

Yrd. Doç. Dr. Başak Uçanok*

Elif Sudagezer**

Sıla Sefercioğlu***

Türkiye'deki Seçmenin Oy Verme Davranışı Üzerinde Söylemin Etkisi

Özet

Bu araştırmanın amacı Türkiye'deki seçmenin oy verme davranışı üzerinde politik söylemlerin etkisini incelemektir. Oy verme davranışı ve siyasi tercih ekonomik, sosyal ve kültürel faktörlerin oluşturduğu politik kimlikten etkilenmekte ve siyasi parti liderlerinin söylemleriyle şekillenmektedir. Başka bir ifadeyle, siyasi partiler ve seçmen arasında söyleme dayalı bir ikna süreci söz konusudur. Söylemler, siyasi eğilimleri ve tutumları şekillendirerek bireyleri oy vermeye yönlendirmektedir. Türkiye'de medyaya yansıyan siyasi söylemlerin önemli bir çoğunluğu, iktidarda olan Adalet ve Kalkınma Partisi'ne (AKP) ve ana muhalefette olan Cumhuriyet Halk Partisi'ne (CHP) aittir. Söylemlerin, siyasi eğilimler ve oy verme davranışı üzerindeki etkilerini anlamak için, Türkiye'deki farklı üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin, AKP ve CHP'nin medyaya yansıyan söylemlerinden ne kadar etkilendikleri ve bunun oy verme davranışlarına nasıl yansıdığı incelenmiştir. Sonuç itibarıyla, üniversite öğrencilerinin, siyasi partilerin mevcut söylemleri doğrultusunda, 2011 seçiminde soldan merkeze ve merkezden sağa doğru bir eğilim gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Politik söylem, politik eğilim, oy verme

* İstanbul Bilgi Üniversitesi Halkla İlişkiler Programı
bucanok@bilgi.edu.tr

** İstanbul Bilgi Üniversitesi
elifsudagezer@gmail.com

Abstract

This research aims to explain the effects of political discourse on voting behavior among a Turkish sample. Voting tendency and political attitudes are believed to be shaped by the voters' political identity, which is affected by economic, social and cultural factors. In other words, a persuasion process exists between the political parties and the potential electors. Political discourses shape political attitudes and tendencies, and in turn affect voting behavior. The media is dominated by the political discourses of the ruling party AKP (Justice and Development Party, JDP) and the main opposition party CHP (Republic People Party, RRP). In order to understand the effects of discourse on political attitudes and voting, the effect of discourses of AKP and CHP that were reflected in the media, on voting tendencies was examined among university students in Turkey. As a result, the study has shown that the political attitudes of Turkish university students tend to move from the left wing to the center and from the center to the right wing, in line with the current political discourses of parties.

Key Words

Political discourse, political identity, voting

*** İstanbul Bilgi Üniversitesi
s.sefercioglu@gmail.com

Giriş

Türkiye'nin yakın politik tarihine bakıldığında aynı siyasi partinin iki defa üst üste iktidara gelmiş olması göze çarpmaktadır. Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) 2002 ve 2007 yıllarında en yüksek oy yüzdesi ile iktidara gelmiştir. AKP hükümeti ikinci defa iktidara geldiğinde henüz ekonomik ve sosyal alandaki vaatlerinin birçoğunu yerine getirmemiş, bununla birlikte Amerika'nın Ortadoğu politikası karşısında çekingen bir tutum içinde olmuştur. Buna rağmen AKP'nin iktidara geçmesini sağlayan ikinci seçimde topladıkları oylar, yüzde 34,28'ten yüzde 46,54'e yükselmiştir. Bu tablo, bir partinin iktidara gelmesinde hangi değişkenlerin rol oynadığı sorusunu gündeme getirmektedir. Siyasi bir partinin seçimde elde ettiği başarı salt olarak yarattığı ekonomik, sosyo-kültürel ve siyasal gelişmelerin yanı sıra; parti söylemlerine de dayanmaktadır. Politik söylemleri kitlelere aktaran medya, seçmenin eğilim, tutum ve davranışını değiştirerek oy vermesine araç olmaktadır.

Bu araştırma kapsamında, seçmenlerin tutum ve davranışlarının söylemler çerçevesinde oy verme davranışına etkide bulunduğu iddia edilmektedir. Araştırmanın amacı, söylem ve siyasi tercih arasındaki ilişkiye işaret etmektir.

Türkiye'de genel seçimlerle ilgili yapılan birçok araştırma, seçmenlerin hangi partiye oy verecekleri sorusunu cevaplamakla yetinmekte ve oy verme davranışının ardında yatan nedenlere ışık tutmakta yetersiz kalmaktadır. Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bu araştırma, söylemlerin siyasi tercih, eğilim ve oy verme davranışını açıklaması bakımından önemlidir.

