiği müddetçe ve demokratik kültür geliştikçe seçmenin oy verme davranışı siyasi iletişimcilerin odağında kalmaya devam edecektir.

1.2. Medya ve Siyaset İlişkisi

Demokratik siyasal yönetim şekillerinde medya ve siyaset kurumları toplumu temsilen faaliyette bulunan ve doğası gereği aralarında diyalektik ilişki bulunan birbirleriyle etkileşime açık alternatifsiz iki olgudur (Damlapınar,2008:187). Siyasetçiler mesajlarını kitle iletişim araçlarıyla topluma aktarırken toplum da siyaset kurumundan beklentilerini medya üzerinden siyasetçilere iletmektedir (Özkan,2004:72). Karşılıklılık temeline dayanan medya ve siyaset kurumları arasındaki bu ilişkide ortaya çıkan gelişmeler hem medya alanını hem de siyasetin yapısını etkilemektedir (Arslan,2004:6).

Bu bakımdan medya ve siyaset arasındaki çok boyutlu ilişkiyi anlamlandırmadan önce her iki kurumu da tanımlama ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Siyaset gibi önemli bir bilim dalı gerek ülkelerin gerekse de bireylerin hayatını etkileme gücüne sahip olması bakımından birçok farklı ifadeyle tanımlanmaktadır. Siyasetin muhtevasına yönelik tanımlamalara geçmeden önce kavramın etimolojik kökenine bakmak gerekmektedir. Gündelik yaşamda farklı içeriklerde kullanılan siyaset sözcüğü dilimize Arapçadan geçmiş bir kelime olarak o dilde yönetmek manasına gelen '*siyasa*' kelimesinden türemiştir (Balcı vd.,2013:23). Kavram, etimolojik kökeninde yönetmek kelimesi üzerinden nitelendirilmiş olsa da politikayı salt yöneten yönetilen ilişki üzerinden açıklamak doğru olmaz. Siyaset, bu kapsamı dar tutulmuş açıklamadan daha fazlasını içermektedir.

Bostancı (1998:158) politikayı bir toplumda iktidar mücadelesinde yer alarak toplumsal kaynaklardan en büyük payı elde etmeyi amaçlayan ve bu doğrultuda faaliyet gösteren düşünce, ideoloji, ittifak ve meşrulaştırmanın kullanıldığı bir süreç olarak ifade etmektedir. Bir başka deyişle politika aslında toplumdaki bireylerin kendi çıkarlarını maksimize etmek için diğer insanlarla girdiği uzlaşma ve çatışma arenasıdır. Van Dyke, siyaseti kamuyu ilgilendiren konularda insanların kendi tercihini onaylatırken diğerlerinin tercihlerinin gerçekleşmesini engellemek maksatlı birçok aktörün içerisinde yer aldığı bir mücadele alanı olarak tanımlamaktadır (Turan,1986:7). Kapani (2007:20) ise politikayı toplumdaki değerlerin paylaşımıyla ilişkili düşünce ve menfaat çatışması, diğer bir deyişle iktidar mücadelesi olarak ifade etmektedir. Şüphesiz ki politikayı anlamlandırmak için yukarıda bahsedilen bütün bu tanımlamalar siyasetin doğasına dair geniş bir perspektif sunmaktadır. Her bir tanımın kendi içerisinde doğruluk ve yanlışlık payı bulunduğunu gözden kaçırmamak gerekmektedir.

Bu bakımdan siyaset kavramı son derece dinamik bir yapıya sahip olarak insanlığın tarihsel gelişimi içerisinde yaşadığı değişim ve dönüşümlerle zenginleşen bir içeriğe sahip olmuştur. Politika tüm bu etmenlerin yanı sıra akademik düzeyde bir ilgi alanı olarak çatışma ve uzlaşma gibi çok boyutlu kavramları da kapsayacak bir faaliyetler dizinini ifade etmek için de kullanılmaktadır (Balcı vd.,2013:24). Politikaya dair genel bir bakış açısı sunulduktan sonra kavramın medyayla olan ilişkisine değinmek gerekmektedir. Siyasi partiler ve liderler başta olmak üzere kitle iletişim araçlarının gücünden istifade etmek isteyen tüm politik aktörler için medya, vazgeçilmez bir araç konumundadır (Akay,2012:47).

Profesyonel bir zihniyetin hâkim olduğu politik arenada siyasal iktidara talip olanların, yönetilenlere aktaracağı iletilerden götürecekleri hizmetlere kadar geniş bir yelpazede medyaya ihtiyaç duydukları bir gerçektir (Balcı,2008:210). Medyanın siyasetçiler için bu kadar fonksiyonel bir görev üstlenmesi doğası gereği siyaset kurumunun kitle iletişim araçlarını kullanmasını, etkilemesini, yönlendirmesini hatta baskılamasını meydana getirmiştir. Bu bakımdan politik süreçlere katkısı yadsınamayan medyanın siyaset kurumuyla olan ilişkisinde asıl belirleyici öge medyanın içerisinde yer aldığı ülkenin siyasal kültürüdür; zira kitle iletişim araçları siyasal iktidarın meşruluk kazanmasından ihtilafli konuların çözümüne kadar medyanın politik süreçlere dair tüm faaliyetleri siyasete katkı ya da müdahale olarak tanımlanmaktadır (Çaplı,2002:31). Dolayısıyla medya salt demokratik rejimlerde değil anti demokratik yönetim sistemlerinde de halkı etkileme ve onların desteğini elde etmekte yadsınamaz güce sahip bir araçtır (Demir,2007:1).

Bu bakımdan politikanın medya üzerinden dolaşıma girdiği günümüz toplumlarında kitle iletişim araçları, siyasi konular ve olaylar hakkında toplumsal algıyı etkilemektedir (Akdağ,2014:9). Demokratik yönetim sistemlerin vazgeçilmezi olan yasama, yürütme ve yargı erklerinden sonra kendisini dördüncü güç olarak tanımlayan medya, siyasal konular hakkında halkı bilgilendirme ve gündemi saptama gücüyle adından söz ettirmektedir (Şimşek,2009:125). Demokrasiyle olan yakın ilişkisi itibarıyla toplum açısından vazgeçilmez olan medyanın özgürlüğü demokratik bir toplumun mevcudiyetini devam ettirebilmesi için herkesin üzerinde mutabık olduğu genel bir koşuldur (Belsey ve Chadwick,2014:305). Nitekim demokratik kültürün içselleştiği ülkelerde siyaset kurumuyla medya arasındaki ilişki hukuki normlar üzerinden düzenlenmiştir (Özkan,2004:73). O halde demokratik toplum modelleri içerisinde önemli bir aktör olarak konumlanan medyanın üstlendiği rollere daha dikkatli bakma ihtiyacı gelişmektedir.

Teorik açıdan incelendiğinde demokratik yönetim sistemlerinde medya, siyasal iktidarın halka karşı yükümlülüklerini yerine getirip getirmediğini kamu adına denetleyen bir güç olarak kamuoyunun gözcüsü konumundadır (Atabek,2002:232). Medya organları bu görevi ifa ederken kamu yararını her şeyin üzerinde tutan bağımsız ve şeffaf bir yapıya sahip olmak zorundadır (Özkan,2004:72). Geleneksel liberal savların öne sürdüğü gibi dördüncü güç olan ve siyaset kurumunu kamu adına denetleyen medya, siyasal ve toplumsal konulardaki yanlış uygulamaları, usulsüzlükleri, kurallara aykırı davranış ve söylemleri haber haline getirerek vatandaşların bilgisine sunmaktadır.

Dolayısıyla demokratik yönetim sistemlerinde, ulusal veya uluslararası boyutta meydana gelen olay ve olgular hakkında halkın en önemli haber alma kaynağını kitle iletişim araçları oluşturmaktadır (Işık,2005:116). Demokratik katılımcı toplumlarda halkın bilhassa da seçmenlerin siyasal konular hakkında bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi demokrasinin işlerlik kazanması bakımından kritik bir öneme sahiptir. Toplumsal gelişmeler ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimle birlikte önemli bir politik aktör olarak kendisine yer bulan medya, insanların siyasal bilgi düzeyini artırarak geleneksel siyaset kalıbını ve oy verme davranışını değiştirerek politik yaşam üzerindeki etkisini artırmaktadır (Arklan ve Karakoç,2013:329). Bu bakımdan medyanın politik yaşama eklemlenmesiyle birlikte kamuoyunun ilgisinin yerel siyasetten ulusal siyasete dönmesi, seçim kampanyalarında yüz yüze iletişimin azalmaya başlaması, habercilik anlayışının değişmesi, lider kültürünün toplum için daha fazla önem taşıması gibi birçok değişim yaşanmıştır (Damlapınar,2008:190).

Böylelikle siyasetin medya üzerinden yeniden inşa edildiği, politikaların ideolojik eksenden uzaklaşarak medyatikleştiği bir gösteri toplumu karşımıza çıkmaktadır. Diğer bir deyişle siyasetin medya imajları üzerinden kurgulandığı ve sembolik içeriğe büründüğü bir medya çağını yaşamaktayız. Siyasetin kitle iletişim araçları üzerinden sahnelendiği bu dönemde medya siyasetin en önemli belirleyicisi olarak güç kazanmaktadır (Akdağ,2014:9). Dolayısıyla medyanın çekim alanına giren siyaset kurumu, kendi kimliğini tamamen kaybetmeksizin büyük ölçüde değişerek medyanın kurallarına uymak zorunda kalmaktadır (Meyer,2014:90). Nitekim politik aktörlerin güç kaybettiği durumlarda medya öne çıkarak siyaset kurumundan rol çalmaktadır (Akay,2012:47). Yani bir başka ifadeyle medya geleneksel liberal kuramın öne sürmüş olduğu dördüncü güç görevinden uzaklaşarak politik sistemi tasarlamaya çalışmaktadır. Böyle bir durumda demokrasinin sağlıklı bir şekilde işlediğini söylemek güçleşmektedir.

Özetle medya ve siyaset kurumları arasındaki ilişkide medya, liberal kuramın iddia ettiği gibi politik süreçlere dair halkın önemli bir haber alma kaynağı olarak işlev görürken aynı zamanda politik gündemi belirlemesi ve siyasetin sahnelendiği mecra olması bakımından günümüzün demokratik yönetim sistemlerinde önemli bir konuma sahiptir. Bu noktada yanıtlanması gereken en kritik soru demokratik katılımcı toplumlardaki yadsınamaz gücüyle medyanın, siyaset kurumu tarafından nasıl ele alındığıdır. Günümüz dünyasında etkili bir güç olarak görülen medya siyasal iktidarlar tarafından her daim denetim altında tutulmak istenmiştir; zira kitle iletişim araçları bireyleri yönlendirme gücüne sahiptir.

Dolayısıyla medya sahip olduğu bu güçle iktidar odaklarıyla yakın ilişki içerisinde olup işlerin iyi gittiği dönemde sorun yaşamazken ilişkilerin bozulduğu durumlarda medyaya yönelik baskı, yasaklama ve sansür gibi denetim mekanizmaları devreye girmektedir (Gürson,2015:47). Tarihsel gelişim içerisinde iktidar olmak isteyen veya iktidarını devam ettirmeyi amaçlayan yönetici kesimler kitleleri etkileme gücünden dolayı farklı şekillerde medyayı kontrol etmeyi istemiştir (Uzun,2014:130). Bu doğrultuda düşünüldüğünde siyasal iktidarın medyayı denetleme uygulamalarını iki başlık altında değerlendiren Özkan'a göre (2004:75) kitle iletişim araçlarını sansür yoluyla susturma, hukuk aracılığıyla sınırlama gibi uygulamalar sopa politikalarını oluştururken, medyaya iktisadi anlamda kredi ve destek sağlamak ise havuç politikalarını temsil etmektedir.

Bu koşullar dikkate alındığında medyanın kapitalist üretim ilişkileri içerisinde örgütlenmiş bir ekonomik yapı olduğu ve siyasal iktidarla kaçınılmaz bir ilişki içerisinde bulunduğu görülmektedir. Bu bakımdan günümüzde büyük sermayelerin egemen olduğu medya kuruluşlarını, siyaset kurumundan ve iktisadi güç odaklarından bağımsız bir şekilde değerlendirmek gerçekçi gözükmemektedir (Atabek,2002:235). Bilindiği üzere demokratik rejimlerde medyanın en önemli özelliklerinden biri de siyasal süreçlere dair vatandaşları bilgilendirmesidir. Bu noktada medyanın halka aktaracağı haber ve bilgi içeriğini kimden aldığı sorusu önem kazanmaktadır. Haber kaynağı olarak siyaset kurumunu temel alan medya vatandaşları bilgilendirme veya yönlendirme konusunda politik aktörlerle hem işbirliği hem de çatışma içerisinde (Akdağ,2014:2). Bu bakımdan en asli görevi vatandaşlara bilgi aktarmak olan medyanın habere ulaşma noktasında siyaset kurumuyla girmiş olduğu ilişki zaman içerisinde siyasetin medya üzerindeki tahakkümüne dönüşmektedir.

Özellikle siyasal gücü elinde bulunduran yönetici elitler farklı gerekçeler üreterek kitle iletişim araçlarının haber ve bilgiye erişimine yönelik sınırlamalar getirerek medya üzerinde önemli bir baskı oluşturmaktadır (Arslan,2004:5). Bu doğrultuda düşünülecek olunursa demokratik kazanımlardan biri olarak görülen halkın haber alma özgürlüğü tehlikeye girmektedir. Dolayısıyla demokrasinin işlerlik kazanmasının temel koşullarından biri de medyanın özgürlüğüdür. Bu bakımdan yönetim biçimi ne olursa olsun hiçbir siyasal iktidar toplum adına medyayı sansürleme ve baskılama hakkına sahip olmadığı gibi bilakis toplum içerisindeki farklı grupların düşüncelerini medya aracılığıyla kamusal alanda ifade etme olanağı, siyaset kurumu tarafından garanti altına alınmalıdır (Bostancı,1998:141).

Özetle toplumsal yaşam içerisinde buldukları konum itibariyle sürekli etkileşim halinde olan medya ve siyaset kurumlarını birbirlerinden bağımsız ele almak günümüzün demokratik toplumlarında mümkün gözükmemektedir. Bir yanda medyanın dördüncü güç olarak siyaseti kamu adına denetlemesi ve seçmeni politik olaylar hakkında bilgilendirmesi yer alırken madalyonun diğer yüzünde siyaset kurumunun medyayı kontrol etme ve gerektiğinde baskılama isteği yer almaktadır. Tüm bu parametreler bir arada ele alındığında demokratik rejimlerde politik sistemin meşruluğuna yön veren seçmenlerin, siyasal davranışları ve sandık başına giderek oy verme tercihinde bulunmaları medya ve siyaset arasındaki ilişkiden soyutlanarak ele alınamaz.

1.3. Medyanın Seçmen İnşasındaki Etkisi

Demokratik yönetim sistemlerinde medyanın iki başat işlevinden bahsedilmektedir. Bunlardan birincisi medyanın siyaset kurumunu kamu adına gözetlemesine olanak tanıyan dördüncü güç olma görevi, diğeri ise toplum içerisindeki farklı fikir ve görüşlere yer vermesidir (Atabek,2002:231). Geleneksel liberal yaklaşım, dördüncü güç olarak tanımladığı kitle iletişim araçlarının bu işlev ve görevlerini normlar üzerinden açıklayan oldukça kapsamlı bir perspektif sunmaktadır (Çaplı,2002:25). Medyaya yönelik liberal kuram, kitle iletişim araçlarının kamuoyunun gözcüsü olarak siyasal iktidarı gözetleyen bir konumda bulunmasını medyanın en temel demokratik rolü olarak ifade etmektedir (Curran,2014:138). Kitle iletişim araçları, kamuoyunun sesi veya aynası olduğu kadar aynı zamanda kamuoyunu inşa edici ve düzenleyici bir güç olarak da ifade edilmektedir (Yüksel,2007:575). Bu rolüyle medyanın demokratik çoğulcu yönetimlerdeki önemi su götürmez bir gerçeklik halini almaktadır (Demir,2007:15).

Medya geleneksel yaklaşımın öne sürdüğü gibi siyaseti kamu adına denetleyen bir dördüncü güç olmanın ötesinde siyasetin sahnelendiği ve politikacıların kendilerini temsil ederek seçmenin oy tercihini etkilemeyi amaçladığı bir mecradır. Kamuoyuyla hükümet arasında bir köprü vazifesi görmekte olan medya siyasal konulara ilişkin kamuya sunmuş olduğu bilgi ve haber içerikleriyle seçmenin siyasal davranışlarını kaçınılmaz bir şekilde etkilemektedir (Akay,2012:46). Örneğin siyasi partilerin seçim dönemlerinde kitle iletişim araçlarında görünür olup olmadığı, nasıl bir pozisyonda konumlandığı, medyada ne kadar süre yer aldığı, nasıl bir çerçevede temsil edildiği seçmenin siyasi tutum ve davranışını etkileyen son derece önemli bir etmendir (Mora,2011:67-68).

Medyanın halkın gözü kulağı olarak mı işlev gördüğü yoksa toplum içerisinde sembolik seçkinlerin çıkarına mı hizmet ettiği hâlâ tartışılmakta olan bir konu olsa da, medyanın toplumsal yaşam içerisinde önemli bir güç olarak seçmenin oy verme tercihi üzerinde etkili olduğu kabul edilmektedir (Arslan,2004:2). Bu bakımdan seçmenlerin politik ve toplumsal olayları takip etmek için kullandığı en etkili araç medyadır (Turam,1994:48). Tüm bu gelişmeler ışığında çalışmanın bu bölümünde medyanın seçmen üzerindeki etkisi politik bilgilendirme, medyanın gündem saptama gücü ve suskunluk sarmalı üzerinden özetlenmiştir.

1.3.1. Medyanın Seçmeni Bilgilendirici Rolü

Seçmenin, siyasi bilgiye ulaşmak için medyayı yani diğer bir adlandırmayla kitle iletişim araçlarını kullandığı yapılan araştırmalar neticesinde de ortaya çıkmıştır (Güneş,2014:2). Bu bakımdan medya, politika ve kamusal meseleler üzerine genel bir ilgi uyandırarak seçmenin siyasal bilgi düzeyini artırmakta ve kamusal sorunların tartışılmasına katkıda bulunmaktadır (Özkan,2004:56). Dolayısıyla seçmenler kitle iletişim araçlarının etkisinde kalarak politik süreçlere dair karar geliştirmekte ve bununla bağlantılı olarak oy verme ediminde bulunmaktadır (Akay,2012:46).

O halde günümüzde medya seçmenlerin kendi siyasi kimliğini inşa etmesinde, çok etkili bir araç olarak konumlanmaktadır (Mora,2011:146). Seçmenler seçim dönemlerinde politik konular ve aday hakkında karar verebilmek için bilgiye ihtiyaç duymaktadır; zira hükümeti belirleyecek olan seçmenin en gereksinim duyduğu hususu siyasal bilgi oluşturmaktadır (Doğan ve Göker,2013:62). Bu bakımdan medya organları politik açıdan önem arz etmektedir; zira vatandaşlar siyasetçileri ve onların uygulamalarını medya aracılığıyla takip ederek politik tercihlerini oluşturmaktadır (Özkan,2004:215).

Medyanın aktarmış olduğu haber ve bilgi düzeyiyle donanmış olan seçmenin, siyasal katılım süreçlerinde daha aktif olduğu bilinmektedir (Özkan,2004:56). Bunun yanı sıra kitle iletişim araçlarının siyasal konular hakkındaki bilgilendirici rolü bilhassa politikacılar nezdinde de medyayı önemli bir pozisyona taşımaktadır (Çaplı,2002:24). Siyasal iletişim faaliyetlerini aktif olarak kullanan partiler veya liderler, seçim dönemleri başta olmak üzere seçmenin politik süreçlere ilişkin ilgisini canlı tutmak, seçimde davranış değişikliğine yol açmak ve nihayetinde seçmeni bilgilendirmek için medyayı etkin bir şekilde kullanmaktadır (Gül ve Cengiz,2016:356). Tüm bu gelişmelerin ışığında seçmenlerin Cumhuriyet İttifakı'na dair elde ettiği fikir ve görüşlerde medyanın bilgi verici işlevinin yadsınamaz bir nitelikte olduğu görülmektedir.

Partiler, seçmenin oy verme davranışını etkilemek için ileteceği bilgileri doğru bir iletişim kanalı üzerinden aktarmak zorundadır. Bu durum da kaçınılmaz olarak seçmenin sosyo-ekonomik şartlarını iyi analiz etmekten geçmektedir. Bu doğrultuda partiler seçmen kitlesinin özelliklerine bağlı olarak farklı kitle iletişim araçlarıyla seçmenlere mesaj göndermekte ve onlarla sağlıklı bir iletişim kurmaya çalışmaktadır (Aziz,2017:145). Bu bakımdan toplumsal yaşam içerisinde önemli bir rol üstlenen medya, tartışmalı politik konular veya olaylar hakkında toplumsal algıyı etkileme gücüne sahip bir kurumdur (Damlapınar,2008:187). Böylelikle medya güçlü ve işleyen bir demokrasi için kritik bir öneme sahiptir. Medyanın siyasal konular hakkında bilgilendirici bir rol üstlenmesi, seçmeni ikna ederek oy verme tercihini etkilemek isteyen siyasal partilere veya liderlere kendilerini temsil etme fırsatı tanınmasıyla demokratik çoğulcu bir toplum için son derece vazgeçilmez bir araçtır.

1.3.2. Medyanın Gündem Belirleme Gücü

Seçmenlerin siyasi tutum ve davranışlarını etkileyen en başat faktörlerden biri hayat boyu etkisini yitirmeyen, toplumsallaşmanın önemli bir kaynağı olan ve bilgiyi taşıma işlevini üstlenen sözlü, yazılı ve görsel araçlardan meydana gelmiş olan kitle iletişim araçlarıdır (Özgül,2017:206). Bu araçlar tarihsel gelişimine göre incelendiğinde gazete, mektup, broşür, ilan, afiş, telgraf, telefon, radyo, televizyon ve bilgisayar olarak sıralanmaktadır (Çakmak Kılıçaslan,2013:42). Günümüzde teknoloji alanında yaşanan ilerlemeler, kitle iletişim araçlarını da etkileyerek medyanın hızlı bir dönüşüm süreci yaşamasına olanak tanımıştır (Yılmaz,2013:232). İletişim teknolojilerinde meydana gelen baş döndürücü gelişmeler geleneksel siyaset kalıplarını da değişime zorlamaktadır.

Örneğin geleneksel meydan mitingleriyle otuz kırk bin kişilik bir seçmen grubuna seslenilirken elektronik iletişim teknikleri, televizyon ekranları ve hatta internet aracılığıyla milyonlarla ifade edilen bir seçmen kitlesine seslenilmektedir (Çankaya,2015:10). Bu doğrultuda kitle iletişim araçları ya da diğer bir adlandırmayla medyanın aktif şekilde kullanımı seçmenlerin davranışlarını etkileme ve denetleme olanağı sunmaktadır (Özgül,2017:206). Liberal demokrasilerde dördüncü kuvvet olarak da kabul edilen medya bağımsız bir güç olarak görülmekte; böylelikle de medyanın seçmenlerin politik süreçlere dair gereksinim duyduğu bilgiyi sağladığı düşünülmektedir (Algül,2016:80). Seçmenlerin politik gündemle ilgili edindiği bilgilerin medyanın onlara sunduğu imaj ve içerikler neticesinde şekillenmesi; geniş seçmen kitlelerinin siyasal alanda yürütülen etkinlikleri, tartışmaları, gelişmeleri medyanın diliyle kavramasına yol açmıştır (Balcı vd.,2016:112-113).

Böylelikle kitle iletişim araçları gündemi saptayarak seçmenlerin ilgisini belirli konulara çekmekte veyahut onları manipüle etmektedir (Mora,2011:67). O halde politik gündemi belirleme gücü olan medya seçmenlere ne hakkında düşüneceklerini göstermekte, topluma sunulacak bilgi ve haberleri belirli bir düzen içerisinde filtreleyerek önem derecelerine göre sıralamaktadır (Yüksel,2001:25). Nitekim medyanın gündemi tesadüfi bir şekilde belirlenmez. Bu bakımdan medyada hangi konuların öncelik sırası olacağını etkileyen bir takım parametreler söz konusudur.

Örneğin haberin muhtevasını belirleyenlerin kişisel özellikleri, iktisadi yapı, medya profesyonellerinin alışkanlıkları, haber kaynaklarıyla kurulan ilişki ve ideoloji medyanın gündemini saptarken ön plana çıkmaktadır (Özçetin,2018:119). Medya mevcut haberleri aktarmanın yanı sıra hangi siyasal konuların gündemin önemli bir parçası olacağına karar vererek, sadece gündemi belirlemekle kalmamakta aynı zamanda siyasetin doğasını da etkilemektedir (Terkan,2007:562). Bu bakımdan günümüz toplumlarında medya gündeme egemen olan yapısıyla toplumun tamamı için bir gündem belirleyici işlevi görmektedir (Turam,1994:40).

McCombs ve Shaw'ın haber medyası üzerine yaptığı çalışmalarla literatüre gündem belirleme modeli olarak giren yaklaşım, özellikle seçim dönemlerinde gazete, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının kamuoyunun gündemini belirlediğini saptamıştır (Melek,2017:126). Gündem belirleme yaklaşımına yönelik fikirler bu iki teorisyenden önce Norton Long, Kurt Lang ve Bernard Cohen gibi isimler tarafından dile getirilmiş olsa da siyasal alandaki ilk ampirik araştırma McCombs ve Shaw tarafından yapılmıştır (Kalender,2005:114).

Bu bakımdan 1968 yılında ABD’de gerçekleştirilen başkanlık seçimleri sırasında medyanın öncelik verdiği konular ile kararsız seçmenin zihin dünyasındaki konuların önem sırasının karşılaştırıldığı araştırmada, McCombs ve Shaw gündem belirleme yaklaşımını tanımlayarak kitle iletişim araçlarının işlevlerinden bahsetmiştir (Yüksel,2007:577). Politik taraftarlara atfedilen seçici maruz kalma eğiliminden uzak durmak için örneklem olarak kararsız seçmen kitlesi üzerinde çalışılmıştır (Tekinalp ve Uzun,2004:131).

McCombs ve Shaw, gerçekleştirmiş oldukları bu çalışmayla seçmenin medya aracılığıyla elde ettiği bilgileri değerlendirerek mevcut haberlerin kamu nezdinde nasıl algılandığına dikkat edip kendi düşüncelerini ona göre inşa ettiğini vurgulamıştır (Güdekli,2016:153). Çalışmanın verileri analiz edildiğinde bilhassa ortaya çıkan sonuç medya gündemiyle kamu gündemi arasındaki güçlü ilişki olmuştur (Tokgöz,2015:300). Bu bakımdan medya kamunun gündeminde önem teşkil eden konuları kendi çıkar ve istekleri doğrultusunda düzenleyerek toplumun *eşikbekçiliği* görevini üstlenmektedir (Özkan,2004:63). Bu doğrultuda medyanın gündem belirleme işlevi, seçmenlerin fikirlerini şekillendirerek onların algısal tahayyülleri üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir (Atabek,1998:157).

Gündem belirleme yaklaşımının temelini daha çok politik olaylar bilhassa da seçim dönemleri ve seçim kampanyaları oluşturmakta; böylelikle siyasi elitler kitle iletişim araçlarıyla toplumun gündemini belirleyerek seçmenlerin oyunu almayı hedeflemektedir (Yaylagül,2014:80-81). Gündem saptama yaklaşımı üzerine yapılan araştırmaların daha çok seçim kampanyalarına odaklanmasının temel sebebi kampanya döneminde seçmenin algısının etkilenmeye açık hale gelmesidir (Mora,2011:143). Şayet seçmenler herhangi bir konunun önemli olduğuna ikna edilebilirse oy tercihlerini o konuyla ilgilenecek aday veya partiye yöneltmektedir (McQuail ve Windahl,2010:133).

Lang ve Lang, salt seçim kampanyaları döneminde değil aynı zamanda kampanya aralarında da medyanın, siyasal partiler ve adaylar hakkında bir bakış açısı sunduğunu ve imajları biçimlendirdiğini ifade etmektedir (Özçetin,2018:118). Böylelikle medya organlarının ön plana çıkardığı ve üzerinde fazlasıyla durduğu olaylar, halk nezdinde önemli olarak algılanmaktadır (Kalender,2005:115). Kitle iletişim araçları, kamuoyunun gündemini belirleyen bu yönüyle yirminci yüzyılın en etkili politik gücü olmuştur (Zeybek,2016:43-44). Bu doğrultuda medyayı yok farz ederek politikada var olmanın mümkün gözükmediği bir süreç yaşanmaktadır (Kahraman,2014:43).

Seçmenler de kendi düşüncelerini inşa ederken en çok medyanın onlara sunduğu bilgi ve haberleri kullanmakta ve buna bağlı olarak bu bilgilerin kamuoyu nezdinde nasıl algılandığına dikkat ederek ona göre pozisyon almaktadır (Özgül,2017:213). Bu bakımdan kamuoyunu ilgilendiren konularda seçmenlerin önemli bir haber alma kaynağı olan medya; gündemi belirleyerek, bilgi akışına olanak tanıyarak, siyasal süreçlere dair beklentileri karşılayarak meşruluğun sınırlarının çizilmesinde de aktif bir rol üstlenmektedir (Mora,2011:141). Kısacası medyanın önem bahsettiği olaylar seçmenler için de önemli hale gelmektedir (Yaylagül,2014:79). O halde gündem belirleme yaklaşımı politik düzeyde karar alma mekanizmasını, siyasal iktidarı ve kitle iletişim araçlarını yeniden inşa etmektedir (Mutlu,2004:120). Nitekim çalışma kapsamında seçmenlerin Cumhur İttifakı'na dair yapmış olduğu çıkarımlar değerlendirildiğinde ittifakın medya gündeminde önemli bir yer teşkil ettiği ortaya çıkmaktadır.

