

**GLOBALLEŞEN DÜNYADA BİR SİYASAL İKNA UNSURU OLARAK VAATLER**  
**(3 Kasım 2002 Türkiye Milletvekili Genel Seçimleri ile**  
**2 Kasım 2004 ABD Başkanlık Seçimleri Karşılaştırmalı Örneğiyle)**

Basri Barut\* - C. Sinan Altundağ\*\*

**ÖZET**

*Siyasal ikna, demokratik toplumlarda siyasal iletişim alanının başlıca unsurlarından biridir. Bu süreçte, seçmen profiline ve gündemdeki sorunlara uygun siyasal mesajlar ve uygulanabilir vaatler üretmek, siyasi partilerin seçimleri kazanma şanslarını arttıran bir eylem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, ikna kavramı ve siyasal ikna üzerinde durulduktan sonra, 3 Kasım 2002 Türkiye Milletvekili Genel Seçimleri öncesi, CHP-AKP ile 2 Kasım 2004 ABD Başkanlık Seçimleri öncesi, Demokrat ve Cumhuriyetçi Partilerin seçim vaatleri (içerik çözümlemesi yöntemiyle) incelenmiş, bu vaatlerin gündem sorunlarıyla olan paralellikleri / zıtlıkları araştırılmış ve vaatlerin gündem sorunlarına uygun bir şekilde yapılandırıldığı sonucuna varılmıştır.*

*Anahtar sözcükler: Siyasal ikna, vaatler, siyasal kampanyalar, seçim gündemleri.*

**PROMISES AS A POLITICAL FACTOR OF PERSUASION IN GLOBALIZED WORLD**  
**(A Comparative Study on the Presidential Elections in 2 November 2004 in the USA**  
**and on the General Elections for the Grand National Assembly in Turkey)**

**ABSTRACT**

*Political persuasion is one of the important elements of political communication in the democratic society. In this persuasive process, it takes an important role that political parties have to produce political promises which are collateral with the agenda and the type of electors and can be easily applied. In this study, political promises given by AKP and CHP just before the general elections in 3<sup>rd</sup> November in 2002 in Turkey and given by Democrat and Republican Parties just before the Presidential Election in 2<sup>nd</sup> November 2004 in USA are examined (with the method of content analysis) in order to find out if the given promises are in parallel / contrast with the main problems. Our research finds that given promises are generally structured in parallel with the political agenda.*

*Keywords: Political persuasion, political promises, political campaigns, electoral agenda.*

**GİRİŞ**

Siyasal ikna, demokratik toplumlarda siyasal iletişimin başlıca unsurlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Siyasal iletişim faaliyetlerinin temel olarak, belirli bir kitleyi, zor kullanmaksızın manipüle etmek, oy verme davranışları üzerinde etkili olmak amacıyla yürütülen bir süreci kapsadığı bilinen bir gerçektir ve bu süreçte partilerin bazı kamuoyu araştırmaları ile gündemdeki sorunları saptadığı, seçmen profiline çıkarttığı da bilinmektedir. Siyasal ikna sürecinin, özenle yapılan bu araştırmalar etrafında şekillendiği söylenebilir. Böylece, iktidara gelmek isteyen siyasi

parti, seçmenini, hem demografik hem de sosyopsikolojik anlamda tanımakta, onun hangi konularda tedirgin olduğunu, siyasal seçkinlerden ne tip arzu ve beklentileri olduğunu, partinin veya partiyi temsil eden lider veya yerel adayların beğenilen veya beğenilmeyen yönlerinin neler olduğunu bilmekte ve kampanya eksenini buna göre kurmaktadır. Bu çalışmadaki temel savımız, gündem sorunlarıyla paralellik gösteren kampanya vaatlerinin, partilerin lehine olduğu ve onları iktidara taşımada önemli bir etkiye sahip olduğudur.

Bu bağlamda, öncelikle ikna ve siyasal ikna kavramları açıklandıktan sonra, siyasal iknayı sağ-

\* Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi

\*\* Arş. Gör., Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi

lamada önemli olan unsurlar vurgulanacak ve ardından siyasal ikna unsuru olarak vaatlerin öneminden bahsedilecektir. İnceleme kısmında ise 3 Kasım 2003 tarihinde ülkemizde gerçekleşen milletvekili genel seçimlerinde, şu anda mecliste bulunan iki partinin (AKP ve CHP) vaatleri incelenecektir. Ardından, aynı inceleme, 2 Kasım 2004 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleşen Başkanlık Seçimi ekseninde, Demokrat ve Cumhuriyetçi Ulusal Komiteler üzerinde de yapılacaktır. Bu vaatler incelenirken, seçim döneminde, her iki ülke için de gündemdeki temel sorunların saptanması yapılarak; vaatlerin bu sorunlarla gösterdiği paralellikler ve zıtlıklar gözönünde bulundurulacaktır. Çalışma, elde edilen bulguların değerlendirilmesiyle sona erecektir.

## 1. İKNA KAVRAMI

İkna, genel olarak, hedef kitlede tutum değiştirmek üzere yapılan ve şiddete dayalı olmayan faaliyetler olarak tanımlanabilir. Kelime anlamı olarak da "inandırma, kandırma" anlamına gelen ikna kavramının, her ne kadar olumsuz anlamlar barındırsa da, günlük hayatın pratiklerinde ve özellikle siyasal iletişim sürecinde, oldukça önemli bir yeri olduğu yadsınamamaktadır. Siyasi partiler, gerek ideolojilerini benimsetmek, gerekse seçimlerde rakiplerini bertaraf edebilmek için; kısacası iktidara sahip olabilmek için siyasal iknayı kullanmak durumundadır. Bu şekilde, zor kullanmaksızın, rıza sağlanarak, halkın, demokratik katılım koşullarında, iradelerini manipüle etmek mümkün olmaktadır.

İknayı oluşturan anahtar kavramlar şu şekilde karşımıza çıkmaktadır (Miller ve Burgoon 1973: 34).

