

ÇATIŞMACI LİDERLİK: 1 KASIM 2015 SEÇİMLERİNDE SİYASİ PARTİ LİDERLERİNİN SÖYLEMLERİ

Prof. Dr. Yusuf DEVRAN*

Özet

7 Haziran 2015 tarihinde düzenlenen genel seçimlerin ardından hükümet kurma çabalarının sonuçsuz kalması neticesinde Türkiye 1 Kasım 2015 tarihinde erken seçime gitmek zorunda kalmıştır. Bu süreçte siyasi liderler kamuoyunu etkileyerek oy dağılımını kendileri lehine değiştirmek için çaba sarf etmiştir. Siyasal mücadelede ve iktidarı elde etmede siyasi liderlerin nasıl bir söylem inşa ettikleri kadar bu söylemin medyada nasıl yer aldığı da önemlidir. İşte bu çalışmada 1 Kasım 2015 tarihinde gerçekleştirilen genel seçimler öncesinde siyasi liderlerin çatışmacı söylemleri ile bu söylemlerin medyada yer alış biçimleri irdelenmiştir. Bu çalışma çerçevesinde günlük yayınlanan *Akşam*, *Cumhuriyet*, *Haber Türk*, *Hürriyet*, *Milliyet*, *Milat*, *Sabah*, *Sözcü*, *Star*, *Posta*, *Takvim*, *Taraf*, *Yeni Akit* ve *Yeni Şafak* gazetelerinin 1 Ekim 2015 ile 1 Kasım 2015 tarihleri arasında ilk sayfalarında yer verdiği siyasi parti liderlerinin söylemleri ele alınmıştır. Aynı zamanda seçim sürecinde iktidarın kampanyasına yakın bir söylem benimseyen Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın söylemleri de araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırma neticesinde Türk siyasetindeki söylem sorununun boyutları tespit edilmeye çalışılmış, liderlerin söylemlerini daha düzeyli ve saygın bir biçimde belirlemesine ve medyanın seçim sonrası siyasal uzlaşmayı sıkıntıya sokmayacak şekilde konuları öne çıkarmasına katkıda bulunmak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Söylem, Çatışma, Liderlik, Konumlandırma, Strateji*

CONFLICTING LEADERSHIP: DISCOURSES OF POLITICAL PARTY LEADERS DURING NOVEMBER 1, 2015 ELECTIONS

Abstract

Following the general elections held on June 7, 2015, Turkey had to go through another elections on November 1, 2015, as the efforts to form a government had failed. In this process, political leaders canvass to change the distribution of votes. It is also important to show how political discourse takes place in the media as much as how political leaders build a discourse during the political struggle for power. In this study, the conflicting speeches of political leaders and the ways in which these discourses took place in the media were examined before the general elections held on November 1, 2015. In this framework, the discourses of political party leaders, who are included in the first pages of the daily newspapers published between October 1, 2015 and November 1, 2015, such as *Akşam*, *Cumhuriyet*, *Haber Türk*, *Hürriyet*, *Milliyet*, *Sabah*, *Sözcü*, *Star*, *Posta*, *Takvim*, *Taraf*, *Yeni Akit* and *Yeni Şafak* were analyzed. At the same time, the discourses of president Erdoğan who adopted the election campaign of government, have been added in this research. As a result of the research, the dimensions of the problem of discourse in Turkish politics have been tried to be determined, aiming to identify the leaders' rhetoric in a more loyal and respectful manner, and to help the media frame and highlight issues in such a way not disrupting the post-election political consensus.

Keywords: *Discourse, Conflict, Leadership, Locating, Strategy*

Giriş

Türkiye'de siyasetin dili giderek saldırgan ve çatışmacı bir biçime dönüşmektedir. Özellikle seçim dönemlerinde bu dil daha da hırçınlaşmakta ve sonra da olağan bir durum gibi varlığını ve etkisini sürdürmektedir. Öte yandan olayları genellikle güç ve iktidar gruplarıyla olan yakınlık ve uzaklıklarına göre ele alan medya kuruluşları da bu saldırgan dili doğrudan veya dolaylı olarak kullanmaktadır. Saldırgan ve çatışmacı dili benimseyen liderlik karakteri, siyaset anlayışı ve ona koşut medya organlarının yayın politikası toplumu germekte, kutuplaştırmakta ve toplumsal uzlaşma zeminlerini yok etmektedir. Bu nedenle siyasi parti genel başkanlarının liderlik üslupları ve söylemlerinin ele alınması önem kazanmaktadır.

* Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, ORCID ID: 0000-0001-6430-194

Liderlik üzerine değişik tanımlamalar yapılmaktadır. Liderlik sosyal sistemde süregiden olayları etkileme kabiliyeti olarak tanımlanmaktadır (Johnson, 1995: 156). Liderlięi bir bireyin belli bir amaca ulaşabilmek adına bir grup insanı etkileme süreci olarak da ifade etmek mümkündür (Northouse, 2004: 3). Türk siyaset kültüründe sıkça karşılaşılan bir olgu olan çatışmacı liderlik ise toplumun sorunlarının çözümüne odaklanmaktan ziyade rakiplerini eleştiren, bireyleri içinde boğuşturuğu sıkıntılardan ve kendi gündeminden kopartıp liderlere yönelten bir liderlik anlayışıdır. Bu tutum ve davranış biçimi Türkiye’de birçok siyasi parti genel başkanının tercih ettiği bir tarz haline gelmiştir.

Liderlerin çatışma sürecini yönetebilmesi için rakiplerini bütün yönleriyle tanınması yeterli değildir. Yetkin, bilgili olması, toplumsal sorunları algılayıp muhakeme edebilmesi, çözüm alternatifleri geliştirebilmesi ve bunları hedef kitleye anlayabileceği sadelikte ve etkililikte iletebilecek lisana ve belagata sahip olması, medyayı iyi kullanabilmesi gerekir. Kuşkusuz bir liderin bütün bu hususlarda deneyimli ve uzman olması beklenemez. Günümüzde siyasal iletişim ve siyasal kampanyalar profesyonel bir disiplin haline gelmiştir. Dahası bazı ülkelerde seçim yarışı adeta danışmanlar arasında gerçekleşmektedir. Liderlerin bu alanın uzmanlarından yardım almaksızın rakipleriyle mücadele edebilmesi ve başarılı olabilmesi oldukça güçtür (Johnson, 2001: 1-15). Netice olarak metin yazımı, söylem ve argüman geliştirme gibi konular siyasal iletişim sürecinde liderlerin mutlaka uzmanlarından yardım alması gereken konuların başında gelmektedir. Bu çalışmada özellikle söylem konusu ele alınmaktadır.

Söylemi en yalın haliyle dilin bireyler tarafından kullanımı şeklinde tanımlamak mümkündür. Söylem bir kuruma veya metne anlam veren, sistematik olarak düzenlenmiş ifadelerdir (Fowler, 1991: 42). Başka bir ifade ile söylem bir dil pratiğidir; ideoloji, bilgi, diyalog, anlatım, beyan tarzı, müzakere, güç ve gücün mübadelesiyle eyleme dönüşen dil pratiklerine ilişkin süreçlerdir. Söylem konusunda teorik yaklaşımlar söylemi bir metin gibi, pratik yaklaşımlar ise insanların karşılıklı konuşmalarında ortaya çıkan anlam mübadeleleri olarak görür (Sözen, 1999: 20). Sözen’in vurguladığı gibi gerçeklik söylemle ve söylem içinde inşa edilen şeydir. Her söylem bir gerçeklik inşasıdır ve dolayısıyla, artık söylemlere tekabül eden gerçeklikler söz konusudur (Sözen, 1999: 12). Öte yandan her bir bireyin kullandığı söylem kendisinin karakteristik özellikleri, kimliği, kültürel altyapısı, etnik özellikleri, ideolojik görüşleri, kısacası kim olduğu konusunda önemli ipuçları vermektedir. Günlük yaşamda ilk kez karşılaşılan kişinin kim olduğu özellikle söylemine ve nasıl bir dil kullandığına odaklanılarak anlaşılabilir (Van Dijk, 2003: 19). Bu nedenle siyasi parti liderlerinin kullandığı söylemlerin üzerinde durulması, analiz edilmesi ve değerlendirilmesi önem arz etmektedir.

