

## İkna Edici İletişimde Siyasal Mesaj Tasarımı: 43. Muhtarlar Konuşması Örneği<sup>(\*)</sup>

Kübra GÜRAN YİĞİTBAŞI<sup>(\*\*)</sup>

**Öz:** Siyasal mesajların ana hedefi, mesajın alıcısı olduğu düşünülen, genellikle seçmen kimliğine sahip birey ve grupları ikna etmektir. Bu hedefe ulaşmak siyasal davranışın temel motivasyon kaynağıdır. Bu nedenle siyasal iletişim çalışmalarında gerek kuramsal açıdan, gerek de uygulamayla ilişkili olarak ikna konusu oldukça yoğun araştırmalara konu olmuştur. Buradan hareketle, çalışmada ikna edici siyasal mesajların seçmen kitlesini nasıl ikna ettiği ele alınmıştır. Çalışmada Motivasyonel İkna Kuramları'ndan biri olan Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı üzerinde durularak, söz konusu kuramın ikna edici mesajlar ekseninde Türk siyasal hayatında örneklenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede önce ikna kavramı hakkında; daha sonra da motivasyonel ikna kuramları üzerinde durulmuştur. Çalışmanın devamında araştırmanın temel dayanağı olan Motivasyonel İkna Kuramları'ndan bir olan Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı detaylı olarak incelenmiştir. Son olarak Cumhurbaşkanı'nın 43. Muhtarlar Konuşması örneklem alınarak, ikna edici mesajlar ekseninde analiz edilmiştir. Sonuç olarak konuşmada, Maslow'un kuramındaki tüm basamak ve aşamalara sırasıyla gönderme yapıldığı, ikna edici bir unsur olarak muhtarların farklı ihtiyaçlarına farklı konularla seslendirildiği belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İkna, siyasal mesaj, motivasyonel ikna kuramları, Maslow.

### Political Message Design in Persuasive Communication: Examination of 43rd Presidential Speech to Town Mayor's

**Abstract:** The primary aim of political messages is to persuade individuals and groups with voter identity who are generally considered to be recipients of the message. Achieving this goal is the main motivation for political behavior. Therefore, persuasion both theoretically and practically has been a major field of study in political communication studies. With this in mind, this study examines the persuasive ways of convincing a mass of voters. Among the many Motivational Persuasion Theories, Maslow's Hierarchy of Needs Theory was chosen to exemplify particularly persuasive messages in the Turkish political life. For aforementioned purpose a thorough examination of concept of persuasion followed by analysis of Motivational Persuasion Theories has been completed. Furthermore one of the mainstream persuasion theories Maslow's Hierarchy of Needs Theory has been examined in detail. Finally, in accordance with persuasive message techniques President's 43rd Conference Speech to Town Mayor's of the entire nation has been analyzed. (Muhtar - Referred as town mayor- the elected head of a village or of a neighborhood within a town or city). As a result, it has been determined that Maslow's theory is referred to in all stages and stages in sequence, and as a persuasive element, different needs of the mayors were addressed.

**Keywords:** Persuasion, political messages, motivational persuasion theories, Maslow.

<sup>\*</sup>) Bu makale yazarın doktora tezinin kuramsal kısmı temel alınarak üretilmiştir.

<sup>\*\*</sup>) Dr.Öğr.Üyesi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, (e-posta: kubraguran@hotmail.com)

**Makale Geliş Tarihi: 18.02.2018**

**Makale Kabul Tarihi: 20.03.2018**

## **I. Giriş**

İletişim, Aristo tarafından “*ikna etmenin bütün uygun anlamları*” şeklinde tanımlanırken; ikna kavramı, “*kanaat ettirme, kanaat verebilme; kandırma, razı etme, inandırma*” şeklinde tanımlanmaktadır (Yüksel, 2005, s.4). İkna günümüzde pek çok farklı alanda, insanlarda bazı değişimleri sağlamak amacıyla, özellikle kitle iletişim araçlarının da etkisiyle birlikte çalışılan bir konudur.

İkna; hem rasyonel, hem de irrasyonel boyutta gerçekleşebilmektedir. Bunu sağlamak için değişik rasyonel argümanlar kullanılabilirdiği gibi, duygusal boyutta bir takım değerler aracılığıyla herhangi bir mantığa dayanmadan da tutum değişikliği sağlanabilir. Örneğin Sokratçı tipte bir diyalogda, katılımcılara mantıklı kanıtlar sunulduğunda ikna sağlanabilir. Öte yandan, duygusal bir çağrı da insanlar üzerinde etkili olabilmektedir. Bununla birlikte, genel olarak ikna edici çağrılarının pek çoğunun niyeti, davranışta bir değişiklik olarak gözlemlenebilen harekete veya eyleme neden olmaktır (Jamieson, 1996, s. 215).

İkna edici iletişimde, iknanın niyet boyutu da göz önünde tutulmalıdır. Bir siyasal parti, bir yandan eski seçmenlerinin güvenlerinin devamını isterken; öte yandan kendisine oy vermeyen seçmenlerin oy desteğini de istemek durumundadır. Burada ikna, aynı zamanda hem davranış değişikliğine neden olmak, hem de istenmeyen yönde bir değişiklik olasılığına karşı eski tutumları pekiştirmek niyeti ile desteklenir. Bu amaçla, ikna edici iletişimde genellikle bir şeyin şimdiki durumu ve gelecekte ne olabileceğine ilişkin bağ kurularak, ikna edicinin tanımladığı belirli bir niyetle birlikte bu ilişkilendirme alıcıya yansıtılır.

İkna edici iletişim süreci sırasında kişinin kognitif (bilişsel) dünyasında tutum değişimini getirecek süreçler iş başındadır. Kampanyalar, yürüyüşler, toplantılar, medya içerikleri veya konferanslar yoluyla bu süreçler işletilmektedir (Arkonaç, 2008, s.150) Bu süreçler boyunca da ikna edici iletişimin üç farklı amacı ya da sonucu olabileceği düşünülmektedir (Kağıtçıbaşı,2004, s. 180): Bunlar; alıcıda yeni bir tutum geliştirmek, alıcıda var olan tutumu pekiştirmek, tutumun şiddetini arttırmak ve alıcının var olan tutumunu değiştirmektir.

İkna kavramı ve ikna süreci üzerinde çok çeşitli disiplinlerce oldukça ciddi ve yoğun çalışmalar yapılmıştır. Özellikle günümüzde siyasal iletişim alanında, seçmenlerin düşünce ve davranışlarını istediği yönde değiştirmeyi amaçlayan siyasetçiler açısından ikna konusu giderek daha da önem kazanmaktadır.

## **II. Motivasyonel İkna Kuramları**

Motivasyon ve ikna konuları, tıpkı iletişim ve siyaset gibi, ayrı konu başlıkları olarak görülse de, birbiriyle pek çok açıdan benzer yönleri bulunmaktadır. Motivasyon konusuna çoğunlukla psikologlar ve sosyal psikologlar ilgi duyduğundan bu konuda ilk

çalışmaları başlatanlar da bu alanda çalışanlar olmuştur. İkna konusu ile birlikte, insan davranışını denetim altında tutma ve onu yönlendirme odak noktası olmuştur.