1.3.3. Suskunluk Sarmalı

Alman sosyolog Elisabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen suskunluk sarmalı kuramı, medyanın kamuoyu üzerinde güçlü etkileri olduğunu fakat bu etkilerin araştırma sınırlılıkları nedeniyle geçmişte ortaya çıkarılamadığını ileri sürmektedir (Tekinalp ve Uzun,2004:137). Bu yaklaşım kamuoyunun nasıl meydana geldiği sorusuna cevap aramaktadır (Kalender,2005:112). Bu bakımdan kamuoyunun bireyler ve toplumlar üzerinde bir kontrol mekanizması olarak işlev gördüğünü öne süren modelde, medyanın etkileri kamuoyu kavramıyla açıklanmaktadır (Özçetin,2018:125).

Bu kuramsal yaklaşımda insanlar, kendi görüşlerinin toplumdaki başat düşünceden farklı olduğu zaman dışlanma korkusu yaşamaktadır (Yaylagül,2014:81). İnsanların toplumdan izole edilme korkusu doğası gereği toplumsal bir varlık olmasından kaynaklanmaktadır; bu bakımdan dışlanma korkusu yaşayan bireyler toplumda hangi düşüncelerin yaygınlaştığını hangilerinin ise gözden düştüğünü belirlemek için sürekli olarak çevrelerini kontrol etmektedir (Mutlu,2004:270). Özellikle medyanın oluşturduğu kamuoyuna aykırı fikirler taşıyan bireyler, toplumdan dışlanma korkusu taşıdığı için çoğu zaman görüşlerini açıklamakta çekimser kalmakta veya hiç açıklamamayı tercih etmektedir (Özkan,2004:218). Şayet bireyler kendi düşüncelerinin kamuoyunda yaygın bir şekilde paylaşıldığını düşünürse kendi görüşlerini açıklamak konusunda tereddüt yaşamamaktadır (Tekinalp ve Uzun,2004:137).

Suskunluk sarmalı kuramı genel anlamda insanların siyasal partilerin desteklenmesi gibi önem teşkil eden kamusal konularda dışlanmamak için başat düşüncenin ne olduğu, hangi fikirlerin güçlü hangilerinin güçsüz olduğunu etraflarına bakarak karar verdiğini öne sürmektedir (McQuail ve Windahl,2010:146). Bu modelde medyanın önemli bir rolü bulunmaktadır; zira bireyler kamuoyunda hangi düşüncelerin temsil edildiğini veya desteklendiğini medyayı takip ederek öğrenmektedir (Tekinalp ve Uzun,2004:138).

Diğer bir ifadeyle kitle iletişim araçları kamuoyunun dağılımını insanlara göstermek konusunda temel bir işlevi yerine getirmektedir (Tokgöz,2015:311). Bu bakımdan kitle iletişim araçları tarafından aktarılan fikirlere katılmayan bireyler kendi düşüncelerini toplumda dile getirmek konusunda cesaret bulamamaktadır (Yaylagül,2014:82). Tüm bu gelişmeler ışığında suskunluk sarmalı modeli beş temel varsayıma dayanmaktadır.

1. Sapkın olarak nitelendirilen bireyler toplum tarafından dışlanmakla tehdit edilmektedir.
2. Bireyler sürekli olarak dışlanma korkusu duymaktadır.
3. Bireylerin yaşadığı bu dışlanma korkusu kendi düşünce ortamlarını değerlendirmeye yol açmaktadır.
4. Bu değerlendirmelerin sonucu, kamu önündeki davranışları ve özellikle de düşüncelerin açıkça ifade edilmesini veya gizlenmesini etkilemektedir
5. Kamuoyunun inşası için bu dört varsayımı göz önünde tutmak gerekmektedir (İrvan,1997,426).

Suskunluk sarmalını meydana getiren tüm bu aşamalar kitle iletişim araçlarıyla bağlantılı düşünmeyi gerektirmektedir. Noelle-Neuman, bireylerin kendi şahsi deneyimleriyle ilişkili olmayan bütün konularda düşünce iklimini kitle iletişim araçlarıyla takip ettiğini ifade etmektedir (Özçetin,2018:126). Bu bakımdan medya toplumdaki egemen düşüncüyü desteklerse çoğunluğun görüşü azınlığa kıyasla daha güçlü bir konumda gözükmekte; şayet medya azınlığın düşüncesini desteklerse çoğunluk grubu sessiz çoğunluğu meydana getirmektedir (Yaylagül,2014:83). Bu doğrultuda düşünülecek olunursa toplumsal yaşam içerisindeki tartışmalı konularda medyanın desteğini arkasına alan grubun görüşleri toplumdaki başat düşünce haline gelmektedir.

Suskunluk sarmalı kuramını seçmen davranışı üzerinden açıklamaya çalışan Kalender'e (2005:133) göre seçmen, oy verme davranışını sergilemeden önce siyasal parti ve adaya yönelik toplumdaki egemen düşüncüyü değerlendirmekte, bunu yaparken de medya organlarından istifade etmektedir. Çünkü medyanın inşa ettiği kamuoyu toplumun büyük çoğunluğu tarafından sorgulanmaksızın kabul görmektedir (Özkan,2004:218). Dolayısıyla seçmenin oy vermeyi niyetlendiği siyasal parti veya aday çoğunluk tarafından destekleniyorsa seçmen fikirlerini açıkça dile getirme cesaretine sahip olmakta aksi takdirde sessizleşerek pasif bir seçmen hüviyetine bürünmektedir (Kalender,2005:113-114). Türkiye'deki genel seçimlerde suskunluk sarmalının birçok kez görüldüğünü ifade eden Tokgöz (2015:314), 1995 ve 2002 genel seçimlerini bu durumu yansıtan en iyi örnekler olarak nitelendirmektedir. Bu çalışma özelinde değerlendirilecek olduğunda ise seçmenlerin Cumhuriyet İttifakı'na dair kamuoyundaki egemen görüşü anlamlandırma noktasında medyayı aktif bir şekilde takip ettiği görülmektedir.

1.4. Siyasetin Medya Üzerindeki Tahakkümü

Günümüzün modern toplumlarında kitle iletişim araçları gerek gündelik bilgiye ulaşma gerekse de habere kaynaklık etme bakımından seçmenlerin politik konularla ilgili haber elde etmesini sağlamaktadır (Çaha,2008:66). Bu bakımdan medya, politika ve kamusal meseleler hakkında aktarmış olduğu içeriklerle siyasete dair bilgi düzeyini artırmakta ve ilgili konular hakkındaki tartışmalara yön vermektedir (Özkan,2004:56). Bu durum kaçınılmaz olarak tüm siyasal aktörlerin medyayla doğrudan ya da dolaylı ilişki kurmasını gerektirmektedir. Çünkü medya organları, sunmuş oldukları haber ve içeriklerle ülkenin geleceği hakkında söz sahibi olmak isteyen siyasal partilerin alacakları oy miktarını belirleyen seçmen kitlesini yönlendirmektedir (Şimşek,2009:125).

Kitle iletişim araçlarının seçmeni etkileme gücü dikkate alındığında medyanın kontrolü siyasal iktidarlar için önem teşkil etmektedir. İktidar odaklarının devlet bürokrasinin elinde bulunduğu ülkelerde medya üzerinde seçkin bir grubun tekelci denetimi söz konusudur (Herman ve Chomsky,2017:72). Kitle iletişim araçları üzerinde bu tür bir denetim mekanizması demokratik yönetim sistemlerinde vazgeçilmez bir unsur olarak görülen medyanın özgürlüğünü tehlikeye atmaktadır. Bu bakımdan politik güçlerin, kamu denetçiliği görevini üstlenmiş durumda olan medyaya tamamen egemen olmayı istemesi medyanın hareket kabiliyetini kısıtlamaktadır (Akdağ,2014:17).

Özellikle siyasal gücü elinde bulunduran iktidar seçkinleri medya üzerinde bir baskı kurarak onu denetim altında tutmaya çalışmaktadır (Arslan,2004:5). Bu doğrultuda medya, iktidarın ve elitlerin gereksinimlerini karşılayan bir propaganda işlevi görerek gerçeklerin çarpıtılmasına, bazı gerçeklerin ön plana çıkarılıp bazılarının önemsizleştirilmesine yol açarak elitlerin gündemini toplumun gündemi haline getirmekte ve politik anlamda toplum manipüle edilmektedir (Mora,2008:3). Medyada sunulmakta olan haber içeriklerinin manipüle edilmesi kamuoyunun siyasal konular hakkında yanlış bir izlenim elde etmesine sebep olmaktadır (Turam,1994:50). Dolayısıyla toplumun önemli bir haber alma kaynağı olan, seçmenlerin siyasal süreçlerdeki tercihini etkileyen medya, mülkiyet ilişkileri ve siyasi iktidarla etkileşimi çerçevesinde ele alınmak zorundadır. Tüm bu gelişmeler ışığında çalışmanın bu bölümünde medya, siyaset ve sermayeyi temel alan propaganda modelinin izlekleri takip edilerek siyasetin medya üzerinde kurmuş olduğu tahakküm incelenmiştir.

1.4.1. Propaganda Modeli Çerçevesinde Medya

Kitle iletişim araçlarının insanları eğlendirmek, eğitmek, dünyada meydana gelen olaylar hakkında haberdar etmek, siyasal ve iktisadi konular hakkında bilgilendirmek gibi toplumsal yaşam içerisinde yerine getirdikleri birçok işlev söz konusudur (Şimşek,2005:125). İktidarın belirli bir grubun tekelinde bulunduğu toplumlarda medyanın bu işlevleri gerçekleştirmesi için sistematik bir şekilde propaganda yapması gerekmektedir (Mora,2008:3).

Kapitalist üretim ilişkilerinin egemen olduğu toplumlarda medyanın en büyük işlevi yedi yirmi dört halka propaganda yaparak egemen değerlerin yeniden üretilmesine olanak tanımak ve kitlelerin rızasını kazanmaktır (Yaylagül,2014:173). Bu bakımdan Edward Herman ve Noam Chomsky, medyanın muhalif sesleri marjinalleştirerek hükümet politikalarına ve büyük şirketlerin kararlarına nasıl hizmet ettiğini göstermek için *propaganda modeli taslağı* hazırlamıştır (Akdağ,2014:15).

Her iki isim geliştirmiş oldukları propaganda modelinde kitle iletişim araçlarının nasıl faaliyet gösterdiğini inceleyerek medyanın; siyasal iktidara, ekonomik seçkinlere ve diğer güç odaklarının çıkarlarına destek sağladığını belirtmektedir (Mora,2011:71). En basit haliyle yazarlar propaganda modeli üzerinden medyanın güncel olayları tarafsız bir bakış açısıyla aktarmadığını vurgulamaktadır (Özçetin,2018:220). Medyada hangi konuların haber olacağını siyasal iktidar, iş dünyası, medya organlarının sahipleri ve üst düzey idareciler belirlemektedir (Yaylagül,2014:173).

Dolayısıyla medya, haberleri belirli bir çerçeve içerisinde inşa ederek sıkı sıkıya geçmiş durumda olan devlet ve şirket çıkarlarına hizmet etmektedir (Tekinalp ve Uzun,2004:181). Bu noktada sorulması gereken kilit soru gündemi belirleyen, toplumun siyasal süreçlere dair bilgi edinmesini sağlayan, seçmenlerin davranışlarını etkileyen medyanın gerçekleri yansıtır yansıtmadığıdır. Medya pek çok konuda gerçeği gizlese de asıl önemli işlevi gerçeğe gösterilen dikkat, gerçeğin yerleştirildiği bağlam ve onun hangi çerçeve içerisinde sunulduğudur (Yaylagül,2014:174). Bu noktada medyada neyin haber olacağına dair bir filtreleme sisteminin varlığından bahsedilmektedir. Muhalefetin marjinalleştirildiği, iktidarın ve egemen grupların çıkarlarının gözetildiği propaganda modelinde halka iletilecek mesajları belirleyen beş ayrı haber süzgeci bulunmaktadır (Özçetin,2018:220). Öyle ki, Cumhuriyet İttifakı'na dair seçmenlerin yapmış olduğu saptamalar incelendiğinde, propaganda modelinde önemli bir yer teşkil eden medya mülkiyeti ve haber kaynağı süzgeçlerinin seçmen tarafından da dikkate alındığı ortaya çıkmaktadır.

1.Süzgeç Kitle Medyasının Büyüklüğü, Mülkiyeti ve Kar Odaklı Yapısı

Günümüzün kapitalist üretim ilişkilerinde bütün endüstriyel alanlarda olduğu gibi iletişim ve medya sektörü de kapitalizmin yasalarına göre düzenlenmiştir (Yaylagül,2014:169). Kitle iletişim araçlarının tarihsel gelişimine bakıldığında maliyetlerin artmasıyla birlikte mevcut medya sektörüne, ekonomik gücü elinde bulunduran sermaye aktörlerinin girdiği görülmektedir (Özçetin,2018:221). Bu bakımdan medya alanında son otuz yılda Batı ülkeleri başta olmak üzere sektörü finans ve endüstriyel sermaye alanında faaliyet yürüten dev şirketler çevrelemiştir (Curran,2014:143). Böylelikle medya hem ulusal hem de uluslararası düzeyde politikaya yön veren bir faktör olarak mülkiyet yapısındaki değişim sürecinin sonunda büyük sermaye gruplarının eline geçmesiyle güç odaklarıyla çıkar ilişkisi içerisine girmektedir (Mora,2011:38).

Bu durum muhalif diye isimlendirilebilecek medya teşebbüslerinin yok olması anlamına gelmektedir (Özçetin,2018:221). Dolayısıyla hep aynı bakış açısına sahip kurumsal bir medya tekeli karşımıza çıkmaktadır (Chomsky,2016:12). Medya endüstrisinde yaşanan tekelleşme eğilimi, dev kartellerin oluşması ve medya alanında yürütülen holdingleşme faaliyetlerinin en temel kaygısı kar maksimizasyonudur (Çaplı,2002:10). Medya alanında faaliyet yürüten holdinglerin devasa büyüklüğe erişmeleri, başta finans sektörü olmak üzere medya alanı dışındaki unsurların sektöre girmesi, medyanın ciddi baskılarla karşılaşmasına yol açmıştır (Özçetin,2018:221).

Çok daha mühimi medya mülkiyetindeki değişimler kar maksimizasyonunu artırmak isteyen medyanın hükümetlerle olan mevcut ilişkisini etkilemiştir (Curran,2014:144). Çünkü hükümetlerin medya alanıyla ilgili alacağı kararlar veya meclislerin bu konular hakkında çıkaracağı kanunlar medya alanında faaliyet yürüten kuruluşların ekonomik etkinliklerini ve kar marjlarını ciddi boyutlarda etkilemektedir (Özçetin,2018:221). Aynı zamanda medya alanında faaliyet gösteren dev şirketlerin hükümetlerle olan ilişkisi siyasal ve uluslararası sorunlarda medyanın hükümetin bakış açısını yansıtmaya yol açmaktadır (Laughey,2010:78).

2.Süzgeç: Kitle Medyasının Reklam Geliri

Medya teşebbüslerinin meydana gelmesinde reklamcılık önemli bir dönüm noktası olarak görülmektedir (Özçetin,2018:221). Gerek yazılı medya gerekse de görsel-işitsel medyanın gelişmesinde medyanın en önemli gelir kaynağını reklamcılık alanı oluşturmaktadır (Sönmez,2013:13). Propaganda modelinde de medya kuruluşları reklam verenlerin desteğini almaya çalışmaktadır; zira reklam gelirleri medyanın maddi durumunu etkilemektedir (Yaylagül,2014:176).

Medya sektöründe dev şirketlerin hâkimiyetinin arttığı bir dönemde medya reklamcılık gelirlerine sıkı sıkıya bağlıdır, bu bakımdan reklamcılar mevcut bağımlılığı medya içeriğini biçimlendirmekte kullanmaktadır (Özçetin,2018:221). Dolayısıyla reklam şirketlerinin büyük çoğunluğu ideolojik anlamda kendisine zarar verebileceğini düşündüğü kuruluşlara reklam vermez (Yaylagül,2014:176). Bu bakımdan medyanın prestiji haberci ve yapımcılardan ziyade reklam şirketlerine bağlı olmuştur (Laughey,2010:79).

3.Süzgeç: Kitle Medyasının Haber Kaynakları

Medya ekonomik mecburiyetler ve karşılıklı menfaat ilişkileri sebebiyle güçlü bilgi kaynaklarıyla ortak-yaşamlı bir ilişki geliştirmek zorunda kalmıştır (Özçetin,2018:222). Bu kaynaklar medya kuruluşları için önem teşkil etmektedir; zira güvenilir ve erişilebilir haber kaynakları olma özelliğini taşımaktadır (Laughey,2010:79). Medyaya haber kaynağı sağlayan bu kişi ve kuruluşların belli çıkar gruplarının temsilcileri olması haberlerin toplanış ve sunuluş şekillerini etkilemektedir (Yaylagül,2014:176). Dolayısıyla medya muhalif haber kaynaklarını takip etmek konusunda gönülsüz bir tavır içerisinde olup resmi kaynaklara bağlı kalarak propaganda işlevini yerine getirmektedir (Laughey,2010:79).

Böylelikle medya organları hükümetlerin temsil ettiği resmi söylemi yeniden inşa eden etkili araçlara dönüşmektedir.

4.Süzgeç: Kitle Medyasına Yönelik Tepki Üretimi

Medya sunmuş olduğu haberler nedeniyle daima hükümetlerin ve ticari kuruluşların kimi zaman ise tüketici gruplarının baskısına maruz kalmaktadır (Özçetin,2018:222). Bu bakımdan medyaya yönelik bu süzgeç medya organlarının nesnellik ve tarafsızlık ilkesini, hükümet ve şirket zorlamaları sebebiyle ihlal etmesine yol açmaktadır (Laughey,2010:79). Herman ve Chomsky'e göre hükümet, sürekli olarak medyaya saldıran, onu denetim altına almaya çalışan ve resmi çizgiden olası sapmaları engelleyen büyük bir tepki üreticisidir (Özçetin,2018:222).

5.Süzgeç: Bir Denetim Mekanizması Olarak 'Anti Komünizm'

Anti komünizm ideolojisi, bilhassa Birleşik Devletler olmak üzere hükümetlerin ve dev şirketlerin kapitalist üretim ilişkilerinden kaynaklanan toplumsal eşitsizlikleri aklamasına olanak tanıyan etkili bir denetim aracıdır (Laughey,2010:79). Dolayısıyla kapitalist sistemdeki medya ve onun işbirliği içerisinde olduğu gruplar, kendi çıkarlarını zarar uğratacak her türlü gelişmeyi komünizmle ilişkilendirerek toplumdan destek görmeyi hedeflemektedir (Yaylagül,2010:176). Böylelikle medya hem komünist propaganda taşıyan medya içeriklerini devre dışı bırakmakta hem de antikomünist faaliyetleri aktif bir şekilde destekleyerek kapitalist politikalara olan sadakatini ispat etmektedir (Özçetin,2018:223). Görüldüğü üzere hükümetlerin ve dev şirketlerin çıkarlarını maksimize etmeyi amaçlayan propaganda modelindeki beş temel haber süzgeci, medyanın aktarmış olduğu haber içeriklerini şekillendirmektedir.

Bu bakımdan medya, kamuoyunun ne üzerine düşüneceği konusunda dezenformasyon yüklü içerikler üreterek toplumu pasifleştirmekte ve rıza üretimini sağlamaktadır (Mora,2011:72). Haber kaynağı olarak hükümete ve büyük şirketlere bağımlı olan medya, piyasa sisteminin merkezinde yer almaktadır (Yaylagül,2014:177-178). Medya, bu piyasanın meydana getirdiği bir kurum olarak kendi sınıfsal çıkarlarını savunan bir propaganda aracı olarak işlev görmektedir (Tekinalp ve Uzun,2004:182). Medyanın ekonomi politikasını anlamayı amaçlayan propaganda modeli sunmuş olduğu zengin muhtevaya rağmen ciddi boyutlarda eleştiri de almaktadır (Özçetin,2018:223). Propaganda modeli; komplo teorisi olmakla, medya profesyonelliğini ve tarafsızlığını ihmal etmekle, sürekli direnişi açıklamakta yetersiz kalmasıyla ve aşırı araçsalcı olmasıyla eleştirilmektedir (Yaylagül,2014:178).

İKİNCİ BÖLÜM

2. CUMHUR İTTİFAKI'NA GİDEN SÜREÇTE

AK PARTİ VE MHP'NİN SİYASİ KİMLİĞİ

Günümüz dünyasında üzerinde sıkça tartışılan ve özellikle sosyal bilimler alanında farklı içeriklerle tanımlanan son derece dinamik bir olgu olarak kimlik, çalışmanın bu bölümünde kavramsal düzeyde açıklanmaya çalışılmıştır. Her şeyden önce bir nitelik, özellik belirtisi olan kimliğin farklı disiplinler tarafından ele alınması kavramın çok boyutlu yapısını göstermektedir. Bu bakımdan çalışmada kimlik olgusu analiz edilirken kavramın karmaşık doğası göz önünde bulundurulmuş olup kimliğin siyasi boyutu ön plana çıkarılmıştır.

Nitekim çalışmanın temelini oluşturması bakımından Cumhuriyet İttifakı'nın kurucuları olan Adalet ve Kalkınma Partisi'yle Milliyetçi Hareket Parti'sinin siyasi kimlikleri, onları inşa eden ideolojik bileşenler üzerinden analiz edilmiştir. Akabinde ise Cumhuriyet İttifakı'nın kuruluşuna zemin hazırlayan ve aynı zamanda Türkiye'de yönetim sisteminin değişmesine olanak tanıyan 16 Nisan 2017 referandumuna odaklanılmıştır. Yüz yılı aşkın bir parlamenter demokrasi deneyimin ardından yeni bir yönetim sistemine geçmiş durumda olan Türkiye'de, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin tam anlamıyla uygulanmasını sağlayacak olması bakımından 2018 genel ve cumhurbaşkanlığı seçimleri öncesi siyasi iklim incelenmiş olup ittifakın kuruluş dinamikleri sorgulanmıştır.

2.1. Kimlik Kavramı

Kimlik, sosyal bilimler alanında popüler olan ve akademik anlamda herkesin üzerinde mutabık kaldığı tek bir tanıma sığdırılmayacak kadar dinamik bir kavramı işaret etmektedir. Kimliğin bu çok boyutlu yapısı analiz edilmeden önce sözcüğün etimolojik kökenine değinmek gerekmektedir. İngilizcede *identity* terimiyle ifade edilen kimlik kavramı, Latince de aynı anlamına gelen *idem* kökünden türemiştir (Özdemir,2010:13). Dilimizde ise kimlik sözcüğü, "kim" soru kökünden türemiş olup zaruri bir mensubiyeti, tek olmayı, aynı olmayı belirtmektedir (Dalbay ve Avcı,2018:18). Kavramın etimolojik kökenine bakıldığı zaman "kim" sorusu kimliği anlamak bakımından önem teşkil etmektedir. Bu bakımdan kimlik, en basit haliyle bireylerin ve farklı büyüklükteki toplumsal kurumların "kimsiniz, kimlersiniz?" sorusuna verilmiş olan yanıtları içermektedir (Karaduman,2010:2886).

Bu soruyla yüz yüze gelenlerin kendilerine sormuş oldukları ‘‘ben kimim’’ sorusu, kimliğin sosyal psikolojik temelinin altını çizmekte olup kişinin ontolojik yapısıyla ilgili tüm değerleri içinde barındıran öznel bir duygu hali olarak kişisel kimliği meydana getirmektedir (Yıldız,2007:9). Şüphesiz ki farklı disiplinlerin ilgi alanına giren kimlik olgusu salt sosyal psikolojik perspektifle analiz edilemez. Dolayısıyla kimlik, günümüzde başta sosyoloji olmak üzere sosyal psikoloji, felsefe, edebiyat politika bilimi ve antropoloji gibi bilim dallarını ilgilendiren önemli bir kavramdır (Dalbay,2018:162). Kimlik kavramının tarihsel gelişimine bakıldığında terimin 1950’lerden itibaren sosyal bilimler alanında yoğun bir şekilde kullanılmaya başlandığı görülmektedir (Dalbay ve Avcı,2018:18). Sosyal bilimler alanında hem ana akım hem de eleştirel yaklaşımların kimlik hakkındaki araştırmalarında yer alan en temel nokta, kavramın çok boyutlu yapısıyla birçok anlamı ifade etmek üzere kullanılmış olmasıdır (Özdemir,2010:13).

Bu bakımdan psikoloji, kimliği kişiliğin ve benliğin odak noktasına yerleştirirken, felsefe, kavramı ‘‘özdeşlik’’ üzerinden tanımlamakta, sosyoloji ise kimliği toplumdaki konumu ve sınıfsal farklılıkları oluşturması bakımından ele almaktadır (Gözübüyük Tamer,2014:84). Görüldüğü üzere farklı disiplinlerin kimliği ele alış biçimi kavramın içerik bakımından değişmesine yol açmaktadır. Bu bakımdan kimliği farklı disiplinlerin hangi metodolojik yöntemlerle ele aldığı ve nasıl tanımladığı bu çalışmanın kapsamına giremeyecek kadar köklü bir araştırmayı gerektirmektedir. Yine de aydınlatıcı olması bakımından çalışmada kimliğe dair kavramsal bir düzlem yapılmıştır.

Toplumun ve sosyal sistemin en önemli kökenini meydana getiren kimlik mefhumu, bireylerin hem kültürel hem de içinde buldukları çevredeki sosyal statülerinin bir yansıması olan inanç, tutum ve değer yargılarını kapsamaktadır (Yıldız,2007:9). Geniş manada ise kimlik, toplumsal mensubiyetlerden katıldıklarımızı, isteklerimizi, hayallerimizi, kendimizi anlatma biçimimizi, yaşamdaki yerimizi bildiren niteliklerin birleşimi şeklinde ifade edilmektedir (Gözübüyük Tamer,2014:84). Kimlik üzerine yapılan bu tanımlamalara bakıldığında kavramın insana özgü bir yapısı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla kimlik, insanın kendisini ne olarak ve neye dayanarak tanımladığını ya da kendisini ötekilerden farklılaştıran özelliklerin neler olduğu sorularını içermektedir (Yıldız,2007:9). Kimliğe dair bu tanımlamada en dikkat çeken husus, kimliğin ötekiyle girmiş olduğu etkileşimsel boyuttur. Zira kimlik var olabilmek için ötekine ihtiyaç duymaktadır (Dalbay,2018:162).

Kimliğin temel unsurlarından biri olan mensubiyet duygusu, biz'in tanımlanmasında ortak noktaları belirlerken biz'im dışımızdakileri yani diğer bir deyişle ötekileri de belirlemektedir (Karaduman,2010:2888). Bu doğrultuda ele alındığında kimlik kavramını anlamlandırmak için ötekinin varlığı zorunlu bir hal almaktadır. O halde kimliği, bireyleri, öteki bireylerden farklılaştıran tutarlı ve yapılanmış göstergeler olarak tanımlamak olasıdır (Aşkın,2007:214). Şayet kimlik kavramı, yukarıdaki tanımlamalar doğrultusunda değerlendirilecek olunursa bireyin diğerlerinden ayrılan yanlarını içermesi bakımından çoğul bir yapıya haizdir. Bu bakımdan bireyler, kendi yaşamlarındaki tecrübelerinin, ortaklıklarının veya sosyal aktivitelerinin bir ürünü olarak birbirinden farklılaşan birçok kimliğe sahiptir (Sen,2006:44).

Kimliğin meydana gelmesinde bireyle toplum arasındaki etkileşim ön plana çıkmakta olup, bu etkileşimin bir tezahürü olarak birey toplumu inşa ederken toplum da bireyi inşa etmektedir (Dalbay ve Avcı,2018:21). Dolayısıyla kimlik, en temel düzeyde bireysel ve toplumsal boyutlarda ele alınmaktadır (Karaduman,2010:2887). Bireysel düzeyde kimlik kavramını tanımlamaya çalışan araştırmacılar benlik kavramına atıfta bulunmaktadır (Bilgin,2007:11). Ancak toplumsal kimlik, kapsamı dar tutulmuş mikro düzeyli kimlik tanımlamalarından ziyade yekpare şekilde toplumu kapsayan kolektif bir kimliği işaret etmektedir (Dalbay,2018:161). Nitekim kimliğin tanımlanması esnasında bireylerin birbirleriyle, kolektiflerin birbirleriyle, bireylerin kolektiflerle arasındaki benzerlik ve farklılık ilişkilerinin sistematik düzeyde anlamlandırılması gerekmektedir (Özdemir,2010:11).

Tüm bu gelişmeler ışığında kimlik olgusuna bakıldığında bilhassa sosyal bilimler alanında farklı disiplinlerin ilgi alanına giren ve içerik bakımından farklılaşan çok boyutlu bir kavram karşımıza çıkmaktadır. Kuşkusuz ki kimlik kadar son derece dinamik bir kavramı anlamlandırmak için yukarıdaki tanımlamalardan daha fazlasına ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak çalışmanın sınırlılığı düşünüldüğünde kimliğe yönelik farklı bilim dallarının mukayeseli bir değerlendirmesinden ziyade genel bir kavramsal çerçeve çizilmeye çalışılmıştır. Öyle ki kimlik kadar son derece tartışmalı ve muğlak bir kavramı tanımlamadan önce kavramın hangi maksatla kullanılacağı ve nasıl bir bağlam içerisinde değerlendirileceği çok iyi saptanmak zorundadır. O halde günümüz toplumlarında gerek bireylerin gerekse de toplumların sıklıkla kullandığı kimlik terimi, çalışmanın bundan sonraki kısmında politikayla olan ilişkisi bağlamında partilerin siyasal kimlikleri üzerinden okunmuştur.

2.1.1. Siyasi Kimlik

Kimlik, günümüzün post modern dünyasında birçok siyasal hareketin kendisini ifade etmesinde referansta bulunduğu son derece vazgeçilmez bir kavramdır. Bu bakımdan kimlik, bireylerin sahiplendiği politik düşüncenin bir üst formu olarak değerlendirilmektedir; zira kimlik tercihi bulunan bireyin o kimliğin temsil ettiği inanç ve değer yargılarını kabul ettiği anlamı çıkmaktadır (Çaha,2008:20). Bu doğrultuda ele alındığında politik kimliğin bireylerde verili olmadığı ve kişinin siyasal ve toplumsal tercihleri doğrultusunda inşa edildiği görülmektedir. Bu bakımdan kimlikler ötekinin ötekileştirilmeyi özümlediği bir dönemde politik sınırların çizilmesinde kuramsal bir çerçeve sunmanın yanı sıra siyasallaşmış bir toplumu da gerekli kılmaktadır (Karakaş,2013:4).