Türkiye’de siyasal parti liderlerinin veya temsilcilerin özellikle seçim kampanyaları sürecinde birbirlerine yönelik kullandığı söylemler adeta savaş söylemlerini çağrıştırmaktadır. Kullanılan çatışmacı, hakaret içeren, dışlayıcı ve düşmanca dil toplumsal kutuplaşmaların ve ayrışmaların en önemli nedenlerinden biridir. Dahası siyasal uzlaşmayı engelleyen faktörlerden biri olarak da değerlendirilebilir. Kullanılan söylemler belli bir saygı ve seviyenin altına düştüğü için kamuoyunun da tepkisini çekmektedir. Hatta yapılan araştırmalar bu derece negatif kampanyaların seçmeni kutuplaştırıp ayrıştırdığını ve seçimlere katılımı olumsuz etkilediğini ortaya koymuştur (Ansolabehere ve Iyengar, 1996; Iyengar ve Reeves, 1997: 195-205).

Öte yandan siyasal söylemlerin ne olduğu kadar, medyanın bunları nasıl öncelediği de ayrı bir öneme sahiptir. Medya habere konu olan olayı ideolojisi, kurumsal hassasiyetleri ve

mesleki ilkeleri dikkate alarak çerçeveler ve metne dönüştürür. Medya kendi söylemini inşa ederken genellikle ideolojik kare ilkesine uymaya özen göstermektedir. Başka bir anlatımla medya, desteklediği lider veya siyasi partinin olumlu icraatlarını abartarak, eksiklerini ise arka plana atarak veya görmezden gelerek, ötekinin eksiğini öne çıkararak ve abartarak, başarılarını ise arka plana atarak veya görmezden gelerek öne çıkarmayı tercih etmektedir (Devran, 2010: 81).

Siyasi partilerin iktidar sahibi olabilmesi için söylemsel olarak da rakipleriyle mücadele edebilmesi, kendi söylemleriyle gündemi belirleyebilmesi, söylemsel üstünlüğü elde edebilmesi, sürdürebilmesi ve hedef kitleyi ikna edebilmesi gerekmektedir. Bu nedenle siyasi partiler, güçlü medya desteğine ihtiyaç duymaktadırlar. İktidar kavramı, bir anlamda söylemsel pratiklerle söylemsel gücü elinde bulundurma ile alakalı bir kavramdır. Söylemsel iktidar zihinsel kontrolü sağlamanın, hegemonya ve hâkimiyet kazanmanın en temel yollarından biridir. Bu nedenle iletişim, siyaset bilimi ve psikoloji disiplinleri söylem analizi yönteminden sıkça yararlanmaktadır. Söylem üzerine yoğunlaşan dilbilimciler çalışmalarında güç, hegemonya, sınıf, tür, etnik ayrımcılık, çıkar, yeniden inşa, kurumlar, sosyal yapı ve sosyal düzen gibi konulara odaklanarak eleştirel söylem çözümlemesi yöntemleri geliştirmeye çalışmışlardır. Eleştirel söylem çözümlemesi Habermas'ın çalışmalarından, özellikle onun geliştirdiği meşruiyet ve Foucault'un geliştirdiği güç, tahakküm, disiplin ve söylem düzeyleri kavramlarından yararlanmışlardır. Söylemsel psikoloji bireylerin kişiliklerini, düşüncelerini ve duygularını nasıl biçimlendirdikleri, sosyal etkileşim neticesinde nasıl dönüştükleri ve bu sürecin sosyal ve kültürel inşanın ve değişimin üzerine nasıl etki ettiği konusu üzerinde durmaktadır (Jorgensen ve Phillips, 2002: 8).