“ a) Bilinçli bir niyet ya da girişim, b) bireyi harekete geçirme ya da motivasyon, c) bireyin hareketinin yönünü tayin etme ya da manipülasyon, d) davranışı değiştirme, biçimlendirme ya da etkileme ve tüm bunları gerçekleştirilebilecek e) mesajları nakletme.”

Bu kavramlardan yola çıkacak olursak, temel olarak, ikna sürecinde, iknayı sağlamaya çalışan

kişi ya da kurumun her şeyden önce bireyin ya da toplumun öncelikli beklentilerini keşfetmesi ve ardından bu beklentiler doğrultusunda, bireyin ya da toplumun tutumlarında değişikliği sağlayabilecek ikna unsurlarını kullanması gerekmektedir.

İkna konusu, sosyal psikolojide olduğu kadar, siyasal iletişim alanında da önemli bir yer tutmaktadır ve siyasal ikna adıyla karşımıza çıkmaktadır.

## 2. SİYASAL İKNA VE PROPAGANDA

Günümüz demokrasi toplumlarında, gerek bireylerin, gerekse kamuoyunun yönlendirilmesi, şiddete başvurulmaksızın çeşitli ikna yöntemleri kullanılarak, gerçekleştirilmektedir. İkna sürecindeki temel hedefin, bireyin tutum ve davranışlarını değiştirmek, manipüle etmek olduğundan bahsetmiştik. Siyasal iknada ise temel hedef, oy potansiyeline sahip seçmenlerin oy verme davranışları üzerinde etki bırakmak ve oylarını yönlendirmektir. Böylece, ikna sürecini en iyi değerlendiren siyasi parti de, hiç şüphesiz, iktidara gelme şansına, diğerlerine göre daha fazla sahip olacaktır. Bu ikna sürecinde, kullanılan en önemli aracı, propaganda olduğunu söylemek mümkündür.

Propaganda, çeşitli kaynaklarda “bir kanaat veya aksiyonda, yardım veya dayanak kazanmak için harcanan sistematik bir çaba” (Özsoy 1998: 6), “bir takım güçlerin, ferdi veya kitlenin psikolojisi üzerinde karanlık maksatlarla, bazı menfaatler elde etmek için yaptığı çalışmalar” (Brown 1994: 9), “toplumun görüş ve davranışını, kişilerin belirli bir görüşü, belirli bir davranışını benimsemelerini sağlayacak biçimde etkileme girişi” (Domenach 1995: 17) ve özet bir biçimde “örgütlü inandırma” (Travase 1998: 16) şeklinde tanımlamalarla karşımıza çıkmaktadır. Olumlu ve olumsuz özellikler atfedilen bu tanımlarda karşılaşılan ortak eksenin, propaganda faaliyetlerinin bir görüşü, bir kanaati, bilinçli ve sistematik bir biçimde benimsetmek olduğu görülmektedir.

Siyasi partiler, kitlelerin oy verme davranışlarını kendi partileri lehinde yönlendirmeye çabalarken (Türkiye’de genellikle seçimlerin hemen önce-

sinde fakat Amerika ve Avrupa’da sürekli olarak çeşitli kampanya ve propaganda yöntemlerini etkili bir biçimde kullanmaktadırlar.

Propaganda ve siyasal ikna, birbirini bütünleyen iki önemli kavramdır. Hiç şüphesiz, siyasal ikna amaçken, propaganda ve siyasal kampanyalar bu amacı gerçekleştirme yolunda kullanılan aracı ifade etmektedir. Dolayısıyla, siyasal kampanyaların etkili ve başarılı olması, amacı gerçekleştirmede çok büyük bir öneme sahiptir. Siyasal kampanyaların başarılı olabilmesi için gerekli unsurlar ise şöyle sıralanabilmektedir: “toplumların dikkatini çekebilmek, toplumların güvenini kazanabilmek, toplumların umut ve beklentileriyle ilgili alternatif sunabilmek, bu yollarla toplumları harekete geçmeye hazır hale getirmek” (Özsoy 2002: 186). Bu unsurlardan hareketle, seçim kampanyalarında öncelikli yapılması gerekenlerin, hedef kitlenin analizinin yapılması, böylece toplumun umut ve beklentilerinin, hoşnut olmadığı durumların saptanması, ardından kitlenin bu ihtiyaçlarına cevap verecek çözüm yolları arayışına girilmesi ve bunların duyurulması olduğu söylenebilir. İşte bu noktada vaat unsuru karşımıza çıkmaktadır.

### 3. BİR SİYASAL İKNA UNSURU OLARAK VAATLER

Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğü’nde “bir işi yerine getirmek için verilen söz” olarak tanımlanan vaat sözcüğü, Arapça’dan dilimize girmiştir. Siyasal iletişimde de karşımıza çıkan vaat kavramı, beklentileri hedef kitle analizleriyle saptanmış olan seçmenin, oy verme davranışını, kampanyayı yürüten parti lehinde yönlendirmek için önemli bir unsur olarak göze çarpmaktadır. Kalender’e göre (2000: 158-172), siyasal kampanyalarda karar süreçlerinde dört unsur bulunmaktadır: “Siyasal partiyle ilgili faktörler, adayla ilgili faktörler, seçmenle ilgili faktörler, gündem faktörü.” Bu faktörler arasında vaatler, kampanyaların aday ekseninde yer almaktadır (Uztuğ 2004: 237) ve “seçimlerin ağırlıklı noktasını partilerin seçmenlere yönelik vaatleri oluşturmaktadır.” (Özsoy 2002: 202).

Kampanyalarda verilen siyasal vaatlerin, geçerli ve etkileyici olabilmesi için bir takım koşullar ortaya çıkmaktadır. Uztuğ’a göre (2004: 237-238) bunlar:

- Vaatlerin hedef kitlesi önemlidir ve hem bireye hem de kitleye seslenebilmelidir.
- Vaatlerin nasıl gerçekleştirileceği açıklanmalıdır.
- Vaatler, adaya rahatsızlık verecek biçimde geri dönmeyecek nitelikte olmalıdır ve gerek seçmenlerin gerekse rakip siyasal partilerin bu vaatleri karşı söylem üretirken kullanabileceği akılda tutulmalıdır.
- Aday ekseni oluşturulurken, sadece siyasal koşullar ve talepler değil, adayın uzun dönemli siyasal kariyeri de göz önünde bulundurulmalıdır.