Dolayısıyla siyasi kimlik günümüzde sınıf kavramı yerine kullanılsa da ondan daha farklı, çok boyutlu ve siyasi öneme sahip işlevsel bir kavramdır (Göksu,2013:71). Siyasal ve kültürel toplumsallaşma döneminde önemli görevler üstlenen kimlik, bütün politik sistemler için kritik bir dinamiği de meydana getirmektedir (Karakaş,2013:5). Tüm bu gelişmeler ışığında siyasal kimlik, gerek bireylerin kendilerini politik bir özne olarak konumlandırmasında gerekse de siyasal sistemin vazgeçilmez aktörlerinden olan partilerin kendilerini anlamlandırmasında önemli bir yer tutmaktadır. Partilerin siyasi kimliğinin incelenmesinde onu inşa eden ideolojik düşüncelerin yanı sıra parti programları ve seçim beyannamelerinin de analiz edilmesi partilerin siyasi kimliğine dair daha kapsamlı bir zihin haritası oluşturulmasını sağlamaktadır.

2.2. Adalet ve Kalkınma Partisi'nin Siyasi Kimliği

2018 genel ve cumhurbaşkanlığı seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın seçmen nezdindeki toplumsal algısını anlamaya yönelik bu çalışmada, hâlihazırda iktidar partisi konumunda bulunan Adalet ve Kalkınma Partisi'nin siyasi kimliğine bakmak gerekmektedir. 14 Ağustos 2001'de kurulmuş olan Ak Parti Recep Tayyip Erdoğan'ın genel başkanlığında girdiği ilk seçim olan 3 Kasım 2002 seçimlerinde geçerli oyların %34,63'ünü alarak hükümet olmuştur (Tokat,2009:52). Türkiye siyaseti açısından istisnai bir hareket olarak görülen Ak Parti bugüne kadar beş genel, üç yerel, üç referandum ve bir de cumhurbaşkanlığı seçimleri olmak üzere on iki seçim kazanmıştır (Miş ve Aslan,2018:7). Bu süreç içerisinde Adalet ve Kalkınma Partisi sadece 7 Haziran 2015 Genel seçimlerinde tek başına iktidar olacak oyu alamamıştır.

Türkiye siyasal hayatı için son derece uzun soluklu olan Ak Parti iktidarı, onun siyasi kimliğiyle de doğrudan ilişkilidir. Yeni kurulan bir parti olarak Ak Parti kimliğini tanımlarken içinden çıkmış olduğu Milli Görüş geleneğiyle arasına mesafe koymuş, kendisini İslamcı ve etnik kimliğe dayalı partilerden ayrı tutmak için kuruluş bildirgesine “kitle partisi” hedefi koymuştur (Doğanay,2007:68). Dolayısıyla Ak Parti kuruluşundan itibaren kendisini İslamcı bir parti olarak tanımlamamakta ve içinden çıkmış olduğu Milli Görüş çizgisinden ısrarla uzak durmaktadır (Çaha,2008:235). Öyle ki Ak Parti, Milli Görüş geleneğinden farklı bir yerde konumlandığı tezini güçlendirmek için Milli Görüş’ün değil (DP) Demokrat Parti geleneğinin bir devamı olduğunu öne sürmektedir (Erler,2007:130).

Kuşkusuz ki Ak Parti’nin, kendisini Milli Görüş geleneğinden uzak tutma eğiliminde bu gelenekten gelen partilerin resmi söylemle sürekli çatışma halinde olması ve bu bakımdan sıklıkla parti kapatma davalarına maruz kalınmasının etkisi büyüktür. Bir diğer etken de şüphesiz ki din olgusudur. Zira Milli Görüş geleneğinin İslamcı siyasal pozisyonunda, din başat bir konumda bulunmakta ve bu bakımdan Milli Görüş çizgisindeki partilerle sistem arasında önlenemez bir uyumsuzluk ortaya çıkmaktadır. Bu bakımdan Ak Parti’nin dine olan bakışını ve resmi söylemde önemli bir yer tutan laikliği nasıl ele aldığı önem arz etmektedir. Bu doğrultuda partinin dine ve laisizme yaklaşımı birincil düzeyde 2002 tarihli parti programında son derece yalın bir dille ifade edilmiştir: “*Partimiz, dini insanlığın en önemli kurumlarından biri, laikliği ise demokrasinin vazgeçilmez şartı, din ve vicdan hürriyetinin teminatı olarak görmektedir.*” (Ak Parti Programı,2002:14).

Görüldüğü üzere partinin dine olan bakışı din ve devlet ilişkilerini birbirinden ayıran ve anayasada da yer alan laiklik ilkesine uygun bir perspektifi yansıtmaktadır. Dolayısıyla Ak Parti, Milli Görüşün sert yapısını esneterek İslamcı yerine dindar fakat daha demokrat ve uzlaşmacı bir kimlik benimsemiştir (Nebati,2014:207). Bu bakımdan Ak Parti, (SP) Saadet Partisi’nin aksine diğer İslamcı partilerin devamı niteliğinde değildir (Ahmad,2014:187). Ak Parti, Türkiye siyasetinde merkez sağın krize girdiği bir ortamda hem Milli Görüş geleneğinden hem de merkez sağ seçmenden oy aldığı süreç içerisinde kendisini İslamcı kimlikle tanımlamamıştır (Uzgel,2009:21). Ak Parti’nin Milli Görüş geleneğinin temsilcisi mi olduğu yoksa merkez sağın geleneksel pozisyonunda mı yer aldığı uzun bir dönem tartışılmıştır (Başkan,2011:157).

Nitekim partinin siyasi kimliğinde İslamcı çizginin mi veyahut merkez sağın mı etkili olduğunu anlamak için partinin kurucularının söylemlerine bakmak gerekmektedir. Partinin genel başkanı olan Recep Tayyip Erdoğan, Ak Parti'nin 1. Olağan Kongresi'nde merkez partisi olmadıklarını belirterek partisini merkezin yeni adresi olarak tanımlamıştır (Bingöl ve Akgün,2005:5). Bu doğrultuda kuruluş döneminde partinin siyasi kimliğini genel başkan Recep Tayyip Erdoğan, "muhafazakar demokrat" olarak ifade etmiştir (Tokat,2009:53). Öyle ki partinin muhafazakâr demokrat kimliği, dönemin başbakanı olan Recep Tayyip Erdoğan'ın 2003 yılında TBMM Genel Kurulunda yapmış olduğu konuşmaya da yansımıştır.

Erdoğan bu konuşmasında Ak Parti'nin siyasi kimliğini muhafazakâr demokrat olarak tanımlayan şu ifadelerle yer vermektedir: "*Ak Parti kendi düşünce geleneğimizden hareketle yerli ve köklü değerler sistemimizi evrensel standartlardaki muhafazakârlık siyaset çizgisiyle yeniden üretmek amacındadır.*" (Recep Tayyip Erdoğan Konuşmalardan aktaran Nebati,2014:202). Bu duruma ilaveten Ak Parti genel başkanı olan Recep Tayyip Erdoğan'ın 15 Ocak 2004 tarihinde "Uluslararası Muhafazakarlık ve Demokrasi Sempozyumunda" Ak Parti'nin muhafazakar demokrat yanını göstermesi partinin siyasi kimlik inşasına son derece önemli bir katkı sunmuştur (Aksu,2012:35). Partinin lideri olan Recep Tayyip Erdoğan 2004 yılındaki konuşmasında muhafazakâr demokrat kimliği şu ifadelerle formüleştirmektedir: "*Geleneği dışlamayan bir modernlik, yerelliği kabul eden bir evrensellik, manayı reddetmeyen bir rasyonellik, köktenci olmayan bir değişim...*" (aktaran Bora,2017:478).

Nitekim Ak Parti, hem parti programlarında hem seçim beyannamelerinde ve hatta partiyi temsil eden yöneticilerin söylemlerinde kendisini "muhafazakâr demokrat" bir parti olarak konumlandırmaktadır (Çaha,2008:241). Bu anlamda Ak Parti'nin politik ve toplumsal birikimini, muhafazakar demokrasi yansıtmaktadır (Doğanay,2006:66). Aksu (2012:34), Ak Parti'nin Türkiye siyasal hayatında muhafazakar kimliği bu kadar güçlü bir vurguyla ifade eden tek parti olduğunu belirterek muhafazakar demokrat kimliğin, toplumsal tabana yaslanarak kurumsallaştığını ve tarihselleştğini ifade etmektedir. Bu görüşün aksine Kahraman (2007:151) ise muhafazakârlığın her şeyden önce bir siyasal ideoloji olduğunu ve Ak Parti'nin muhafazakâr demokrat kimliğini siyasallaştıramadığını belirtmektedir. Ak Parti'nin siyasi kimliğiyle ilgili manifesto niteliğinde "*Ak Parti ve Muhafazakâr Demokrasi*" kitabının da var olması dikkat çekicidir (Yıldız,2004:8).

Bu kitap Ak Parti'ye kuramsal ve ideolojik bir arka plan oluşturmanın yanı sıra partinin politik anlamda konumlanışını ve kimlik tanımını da sunmaktadır (Erler,2007:130). Diğer bir ifadeyle *Muhafazakâr Demokrasi* Ak Parti'nin siyasi kimliği açısından referans niteliğindedir. Akdoğan kitabında muhafazakâr demokrat kimliğin Ak Parti'de nasıl karşılık bulduğunu ayrıntılı bir şekilde aktarmaktadır. Bu bakımdan Ak Parti, muhafazakârlığın tarihsel kodlarına uygun ancak politika yaptığı coğrafyanın toplumsal ve kültürel geleneklerine yaslanan, yerli ve köklü değerleri muhafazakâr siyaset ile yeniden inşa etmeyi amaçlayan, statükoculuk yerine yeniliğe açık bir muhafazakârlığı savunan, devrimci değişime karşı evrimci ve tedrici toplumsal dönüşümü destekleyen bir partidir (Akdoğan,2004:113). Dolayısıyla Ak Parti, Türkiye'nin kültür birikimini koruma manasında muhafazakâr, modern kurum ve değerleri savunma noktasında ise demokrat olarak tanımlanmaktadır (Erler,2007:130).

Hülasa Ak Parti'nin siyasi kimliğine bakıldığında içinden ıkmiş olduğu Milli Görüş geleneğinden bir kopuşu temsil ederken aynı zamanda kitlelerden oy almayı hedefleyen ve bunu da muhafazakâr demokrat kimliğiyle yapmayı amaçlayan bir siyasal parti hüviyeti ortaya çıkmaktadır. Ak Parti 2002'den beri Türkiye siyasal hayatında kendi özgül ağırlığını koruduğu için politik zaviyede daha ayrıntılı bir analizi hak etse de çalışmanın sınırlılığı gereği partinin siyasi kimliğine yönelik genel bir perspektif sunulmuştur.

2.3. Milliyetçi Hareket Partisi'nin Siyasi Kimliği

Türkiye'de siyasal yaşam genel itibariyle sağ ve sol şeklinde iki cepheye bölünse de süreç içerisinde sağ ve sol hareketlerin içeriği, temsilcileri, üslupları ve hatta bileşenleri değişime uğramaktadır (Bostancı,1998:12). Bu bakımdan Türkiye'deki siyasal partileri sağ ve sol çizgilere keskin hatlarla ayırmak kolay olmamaktadır. Yine de bu çalışmanın merkezinde yer alan ve Cumhuri İttifakı'nın kurucularından olan Milliyetçi Hareket Partisi, mevcut siyasal konjonktürde sağ eğilimli bir parti olarak tanımlanmıştır.

Elbette ki hiçbir siyasal parti kendi içerisinde mütecanis bir yapıda düşünülemez. Bu bakımdan elli yılı aşkın bir politik geçmişe sahip olan Milliyetçi Hareket Partisi'nin siyasal kimliği, dönemler arasındaki politik iklim, iktisadi gelişmeler, lider değişimleri ve uluslararası ilişkilerin yansımalarından soyutlanarak ele alınamaz. 1969 yılında Alparslan Türkeş tarafından kurulan Milliyetçi Hareket Partisi, Türk milliyetçiliğini ve Türk-İslam ülküsünü savunan milliyetçi ve ülkücü bir siyasal parti hüviyetindedir (Sun İpekşen,2012:79).

Partinin kuruluşu her ne kadar 1969 yılıyla ifade edilmiş olsa da evveliyatı bulunmaktadır. Bu bakımdan çok partili siyasal yaşama geçişten sonra kurulan Cumhuriyetçi Millet Partisi ve Türkiye Köylü Partisi gibi milliyetçi çizgideki partiler birleşerek (CKMP) Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi, daha sonra da Alparslan Türkeş'in katılımıyla birlikte bugünkü Milliyetçi Hareket Partisi kurulmuştur (Gürson,2015:53-54). Milliyetçi Hareket Partisi'nin siyasi kimliğinde Alparslan Türkeş'in etkisi yadsınamaz boyutlar içermektedir. Bu bakımdan Türkeş partinin gençlik yapılanması olarak da adlandırılan "ülkü ocaklarında" okutulması ve partinin ideolojik çizgisini sarıh hatlarla tanımlaması maksadıyla "Dokuz Işık" olarak da bilinen bir propaganda kitabı hazırlamıştır (Örmeci,2008:195).

Türkeş tarafından kaleme alınan Dokuz Işık ilk başta on altı sayfalık bir risale şeklinde yayınlanmış, daha sonra ise kitap haline getirilerek ülkücü hareketin politik bildirisine dönüşmüştür (Yaşlı,2014:379). Dokuz Işık'ın temel ilkeleri milliyetçilik, ülkücülük, ahlakçılık, toplumculuk, ilimcilik, hürriyetçilik, köycülük, gelişmecilik, sanayicilik ve teknikçilikten oluşmaktadır (Zürcher,2012:372). Politika, ekonomi ve kültür alanlarında ulusal ve uluslararası meselelere değinen doktrin, MHP'nin başat düşünce sistemini belirlemektedir (Altındağ,2016:56).

Milliyetçi Hareket Partisi'nin Turancı çizgideki etnik Türk milliyetçiliği 1970'lerde değişmeye başlayarak Türk-İslam sentezine yaklaşmıştır (Örmeci,2008:195). Değişim MHP'nin 1969 yılında gerçekleştirmiş olduğu Adana kurultayında Alparslan Türkeş'in: "*Biz Tanrı Dağı kadar Türk, Hira Dağı kadar Müslümanız. Her iki felsefe bizim şiarımızdır.*" ifadeleriyle ortaya konulmuştur (Ölçekçi,2018:270). Bu bakımdan İslamiyet, Türklüğü kuvvetlendiren milli kimliği pekiştiren bir unsur olarak kabul edilse de asıl olan yine Türklüktür (Bora ve Can,1999:53-54). MHP'ye göre Türklük bedeni İslamiyet ise ruhu yansıtmaktadır (Arıkan,2008:7). Nihayetinde MHP'nin milliyetçi çizgisinin en göze çarpan özelliği politik bir harekete dönüştürdüğü Türk-İslam sentezidir (Arıkan,2008:7). Şüphesiz ki Milliyetçi Hareket Partisi'nin Türkcülük ekseninden uzaklaşıp İslami öğelere eklememesi Soğuk Savaş döneminin antikomünist politikalarından soyutlanamaz. Bu bakımdan dünyada ve Türkiye'de Amerika'nın üstlendiği antikomünist propagandanın en güçlü silahlarından birini din olgusu oluşturmaktadır. Dolayısıyla partinin Soğuk Savaş yıllarında Türkeş liderliğinde Türk-İslam sentezini benimsemesinde komünizm tehlikesi önemli bir rol oynamıştır.

Zira Türkeş partiyi Türk-İslam sentezine çekerek komünizm karşıtı mücadelede İslamcıların desteğini almıştır (Örmeci,2008:195). Dönemin antikomünist rüzgârının partinin ideolojik çizgisinde nasıl karşılandığını anlamak için 1977 tarihli seçim beyannamesindeki şu ifadelere bakmakta fayda vardır: *‘‘Komünizm devletimizi yıkmak, vatanımızı bölmek için içimize kin ve nifak tohumları saçmaktadır... Bu sebeple Türkiye’de komünizm bölgecilik, bölücülük ve mezhep kışkırtıcılığı ile kol koladır!’’* (MHP Seçim Beyannamesi,1977:9). Görüldüğü üzere partinin komünizme yaklaşımı son derece sert bir retorik ile aktarılmaktadır. Komünizmin, bölücülük ve yıkıcılıkla özdeşleştirildiği bir dönemde partinin siyasal kimliğinin Türk-İslam sentezinden oluşması şaşırtıcı değildir.

Milliyetçi Hareket Partisi’nin ideolojik zemini analiz edilirken 12 Eylül 1980 darbesine ayrı bir parantez açmak gerekmektedir. Yarım asrı aşan siyasal serüveninde köklü bir ideolojik altyapıya sahip olan Milliyetçi Hareket Partisi Soğuk Savaş yıllarında komünizm karşıtlığını ön plana çıkaran bir politik görev üstlenmişken, 12 Eylül 1980 askeri darbesinden sonra varlığını terör karşıtlığı üzerine kurmuştur (Kocabıyık,2011:3). 12 Eylül 1980 askeri darbesinin yarattığı tahribattan etkilenen Milliyetçi Hareket Partisi, ideolojik düzlemde Türk-İslam sentezini ana eksenine almıştır (Beriş,2014:10).

Kendilerini ‘‘Türk-İslam ülkücüleri’’ olarak isimlendiren bir grup sentez kavramının tez ile anti-tez arasında meydana gelebileceğini belirterek din ve milliyet olgularını birbirlerine tezat kavramlar olarak görmemiştir (Bayraktar,2015:36). Dolayısıyla 12 Eylül 1980 darbesinin etkisiyle ülkücü tabanda kuvvetli bir dindarlaşma eğilimi görülmüştür (Bora,2014:129). Yine de MHP’nin Türk-İslam sentezi, cumhuriyetin laik yapısıyla çatışmaya girmekten uzak durmaktadır (Arıkan,2008:7). Bu bakımdan MHP, bilhassa Soğuk Savaş dönemi olmak üzere İslamiyet’i kendisine referans olarak alsa da siyasal İslamcı bir parti olarak değerlendirilemez. 12 Eylül’ün MHP üzerindeki etkileri, salt tabanın daha dindarlaşması ve partinin İslamcı unsurlarla anılmasıyla açıklanamaz.

12 Eylül 1980 darbesi ve 1982’ye kadar sürmüş olan askeri yönetim, ülkücü harekette büyük bir şok etkisi yaratmıştır (Bora ve Can,1999:100). Zira Türkiye siyasal hayatı için bir kırılma anı olarak değerlendirilen 12 Eylül 1980 askeri darbesi, o zamana kadar antikomünist mücadelede devlet için mücadele ettiği kanısına kapılan ülkücü kadrolarda ve MHP’nin üst düzey yöneticilerinde derin bir tahribat yaratmıştır. Bu tahribatta partinin kapatılmış olması ve mücadelede yer alan birçok ismin 12 Eylül yönetimi tarafından tutuklanmasının etkisi büyüktür.

Ancak 1980 darbesinin sonrasında adını geçici bir süreliğine (MÇP) Milliyetçi Çalışma Partisi olarak değiştirmek dışında parti, 1969 yılından itibaren adını, amblemini, örgütlenme yapısını ve siyasi kimliğini meydana getiren ideolojik ilkelerini büyük ölçüde korumayı başarmıştır (Arıkan,2008:102). MHP'nin siyasi kimliğini anlamlandırırken şüphesiz ki partinin temelini oluşturması bakımından ülkücülüğe de değinmek gerekmektedir. Ülkücülük fikrinin en temel karşılığını devlete hizmet etme ülküsü oluşturmaktadır (Arıkan,2008:109).

Bu bakımdan devleti, toplumu saran aşkın bir otorite olarak tanımlayan MHP, aynı zamanda devleti, toplumun itibar ve saygınlığının en üst düzey temsilcisi olarak kabul etmektedir (Çaha,2008:190). Dolayısıyla partinin devleti sahiplendiği ve onu kutsadığı anlaşılmaktadır. Ancak devleti yücelten bu anlayış, 12 Eylül 1980 darbesinin yarattığı yıkımda yerini nispeten eleştirel bir havaya bırakmıştır. Karşı karşıya kalınan tutuklamalar ve yargılamalar neticesinde ülkücü harekette devlet sorgulanır bir noktaya gelse de Alparslan Türkeş ve parti yönetimi devletçi yaklaşımlarını korumuştur (Bayraktar,2015:39). 12 Eylül darbesinin ardından geçen on yıllık süreçte ülkücü harekette de devlete karşı olan eleştirel yaklaşım son bulmuştur (Bora ve Can,2004:125). Nitekim 12 Eylül 1980 darbesinin ülkücü camiada yaratmış olduğu yıkım hariç, Milliyetçi Hareket Partisi'nin politik konumlanışında devlet her daim kutsanmış ve savunulmuştur.

1990'lı yıllara gelindiğinde ise Kürt meselesinin de etkisiyle Milliyetçi Hareket Partisi'nde yeniden bir Türkçülük eğilimi meydana gelmiştir (Bora,2014:129). Bu dönemde MHP'deki ideolojik restorasyonun birbiriyle bağlantılı olan iki yanı bulunmaktadır. Bunlar; Türklüğün yeniden canlandırılması ve İslamcılığa karşı laik bir düşüncenin benimsenmesidir (Bora ve Can,2004:159). Özellikle 1990'lı yıllarda Türkiye'de yükselen siyasal İslamcılıktan uzak durmayı başaran MHP, devleti ve rejimi tartışmaya açan siyasal İslamcıların aksine devleti ve rejimi savunan parti olarak konumlanmıştır (Arıkan,2008:47). Görüldüğü üzere Milliyetçi Hareket Partisi'nin politik düzlemdeki düşünceleri dönemseldir ve koşullardan bağımsız ele alınamamaktadır. Zira partinin temel ideolojik bileşenlerinden birini teşkil eden Türkçülük, Soğuk Savaş döneminin antikomünist ekseninde İslamcılığın gölgesinde kalırken Soğuk Savaş'ın sona erdiği ve Türkiye'de Kürt sorununun dile getirilmeye başlandığı bir dönemde yeniden hayat bulmuştur. Keza bu durum partinin dine bakışında da aynı parametreleri içermektedir.

Soğuk Savaş yıllarında Türk-İslam senteziyle özdeşleşen ve tabanında kuvvetli bir dindarlığın egemen olduğu parti, köktenci hareketlerin sistemle çatışma içerisinde olduğu 1990'lı yıllarda son derece laik bir görünüm çizmektedir. Öyle ki MHP'nin 1990'lı yıllardaki yeniden yükselmekte olan Türkçülük eğilimlerinde, İslam milli kimliğin merkezinden ziyade milli kimliğin bir unsuru olarak ikincil konuma düşmekte ve parti İslami köktencilığe karşı dini devlete tabi kılan resmi söyleme yakınlaşmaktadır (Bora ve Can,2004:180).

Tüm bu gelişmeler ışığında değerlendirilecek olunursa Milliyetçi Hareket Partisi'nin ideolojik yapılanmasında önemli bir alanı teşkil eden Türkçülük ve İslamcılığın partideki ağırlıkları dönemin şartlarına göre değişkenlik göstermektedir. Yine de MHP'nin politik konumlanışında tartışmasız en önemli ideolojik eksenini milliyetçilik oluşturmaktadır. Zira hâlihazırda Türkiye siyasal hayatında aşırı milliyetçilik etnik ve kültürel milliyetçilik arasında gidip gelmektedir (Arıkan,2008:102-103). Milliyetçi Hareket Partisi'nin siyasal kimliğini tanımlamaya çalışırken kalıplaşmış durumda olan etnik ve aşırı milliyetçi ifadelerin kullanılması hususunda imtina etmek gerekmektedir. Zira bir partinin siyasal kimliğini ifade ederken kendisini nasıl tanımladığını anlamak için parti programlarına göz atmak aydınlatıcı olmaktadır.

Dolayısıyla MHP'nin milliyetçi çizgisini anlamlandırmak için partinin 2000 tarihli programında geçen şu ifadelerle dikkat etmek gerekmektedir: *“Partimiz, milleti; ortak bir tarihin sunduğu zemin üzerinde birlikte yaşama arzu ve iradesini ortaya koyan, tarihi süreçte ortak bir kaderi paylaşma duygusunu ve gelecek ülküsünü taşıyan(...)Sosyal bir bütün olarak mütalaa etmektedir.”* (MHP Programı,2000:8).

Görüldüğü üzere partinin milliyetçiliği yorumlayış tarzında ırk ve etnisiteye ilişkin bir emare bulunmamaktadır. Aksine ortak bir tarih ve birlikte yaşama iradesine atıfta bulunularak tarihsel süreç içerisinde bir kültür milliyetçiliği inşa edilmektedir. Şüphesiz ki köklü bir tarihsel geçmişe sahip olan Milliyetçi Hareket Partisi başlı başına bir araştırma konusu olma özelliğine sahip olsa da bu çalışmada sadece siyasi kimliği üzerinden incelenmiştir. O halde tüm bu gelişmeler göz önüne alındığında Milliyetçi Hareket Partisi kırk dokuz yılı aşan siyasal ömründe ideolojik anlamda farklı kırılmalar yaşasa da parti Türk milliyetçiliğini ve Türk-İslam sentezini ön plana çıkaran bir siyasi kimliğe haizdir.

2.4. Cumhur İttifakı'nda 16 Nisan 2017 Referandumu

Türkiye siyasi hayatı için kritik bir dönemeç olarak da kabul edilen 16 Nisan 2017 referandumu, ülkedeki yönetim modelini parlamenter sistemden Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne dönüştürmesi bakımından önem teşkil etmektedir. Zira Türkiye'de parlamenter demokrasinin kökleri Osmanlı dönemine kadar uzanmaktadır. Bu bakımdan yüz yılı aşkın bir parlamenter deneyimin ardından yeni bir sisteme geçilmesi elbette ki politik tartışmaların gölgesinde gerçekleşmiştir.

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçilmesini savunanların ortaya sunmuş olduğu tezlere bakıldığında, çabuk dağılan ve başarısız sonuçlara yol açan koalisyon hükümetleri birincil önceliği oluşturmaktadır. Öte yandan parlamenter demokrasinin sürekli krizlere yol açması, yasama ve yürütme erklerinin iç içe girmesi ve hükümet kurma konusundaki istikrarsızlıklar sistemin çıkmazları olarak kabul edilmektedir. Bu bakımdan Türkiye'de 2002 yılından beri kesintisiz bir şekilde iktidarda bulunan Adalet ve Kalkınma Partisi, sistemin açmazlarını öne sürerek parlamenter sisteme yönelik eleştirilerde bulunmuş olup başkanlık sistemine geçilmesi gerekliliğini vurgulamıştır. Diğer tarafta ise (CHP), Cumhuriyet Halk Partisi'nin başkanlık sistemine yönelik eleştirileri söz konusudur.

Türkiye'de yönetim sisteminin tartışıldığı bir dönemde 15 Temmuz 2016 yılında meydana gelen darbe girişimi Türkiye'de bir kırılma anı yaratmıştır. Türkiye'nin yaşamış olduğu en acı olaylardan biri olarak kabul edilen 15 Temmuz darbe teşebbüsünden sonra iktidarda bulunan Adalet ve Kalkınma Partisi, ülkenin içinde bulunduğu durumu bir "beka" sorunu olarak nitelendirmiştir. O zamana kadar başkanlık sistemine muhalefet etmiş durumda olan Milliyetçi Hareket Partisi'nin de beka sorununa atıfta bulunması her iki partinin yakınlaşmasına kapı aralamıştır. Beka söylemi, Türkiye'nin yaşamış olduğu darbe girişimi başta olmak üzere içeriden ve dışarıdan Türkiye'ye yönelik bir terör kuşatmasının var olduğu üzerine temellendirilmiştir. Bu bakımdan Milliyetçi Hareket Partisi, ülkenin yaşadığı beka meselesine değinerek Ak Parti'nin anayasayı değiştirmesine yönelik teklifine destek vereceğini açıklamıştır. Böylelikle Türkiye'de yeni bir hükümet modelinin kurulması için halkın önüne sandık konulmuştur. Özellikle medyada sıklıkla dile getirilen ifade şekliyle Türk tipi başkanlık sistemi, muhalefet bloğu tarafından sistem değil rejim tartışması üzerinden yapılmıştır.

Bu bakımdan referandumun bir kutuplaşma ekseninde geçtiği görülmektedir. Parlamenter sistemde tarafsız konumda bulunan cumhurbaşkanlığı makamının partili olmasına olanak tanıyan maddeleri muhalefetin sert eleştirilerine yol açmıştır. Dolayısıyla Türkiye’de anayasa değişikliği süreci Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’ni isteyenlerin oluşturduğu ‘‘EVET’’ cephesiyle sisteme karşı çıkan ‘‘HAYIR’’ cephesi arasında meydana gelmiştir. Ak Parti ve MHP sistem değişikliğini ülkenin sıkıntılı bir dönemde yaşamış olduğu beka sorununa yönelik milli bir reçete olarak sunarken, muhalefet bloğu değişikliğin yönetim değil rejim odaklı olduğuna vurgu yapmıştır.

Nihayetinde 16 Nisan 2017 referandumunun ‘‘evet’’ ile sonuçlanmasıyla birlikte Türkiye’de ‘‘Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’’ resmi olarak yürürlüğe girmiştir. İlk başta sadece Cumhurbaşkanı’nın partiye üye olmasına olanak tanıyan maddesi yürürlüğe konulurken sistemin tam manasıyla uygulanması genel seçimlerden sonrasına bırakılmıştır. Muhalefet bloğunun yeterince denge-denetim mekanizmasının bulunmamasıyla eleştirdiği yeni yönetim modelinin getirmiş olduğu en büyük yenilik kuşkusuz ki iktidar olmayı siyasal partiler için zorlayan yüzde elli artı bir şarttır. Zira parlamenter yönetim sisteminde bulunmayan bu şart ulaşılması zor bir çitayı partilerin önüne koymuştur.