Siyasi Eğilimleri Etkileyen Faktörler

Bartolini ve Mair (1985), seçmen tercihlerinin temelini iki görüş ile açıklamaktadır (Ercins, 2007). Birinci görüş, seçmenin tercihinde kendisine; ikinci görüş ise, siyasi partinin tutumuna vurgu yapmaktadır. Oy verme davranışının siyasi partilerin yönlendirmesi ile oluştuğu görüş, seçmenin tutum ve davranışında söylemin etkisine işaret etmektedir. Seçmen davranışında rol oynayan eğilimleri belirleyen faktörler arasında ekonomik, dini, sosyal, ideolojik ve kültürel faktörler de yer almaktadır Ercins (2007). Seçmen davranışları üzerine yaptığı araştırmasında ekonomik olmayan bu faktörleri; parti kimliği, toplumsal bölünmeler, değerler ve sosyo-demografik değişkenler olarak belirlemiş, bu faktörleri de değerler, güncel sorunlara yaklaşım, dindarlık düzeyi ve etnik kimlik, yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi alt başlıklarına ayırmıştır. Bu durumda bir seçmenin siyasi tercihini anlayabilmek için bahsi geçen faktörleri bütüncül bir biçimde ele almak gerekmektedir.

Oy verme davranışının ekonomik boyutunun ağırlıklı olduğu pek çok teorisyen tarafından desteklenmiştir (Keyman, 2003; Sencer, 1974). Keyman (2003), AKP'nin 2002 seçimindeki başarısını ideolojik etkenlere değil, ekonomik etkenlerle açıklamaktadır. Sencer'e göre (1974: 277-278) Türkiye'deki seçmen, geçmişteki ekonomik durumu göz önünde bulundurarak oy kullanmaktadır. Siyasi eğilimi belirleyen bir diğer faktör ise dindir (Leege ve Kellstedt, 1993). Türkiye'de hem iktidar hem de ana muhalefet partisi, dine dayalı söylemlerini son dönemde arttırmış ve parti kimliğini 'kişilerin inançları konusunda özerk olduğu' fikrine dayandırmıştır. Bunların en önemli örneklerinden birisi CHP'nin ön ayak oldu-

đu ‘çarşaf açılımı’ ile AKP’nin ılımlı İslam politikasının uzantısı olan ‘üniversitede türban’ sürecidir. Türkiye, kendisini liberal olarak konumlayan; hem din fikrine dayanan hem de dini araç olarak gören bir anlayışın iletişimine maruz kalmıştır.

Powell’a göre (1977), seçmenin karşıt siyasi parti algısı, oy verdiği parti algısından daha karmaşıktır. Seçmenin algısına dair bir başka görüş, herhangi bir partiyi desteklemeyen seçmenin, bir partiye oy veren seçmene göre daha yüksek politik karmaşıklığa sahip olduğudur (Devries ve Tarrance, 1972). Bu durumda, oy verme davranışı, kararsızlıkla karşılaştırıldığında daha az karmaşık bir anlamlandırma sürecidir. Lou ve Sears (1990) bu süreci, seçmenlerin politik bir şema oluşturması olarak tanımlamıştır. Bu şema, kişilerin hafızasında bilgilerin saklanması, yorumlanmasını ve dönüşmesini sağlar. Lou ve Sears’a göre (1990) bu şemanın oluşmasında ve şekillenmesinde iki büyük güç; medya ve politik kişiler rol oynamaktadır. Bunun sebebi, özel ve tüzel siyasi kişilerin, medya aracılığıyla, yalnızca istedikleri bilgileri aktarmalarıdır.

Medya, politik bir mesajın akışının ne zaman, ne sıklıkla ve hangi biçimde aktarıcağına karar veren güçtür. Seçmenlerin politik şeması, bu güçlerin etkileri doğrultusunda oluşmaktadır. Bu durumda, seçmen ve siyasi kişiler arasında ilişkinin oluşmasından medyanın rolü büyüktür. Herhangi bir siyasi söylemin, gazete haberleri ve televizyondaki demeçlerden alınıyor olması; mecranın karakterine göre aynı içeriğin farklı biçimlerde, farklı uzunlukta ve farklı vurgularla yeniden üretiliyor olması da medyanın gücüne işaret eder. Medya, siyasi partilerin kendilerini sunuş biçimini, sözlü veya sözsüz iletişimini aktarmada bir araç olmanın yanı sıra, kaynak olma özelliği de taşımaktadır.