XX. Yüzyılın başlarından ortalarına doğru gelindiğinde, ekonomik alanda yaşanan değişim ve gelişmeler, işletmeciler ve yöneticilerin motivasyon konusuna çok daha yoğun biçimde ilgi duymalarına yol açmıştır. Bu ilgi o kadar yoğundur ki, motivasyon konusu neredeyse, işletme/yönetim alanındakilerin tekelinde gibidir. (Anık, 2000, s. 27-28)

İkna konusuyla Aristo'nun Retorik'inden bu yana, birçok filozof ya da düşünür ilgilenmiştir. Aristo, iletişimsel olanla politik olanın birliğine gönderme yaparak; *"Atina'da yaşayan yurttaşların "ortak iyi"lerini yeniden tasarlayabilmelerinin tek yolunu iknaya dayalı konuşma tekniklerinin geliştirilmesinde görür."* (Köker, 2007, s. 84).

Toplumsallaşma, kültürlenme, eğitim gibi konuların da aslında bir tür ikna olduğu düşünülürse, iknaya katkısı olabilecek birçok disipliner çalışmanın ortaya konmuş olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bununla birlikte; psikoloji, sosyal psikoloji ve diğer bazı disiplinler, ikna konusuna oldukça ciddi katkılar sunacak potansiyeli içermektedir.

Carl Hovland ve arkadaşları, ikna edici iletişim üzerine sosyal psikologlarca yapılan ilk sistematik incelemeleri Yale Üniversitesinde "İletişim ve Tutum Değişimi Programı" adı altında başlatmışlardır. (Kağıtçıbaşı, 2004, s. 176).

Motivasyon, insan davranışlarının kökenindeki güçleri gözlemleyerek davranışa yön ve biçim verme şeklinde anlaşılmaktadır. Bir başka ifadeyle güdüleme ya da motive etme, *"örgütün ve bireylerin ihtiyaçlarını tatminle sonuçlanacak bir iş ortamı yaratarak bireyin harekete geçmesi için etkilenmesi ve isteklendirilmesi süreci"* diye tanımlanabilir" (Can, s. 157). Başka bir tanımda ise Tevruz ve Sürekli motivasyonun bir süreç olmasına vurgu yapmıştır: (Karatepe, 2005, s.3)

Genel olarak istek, arzu, hedef, amaç, ihtiyaç, dürtü, güdü gibi kavramları içeren ifadelerle anlatılan güdüleme, fizyolojik veya psikolojik yoksunluk ya da ihtiyaçla başlayan amaca yönelik bir davranış veya dürtüyü harekete geçiren, devam ettiren süreçtir.

Tanımlardan anlaşılacağı gibi kısaca güdülenme, *"bireyin içsel durumlarını açıklamaya çalışan fizyolojik ve psikolojik süreç"* (Tevruz, 1996, s. 40) olarak görülmelidir. Başka bir ifadeyle; gereksinim dürtüyü, dürtü güdüyü, güdü davranışı oluşturur. Bireyi davranışa iten bu içsel olayların tümü ise güdülenmedir (Ertürk, 2010, s.167).

Harekete geçirilmiş davranışa ise psikolojide güdü denir. Güdüler; belirli davranışların nedenini açıklayan dürtü veya itici güçlerdir. Bireyler, uyarılmış ihtiyaçlarını gidermek üzere harekete geçerler. Bireyin ortaya koyduğu davranış, bu ihtiyacı karşılayacak bir amaç ya da istek doğrultusunda olacaktır (Can, s. 157). Güdülerin önemli bir özelliği kişilere göre değişmesidir. Örneğin bir kişi için vatanseverlik çok önemli bir güdüyken ve vatanseverlik onu harekete geçirebilen bir güdüyken bir diğer kişi için aynı derecede güdüleyici olmayabilir (Yılmaz, 1999, s.53).

İnsanı davranışa iten güçler Cofer ve Appley'e göre, biyolojik ve zihinsel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Başlıca biyolojik itici güçler; heyecan (emotiton), zorlama (force), güdü (drive), içgüdü (insting) ve ihtiyaç (need)tr. En önemli zihinsel itici güçlerse; itki (urge), dilek (wish), duyu (feeling), içtepi (impulse), istek (want), çaba (strvink), tutku (desire), istenç (demand)dir. Bireyin yönelmiş olduğu çevresel varlıkla ilişki biçimi ise, varlığa yapılan göndermeye göre; niyet (purpose), ilgi (interest), tutum (attitude), çekim (aspiration), tasarı (plan), motiv, teşvik (incentive), amaç (goal), değer (value) gibi kavramlarla tanımlanmaktadır (Anık, 2000, s. 96-97). Şerif doyum, doyumsuzluk ve gereksinim kavramlarını örneklendirerek şöyle açıklamaktadır; (Şerif, 1985, s.97)

Duygusal bir gerilim taşıyan herhangi bir durumun gerektirdiği davranış doyum, gerekli bu davranışın yerine getirilmemesi ise doyumsuzluk doğurur. Sonuç olarak yiyecek, giyecek, barınak ve karşı cins gibi temel gereksinimler bizim için değerli olan şeylerin başında gelir. Psikolojik olarak, yiyecek bir kimseye açlığı oranında değerlidir. Bir adam adamakıllı bir yemek yiyip doyduktan sonra yiyecek onun için yine acıkıncaya kadar çok değerli bir şey olmaktan çıkar; eğer hala bir değer taşıyorsa bunun nedeni, açlığın gelecekteki giderilişine esas oluşturmasıdır. Doyum durumunda, gerilim durumlarında çok istek uyandıran şeylere kişi ilgisiz bir şekilde bakabilir.

Bilindiği gibi bireylerin davranışı onların istek ve amaçlarını yansıtır. Bireyin algı, düşünce, duyguları ve yeni alışkanlıklar kazanması faaliyetleri onu daima iten kuvvetlerle amaçlarının etkisindedir. Birey ihtiyaçtan doğan gerginliğinin giderilmesi ve amacın elde edilmesi için davranışta bulunur. Buna göre, davranışlar her zaman ihtiyaçlar ve amaçlar doğrultusundadır (İnceoğlu, 1985, s.4). İçinde bulunulan durumun gerektirdikleri, inançlar ve toplumsal alışkanlıklar da davranışları belirlemede etkilidir. Bunun yanı sıra bireyin istek ve hedefleri kendi içinde örgütlenmiş durumundadır. Örneğin, benliğin doyurulması, kendini gösterme ve kanıtlama isteğini para, itibar kazanma, iyi bir kimliğe sahip bir kurumda çalışma gibi istekler bir arada bu işlevi yerine getirmiş olurlar. (Varol, 1993, s.92). Öte yandan kişinin yaş, zeka ve eğitim düzeyi, fiziksel ve ruhsal özellikleri içinde yaşadığı toplum ve o toplumun kültürü ve yaşadığı çağ gibi kriterlere göre ihtiyaçları değişebilmektedir. Bundan dolayı insanların tümü için ihtiyaçların önemine göre sıralamasını yapmak güç görünmektedir (Ertürk, 2010, s.167). Bu durumda motivasyon sürecinin şu işlevleri gördüğü belirtilmektedir: (Özakpınar, 2000, s.193),

Motivasyon süreci önce bir hedef koyar. Bu, temel bir biyolojik ihtiyacı karşılamak hedefi olabileceği gibi sembolik düşünce planındaki bir sorunun çözümü de olabilir. Hedeften sonra davranışlar belirli bir yöne yönlendirilir. Davranışların sonuç bilgisine göre davranışlar değiştirilir, koordine edilir, düzeltilir ve bu durum hedefe ulaşıncaya kadar sürer. Hedefe ulaşıttan sonra organizmanın faaliyeti başka bir yöne doğru yönelir.