Dolayısıyla Cumhuriyet İttifakı’na giden sürecin yapı taşlarını 16 Nisan 2017 referandumu döşemiştir. Sistemin iktidar olmak için partileri seçim öncesi birbirlerine yakınlaştırmasının Türkiye’deki ilk somut karşılığını, Ak Parti ile MHP arasında gerçekleşen Cumhuriyet İttifakı oluşturmaktadır. Aynı zamanda sistem değişikliğine onay veren bu iki partinin değişiklikten sonra da sistemin tam manasıyla yerleşiklik kazanmasını sağlamak için fikir birliği içerisinde olduğu bilinmektedir. Bu bakımdan Cumhuriyet İttifakı’nın kuruluş dinamikleri 16 Nisan 2017 referandumunun getirmiş olduğu yeni yönetim sisteminden bağımsız ele alınamaz.

2.5. 2018 Genel Seçimleri Öncesi Siyasal Atmosfer ve Cumhuriyet İttifakı

Türkiye siyasal hayatının tarihsel gelişimine bakıldığında birçok kez erken seçim uygulamasının kritik dönemeçlerde hayata geçirildiği görülmektedir. Bu bakımdan 16 Nisan 2017 referandumunun kabul edilmesiyle birlikte 2019’da yapılması planlanan genel seçimler Milliyetçi Hareket Partisi liderinin erken seçim çağrısıyla birlikte öne alınmıştır. İktidarda bulunan Adalet ve Kalkınma Partisi’nin de bu çağrıya icabet etmesi neticesinde Türkiye bir kez daha erken seçime gitmektedir.

Erken seçim çağrısı muhalefet bloğunda da karşılık bulmuştur. Dolayısıyla tüm siyasal partiler erken seçime hazır oldukları yönünde bir mesaj vermiştir. Gerçekleşen anayasa değişikliğiyle birlikte ilk kez halka yürütme ve yasama organlarını aynı anda seçebilme olanağı tanınmıştır. Zira parlamenter sistemde halk sadece yasama organını belirlemekte yürütme erki yasamanın içerisinden çıkmaktadır. Böylelikle ilk defa halkın doğrudan yürütmeyi belirleme gücü söz konusu olmuştur. Anayasa değişikliği, iktidar olmak için yüzde elli artı biri zorunlu kılmıştır. Bu durum kaçınılmaz olarak siyasal partileri ittifak arayışına sevk etmiştir.

Böyle bir politik ortamda 24 Haziran 2018 Genel Seçimlerine Ak Parti ve MHP, ‘‘Cumhur İttifakı’’ çatısı altında girmektedir. (YSK) Yüksek Seçim Kurulu’na sunulan ittifak protokolünde ittifakın kuruluş amacı özetlenmektedir: *‘‘Cumhur İttifakı, Türkiye’nin istiklalini ve istikbalini her şeyin üzerinde tutan bir anlayışla, güçlü ve istikrarlı bir parlamento yapısının oluşturulması ve gelecek 5 yıl içerisinde Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’nin bütün kurum ve kuruluşlarının yerleşmesini temin etmeyi hedeflemektedir.’’* (Milliyet,04.05.2018). Görüldüğü üzere sistemin değiştirilmesi konusunda ortak bir irade geliştiren her iki parti Cumhur İttifakı çatısı altında sistemin tam manasıyla oturması için de genel seçimlerde birlikte hareket etme kararı almıştır. 2023 hedeflerinin aktarıldığı ve 15 Temmuz sürecine göndermede bulunulan protokol metninde ittifakın cumhurbaşkanı adayı olarak mevcut cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan gösterilmektedir (Vatan, 04.05.2018).

Her iki parti de ortak bir cumhurbaşkanı adayı üzerinde mutabık kalmış olsa da seçimlere kendi tüzel kişiliklerini koruyarak gitmektedir. İttifakın kuruluş dinamiklerine bakıldığında ise iç siyasetteki gelişmeler büyük rol oynamıştır. Bu noktada özellikle 15 Temmuz 2016 yılında gerçekleşen başarısız darbe teşebbüsünden sonra her iki siyasal partide ‘‘beka’’ sorunu çerçevesinde birlikte politika yürütmüştür. Zira ittifakın kuruluş metninde de 15 Temmuz sürecine atıfta bulunmaktadır: *‘‘Cumhur İttifakı esasen, 15 Temmuz 2016’da FETÖ’nün teşebbüs ettiği hain darbe ve işgal hareketi sonrasında, Türkiye’nin maruz kaldığı saldırılara karşı yerli ve milli bir duruşun doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır.’’* (Evrensel,05.05.2018). Dolayısıyla ittifak ülkenin yaşamış olduğu zor dönemde milli ve manevi bir oluşum olarak sunulmuştur. Özellikle darbe girişiminin ardından gerçekleşen Yenikapı mitingi her iki partinin de ortak bir ruh geliştirmesini sağlamıştır.

Bu bakımdan ittifakın ortak adayı Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın şu sözleri dikkat çekicidir: *‘‘Yenikapı ruhu Cumhur İttifakı'na dönüştü. Ayrılığa son, şimdi birlik ve beraberlik zamanı (...).’’* (Milliyet, 22.11.2018). Tüm bu gelişmeler ışığında Cumhur İttifakı'nın ortaya çıkışında başta 15 Temmuz darbe girişimi olmak üzere Türkiye'nin maruz kaldığı iç ve dış terör tehdidi, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin tam anlamıyla işlerlik kazanması, siyasette uzlaşma geleneğinin yeniden canlanması ve nihayetinde Türkiye'nin beka sorununu aşma gayreti etkili olmuştur.

Cumhur İttifakı'nın kuruluş dinamiklerine bakıldıktan sonra genel seçimler öncesi Türkiye'deki politik iklimin nasıl şekillendiğine değinme ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Her şeyden önce erken seçime 15 Temmuz süreci sonrasında ilan edilen (OHAL) Olağanüstü Hal Şartları altında gidildiği bilinmektedir. Özellikle bu noktada muhalefetin, seçimlerin OHAL şartları altında gerçekleştirilecek olmasına yönelik iktidar partisine sert eleştirileri olmuştur. Bu durumun yanı sıra yeni sisteme itiraz eden muhalefet bloğu da kendi içerisinde bir seçim ittifakı arayışına girmiştir. Zira sistemin getirmiş olduğu yenilikler siyasal partilerin tek başına iktidar olmasını güçleştirmektedir. Bu bakımdan ana muhalefet partisi konumunda olan CHP'nin yeni kurulmuş bir parti olan İYİ Parti ve Saadet Partisi'yle bir ittifak arayışı söz konusu olmuştur.

Bu noktada İYİ Parti'nin henüz yeni kurulmuş bir parti olarak seçimlere girme yeterliliğini kazanıp kazanmadığı siyasal anlamda tartışmalara neden olmuştur. Seçim öncesi mecliste grubu bulunmayan İYİ Parti'nin seçime girip giremeyeceği konusunda bir belirsizlik durumu baş göstermiştir. Bu belirsizliğin sürdüğü bir süreçte CHP'den istifa eden 15 milletvekili İYİ Parti'ye katılmış, böylelikle vekil sayısı 20'ye ulaşan İYİ Parti'nin mecliste grup kurması sağlanmış ve seçime katılma konusunda önünde bir engel kalmamıştır (BBC Türkçe, 12.06.2018). CHP'nin İYİ Parti'yi seçimlere sokma konusunda göstermiş olduğu bu atılım özellikle iktidar partisinin sert eleştirilerine neden olmuştur. Bu doğrultudaki eleştiriler bilhassa milli iradeye saygısızlık üzerinden temellendirilmiştir. Diğer tarafta ise muhalefet bloğu bunu bir demokrasi hamlesi olarak nitelendirmiştir. CHP ve İYİ Parti arasındaki bu yakınlaşma ittifak zeminine olanak tanımıştır. CHP, İYİ Parti ve Saadet Partisi'nin yanı sıra İYİ Parti listelerinden seçime girecek olan (DP) Demokrat Parti'nin de katılımıyla *‘‘Millet İttifakı’’* oluşturulmuştur (Sözcü,05.05.2018).

Cumhur İttifakı'nın ardından Millet İttifakı'nın da kurulmuş olması siyasal partilerin, seçim atmosferine Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin gerektirdikleri üzerinden gittiklerini göstermektedir. Cumhurbaşkanlığı'nın aksine Millet İttifakı ortak bir cumhurbaşkanı adayı üzerinde uzlaşa sağlayamamıştır. Millet İttifakı'nı oluşturan partiler kendi cumhurbaşkanı adaylarıyla seçime gitmiştir. Bu bakımdan CHP'nin adayı Muharrem İnce, İYİ Parti'nin adayı partinin genel başkanı da olan Meral Akşener, Saadet Partisi'nin de adayı keza yine partinin genel başkanı sıfatını taşıyan Temel Karamollaoğlu olmuştur. İttifakların yanı sıra seçime tek başına giren (HDP) Halkların Demokratik Partisi ise cumhurbaşkanı adayı olarak partinin eski genel başkanı olan Selahattin Demirtaş'ı aday göstermiştir. Vatan Partisi (VP) ise kendi genel başkanı olan Doğu Perinçek'i cumhurbaşkanlığına aday olarak göstermektedir.

Tüm bu gelişmeler ışığında Türkiye, 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve 27. Dönem Milletvekilliği seçimlerine gitmiştir. Öyle ki parlamenter sistemin ardından yeni bir yönetim sistemine tam manasıyla geçişi sağlayacak olması bakımından 24 Haziran erken seçimleri Türkiye siyasal hayatında ilk kez partilerin ittifak çatısı altında seçim öncesi ilkeler üzerinde uzlaşarak gittiği bir seçim dönemini meydana getirmiştir. Siyasetin ve medyanın gündemini teşkil etmesi bakımından önem arz eden 24 Haziran 2018 Genel Seçimleri, aynı zamanda 15 Temmuz 2016 yılındaki başarısız darbe girişiminin ardından Türkiye'nin gitmiş olduğu ilk seçim olması bakımından da büyük önem taşımaktadır. İki yıl öncesine kadar askeri kalkışmaya maruz kalmış olsa da demokrasisini korumayı başaran Türkiye, 24 Haziran 2018 Genel ve Cumhurbaşkanlığı Seçimlerine yeni sistemin koşulları altında gitmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. 2018 GENEL SEÇİMLERİ ÖNCESİ AK PARTİ-MHP

CUMHUR İTTİFAKI'NIN TOPLUMSAL ALGISI

Türkiye’de siyasal hayat, 16 Nisan 2017 referandumuyla birlikte farklı bir yönetim sistemine geçmiştir. Mevcut parlamenter sistemin terk edilerek cumhurbaşkanlığı yönetim sistemine geçilmesiyle birlikte artık iktidar olmak yüzde elli artı bir oy gerektirmektedir. Bu durum göz önüne alındığında çalışmanın üçüncü bölümünde, Türkiye’deki yeni yönetim sisteminin hayata geçeceği ilk dönem olan 2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’nın seçmen nezdindeki toplumsal algısını anlamayı amaçlamaktadır.

Bu doğrultuda çalışma kapsamında Ak Parti, MHP ve CHP’ye bir önceki seçimlerde oy vermiş olan on beş kişilik hedef kitleyle görüşülmüştür. Çalışma kapsamında farklı yaş, cinsiyet, eğitim, ideolojik ve kültürel özellikleri bulunan katılımcılara daha önceden hazırlanmış olan beşi demografik özellikler olmak üzere otuz beş soru yöneltilmiştir. Katılımcıların sorulara yönelik değerlendirmeleri incelenmiş, Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’na yönelik seçmenin toplumsal algısı ortaya konulmaya çalışılmış olup bu algının oluşumunda medyanın oynadığı rol sorgulanmıştır.

3.1. Çalışmanın Önemi

Bu çalışmanın önemi Türkiye’de cumhurbaşkanlığı yönetim sistemine tam anlamıyla geçişi sağlayacak ilk seçim olan 2018 genel seçimleri öncesi iktidarda bulunan Adalet ve Kalkınma Partisi ile muhalefette yer alan Milliyetçi Hareket Partisi’nin kurmuş olduğu ‘‘Cumhur İttifakı’na’’ yönelik seçmenin toplumsal algısını anlamlandırmak istemesidir. Parlamenter demokratik sistemden Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’ne geçişte iki siyasal partinin seçim öncesi kurmuş olduğu ittifakın seçmenin zihin haritasında nasıl anlamlandırdığını ortaya çıkarması bakımından çalışma akademik düzeyde önem taşımaktadır. Bu doğrultuda tamamı seçmen olan ve bir önceki seçimlerde oy vermiş olan on beş kişilik bir hedef kitleyle yapılan derinlemesine görüşmelerde ortaya çıkan değerlendirmeler analize tabi tutularak hedef kitlenin Cumhur İttifakı’na yönelik algısının hangi parametrelere dayandığı ve bu algının inşasında medyanın oynadığı rol incelenmiştir.

3.2. Çalışmanın Amacı

2018 genel seçimleri öncesi kurulmuş olan Ak Parti-MHP ‘‘Cumhur İttifakı’na’’ yönelik seçmenin toplumsal algısını anlamak ve bu algının inşasında medyanın belirleyici bir rol oynayıp oynamadığını sorgulamak bu çalışmanın en temel amacını oluşturmaktadır.

3.3. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmanın metodolojisini nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan derinlemesine görüşme tekniği oluşturmaktadır. Nitel bir araştırma yöntemi olarak derinlemesine görüşme, açık uçlu sorulardan meydana gelmekte olup yorum bilgisine dayanmaktadır. Bu bağlamda düşünüldüğünde derinlemesine görüşme tekniği, araştırmacının daha önceden hazırlamış olduğu soru formu aracılığıyla katılımcılarla yapmış olduğu mülakat sürecini içermektedir. Öyle ki, katılımcıların değerlendirmeleri araştırmacı tarafından not edilmekte ve süreç güven üzerine temellendirilmektedir. Nitekim katılımcıların kimliğinin gizli kalması en temel esaslardan birini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda tamamı seçmen olan on beş kişilik bir hedef kitleyle görüşülmüştür. Farklı yaş, cinsiyet, eğitim, meslek, sosyo-ekonomik, özelliklere sahip olan bu hedef kitlenin siyasal ve kültürel yaklaşımları da çeşitlilik arz etmektedir. Çalışmanın temelini oluşturması bakımında Ak Parti ve MHP seçmeni araştırma kapsamına alınmışken, ana muhalefet partisi olması itibariyle CHP’ye oy vermiş seçmenler de çalışma içerisinde yer almıştır.

Bu doğrultuda ele alındığında 2018 genel seçimleri öncesi kurulmuş olan Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’na yönelik seçmenin toplumsal algısını anlamayı amaçlayan bu çalışmada Cumhur İttifakı’nı konu edinen ve daha önceden hazırlanmış olan beşi demografik özellikler olmak üzere otuz beş soru katılımcılara yöneltilmiştir. Her bir katılımcıyla ayrı ayrı görüşmeler gerçekleştirilerek birbirlerinden etkilenmelerinin önüne geçilmek istenmiştir. Ayrıca görüşme esnasında yönlendirici olmamak için katılımcıların değerlendirmelerine müdahale edilmemiştir. Objektiflik ilkesi gözetilerek katılımcıların yaptıkları yorumlar incelenmiştir. Farklı demografik özelliklere sahip olan katılımcıların yaşlarına bakıldığında 26-60 yaş grubunu kapsamaktadır. Aynı şekilde katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde liseyle doktora arasında çeşitlilik göstermektedir. Bu bakımdan çalışmaya katılan bireyler içerisinde 1 doktora öğrencisi, 1 yüksek lisans öğrencisi, 8 lisans mezunu, 2 yüksekokul mezunu ve 3 lise mezunu bulunmaktadır.

Hedef kitlenin mesleki özelliklerine bakıldığında ise bir avukat, iki öğretmen, iki muhasebeci, iki mühendis, bir mali müşavir, bir emekli memur, bir işçi, bir esnaf, bir işsiz, bir iç mimar ve iki de öğrenci yer almaktadır. Katılımcıların coğrafi olarak dağılımları incelendiğinde ise Doğu Anadolu, İç Anadolu ve Marmara bölgesi ön plana çıkmaktadır. Öyle ki, on katılımcı Malatya vilayetinde, iki katılımcı İstanbul ilinde, üç katılımcı ise Ankara'da ikamet etmektedir. Bu bakımdan katılımcıların hem eğitim ve mesleki özellikleri hem de yaşamış oldukları coğrafyanın farklılık gösterdiği görülmektedir. Buna ek olarak katılımcıların siyasal yaklaşımları, sosyo-ekonomik özellikleri ve kültürel durumları da farklılık göstermektedir.

Hedef kitle içerisindeki üç katılımcı oy verdikleri siyasal partinin il ve ilçe teşkilatlarında görev alarak aktif siyaset içerisinde de bulunmaktadır. Görüşme yapılan katılımcıların tamamı kendi siyasi ideolojilerine yakın olan partilere 2018 genel seçimlerinde oy vereceğini belirtmiştir. Bu bakımdan hedef kitlenin seçmen duyarlılığı gösterdiği anlaşılmaktadır. Çalışmada Cumhuriyet İttifakı'nın bütünselliğini gözeterek sorular hazırlanmıştır. Çalışmaya dair elde edilen sonuçlar genelleme yapmaya olanak tanımaz. Farklı bir hedef kitleyle yapılacak başka bir araştırmada apayrı sonuçlara ulaşılması mümkündür.

Tüm bu gelişmeler ışığında, Cumhuriyet İttifakı'na yönelik seçmen algısında siyasal ideolojilerin ve medyanın, belirleyici bir rol oynadığı iddiası çalışmanın temel varsayımını meydana getirmektedir. Bu doğrultuda düşünüldüğünde çalışmanın çıkış noktasını, Cumhuriyet İttifakı'nın seçmen nezdinde hangi parametreler üzerinden anlamlandırıldığını analiz etme ihtiyacı oluşturmaktadır. Nitekim bu minvaldeki araştırma sorularına bakıldığında seçmenin toplumsal algısında politik tercihlerin ve medyanın önemli bir rol oynayıp oynamadığı ve medya özelinde gündem belirleme, suskunluk sarmalı, propaganda modeli gibi kuramsal yaklaşımların ortaya koymuş olduğu tezlerle seçmenlerin çıkarımları arasında bir paralellik olup olmadığı incelenmek istenmiştir. Diğer bir ifadeyle seçmenin Cumhuriyet İttifakı'na yönelik algısında, medyanın inşa edici bir rol oynayıp oynamadığına bakılmıştır.

3.4. Çalışmanın Sınırlılığı

2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'nı konu edinen bu çalışmanın ana odak noktasını ittifakın seçmen nezdindeki algısı oluşturmaktadır. Bu bakımdan çalışmaya Ak Parti, MHP ve CHP seçmenleri dâhil edilmiştir. Çalışmanın sınırlılığından dolayı farklı siyasal partilerin seçmen kitlesi çalışma kapsamına alınmamıştır.

Buna ek olarak çalışmanın sonuçlarını genellemek mümkün değildir. Farklı bir hedef kitleyle yapılacak olan yeni bir araştırmada farklı bulguların ortaya çıkması mümkündür.

3.5. Çalışmanın Kapsamı

Adalet ve Kalkınma Partisi'yle Milliyetçi Hareket Partisi'nin 2018 genel seçimleri öncesi kurmuş olduğu Cumhuriyet İttifakı bu çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır. Bu ittifakın ortaya çıkmasına zemin hazırlayan 16 Nisan 2017 referandumundan 2018 genel seçimlerine kadar olan süreçte yaşanan siyasal gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan Cumhuriyet İttifakı bu çalışma kapsamında nitel bir araştırmayla seçmenlerin ittifaka yönelik değerlendirmeleri üzerinden incelenmiştir. Bu bakımdan çalışmanın kuramsal boyutunda seçmen tüm dinamikleriyle açıklanmıştır. Seçmenin 2018 genel seçimleri öncesi Cumhuriyet İttifakı'na dair bakış açısı derinlemesine görüşmelerle ortaya konulmaya çalışılmıştır.

3.6. Çalışmanın Bulguları

2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısını anlamayı amaçlayan bu çalışmada elde edilen bulgular beş başlık altında sınıflandırılmıştır. Bu başlıkların oluşturulmasında Cumhuriyet İttifakı'na yönelik katılımcıların geliştirmiş oldukları yorumlar belirleyici olmuştur.

Bu doğrultuda ilk olarak bu ittifakın seçmen beklentilerini karşılayıp karşılamayacağı bununla bağlantılı olarak spesifik bir şekilde sağ seçmeni temsil edip edemeyeceği incelenmiştir. Aynı zamanda birinci başlık altında Cumhuriyet İttifakı'na dair seçmenin zihninde hangi ortak paydaların yer aldığı, ittifakın kuruluşuna etki eden politik ve iktisadi gelişmelerin neler olduğu, ittifakın ortaya çıkmasında lider kültürünün belirleyici olup olmadığı, ittifakın politik düzlemde ne gibi değişiklikler yaratacağı ve nihayetinde cumhuriyet ittifakının kuruluş mantığı sorgulanmıştır.

İkinci başlıkta ittifakın, koalisyonlar ve seçim barajıyla ilişkisi, üçüncü başlıkta ise ittifakın cumhurbaşkanlığı yönetim sistemiyle olan bağlantısı ele alınmıştır. Dördüncü başlıkta ittifakı oluşturan Ak Parti ve MHP'ye yönelik seçmenlerin mevcut kanaatlerinde olumlu ya da olumsuz bir değişim olup olmadığı sorgulanmıştır. Beşinci ve son başlıkta ise seçmenlerin Cumhuriyet İttifakı'na yönelik algılarında medyanın belirleyici bir rol oynayıp oynamadığı, ittifakın medyanın gündeminde önemli bir yer teşkil edip etmediği, seçmenin ittifaka dair edindiği bilgilerde hangi kitle iletişim araçlarının ön plana çıktığı ve nihayetinde ittifakı kuran partilerin medyayı etkin kullanıp kullanmadığı incelenmiştir.

Cumhur İttifakı'na yönelik haber ve içeriklerin seçmenler tarafından gerçekçi ve tarafsız bulunup bulunmadığı da bu başlık altında sorgulanmıştır.

3.7. Katılımcıların Değerlendirmeleri

2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın seçmen nezdindeki toplumsal algısını anlamayı amaçlayan bu çalışmada öncelikli olarak katılımcıların siyasal ideolojilerine yönelik bir soru hazırlanmıştır. Buradaki en temel amaç katılımcıların Cumhur İttifakı'na yönelik değerlendirmelerinin siyasal tercihleriyle bağlantılı olup olmadığını ortaya çıkarmaktır. Bu doğrultuda tamamı seçmen olan katılımcılara ‘‘Kendinizi Türkiye siyasal hayatı bağlamında değerlendirdiğinizde siyasi yelpazenin neresinde görüyorsunuz?’’ sorusu yöneltilmiştir.

Katılımcıların bu soruya yönelik yorumları farklı şekillerde gelişmiştir. Bir önceki seçimde Ak Parti ve MHP'ye oy vermiş katılımcılar kendilerini milliyetçi veya muhafazakâr görüşlere yakın hissederken CHP'ye oy vermiş olan katılımcılar ise sol ve sosyal demokrat çizgiye yakın oldukları yönünde değerlendirmelerde bulunmuştur. Genel anlamda değerlendirmeler şu şekildedir:

K1(41): ‘‘Milli ve manevi değerlere bağlı biri olarak kendimi geleneksel muhafazakâr kanada yakın hissediyorum.’’

K2(26): ‘‘Kendimi bildim bileli milliyetçiyimdir.’’

K3(39): ‘‘Sağ seçmen olarak milliyetçi-muhafazakâr görüşe yakınım.’’

K4(47): ‘‘Sağ kanat içerisinde Milliyetçi Hareket Partisi'nin bugün temsil ettiğine inandığım milliyetçi ideolojiyi savunuyorum.’’

K5(39): ‘‘Türkiye siyasal hayatı bağlamında ele alacak olursak kendimi aşırı Türk milliyetçisi olarak görüyorum.’’

K6(60): ‘‘Siyasi yelpazenin solundayım; fakat en uçta değilim.’’

K7(27): ‘‘Kendimi liberal sol eğilim içerisinde görüyorum.’’

K8(26): ‘‘Sosyal demokrat çizgiye yakın olduğum kanaatindeyim.’’

Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik toplumsal algıyı anlamlandırmayı amaçlayan bu çalışmada ilk olarak ittifakın ortaya çıkmasına zemin hazırlayan gelişmelerin neler olduğu seçmenlerin çıkarımları üzerinden ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bu doğrultuda katılımcılara ‘‘Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’nı ortaya çıkaran siyasal ve ekonomik gelişmeler sizce nedir?’’ sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların soruya yönelik değerlendirmeleri politik görüşleri çerçevesinde farklılaşmıştır. Bu bakımdan Ak Parti ve MHP seçmeni ittifakı ortaya çıkaran gelişmelerde 15 Temmuz darbe girişimini ve terör sorununu ön plana çıkarmıştır. CHP seçmeni ise bu ittifakı ortaya çıkaran politik gelişmeleri yeni sistem ve seçim barajı üzerinden temellendirmiştir.

Bu bağlamda CHP seçmeninin söylemlerine bakıldığında MHP’nin baraj kaygısı taşıdığı, Ak Parti’nin ise yeni sistemde iktidar olmak için MHP’nin desteğine ihtiyaç duyduğuna dair ifadeler görülmektedir. Bir CHP’li seçmen ise farklı bir değerlendirmede bulunarak ittifakın ortaya çıkmasında MHP’nin içerisinde yaşanan parti içi görüş ayrılıklarının etkili olduğunu belirtmiştir. Soruya yönelik dikkat çeken bir diğer unsur da ideolojik farklılıklar taşısa da seçmenlerin büyük çoğunluğu Cumhur İttifakı’nı ortaya çıkaran gelişmelerde politik faktörleri öne çıkarmıştır.

Bu anlamda Cumhur İttifakı’nın kurulmasında ekonomik unsurların seçmen nezdinde çok etkili olmadığı gözlemlenmiştir. Tüm bu gelişmeler ışığında katılımcıların soruya yönelik anlatımları şu şekilde olmuştur:

K1(41): ‘‘Terör örgütlerinin ülkemizdeki yıkıcı faaliyetlerini göz önüne alacak olursak bu ittifakın kurulmasındaki en büyük etmenin milletin güvenliği olduğunu düşünüyorum.’’

K9(35): ‘‘Bence kesinlikle 15 Temmuz darbe girişimi etkili olmuştur; zira ülkenin bütünlüğünü tehlikeye atan böyle büyük bir darbe teşebbüsünden sonra sayın Bahçeli’nin de inisiyatif almasıyla ittifak kurulmuştur.’’

K4(47): ‘‘Milliyetçi Hareket Partisi’ne gönül veren bir insan olarak şunu rahatlıkla ifade edebilirim ki Cumhur İttifakı ülkemize yönelen iç ve dış tehditleri bertaraf etmek maksadıyla oluşturulmuştur.’’

K14(26): ‘‘Herhangi bir ekonomik gelişmenin rol oynadığını düşünmüyorum. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’nin iktidar olmayı zorlaştıran yapısı iki partiyi ittifak kurmaya itmiştir.’’

K7(27): “İdeolojik düzeyde dünyada artmakta olan milliyetçi eğilimlerin ülkemizde Cumhuriyet İttifakı’yla tezahür ettiğini görmekteyiz. Ülke içi politik gelişmelerde de Ak Parti’nin yüzde elli artı bir oyu almak için milliyetçi oylara ihtiyaç duyduğunu ve bu sebeple MHP’yle ittifak kurduğunu belirtmek isterim.”

K8(26): “En önemli siyasi gelişme olarak 15 Temmuz süreci gösterilse de bence Milliyetçi Hareket Partisi’nde yaşanan parti içi hizipleşmeler daha etkili olmuştur.”

Katılımcılara ikinci olarak ittifakın bütünselliğini gözeten bir soru aksettirilmiştir. Bu doğrultuda “2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar kendi siyasi ve kültürel koşulları çerçevesinde bu soruya yönelik farklı çıkarımlarda bulunmuştur. Ak Parti ve MHP seçmeni her iki siyasal partinin de birbirlerine yakın çizgide olduklarını ve bu yönden ülkenin menfaatleri doğrultusunda Cumhuriyet İttifakı’nın siyasete olumlu bir yansıması olacağı yönünde değerlendirmelerde bulunmuştur.

Sadece bir Ak Parti seçmeni bu ittifakın ülkenin geleceğini değil partilerin çıkarlarını gözeteceğini ifade etmiştir. CHP seçmeni ise ittifaka yönelik olumsuz bir tutum takınarak bu ittifakı her iki siyasal partinin Sol’a karşı bir politikası olarak görmüştür. Katılımcıların soruya yönelik değerlendirmeleri şu şekildedir:

K1(41): “İki partinin seçmenleri arasında ciddi bir fark olmadığını düşünecek olursak bu ittifakın ülkenin içinde bulunduğu zor şartlar altında milli ve manevi değerleri yükseltecek yeni bir siyaset tarzına kapı aralayacağına inanıyorum.”

K9(35): “Bu ittifakı olumlu görüyorum; zira fikirsel anlamda birbirlerine uzak olmayan iki parti.”

K5(39): “Dış politika ve terör sorununda ülkenin yaşadığı zorluklar göz önüne alındığında bu ittifakın ülkenin menfaatleri açısından olumlu yönde seyredeceğini düşünmekteyim.”

K12(28): “Türkiye siyasetinde sağ ideolojiye yakın olan bu iki partinin ittifakını 15 Temmuz sonrası süreçte ülkemizin yaşamış olduğu zorlukların üstesinden gelmeyi amaçlayan yeni bir siyaset modeli olarak ele alıyorum.”

K10(33): “Ak Parti ve MHP’nin son dönemlerde güç kaybettiğini düşünüyorum. Bu doğrultuda kurulacak olan ittifak ülkenin geleceği içinmiş gibi gösterilse de aslında klasik çıkarıcı siyaset anlayışının bir örneğidir.”