Siyasi partilerin konumları ve seçim kampanya stratejileri ile söylemleri arasında belli bir ilişki söz konusudur. Genellikle iktidar partileri olumlu mesaj stratejisi izlerken, kimi zaman ise hem olumlu hem de saldırgan stratejiyi birlikte uygulamayı tercih etmektedir. Tek başına iktidar olma kapasitesine sahip partiler çoğu zaman muhalefetin söylemlerini dikkate almadan kendi geçmiş icraatlarını ve gelecekte yapmayı planladıkları projeleri anlatmaya odaklanmaktadırlar. Aksi takdirde muhalefet partilerini de olabildiğince aciz, zavallı, yetenezsiz, ikiyüzlü, yalancı, vb. olarak tanımlayarak eleştirmektedir. Muhalefet partileri de genellikle olumsuz kampanya ve mesaj stratejisi izleyerek rakiplerini sürekli, aralıklı, doğrudan, dolaylı veya imalı olarak eleştirmeyi tercih etmektedir (Devran, 2003: 136-153). Negatif kampanya bir anlamda rakiplere çamur atma eylemi olarak algılanmaktadır. Seçmenler siyasi aktörlerin rakipleri hakkında gerçek dışı açıklamada bulunmalarını, iftira atmalarını, kişisel yaşamlarına ve karakterine saldırmalarını, gerçekleri çarpıtmalarını çamur atma olarak değerlendirmektedir (Johnson-Cartee ve Copeland, 1997: 19).

İşte bu çalışmada 1 Kasım 2015 tarihinde gerçekleştirilen genel seçimler öncesinde siyasi liderlerin saldırgan ve çatışmacı söylemleri eleştirel söylem analizi yoluyla incelenmiştir. Bununla birlikte bu söylemlerin medyada yer alış biçimleri de irdelenmiştir. Siyasal mücadelede ve iktidarı elde etmede liderlerin söylemde bulunması yeterli değildir. Bu söylemlerin medyada yer alış biçimi ve nasıl öne çıkarıldığı hususu da söylemde bulunmaktan daha önemli olabilir. Zira başlıklar/manşetler metinde bulunan söylemin ne hakkında olduğunu belirler ve söylemin taşıdığı en önemli anlamı somutlaştırarak öne çıkarır. Bu anlamlar yoluyla iletmek istenilen temel anlam vurgulanarak okuyucuların olaya ilişkin zihinsel modelleri kurgulanmış olur. (Van Dijk, 2008: 19).

Söylem analizinde ana amaç, anlamlandırma ya da yorumlamadır. Araştırma sorularına ilişkin kesin yanıtlar vermek yerine inanç, tutum ve eylemleri belirleyen söylemin varlığını ve mesajını tarihsel ve sosyal bir bağlam içerisinde değerlendirmektir (Baş ve Akturan 2008: 30).

Bu çalışma çerçevesinde günlük yayınlanan ve hükümete yakın olan *Akşam*, *Güneş*, *Sabah*, *Star*, *Takvim*, *Yeni Akit* ve *Yeni Şafak* gazeteleri ile hükümete karşı tarafsız olduğu düşünülen, *Haber Türk*, *Hürriyet*, *Milliyet*, *Posta* ve hükümete muhalif olduğu düşünülen *Birgün*, *Cumhuriyet*, *Sözcü* ve *Taraf* gazetelerinin 1 Ekim 2015 ile 1 Kasım 2015 tarihleri arasında ilk sayfalarında yer verdiği siyasi parti liderlerinin söylemleri ele alınacaktır. Cumhurbaşkanı'nın söylemlerini bu iktidar mücadelesinde çalışma dışında tutmak ciddi bir eksiklik olacaktır. Çünkü Cumhurbaşkanı Erdoğan değişik aktiviteler nedeniyle yaptığı ve medyada da yer alan konuşmalarla iktidarın seçim kampanyasını desteklemiş ve bu durum kamuoyunun da dikkatini çekmiştir.

Bu tarz bir çalışmada sorulması gereken çok sayıda soru olabilir. Araştırmanın sınırlı olması nedeniyle en azından şu sorulara cevap bulunmasına çalışılmıştır:

1-Siyasi partilerin konuları, stratejileri ve söylemleri arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

2-Liderler kendilerini ve rakiplerini (ötekini) nasıl tanımlamakta ve konumlandırmaktadır?