Görüldüğü gibi, motivasyon konusuyla ilgili çalışmalar ikna konusuna da derinlik ve yeni bakış açıları kazandırmaktadır. İkna edici iletişim ne kadar motive ediciyse hem iknada, hem de hedef kitlede istenen davranışı yaratmada o kadar etkili demektir.

Çalışmada siyasal davranışı “nelerin tetiklediği” ve bu davranışın yönelimlerinin “neyle ilişkili olduğu”na ilişkin olarak, motivasyonel ikna kuramları altında yer alan Maslow’un İhtiyaçlar Kuramı’na yer verilecektir.

### **III. Motivasyonel İknada İhtiyaç Kuramları**

İnsan ihtiyaçları bilindiği gibi çok çeşitlidir. Her insanda birbirinin aynısı bazı ihtiyaçlar olabildiği gibi, her insanda bir diğerinden çok farklı iç istekler ve umutlar da olabilir. Kısaca tüm bu arzu, ihtiyaç, korku ve umutlar insanı harekete geçiren ve hareketlerinin yönünü belirleyen önemli etkenlerdir (Eren, 2001, s.492-493). Güdüleme, bireyi belirli bir amaç doğrultusunda harekete geçiren güç anlamına gelmektedir. Bireyde var olan güdüler birbirini tamamlar ya da biri diğerinin gücünü azaltarak birbirlerine etki ederler.

İnsan ihtiyaçları incelenirken, bu ihtiyaçlar çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmuştur. Birinci derecede temel ihtiyaçlar ve ikinci derecede tamamlayıcı ihtiyaçlar olarak genel bir sınıflandırma yapılabilir (Eren, 2001, s. 495). Çalışmanın ekseninde yer alan Maslow’un kuramında da diğer ihtiyaç kuramlarında da bireylerin ihtiyaçlarını hiyerarşik olarak sıralayarak ya da bireyin harekete geçmesindeki etkilerini değerlendirerek kapsamlı katkılar sağlamışlardır.

### **IV. Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı**

İhtiyaç eksenli en önemli kuramlardan biri olan Abraham Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı, 1940’ların ortalarından sonra ve 1950’li yıllarda klinik psikoloji alanında ortaya konan bir kuramdır. 1960’lardan itibaren örgütlerde insan davranışlarının önem kazanması, Maslow’un kuramına yaygın biçimde ilgi duyulmasına yol açmıştır (Anık, 2000, s.98).

Maslow klinik gözlemlerine dayanarak, insanlarda hangi temel gereksinimlerin bulunduğunu belirlemiştir. Bu temel ihtiyaçları Maslow, şöyle belirtmektedir: (Karatepe, 2005, s.9)

- 1.Fizyolojik İhtiyaçlar
- 2.Güvenlik İhtiyaçları
- 3.Sevgi (yakınlık) İhtiyaçları
- 4.Saygınlık İhtiyaçları
- 5.Kendini Gerçekleştirme İhtiyaçları

Pek çok kuramcının, insan güdülerinin öğrenilerek ya da tecrübeyle edinildiği düşüncesine karşı Maslow, bu güdülerin doğuştan insanlarda bulunduğuna inanmaktadır (Can, 1985, s. 47). Maslow’un bu hiyerarşik sınıflandırmasına göre, fizyolojik ihtiyaçlar özellikleri nedeniyle temel ve ilkeldirler. Kısaca, birey bu beş ihtiyacı aynı anda üst

basamaktaki ihtiyaçların etkisine girebilecektir (Eren, 2001, s.497). İhtiyaçlar hiyerarşisinde Maslow'un iki temel önermesi vardır. Bunlar:

-Bireyler, ihtiyaçlarını tatmine istekli ve hissettiğinde önceliği fizyolojik ihtiyaçlarını gidermek olacaktır. Ancak bu gruptaki ihtiyaçlarını giderdiğinde bir bu yönde talepleri olan varlıklardır.

-Bireylerin ihtiyaçları belirli bir hiyerarşiye sahiptir ve bu ihtiyaçlar evrensel boyutludur. Buna göre alt seviyedeki bir ihtiyaç karşılandığında üst seviyedeki diğer bir ihtiyaç devreye girer. Maslow'un kuramının önemi bu önermelerinden kaynaklanmaktadır (Anık, 2000, s.98).

Kurama göre, ihtiyaçlar tatmin edilmediği ölçüde organizmada bir gerilime yol açacaktır. Söz konusu bu gerilim en fazla fizyolojik ihtiyaçların tatmin edilmemesi durumunda ortaya çıkar ve gerilimin şiddet ve miktarı her bir üst basamağa çıktıkça azalır (Dereli,1981, s.192-193).

İnsan davranışlarının ihtiyaçtan kaynaklandığını iddia eden Maslow'un kuramının iki temel özelliği, özetle ihtiyaçların hiyerarşik olarak sınıflandırılması ve bu ihtiyaçların insan davranışları ile ilişkilendirilmesidir. Wahba ve Bridwel'e göre Maslow, kuramının bu iki özelliğini, yoksunluk (deprivation) ve çekicilik (gratification) kavramlarıyla açıklar. Ona göre birey, hiyerarşik olarak hangi aşamadaki ihtiyaçtan yoksunsa, bireyde o ihtiyacın tatmini baskındır. Baskın ihtiyacın tatmininden sonra onun üzerindeki ihtiyaç baskınlaşır (Anık, 2000, s.98). İhtiyaç hiyerarşisine göre, tatmin edilen bir ihtiyaç artık bireyi güdüleyici olmaktan çıkar ve bu durumda bir üstteki ihtiyaç birey için güdüleyici olabilir (Tevrüz, 1996, s. 36). Böylece bireyde yoksunluk hissi yaratan ihtiyacın çekiciliği, bireyi sürekli etkin kılar ve davranışa motive etmiş olur. Öte yandan hiyerarşinin en üst basamağındaki ihtiyaçlar süreklilik ve kendi kendini besleme özelliği gösterir. Bu tür ihtiyaçlar giderildikçe daha da güçlenerek karşılanması gereken ihtiyaçlar olarak kendini göstermektedir (Varol, 1993, s.102).