Geçmişteki seçimlerde, Tansu Çiller’in iki anahar, Demirel’in beşyüz gün vaatlerinin, söz konusu partiler iktidara geldikten sonra rakip partiler tarafından sürekli olarak takip edilmesi ve karşı propaganda malzemesi olarak kullanılmış olması, Uztuğ’u haklı çıkarmaktadır. Dolayısıyla vaatler, toplumsal belleğin zayıf olduğu inancıyla değil, seçmenlerin ve diğer partilerin vaatlerin takipçisi olduğu düşünülerek belirlenmelidir.

Vaatlerle ilgili olarak söylenmesi gereken bir başka konu da, vaatlerin gündemdeki sorunlarla örtüşmesi gerektiğidir. Kalender’in araştırması (2000: 172,217), seçmen tiplerinin, gündem sorunlarını, değişik oranlarda önemli gördüğünü ve gündem konularını ortaya koyan adayların başarılı olma ihtimallerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Anık’a göre (2000: 178), “seçmenin oy verme davranışını etkileyen konjonktürel faktörler, belirli bir zamanda ve mekanda, bireyde gerginlik yaratmaktadır. (...) bu faktörler bireydeki yoksunluk halinin göstergeleri olarak kabul edilebilir.” Bu saptamadan hareketle vaatlerin, seçmenlerin o dönemdeki rahatsızlıklarının ve yoksunluklarının değerlendirilerek belirlenmesi gerekmektedir.

#### **4. 2002 TÜRKİYE MİLLETVEKİLİ GENEL SEÇİMLERİ VE 2004 A.B.D. BAŞKANLIK SEÇİMLERİNİN SEÇİM VAATLERİ EKSENİNDE İNCELENMESİ**

Makalenin bu bölümünde, buraya kadar belirtilmiş olan çerçeve içerisinde, Türkiye’de yapılmış olan son genel seçimler ve Amerika Birleşik Devletleri’nde yapılmış olan son başkanlık seçimleri, her iki ülkenin de seçim dönemindeki konjonktürel durumları göz önünde bulundurulurak, kampanya vaatleri ekseninde incelenecektir.

##### **4.1. 3 Kasım 2002 Türkiye Milletvekili Genel Seçimi**

###### **4.1.1. 3 Kasım 2002 Seçimleri Öncesinde Türkiye’nin Genel Durumu**

3 Kasım seçimleri öncesinde, Türkiye’nin, siyasi ve ekonomik açıdan, oldukça çalkantılı bir dönem geçirdiğini söylemek mümkün görünmektedir. Yaşanan ciddi bir ekonomik kriz sonrası, Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanlığı’na getirilen Kemal Derviş, bir takım istikrar programlarını uygulamaya sokmuştur. Fakat, programın, siyasi istikrarsızlık nedeniyle, fazla etkili olamadığı görülmektedir. Kemal Derviş’in CHP ile yakınlaşması, koalisyon üyesi partiler arasındaki görüş ayrılıkları ve Ecevit’in rahatsızlığı, siyasi bir güven bunalımı yaratmış ve makro ekonomik dengelerde olumsuz gelişmeler yaşanmıştır. Toplumda, bütün bu gelişmelere paralel olarak, enflasyonun düşmesine yönelik beklentiler azalmış ve umutsuzluk artmıştır.

Dünyada ise 11 Eylül saldırıları ve değişen “yeni dünya düzeni” konuşulmaktadır. ABD’nin bu saldırılar karşısında takındığı tavrın, oldukça sert olduğu bilinmektedir (bu konu, ABD seçimlerini incelerken ayrıntılı olarak ele alınacaktır). Türkiye’nin hemen yanı başında savaş tehlikesi belirdiği ve muhtemel bir asker veya üs talebi olacağı o dönem için öngörülmektedir. Kısacası, hem içeride hem de dışarıda, istikrarsız bir durum söz konusudur.

Bütün bu gelişmeler ışığında, 3 Kasım erken genel seçimleri yapılmış ve halk, daha önce yönetimde olan partileri adeta cezalandırmış ve bir

önceki seçimlerde yüksek oy yüzdeleriyle meclise giren partilerin tamamı, oldukça düşük oylarla barajın altında kalmıştır. Bu anlamda, çalışmamız açısından, 3 Kasım seçimleri oldukça isabetlidir. Çünkü, siyasi partilere duyulan güvenin azalması sonucu, kararsız seçmen sayısının da arttığı, dolayısıyla, siyasal ikna yöntemleri ile seçmenin oy verme davranışı üzerinde bir takım etkiler sağlamanın daha mümkün hale geldiğini söylemek mümkün görünmektedir. Zira siyasal kampanyaların temelde hedef kitlesinin partizan kesimler değil, kararsız seçmenler olduğu bilinmektedir. Diğer siyasi partilere tepki duyan ve umutsuzluğa kapılan seçmenler, 3 Kasım’da, AKP ve CHP’nin meclise girmesini sağlarken, diğer partileri barajın altında, dolayısıyla meclisin de dışında bırakmışlardır. Seçim sonucunu AKP açısından analiz ettiğimizde, “bazıları bunu, ezilmiş ve dışlanmış sessiz çoğunluğun 1990’lı yıllarda yoğunlaşan ekonomik ve siyasi krizlere yönelik besledikleri derin öfkenin sandıkta patlaması; bazıları, küreselleşme sürecinin türdeşleştirme baskısı altında kimlik krizi yaşayan siyasal partilerin oy kaybetmesi; bazıları, Refah Partisi’nin başaramadığı muhafazakar “çevre”nin modernleşme ve statü beklentilerinin gerçekleşmesi; bazıları, yolsuzluk ve rüşvet iddiaları nedeniyle inandırıcılığını ve güvenilirliğini yitiren mevcut siyasal liderlerin seçmen eliyle tasfiyesi ve nihayet bazıları da, Tayip Erdoğan’ın sahip olduğu karizmatik liderliği ve halkla kurduğu duygudaşlık ilişkilerinin başarısı şeklinde yorumlamışlardır (Gökçe ve ark, 2002: 36). Seçim sonuçlarını CHP açısından analiz ettiğimizde ise, “ikinci parti olması nedeniyle başarılı gibi görünse de; esasen arka arkaya yaşanan iki ekonomik krizin sonunda yaygınlaşan yoksulluk ve toplumda yaşanan marjinalleşmenin sosyal demokrat partilerin seçimlerde başarılı olması için oldukça verimli bir sosyal ve siyasal zemin oluşturduğu göz önüne alındığında, yüzde 19’luk oy oranının beklentinin çok altında kaldığı söylenebilir. Eldeki verilere (1) göre seçmenlerin CHP’ye oy vermedeki en önemli motifleri ideolojiktir. Sol sağ ideolojik kutuplaşmasında kendini solcu görenlerin sol bloğun büyük partisi olması nedeniyle CHP’yi destekledikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca laiklik, Atatürkçülük, Avrupalılık ve insan hak ve özgürlükleri gibi değerleri önemseyen, ya da bunları