K11(26): “Kurulmuş olan bu ittifakı milliyetçi ve muhafazakâr görüşleri benimseyen iki partinin sola karşı geliştirmiş olduğu bir politika olarak görüyorum.”

K6(60): “Cumhur demek halk demektir. Bu iki partinin kurduğu ittifak halkın çoğunluğunu temsil edecek bir ittifak değildir. Aksine iki siyasal partinin çıkar odaklı siyasetinin bir yansımasıdır.”

Katılımcılara üçüncü olarak “Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’nın Türkiye’deki milliyetçi, muhafazakâr seçmeni temsil edebileceğini düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Ak Parti’yle MHP’nin siyasi kimlikleri göz önüne alındığında iki partinin de milliyetçi, muhafazakâr görüşleri benimsediği görülmektedir. Bu doğrultuda katılımcılardan Ak Parti ve MHP’ye oy vermiş olanlar Cumhur İttifakı’nın milliyetçi-muhafazakâr seçmeni temsil edebileceği yönünde değerlendirmelerde bulunmuştur.

Bir önceki seçimde CHP’ye oy vermiş olan hedef kitlenin yorumları ise milliyetçilerin bu ittifaka destek vermeyeceği yönündedir. Bu doğrultuda katılımcıların yorumları şu minvalde oluşmuştur:

K3(39): “Milliyetçi Hareket Partisi dün olduğu gibi bugün de milliyetçi seçmeni temsil etmektedir. Bu süreçte MHP’nin Ak Parti’yle ittifak kurmasıyla ülkemizdeki milliyetçi-muhafazakâr seçmen kitlesinin büyük bir oranda temsil edileceğine inanıyorum.”

K1(41): “Ak Parti ve MHP’nin yanı sıra sağ cemahta yer alan diğer partilerin tabanının da bu ittifaka destek vereceğini düşünüyorum; zira Cumhur İttifakı’ı milli ve manevi değerlerin güçlü bir temsilini hayata geçirecektir.”

K12(28): “İttifakı kurmuş olan iki partinin mevcut söylem ve politikaları milliyetçi kesimi hem tatmin hem de temsil etmektedir.”

K4(47): “Ak Parti’nin, Milliyetçi Hareket Partisi’nin söylem ve uygulamalarına yaklaşmasıyla birlikte her iki partinin kurmuş olduğu bu ittifakın milli politika çizgisine geldiğini düşünüyorum. Bu bakımdan Cumhur İttifakı milliyetçilerden ve muhafazakârlardan yoğun bir destek görecektir.”

K6(60): “Düşünmüyorum. Çünkü gerçek milliyetçi ülkesinin çıkarlarını düşünen, varlıklarını koruyan vatansesverlerdir. Bu bakımdan ittifak milliyetçileri temsil edemez. Bu duruma en iyi cevabı da yine milliyetçiler sandıkta verecektir.”

K14(26): ‘‘Hepsini temsil edeceğine inanmıyorum. Belki bir kısmını temsil edecektir.’’

K11(26): ‘‘Bu ittifakın milliyetçi seçmenin tamamını temsil edebileceğini söylemek bence çok zor; çünkü milliyetçiler Ak Parti’nin daha önceki söylemlerini unutmayacaktır.’’

Katılımcılara bir önceki soruyla doğrudan bağlantılı olacak şekilde ‘‘2018 genel seçimlerinde Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’nın seçmen beklentilerini tatmin edebileceğini düşünüyor musunuz?’’ sorusu yöneltilmiştir. Nitel bir araştırma olduğu için sonuçların güvenilirliğini nicel verilerle kanıtlamak mümkün değildir. Bu bakımdan sorular ittifakın bütünselliğini gözetecek şekilde bir zincirin halkaları gibi birbirleriyle ilişkili olacak şekilde hazırlanmıştır.

Bir önceki soruda milliyetçi-muhafazakâr seçmeni temsil edip etmeyeceği sorulurken bu soruda kapsam genişletilerek seçmenlerin beklentisinin karşılanıp karşılanamayacağı irdelenmiştir. Bu doğrultuda Ak Parti ve MHP’ye oy vermiş olan katılımcılar mevcut konjonktürü ön plana çıkararak politik manada ittifakın seçmelerin beklentisini karşılayacağı yönünde bir değerlendirmede bulunmuştur. CHP’ye oy vermiş katılımcılar ise seçmenin ekonomik beklentileri olduğunu belirterek ittifakın beklentileri karşılamakta yetersiz kalacağı yönünde çıkarım yapmıştır. O halde katılımcıların soruya yönelik genel tespitleri şu doğrultudadır:

K2(26): ‘‘Ak Parti bugüne kadar seçmenlerin beklentisini karşılayarak iktidar oldu. Bugün ülkenin zorlu şartlarında Milliyetçi Hareket Partisi’yle yapılmış olan ittifakla birlikte ülkemizde milli şuur taşıyan seçmenlerin beklentileri karşılanacaktır.’’

K4(47): ‘‘Ülkenin şu anki durumu ortada. Vatanını, bayrağını düşünen her seçmenin ittifaktan yana olacağını düşünüyorum.’’

K12(28): ‘‘Milliyetçi çizgiye yakın seçmen ülkesinin zor bir dönemden geçtiği şu günlerde böyle kapsamlı büyük bir milli oluşuma hem destek verecektir hem de beklentilerinin karşılığını alacaktır.’’

K7(27): ‘‘Ülkemizde seçmen beklentilerinin genellikle ekonomiyle alakalı olduğunu düşünüyorum. Bu bakımdan siyasi yönü baskın olan bu ittifakın seçmenin ekonomik ve sosyal beklentilerini karşılayabilecek düzeyde olduğuna inanmıyorum.’’

K6(60): “İttifakı kurmuş olan partilerin şu anki söylemlerine baktığımızda hiçbirinin artan dış borçtan, işsizlikten, enflasyondan bahsettiğini görmüyoruz. Bu bakımdan ittifakın seçmenin beklentilerini karşılamaktan uzak olduğunu düşünüyorum.”

2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’na yönelik seçmenin toplumsal algısını anlamlandırmayı amaçlayan bu çalışmada, son dönemde siyasal iktidarın söylemlerinde sıklıkla kullandığı ve medyada kendisine genişçe bir yer bulan ‘yerli ve milli’ söylemiyle Cumhur İttifakı arasında bir nedensellik bağı olup olmadığı seçmen değerlendirmeleri üzerinden ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda katılımcılara “Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’nın kamuoyunda önemli bir yer tutan yerli ve milli söylemleriyle ilişkilendiriyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir.

Katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığı zaman Ak Parti ve MHP’li seçmenlerin Cumhur İttifakı’nı yerli ve milli söylemleriyle ilişkilendirdiği görülmüştür. Bu doğrultuda seçmenlerin yorumları göz önüne alındığında özellikle her iki partinin milliyetçi bir kimliğe sahip olması ve 15 Temmuz ruhu ön plana çıkmaktadır. Bu konuda dikkat çekici bir unsur olarak, MHP seçmeninin geçmişteki çözüm süreci politikalarından dolayı Ak Parti’nin son dönemde milliyetçi söylem geliştirmesine karşı ihtiyatlı bir tavır takındığı gözlemlenmiştir.

CHP seçmeni ise farklı bir söylem geliştirerek yerli ve milli olgusunun iki partinin tekeline alınamayacağını bu ülkenin çıkarlarını düşünen her siyasal parti için milliliğin esas olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca CHP seçmeni, her iki partinin milliyetçiliği sahiplenmesinin kutuplaştırıcı bir dili de beraberinde getireceğini belirtmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların soruya yönelik açıklamaları şu şekilde olmuştur:

K2(26): “Her iki partinin de milliyetçi bir çizgide olduğunu düşünüyorum. Bu bakımdan ittifakın yerli ve milli söylemini kullanmasını isabetli bir politik söylem olarak görmekteyim.”

K9(35): “Milliyetçi Hareket Partisi’nin siyasal kimliğine baktığımız zaman milliyetçi olduğu açık bir şekilde görülmektedir. Ak Parti’nin ise ülkemizin içinde bulunduğu beka sorununa yönelik milliyetçi bir tavır takınması itibarıyla Cumhur İttifakı son derece yerli ve milli bir oluşumdur.”

K3(39): “15 Temmuz sonrası süreçte özellikle Yenikapı ruhuyla birlikte Cumhur İttifakı’nın sadece söylem düzeyinde değil aynı zamanda sahada da yerli ve milli özellikler göstereceğine inanmaktayım.”

K13(35): ‘‘Ak Parti’nin çözüm süreci dönemindeki hatalarından tamamen uzaklaşması durumunda MHP’nin de içinde bulunduğu Cumhuriyet İttifakı’nın hükümeti daha yerli ve milli söylemlere yaklaştıracakını düşünmekteyim.’’

K4(47): ‘‘Yıllarca vatan, bayrak, ezan ve Kur’an diyen bir insan olarak MHP’yi en başından beri yerli ve milli olarak görmekteyim. Ak Parti’nin de bugün geliştirmiş olduğu milliyetçi üslup kalıcı hale gelirse onların yerli ve milli olacağına inancım tamdır.’’

K6(60): ‘‘Sadece demagoji yapıldığını düşünüyorum. Tarımdan hayvancılığa kadar her şeyimiz ithal olarak yerli ve milli olarak neyden bahsedebiliriz. Milliyetçilik söylemle değil, eylemle olur. Bu bakımdan ittifakın yerli ve milli olduğunu düşünmüyorum.’’

K8(26): ‘‘İttifakı oluşturan iki partinin yerli ve milli sıfatlarının hamisi olduğu fikrine katılmıyorum. Bu tarz bir söylem toplumda birlik algısından daha çok kutuplaşmaya yol açacaktır.’’

Çalışma kapsamında katılımcılara ‘‘Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı’nın Türkiye siyasi hayatında sağ seçmeni konsolide edebileceğini düşünüyor musunuz?’’ sorusu yöneltilmiştir. Bu soruda katılımcılar siyasi görüşleri fark etmeksizin sağ seçmenin konsolide olacağı yönünde yorum yapmıştır. Sadece iki katılımcı bu duruma itiraz ederek sağ seçmenin kendi içerisinde farklı fraksiyonlarının bu ittifaka destek olmayacağı yönünde değerlendirmelerde bulunulmuştur. Bu bakımdan katılımcıların tespitleri şu şekilde olmuştur:

K1(41): ‘‘Kurulmuş olan Cumhuriyet İttifakı’na diğer sağ partilerin yönetimleri katılmasa dahi tabanlarının kuvvetli bir destek vereceğine inanıyorum.’’

K15(30): ‘‘Bu ittifakı sadece Ak Parti ve MHP seçmeni ile sınırlandırmak doğru olmaz; zira milli ve manevi değerleri kendisine şiar edinen tüm sağ seçmen bu ittifak altında kenetlenecektir.’’

K8(26): ‘‘İttifak sağ cemahtaki iki büyük parti tarafından kurulmuştur. Bu bakımdan diğer sağ partiler bu ittifaka destek vermezse kendi tabanları tarafından sorgulanacaktır.’’

K10(33): ‘‘Evet düşünüyorum. Cumhuriyet İttifakı’yla birlikte Türkiye’de sağ ideolojinin güçleneceği görüşündeyim.’’

K5(39): ‘‘Hayır düşünmüyorum. Türkiye’de sağ seçmeni yekpare düşünmek olanaksız. Kendi içinde ideolojik farklılıklar yaşayan sağ seçmenin ittifak altında konsolide olacağını düşünmek bana gerçekçi gelmiyor.’’

K7(27): ‘‘Düşünmüyorum; zira MHP’nin kendi tabanını bile ikna edebileceğine inanmıyorum.’’

Katılımcılara ‘‘Sizce Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı hangi ortak paydaları kendi içinde barındırıyor?’’ sorusu yöneltilmiştir. Bu sorunun sorulmasındaki en temel amaç katılımcıların Cumhur İttifakına yönelik toplumsal algısının hangi parametrelere yaslandığını anlamaya çalışmaktır. Katılımcılar kendi siyasi görüşleri çerçevesine bu soruya farklı değerlendirmelerde bulunmuştur. Ak Parti ve MHP seçmeni ortak paydaları daha çok vatan, bayrak ve millet sevgisi üzerine temellendirirken CHP seçmeni bu ittifakın siyasette Sol’a karşı gerçekleştirildiği yönünde tespitlerde bulunmuştur. Katılımcıların soruya yönelik yorumları şu şekilde olmuştur:

K2(26): ‘‘Her iki parti de milli duyguları ön planda tutan bir siyaset izliyor. Bundan daha büyü bir ortak payda olamaz.’’

K1(41): ‘‘Tek devlet, tek millet, tek bayrak, tek vatan ülküsü bu ittifakın ortak paydalarıdır.’’

K3(39): ‘‘15 Temmuz sonrası ortaya çıkan Yenikapı ruhunun her iki partinin de en büyük ortak paydası olduğu kanaatindeyim.’’

K9(35): ‘‘Gerek yurt içinde sürdürülen terörle mücadele faaliyetleri olsun gerekse de dış politikada yaşanan zorluklar olsun, bu ittifakın ülkenin bütünlüğü konusunda ortak bir milli bilince sahip olduğunu düşünmekteyim.’’

K6(60): ‘‘Her iki siyasal parti de kısa zaman önce birbirleriyle kavgalıydı. Şimdi iki partinin kuracağı ittifakın en büyük ortak paydasının önümüzdeki seçimlerde Sol’un önünü kesmek olduğunu düşünüyorum.’’

K7(27): ‘‘Ak Parti ile MHP siyasal anlamda aynı fikirleri benimsemese de her iki partinin de siyasi yelpazenin sağında konumlandığı göz önüne alınacak olunursa ittifakın en büyük ortak paydası, Türkiye’de Sol’un iktidar olmasının yolunu tıkamaktır.’’

Katılımcıların Cumhuriyet İttifakı'na yönelik toplumsal algısını anlamlandırmak için bir önceki soruda ittifakın hangi ortak paydalara sahip olduğu sorulmuştur. Bu durumla bağlantılı olacak şekilde bir sonrakinde "Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'nın Türkiye siyasal hayatında toplumsal düzeyde bir cepheleşme yaratacağını düşünüyor musunuz?" sorusu yöneltilmiştir. Böylelikle katılımcıların bir önceki soruya vermiş oldukları cevapların tutarlılığı sorgulanmıştır.

Bu bakımdan Ak Parti ve MHP seçmeninin ittifaka yönelik bir önceki soruda ortak paydaları; vatan, bayrak ve millet üzerine temellendirdiği göz önüne alındığında Cumhuriyet İttifakı'nın herhangi bir cepheleşmeye yol açmayacağı yönünde söylemleri olmuştur. CHP seçmeni ise kurulması düşünülen Cumhuriyet İttifakı'nın mevcut toplumsal kutuplaşmayı artıracığı yönünde değerlendirmelerde bulunmuştur. Katılımcıların soruya yanıtları şu doğrultudadır:

K4(47): "Hayır böyle bir cepheleşme olacağını düşünmüyorum. Milli değerler üzerine yükselen bir ittifak bırakın cepheleşme yaratmayı birlik ve beraberliğimizi kuvvetlendirir."

K9(35): "Niye cepheleşme yaratsın ki? Ülkemizde her şey kanun çerçevesinde yürüyor. İki meşru siyasal partinin milletin çıkarlarını ön plana alan bir ittifak kurmuş olması milleti kutuplaştırmaz."

K1(41): "İttifaka dâhil olmayan sol eğilimli partiler eğer bunu geçmişteki sağ-sol kutuplaşmasına çekmeye çalışmazsa herhangi bir cepheleşme yaratmaz; zira ülkenin zor şartları altında milletin bekası için kurulmuş bir ittifak milleti bölmez, bilakis birleştirir."

K8(26): "Özellikle iki siyasi partinin de millilik söylemlerini kendi tekellerine almasını kutuplaştırıcı bir siyaset anlayışı olarak görüyorum. Bu bakımdan ittifakın milli gibi gösterilmesi ittifaka destek vermeyenleri ister istemez gayri milliyetçi gibi gösterir ki bu da en üst düzeyde toplumsal cepheleşmeye kapı aralar."

K11(26): "Türkiye'deki parti sempatanlığı genellikle militanlık düzeyinde seyretmektedir. Bu bakımdan böyle bir ittifakın ideolojik düzeyde ülke içinde çift kutuplu bir atmosfer yaratacağını öngörmekteyim."

K14(26): "Türkiye zaten son yıllarda seçimlerin de etkisiyle büyük bir kutuplaşma yaşamakta bu ittifakın ülkedeki cepheleşmeyi artıracığı kaygısını taşıyorum."

K6(60): ‘‘İki siyasi partinin söylemlerine baktığımızda zaten kutuplaştırıcı havayı görüyoruz. Bu bakımdan kurulan ittifakın toplumsal cepheleşmeyi körüklemeyeceğini düşünmek gerçeklikle bağdaşmaz.’’

Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısının hangi ortak paydaları yansıttığı ve seçmen tarafından ittifakın nasıl anlamlandırıldığını göstermeyi hedefleyen bu çalışmada seçmenlere bu kez de geçmiş dönemlerde Türkiye siyasetinde önemli bir yer teşkil eden ‘‘milliyetçi cephe’’ hükümetiyle Cumhur İttifakı arasında bir benzerlik görüp görmedikleri sorulmuştur. Bilindiği üzere milliyetçi cephe hükümetleri Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde sağ eğilimli partilerin Sol'un, özellikle burada kast edilen (CHP) Cumhuriyet Halk Partisi'nin, iktidar olmasını engellemek için kurmuş olduğu bir hükümet şeklidir.

İttifakta yer alan partilere bakıldığı zaman (AP) Adalet Partisi, (MHP) Milliyetçi Hareket Partisi, (MSP) Milli Selamet Partisi ve (CGP) Cumhuriyetçi Güven Partisi gibi Türkiye siyasal hayatında sağ görüşlü partiler yer almaktadır. Bu duruma ek olarak ittifakın kurulduğu 1975 tarihine dikkat edilecek olursa hem dünyada hem de Türkiye'de soğuk savaşın etkisinin derinden hissedildiği ve antikomünist rüzgârların güçlü bir şekilde estiği bir dönemi işaret etmektedir.

Bu bakımdan günümüzde Cumhur İttifakı'nı kuran iki partinin de sağ cenah içerisinde yer alması bakımından katılımcılara ‘‘Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'yla geçmiş dönemlerde oluşturulmuş olan milliyetçi cephe hükümetleri arasında bir benzerlik olduğunu düşünüyor musunuz?’’ sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların soruya yönelik geliştirmiş oldukları söylemler siyasal düşüncelerine göre farklılaşma eğilimi içerisindedir. Buna ek olarak bu soruda yaş faktörünün de önemli bir parametre olduğu görülmüştür. Daha genç yaştaki seçmenlerin milliyetçi cephe hükümetlerine yönelik bilgisinin sınırlı olduğu gözlemlenmiştir.

Katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığı zaman Ak Parti ve MHP seçmeni milliyetçi cephe hükümetleriyle Cumhur İttifakı arasında kuvvetli bir benzerlik olmadığı yönündeki yorumlarını, her iki oluşumunda farklı siyasal konjonktürlerde gerçekleştiği üzerinden temellendirmiştir. Bu doğrultudaki yorumlara bakıldığı zaman özellikle milliyetçi cephe hükümetlerinin kurulmasındaki önceliğin soğuk savaş dönemindeki antikomünist eğilim olduğu; oysa Cumhur İttifakı'nı ortaya çıkaran sürecin ise daha çok 15 Temmuz darbe girişimi sonrası ortaya çıkan beka sorunuyla ilgili yönündedir. İki MHP'li seçmen ise farklı bir değerlendirmede bulunarak iki oluşum arasında benzerlik olduğunu ifade etmiştir.

CHP seçmeni ise Cumhur İttifakı'yla milliyetçi cephe hükümetleri arasında benzerlik olduğunu her iki oluşumunda temelde Sol'u hedef aldığı ve muhalif sesleri susturmaya yönelik bir yapılanma olduğunu belirtmiştir. Tüm bu parametreler ışığında katılımcıların değerlendirmeleri aşağıdaki minvalde gelişmiştir:

K5(39): “Ben açıkçası benzerlik görmüyorum; zira her iki dönemin de kendine has siyasi ve ekonomik şartları var.”

K1(41): “Koalisyonların ülkeyi tarih boyunca geriye götürdüğüne inanmaktayım. Bu bakımdan geniş bir çerçeveden bakacak olursak milliyetçi cephe hükümetleri de nihayetinde bir koalisyondu. Bu bakımdan Cumhur İttifakı'yla aralarında bir benzerlik bulmadığımı belirtmek isterim.”

K3(39): “Kesinlikle görmüyorum. Milliyetçi cephe hükümetlerinin kurulduğu dönemde ülkenin sorunu komünizm tehlikesiydi. Şimdi böyle bir tehlike söz konusu değil. Bu bakımdan Cumhur İttifakı günümüzün politik koşullarında şekillenen farklı bir hüviyete sahip bir seçim ittifakıdır.”

K10(33): “Birebir benzer olduklarını söyleyemem elbette; ama her iki oluşumunda en temel gayesinin CHP'nin iktidar olmasını engellemek olduğunu düşünüyorum.”

K2(26): “Yaşım itibariyle milliyetçi cephe hükümetlerine dair ayrıntılı bir bilgiye sahip değilim.”

K6(60): “Hem kuruluş mantığı hem de siyasal söylem açısından her iki yapı arasında büyük benzerlikler olduğunu düşünüyorum. O dönemde milliyetçi cephe hükümetleri ülkenin bekası söylemiyle iktidara gelmişti. Bugün de Cumhur İttifakı'nın farklı bir söylem geliştirmediğini görmekteyiz.”

K11(26): “Milliyetçi cephe hükümetinin CHP'nin tek başına iktidar olmasını engellemek amacıyla kurulduğunu düşünecek olursak günümüzde de Cumhur İttifakı'yla aynı amaca ulaşılacak istendiğini görebiliriz.”

Cumhur İttifakı'na yönelik toplumsal algının incelendiği bu araştırmada katılımcılara “2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın kurulmasında lider özelliklerinin etkili olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir.

Bilindiği üzere Milliyetçi Hareket Partisi'nin genel başkanı olan Devlet Bahçeli'nin 16 Nisan 2017 halk referandumunda Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne destek vereceğini açıklamasıyla başlayan süreç tüm politik gelişmelerin odağında Cumhur İttifakı'yla somutlaşmıştır. Dolayısıyla seçmenin algısının anlamlandırılmak istendiği bu çalışmada liderler özelliklerinin ittifakın ortaya çıkışında etkili olup olmadığı seçmenlerin yorumları üzerinden analiz edilmek istenmiştir. Bu doğrultudaki değerlendirmeler incelendiğinde siyasal görüşleri fark etmeksizin katılımcıların büyük çoğunluğu Cumhur İttifakı'nın kurulmasında liderlerin etkili olduğuna dair çıkarımları olmuştur.

Bu noktada özellikle MHP genel başkanı sıfatıyla Devlet Bahçeli'nin politikalarının etkili olduğuna ilişkin tespitler olmuştur. Ak Parti ve MHP seçmeni Devlet Bahçeli'nin politikalarının yerindeliğine vurgu yaparken CHP seçmeni Bahçeli'ye karşı eleştirel bir tutum takınarak daha önceki politikalarının aksine hareket etmesini siyasi tutarsızlık olarak görmüştür. Ak Parti ve MHP seçmenin değerlendirmelerinde 15 Temmuz sonrası yaşanan sıkıntılı süreçte Bahçeli'nin üstlendiği siyasi pozisyona dikkat çekilmiştir.

Bu gelişmelere ek olarak Ak Parti seçmeni ittifakın kurulmasında Bahçeli kadar Ak Parti ve cumhurbaşkanı sıfatlarını taşıyan Recep Tayyip Erdoğan'ın da büyük katkıları olduğunu belirtmiştir. İki katılımcı ise ittifakı yeni sistemin bir zorunluluğu olarak görüp liderlerin etkisinin sınırlı olduğuna dair değerlendirmeleri olmuştur. O halde katılımcıların soruya yönelik saptamaları aşağıdaki şekilde olmuştur:

K5(39): "Erdoğan iktidar partisinin lideri olsa da Bahçeli'nin Cumhur İttifakı'nın gizli lideri olduğunu düşünüyorum."

K1(41): "Sayın Bahçeli'nin ittifakın kurulması sürecinde büyük bir sağduyu örneği sergilediğini görmekteyiz. Özellikle ülkemizin yaşadığı bu zor dönemde ortak amaçlar doğrultusunda ittifakın ortaya çıkmasında Bahçeli'nin rolü inkâr edilemez."

K2(26): "Bu süreçte Recep Tayyip Erdoğan'ın ikna kabiliyeti ve liderlik özellikleriyle ittifakın kuruluşunda önemli bir rolü olduğunu ifade etmek isterim."

K4(47): "Devlet Bey'in 15 Temmuz hain darbe girişiminden sonra ülkenin bekası adına bu oluşumun ortaya çıkmasındaki çabasını takdir ediyorum."

K9(35): ‘‘Bence en büyük pay Bahçeli’ye aittir. Çünkü başkanlık konusuna temkinli yaklaşan Bahçeli 15 Temmuz sürecinden sonra ülkenin yaşadığı kaotik ortamdan çıkış için bu ittifakı milletin önüne reçete diye sunmuştur.’’

K8(26): ‘‘Erdoğan’ın siyaset yapma şekli bu ittifakı meydana getirmiştir. Bir dönem liberaller ile yakındı Şimdi ise milliyetçilerle.’’

K11(26): ‘‘Daha düne kadar başkanlık sistemine karşı olduğunu her ortamda dile getiren Bahçeli’nin ani fikir değişikliği bugünkü siyasi tabloyu meydana getirmiştir.’’

K7(27): ‘‘En büyük pay kesinlikle Devlet Bahçeli’nindir. Kendi partisinde yaşanan hizipleşme dinamiklerini iyi okuyarak daha önceki siyasi tutumunu terk edip yeni sisteme kendisini ve partisini entegre etmiştir.’’

Çalışma kapsamında katılımcılara ‘‘Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı’nın kurulmasında sizce araçsal pragmatik bir mantık mı yoksa vatandaş-devlet menfaati mi etkili olmuştur?’’ sorusu yöneltilmiştir. İttifakın bütünselliğini gözeterek hazırlanmış bu soruda aslında katılımcıların ittifaka yönelik daha önceki okumalarının tutarlığı izlenmeye çalışılmıştır. Seçmenlerin soruya yönelik çıkarımları siyasi görüşleri çerçevesinde değişkenlik arz etmektedir. Bu bakımdan Ak Parti ve MHP seçmeni ittifakın millet menfaatleri ve devletin bütünlüğünü çerçevesinde kurulduğunu belirtirken, CHP seçmeni ise ittifakı her iki partinin siyasi çıkarları üzerinden değerlendirmiştir.

Ak Parti ve MHP seçmeninin çıkarımlarında terör, dış politikadaki gelişmeler ve 15 Temmuz süreci ön plana çıkmaktadır. CHP seçmeni bu ittifakın vatandaşa bir getirisinin olmadığını vurgulamıştır. Bu noktada CHP seçmenin ittifakı pragmatist olarak yorumlamasında Ak Parti’nin iktidar olma kaygısı ve MHP’nin mecliste temsil hakkı kazanma çabaları ne çıkmaktadır. Katılımcıların soruya yönelik tespitleri aşağıdaki şekilde gelişmiştir:

K5(39): ‘‘Devlet vatandaşıyla var olmaktadır. 15 Temmuz günü bu ülkede vatandaşın canına devletin ise bütünlüğüne kast edenlere en iyi cevap Cumhuriyet İttifakı’yla verilmiştir.’’

K15(30): ‘‘Kesinlikle milletin çıkarları etkili olmuştur; çünkü hem içerden hem de dışardan ülkemize yönelen terör tehlikesine karşı bu ittifak vatandaşın güvenliğinin teminatıdır.’’

K1(41): “Şahsi menfaatlerin bu ittifakta rol oynadığını düşünmüyorum. Ülkemizin teröre karşı verdiği topyekûn vatan savunmasında bu ittifakı devletle vatandaşın bütünleşmesi olarak görmekteyim.”

K4(47): “Milliyetçi Hareket Partisi her zaman devletini ve milletini düşünmüştür. Bu bakımdan devletin hayrına olan bir ittifakta bizim gibi milliyetçilerin pragmatist düşünmesi gibi bir durum söz konusu dahi olamaz.”

K6(60): “Vatandaş düşünenler önce insanlarımızın düştüğü darboğaza bir çare bulsun. Bu ittifak kesinlikle çıkar odaklıdır.”

K7(27): “Ak Parti ve MHP cephesindeki söylem bu ittifakın vatandaşın menfaatine yönelik olduğu; ama ben böyle olduğu kanaatinde değilim. İttifak Ak Parti’yi yeni sistemde iktidar yapmak için kurulmuştur.”

K11(26): “Kimse iktidar olmak için yüzde elli artı bir oy gerektiğinden, MHP’nin içerisinde yaşanan politik bölünmüşlükten bahsetmiyor. İttifakın bu iki unsur çerçevesinde pragmatist bir bakış açısıyla oluşturulduğunu düşünüyorum.”

2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’na yönelik seçmenin toplumsal algısını anlamayı amaçlayan çalışmanın ikinci başlığında Cumhur İttifakı’nın mevcut seçim barajı ve koalisyonlar ilişkisi sorgulanmıştır. Bu bağlamda katılımcılara “Cumhur İttifakı’yla mevcut sistemdeki seçim barajı arasında bir bağlantı görüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Bilindiği üzere ülkedeki seçim kanuna göre siyasal partilerin mecliste temsil edilebilmesi için %10’luk seçim barajını aşması gerekmektedir.