3-Medyanın ideolojileri ile öne çıkardıkları söylemler arasında nasıl bir ilişki söz konusudur.

4-Medyanın söylemleri çerçevelemesi ve öne çıkarması ideolojik kare ilkesiyle örtüşmekte midir?

5-Liderlerin söylemleri siyasal çatışma veya uzlaşma kültürü açısından nasıl değerlendirilebilir?

Netice olarak bu araştırmanın Türk siyasetindeki söylem sorununun boyutlarının tespit ederek liderlerin söylemlerini daha düzeyli ve saygın bir biçimde belirlemesine ve medyanın seçim sonrası siyasal uzlaşmayı sıkıntıya sokmayacak şekilde konuları söylemleri haberleştirmesine katkıda bulunması umut edilmektedir.

1. 1 Kasım 2015 Seçimlerine Gidiş Süreci

7 Haziran 2015 seçimleri sonrasında Türk seçmeni hiçbir siyasi partiye tek başına iktidar olma yetkisi vermemiş ve bir anlamda liderlere 'uzlaşın' mesajını iletmişti. Şöyle ki, AK Parti % 40,66 (258 milletvekili), CHP % 25,13 (132 milletvekili), MHP % 16,45 oy (80 milletvekili) ve HDP % 12,96 oy (80 milletvekili) alabilmişti (<http://www.ysk.gov.tr>, 3304, 27.03.2018). Ancak seçim akşamı sonuçlara ilişkin değerlendirmesini yapan MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, AK Parti'ye CHP ve HDP ile hükümet kurmasını önermiş aksi takdirde yeni bir seçim için hodri meydan demişti. Bu açıklama bir anlamda MHP'ye, Türkiye'nin hükümet kuramamasının ve yeni bir seçime gitmek zorunda kalmasının sorumluluğunu yüklemiştir.

TBMM'nde gerçekleştirilen yemin töreninden sonra Cumhurbaşkanı'ndan hükümeti kurma görevini alan AK Parti Genel Başkanı Ahmet Davutoğlu, siyasi parti liderlerini ziyaret ederek ön görüşmelerde bulunmuştur. Ardından görevlendirilen AK Parti heyeti uzun bir süre CHP heyeti ile istikşafı (birini tanıma, anlama ve keşfetme) görüşmeler yapmıştır. CHP'nin son

derece olumlu ve yapıcı davranmasına rağmen bu görüşmelerden hükümet kurma umudu oluşmamıştır Cumhurbaşkanı, görevi ikinci gelen parti liderine, hükümet kuramayacağı gerekçesiyle, vermeyip geçici hükümetle, tekrar seçime gitme kararı almıştır. 1 Kasım 2015 seçimlerine içinde seçmen adına birçok dersi barındıran deneyimlerin ardından gidilmiştir.

7 Haziran ile 1 Kasım tarihleri arasındaki yaklaşık beş aylık sürede kamuoyunun, ekonominin duraklama sinyalleri vermesi ve bekletilen yatırımlar neticesinde Türkiye'nin siyasi istikrara ve güçlü bir iktidara ne kadar muhtaç olduğunu, hatta PKK terör örgütünün artan saldırıları ve Suriye krizinin giderek karmaşık hale gelmesi nedeniyle, ülkenin bölünmez bütünlüğü açısından olmazsa olmazlığını yakinen tecrübe edindiği yaygın bir kanaat haline gelmişti (Onuş, 2015). Sağda AK Parti tek başına iktidar oluşturma ihtimali olan tek parti olmanın avantajına sahipti. MHP ise 7 Haziran akşamı koalisyonla “hayır” diyerek kendisine bağlanan umutları boşa çıkarmanın dezavantajını yaşıyordu. CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu MHP ve HDP’yi de içine alan bir koalisyondan söz ederken, Bahçeli bu formülü sert bir dille eleştirerek CHP’nin koalisyon hükümeti kurabileceğine ilişkin umutlarını boşa çıkarmıştı. Bahçeli’nin 7 Haziran seçimleri sonrasında AK Parti’ye sunduğu ön şartları 1 Kasım öncesinde de tekrar etmesi bir anlamda bazı seçmenlerin AK Parti ile MHP arasında koalisyonun kurulabileceğine ilişkin umutlarını azalttı. Bu yüzden konjonktür, liderlerin stratejileri ve söylemleri AK Parti’yi giderek avantajlı bir konuma getirdi. Belki kararsız seçmenler son ana kadar bu nedenle kararlarını netleştiremediler ve nitekim seçimde AK Parti birçok kamuoyu araştırma şirketinin tahmin ettiği gibi 6 - 7 puan daha fazla oy alarak, %49,50 ve 317 milletvekili ile tek başına iktidar olmayı başardı. CHP %25,32 (134 milletvekili), MHP %11,90 (40 milletvekili), HDP ise %10,76’da (59 milletvekili) oy oranında kaldı (<http://www.ysk.gov.tr>, 27.03.2018).