kimliğinin ve yaşamının bir parçası haline getiren kesimlerin CHP'yi tercih ettikleri görülmektedir” (Gökçe ve ark, 2002: 37). Seçimde, barajı aşamayan, mecliste temsil şansı bulamayan partilerin durumuna gelince, “ seçimden mağlup çıkanların kaybetme nedenleri arasında vaatlerini yerine getirmemeleri, partinin temel ilkelerinden vazgeçmeleri, liderlerinin başarısız bulunması ve partinin halktan kopması en başta gelen nedenler arasında sıralanmaktadır (1). Seçmenler; hem parti politikalarını ve liderlerin performansını yetersiz bulmakta, hem de partilerin temel ilkeleri üzerinde yükselen parti kimliklerinin terk edilmesine tepki duymaktadırlar (Gökçe ve ark, 2002: 38). Tablo-1’de 3 Kasım 2002 Türkiye Milletvekili Genel Seçim sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 1. Oyların Partilere Göre Dağılımı ve Milletvekili Sayıları (2)

Siyasi Parti Adı	Oy Oranı	Toplam Oy	Milletvekili Sayısı
AKP	34.43	10.848.704	365
CHP	19.41	6.114.843	177
DYP	9.54	3.004.949	
MHP	8.35	2.629.808	
GP	7.25	2.284.644	
DEHAP	6.14	1.933.680	
ANAP	5.11	1.610.207	
SP	2.49	784.087	
DSP	1.22	383.609	
YTP	1.15	363.671	
BBP	1.02	321.486	
Bağımsızlar	0.96	302.801	8

Tablo 2. AKP ve CHP vaatlerinin dağılımı

Parti	Siyasi Vaatler	%	Güvenlik	%	Sos. Politik Vaatler	%	Ekonomik Vaatler	%	Dış Politika	%	TOPLAM	%
AKP	67	15	8	1.8	139	31,1	204	45,8	28	6,3	446	100
CHP	36	9,4	1	0,2	154	40,2	168	43,9	24	6,3	383	100

Görüldüğü üzere, seçimde sadece AKP ve CHP meclise girebilmiştir. AKP, oyların % 34.43’ünü alarak tek başına iktidar olurken, CHP’nin % 19.41’ini alarak muhalefette kaldığı görülmektedir. Kalender’e göre (2000: 231), “Türk seçmen tiplerinin, gündem konularına dikkat ettikleri ve karar süreçlerinde, (bu gündem konularını) önemli gördükleri anlaşılmaktadır. Özellikle (...) ülkemizde, iyi bir gündem konusu veya konularıyla ortaya çıkılması, seçmenleri etkileyebilecektir.” İki partinin almış olduğu oylar, bu partilerin, gündem konularında önemli vaatlerde bulunduğunu gösterir gibi görünmektedir.

Araştırmanın kapsamını sınırlandırabilmek adına, vaatler beş temel kategoride sınıflandırılmıştır:

- 1.Siyasi Vaatler (Yolsuzluk, yönetim anlayışı, bürokrasi vb.)
- 2.Ekonomik Vaatler (Enflasyon, vergi sistemi, özelleştirme, enerji, tarım-hayvancılık vb.)
- 3.Sosyal Politik Vaatler (Sosyal güvenlik, sağlık, aile, engelliler, azınlıklar, kültür, çevre sorunları vb.)
- 4.Güvenliğe İlişkin Vaatler (İç ve dış güvenliğe yönelik vaatler)
- 5.Dış Politika Vaatleri

#### 4.1.2. 3 Kasım Seçimleri Öncesi AKP ve CHP Kampanya Vaatleri

İçerik çözümlemesi yöntemiyle, hem AKP, hem de CHP’nin seçim bildirgeleri incelendiğinde, vaatlerin nitelikleriyle ilgi olarak karşımıza şu sayısal sonuçlar çıkmaktadır (3):

Görüldüğü üzere, AKP seçim bildirgesinde yer alan toplam 446 vaadin 67'si siyasi, 204'ü ekonomik, 139'u sosyo-politik, 8'i güvenliğe ilişkin, 28'i de dış politikayla ilgili vaatlerden oluşmaktadır. CHP'nin ise 383 vaadinden 36'sı siyasi, 168'i ekonomik, 154'ü sosyo-politik, 1'i güvenliğe ilişkin ve 24'ü de dış politikaya ilişkin olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yüzdelerine göre sıraladığımızda ulaştığımız sonuç aşağıdaki tablodaki gibidir:

Tablo 3. AKP ve CHP vaatlerinin sıralanışı (% olarak)

Partiler	AKP (%)	CHP (%)
Ekonomik Vaatler	45,8	43,9
Sos. Politik Vaatler	31,1	40,2
Siyasi Vaatler	15	9,4
Dış Politika Vaatleri	6,3	6,3
Güvenliğe İlişkin Vaatler	1,8	0,2
TOPLAM	100	100

Her iki partinin vaatlerini karşılaştıracak olursak, büyükten-küçüğe sıralanışı bakımından, benzer yüzdeler dilimlere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Tabloya bakıldığında, her iki partinin de, gündemdeki en önemli sorun olan ekonomik krize paralel olarak, ekonomik sorunlara ilişkin çözümleri sıraladıkları vaatlere ağırlık verdikleri görülmektedir.