Yeni ittifak düzenlemesiyle birlikte artık ittifak yapacak olan partilerden biri yüzde onluk seçim barajını geçerse diğer parti de geçmiş sayılacaktır. Bu bakımdan katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında farklılıklar ortaya çıkmıştır. Ak Parti ve MHP’ye oy vermiş seçmen ittifakla seçim barajı arasında bir bağlantı olmadığı yönünde değerlendirmeler yaparken CHP’ye oy veren seçmenler MHP’nin baraj kaygısı taşıdığı, o yüzden bu ittifakta yer aldığı yönüne yorumlarda bulunmuştur. Bu bakımdan katılımcıların siyasal tercihleri ittifaka yönelik farklı çıkarımlarda bulunmalarına zemin hazırlamıştır. Katılımcıların soruya yönelik tespitleri şu şekildedir:

K1(41): ‘‘Ak Parti ile MHP’nin baraj kaygısı olmadığı için ittifakın seçim barajıyla bir ilişkisi olduğunu düşünmüyorum.’’

K9(35): ‘‘Kurulan bu ittifak 15 Temmuz sonrası süreçte ülkenin yaşadığı beka sorununa bir çözüm amacı taşımaktadır. Bu bakımdan seçim barajı gibi siyasi çıkarlara indirgenemez.’’

K15(30): ‘‘Ak Parti 16 yılı aşkın bir zamandır iktidar olması itibariyle baraj kaygısı taşıyan bir parti değildir. Bugün ki süreçte de MHP’yle yapılmış olan ittifak ilkeler çerçevesinde oluştuğu için bu durumu baraj ile ilişkilendirmek güç.’’

K10(33): ‘‘Baraj kaygısıyla oluşturulmuş bir ittifak olduğunu sanmıyorum.’’

K4(47): ‘‘Her iki partinin de kemikleşen bir oy potansiyeli söz konusu. Bu bakımdan partilerin baraj kaygısı yaşadığını düşünmüyorum.’’

K14(26): ‘‘MHP bence barajı aşamayacak. Kurulan bu ittifak Milliyetçi Hareket Partisi’nin 16 Nisan referandumunda evet oyunu desteklemesinin bir karşılığıdır.’’

K6(60): ‘‘Bu ittifak ile MHP bağımsız bir şekilde barajı aşamayacağı mesajını vermektedir. İttifak ile MHP’nin Ak Parti potasında eriyeceğini düşünüyorum.’’

Türkiye siyasal hayatında önemli dönemeçlerin yaşandığı koalisyonlar ile seçim ittifaklarının seçmen gözündeki toplumsal algısının aynı olup olmadığını anlamak için katılımcılara ‘‘Cumhur İttifakı’yla koalisyonlar arasında bir ayırım olduğunu düşünüyor musunuz?’’ sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya yönelik söylemlerinde siyasal ideolojilerin yanı sıra yaş faktörünün de etkili olduğu görülmüştür.

Siyasi görüşleri farklı olsa da yaşça büyük olan katılımcıların koalisyonlara yönelik olumsuz bir tavır takındığı ortaya çıkmıştır. Buna ek olarak katılımcıların siyasal ideolojileri fark etmeksizin tamamı seçim ittifakıyla koalisyonun farklı olduğu yönünde değerlendirmelerde bulunmuştur. Katılımcılardan Ak Parti ve MHP’ye oy vermiş olan seçmen özellikle Cumhur İttifakı’nın ülke çıkarları doğrultusunda oluşturulacağına dair değerlendirmelerde bulunmuştur. Katılımcıların genel anlamda yorumları şu doğrultudadır:

K13(35): ‘‘Koalisyonlarda seçim sonrası oluşan siyasal tabloya göre partiler hükümet kurarken Cumhur İttifakı seçim öncesinde ülkenin menfaatleri doğrultusunda ilkeler üzerinden yürümektedir.’’

K12(28): “Bir ayrım olduğunu düşünüyorum; çünkü seçim ittifakında seçmenler partilerin hangi temeller üzerinden ittifak kuracağını önceden görme olanağına sahiptir. Bugün de Cumhuriyet İttifakı’nı kuran partilerin söylemlerini seçmen takip etmektedir. Oysaki koalisyonlarda seçim sonrası seçmenin arzu etmediği birliktelikler meydana gelmektedir.”

K5(39): “Seçim ittifakları isteğe bağlı gelişirken, koalisyonlar seçim sonrasında zorunludur.”

K3(39): “Cumhuriyet İttifakı seçim sonrası kurulmuş olan bir koalisyon hükümeti değildir. Bu bakımdan Cumhuriyet İttifakı’yla koalisyonlar arasında keskin bir ayrım olduğu kanaatindeyim.”

K4(47): “Yaşım dolayısıyla koalisyonların ülkeyi sürüklediği acı tabloyu deneyimlemiş birisiyim. O yüzden 2018 genel seçimleri öncesi kurulmuş olan Cumhuriyet İttifakı iki partinin hem yönetim organlarının hem de tabanlarının destek verdiği bir oluşumdur. Bunu koalisyonlarla eş değer tutmak mümkün değildir.”

K15(30): “Seçim ittifakları siyasal partilerin seçim öncesi üzerinde anlaştığı ilkeler çerçevesinde hayat bulurken, koalisyonlar seçim sonrası ortaya çıkan siyasi tablonun bir yansımasıdır. Bu bakımdan Cumhuriyet İttifakı’nın koalisyonlardan ayrı bir oluşum olduğu çok açıktır.”

Çalışma kapsamında üçüncü başlık olarak 2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı’yla Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi arasında bir bağlantı olup olmadığı seçmenin toplumsal algısı üzerinden anlamlandırılmak istenmiştir. Bilindiği üzere 16 Nisan 2017 referandumunda sandıktan evet oyunun çıkmasıyla Türkiye’nin yönetim şekli parlamenter sistemden, cumhurbaşkanlığı yönetim sistemine geçmiştir.

Bu bakımdan Cumhuriyet İttifakı’na yönelik seçmenin toplumsal algısını anlamayı amaç edinen bu çalışmada katılımcılara “2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı Türkiye’deki cumhurbaşkanlığı yönetim sistemiyle birlikte ele alındığında sizce bir tercih mi yoksa zorunluluk mudur?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu siyasal görüşleri fark etmeksizin ittifakı değişen yönetim sistemiyle birlikte bir zorunluluk olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar cumhurbaşkanlığı yönetim sisteminde iktidar olmak için yüzde elli artı bir oy gerektiğini ifade ederek bu durumun ittifakı mecbur kıldığı yönünde değerlendirmeleri olmuştur.

Özellikle CHP'ye oy vermiş olan katılımcılar Ak Parti'nin iktidar olmak için, MHP'nin ise barajı geçebilmek için ittifakı kurduğu yönünde yorumları olmuştur. Sadece bir Ak Partili katılımcı farklı bir çıkarımda bulunarak bu ittifakın bir zorunluluk değil iki partinin tercihi olduğu yönünde bir tespitte bulunmuştur. O halde katılımcıların soruya yönelik genel değerlendirmeleri şu şekilde gelişmiştir:

K3(39): "Matematik ortada. İktidar olmak için yüzde elli artı bir gerektiğine göre bu ittifak kesinlikle bir zorunluluktur."

K6(60): "İki siyasal partinin de tek başına yüzde elliyi aşması bugünün siyasetinde olası gözüküyor. O bakımdan Cumhur İttifakı'nı yaratan en büyük etken mevcut yeni sistemin bizatihi kendisidir."

K11(26): "Mutlak çoğunluğu sağlayacak aritmetik yüzde elli artı biri gerektirmektedir. Sistem partileri buna sürüklerken Cumhur İttifakı'nın oluşmasına tercih gözüyle bakmak çok zor."

K1(41): "Eski parlamenter sistem olsaydı Ak Parti son seçimlerde almış olduğu oy yüzdesiyle her türlü iktidar olurdu. Şimdi çok daha büyük bir oy potansiyeli gerekmektedir. Bu bakımdan Cumhur İttifakı Ak Parti'yi iktidara MHP'yi de meclise taşıyacaktır."

K8(26): "Her iki parti adına da bir zorunluluk olarak görüyorum. Ak Parti, milliyetçi oyları almak için MHP'ye ihtiyaç duyarken, MHP de barajı geçebilmek için Ak Parti'nin desteğine mecburdur."

K9(35): "Yeni sistemde iktidar olmanın zorlaştığını kabul etmekle birlikte Cumhur İttifakı'nı iki siyasal partinin gönül birliği olarak görüyorum."

Katılımcılara bir önceki soruyla bağlantılı olacak şekilde "Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın Türkiye'deki diğer siyasal partileri de ittifaka zorlayacağı öngörüsüne katılıyor musunuz?" sorusu yöneltilmiştir. Bu sorudaki en temel amaç yeni sistemle birlikte oluşacak olan Cumhur İttifakı'nın politik manada diğer partileri de bir ittifak arayışına itip itmeyeceğini seçmenin algısı üzerinden okumaktır. Katılımcılardan Ak Parti ve MHP seçmeni Cumhur İttifakı'na karşı Sol'un da kendi içerisinde bir ittifaka gireceği yönünde değerlendirmeleri olmuştur.

CHP seçmeni ise diğer siyasal partilerin fikirsel düzlemde birbirlerine yakın olmadığını belirterek farklı ittifakların ortaya çıkmayacağı yönünde söylem geliştirmiştir. Katılımcıların soruya yönelik tespitleri şu doğrultudadır:

K10(33): “Sağ partiler güçlü bir ittifak içerisindeyken Sol’un boş durması beklenemez. Onlar da Cumhur İttifakı’na karşı kendi aralarında bir ittifak arayışına girecektir.”

K1(41): “HDP ve CHP de Cumhur İttifakı’na karşı kendi içlerinde bir ittifak oluşturacaktır.”

K9(35): “Sol ve merkez diye adlandırabileceğimiz siyasal partilerin Cumhur İttifakı’nın karşısına tek başlarına çıkabileceğine inanmıyorum.”

K2(26): “Cumhur İttifakı tabanları yakın olan iki sağ partinin oluşumuyken bunun karşısında oluşacağını düşündüğüm ittifak ise zıt tabanları olan CHP, HDP ve Saadet Partisi tarafından kurulacaktır.”

K6(60): “Ben diğer partileri ittifaka zorlayacağı öngörüsüne katılmıyorum; zira diğer siyasal partilerin tabanları arasında bariz uyumsuzluklar göze çarpmakta.”

K7(27): “Katılmıyorum. Diğer siyasal partiler ancak seçimin ikinci turunda matematiksel anlamda birbirlerine muhtaç kaldıkları zaman bir ittifak yaparlar.”

Türkiye’de 16 Nisan 2017 referandumuyla birlikte parlamenter yönetim sistemi terk edilerek Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’ne geçilmiştir. Kuşkusuz ki Türkiye’nin yüz yılı aşkın bir parlamenter demokrasi kültüründen sonra yeni bir yönetim sistemine geçmiş olması siyasal anlamda değişiklikleri de meydana getirecektir. Bu doğrultuda 2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’na yönelik seçmenin toplumsal algısının ortaya konulmaya çalışıldığı bu araştırmada katılımcılara “Cumhur İttifakı’nın Türkiye’deki politik düzlemde bir değişiklik yaratacağına inanıyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir.

Bu soruyla Türkiye’de değişen yönetim sisteminin bir uzantısı olarak kabul edilen Cumhur İttifakı’nın Türkiye siyasal hayatı çerçevesinde düşünülecek olunursa politik düzlemde bir değişiklik yaratıp yaratmayacağı seçmen değerlendirmeleri üzerinden ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların söylemlerine bakıldığı zaman Ak Parti ve MHP seçmeni Cumhur İttifakı’nın siyasal sistemde birçok değişikliğe kapı aralayacağını ifade etmiştir.

CHP seçmeni ise bu ittifakın uzun soluklu olmayacağı ve politik düzlemde kalıcı bir değişikliği meydana getirmeyeceğini vurgulamıştır. Tüm bu parametreler çerçevesinde Ak Parti ve MHP seçmeni özellikle Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçilme sürecini ve 15 Temmuz sonrası ortaya çıkan Yenikapı ruhunun siyasete egemen olacağı yönünde değerlendirmelerde bulunmuştur. CHP seçmeni ise özellikle MHP'nin siyasal anlamda bu ittifaktan zarar görerek çıkacağına dair tespitlerde bulunmuştur. Katılımcıların soruya yönelik değerlendirmeleri şu şekildedir:

K3(39): "Evet inanıyorum. Yeni yönetim sisteminde iktidar olmak yüzde elli artı bir oyu gerektirdiği için artık diğer siyasal partilerin de Cumhur İttifakı'na karşı ittifak arayışları içerisinde olacağını düşünmekteyim."

K4(47): "Kısa vade de değilse bile uzun vade de başkanlık sisteminin ülkedeki politik düzlemi değiştireceğini belirtmek isterim."

K1(41): "15 Temmuz sonrası süreçte yaşananları göz önüne alacak olursak yeni yönetim sistemiyle birlikte Cumhur İttifakı'nın birçok değişikliği beraberinde getireceğine inanmaktayım. Özellikle bürokrasi ve devlet işleyişinde daha hızlı karar alınacağını düşünüyorum."

K9(35): "Kesinlikle bir değişiklik yaratacaktır. Ben şahsen Cumhur İttifakı'yla birlikte Yenikapı ruhunun ete kemiğe büründüğü kanaatini taşımaktayım."

K2(26): "Şimdiden çıkarım yapmak elbette zor; fakat yeni yönetim sisteminin doğası gereği iktidar olma süreci zorlaştığı için Cumhur İttifakı'nda olduğu gibi tabanı yakın partilerin de bir ittifak arayışına gireceğini ve önümüzdeki dönemde Türkiye'de ittifaklar arası bir siyasal mücadelenin yaşanacağını öngörmekteyim."

K6(60): "Cumhur İttifakı'nın politik düzlemde ciddi bir değişiklik yaratmayacaktır; fakat MHP süreç içerisinde yıpranacaktır."

K14(26): "Bu ittifakın halkın ekonomik taleplerini karşılamaktan uzak seçim maksatlı bir oluşum olduğunu ve Türkiye siyasal hayatında uzun soluklu bir etki yaratmayacağı görüşündeyim."

K8(26): ‘‘Görüntü itibariyle bu ittifak sağda birliktelik havası yaratacaktır. Yine de ben partiler arasında fikir ayrılığı olduğunu düşündüğüm için ittifakın politik sistemi derinden etkilemeyeceği kanaatindeyim; fakat seçim sonuçlarını görmekte de fayda var.’’

Katılımcılara ittifakın bütünselliği çerçevesinde ‘‘Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’nın her iki siyasal partinin tüzel kişiliğine olumsuz bir etkisi olabileceğini düşünüyor musunuz?’’ sorusu yöneltilmiştir. Değişen yeni sistemle birlikte daha önce kendi başlarına seçimlere katılan bu iki partinin 2018 genel seçimlerine Cumhur İttifakı adlı oluşumla katılacak olmasının partilerin tüzel kişiliğine yönelik seçmen nezdine olumsuz bir algı yaratıp yaratmadığı, katılımcıların yorumları üzerinden analiz edilmiştir.

Bu doğrultuda Ak Parti ve MHP seçmeni Cumhur İttifakı’nın partilerin tüzel kişiliğine yönelik olumsuz bir etkisi olmayacağı yönünde değerlendirmelerde bulunmuştur. Burada özellikle partilerin kendi adlarının ve logolarının yer aldığına vurgu yapılmıştır. CHP seçmeni ise ittifakın MHP’nin tüzel kişiliğine olumsuz yansıtacağı ve süreç içerisinde partinin eriyeceği yönünde değerlendirmeleri olmuştur. Katılımcıların tespitleri şu şekildedir:

K3(39): ‘‘Hayır düşünmüyorum. Ak Parti bir kitle partisi Cumhur İttifakı’na girsin girmesin seçmen nezdinde her zaman oy potansiyeli yüksek. MHP ise milliyetçi çizgiden taviz vermediği sürece ittifak partinin tüzel kişiliğine olumsuz bir etki yaratmaz.’’

K4(47): ‘‘Milliyetçi Hareket Partisi 50 yıllık çizgisi olan bir siyasal parti bu bakımdan ittifak onun tüzel kişiliğine etki edemez. Ak Parti ise kitle partisi konumunda ister tek başına girsin isterse de ittifak çatısı altında partinin tüzel kişiliği yıpranmaz.’’

K11(26): ‘‘MHP’nin parti kimliğinin ve tüzel kişiliğinin bu süreçte zayıflayacağını öngörmekteyim; zira Ak Parti diğer sağ partileri zaman içerisinde eritti. Bugün izlemiş olduğu politikalara bakıldığında özellikle milliyetçi hassasiyetleri ön plana çıkarmasıyla MHP’den rol çalmaktadır.’’

K6(60): ‘‘Seçim öncesi kurulan ittifak seçim sonrası başarıya ulaşırsa Ak Parti’nin yeni sistemle birlikte güçleneceğini MHP’nin ise Ak Parti içerisinde eriyerek tüzel kişiliğini koruyamayacağını düşünmekteyim.’’

K7(27): ‘‘Kısa vadede olmasa da ilerleyen yıllarda MHP’nin bu ittifaktan zarar göreceği kanaatini taşıyorum.’’

K8(26): ‘İttifakın başarılı olması durumunda MHP’nin tüzel kişiliğinin bu durumdan olumsuz etkileneceğini düşünüyorum; çünkü yeni sistem iki partili bir yapı öngörmekte. Bu açıdan MHP’nin tüzel varlığı bir konsolidasyonla yok olabilir.’

Katılımcılara ‘Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’nda her iki siyasal partinin kendi özgül ağırlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?’ sorusu yöneltilmiştir. Bu soruyla Cumhur İttifakı’nı kuran iki partinin siyaset sahnesindeki ağırlıklarına seçmenin nasıl baktığı sorgulanmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların kendi partilerine yönelik duygusal yorumlarda buldukları gözlemlenmiştir. MHP seçmeni, partilerinin oy yüzdesine bakılmaksızın Cumhur İttifakı’nın kurulması yönünde siyaseten belirleyici bir politika izlendiği yönünde değerlendirmelerde bulunmuştur.

Ak Parti seçmeni ise bu ittifakın en büyük ortağının hem oy yüzdesi hem de siyasi ağırlık anlamında kendilerinde olduğunu belirtmiştir. CHP seçmeni ise Ak Parti’den ziyade MHP’ye yönelik bir eleştirel tavır takınarak bu ittifakla birlikte MHP’nin kendi özgül ağırlığını kaybedeceği yönünde çıkarımlarda bulunmuştur. Bu bakımdan her bir katılımcı kendi siyasal tercihleri ve toplumsal algısıyla partilerin ittifak içerisindeki ağırlığına yönelik farklı kanaatler taşımaktadır. Katılımcıların soruya yönelik değerlendirmeleri şu şekilde gelişmiştir:

K1(41): ‘Ak Parti ile MHP arasında taban uyumu söz konusu olsa da seçmen kitlesi olarak Ak Parti’nin ittifaktaki özgül ağırlığının daha yüksek olduğunu söyleyebilirim.’

K15(30): ‘2002’den beri iktidar olan Ak Parti tartışmasız bir şekilde Cumhur İttifakı’nın da en büyük ortağıdır.’

K9(35): ‘Ak Parti bakıldığı zaman hem seçmen kitlesinin desteğini arkasına almış durumda hem de hâlihazırda iktidar partisi konumunda. Bu bakımdan MHP ülkenin köklü bir siyasal partisi olsa da Ak Parti’nin ittifak içerisindeki ağırlığı daha fazladır.’

K4(47): ‘Ak Parti’nin bugün milliyetçi bir çizgiye gelmesinde MHP’nin izlemiş olduğu politikaların çok büyük etkisi olduğunu düşünüyorum. Bu yüzden bu ittifakta oy yüzdesi olarak olmasa da politik anlamda MHP’nin belirleyici olduğunu düşünmekteyim.’

K3(39): ‘Hayır düşünmüyorum. Ak Parti merkezde konumlanmış durumda olduğu için farklı seçmen kitlelerine hitap etmekte. MHP ise ideolojik çizgisinden taviz vermediği müddetçe hiçbir olumsuz etki yaşamaz.’

K5(39): ‘‘Siyasetin matematiğine baktığımızda Ak Parti’nin iktidar olduğu gerçeği su götürmez; fakat söz konusu Cumhur İttifakı olduğunda MHP’nin milliyetçi politikalarının yönlendirici olduğunu görmekteyiz.’’

K8(26): ‘‘İttifakın en büyük ortağı olan Ak Parti milliyetçi bir söylem geliştirerek MHP’nin en büyük politik özelliğini elinden almakta. Bu doğrultuda düşünecek olursak bu ittifakla birlikte uzun vade de MHP’nin, Ak Parti içerisinde eriyeceği eğilimini taşıyorum.’’

K14(26): ‘‘Ak Parti farklı seçmen gruplarından oy alabilen bir kitle partisi konumundayken MHP daha çok milliyetçi hassasiyetleri olan ideolojik bir kitleden destek görmektedir. Bu anlamda Cumhur İttifakı’nda milliyetçi söylemler ağırlık kazanacak olursa seçmen ittifakın büyük ortağına yönelebilir, bu durumda da MHP politik manada güçsüzleşebilir.’’

Çalışma kapsamında dördüncü başlıkta Cumhur İttifakı’nı kuran iki siyasi partiye yönelik seçmenin daha önceki kanaatlerinde bir değişim olup olmadığına bakılmıştır. Bu doğrultuda katılımcılara ‘‘Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı her iki siyasi partiye yönelik daha önceki kanaatlerinizde olumlu ya da olumsuz bir değişim yarattı mı?’’ diye sorulmuştur. MHP’ye oy vermiş olan katılımcılar kendi partilerine yönelik daha önceki olumlu kanaatlerini koruduklarını, ayrıca Ak Parti’ye yönelik kanaatlerinin de olumlu yönde değiştiğine dair değerlendirmeleri olmuştur. Bu değişimi Ak Parti’nin Cumhur İttifakı’na giden süreçte milliyetçi söylemleri artırmasına bağlamışlardır. Ak Parti seçmeni de aynı şekilde MHP’ye yönelik kanaatlerinde olumlu yönde seyreden bir değişim olduğunu belirtmiştir.

CHP seçmeni ise Cumhur İttifakı’nı kuran iki partiye yönelik kanaatlerinin değişmediğine yönelik tespitlerde bulunmuştur. Bu bakımdan Cumhur İttifakı’nı kurmuş olan her iki siyasal partiye yönelik kanaatler katılımcıların daha önceki siyasi eğilimlerinden bağımsız değildir. Katılımcıların soruya yanıtları şu şekildedir:

K9(35): ‘‘Oy verdiğim parti olduğu için Ak Parti’ye yönelik olumlu kanaatlerimi korumaktayım. MHP’nin, CHP’den uzaklaşıp Ak Parti’yle ittifak kurmuş olması kanaatlerimde olumlu yönde bir değişime neden oldu.’’

K2(26): ‘‘MHP’nin ülkenin içinde bulunduğu zor şartlarda muhalefet etmek yerine Ak Parti’yle ülkenin bekası için bir ittifak kurması kanaatlerimde olumlu bir etki yarattı.’’

K13(35): ‘‘Ak Parti’ye yönelik özellikle çözüm sürecinde olumsuz kanaatlerim söz konusuydu; fakat bugün iki partinin milliyetçi bir çizgide ittifak kurmuş olması daha önceki kanaatlerimde olumlu yönde bir değişime yol açtı.’’

K3(39): ‘‘Ak Parti’deki milliyetçi çizgiye kayma sözde değil özde olduğu müddetçe algım olumlu yönde seyredecektir.’’

K5(39): ‘‘MHP’li olarak kendi partime yönelik kanaatlerimde bir değişiklik olmadı. Ak Parti’nin son dönemlerde milliyetçi çizgiye yakınlaştığını gördüğüm için kanaatlerim olumlu yönde seyretmektedir.’’

K8(26): ‘‘Herhangi bir değişiklik yaratmadı.’’

K6(60): ‘‘Değişiklik olmadı. Sadece uzak olmayan bir geçmişte birbirlerine söylemedik söz bırakmayan bu iki partinin bugün nasıl olup da bir ittifak arayışına girdiklerine şaşırıyorum.’’

Çalışma kapsamında beşinci ve son başlıkta seçmenlerin, Cumhur İttifakı’na yönelik algılarında medyanın belirleyici bir rol üstlenip üstlenmediğine bakılmıştır. Bu doğrultuda katılımcılara ilk olarak ‘‘Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’na yönelik edindiğiniz bilgi ve görüşlerde medyanın etkisi nedir?’’ diye sorulmuştur. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu siyasal görüşleri fark etmeksizin Cumhur İttifakı’na dair edindikleri bilgilerde medyanın etkisi olduğuna yönelik değerlendirmelerde bulunmuştur.

Yazılı, görsel ve sosyal medyanın Cumhur İttifakı’na yönelik seçmenlerin bilgi ve tutumlarında belirleyici bir rol üstlendiği geliştirilen söylemler üzerinden analiz edilmiştir. Üç katılımcı ise Cumhur İttifakı’na yönelik edindikleri bilgilerde medyanın rolü olmadığını; zira medya organlarını takip etmediklerini belirtmiştir. Katılımcıların soruya yanıtları şu şekilde olmuştur:

K1(41): ‘‘Bence etkisi tartışılmaz boyutlarda büyüktür; zira seçim dönemlerinde televizyon, gazete gibi etkili medya organları hem siyasal partilerin hem de adayların hangi projelerle halkın karşısına çıktığını öğrenmemize yardımcı oluyor.’’

K5(39): ‘‘Parti teşkilatında çalıştığım için gazeteleri ve haber programlarını aktif bir şekilde takip etmekteyim. Bu bakımdan Cumhur İttifakı’na dair edindiğim bilgilerde medyanın rolünü yadsıyamam.’’

K6(60): “Bu durum biraz da medyaya nasıl baktığımızla alakalı diye düşünüyorum. Medya çok yönlü okuma ve izleme olanağı sunduğu için ittifaka yönelik farklı görüşlerin neler sunduğunu takip etme olanağım oluyor.”

K12(28): “Evet düşünüyorum. Yazılı ve görsel basının ittifakı ele alış tarzı ve ittifaka dair sunulan argümanları yakından takip etmekteyim.”

K8(26): “Etki etmemesi mümkün değil. Bugün küreselleşen dünyada medya her konuda olduğu gibi siyasal süreçlerde de bilgi ve görüşlerimizi etkilemektedir; ama benim açımdan bu etkinin sınırlı olduğunu söyleyebilirim.”

K7(27): “Medya organlarını özellikle de televizyonu takip etmediğim için beni etkilemedi.”

K3(39): “Haberlerde belge sunmayan kaynakları şüpheli olan ve her daim tarafgir olan medyayı kesinlikle takip etmiyorum. Bu bakımdan Cumhuriyet İttifakı’na yönelik görüşlerimde medyanın hiçbir payı bulunmamaktadır.”

Cumhuriyet İttifakı’na yönelik seçmenin toplumsal algısında medyanın rolünü inceleyen bu çalışmada bir önceki soruyla bağlantılı olacak şekilde katılımcılara “Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı’na yönelik algınızda medyanın belirleyici bir rol oynadığını düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruyla katılımcıların bir önceki soruya yönelik değerlendirmelerinin tutarlılık taşıyıp taşımadığı analiz edilmek istenmiştir. Bir önceki soruda siyasal görüşleri fark etmeksizin katılımcıların çoğunluğu Cumhuriyet İttifakı’na yönelik edindikleri bilgi ve görüşlerde medyanın etkisi olduğuna dair yorum yapmıştır.

Bu bakımdan yine katılımcıların büyük çoğunluğu medyanın Cumhuriyet İttifakı’na yönelik algılarında belirleyici bir rol üstlendiğine yönelik söylemde bulunmuştur. Medyanın algılarında önemli bir rol üstlendiğini ifade eden katılımcılar bu durumu medyanın Cumhuriyet İttifakı’na yönelik bilgi ve içerik aktarımı yapmasıyla temellendirmektedir. Bu görüşlere katılmayan ve azınlıkta kalan az sayıda katılımcı ise medyanın Cumhuriyet İttifakı’na yönelik kendi algılarını etkilemediğini belirterek medyaya yönelik eleştirel bir tavır takınmıştır. Katılımcıların soruya yönelik değerlendirmeleri şu doğrultuda oluşmuştur:

K9(35): “Mesleğim gereği yoğun tempoda çalışmaktayım. Bu bakımdan Cumhuriyet İttifakı’na dair gelişmeleri sadece medyadan takip ettiğim için benim fikirlerimin oluşmasında medyanın rolü büyüktür.”

K2(26): ‘‘Aktif bir Twitter kullanıcısı olarak sosyal medya üzerinden Cumhur İttifakı’na dair tüm süreci yakından izlemekteyim.’’

K4(47): ‘‘İttifakın medyada baskın bir şekilde yer aldığını düşünüyorum. Özellikle liderlerin yaptıkları mitingler ulusal kanallarda eş zamanlı olarak gösterilmekte. İttifakı destekleyen biri olarak medyanın bu tutumu algımı olumlu yönde etkilemektedir.’’

K8(26): ‘‘Günümüzde medya en etkin bilgi edinme yollarından biridir. Bu durum göz önüne alınacak olunursa hem benim hem de diğer seçmenlerin algısında medyanın rolü olmadığını düşünmek insana inandırıcı gelmiyor.’’

K12(28): ‘‘Cumhur İttifakı’nı destekleyen biri olarak yazılı ve görsel medyanın Cumhur İttifakı’nı ele alış tarzını beğendiğim için medya, ittifaka yönelik mevcut olumlu algımı pekiştirmiştir.’’

K3(39): ‘‘Medyanın Cumhur İttifakı’na yönelik yapmış olduğu haber ve içeriklere güvenmediğim için benim algımda medyanın hiçbir rolü bulunmamaktadır.’’

K7(27): ‘‘Etkisi olduğunu düşünmüyorum; çünkü mevcut medya düzeni eleştirel bakış açısından yoksun hatta insanların Cumhur İttifakı’na yönelik eleştirel tutumlarını da köreltmeye yönelik bir tutum içerisinde.’’