Medyanın, mesaj iletiminde bir güç olarak yer alması, McCombs ve Shaw’un (1972) “Gündem Belirleme Modeli” ile açıklanmıştır. Haberin kitleye ulaşma biçimi, haberin medya mecrası nezdinde yorumlanması anlamına gelmektedir. Böylelikle, her siyasi parti, bahsedeceği konuları belirleyerek seçmenin oy verme davranışını etkilemektedir. Cohen (1966), bu fikri destekleyen şu ifadeyi kullanmıştır: “Medya insanlara ne düşüneceklerini söyleme de ne hakkında düşüneceklerini söylemek konusunda başarılıdır.”

Toplumsal, ekonomik ve siyasi gelişmeler; seçmenlerin gündemi oluşturan konularda tutumunun belirlenmesinde rol oynamaktadır. Siyasi partiler, gelişmelerle ilgili söylemler geliştirmekte ve medya aracılığıyla seçmen kitleye aktarmaktadır. Bu noktada, söylem kavramının açıklanması, araştırmanın netliği açısından önem kazanmaktadır.

Söylem kavramı, felsefede ilk kez Aquinal Thomas tarafından “saf sezgiye karşı zihni çıkarım” anlamında kullanılmıştır. Dilbilimciler; söylemi, yazılı ya da sözlü dil kullanımını olarak ele alırken, eleştirel dilbilim ve eleştirel söylem çözümlemesi yaklaşımları, söylemi toplumsal bir pratik olarak tanımlamaktadır. Kress’e göre (1985: 6-7):

Söylemler bir kurumun değerlerini ve inançlarını dile getiren sistemli bir biçimde düzenlenmiş önermeler kümesidir. Söylem verili bir alanda üretilmesi olanaklı önermeler bütünüdür; belli bir konu, nesne veya süreci dile getirme biçimlerini düzene koyar ve yapılandırır.

Söylem, aynı zamanda bir temsil özelliği de taşır. Bu temsil özelliği sayesinde, belli konuların anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde birleştirmekte ve metinlere anlam yük-

lemektedir (Fiske, 1992: 301; Fairclough, 1995). Söylem, çok yönlü bir olgudur ve anlamları kimi zaman tamamen şeffaf olamamaktadır. Bu da, kitle üzerinde söylemlerin, farklı etkiler doğurmasına neden olmaktadır. Diğer bir deyişle, söylem toplumsal kuruculayıcı olduğu kadar toplum tarafından da şekillendirilir. Bu anlamda söylem, toplumsal açıdan etkili bir araç olduğu için önemli güç ilişkilerinin yaratılmasına da yol açmaktadır. Bu nedenle söylemsel pratiklerin önemli ideolojik etkileri söz konusu olabilmektedir (Oktar; 1999).

Söylemin Seçim Sürecindeki İşlevi

Kam (2005), seçimlerdeki karşıt görüşlerin ve farklı adayların, kişilerin fikirlerini zenginleştirdiğini ve politik anlamda dogmatik bir yaklaşıma sahip olmalarını engellediğini ifade etmektedir. Bu durumda, söylemler, siyasi partilerin belli konulardaki farklı fikirlerini temsil görevi üstlenmektedir. Peterson (2008), Kam'ın teorisine benzer bir fikir öne sürmüş ve seçim sürecinde heterojen bir seçmen yapısı oluştuğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla, seçmenler hangi siyasi parti hakkında daha fazla bilgiye sahipse ya da hangi siyasi partinin söylemlerine daha fazla aşına ise, siyasi liderleri o oranda desteklemektedir. Öte yandan, bir partiye oy verirken, farklı siyasi odakların söylemleri salt bir bilgi olarak alınmaz, hâlihazırda var olan eğilim tarafından şekillendirilir. Bu sebeple Anolli, Zurloni ve Giuseppe (2006), oy verme sürecinin ne kadar demokratik bir süreç olduğunu sorgulamaktadır.

Sonuç olarak, siyasi parti söyleminin, seçmenin parti ile kurmuş olduğu bağ doğrultusunda algılandığı söylenebilir. Bir partiyi desteklemek veya bir partiye karşıt görüş-

te olmak, söylemin kime ait olduğu faktöründen bağımsız bir değişken değildir. Gomez (2001) ise, söylemin etkisine ek olarak, politik karmaşıklık düzeyinin de siyasi eğilimi şekillendirdiğini ifade etmektedir.

Araştırmanın Metodolojisi

Bu çalışmanın temel amacı Türkiye'deki seçmenin oy verme davranışının, medyaya yansıyan söylemler ile açıklanıp açıklanamayacağını ortaya koymaktır. Bu bağlamda, iktidarda olan Adalet ve Kalkınma Partisi'nin ve muhalefette yer alan Cumhuriyet Halk Partisi'nin, 2007 senesinde gerçekleşen önemli konularla ilgili olarak medyaya yansıyan söylemleri, araştırmacılar tarafından incelenmiştir. Bu söylemler, birer yargı ifadesine dönüştürülerek 30 maddelik bir anket formu hazırlanmıştır. Bu anket formu, Türkiye'nin farklı bölgelerinde yer alan üniversite öğrencilerinin üye oldukları Forum İstanbul Gençlik Platformu'ndan edinilen adreslere posta yoluyla gönderilmiştir.