İki partinin de üzerinde durduğu ekonomik vaatlere bakıldığında; bazı ortak noktalar dikkat çekmektedir. AKP'nin "Özelleştirme işlemlerinde şeffaflık esas olacak ve kamuoyu düzenli olarak bilgilendirilecektir" vaadi ile CHP'nin "Özelleştirmede genel ilkimiz; saydamlık ve verimlilik (...). Stratejik KİT'leri özerkleştirerek, etkinleştireceğiz" vaadi, özelleştirmede şeffaflık ilkesine, her iki partinin de duyarlı olduğu mesajını vermektedir. Yine özelleştirme sonucu ortaya çıkabilecek tekelleşme sorununa, her iki partinin de, dikkat ettiği ve bunu engellemeye yönelik vaatlerinin olduğunu söylemek mümkün görünmektedir.

Türkiye'de yaşanan ekonomik kriz sonrası yükselen enflasyonun, her iki partinin de enflasyonu

düşürmeye yönelik vaatlerde bulunmasına neden olduğu görülmektedir. Hem AKP, hem de CHP, doğal olarak, mevcut konjonktür çerçevesinde, "Enflasyonu tek haneli rakamlara indireceği" vaadinde bulunmuştur.

İkinci olarak önemli görülen konular ise sosyal-politik konulardır. Her iki parti de, eğitim, sağlık, sosyal güvenlik ile ilgili sorunlara, ekonomik sorunlardan daha az değinmektedir. CHP'nin bu konudaki vaatlerinin, AKP'ye göre % 9.1 fazla olmasının, bu partinin sosyal demokrat bir çizgide ilerlemesinden kaynaklandığını söylemek mümkün görünmektedir.

Yolsuzluk, yönetim şekli, bürokrasi gibi konuları içine alan siyasi vaatlere ise AKP'nin daha fazla ağırlık verdiği görülmektedir. Dış politikayla ilgili vaatler, her iki partinin bildirgesinde de eşit yüzdelerde yer almıştır ve bu vaatler arasında, her iki partide de en önemli görülen konular arasında, 11 Eylül saldırıları ve Ortadoğu'daki İsrail-Filistin çatışmaları yer almaktadır. İç ve dış güvenliğe ilişkin vaatlerde, iki partide de oldukça düşük bir yüzde göze çarpmaktadır.

## 4.2. 2 Kasım 2004 A.B.D. Başkanlık Seçimi

### 4.2.1. 2 Kasım 2004 Seçimleri Öncesinde A.B.D.'nin Genel Durumu

2 Kasım 2004 seçimleri öncesinde, Amerika Birleşik Devletleri gündemine bakıldığında, en önemli gündem maddesinin, tüm dünyayı ilgilendiren ve 11 Eylül saldırılarının ardından gerçekleştirilen Irak operasyonu olduğunu söylemek mümkündür. Afganistan'da süregelen çatışmalar da, önemli bir gündem maddesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerçekleşen bu saldırılar sonrasında, iç ve dış güvenlik konusu önemli bir sorun haline gelmiş ve hem CIA, hem de Pentagon, kitleler tarafından sorgulanmaya başlanmıştır. A.B.D., teröre karşı savaş bahanesiyle, iki ülkeye de askeri müdahalelerde bulunmuş, geçtiğimiz yıl içerisinde de, Saddam Hüseyin rejimini devirmiştir. Irak'a asker gönderme konusu, ülkemizde de geniş yankı bulmuş, fakat, tezkere meclisten geçmemiştir. Amerika'nın Irak'ta yürüttüğü savaş, rejim yıkılmış da olsa, hala devam etmekte-

dir. Bir çok Iraklı ve Amerikalı, bu savaşta hayatını kaybetmiştir ve hala kaybetmektedir.

Yakın tarihte gerçekleşen Vietnam Savaşı sendromunu henüz üzerinden atamamış Amerikan halkı, bu savaşı önce desteklemiş, fakat asker kayıplarının artmasıyla birlikte, yavaş yavaş, şüpheye düşmeye başlamıştır. Dolayısıyla, Amerika gündeminde yer alan en önemli sorun, dış güvenlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Seçimlerden hemen birkaç gün öncesinde, Bin Ladin'e ait olduğu iddia edilen ve içinde Amerika'yı tehdit eden bir mesajın bulunduğu belirtilen bir video-kaset ortaya çıkmış ve Amerikan halkının

korkusunu perçinlemiştir. Bu video kasetin, Amerikan halkı nezdinde, Bush'un yürütmekte olduğu uluslararası politikayı meşru kıldığı veya haklılaştırdığı söylenmektedir.

Başkanlık seçimleri, birbirine oldukça yakın oylarıyla sonuçlanmıştır. Seçimin genel sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir (4).

Amerikan halkının, 2 Kasım seçimlerinde Bush ile yola devam etme kararı aldığı görülmektedir. Bunun nedenlerinden biri olarak düşündüğümüz seçim vaatlerini incelemek, seçim sonuçlarını, siyasal ikna ve vaatler ekseninde değerlendirebilmek açısından yararlı olacaktır.