#### **A. Fizyolojik İhtiyaçlar**

Hiyerarşinin en alt düzeyinde yer alan bu ihtiyaçlar bilindiği gibi, bireyin yaşamının devamı için tatmin edilmesi gereken en temel ihtiyaçlardır. Nefes alma, açlık, susuzluk, uyku, cinsellik, dinlenme, annelik, faaliyette bulunma, soğuğa sığa duyarlılık gibi temel ihtiyaçlar, bunlara örnektir. Fizyolojik ihtiyaçlar en az seviyede bile tatmin edilmediklerinde birey hayatını devam ettiremeyeceğinden biyolojik yaşamın sürekliliği için aciliyetle giderilmesi gereken ihtiyaçlardır (Eren, 2001, s.497). Bu ihtiyaçlar birbirlerinden bağımsızdır. Örneğin açlık ihtiyacını karşılayan bir kişi dinlenme ihtiyacını da karşılamış olmaz. Bunların bir diğer ortak özelliği de tatmin edildiklerinde büsbütün yok olmayıp, belirli bir süre sonra tekrarlanmalarıdır. Fizyolojik ihtiyaçlarını tam anlamıyla tatmin edemeyen toplumlarda, daha üstteki ihtiyaçları tatmin yönünde bir çaba ya da faaliyet olması beklenemez. Buna göre bireylerin ve toplumların motivasyonu için öncelikle fizyolojik ihtiyaçların karşılanması gereklidir. Ancak ondan sonra ikna söz konusu olabilir (Anık, 2000, s.99).

### B. Güvenlik İhtiyaçları

İnsanlar fizyolojik ihtiyaçlarını her zaman tatmin ettiği ve biyolojik yaşamını her türlü tehlikeden sürekli olarak uzak tutmayı başardığı ölçüde huzurlu olacaktır. Bu ihtiyaçlar, tehlike, yoksunluk ve tehditleri savuşturma amaçlıdır (Eren, 2001, s.497). Fizyolojik ihtiyaçların tatmininden sonra, güvenlik ihtiyaçlarının çekiciliği artarak bu ihtiyaçlar etkisini gösterir. Bunlara örnek olarak çevresel tehlikelerden korunma, çocuğun ebeveynlerince korunması, tehdit ve baskı altında olmama, dayanışmaya girme ve yardım görme gibi ihtiyaçlar gösterilebilir. Güvenlik ihtiyaçları, karşılandığı sürece yoksunluk yaratmaz (Anık, 2000, s.99).

### C. Mensubiyet (Ait olma) İhtiyaçları

Fizyolojik ihtiyaçları ile güvenlik ihtiyaçlarını karşılamış bir insanda ağırlık kazanan ihtiyaç, mensubiyet (ait olma) ihtiyacıdır. Başka insanlarla bir arada olma, şefkat görme-gösterme, sevme-sevilme, bir sosyal gruba ait olma, karşılıklı sevgi bağlarının bulunduğu insanlarla ilişki kurma gibi sosyal ihtiyaçlar bunlara örneklerdir (Eren, s.498; Anık, s.99). Bireyler, önem verdikleri gruplara dahil olmayı ve kabul edilmeyi isterler. Bu sayede, içinde buldukları sosyal, kültürel çevreye uyum sağlayacaklardır. Maslow'a göre iki türlü sevgi anlayışı bulunmaktadır. Burada sözünü ettiğimiz sevgi anlayışı düşük düzeydeki bir gereksinimi ifade ederken, bu düşük düzeydeki gereksinimler karşılandıktan sonra ortaya çıkan bir sevgi anlayışı daha bulunmaktadır. Maslow'a göre bu sevgi; *"bir bakıma savunmanın olmadığı, yani kendiliğindenlikle içtenliğin, dürüstlüğün arttığı"* bir ilişki olarak tanımlanmaktadır. *"Böyle bir ilişkide dikkatli olmak, bir şey saklamak, etkide bulunmaya çalışmak, gerginlik duymak, sözlerle eylemlerine dikkat etmek, bazı şeyleri bastırmak, örtmek gerekli değildir"* (Onaran, 1981, s.14) ifadeleriyle daha üst düzey sevgi anlayışını ortaya koymuştur.

### D. Saygınlık İhtiyaçları

Saygınlık ihtiyaçları iki yönlü olup; bireyin hem kendi kendisine saygı duymasını; hem de başkaları tarafından saygı duyulmasını kapsamaktadır. Kendine güvenme, güçlü olma, başarı elde etme, olgunlaşma, ustalaşma, rekabet edebilme, bilgili ve kültürlü olma, bağımsız ya da özgür olma, atak-girişken-becerikli-yetenekli olma gibi istekler, bireyin kendine saygı duyma ihtiyacını tatmin etme amacına yönelik girişimlerdir (Anık, 2000, s. 99-100).

Kişi toplum içindeki statüsüne başkalarının kendisine verdiği değer aracılığıyla ulaşır. İnsanın kendi kendini takdir ihtiyacı, yaşadığı ortamda ve hatta dünyada işe yaradığı inancını güçlendireceğinden, insan için ciddi bir tatmin aracıdır (Eren, 2001, s. 498-499).

Birey kendine saygı duyduğu ve başkalarından saygı gördüğü oranda saygın bir kişiliğe sahip olduğu hazzını duymakta ve böyle bir ortamda daha kolay motive olarak ikna edilebilmektedir (Anık, 2000, s. 100).

### E. Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı

İhtiyaçlar hiyerarşisinin en tepesinde bulunan bu ihtiyaç, insanın gizli yeteneklerini açığa çıkarmasını ve onun yaratıcılığını ifade eder. Bu bireyler, kendini belirli bir konuda kabul ettirerek otorite sağlamış durumdadırlar (Karatepe, 2005, s.10). Kendini gerçekleştirme ya da gelişme gereksinimlerini Maslow, bütün insanlar için ulaşılması gerekli olan bir amaç olarak düşünmüştür. Kendini gerçekleştiren insanlarla diğer insanların güdülenmesinin ayrı tutulması gerektiğini şu şekilde ifade etmiştir: (Onaran, 1981, s.19-20)

...kendini gerçekleştiren insanlar için bütünüyle ayrı bir ruh bilimi güdülenmesi düzenlemeliyiz. Belki de güdülenme kavramı yalnızca kendini gerçekleştiremeyenlere uygulanmalı. Kendini gerçekleştirenler artık bilinen anlamda uğraşıp didinmezler, daha çok kendilerini geliştirirler. Yetkinliğe ulaşmaya kendi açılarından gitgide daha tam olarak gelişmeye çabalarlar. Olağan kimselerin güdülenmesi, eksikliklerini duydukları temel gereksinimleri karşılamaya doğru bir uğraşıdır. Ama kendini gerçekleştirenler bu gereksinimleri zaten karşılamıştır. Gene de bir takım tepkileri olabilir; çalışırlar, uğraşırlar, hırsları vardır...Onlar için güdülenme karakterin gelişmesinden, olgunluktan...kısacası kendini gerçekleştirmeden başka bir şey değildir.