Örneklem

Türkiye'deki 40 ayrı üniversitede öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapılan bu araştırmaya toplam 642 kişi katılım göstermiştir. Çalışmanın üniversite öğrencilerini hedef almasının temel sebebi, üniversite öğrencilerinin, seçmen haklarını elde etmiş olmalarından ve medya okur-yazarı oldukları varsayımındandır. Ortalama yaş yaklaşık olarak 22'dir ve katılımcıların çoğunluğu (%91) "19 ila 24" yaş aralığında yer almaktadır. Öğrencilerin cinsiyete göre dağılımına bakıldığında, 365'inin (%56,9) kadın, 272'inin (%43,1) erkek olduğu görülmektedir.

Ebeveyn eğitim durumunun, oy verme davranışına etkisi olduğu düşünülmüştür.

Yapılan analizlerde annenin eğitim durumunun ağırlıklı olarak (%34,3'lük oranla) ilkokul olduğu, babanın ise (%30,4'lük oranla) lise eğitimi olduğu karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma Bulguları

Bu araştırma kapsamında seçmenlerin oy verme eğilimlerinin söylemden etkilenip etkilenmediğini, oy verme eğiliminde hangi faktörlerin etkili olduğunun tespit edilmesi ve hangi söylemlerin demografik değişkenlere göre fark gösterip göstermediğini analiz etmek için sırasıyla faktör analizi, korelasyon analizi ve tanımlayıcı fark analizleri uygulanmıştır.

Faktör Analizi

Yapılan faktör analizlerinde söylemlerin (KMO = 0,788 ve Bartlett testi 0,000 seviyesinde) varyansının yaklaşık yüzde 30'unun 2 faktör tarafından açıklandığı ortaya çıkmıştır. Birinci faktörün ($\alpha = 0,7519$) içeriğinde türbanla ilgili yapılmak istenen düzenlemeler, Ergenekon süreci, 1 Mayıs olayları, İsrail Filistin çatışması ve iktidar partisinin yaptığı seçim yardımları gibi etmenler yer almaktadır. Bundan dolayı, birinci faktöre “demokrasi odaklı söylemler” adı verilmiştir. İçeriğinde Türkiye Cumhuriyeti'nin bütünlüğü, cumhuriyetçilik anlayışı ve Türkiye'nin barış politikası gibi etmenlerin yer aldığı ikinci faktör ise varyansın yaklaşık olarak yüzde 12'sini açıklamaktadır ($\alpha = 0,7009$). Türkiye'nin birlik ve bütünlüğüyle ilgili söylemlerden oluştuğu için de ikin-

ci faktör “birlik odaklı söylemler” olarak adlandırılmıştır (Bkz. Tablo 1).

Korelasyon Analizleri

Yapılan korelasyon analizleri sonucunda bir dizi anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Kardeş sayısı arttıkça AKP söylemlerine katılım artmakta; CHP söylemlerine katılım ise azalış göstermektedir. AKP'nin söylemleri “birlik odaklı söylemler” ile pozitif yönde anlamlı bir ilişki içinde iken, “demokrasi odaklı değerler” ile negatif yönde ilişki içerisindedir. CHP'nin söylemleri ise AKP'nin tersine, “demokrasi odaklı söylemler” ile pozitif yönlü kuvvetli ilişki içerisinde olup, “birlik odaklı söylemler” ile orta seviyede pozitif ilişki içerisindedir. Bu demek oluyor ki; AKP politik söylemlerinde Türkiye'nin bütünlüğü ve iç barış gibi konularla ön plana çıkarırken, CHP demokratikleşme, sendika hakları ve bireylerin özgürlüğü gibi temel konulardan bahsetmektedir.

Bir diğer anlamlı ilişki, her iki parti- nin hükümet politikalarına ilişkin tutumları ve Türkiye'nin genel durumuna ilişkin tutumları arasındadır. AKP söylemleri ile hükümet politikalarına ilişkin tutum arasında negatif anlamlı bir ilişki söz konusu iken; AKP söylemleri ile Türkiye'nin genel durumuna ilişkin tutumlar arasında da pozitif yönlü anlamlı bir ilişki mevcuttur. CHP söylemleri ile hükümet politikalarına ilişkin pozitif yönlü anlamlı bir ilişki söz konusu iken; CHP söylemleri ile Türkiye'nin genel durumu arasında negatif yönlü bir ilişki mevcuttur (Bkz. Tablo 2).