Çalışmanın teorik boyutunda liberal kuramın atfettiği gibi medyanın toplumda dördüncü güç olarak görev üstlendiğine, politik konulara dair halkı bilgilendirdiğine ve siyasal gündemi saptadığına dair çıkarımlar yapılmıştır. Bu doğrultuda katılımcılara ‘‘2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’nın medyanın gündeminde önemli bir yer teşkil ettiğini düşünüyor musunuz?’’ sorusu aksettirilmiştir. Seçmenlerin değerlendirmelerine odaklanılarak medyanın hakikaten gündem belirleme gücüne sahip olup olmadığı, Cumhur İttifakı özelinde incelenmiştir. Bu bakımdan seçmenlerin söylemlerine bakıldığında siyasal görüşleri fark etmeksizin büyük çoğunluğu Cumhur İttifakı’nın medyanın gündeminde önemli bir yer teşkil ettiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların yorumlarına bakıldığında hem yazılı hem de görsel-işitsel medyada Cumhur İttifakı’nın geniş bir içerikle ele alındığına dair aktarımları söz konusu olmuştur. Bu noktada dikkat çeken bir unsur olarak CHP seçmeni, medyaya karşı eleştirel bir tavır takınmıştır.

İktidar partisinin medya kanalları üzerinde baskı kurduğuna yönelik söylemler ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların soruya yönelik değerlendirmeleri aşağıdaki doğrultuda gelişmiştir:

K1(41): “İttifakın kuruluşundan seçim sürecinin sonuna kadar medyanın konuyu aktif olarak işlediği görüşümdedir.”

K10(33): “İlk başlarda sadece siyasi tartışma programlarıyla sınırlıydı; fakat seçim kampanyalarının başlamasıyla birlikte bütün medya organlarında Cumhuriyet İttifakı gündemin ilk sırasını almıştır.”

K11(26): “İttifakın sahadaki parti çalışmalarından ziyade medya arenasında yaşandığını düşünmekteyim. Özellikle seçimin son zamanlarında haber kanallarının dışındakiler bile Cumhuriyet İttifakı’nı kuran siyasi partilerin liderlerine ekranlarda yer vermiştir.”

K9(35): “Halkın Cumhuriyet İttifakı’na olan ilgisinin canlı kalmasında medyanın çok büyük bir payı olduğunu düşünüyorum; çünkü okuduğumuz günlük gazetelerden, her akşam izlediğimiz ana haber bültenlerine kadar medyanın önceliğini bu ittifaka verdiğini düşünüyorum.”

K8(26): “Konvansiyonel diye tabir ettiğimiz geleneksel medyada Cumhuriyet İttifakı hem kuruluş aşamasında hem de seçim atmosferinde medyanın hâkim gündemini oluşturmuştur.”

K6(60): “Özellikle televizyon kanallarında Cumhuriyet İttifakı’nın ilk sıralarda yer aldığını ifade edebilirim; fakat çoğu medya kuruluşunun siyasi baskılar ya da iktidara yakın olma gerekçeleriyle ittifakı ön planda tuttuğu da bir gerçektir.”

Çalışma kapsamında katılımcılara “Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı’na dair edindiğiniz bilgi ve görüşlerde hangi kitle iletişim aracı ön plana çıkmaktadır?” sorusu yöneltilmiştir. Bilindiği üzere liberal yaklaşımda dördüncü güç görevi gören medya politik konular hakkında halkı bilgilendirici bir rol üstlenmektedir.

Kitle İletişim araçlarının gazeteyle başlayan serüveni radyonun propaganda amaçlı kullanılmasından sonra televizyon ve internet ile gelişerek zenginleşmiş ve farklılaşmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların değerlendirmeleri üzerinden hangi kitle iletişim aracının seçmenin algısında daha önemli bir rol üstlendiği analiz edilmek istenmiştir. Bu noktada katılımcıların yorumlarına bakıldığında televizyon ve sosyal medyanın ön plana çıktığı görülmüştür.

Bunun yanı sıra günlük gazetelerinde önemli bir haber alma kaynağı olduğu ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların hiçbiri radyoya dair bir çıkarımda bulunmamıştır. Bu soruda katılımcıların demografik özellikleri de ön plana çıkmıştır. 25-30 yaş arasındaki genç seçmenin sosyal medyayı daha aktif kullandığı görülürken 40-60 yaş arasındaki grubun televizyon ve gazete odaklı olarak Cumhuriyet İttifakı'na dair bilgi edindiği görülmüştür. İki katılımcı ise medya organlarını takip etmediğini belirtmiştir. O halde katılımcıların soruya yönelik saptamaları şu şekilde olmuştur:

K6(60): "Günlük gazete alan birisiyim. Oradaki köşe yazarlarının makalelerini okuyorum."

K1(41): "En fazla televizyon kanallarında yayınlanan haber programlarını izledim. Özellikle bu tarz tartışma programlarında farklı düşünceye sahip insanların yer alması konuyu halkın gözünde detaylandırmaktadır."

K4(47): "Birinci sırada kesinlikle televizyon yer almaktadır. Cumhuriyet İttifakı'nı en çok ana haber bültenlerinde aktarılan haber içerikleriyle takip etme olanağım oldu."

K2(26): "Sosyal medya benim açımdan ön plandadır; zira televizyon ve gazeteye her ortamda ulaşamıyorum."

K11(26): "Sosyal medya ve gazeteler daha ön planda olsa da televizyonun da etkisini yadsıyamam."

K3(39): "Ben hiçbir medya organının tarafsız olduğunu düşünmüyorum. Bu bakımdan olabildiğince kitle iletişim araçlarını takip etmemeye çalışıyorum."

Katılımcılara "Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'nın medyadaki temsilini ve haberlerde yer alışı biçimini gerçekçi ve tarafsız buluyor musunuz?" sorusu yöneltilmiştir. Bu soruyla liberal kuramda dördüncü güç olarak kabul edilen ve özellikle seçim dönemlerinde haber ve içerik aktarımıyla seçmeni etkileyen medyanın katılımcılar tarafından tarafsız bulunup bulunmadığı sorgulanmak istenmiştir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu medyayı tarafsız bulmadıklarına dair değerlendirmelerde bulunmuş olsa da siyasal ideolojileri çerçevesinde farklılaşan söylemler geliştirmiştir. Ak Parti ve MHP seçmeni sosyal medya üzerinden eleştiri getirerek bu mecranın Cumhuriyet İttifakı'na yönelik bir karalama kampanyasında manivela görevi gördüğünü ifade etmiştir. CHP seçmeni ise medyanın tarafsız olmadığını, mevcut iktidara yakınlık ve medyanın mülkiyet ilişkileri çerçevesinde değerlendirmiştir.

Bu anlamda CHP seçmeni mevcut medyada bir tekelleşme durumu olduğunu buna bağlı olarak da Cumhuriyet İttifakı'na yönelik eleştirel seslerin medya tarafından görmezden gelindiğini vurgulamaktadır. Katılımcıların soruya yönelik yanıtları şu şekilde olmuştur:

K15(30): “Özellikle sosyal medyada Cumhuriyet İttifakı'na yönelik gerçeği yansıtmayan birçok içerik olduğunu düşünüyorum.”

K13(35): “Sol görüşe yakın olan medyanın Cumhuriyet İttifakı'na yönelik yapmış olduğu haberlerin gerçeklikten uzak olduğu kanaatindeyim.”

K4(47): “Ülkenin birlik ve beraberliğe en çok ihtiyaç duyduğu bir dönemde bazı medya organlarının Cumhuriyet İttifakı'nı aslı astarı olmayan haberlerle yıpratmak istediğini düşünüyorum. Bu duruma bir de sosyal medya eklendiği zaman ittifaka yönelik tam bir bilgi kirliliği karşımıza çıkmaktadır.”

K6(60): “Belli ve büyük bir kesimin elinde toplanan gazetelere baktığımızda çoğu zaman tek manşetle çıkmaktadırlar. Bu anlamda medyanın ittifaka yönelik tarafsız bir yaklaşım içerisinde olduğunu düşünmüyorum.”

K8(26): “Hayır. Çünkü iktidar partisine yakın olan sermayedarların medyada egemen olmaya başlamasıyla Cumhuriyet İttifakı daha fazla ve abartılı haberlerle ön plana çıkarılmaktadır. İttifaka muhalefet edenler ya medya tarafından görmezden geliniyor ya da medyada kendilerine çok az yer bulabiliyor.”

K11(26): “Son dönemde medyada tekelciliğin arttığını düşünüyorum. Bundan dolayı ittifaka yönelik sadece olumlu haberler yer almakta. Eleştirel bakış ancak sınırlı sayıda sol ve yabancı medya ajanslarında yer almaktadır.”

2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'na dair seçmen algısının analiz edilmeye çalışıldığı bu çalışmada medyanın seçmenin tutum ve algısında etkili olup olmadığı katılımcıların yorumları üzerinden ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bakımdan katılımcılara “Cumhuriyet İttifakı'na yönelik fikir, tutum ve algınızda sosyal medyanın etkisi sizce nedir?” sorusu aksettirilmiştir. Yeni medya olarak da adlandırılan internetin ortaya çıkmasıyla birlikte zamandan ve mekândan bağımsız herkesin girebildiği bir yeni kamusal alanının ortaya çıkıp çıkmadığı hâlâ akademik düzeyde tartışılmaktadır.

Yine de seçmeni ikna etmeyi amaçlayan siyasal partilerin bu yeni mecraayı aktif olarak kullandığı görülmektedir. Günümüzün dijital çağında sosyal medyada var olmak seçmenin oy verme davranışını etkilemek isteyen tüm siyasal aktörler için önem arz etmektedir. Aynı zamanda seçmenler de göreceli baskıdan ve sansürden uzak bu mecraayı kullanarak siyasal konulara dair bilgi edinmektedir. Tüm bu parametreler göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların sosyal medyaya yönelik çıkarımları farklılık taşımaktadır.

Seçmenlerin büyük çoğunluğu sosyal medyanın kendi fikir ve tutumlarında önemli bir rol üstlendiğine dair değerlendirmede bulunsa da MHP ve Ak Parti seçmeninin bir kısmı sosyal medya içeriklerine mesafeli durduğunu belirtmiştir. Sosyal medyadan etkilendiğini belirten seçmenlerin çıkarımlarında Twitter ön planda yer almıştır. Siyasal görüşlerin yanı sıra yaş faktörü de bu soruda önemli bir etken olarak ortaya çıkmıştır. Bu bakımdan katılımcıların soruya yönelik anlatımları şu şekilde gelişmiştir:

K9(35): “Etkisi yok diyemem. Twitter kullanıcısı olarak seçim döneminde Cumhuriyet İttifakı’na dair gelişmelerden haberdar oldum.”

K15(30): “Twitter hesabım üzerinden arada takip ediyorum. Fakat bu alanın gerçekten Cumhuriyet İttifakı’na dair olumsuz yönde içerik aktarımı yaptığını düşünmekteyim.”

K2(26): “Günümüzde sosyal medyanın etkisi yadsınamayacak niteliktedir. Bu mecrada görmüş olduğum haber ve yorumların kanaatimi etkilediğini belirtmek isterim.”

K10(33): “Benim açımdan etkisi çok fazladır. Sosyal medya sayesinde bir konuyu araştırmak için çaba sarf etmeme gerek kalmıyor. Bu bakımdan ittifakı da sosyal medya üzerinden takip ettim.”

K11(26): “Yaşım itibariyle takip ettiğim seçimler içerisinde sosyal medyanın en aktif kullanıldığı dönem olduğunu düşünüyorum. Özellikle televizyonda yer alan reklamların sosyal medyada çok fazla tartışıldığı bir seçim atmosferinde benim ittifaka dair görüşlerimi şekillendirmiştir.”

K8(26): “Mukayeseli olarak değerlendirirsek benim algımda geleneksel medyanın bir rolü olmamıştır. Sosyal medya boyutunda ise Twitter benim için önemli bir haber alma kaynağı olmuştur.”

Katılımcılara ‘‘Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı’na yönelik medyada güçlü bir propaganda faaliyeti yürütüldüğünü düşünüyor musunuz?’’ sorusu yöneltilmiştir. Bilindiği üzere tarihsel gelişimi çok eskilere dayanan propaganda, seçim dönemleri başta olmak üzere seçmeni etkilemeyi amaçlayan siyasal partilerin sıklıkla başvurduğu bir iletişim tekniğidir. Bu bakımdan katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında Ak Parti ve MHP seçmeni propaganda faaliyetinin siyasetin doğasında olduğunu belirtmiştir. Bu durumun sadece Cumhur İttifakı’na özgü olmadığına dair değerlendirmeleri olmuştur.

Bir MHP seçmeni ise farklı bir değerlendirmede bulunup devlet yayın organları da dâhil olmak üzere ittifakın güçlü bir propagandayla temsil edildiğine dair yorumda bulunmuştur. CHP seçmeni ise iktidar partisine yakın medya organlarında ittifakın abartılı bir şekilde propaganda yaptığını belirtmiştir. Özellikle medyanın bu süreçte tekelleşmesine vurgu yapılmıştır. Katılımcıların soruya yanıtları şu şekilde olmuştur:

K2(26): ‘‘Medyada propaganda faaliyeti her siyasal partinin ihtiyaç duyduğu bir durumdur. Bunu sadece Cumhur İttifakı’yla özdeşleştirmek doğru değildir.’’

K1(41): ‘‘İktidar partisi kendi gücünü kullanarak daha fazla propaganda faaliyeti yürütse de muhalefet de ondan geri kalmıyor. Bu bakımdan Cumhur İttifakı’nın abartılı bir propagandayla temsil edildiğini söyleyemem.’’

K5(39): ‘‘Mevcut iktidar partisinin elinde büyük bir medya gücü var özellikle devlet kanalı olan TRT’nin de bu sürece eklendiğini düşünerek olursak ittifaka yönelik güçlü bir propaganda faaliyeti söz konusudur.’’

K8(26): ‘‘Ana akım medyanın iktidara yakın sermayenin eline geçmesiyle propagandanın arttığını düşünüyorum.’’

K11(26): ‘‘Kesinlikle düşünüyorum. Diğer partilere dair medyadan edindiğimiz bilgiler sınırlı kalmakta.’’

Katılımcılara ‘‘2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti ve Milliyetçi Hareket Partisi’nin seçim kampanyalarında Cumhur İttifakı’nın yeterince yansıtıldığını düşünüyor musunuz?’’ sorusu yöneltilmiştir. Siyasal iletişim faaliyetlerinde önemli bir yer tutan seçim kampanyaları siyasal partinin veya adayın seçmeni ikna etmek için faaliyet yürüttüğü bir dizi etkinliği kapsamaktadır.

Seçim afişlerinden, meydan mitinglerine, medyada yer almaktan yüz yüze iletişime kadar birçok değişkeni içerisinde barındırmaktadır. Bu soruyla ittifakın kendisinin mi yoksa onu kuran partilerin mi daha ön planda olduğu katılımcı değerlendirmeleri üzerinden incelenmiştir.

Seçmenlerin yorumlarına bakıldığında politik düzeyde farklılaşmanın esas olduğu ortaya çıkmıştır. Ak Parti seçmeni MHP'nin pasif bir kampanya yürüttüğü, fazla miting yapmadığı ve medya organlarında çok fazla görünür olmadığını ifade etmiştir. Bunun yanı sıra MHP seçmeni ise Ak Parti'yi ittifakı geri plana almakla eleştirmiştir. Özellikle Ak Parti'nin siyasi reklamlarına eleştiri getiren MHP seçmeni, ittifaktan ziyade Ak Parti'ni geçmişte yaptığı uygulamaların ve lider kültürünün ön plana çıktığını ifade etmiştir. CHP seçmeni ise ittifakın kampanyada başat bir yer tutmadığını iki partinin de kendi kimliklerini yansıttığını belirtmiştir.

K9(35): “Bu konuda MHP'nin yeterince aktif olduğunu düşünmüyorum. Ak Parti iktidar partisi olmasının da verdiği güçle Cumhuriyet İttifakı'nı merkezine alan bir seçim dönemi geçirmiştir.”

K1(41): “Ak Parti seçim süreci yaklaştıkça sistematik bir şekilde hem görsel ve yazılı medyada hem de düzenlenen mitinglerle Cumhuriyet İttifakı'nı vatandaşlara anlatmıştır.”

K2(26): “Ak Parti sahada medyada miting alanında her yerde vardı. Aynı şeyi MHP için söyleyemem. Yapmış oldukları miting sayısı sınırlı kalmıştır.”

K4(47): “Miting düzenlenen illerde Ak Parti liderinin o ildeki bütün milletvekillerin istemesi Cumhuriyet İttifakı'nın ruhunu zedelemiştir.”

K13(35): “Bizzat teşkilatlanma içerisinde yer alan biri olarak söylemeliyim ki MHP Cumhuriyet İttifakı'nı vatandaşa anlatma noktasında elinden geleni fazlasıyla yapmıştır.”

K12(28): “Ak Parti'nin siyasi reklamlarında hep geçmişle mukayese yapılarak partinin bu zamana kadarki uygulamaları ön plana çıkarılmış. Cumhuriyet İttifakı'nın yeterince yansıtıldığını düşünmüyorum.”

K3(39): “Erdoğan seçim kazanma başarısı gösteren bir siyasetçi olduğu için bu seçimde de kendisini ön plana koyarak bir seçim faaliyeti yürütmüştür. Bu bakımdan kampanya döneminde Cumhur İttifakı’ndan ziyade Erdoğan’ın liderlik vasıflarının etkili olduğu düşünmekteyim.”

K7(27): “Düşünmüyorum. Ak Parti kendi propagandasını yaptı. MHP ise bence görünür olmaktan uzaktı.”

K8(26): “Ak Parti seçim dönemi boyunca liderini ve iktidarda kaldığı süre boyunca yapmış olduğu uygulamaları vatandaşa sunmuştur. Bu bakımdan ittifakın kampanyanın merkezinde yer aldığını zannetmiyorum.”

Katılımcılara son olarak “Ak Parti ve MHP’nin seçim süreci boyunca Cumhur İttifakı’nı vatandaşlara anlatma boyutunda medyayı etkin bir şekilde kullandığını düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Cumhur İttifakı’na dair seçmenin algısında medyanın belirleyici bir rol oynayıp oynamadığının analiz edildiği bu çalışmada medya ile ilgili daha önceki sorularda seçmenin kitle iletişim araçlarından etkilenip etkilenmediği, kendi fikir ve tutumlarında medyanın inşa edici bir rol üstlenip üstlenmediği sorulmuştur. Bu soruda ise farklı olarak ittifakı oluşturan iki siyasal partinin, vatandaşlara Cumhur İttifakı’nı anlatmasında kitle iletişim araçlarının ne kadar aktif kullandığı seçmen değerlendirmeleri üzerinden ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Seçmenlerin çıkarımlarına bakıldığında medyanın partiler nezdinde etkin kullanıldığı görülmektedir. Ancak hem Ak Parti seçmeni hem de CHP seçmeni, Milliyetçi Hareket Partisi’nin ve genel başkan Devlet Bahçeli’nin medyayı kullanmak konusunda çok da başarılı olmadığı yönünde değerlendirmeleri olmuştur.

MHP seçmeni ise kendilerine medyada fazla yer verilmediğini ama fırsatların en iyi şekilde kullanıldığını ve lider düzeyinde medyadaki programlara katılım gösterildiğini vurgulamıştır. Bu noktada dikkat çeken bir diğer unsur da medyayı aktif şekilde kullanma düzeyinde seçmen değerlendirmelerinin genellikle televizyon üzerine yoğunlaşmış olmasıdır.

K1(41): “Genel itibariyle Ak Parti’nin televizyonu etkin kullandığını düşünmekteyim. Özellikle seçim dönemi yaklaştıkça hem reklamların hem de parti temsilcilerinin medyadaki görünürlüğü artmıştır.”

K2(26): ‘‘Ak Parti özellikle sosyal medya platformunda iyi örgütlenmiŐtir bence. Twitter zerinden Cumhuriyet İttifakı’nın propagandasının aktif bir Şekilde yapıldığını düşünüyorum.’’

K15(30): ‘‘Bence partilerden ziyade medyayı en etkin kullanan kişi Recep Tayyip Erdoğan’dır. Seçime kısa bir zaman kala neredeyse tüm kanallarda boy göstererek ittifakı halka anlatmıştır.’’

K13(35): ‘‘Devlet Bey medyada imkn bulduğu müddetçe Cumhuriyet İttifakı’na dair her süreci samimiyetle vatandaşlara aktarmıŐtır.’’

K12(28): ‘‘Medyanın ittifakın ortaklarına söz verme konusunda adil davrandığını pek zannetmiyorum. İktidar partisi olması sebebiyle Ak Parti genel baŐkanına medya kanallarında daha fazla yer verilmiştir.’’

K9(35): ‘‘Seçim süreci boyunca medyada en çok görünen ve bu bakımdan kitle iletişim organlarını en aktif Şekilde kullanan tek kişi Recep Tayyip Erdoğan’dır.’’

K11(26): ‘‘Her iki parti liderinin de yapmış olduğu mitingler ve katılmış oldukları televizyon programları canlı bir Şekilde verilmiştir. Yine de Ak Parti’nin medyada daha aktif olduğunu belirtmeliyim.’’

K8(26): ‘‘Ak Parti’nin medyayla olan yakınlığını gözden kaçırmamak gerekmektedir. Yapılan her miting canlı olarak verilmiştir. Özellikle bu süreçte TRT’nin Ak Parti’yi diğer partilerden daha fazla ön plana çıkardığı görülmüştür. Bahçeli ise daha çok Twitter üzerinden mesajlarını iletmiŐtir.’’

SONUÇ

2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısı bu tez ile ortaya konulmak istenmiştir. Bu doğrultuda farklı yaş, cinsiyet, eğitim ve siyasal yaklaşımları olan on beş kişilik bir hedef kitleyle görüşülmüştür. Görüşülen hedef kitlenin tamamı seçmen statüsünde olup bir önceki seçimde oy vermiştir. Daha önceden hazırlanmış olan sorular hedef kitleye yöneltilmiş, onların yaptıkları değerlendirmeler üzerinden Cumhur İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısı anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

Bu bakımdan hedef kitle içerisinde ittifakı oluşturan Ak Parti ve MHP seçmenlerinin yanı sıra ana muhalefette bulunması itibariyle CHP seçmenleri de yer almaktadır. Katılımcıların sorulara yönelik yapmış oldukları değerlendirmeler onların siyasal ideolojileri ve toplumsal algılarından bağımsız değildir. Katılımcıların Cumhur İttifakı'na yönelik tespitlerinde cinsiyet, eğitim, meslek gibi özelliklerden ziyade siyasal tercihleri belirleyici olmuştur. Yaş faktörü de bazı sorularda katılımcıların değerlendirmelerinde önemli bir değişken olarak görülmüştür.

Tüm bu parametreler göz önüne alındığında Cumhur İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısını anlamayı amaçlayan çalışmada seçmenlerin yapmış oldukları değerlendirmeler beş ana başlık etrafında incelenmiştir. İlk olarak seçmenlerin Cumhur İttifakı'na yönelik beklentileri ve temsili ele alınmıştır. Bu doğrultuda Ak Parti ile MHP'nin seçmenleri Cumhur İttifakı'nın genel anlamda seçmen beklentilerini karşılayacağını, spesifik manada ise milliyetçi-muhafazakar sağ seçmenin Cumhur İttifakı'yla kuvvetli bir şekilde temsil edileceğini ifade etmiştir. CHP'ye oy vermiş katılımcılar ise seçmenin ekonomik taleplerinin olduğunu Cumhur İttifakı'nın bu beklentileri karşılamaktan uzak, çıkar odaklı bir oluşum olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda CHP seçmeni bu ittifakın ülkedeki milliyetçi seçmeni temsil edemeyeceğine yönelik söylem geliştirmiştir.

Birinci başlık altında Cumhur İttifakı'nın hangi ortak paydalara sahip olduğu ve toplumsal bir cepheleşmeye yol açıp açmayacağı seçmenin algısı üzerinden incelenmiştir. Bu bakımdan Ak Parti ve MHP seçmeni Cumhur İttifakı'nın ortak paydalarını ülkenin bekası, vatan, bayrak, milletin menfaatleri olarak sıralamıştır. CHP seçmeni bu ittifakı çıkar odaklı okumuştur.

Aynı zamanda Ak Parti ve MHP seçmeni milli çıkarların bir yansıması olarak gördüğü Cumhuriyet İttifakı'nın herhangi bir cepheleşmeye yol açmayacağını belirtmişken, CHP seçmeni bu ittifakın Sol'a karşı olduğu yönünde bir okuma gerçekleştirmiştir. İttifakı ortaya çıkaran gelişmelerde seçmenlerin politik süreci ekonomiden daha ön planda tuttuğu görülmüştür. Bu bakımdan seçmenlerin çıkarımlarına bakıldığında Ak Parti ve MHP seçmeni 15 Temmuz darbe girişimini ve terör sorununu odak noktasına alırken, CHP seçmeni ittifakın ortaya çıkma koşullarını Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne ve mevcut seçim barajına dayandırmıştır. İlk başlık altında ittifakın kurulmasında lider özelliklerinin etkili olup olmadığı ve ittifakın kuruluş mantığı da sorgulanmıştır. Bu bakımdan seçmenlerin çıkarımlarına bakıldığında siyasal görüşleri fark etmeksizin seçmenlerin büyük çoğunluğu ittifakın ortaya çıkmasında liderlerin payı olduğuna dair ifadeleri olmuştur.

Burada en ön plana çıkan lider MHP genel başkanı sıfatıyla Devlet Bahçeli olmuştur. Ak Parti ve MHP seçmeni, 15 Temmuz darbe girişiminden sonra ülkenin bekası adına Devlet Bahçeli'nin karar alarak bu ittifakın kuruluş sürecine etki ettiğini belirtmiştir. CHP seçmeni de ittifakın kuruluşunda Bahçeli'nin rol oynadığını ifade etse de eleştirel bir tutum geliştirerek Bahçeli'nin daha önce karşı çıktığı başkanlık sistemine neden destek verdiğini sorgulamıştır. Burada özellikle MHP içerisinde yaşanan parti içi görüş ayrılıklarına ve partinin bölünme tehlikesine dikkat çekilmiştir. Bir diğer noktada ise Ak Parti seçmeni ikna kabiliyeti ve liderlik vasıflarıyla Recep Tayyip Erdoğan'ın da ittifakta yadsınamaz bir rolü olduğunu vurgulamıştır.

İttifakın kuruluş mantığında ise pragmatist bir anlayışla parti çıkarlarının mı yoksa vatandaş menfaatlerinin mi daha fazla etkili olduğu seçmenlerin çıkarımları üzerinden ele alınmıştır. Bu noktada Ak Parti ve MHP seçmeni Cumhuriyet İttifakı'nı vatandaş devlet bütünleşmesi olarak okumuştur. Yapılan değerlendirmeler incelendiğinde ittifakın kuruluş mantığında Türkiye'nin hâlihazırda yaşadığı terör ve dış politikadaki sorunlar neticesinde vatandaşın güvenliğinin ve huzurunun korunmak istendiğinin altı çizilmiştir. CHP seçmenin değerlendirmeleri ise aksi yönde gelişmiştir. İttifakın çıkar odaklı olduğunu belirten CHP seçmeni, özellikle Ak Parti'nin yeni sistemde iktidar olmak için bu ittifaka ihtiyaç duyduğuna dikkat çekmiştir. İkinci olarak Cumhuriyet İttifakı'nın seçim barajı ve koalisyonlarla arasındaki ilişki sorgulanmıştır.

Bu noktada Ak Parti ile MHP seçmeni Cumhur İttifakı'yla mevcut seçim barajı arasında bir bağlantı olmadığını belirtmiştir. CHP seçmeni ise Cumhur İttifakı'nın Ak Parti'nin iktidar olması, MHP'nin de baraj altında kalmaması için oluşturulduğu yönünde tespitleri olmuştur. Cumhur İttifakı'yla koalisyonlar arasında siyasal tercihleri fark etmeksizin katılımcıların tamamı bir benzerlik olmadığını belirtmiştir. Katılımcılar, ittifakların seçim öncesi ilkeler çerçevesinde oluştuğunu belirtirken, koalisyonları seçim sonrası ortaya çıkan siyasi tablonun bir zorunluluğu olarak görmüşlerdir.

Üçüncü başlıkta Cumhur İttifakı'yla cumhurbaşkanlığı yönetim sistemi arasındaki bağlantı ele alınmıştır. Bu bakımdan yeni değişen yönetim sistemi göz önüne alındığında katılımcılardan bir kişi hariç kurulmuş olan Cumhur İttifakı'nı bir tercih değil, bir zorunluluk olarak görmüştür. Bu yöndeki değerlendirmelerin temellendiği nokta ise yeni sistemle birlikte iktidar olmak için gereken oyun yüzde elli artı bir gibi ulaşılması kolay olmayan bir çığaya yükselmesidir. Sadece bir Ak Partili katılımcı bu ittifakı bir zorunluluk değil iki partinin ilkeler çerçevesinde oluşturduğu bir tercih olarak görmüştür.

Cumhur İttifakı'nı kuran iki partinin siyaseten özgül ağırlıkları da seçmenin yorumları üzerinden analiz edilmiştir. Her katılımcının kendi partisine yönelik duygusal bir yaklaşım sergilediği gözlemlenmiştir. Buna paralel olarak Ak Parti seçmeni kendilerinin hem oy yüzdesi hem de hâlihazırda iktidar partisi olmaları nedeniyle ittifaktaki ağırlıklarının daha yüksek olduğunu ifade etmiştir. MHP seçmeni ise partilerinin oy oranına bakılmaksızın Cumhur İttifakı'nın kurulması yönünde siyaseten belirleyici olduklarını belirtmiştir. CHP seçmeni ise Cumhur İttifakı'nın başarıya ulaşması halinde MHP'nin Ak Parti içerisinde eriyeceğine yönelik bir öngöründe bulunmuştur.