Tablo 4. 2 Kasım 2004 A.B.D. Başkanlık Seçimi Genel Sonuçları

Adaylar	Parti	Oylar	Oylar (%)	Kazanılan Eyaletler	Seçici Oy (Electoral Votes) (5)
George W. Bush	Cumhuriyetçi	59.117.523	51.1	29	274
John F. Kerry	Demokrat	55.557.584	48.0	19	252
Ralph Nader	Bağımsız	395.969	0.3	0	0

#### 4.2.2. 2 Kasım Seçimleri Öncesi DNC (Demokrat Parti) Ve RNC (Cumhuriyetçi Parti) Vaatleri

Parti vaatleri incelenirken, her iki partinin de, internet sitesinde bulunan seçim vaatleri ve prog-

ramları göz önüne alınmıştır. Demokrat ve Cumhuriyetçi Partilere ait seçim bildirelerini içerik çözümlemesi yöntemiyle incelediğimizde, karşımıza şu sonuçlar çıkmaktadır (6):

Tablo 5. Demokrat Parti ve Cumhuriyetçi Parti vaatlerinin dağılımı

Parti	Siyasi Vaatler	%	Güvenlik	%	Sos. Politik Vaatler	%	Ekonomik Vaatler	%	Dış Politika	%	TOPLAM	%
Dem.	-	-	12	18,75	39	61	12	18,75	1	61,5	64	100
Cum	-	-	4	16	19	76	-	-	2	8	25	100

Görüldüğü üzere, her iki partinin de, yolsuzluklar ve yönetim anlayışı gibi konuları içeren siyasi bir vaadi bulunmamaktadır. Ekonomik vaatler başlığı altında, Demokrat Parti'ye ait 12 vaat bulunurken, Cumhuriyetçi Parti'nin bu konuda hiç bir vaadi bulunmamaktadır.

Sosyo-politik vaatlerde ise Demokratlara ait 39, Cumhuriyetçilere ait 19 vaat göze çarpmaktadır. İç ve dış güvenlik konusunda verilmiş vaat sayısı ise Demokratlarda 12, Cumhuriyetçilerde 4'tür. Son olarak, dış politikaya ilişkin vaat sayıları ise Demokratlarda 1, Cumhuriyetçilerde ise 2'dir.

Vaatleri yüzdelere göre sıralayacak olursak; aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmaktadır:

Tablo 6. Demokrat Parti ve Cumhuriyetçi Parti vaatlerinin sıralanışı (% olarak)

Parti	Demokrat (%)	Cumhuriyetçi (%)
Sos. Politik Vaatler	61	76
Güvenliğe İlişkin Vaatler	18,75	16
Ekonomik Vaatler	18,75	-
Dış Politika Vaatleri	1,5	8
Siyasi Vaatler	-	-
TOPLAM	100	100

İki partinin vaatlerini yüzdelere göre sıraladığımızda, genel olarak benzerlik gösterdiğini söylemek mümkün görünmektedir. Yalnız, ekonomik vaatler konusunda, iki parti arasında önemli bir tezat göze çarpmaktadır. Demokrat Partinin ekonomik vaatleri, genel vaatleri içerisinde %18,75'lik bir yüzde oluştururken Cumhuriyetçi Parti'nin ekonomik herhangi bir vaadinin bulunmadığı görülmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden birisi, Cumhuriyetçi Parti'nin ve Bush'un seçim öncesi iktidarda bulunmasından dolayı, yapacaklarından çok yaptıkları üzerinde durması olarak ifade edilebilir. Demokrat Parti'nin, henüz iktidarda olmamasından dolayı, yapacaklarıyla ilgili söyleyecek çok şeyi olduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Fakat, Bush, halihazırda yürütmekte olduğu programın avantajlarını bildirmede sıraladığı ve bu programa devam edeceğinin sinyallerini verdiği söylenebilmektedir.

İki partinin de en önem verdiği konuların başında, sosyal güvenlik, eğitim, çevre sorunları ve sağlık gibi konuların geldiği görülmektedir. Her iki partide de, en yüksek yüzde, Demokratlarda %61, Cumhuriyetçilerde de % 76'lık bir oranla sosyo-politik vaatlere aittir. Bu anlamda, seçim kampanyaları döneminde kürtajın kaldırılacağını vaat eden Kerry, teröristlere uygulanan idam cezası dışında ki idam cezalarının kaldırılacağını, vergi indirimine gidileceğini belirtirken; işsizliğin önlenmesi için daha çok istihdam alanı yaratılacağını, Bush'a göre daha somut söylemlerle

dile getirerek (Akgün ve Özlük 2004: 51-52) ön plana çıkmıştır.

İç ve dış güvenliğe ait konular, her ne kadar o döneme ait sorunların başında gibi görünse de, iki partide de, sosyo-politik vaatlerin ardından, ikinci sırayı almaktadır. Güvenliğe ilişkin vaatler, Demokrat Parti vaatlerinin % 18,75'ini oluştururken, Cumhuriyetçi Parti vaatlerinin % 16'sını oluşturmaktadır ki, bu vaatler incelendiğinde; güvenlikle ilgili vaatlerde, global terör konusunun öne çıktığı görülmektedir. Demokrat Parti, 11 Eylül saldırıları konusunda, istihbarat sağlamada başarısız olan, "Haber Alma Teşkilatı"nın (CIA) yetersizliğinden bahsederek; John Kerry'nin, haber alma, bunları analiz etme ve ilgili yerlerle paylaşma konusunda çalışacağını ve bu şekilde teröristlerin izlenmesi ve durdurulmasının mümkün olacağını belirtmektedir. Kerry, seçim kampanyaları döneminde Iowa'da yaptığı bir konuşmada ise Ulusal Füze Savunması'na (National Missile Defanse) karşı olduğunu belirterek, silahsızlanmaya yönelik politikalar izleyeceğinin sinyallerini vermiştir (Akgün ve Özlük 2004: 51). Güvenlik konusunun seçmen açısından önemi, seçim sürecinde yapılan bir kamuoyu yoklamasının sonuçları ile de desteklenmiştir. Bu araştırmanın sonuçlarına göre, "Amerikan halkının yüzde 23'ü kendileri için en önemli sorunun Irak konusu olduğunu söylemektedirler. Çocukları Irak'ta savaşan bir halk için, en önemli gündem maddesi olarak Irak Savaşı ve terörle mücadele konusunun, diğer soyo-ekonomik sorunların önüne geçmesine ve dolayısıyla seçimde kullanacakları oyun yönünü etkilemesine şaşmamak gerekir (Akgün ve Özlük 2004: 51). Cumhuriyetçi Parti adayı Bush ise, kanundışı rejimleri ve teröristleri engelleyerek ve onlara karşı koyarak; barışı koruyacaklarını ifade etmektedir. Güvenlikle ilgili vaatlerde, Cumhuriyetçi Parti'nin, Demokrat Parti'nin oldukça gerisinde kalmasının da, yine, Bush yönetiminin halihazırda iktidarda olduğundan dolayı, bu konuda izlediği politikanın yürütülmeye devam edilecek olmasından kaynaklandığını söylemek mümkün görünmektedir. Dış politikaya ilişkin vaatlere bakıldığında ise oranların Demokratlarda %1,5, Cumhuriyetçilerde de % 8 olarak karşımıza çıktığı görülmek-



tedir. Her iki partinin de siyasi bir vaadi bulunmamaktadır.