Bu ihtiyaç, yeni bir kuram veya edebi-artistik-estetik eserler ortaya koyma, lider olma, başarılı bir yönetici-sanatçı-sporcu olma gibi istekleri kapsar. İhtiyaçlar kuramının en tanınmış kavramı, kendini gerçekleştirme kavramıdır. Maslow'a göre, ortalama bir insan potansiyelinin farkında olmadan ve potansiyelini geliştirmeden ancak %10 kendisini gerçekleştirerek hayatını sürdürmektedir (Şimşek vd, 2001, s. 124). Bu ihtiyaçlar diğer ihtiyaçlara göre daha az belirginlik kazanmakta ve motivasyonel iknada o ölçüde rol oynayabilmektedir.

Maslow, kendini gerçekleştiren bireyin özelliklerini, şöyle anlatmaktadır: (Anık, 2000, s.100-101)

Gerçeği en iyi algılayabilen ve onunla en uygun ilişkiyi kuran kendini, başkalarını ve doğayı olduğu gibi kabullenen, kendiliğinden bir gizil güce sahip olan, sorunlara odaklanan, benzerlerinden ayrı özgünlüğü olan, çevresel ve kültürel ortamdan bağımsız olarak kendi kendini çekip çevirebilen, sürekli hayat dolu ve cana yakın olan, mistik deneyimleri (aşkın duyguları) olan, toplumsal ilgi ve duyarlılıkları olan, kişilerarası derin ilişkileri olan, demokratik bir kişilik yapısı olan, amaç ve aracı birbirinden ayırabilen, ince ve zeki espri gücüne sahip olan, yaratıcı ve dayatılan kültüre dirençli olan insanlar kendini günün adamı kılma ihtiyacı taşıyan kişilerdir.

İhtiyaç kuramları arasında en popüler olanı, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramıdır. Motivasyonla ilgilenen hemen her araştırmanın temel referans kaynağı Maslow'dur. Sonuç olarak Maslow'un kuramı; ölçülebilir, açık ve kesin olmamasından



ötürü belirsizlik ve eksiklikler taşısa da pek çok alanda ortaya koyduğu varsayımlar önemli ve yararlı bulunmaktadır (Onaran, 1981, s.38).

Wahba ve Bridwell'e göre de, ampirik araştırmaların Maslow'un kuramına ilişkin kuşku yaratan bulguları, her şeye rağmen, onun kuramını geçersiz kılamamıştır. Maslow'un kuramı yeterince test edilmemiştir; hem de test için kullanılan farklı yöntemler farklı sonuçlara ulaştırmıştır (Anık, 2000, s.100-101).

Motivasyonel ikna kuramları incelendiğinde kuşkusuz iknanın siyasi propaganda açısından önemi net bir şekilde anlaşılmaktadır. Seçmenle kurulan iletişim esnasında kullanılan mesajların taşıdığı ikna unsurlarının değerlendirilmesi ile konu anlam kazanmaktadır. Araştırmada Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Cumhurbaşkanlığı Külliyesi'nde düzenli olarak muhtarlara yaptığı konuşmalardan kurumsal internet sitesinde yer alan sonuncu konuşma olan 43. Muhtarlar Konuşması Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı ekseninde değerlendirilmiştir.

#### **V. Araştırma**

Araştırmada, Cumhurbaşkanlığı kurumsal internet sitesinde yer alan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın en son konuşması olan 43. Muhtarlar konuşması örneklem olarak seçilmiştir. Konuşmanın gündemini oluşturan konu başlıklarının, dinleyicilerin yani muhtarların hangi ihtiyaçlarına hitap ettiği araştırılmıştır.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 43. muhtarlar toplantısı konuşması muhtarları selamlama ile başlamaktadır. Ankara, Batman, Edirne, Giresun, Hatay, İzmir, Karabük, Karaman, Kütahya, Mardin, Ordu, Rize, Sivas ve Şanlıurfa'dan gelen muhtarlara yönelik yapılan konuşmada, öncelikle muhtarların çalışma şartlarıyla ilgili gerçekleştirilen iyileştirmelerden söz edilmiştir. Bu bağlamda konuşmada, Muhtarlık Bilgi Sistemi ve Muhtarlar Daire Başkanlığı gibi oluşumlara ve muhtarların talep ve beklentilerinin daha yakinen takip edileceğine değinilmiştir. 19 Ekim tarihini 2015 yılından Muhtarlar Günü olarak ilan edilerek, kutlanmasının önemine yer verilmiştir. SGK Prim ödemelerinin devlet tarafından yapılmasıyla muhtar maaşlarında yaşanan artışın vurgulanması, muhtarlara tek tip kimlik belgesi verilmesi ile silah ruhsat harcından muafiyet sağlanması gibi kolaylıklar konuşmada yer alan diğer başlıklardır.

Muhtarlar için gerçekleştirilen düzenlemelerin anlatımından hemen sonra konuşmanın devamında bu kez onlar için yapılacak olan Muhtarlık Hizmet Binaları vaadi yer almıştır. 2019'da muhtarlıkların alan ve nüfus büyüklükleriyle ilgili de bir düzenleme yapılabileceği sözü dinleyicilerle paylaşılmıştır. Konuşmanın bu bölümüne kadar gündem yapılan konular, özlük haklarından hizmet binalarına kadar her açıdan muhtarların güçlendirilmesi olmuştur. *"Yani muhtarlıklarımızın da kurumsal olarak bir kimliği, bir şahsiyeti olmuş olacak; hayırlı olsun"*.

Konuşmanın sonraki bölümünde ülke meselelerine vurgu yapılmıştır. Cumhurbaşkanı, Türkiye'yi, sıradan bir ülke olmayıp, güçlü, büyük hedefleri olan ve büyük mücadeleler veren bir ülke olarak tanımlamıştır.

Türkiye sıradan bir ülke değil, hele hele bir çadır devleti hiç değil, biz güçlü bir ülkeyiz. Zira bizim çok büyük hedeflerimiz var, bu hedeflere doğru yürürken attığımız her adımda çok büyük mücadeleler veriyoruz. Muhtarlarımızın bu sürece çok daha etkili şekilde katılmaları ve katkı sağlamaları bize güç verecektir.

Cumhurbaşkanı konuşmasının bu bölümünde, geçmişte “*kendini milletten üstün gören zihniyet*”in ülke yönetiminde olduğu yılları hatırlatmıştır. Bu tek parti zihniyetinin milletin yokluk ve sefaletle mahkum ettiğini aynı zamanda milletin değerlerine savaş açarak manevi bir yıkım getirdiğini ifade etmiştir. 1950 seçimleri ve Demokrat Parti’nin değil milletin zaferi olarak tanımlanmış, sonrasında Menderes ve arkadaşlarının idamıyla sonuçlanan 1960 darbesinden bahsedilmiştir. Konuşmanın devamında sırasıyla 70’li, 80’li ve 90’lı yıllarda ülkede yaşanan kaos dolu yıllar ve kardeş kavgalarına, vesayet odaklarından 28 Şubat’a değinilerek Ak Parti’nin yönetime geldiği 2002 yılına kadarki süreç hatırlatılmıştır. Ardından Ak Parti’nin sağladığı güven ve istikrar ortamına vurgu yapılmıştır.