Tablo 1: Faktör Analiz Tablosu

POLİTİK SÖYLEM FAKTÖRLERİ:	Faktör Varyansı	Faktör Ağırlığı	Alfa (%)
Faktör 1: Güncel söylemler (Demokrasi odaklı söylemler)	16,660		0,7519
21 - Üniversitelerde türbanla ilgili yapılmak istenen düzenleme, anayasanın temellerini sarsacak niteliktedir.		,696	
7 - Ergenekon soruşturmaları kapsamında yaşananlar şahsi bir hesaplaşma değil, Cumhuriyet’le hesaplaşmadır. Cumhuriyet’in temel ilkeleri hedef alınmakta ve Cumhuriyet’i savunanlara gözdağı verilmektedir.		,668	
23 - Sendikalar ve işçiler iyi niyetlidir ve iş birliği anlayışındadır. 1 Mayıs’ı barış ve uyum günü olarak değerlendirmekte, saldırganlık sergilememektedirler.		,654	
22 - İsrail-Filistin çatışması, Türkiye iç siyasetinde istismar malzemesi olarak kullanılmaktadır.		,634	
11 - Bu ülkede aklın, ilmin, tecrübenin iflas ettiği bir dönem yaşanmaktadır.		,602	
10 - Tunceli’de halka beyaz eşya dağıtımı yardımseverlik sayılamaz. Harcanan bu paranın daha derli toplu kullanılması ve gerçek ihtiyaçlara çare olacak şekilde değerlendirilmesi doğru olacaktır.		,508	
18 - 1 Mayıs’ta Taksim’e yönelik yasaklamalar 12 Eylül anlayışının telafidir		,496	
Faktör 2: Yapısal söylemler (Birlik odaklı söylemler)	12,732		0,7009
25 - Türkiye Cumhuriyeti’ne yapılan her haksızlık hepimizi rencide eder. Buna tepki gösterilmesi doğaldır.		,697	
24 - Başlı açık olanla da, başlı örtülü olanla da hep birlikte Türkiye Cumhuriyeti’ne, Türkiye’nin ulusal, milli bütünlüğüne ve Mustafa Kemal Atatürk anlayışına sahip çıkacağız.		,689	
29 - Yargı sürecine kimsenin müdahale etmemesi gerekir, hukuka herkes saygı duymalıdır		,594	
28 - Türkiye, çoğunluğu Müslüman olan bir toplumun, laik bir devlet düzeni içinde yaşamayı başardığı bir ülkedir.		,592	
30 - Türkiye, barışı yaygınlaştırmak ve egemen kılmak için gayret eden bir ülkedir.		,547	

Tablo 2: Korelasyon Analiz Tablosu

	Yaş	Kardeş Sayısı	AKP Söylemleri	CHP Söylemleri	Tutum1	Tutum2	Demokrasi Odaklılık	Birlik Odaklılık
Yaş	1							
Kardeş Sayısı	,047 ,239	1						
AKP Söylemleri	,043 ,281	-,147**	1					
CHP Söylemleri	,011 ,782	,223**	,047	1				
Tutum1	-,006 ,881	,255**	-,170**	,885**	1			
Tutum2	,061 ,122	-,213**	,833**	-,217**	-,380**	1		
Demokrasi Odaklılık	-,004 ,926	,250**	-,171**	,876**	,967**	-,369**	1	
Birlik Odaklılık	-,005 ,907	-,109**	,666**	,133**	-,128**	,626**	-,144**	1

Tablo 3-1: Regresyon Analiz Tablosu-1

MODEL	R ²	ΔR ²	P _{ΔR²}	F	ΔF	P _{model}	MODEL	β	t	P
1. AŞAMA	.815	.815	.000	1385,656	1385,656	.000				
							AKP söylem	-.213	-12.396	.000**
							CHP söylem	.888	51.692	.000**

Bağımsız değişken: AKP söylem, CHP söylem
Bağımlı değişken: Demokrasi odaklılık

Tablo 3-2: Regresyon Analiz Tablosu-2

MODEL	R ²	ΔR ²	P _{ΔR²}	F	ΔF	P _{model}	MODEL	β	t	P
1. AŞAMA	.455	.455	.000	662.005	662.005	.000				
							AKP söylem	.662	22.429	.000**
							CHP söylem	.104	3.510	.000**

Bağımsız değişken: AKP söylem, CHP söylem
Bağımlı değişken: Birlik odaklılık

Regresyon Analizleri

Yukarıda yer alan Tablo 3-1, bize “demokrasi odaklılık” değişkeninin öncelinde hangi faktörlerin yer aldığını göstermektedir. AKP söylemine katılanların, demokrasi odaklılığı olumsuz yönde ($\beta = -0,213$), CHP söylemlerine katılanların ise olumlu yön-

de ($\beta = 0,888$) olduğu bulgulanmıştır. Tablo 3-2’deki analiz ise “birlik odaklılık” değişkeninin öncelindeki faktörleri göstermektedir. Birlik odaklılık, AKP ($\beta = 0,0662$) ve CHP ($\beta = 0,104$) söylemlerine katılım ile ön görülmektedir.