## SONUÇ

Siyasal iknada çok önemli yer tutan vaatlerin, bir seçim kampanyasını şekillendirmede, oldukça önemli bir yere sahip olduğu söylenebilmektedir. Siyasal kampanya süreçlerinde, “etkili bir kampanya için önkoşul, seçmen beklenti ve özelliklerine uygun ve geçerli siyasi mesaj geliştirilmesidir” (Uztuğ 2004: 167). Dolayısıyla, seçmen beklentilerine uygun vaatlerin verilmesi, siyasi ikna sürecinde, parti lehine bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye’deki son genel seçimler ve Amerika Birleşik Devletleri’ndeki son Başkanlık Seçimleri’ne bakıldığında, Türkiye için söylenebilecek öncelikli şey, vaatlerin gündem sorunlarıyla önemli bir paralellik arz ettiğidir. Dönemin en önemli gündem sorunu olan ekonomik krizin, her iki partinin de vaatlerine yansıdığı ve genel vaatler içerisinde, en büyük yüzdelik dilime, ekonomik vaatlerin sahip olduğu söylenebilmektedir. Bunun yanı sıra, özelleştirme gibi ekonomide kilit sayılabilecek konuların da, her iki partinin vaatlerine yansımış olduğu görülmektedir. Her iki partinin de, hem enflasyonu tek haneli rakamlara düşürmek konusunda, hem de özelleştirmeler konusunda paralel vaatlerde bulduklarını söylemek mümkün görünmektedir.

İlgi çeken bir başka nokta ise, yönetim anlayışı, yolsuzluklar ve bürokratik engeller gibi konuların, her iki partinin de vaatlerine önemli bir yüzdeyle yansımış olmasıdır. Türkiye’de, seçmen beklentilerinin, bu sorunların ortadan kalkmasına yönelik olduğu, vaatlerin yüzdesine bakılarak, düşünülebilmektedir. Buna karşın, Amerika Birleşik Devletleri’nde, partilerin vermiş olduğu vaatler arasında, siyasi bir vaadin yer almaması, ülkede bu tür sorunların yaşanmadığı izlenimini vermektedir.

Avrupa Birliği’ne giriş sürecinde bulunan Türkiye’de, dış politikaya yönelik vaatlerin bu denli az olması, şaşırtıcı görünmektedir, zira her iki partinin de, bu konuyu birer-ikişer maddeyle geçiştir-

dikleri söylenebilmektedir. Kıbrıs’a yönelik çözüm sürecinde sorunların yaşandığı ve Ortadoğu’da savaş tehlikesinin belirdiği bir süreçte, güvenliğe yönelik vaatlerin azlığı da, ekonomik krizin, yaşam pratiklerinde çok ciddi zorluklara yol açtığı ve bu nedenle, ekonomik vaatlerden daha aşağılarda yer aldığı söylemek mümkündür. Türkiye’de yaşanan yüksek enflasyon ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan hayat pahalılığına, ülkemizin bir başka devasa sorunu olan “işsizlik” de eklenecek olursa, vatandaşın birinci gündem maddesinin “ekonomik sıkıntılar” olduğu ve doğal olarak, siyasi partilerin de, seçim sürecinde, diğer sorunları gölgede bırakan bu soruna yönelik yoğun vaatler ürettiği gerçeğine ulaşılmış oluruz.

Amerika Birleşik Devletleri’ne bakıldığında ise şaşırtıcı bir durum söz konusu gibi görünmektedir. Dönemin en önemli gündem sorunu “global terörizm” iken, bu yönde, her iki parti tarafından da verilen vaatlerin az oluşu, ilk bakışta, sorunun önemsenmediği fikrinin oluşmasına neden olsa da, bu konuda her iki hükümetin ve her iki başkanın da benzer politikalar izleyeceğinin düşünülmemesinden dolayı, bu anlamda ayrıntılı vaatlerde bulunulmadığı belirtilebilmektedir. Nitekim CMAG’ın yapmış olduğu bir araştırmada da (7), bu konuda, televizyonda yer alan reklam filmine harcanan para sıralandığında, üçüncü sırada olduğu belirtilmektedir. Bu araştırmanın, her ne kadar araştırma alanı bizimkinden farklı olsa da, her iki partinin seçim kampanyalarında, konuya verdiği önemin belirtilmesi açısından yararlı görünmektedir. Konu detaylı olarak incelendiğinde; her iki partinin de bu konuda yapacağını söyledikleri şeylerin paralellik arzettiği görülecektir. Kerry, dile getirdiği vaatleri arasında, demokrasiyi ve özgürlüğü tüm dünyada yükselteceği ve Irak’taki savaşı kazanarak, barışı sağlayacağını vaad ederken; Bush’un, Irak’ı kastederek, kanun dışı rejimlerle ve teröristlerle savaşarak; Dünya barışını savunacağını, büyük güçlerle iyi ilişkiler kurarak; bu barışı koruyacağını ve özgürlük ile refahı bütün dünyaya yayacaklarını vaad ettiği görülecektir. Amerikan halkının, bu konuda, icraatlarını zaten bildiği bir yönetimle devam etmesi kararını vermesi, özellikle de, seçime birkaç gün kala, Bin Ladin tehdidinin yeniden baş gös-

termesi ile birlikte, çok şaşırtıcı görünmemektedir.