Konuşmasının devamında Cumhurbaşkanı, 15 yıllık iktidarları boyunca vesayet güçlerine karşı verdikleri mücadeleden bahsetmiştir. Verdikleri mücadelelerden, Gezi olayları, 17-25 Aralık olayları, MİT tırları ve 2014 mahalli seçimlerdeki oyunlardan söz etmiştir. Daha sonra konuyu PKK, DEAŞ ve FETÖ gibi terör örgütlerine getirerek, onlara karşı verdikleri mücadele ve Amerika’nın FETÖ ve diğer terör gruplarına verdiği desteğin eleştirisi yapılmıştır. Terör örgütlerine karşı verilen bu mücadeleyi İstiklal harbine benzetmiştir. Konuyu 15 Temmuz darbe girişimine getirmiş, darbe girişimine karşı verilen mücadeleyi Çanakkale Savaşı ve Kurtuluş Savaşı sırasında verilen mücadeleye benzetmiştir. Bu bağlamda “*Bizim başka ülkemiz ve vatanımız yok*” cümlesi önemlidir. Türkiye’nin verdiği mücadeleyi tek millet, tek bayrak, tek vatan, tek devlet olarak tanımlamıştır. Konuşmasının devamında bu ifadelerin ne anlama geldiğini tek tek açıklamıştır.

Verilen mücadelelerin anlatımını Anadolu’nun mazlum ve mağdurlar için bir sığınak olduğu benzetmesine bağlamış, ardından muhtarlara hitaben siz de bu limanın bekçilerisiniz seslenişini gerçekleştirmiştir. Muhtarlar ülkeye, devlete, kurum, kaynak ve hedeflere sahip çıkmaya davet edilmiştir. Güncel gündeme ve konulara geçiş yapılarak sınırlarımızda terör koridoru oluşturulmaya çalışıldığı, buna karşı gerçekleştirilen Fırat kalkanı harekâtına değinilmiştir. Bu bağlamda AB ve ABD ve sınır ötesi operasyona karşı çıkan muhalefete eleştiriler yapılmıştır.

Tüm bu mücadele verilen odaklara karşı Türkiye’nin şu andaki gücünden bahsedilerek, Osmanlı’nın hasta adamı ya da Cumhuriyet’in çömez devleti olarak adlandırılan geçmiş dönemlerle bugünkü durum karşılaştırılmıştır. “Büyük ve güçlü Türkiye”, “yüzlerce milyon kardeşinin kalbini ve duasını arkasına almış”, “yepyeni bir ruhla”, “azimle şahlanmış”, “ya olacağız ya öleceğiz diyen” Türk milleti ifadeleri kullanılarak, ülke ayağa kalkmış halde betimlenmiştir. Türk milleti Cumhurbaşkanı’ndan muhtarına kadar 2023 hedeflerine kilitlenmiş, 2053 ve 2071 vizyonuna inanmış bir millet olarak tanımlanarak mücadele verilen odaklara meydan okunmuştur. 15 Temmuz’da Külliye çevresinde şehit ve gazi olanları bu meydan okumaya örnek göstererek anmıştır.

Duygusal mesajlarla devam ettiği konuşmasında, bu ülkenin ve milletin geçmişte vatanı için katlandıklarını kendi dedesinin de Sarıkamış'ta şehit olmasıyla örneklendirerek anlatmıştır. ...“Akif merhum ne diyor: ‘İmandır o cevher ki ilahi ne büyüktür, / İmansız olan paslı yürek sinede yüküdür.’ Anadolu toprakları nice paslı yürekleri bu yükten kurtarmıştır”...

*‘Arkadaş! Yurduma alçakları uğratma sakın,  
Siper et gövdeni, dursun bu hayâsızca akın.  
Doğacaktır sana vadettiği günler Hakk’ın,  
Kim bilir, belki yarın belki yarından da yakın.  
Bastiğın yerleri “toprak” diyerek geçme, tanı,  
Düşün altındaki binlerce kefansız vatanı.  
Sen şehit oğlusun, incitme, yazıktır atanı,  
Verme, dünyaları alsan da bu cennet vatanı.’*

Burada cennet vatan ve millet kavramının içine sadece 80 milyonun girmediğini, Atatürk’ün de Misak-ı Milli kavramına atfen açıklamıştır. Suriye, Irak, Libya, Kuzey Afrika, Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya’nın da bu vatanın bir parçası olduğu bilinci uyandırılmaya çalışılmıştır.

Konuşmasının son kısmında Cumhurbaşkanı, tüm bu bahsettiği gündemleri güncel konulara getirerek, “kendini fiziki sınırlarına hapsedenler, gönül pınarlarını kuruturlarsa ondan da mahrum kalırlar” diyerek sınır ötesi operasyonlara karşı çıkanlara ve sınırların yalnızca günümüzün coğrafi sınırlarından ibaret görenleri eleştirmiştir.

Konuşmasını son olarak 2019 seçimlerine getiren Cumhurbaşkanı, muhtarlara seslenerek, gönül pınarlarını kurutanlar olarak nitelediği kitlelerin heveslerini 2019 seçimlerinde kursaklarında bırakıyor muyuz, bunun için bir oluyor muyuz, iri oluyor muyuz, diri oluyor muyuz, kardeş oluyor muyuz, hep birlikte Türkiye oluyor muyuz? sorularıyla, dinleyenlerden birlik ve beraberlik sözü alarak tamamlamıştır.

Konuşmanın, Cumhurbaşkanı’nın gündem yaptığı konular ve kullandığı anahtar kavramlara göre Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi ekseninde değerlendirilmesi şöyledir:

**Tablo 1:** Konuşma gündemi ve ihtiyaçlar hiyerarşisi

Gündem ve anahtar kavramlar	Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi’ndeki Karşılığı
Muhtarlar hakkında yapılan düzenlemeler	Muhtarların özlük haklarındaki iyileştirmeler güvenlik ihtiyaçlarına; muhtarlıkların kurumsal kimlik ve şahsiyet kazanmasına yönelik düzenlemeler ise muhtarların saygınlık ihtiyaçlarına yöneliktir.