Tanımlayıcı Fark Analizleri

Bu bölümde, katılımcıların okudukları gazeteler, oy verdikleri partiler ve siyasi söylemlere ne derece katıldıkları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırmanın içeriğine uygun olarak, gazete ve partilerin siyasi duruşları, “sol uç”tan “sağ uç”a uzanan beş farklı kategoride gruplanmıştır.

Bu gruplama yapılırken, literatürde yer alan sağ ve sol kavramları incelenmiştir. Maviöglü’na (2004) göre, “sol” kavramını Marksist ideolojiden, batı demokrasisine kadar büyük bir çerçevede tanımlamak mümkündür. Maviöglü (2004), çağdaş ve modern sol olmanın, dünyada en genel anlamda ‘liberalizme insani bir çehre kazandırmak’ biçiminde algılandığını; kapitalizm ve emperyalizmi sorgulamak yerine sistemi kabul ederek ehlileştirme önerdiğini ifade etmektedir. Ateş (2009)’ın bahsettiği sol ise; bir ülkedeki ekonomik, toplumsal ve siyasal düzeni, daha geniş kitleler lehine değiştirmek istemektedir.

Marksist uç solun Türkiye’deki siyasi partiler arasında temsilcisi bulunmamasıyla birlikte Özgürlük ve Dayanışma Partisi (ÖDP), İşçi Partisi (İP), Türkiye Komünist Partisi (TKP), Emek Partisi (EMEP) ve Demokratik Toplum Partisi (DTP) gibi partiler siyasal iletişimini eşitlik, işçi hakları gibi kavramlar üzerinden yapması dolayısıyla, bu araştırmada, sol uç partiler olarak konumlanmıştır. İsmet İnönü’nün CHP için ortaya attığı ve 1960’lı yıllarda ortaya çıkan ‘ortanın solu’ anlayışı, günümüzde CHP ve DSP için geçerliliğini korumaktadır. Buna dayanarak, araştırmamız için, CHP ve DSP sol partiler olarak kategorileştirilmiştir. Partilerin siyasal iletişimi ve uyguladıkları politikaları dolayısıyla ağırlık merkez partilerdedir. Anavatan Partisi, Doğru Yol Partisi ve Ak

Parti merkezde konumlanmıştır.

Sağ görüş ise, kişilerin ilkelerine ve düşüncelerine sıkı sıkıya bağlı olma durumu ve bunlardan vazgeçmemek konusunda ısrarcı olmaları hali olarak tanımlanmaktadır (Güldü ve Dönmez, 2002). Braungart (1986)’a göre sağ görüşe mensup kişilerin en büyük korkuları arasında sosyalizmin olduğu görülmektedir. Marchand ve Cassagne (1997) bu görüşü desteklemekle birlikte, sağ görüşe mensup kişilerin muhafazakâr ilkelere dayanan yeni bir dünya düzeni planladıklarını da eklemektedirler (Bkz. Güldü ve Dönmez, 2002). Bu tanımlar doğrultusunda, Büyük Birlik Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi orta sağda yer alan partiler olarak ele alınmaktadır. Saadet partisi ise sağ uç olarak konumlanmıştır.

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda, “akıl ve ilmin iflas ettiği” söylemi, gazete kategorilerine göre anlamlı farklılık göstermektedir (p-değeri= 0,000). Uç sol (%68,8), sol (%87,6), merkez (%77,7) ve uç sağ (%75,0) olarak tanımlanan gazeteleri tercih edenler, “akıl ve ilmin iflas ettiği” söylemine katılmakta, orta sağ olarak tanımlanan gazeteleri okuyanlar ise katılmamaktadırlar (%62,8). Orta sağ gazetelerin, hükümet yanlısı politikaları desteklediği göz önünde bulundurulduğunda bu ifadeye katılmamaları anlamlılık göstermektedir. Öte yandan bu söyleme katılımı cinsiyete göre farklılık da tespit edilmiştir.

Bütün gazete okuyucuları, devletin, bireye inanç özgürlüğü sağlaması gerekliliğinde hemfikirdir. Ancak, “Başı açık olanla da, başı örtülü olanla da, hep birlikte, Türkiye Cumhuriyeti’ne, Türkiye’nin ulusal, milli bütünlüğüne ve Mustafa Kemal Atatürk anlayışına sahip çıkacağız” ifadesine katılım, farklı gazete karakterlerine göre anlamlı farklılık göstermiştir (p-değeri= 0,038). Sağ

kesim bu ifadeye, sol eğilimli ve merkezdeki kesimlerden daha yüksek oranda katılmıştır. Bir diğer deyişle, sağ kesim, toplumun başörtülü ve başı açık kesimi arasındaki bütünleşmeyi, diğer kesimlere göre daha fazla desteklemektedir.