Siyasal ikna sürecinin başarılı bir şekilde sonlanabilmesi için, partilerin seçmen analizleriyle, kamuoyu yoklamalarıyla, gündemdeki sorunları ve seçmenin yapısını iyi tahlil edebilmesi gerekmektedir. Ancak bu şekilde siyasi mesajlar doğru bir şekilde oluşturularak; özellikle kararsız seçmenlerin ikna edilmesi mümkün olabilmektedir. Şüphesiz, başka faktörlerin de siyasal ikna sürecinde önemli rolleri olduğu söylenebilir. Fakat vaatlerin önemi, de hem Amerika Birleşik Devletleri örneğinde, hem de Türkiye örneğinde açıkça görülmektedir. Her iki seçim örneğinde de partilerin, gündemdeki önemli sorunları tahlil ederek; bunlara yönelik vaatler üretmeye çalıştıkları görülmektedir. Genel olarak vaatlerinin ağırlıklarının, hem AKP-CHP örneğinde, hem de Demokrat-Cumhuriyetçi Parti örneğinde, benzerlik göstermesi bunun bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### NOTLAR

(1) Veriler, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyeleri “Orhan Gökçe, Birol Akgün ve Süleyman Karaçor” Başkanlığında yapılan ve “Nisan 2001, Aralık 2001 ve Aralık 2002” tarihinde 38 ilde 3987 denekle yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilen anketlerinin sonuçlarının değerlendirildiği “3 Kasım Seçimlerinin Anatomisi: Türk Siyasetinde Süreklilik ve Değişim” isimli makaleden aktarılmıştır. Daha detaylı bilgi için, S. Ü. İİBF Dergisinin Ekim 2002 tarihli 4’üncü sayısına bakılabilir.

(2) Sonuçlar [http://www.belgenet.net/ayrinti.php?yil\\_id=14](http://www.belgenet.net/ayrinti.php?yil_id=14) internet adresinden alınmıştır. Daha detaylı bilgi için bu siteye bakılabilir. Değerler tabloya aktarıırken, milletvekili çıkarmayan %1’in altında oy almış partiler tabloya ilave edilmemiştir.

(3) CHP seçim bildirgesi için [http://www.chp.org.tr/index.php?module=chpmain&page=list\\_party\\_info&pid=148](http://www.chp.org.tr/index.php?module=chpmain&page=list_party_info&pid=148) internet adresinden, AKP seçim bildirgesi için ise <http://www.akparti.org.tr/beyanname.doc> internet adresinden daha detaylı bilgi edinilebilir.

(4) Sonuçlar <http://www.mapsofworld.com/world-news/4-11-2004.html> internet sitesinden alınmıştır. 2 Kasım 2004 Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık Seçimlerinin daha geniş ayrıntıları için <http://www.mapsofworld.com/world-news/4-11-2004.html> internet adresine bakılabilir.

(5) ABD seçim sistemine göre, genel seçimlerde her eyalette, sayısı eyaletin nüfusuna göre belirlenen "seçiciler" adı verilen bir grup bulunmaktadır. Halk, oylarını kullanırken, aslında başkan ve başkan yardımcısını değil, seçici adı verilen bu kişileri seçmektedirler. Bir eyalette daha fazla oy alan parti, o eyaletin bütün seçici oylarını (electoral votes) almış sayılmaktadır.

(6) DNC seçim bildirgesi için <http://www.johnkerry.com/issues/> internet adresine, RNC seçim bildirgesi için ise <http://www.gop.com/GOPAgenda/> internet sitesine bakılarak; bildirelerin tam metnine ulaşılabilir.

(7) Ayrıntılı bilgi için bakınız CMAG Findings Memo: Election’04 Edition, “Issues in Political Advertising”. İnternet erişim adresi: [http://206.103.228.140/publications/1004\\_election\\_findings.pdf](http://206.103.228.140/publications/1004_election_findings.pdf)

#### KAYNAKLAR

Anık C (2000) Siyasal İkna, Vadi Yayınları, Ankara.

Akgün B ve Özlük E (2004) Bush-Kerry Yarışı ve Seçimin Türkiye Açısından Muhtemel Sonuçları, 2023 Dergisi, 4(42), Ankara.

Brown J A C (1994) Beyin Yıkama, Behzat Tanç (çev), Boğaziçi Yayınları, İstanbul.

CMAG Findings Memo: Election’04 Edition, “Issues in Political Advertising”, [http://206.103.228.140/publications/1004\\_election\\_findings.pdf](http://206.103.228.140/publications/1004_election_findings.pdf), 10.12.2004.

Domenach, J M (1995) Politika ve Propaganda, Tahsin Yücel (çev), Varlık Yayınları, İstanbul.

Gökçe O ve ark (2002) 3 Kasım Seçimlerinin Anatomisi: Türk Siyasetinde Süreklilik ve Değişim, S. Ü. İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Derg, Yıl 2, (4).

<http://www.akparti.org.tr>, 27.01.2005.

[http://www.belgenet.net/ayrinti.php?yil\\_id=14](http://www.belgenet.net/ayrinti.php?yil_id=14), 27.01.2005.

<http://www.chp.org.tr>, 27.01.2005.

<http://www.dnc.org>, 10.12.2004.

<http://www.mapsofworld.com/world-news/4-11-2004.html>, 10.12.2004.

<http://www.mc.org>, 05.01.2005.

Kalender A (2000) Siyasal İletişim, Seçmenler ve İkna Stratejileri, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.

Miller R G ve Burgoon M (1973) New Techniques of Persuasion, New York, Harber&Row'dan akt. C Anık (2000) Siyasal İkna, Vadi Yayınları, Ankara.

Özsoy O (1998) Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma, Alfa Yayınları, İstanbul.

Özsoy O (2002) Türkiye'de Seçmen Davranışları ve Etkili Propaganda, Alfa Yayınları, İstanbul.

Travese T H (1998) Halkla İlişkiler ve Propaganda, Nur Nirven ve Ahmet Ünver (çev), HDD-Rota Müşterek Yayını, İstanbul.' dan akt. N Özkan (2004) Türkiye'den ve Dünyadan Örneklerle Seçim Kazandıran Kampanyalar, MediaCat Yayınları, İstanbul.

Uztuğ F (2004) Siyasal İletişim Yönetimi, MediaCat Yayınları, Ankara.