Darbeler, cuntalar : 1960 darbesi 1070'li yıllar 1980 Darbesi 1990'lı yıllar ve 28 Şubat dönemi	Ülkenin geçmişinde yaşanan kaos dolu yıllar ve kendisini milletin üzerinde gören vesayetçi anlayışın sebep olduğu yokluk, sefalet ve manevi tahribat yine dinleyenlerin kendilerini çevresel zararlar ve tehditlerden koruma vb. istekleri içeren güvenlik ihtiyaçlarına seslenmektedir.
2002'de AK parti'nin iktidar oluşu ile istikrar ve güven ortamının sağlanması.	Kaos dolu belirsiz ve güvensiz ortamdaki güvenli ve istikrarlı ortama kavuşma vurgusu, yine güvenlik ihtiyaçlarına yönelik bir ikna edici mesaj olarak düşünülmelidir. Konuşmanın öncesinde geçmişteki kaos dolu yıllara yapılan gönderme ile bugün sağlanan istikrar ve güven ortamının değeri hatırlanmaktadır.
15 yıllık AK Parti iktidarı döneminde yaşanan zorluk ve mücadeleler: MİT müsteşarının ifadeye çağırılması, Gezi olayları, 17-25 Aralık yargı-polis darbe girişimi, Adana'daki MİT turları olayı. FETÖ, PKK, DEAŞ ile mücadele. Amerika'nın FETÖ, YPG ve PYD'ye destek vermesi. Fırat Kalkanı ve sınırların güvenliği.	Bu başlıkta, saygınlık ihtiyacı altında kendine saygı duyma ihtiyacını tatmin etme amacına yönelik söylemlere gönderme bulunmaktadır. Buna göre, kendine güvenme, güçlü olma, başarı elde etme, olgunlaşma, ustalaşma, rekabet edebilme, bilgili ve kültürlü olma, bağımsız ya da özgür olma, atak-girişken-becerikli-yetenekli olma gibi istekler, saygınlık ihtiyacına yöneliktir. Saygınlık ihtiyacı dışında, sözü edilen bütün mücadeleler, güvenlik ihtiyacına gönderme yapmaktadır.
Tek millet, Tek bayrak, Tek vatan, Tek devlet. Bir olmak, iri olmak, diri olmak, kardeş olmak, "Hep Birlikte Türkiye" olmak.	Fizyolojik ihtiyaçları ile güvenlik ihtiyaçlarını karşılamış bir insanda ağırlık kazanan ihtiyaç, mensubiyet (ait olma) ihtiyacıdır. Başka insanlarla bir arada olma, şefkat görme-gösterme, sevme-sevilme, bir sosyal gruba ait olma, karşılıklı sevgi bağlarının bulunduğu insanlarla ilişki kurma gibi sosyal ihtiyaçlar bunlara örnektir. Bireyler, önem verdikleri gruplara dahil olmayı ve kabul edilmeyi isterler.
15 Temmuz Darbe Girişimi	15 Temmuz darbe girişimine karşı verilen mücadele, "Bizim başka ülkemiz ve vatanımız yok" ifadeleriyle, Çanakkale Savaşı ve Kurtuluş Savaşı sırasında verilen vatan savunması ile özdeşleştirilmiştir. Buradan hareketle, çevresel tehlikelerden korunma, tehdit ve baskı altında olmama, dayanışmaya girme ve yardım görme gibi ihtiyaçlara seslenilmiştir.

Anadolu – Vatan Misak-ı Milli-Vatan	Anadolu'nun mazlumlar için bir liman olması, Misak-ı Milli sınırlarının gönül bağımız olan eski topraklarımızı da kapsamı mesajları, İstiklal Marşı ile ve Akif'in dizeleriyle verilmiştir. Bu duygusal mesajlar dinleyicilerin ait olma ve saygınlık ihtiyaçlarına seslenmektedir.
--	---

## VI. Sonuç

Çalışmada ikna edici motivasyonel mesajlar bağlamında incelemiş olduğumuz Cumhurbaşkanı'nın 43. Muhtarlar Konuşması'nda Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ne pek çok gönderme bulunmaktadır.

Cumhurbaşkanı'nın dinleyici kitle olan muhtarların özlük haklarındaki örneğin maaşlarındaki iyileştirmeler, sigorta primlerinin devlet tarafından karşılanması hakkındaki sözleri, fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarına; muhtarlıkların kurumsal bir kimlik ve kişilik kazanmalarına yönelik ifadeleri, muhtarların saygınlık ihtiyaçlarına hitap etmektedir. Bilindiği gibi, Maslow'a göre, fizyolojik ihtiyaçların her zaman tatmin edilmesi ve biyolojik yaşamını her tür tehlikeden sürekli uzak tutmayı başarması ölçüsünde huzurlu olacaktır. Bu ihtiyaçlar, tehlike, yoksunluk ve tehditleri savuşturma amaçlıdır. Temel fizyolojik ihtiyaçların tatmininden hemen sonra gelen basamak güvenlik ihtiyaçlarıdır ve bu aşamaya; tehdit ve baskı altında olmama, dayanışmaya girme ve yardım görme gibi ihtiyaçlar gösterilebilir.

Türkiye'nin geçmişinde yaşanan darbeler, darbeleri gerçekleştiren “vesayetçi zihniyet” nedeniyle maruz kalınan yokluk, sefalet ve aynı zamanda manevi tahribat, konuşmayı dinleyenlerin geçmişte kalan tehlike ve tehditleri tekrar hatırlamasını sağlamak amaçlıdır. Uzun yıllar yaşanan “kaos dolu” yıllar, konuşmanın devamında 2002 yılında AK Parti iktidarı ile ülkede sağlanan güven ve istikrar ortamına bağlanmaktadır. Bu şekilde tehlike ve tehditlerden uzak ülke atmosferinin devamı, dinleyenlerin güvenlik ihtiyaçlarının tatmini AK Parti iktidarının sürmesiyle ilişkilendirilmiştir.

Konuşmanın büyük bölümünü kapsayan, AK Parti iktidarı boyunca çeşitli odak gruplara karşı verilen mücadelelerin anlatıldığı bölümde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan şu ifadelerle mücadele edilen gruplara karşı milletin ve kendilerinin direnişine işaret etmiştir:

*“Ülkemizin tarihimizin en büyük tehditlerinden biri altında olduğunu gördüğümüz için bu saldırıların hiçbirine eyvallah etmedik, aslanlar gibi mücadelemizi verdik. Milletimiz de hamdolsun işte bütün bu olanları gördü ve oyunu bozdu, her türlü desteği verdi. Cumhurbaşkanlığı seçimi milletimizin tüm saldırılara ve arkasındaki güçlere karşı bir meydan okumasıydı”.*

Görüldüğü gibi iktidar olarak bir meydan okumadan bahsedildiği gibi milletin de seçimlerde verdikleri oylarla bu mücadeleye ve meydan okumaya destek verdiği belirtilmiştir. Bu ifadeler, özgüven ve özsaygı göstergesi olup, dinleyicilerin saygınlık ihtiyaçlarına

gönderme yapmaktadır. Sözü edilen cümleler kendine güvenme, güçlü olma, başarı elde etme, olgunlaşma, ustalaşma, rekabet edebilme, bilgili ve kültürlü olma, bağımsız ya da özgür olma, atak-girişken-becerikli-yetenekli olma gibi isteklere yani saygınlık ihtiyacına yöneliktir.

Cumhurbaşkanı'nın muhtarlara hitabında önemli bir diğer vurgu ise duygusal tonun baskın olduğu, ortak bir amaç ve gelecek için kenetlenme bir arada ve dayanışma içinde olma amaçlarını kapsayan; vatan sevgisi, birlik-beraberlik konularıdır. Ait olma ya da mensubiyet ihtiyaçları olarak adlandırılan ihtiyaçlar, fizyolojik ihtiyaçları ile güvenlik ihtiyaçlarını karşılamış bir insanda ağırlık kazanmaktadır. Başka insanlarla bir arada olma, şefkat görme-gösterme, sevmeye-sevilmeye, bir sosyal gruba ait olma, karşılıklı sevgi bağlarının bulunduğu insanlarla ilişki kurma gibi sosyal ihtiyaçlar ait olma (mensubiyet) ihtiyaçlarına örnektir.