Seçim yardımlarının sosyal devlet ilkesi gereği olarak yapıldığı yargısı için gazete karakterine göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir (p-değeri= 0,002). Seçim yardımlarını destekleyen kitlelerin orta sağ ve uç sağda yoğunlaştığı bulunmuştur. Hkmet, son seçimlerden önce sosyal yardım kampanyaları düzenlemiştir. Bu bağlamda hükümet yanlısı partileri tercih edenlerin, sağ ve uç sağ kesimler ile yakınlığı dşnldğinde, bu politikanın destek görmesi anlam taşı-maktadır.

1 Mayıs'a yönelik yasaklamalara ilişkin söylem ile gazete karakteri arasında da anlamlı ilişki bulunmaktadır (p-değeri= 0,003). 1 Mayıs gösterilerine yönelik yasaklamaların anti zgrlk olduğunu düşünenlerin oranı, uç soldan (%87) uç sağa (%58) doğru düşüş göstermektedir.

Ergenekon'un Cumhuriyet'e karşı bir sa-vaş olduğunu düşünenler ile okunulan gazeteye göre anlamlı fark tespit edilmiştir (p-değeri= 0,000). Ergenekon'un, Cumhuriyet ile savaş olduğunu düşünenler orta sol ve merkezde yoğunlaşmaktayken; uç sol, orta sağ ve uç sağ gazete okuyucuları belirgin bir oranla bu yargıya karşı tavır sergilemektedir.

Cinsiyete göre yapılan fark analizlerinde, orta sola (CHP yüzdesi ağırlıklı) oy verenlerin %70'i kadın, merkezde yer alan partilere (AKP oy yüzdesi ağırlıklı) oy verenlerin %60'ı erkektir. Bu profile bakıldığında, erkeklerin kadınlara göre daha muhafazakâr bir siyasi eğilime sahip olduğu söylenbilir.

Gazete kategorilerinin dağılımı incelen-diğinde, büyük çoğunluğun (%65) merkezde yer alan siyasi eğilimli gazeteleri okudukları ortaya çıkmıştır. Orta sağda yer alan gazete okurlarının %52'si, AKP'nin de içinde yer aldığı merkez parti grubuna oy vermiştir. Bu, sağ eğilimli gazetelerin, hkmete paralel bir yayın politikası benimsediklerini ortaya koymaktadır.

Seçmenin okuduğu gazete ile oy verdiği parti arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (p-değeri= 0,000). Gelecek seçime ait oyların yüzdelere bakıldığında en fazla oyun orta sola (CHP ve DSP) verileceği görülmektedir. Bu oy yüzdesini sırasıyla merkez ve orta sağda yer alan partiler takip etmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Araştırma göstermektedir ki; söylemler, seçmen kitlenin siyasi eğilimlerine etki etmektedir. Siyasi eğilimleri şekillendiren söylemlerin, kitlelere ulaştırılmasında medyanın önemli bir rolü vardır. Medya, siyasi odak ve seçmen arasındaki iletişimi, yeniden yarattığı ve aktardığı söylemler aracılığıyla gerçekleştirmektedir.

Araştırma, bir sonraki genel seçimlere dair konsantre bir tablo çıkartmaktadır. Merkez eğilimli gazeteleri okuyan kitle, bir sonraki seçimde oylarını orta sol partilere vereceğini ifade etmiştir. Bir başka deyişle, 2011'de gerçekleşmesi beklenen seçimde, merkez partilerden orta sola doğru bir kayma eğilimi tespit edilmiştir. Dolayısıyla, merkez tanımı, AKP'nin de içinde bulunduğu parti grubu yerine orta solda konumlanan CHP ve DSP'yi içerecek biçimde değişim göstermiştir. Sol uçta konumlanan gazete okurlarının büyük çoğunluğu, oylarını sonraki seçimde orta sola yönelmeyi

düşünmektedirler. 2011 seçimine ilişkin oy profili, iki farklı yaklaşımla yorumlanabilir. Bunlardan birincisi, CHP'nin; işçi hakları, türban meselesi, Ergenekon ve inanç özgürlüğü gibi toplumsal konulardaki söylemlerinin onu merkeze taşıdığı yönündedir. Bir diğer yaklaşım, orta sol partilerin söylemlerinin onları daha sol bir kimliğe çektiği yönündedir.