Dördüncü başlıkta ise katılımcıların Cumhur İttifakı'nı kurmuş olan partilere yönelik kanaatleri sorgulanmıştır. Cumhur İttifakı'nın Ak Parti ile MHP seçmenlerinde kanaatleri olumlu yönde değiştirdiği görülmüştür. Ak Parti'ye oy vermiş seçmen MHP'nin CHP'den uzaklaşmasını, MHP seçmeni de Ak Parti'nin milliyetçi söyleme yaklaşımını kanaatlerindeki olumlu değişimin sebepleri olarak göstermiştir. CHP seçmeni ise Cumhur İttifakı'nı oluşturan her iki siyasal partiye yönelik olumsuz kanaatlerini korumuştur. Bu bakımda kurulmuş olan Cumhur İttifakı, CHP seçmeninin her iki siyasal partiye yönelik mevcut algısını değiştirmemiştir.

Beşinci ve son başlıkta ise Cumhuriyet İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısında medyanın belirleyici bir rol üstlenip üstlenmediğine bakılmıştır. Bu anlamda siyasal görüşleri fark etmeksizin katılımcıların büyük çoğunluğu ittifaka yönelik edindikleri bilgi ve görüşlerde medyanın aktardığı haber ve içeriklerin etkisi olduğunu belirtmiştir. Bu duruma paralel olarak yine katılımcıların çoğunluğu ittifaka yönelik algılarında medyanın belirleyici bir rol oynadığını ifade etmiştir. Katılımcıların değerlendirmelerinde özellikle medyanın seçim dönemlerinde halkın en önemli haber alma kaynağı olarak görüldüğü ortaya çıkmıştır.

Özellikle katılımcıların çıkarımları analiz edildiğinde sosyal medyanın Cumhuriyet İttifakı'na dair edinilen bilgi ve görüşlerde seçmenin algısını etkilediği görülmüştür. Bu duruma ilaveten televizyon ve gazetelerinde seçmenlerin Cumhuriyet İttifakı'na dair edindiği fikir ve tutumlar üzerinde belirleyici bir rol oynadığı görülmüştür. Aynı zamanda siyasal görüşleri fark etmeksizin katılımcıların büyük çoğunluğu, Cumhuriyet İttifakı'nın medyanın gündeminde seçim dönemi boyunca önemli bir yer teşkil ettiğine dair saptamaları olmuştur.

Medya başlığı altında Cumhuriyet İttifakı'nı kuran iki partinin seçim kampanyaları döneminde ittifakı yeterince ön plana çıkarıp çıkarmadığı da seçmenlerin anlatımları üzerinden incelenmiştir. Katılımcıların siyasal görüşleri çerçevesinde yorumlar farklılaşmaktadır. En dikkat çeken unsur Ak Parti ve MHP seçmeninin kampanya dönemlerinde birbirlerine karşı geliştirdikleri eleştirel tavır olmuştur. Ak Parti seçmeni MHP'yi seçim dönemi boyunca pasif kalmakla, medyada fazla ön plana çıkmamakla ve az sayıda miting yapmakla eleştirirken, MHP seçmeni ise Ak Parti'nin özellikle siyasal reklamlarla kendi partisini ve liderini öne çıkardığı, Cumhuriyet İttifakı'nı arka planda tuttuğunu ifade etmiştir. CHP seçmeni ise MHP'nin seçim atmosferi boyunca hem sahada hem de medyada fazla görünür olmadığını, Ak Parti'nin ise Cumhuriyet İttifakı'ndan ziyade hükümet olduğu dönemlerdeki uygulamalarını merkeze alan bir seçim kampanyası yürüttüğünü vurgulamıştır.

Katılımcıların Cumhuriyet İttifakı'nın medyadaki temsilini ve haberlerde yer alış biçimini gerçekçi ve tarafsız bulup bulmadıkları noktasında farklı siyasi parametreler devreye girmiştir. Katılımcılar kendi siyasal görüşleri çerçevesinde değerlendirmelerde bulunarak ittifaka yönelik haberlerin tarafsızlıktan uzak olduğunu belirtmiştir. Bu noktada Ak Parti ve MHP seçmeni özellikle sosyal medyaya eleştiri getirirken, CHP seçmeni medyanın tarafsızlığını iktidar partisine yakınlık ve mülkiyet ilişkileri çerçevesinde ele almıştır.

Cumhur İttifakı'na yönelik propaganda konusunda katılımcılar kendi siyasal görüşleri doğrultusunda farklı söylemler geliştirmiştir. Ak Parti ve MHP seçmeni propaganda faaliyetinin tüm siyasal partiler tarafından yapıldığını belirterek bu durumun sadece Cumhur İttifakı'na özgü olmadığını vurgulamıştır. CHP seçmeni ise, iktidara yakın sermayenin medyadaki tekelleşmesine atıfta bulunarak ittifakın abartılı bir propaganda faaliyeti yürüttüğüne dair değerlendirmelerde bulunmuştur.

Özetle Türkiye siyasetinde kritik bir eşik olarak görülen 2018 genel ve cumhurbaşkanlığı seçimleri öncesi Cumhur İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısı siyasal yaklaşımlarından bağımsız ele alınamaz. Bu çalışmada demokratik sistemlerde oy verme hakkına sahip olan ve siyasal süreçlere katılan seçmenin, ittifaka yönelik algısında medyanın belirleyici bir değişken olduğu görülmüştür. Nitekim çalışmanın kuramsal çerçevesinde ele alınan gündem belirleme, suskunluk sarmalı ve propaganda modelinin temel savlarıyla seçmenlerin çıkarımları arasında paralellik gözlemlenmiştir. Bu doğrultudaki seçmen değerlendirmeleri incelendiğinde, ittifakın medyanın gündeminde önemli bir yer teşkil ettiği, seçmenlerin kamuoyundaki egemen görüşü öğrenmek için medya organlarını takip ettiği görülmektedir. Keza Cumhur İttifakı'na yönelik medyanın yapmış olduğu haberlerin gerçekçiliği ve tarafsızlığı boyutunda, seçmen yorumları incelendiğinde propaganda modelinin haber süzgeçleri ön plana çıkmaktadır. Öyle ki, seçmenler medya mülkiyetindeki tekelleşmeye ve haber kaynaklarına dair eleştirel bir tavır takınmıştır.

Hülasa 24 Haziran 2018 Genel ve Cumhurbaşkanlığı Seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik seçmen algısını anlamlandırmayı amaçlayan bu çalışmada seçmenin ittifaka yönelik çıkarımları onların siyasal ideolojilerine göre farklı boyutlar içerse de medyanın algıyı inşa etme sürecinde seçmenleri etkilediği çalışmanın ortaya çıkan en önemli sonucudur.

KAYNAKÇA

- Ahmad, F. (2014). *Bir Kimlik Peşinde Türkiye*, çev. Sedat Cem Karadeli, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Akay, A. (2012). *Türkiye’de Siyasetin İletişim Profesyoneli Siyasal İletişim Danışmanı*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Akdoğan, Y. (2004). *Ak Parti ve Muhafazakâr Demokrasi*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Akgün, B. (2002). *Türkiye’de Seçmen Davranışı Partiler Sistemi ve Siyasal Güven*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Akgün, B. (2000). “Türkiye’de Seçmen Davranışı: Partizan Tutumlar, İdeoloji ve Ekonomik Faktörlerin Oy Vermeye Etkisi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:4, ss:75-92.
- Aksu, A. (2012). *Yeni Siyaset Paradigması*, Ankara: Orient Yayınları.
- Altındağ, N. (2016). “Türk Milliyetçiliğinin Siyasallaşması ve Batı/Batılılaşma Algısı”, *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:2, Sayı:2, ss:43-64.
- And, A. (2016). “Gündem Belirleme Teorisi Bağlamında 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Sonrası Koalisyon Görüşmelerinin Türk Basınında Sunumu”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, ss.280-302.
- Arıkan, E. B. (2008). *Türk Sağının Türk Sorunu: Milliyetçi Hareket Partisi*, İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Arklan, Ü. ve Karakoç, E. (2015). “Medyanın Genel ve Siyasal Gündeme İlişkin Bilgi Edinme Aracı Olarak Kullanımı: Görgül Bir Araştırma”, *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Sayı:33, ss:325-363.
- Arslan, A. (2004). “Medya-Politika İlişkisi Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt:1, Sayı:1, ss:1-8.
- Aşkın, M. (2007). “Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:10, Sayı:2, ss:213-220.

Atabek, N. (2002). "Kamuoyu, Medya ve Demokrasi", *Kurgu Dergisi*, Sayı:19, ss:223-238.

Atabek, N. (1998). "Gündem Belirleme Yaklaşımı", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:7, ss:155-174.

Avcı, K. ve Hülür, A. B. (2016). "Siyasal Seçim Vaatlerinin Seçmenin Oy Verme Kararına Etkisi: 2015 Kasım Seçimleri Bolu Örneği", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:9, Sayı:43, ss:1638-1651.

Aydın, K. ve Özbek, V. (2004). "Ailenin Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkileri", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:2, ss:144-167.

Aydın Kılıç, E. (2013). "Seçmen Tercihinde İmaj Faktörü: Siyasal Parti ve Aday İmajı Karşılaştırmasına Yönelik Bir Alan Araştırması", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı:36, ss:47-61.

Aydoğan Ünal, B. (2016). "Oy Verme Davranışı Modelleri", *Sosyal Bilimler Araştırmalar Dergisi*, Sayı:15, ss:95-119.

Aziz, A. (2017). *Siyasal İletişim*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Balcı, Ş., Damlapınar, Z., Pınarbaşı, T. E., Astam, F. K. (2016). "Siyasal Bilgilenmede Medyanın Rolü ve Etkinliği: Üniversite Öğrencileri Araştırması", *The Journal of Academic Social Science Studies*, Sayı:53, ss:111-126.

Balcı, Ş., Tarhan, A., Bal, A. (2013). *Medya ve Siyasal Katılım*, Konya: Literatürk Academia Yayınları.

Balcı, Ş. (2008). "Medya ve Siyaset İlişkilerinde Siyasal Reklam: Güncel Örnekler Üzerinden Bir Değerlendirme", ed. Zülfikar Damlapınar, *Medya ve Siyaset*, Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.

Başkan, B. (2011). "Krizdeki Merkez Sağ- Yeniden Konumlanma Problemi", *Liberal Düşünce Dergisi*, Yıl:16, Sayı:63, ss:153-168.

Bayraktar, Ö. (2015). "Lider, Teşkilat, Doktrin'in İflası: Ülkücü Harekette 1980 Sonrası Dönüşüm, Bölünme ve İç Çatışma", *Karamanoğlu Mehmet Bey Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Cilt:17, Sayı:28, ss:35-40.

- Belsey, A. ve Chadwick, R. (2014). "Medyada Kalitenin Bir Aracı Olarak Etik", ed. Süleyman İrvan, *Medya Kültür Siyaset*, Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Beren, F. (2013). "Seçmen Tercihine Etki Eden Faktörler ve Seçim Güvenliği: Şanlıurfa İli Örneği", *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt:8, Sayı:1, ss:191-214.
- Beriş, H. E. (2014). "30 Mart'a Doğru Milliyetçi Hareket Partisi". *SETA Yayınları*, Sayı:84,ss.5-29.
- Bostancı, N. (1998). *Siyaset, Medya ve Ötesi*, Ankara: Vadi Yayınları.
- Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*, İzmir: Asma Kitaplar.
- Biröl, Y. ve Akgün, Ş. (2005). "Demokratlıktan Muhafazakâr Demokratlığa: Demokrat Parti İle Adalet ve Kalkınma Partisinin Karşılaştırmalı Analizi". *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:9, ss.1-33.
- Bora, T. (2017). *Cereyanlar Türkiye'de Siyasi İdeolojiler*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bora, T. (2014). *Türk Sağının Üç Hali Milliyetçilik Muhafazakârlık İslamcılık*, İstanbul: Birikim Yayınları.
- Bora, T. ve Can, K. (2004). *Devlet ve Kuzgun 1990'lardan 2000'lere MHP*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bora, T. ve Can, K. (1999). *Devlet, Ocak, Dergâh*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Chomsky, N. (2016). *Medya Denetimi*, çev. Elif Baki, İstanbul: Everest Yayınları.
- Curran, J. (2014). "Medya ve Demokrasi Yeniden Değer Biçme", ed. Süleyman İrvan, *Medya Kültür Siyaset*, Ankara: Pharmakon Yayınları.
- Çaha, Ö. (2008). *Türkiye'de Seçmen Davranışı ve Siyasi Partiler*, Ankara: Orion Kitabevi.
- Çakır, H. ve Biçer, A. (2015). "Türkiye Yerel Seçimlerinde Seçmen Tercihlerini Etkileyen Kriterler: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Kayseri Örneği", *Erciyes İletişim Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, ss:98-112.
- Çakmak Kılıçaslan, E. (2013). *Siyasal İletişim İdeoloji ve Medya İlişkisi*, Ankara: Paradigma Kitabevi Yayınları.

Çankaya, E. (2015). *Siyasal İletişim Dünyada ve Türkiye’de*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Dalbay, R. S. (2018). ‘‘Kimlik ve Toplumsal Kimlik Kavramı’’, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:31, ss:161-176.

Dalbay, R. S. ve Avcı, N. (2018). ‘‘Kimlik İnşasına İlişkin Temel Yaklaşımlar ve Bu Yaklaşımların Türkiye’ye Yansımaları’’, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:23, Sayı:1, ss:17-39.

Damlapınar, Z. (2008). ‘‘Medya ve Siyasette Güvenilirlik: Medya Siyasetinin Toplumsal Algılanmasına Bağlı Faktörler’’, ed. Zülfikar Damlapınar, *Medya ve Siyaset*, Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.

Damlapınar, Z. ve Balcı, Ş. (2005). ‘‘Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen Etkenler: 28 Mart 2014 Yerel Seçimleri Alan Araştırması’’, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, ss:58-79.

Değer, K. (2018). ‘‘Siyasal Partilerin Seçmen Kitlelerini İkna Etmek Amacıyla Kullandıkları Negatif İletilerin Yeni Anayasa ve Başkanlık Sistemi Referandumu Örneği Üzerinden İncelenmesi’’, *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, Cilt:26, Sayı:2, ss:77-93.

Demir, V. (2007). *Medya Siyaset İlişkisi*, İstanbul: BETA Yayınları.

Doğanay, T. C. (2014). ‘‘Adalet ve Kalkınma Parti’sinin Muktedir İktidarı ve Sistem Meşrulaştırması’’, *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı:2, ss.65-72.

Doğanay, Ü. (2007). ‘‘AKP’nin Demokrasi Söylemi ve Muhafazakârlık: Muhafazakâr Demokrasiye Eleştirel Bir Bakış’’, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt:62, Sayı:1, ss.65-88.

Doğan, G. ve Göker, G. (2013). *Siyasal İletişim Araştırmaları*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Erler, Ö. (2007). “Yeni Muhafazakârlık, AKP ve Muhafazakâr Demokrat Kimliği”, *Stratejik Araştırmalar Dergisi*, Sayı:10, ss:126-132.

Eroğlu, A. H. ve Bayraktar, S. (2010). “Siyasal Pazarlama Uygulamalarının Seçmen Tercih Üzerindeki Etkileri-İzmir-İli Örneği-“, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:12, ss.187-207.

Göksu, V. (2013). “Siyasal Kimlikler ve Merkez-Çevre Dikotomisi Bağlamında Türkiye’de Merkez Sağ ve Merkez Sol”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt:8, Sayı:2, ss.69-93.

Gözübüyük Tamer, M. (2014). “Kimlik/Lerin Seyrine Bir Keşif”, *Folklor/Edebiyat*, Cilt:20, Sayı:77, ss:83-99.

Güdekli, A. (2016). “Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yazılı Basın İle Twitter Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:35, ss:151-163.

Güneş, A. (2014). “Gündem Belirleme Teorisi Bağlamında 30 Mart 2014 Yerel Seçimlerinin Basında Sunumu: AKP ve CHP Örneği”, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, Cilt:4, Sayı:2, ss.1-15.

Gül, M. ve Cengiz, G. (2016). “Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Azerbaycan ve Türkiye’de Siyasal Partilerin Sosyal Medya Kullanımları”, *The Journal of Academic Social Science Studies*, Sayı:50, ss:355-365.

Gürson, P. (2015). “1946’dan Günümüze Türk Siyasi Hayatında Medya ve Siyaset İlişkisi”, ed. Tolga Yazıcı, *1946’dan Günümüze Medya ve Siyaset*, İstanbul: Volga Yayıncılık.

Herman, E. S. ve Chomsky, N. (2017). *Rızanın İmalatı Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*, çev. Ender Abadoğlu, İstanbul: BGST Yayınları.

Işık, M. (2005).”Medya ve Demokrasi Paradoksu: Medya Yoluyla Demokrasinin Tehdit Edilmesi”, *Selçuk İletişim*, Cilt:3, Sayı:4, ss:114-121.

İrvan, S.(1997). “Suskunluk Sarmalı Kuramı ve Elisabeth Noelle-Neumann’ın Özgeçmişi”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:6, ss:421-450.

Kahraman, L. (2014). ‘‘Medya ve Siyasal İletişim: Demokratik Açıdan Bir İnceleme’’, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:4, Sayı:2, ss.38-61.

Kahraman, H. B. (2007). *Türk Sağı ve AKP*, İstanbul: Agorakitaplığı.

Kalender, A. (2005). *Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri*, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

Karaçor, S. ve Gözüm, P. (2012). ‘‘Türkiye’de Seçmen Tercihlerinin Oluşmasında Seçim Kampanyaları ve Siyasal Pazarlamanın Rolü Üzerine Bir Araştırma’’, i, *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı:24, ss.403-426.

Karaduman, S. (2010). ‘‘Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü’’, *Journal of Yasar University*, Cilt:17, Sayı:5, ss:2886-2899.

Karakaş, M. (2013). ‘‘Türkiye’nin Kimlikler Siyaseti ve Sosyolojisi’’, *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt:8, Sayı:2, ss:1-44.

Kapani, M. (2007). *Politika Bilimine Giriş*, İstanbul: Bilgi Yayınevi.

Kocabıyık, H. (2011). ‘‘12 Eylül’den 12 Haziran’a Siyasal Partiler Milliyetçi Hareket Partisi’’, *SETA Yayınları*, Sayı:39, ss.3-13.

Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar*, çev. Ali Toprak, İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

McQuail, D. ve Windahl, S. (2010). *İletişim Modelleri-Kitle İletişim Çalışmalarında-*, çev. Konca Yumlu, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Melek, G. (2017). ‘‘Medya Arası Gündem Belirleme Kuramı Araştırmalarında Bir Yöntem Uygulaması: Hürriyet Online ve Twitter Örneği’’, *Ankara Üniversitesi İlefl Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, ss.123-148.

Meyer, T. (2014). *Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir*, çev. Ahmet Fethi, İstanbul: Köprü Kitapları.

Miş, N. ve Aslan, A. (2018). *Ak Parti’nin 15 Yılı Siyaseti*, İstanbul: SETA Kitapları 30.

Mora, N. (2011). *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Mora, N. (2008). ‘‘Medya, Toplum ve Haber Kaynağı Olarak Sembolik Seçkinler’’, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt:5, Sayı:1, ss.1-25.

Mutlu, E. (2004). *İletişim Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Nebati, N. (2014). *Milli Görüşten Muhafazakâr Demokrasiye*, İstanbul: Alfa Yayınları.

Negiz, N. ve Akyıldız, F. (2012). ‘‘Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi Üzerinde Aday İmajının Etkisi: Uşak Örneği’’, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:15, ss:171-199.

Ölçekler, H. (2018). ‘‘Siyasal İletişim Bağlamında Milliyetçi Hareket Partisi’nin İnşası ve Alparslan Türkeş’in İletişim Stratejisi’’, *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, Cilt:3, Sayı:1, ss:261-276.

Örmeci, O. (2008). *İttihat ve Terakki’den AKP’ye Türk Siyasal Tarihi*, İstanbul: Güncel Yayıncılık.

Özer, İ. ve Meder, M. (2008). *Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı*, İstanbul: Ege Yayınları.

Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Özdemir, E. (2010). ‘‘Kimlik Kavramı ve Teorik Yaklaşımlar’’, *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, Cilt:8, Sayı:32, ss:9-29.

Özgül, B. (2017). ‘‘Medyanın Siyasi Liderlik Beklentilerine Etkisi’’, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt:5, Sayı:1, ss.202-229.

Özkan, A. (2014). *Siyasal İletişim Partiler, Seçimler, Stratejiler*, İstanbul: Nesil Yayınları.

Özsoy, O. (2002). *Türkiye’de Seçmen Davranışları ve Etkin Propaganda*, İstanbul: Alfa Yayınları.

Sen, A. (2006). *Kimlik ve Şiddet Kader Yanılsaması*, çev. Ahmet Kardam, İstanbul: Türk Henkel Yayınları.

Sun İpekşen, S. (2012). 2011 Genel Seçimlerinde Siyasal İletişim Faaliyetleri: AKP, CHP, MHP Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*, İzmir.

Sönmez, M. (2013). *Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı*, İstanbul: Yordam Kitap.

Şimşek, S. (2009). ‘‘Medya-Siyaset-İktidar Üçgeninde Medya Gerçeği’’, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Cilt:6, Sayı:1, ss.124-143.

Tan, A. ve Baydaş, A. (2017). ‘‘Seçmen Özelliklerinin Oy verme Davranışı Üzerindeki Etkileri’’, *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:13, ss:592-622.

Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2004). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*, İstanbul: Derin Yayınları.

Temizel, M. (2012). Türkiye’de Seçmen Davranışlarında Sosyo-Psikolojik, Kültürel ve Dinsel Faktörlerin Rolü: Kuramsal ve Ampirik Bir Çalışma *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi*, Konya.

Terkan, B. (2007). ‘‘Basın ve Siyaset İlişkisinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi’’, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:17, ss:561-584.

Teyyare, E. ve Avcı, M. (2016). ‘‘Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışları:2014 Yerel Seçimleri ve Zonguldak İli Örneği’’, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Yıl:4, Cilt:4, Sayı:1, ss:51-76.

Tokat, A. (2009). 2007 Genel Seçimlerinde Adalet ve Kalkınma Partisi’nin Siyasal İletişim Faaliyetleri ve Mesaj Stratejileri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*, Konya.

Tokgöz, O. (2015). *İletişim Kuramlarına Anlam Vermek Başlangıcından Günümüze Anglo-Amerikan İletişim Kuramı*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Tokgöz, O. (2010). *Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Turam, E. (1994). *Medyanın Siyasi Hayata Etkileri*, İstanbul: İrfan Yayınları.

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

- Uzgel, İ. (2009). ‘‘AKP: Neo liberal Dönüşümün Yeni Aktörü’’. *AKP Kitabı Bir Dönüşümün Bilançosu*, der. İlhan Uzgel ve Bülent Duru, Ankara: Phoenix Yayınları.
- Uztuğ, F. (2004). *Siyasal İletişim Yönetimi Siyasette Marka Yaratmak*, İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Uzun, R. (2014). ‘‘Medya-Siyaset İlişkileri: Türkiye’de Savunucu Gazetecilik Olgusunun İncelenmesi’’, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı:39, ss:129-147.
- Yaşlı, F. (2014). ‘‘1980 Öncesi Ülkücü Hareketin İslamileşmesinde Seyit Ahmet Arvasi Etkisi ve Türk-İslam Ülküsü’’, *Memleket Siyaset Yönetim Dergisi*, Cilt:9, Sayı:22, ss:377-399.
- Yaylagül, L. (2014). *Kitle İletişim Kuramlarında Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yıldırım, M. (2014). ‘‘Parti Aday Tercihlerinin Seçmen Davranışına Etkisi 2009 Yerel Seçimleri Uşak İli Örneği’’, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:17, ss:15-38.
- Yıldız, S. (2007). ‘‘Kimlik ve Ulusal Kimlik Kavramlarının Toplumsal Niteliği’’, *Milli Folklor Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, Yıl:19, Sayı:74,ss:9-16.
- Yıldız, A. (2004). ‘‘Ak Parti’nin Yeni Muhafazakâr Demokrattığı; Türkiye Siyasetinde Adlandırma Problemi’’, *Liberal Düşünce Dergisi*, Sayı:34, ss.5-12.
- Yılmaz, M. (2013). ‘‘Medya ve Siyaset İlişkilerinin Kamuoyu Üzerindeki Etkileri: KKTC Örneği’’, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt:2, Sayı:2, ss:230-252.
- Yüksel, E. (2007). ‘‘Kamuoyu Oluşturma ve Gündem Belirleme Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?’’, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:7, Sayı:1, ss:571-586.
- Yüksel, E. (2001). *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Zeybek, B. (2016). *Siyasal Reklam İkna ve Retorik*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Zürcher, E. J. (2012). *Modernleşen Türkiye’nin Tarihi*, çev. Yasemin Saner, İstanbul: İletişim Yayınları.

İnternet Kaynakları

Akdağ, M. (2014). “Medya ve Siyaset Üzerine”, http://mediaware.erciyes.edu.tr/tr/medya_ve_siyaset_uzerine.pdf, (24.11.2018).

Ak Parti, (2002). “Kalkınma ve Demokratikleşme Programı”, https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/e_yayin.eser_bilgi_q?ptip=SIYASI%20PARTI%20YAYINLARI&pdemirbas=200205071, (25.11.2018).

BBC Türkçe, Seçim 2018: 24 Haziran Seçim Sözlüğü, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-44336512>, (12.06.2018).

Evrensel, Cumhuriyet İttifakı Protokolünün Tam Metni Açıklandı, <https://www.evrensel.net/haber/351716/cumhuriyet-ittifaki-protokolunun-tam-metni-aciklandi>, (05.05.2018).

Milliyet, Cumhuriyet İttifakı Protokolü'nün Tam Metni, <http://www.milliyet.com.tr/cumhuriyet-ittifaki-protokolu-nun-siyaset-2662293/>, (04.05.2018).

Milliyetçi Hareket Partisi, (2000). “Parti Programı”, https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/e_yayin.liste_q?ptip=SIYASI%20PARTI%20YAYINLARI, (25.11.2018).

Milliyetçi Hareket Partisi, (1977). “Türk Milleti Uyan Seçim Beyannamesi”, https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/e_yayin.eser_bilgi_q?ptip=SIYASI%20PARTI%20YAYINLARI&pdemirbas=197904005, (26.11.2018).

Sözcü, Millet İttifakı Resmen Kuruldu, <https://www.sozcu.com.tr/2018/gundem/millet-ittifaki-resmen-kuruldu-iste-detaylar-2389681/>, (05.05.2018).

Vatan, İşte Cumhuriyet İttifakı Protokolü, <http://www.gazetevatan.com/iste-cumhuriyet-ittifaki-protokolu--1163412-siyaset/>, (04.05.2018).

EKLER

Ek: 1 Cumhuriyet İttifakı Derinlemesine Mülakat Soru Formu

1. Kendinizi Türkiye siyasal hayatı bağlamında değerlendirdiğinizde siyasi yelpazenin neresinde görüyorsunuz?
2. 2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı hakkında ne düşünüyorsunuz?
3. Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'nı ortaya çıkaran siyasi ve ekonomik gelişmeler sizce nedir?
4. Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'nın Türkiye'deki milliyetçi muhafazakâr seçmeni temsil edebileceğini düşünüyor musunuz?
5. 2018 genel seçimlerinde Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'nın seçmen beklentilerini tatmin edebileceğini düşünüyor musunuz?
6. Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'nın kamuoyunda önemli bir yer tutan yerli ve milli söylemleriyle ilişkilendiriyor musunuz?
7. Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'nın Türkiye siyasal hayatında sağ seçmeni konsolide edeceğini düşünüyor musunuz?
8. Sizce Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı hangi ortak paydaları kendi içinde barındırıyor?
9. Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'nın Türkiye siyasal hayatında toplumsal düzeyde bir cepheleşme yaratacağını düşünüyor musunuz?
10. Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'yla geçmiş dönemlerde oluşturulmuş olan milliyetçi cephe hükümetleri arasında bir benzerlik olduğunu düşünüyor musunuz?
11. 2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'nın kurulmasında lider özelliklerinin etkili olduğunu düşünüyor musunuz?
12. Ak Parti-MHP Cumhuriyet İttifakı'nın kurulmasında sizce araçsal pragmatik bir mantık mı yoksa vatandaş-devlet menfaati mi etkili olmuştur?
13. Cumhuriyet İttifakı'yla mevcut sistemdeki seçim barajı arasında bir bağlantı görüyor musunuz?
14. Cumhuriyet İttifakı'yla koalisyonlar arasında bir ayrım olduğunu düşünüyor musunuz?

15. 2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı Türkiye'deki Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'yle birlikte ele alındığında bu ittifak sizce bir tercih mi yoksa zorunluluk mudur?
16. Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın Türkiye'deki diğer siyasal partileri de ittifaka zorlayacağı öngörüsüne katılıyor musunuz?
17. Cumhur İttifakı'nın Türkiye'deki politik düzlemde bir değişiklik yaratacağına inanıyor musunuz?
18. Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın her iki siyasal partinin tüzel kişiliğinde olumsuz bir etkisi olabileceğini düşünüyor musunuz?
19. Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'nda her iki siyasal partinin kendi özgül ağırlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?
20. Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı her iki siyasal partiye yönelik daha önceki kanaatlerinizde olumlu ya da olumsuz bir değişim yarattı mı?
21. Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik edindiğiniz bilgi ve görüşlerde medyanın etkisi nedir?
22. Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik algınızda medyanın belirleyici bir rol oynadığını düşünüyor musunuz?
23. Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'na dair edindiğiniz bilgi ve görüşlerde hangi kitle iletişim aracı ön plana çıkmaktadır?
24. Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın medyadaki temsilini ve haberlerde yer alış biçimini gerçekçi ve tarafsız buluyor musunuz?
25. Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik fikir, tutum ve algınızda sosyal medyanın etkisi sizce nedir?
26. 2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın medyanın gündeminde önemli bir yer teşkil ettiğini düşünüyor musunuz?
27. Ak Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik medyada güçlü bir propaganda faaliyeti yürütüldüğünü düşünüyor musunuz?
28. 2018 genel seçimleri öncesi Ak Parti ve Milliyetçi Hareket Partisi'nin seçim kampanyalarında Cumhur İttifakı'nın yeterince yansıtıldığını düşünüyor musunuz?
29. Ak Parti ve MHP'nin seçim süreci boyunca Cumhur İttifakı'nı vatandaşa anlatma boyutunda medyayı yeterince etkin kullandığını düşünüyor musunuz?