Konuşmalarında sık sık yer verdiği “*Tek millet, Tek bayrak, Tek vatan, Tek devlet. Bir olmak, iri olmak, diri olmak, kardeş olmak, “Hep Birlikte Türkiye” olmak*” ifadeleriyle Cumhurbaşkanı, bireylerin önem verdikleri gruplara dahil olmak ve kabul edilmek gibi isteklerini de kapsayan, ait olma (mensubiyet) ihtiyaçlarına seslenmiştir. Buradan yola çıkılarak, İstiklal Marşı'ndaki dizelerle, birlik beraberliğimizi sağlayan vatanımızı ve ait olduğumuz toprakları korumak, savunmak için ödenen bedeller hatırlatılmıştır:

İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı'na göre ulaşılabilecek son aşama olan kendini gerçekleştirme basamağı için konuşmada yer verilen gelecek hedeflerini örnek göstermek mümkündür. Kendini gerçekleştirme aşaması bilindiği gibi tam olarak gelişmek için uğraşılacak ve hırsların, yetkinliğe ulaşma çabalarının açığa çıktığı bir aşamadır. Türkiye “*Güçlü, büyük hedefleri olan ve büyük mücadeleler veren bir ülke*”, Türk milleti, “*Ya olacağız ya öleceğiz diyen*”, “*Yüzlerce milyon kardeşinin kalbini ve duasını arkasına almış*”, “*Yepyeni bir ruhla*”, “*Azimle şahlanmış*” olarak tanımlanmıştır. Cumhurbaşkanı'ndan muhtarına kadar 2023 hedeflerine kilitlenmiş, 2053 ve 2071 vizyonuna inanmış olarak mücadele verilen odaklara meydan okunmuş, ülke olarak azimle daha ileriye gidileceğinin işaretleri verilmiştir.

Sonuç olarak, Cumhurbaşkanı'nın çalışmada ele alınan Muhtarlar Konuşması'nda, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ndeki tüm basamaklara sırayla yer verildiği görülmektedir. Konuşmanın ağırlıklı vurgusu, ihtiyaçlar hiyerarşisindeki en temel basamaklardan biri olan ve açlık, susuzluk, barınma, uyku gibi ihtiyaçları içeren fizyolojik ihtiyaçlardan hemen sonra gelen güvenlik ihtiyaçlarına yapılmıştır. Ardından güvenlik ihtiyaçları noktasında tatmini sağlamış bireylerin hissedeceği yoksunluk olarak bir sonraki basamakta ait olma (mensubiyet) ihtiyaçları etkin duruma gelmektedir. Konuşmada da benzer şekilde güvenlik ihtiyaçlarına seslenildikten hemen sonra ait olma (mensubiyet) ihtiyaçlarına gönderme yapan, bir arada olmayı, şefkat görme-göstermeyi, sevmeye-sevilmeye, bir sosyal gruba ait olmayı, karşılıklı sevgi bağlarının hissedildiği insanlarla ilişki kurma gibi sosyal ihtiyaçları tatmin etmeye yönelik vurgular yapılmaktadır. Bunu da vatanın biricikliği, Anadolu'nun sınımlanacak bir liman olması, birlik ve beraberlik içinde tek vatan, tek bayrak, tek devlet ve tek millet olarak ortak amaçlar için kenetlenmeyi ve bu uğurda bedel ödemeyi anlatmıştır.

Konuşmada sonraki aşama, dinleyicilerin saygınlık ihtiyaçlarına hitap etmektedir; muhtarların kurumsal kimlik, saygınlık kazanması ve genel olarak tüm Türk milletinin özgüven, özsaygı içinde olmasına yönelik sözler bu kapsamdadır. Bu bağlamda, kendine güvenme, güçlü olma, başarı elde etme, olgunlaşma, ustalaşma, rekabet edebilme, bilgili ve kültürlü olma, bağımsız ya da özgür olma, atak-girişken-becerikli-yetenekli olma gibi istekler, saygınlık ihtiyacına yöneliktir. Muhtarlıkların da kurumsal olarak bir kimliği, bir şahsiyeti olması konusunu bu duruma örnek olarak vermek mümkündür.

İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ndeki son aşamanın yani kendini gerçekleştirme basamağının yansımaları olarak ise ülkenin geleceğe dönük hedef ve vizyonların ortaya konması da konuşmadaki Maslow'un Kuramı ekseninde yapılan son ve en üst hitap olarak görülmelidir. Bu aşamaların hepsinin bir arada ve uygun somut örneklerle Muhtarlar Konuşması'nda kullanıldığı gözlenmektedir.

### **Kaynaklar**

- Ank, C. (2000). Siyasal İkna, 2. Baskı, Ankara: Vadi Yayınları.
- Arkoç, S. A. (2008). Sosyal Psikolojide İnsanları Anlamak, Deneysel ve Eleştirel Yaklaşımlar. 1. Basım, Ankara: Nobel Yayınları.
- Can, H. Organizasyon ve Yönetim.3. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Can, H. (1985). Başarı Gütüsü ve Yönetim Başarı. Ankara: Hacettepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, No:12.
- Dereli, T. (1981). Organizasyonlarda Davranış. İstanbul: Ar Yayınları.
- Eren, E. (2001). Yönetim ve Organizasyon. 5. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım,
- Ertürk, Y. D. (2010). Davranış Bilimleri. İstanbul: Kutup Yıldızı Yayınları.
- İnceoğlu, M. (1985). Gütüleme Yöntemleri. Ankara: A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın Yayın Yüksekokulu Basımevi.
- Jamieson, H. (1996). İletişim ve İkna. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2004). Yeni İnsan ve İnsanlar. 10. Basım, Evrim Yayınevi.
- Karatepe, S. (2005). Örgütlerde İletişim-Gütüleme İlişkisi, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Köker, E. (2007). Politikanın İletişimi İletişimin Politikası, İmge Kitabevi Yayınları.
- Onaran, O. (1981). Çalışma Yaşamında Gütüleme Kuramları, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, No:470.
- Özakpınar, Y. (2000). Psikolojinin Kavramsal Yapısı. Ötüken yayınları, 2000.
- Şerif, M. (1985). Sosyal Kuralların Psikolojisi.1. Baskı, İstanbul: Alan Yayıncılık.

- Şimşek, M. Ş., Akgemci, T., Çelik, A. (2001) Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış, 2. Basım, Ankara: Nobel yayınları.
- Tevrüz, S. (Ed.) (1996). Endüstri ve Örgüt Psikolojisi. Türk Psikologlar Derneği Kalder Yayınları.
- Varol, M. (1993). Halkla İlişkiler Açısından Örgüt Sosyolojisine Giriş, Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, No:2.
- Yılmaz, R. A. (1999). “Duygusal Çekicilikli Reklamların İletişim Etkileri”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yüksel, A. H. (2005). İkna ve Konuşma, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- <https://www.tccb.gov.tr/konusmalar/353/89110/43-muhtarlar-toplantisinde-yaptiklari-konusma.html>.