Son dönemde demokrasi ve eşitlik gibi kavramlara vurgu yapan AKP, iktidarda olduğu dönem boyunca “merkez partisi” algısı üzerinden söylem geliştirmekteydi. Yapılan araştırmada görülmektedir ki; merkez eğilimli gazete okuyucuları gözünde, AKP'nin ağırlığını oluşturduğu merkez partilerin, 2011 seçimlerinde alacakları oy oranı yüzde on'un altında kalmaktadır. Araştırmada ön görülen bu oy kaybı, 2002 seçimleri itibarıyla merkezi hedef alan politika güden AKP'nin, 2011 seçimi için kendisini yeniden “orta sağ”a konumlandıracağına işaret etmektedir. Ancak bu sonuçlar yorumlanırken uç soldan orta sağa kadar olan seçmen kitlenin büyük bir kısmının siyasi eğilimine dair bazı belirsizlikler olduğuna da dikkat etmek gerekmektedir. Bu grup, ya oy vereceği partiyi belirlemedi ya da oy vermeyi düşünmeyen kesimi oluşturmaktadır.

Gelecek araştırmalarda, “Kürt Açılımı” ve “Kapatma Davası” ile gündeme gelen DTP ile karşıt görüşlü olan MHP'nin söylemlerinin de incelenmesi, araştırmanın geliştirilmesi ve devamlılığı açısından önem arz etmektedir. 2009 yılına damgasını vuran ekonomik krizin siyasi partiler nezdindeki söylemlerinin, 2011 yılında yapılması beklenen genel seçimdeki siyasi eğilimi etkileyeceği düşünülmektedir. Bu durum, her ne kadar Keyman (2003) ve Sencer (1974) gibi isimlerin öne sürdüğü ‘oy verme davranışının ekonomik etmenlerden kaynaklandığı’

görüşüne işaret ediyor gibi görünse de; asıl vurgulanması gereken, ekonomik anlamda iniş çıkışların yaşandığı dönemlerde siyasi partilerin ekonomiye doğrudan veya dolaylı olarak vurgu yapan söylemleridir. Bu sebeple, bir sonraki araştırmada siyasi partilerin krize dair söylemlerinin incelenmesi büyük bir önem kazanmaktadır.

Kaynakça

Anolli, Luigi, Zurloni, Valentino ve Riva Giuseppe (2006). “Linguistic Intergroup Bias in Political Communication”. **The Journal of General Psychology**. 133: 237–255

Ateş, Toktamış (2008). “CHP ve Sol” <http://www.timeturk.com/Toktamis-Ates-CHP-ve-sol-6228-yazisi.html>

Bartolini Stefano ve Peter Mair (2007). **Identity, Competition and Electoral Availability: The Stabilization of European Electorates**. Cambridge: Cambridge University Press.

Cohen, Erik. (1966) “Progress and Communitarity: Value Dilemmas in the Collective Movement”. **International Review of Community Development**, 15/16: 3–18.

Ercins, Gülay (2007). “Türkiye’de Sosyo-Ekonomik Faktörlere Bağlı Olarak Değişen Seçmen Davranışı” **C.Ü İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi** 8/2:25–40

Farclough, Norman (1995). **Discourse and Social Change**. Cambridge: Polity Press.

Gomez, Brad T. Ve Wilson J. Matthew (2001). “Political Sophistication and Economic Voting in the American Electorate” **American Journal of Political Science** 45/4:899–914

Güldü, Özgür ve Dönmez Ali (2002). “Aşırı

Uçlarda Siyasal Tutumlara Sahip Üniversite Öğrencilerinin Bazı Psikolojik Değişkenler Açısından Karşılaştırılması.” **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, 35/1–2:129–142

Kam, D. Cindy (2005). **Political Campaigns and Open-Minded Thinking**. California: University of California.

Keyman, E. Fuat (2003). “Türkiye’deki Politik Deprem: AKP Hükümetinin Bir İncelemesi” http://www.stradigma.com/turkce/ekim2003/makale_02.html

Kress, G. (1985). *Ideological Structures in Discourse*. Van Dijk (haz.) içinde Handbook of Discourse Analysis. vol. 4. London: Academic Press.

Lou, Richard R. ve Sears, David O (1990). **Political Cognition** Hillsdale, NJ: Erlbaum

Association.

Mavioğlu, Ertuğrul (2004). “Modern sol sisteme ait.” <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=112357>

Maxwell E. McCombs ve Donald L. Shaw (1972). “The Agenda Setting of Mass Media” **The Public Opinion Quarterly** 36/2:176-187

Peterson, David (2005). “Heterogeneity and the Certainty in the Candidate Evaluations” **Political Behavior**. 27/1: 1-24

Powell, L (1977). “Voting Intention and the Complexity of the Political Images: A pilot study.” **Psychological Reports**, 40:243–246

Sencer, Muzaffer (1974). **Türkiye’de Sınıfsal Yapı ve Seçmen Davranışları**. İstanbul: İstanbul.