2. Medya ve Söylemlerin Konumlandırılması

Siyasi liderler kendi anlamını iki şekilde inşa edebilir: İlki kendisinin ne olduğunu, hangi değerleri, ilkeleri ve politikaları savunduğunu anlatarak; diğeri ise rakiplerin tezlerini ve duruşunu vurgulayarak. Başka bir ifadeyle siyasi liderler kendilerini ve temsil ettikleri siyasi partilerini zihinlerdeki anlam haritaları içerisinde belli bir noktaya yerleştirerek hedef kitlede belli çağrışımlar yapmasını sağlamaya çalışmaktadır. Aynı işlemi rakipleri için de yaparlar. Bu çağrışımın kendileri için olumlu rakipleri için olumsuz olmasına özen gösterirler. Rakibin konumlandırılması “biz”in anlaşılmasına daha kolay katkı sağlayabilir.

Daha ziyade reklam disiplini içinde kullanılan konumlandırma kavramı bir markanın özelliklerini ve yararlarını öne çıkararak, onun rakip markalar arasında belli bir yer edinmesini sağlamaktır. Başka bir anlatımla, hedef kitlenin zihninde belli bir yer edinme girişimi olan konumlandırma farklılıkları belirgin kılmaya dayanmaktadır (Deneçli, 2015: 25-27). Siyasi parti liderleri kamuoyu araştırması yaparak seçmen profillerini, rakiplerinin anlamını, neyi temsil ettiklerini ve kendilerinin hangi hususlarda rakiplerinden ayrıştıklarını tespit edebilir ve kampanya temasını, stratejisini ve söylemini bu bilgiler üzerine inşa edebilir. Aksi takdirde seçmenin kendilerini anlamlandırması, rakiplerinden ayrıştırabilmesi ve destek vermesi güçleşebilir. Nitekim İngiltere’de gerçekleştirilen bir araştırmada gençlerin seçimlere katılmama nedenlerinden birinin, ideolojilerin zayıflaması ve siyasi partilerin fikirlerinin giderek birbirine benzemesi olduğunu ortaya çıkarmıştır (Wade, 2017).

Liderler kuşkusuz partilerinin konumlandırılmasını sadece seçim sathı mâilinde değil bütün zamanlarda iletişim çalışmalarının bir parçası olarak gerçekleştirirler. Seçim sürecinde konumlandırmaya ilişkin içerik genelde toplumun gündeminde olan konular ve ihtiyaçlar çerçevesinde belirlenerek seçmenin rakip partiler ve liderler arasındaki farkı daha kolay algılayabilmesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Örneğin terör, ekonomi, sağlık, eğitim, uluslararası problemler vs. gibi konuların revaçta olduğu bir ülkede tâli konulara ilişkin farklılıkları öne çıkarmanın pek de mantığı olamaz (Devran, 2003: 177).

“Biz” konumlandırılırken sürekli olarak yüceltme, “öteki” inşa edilirken ise doğrudan, dolaylı ve imalı saldırılarla eleştirme, kimi zaman da görmezden gelme taktiği uygulanmaktadır. Biz doğru, öteki yanlış yapar. Biz ile ilgili iddialar reddedilir ve medyaya açıklama yapılarak hemen çürütülür; ötekine ilişkin iddialara ise detaylı olarak yer verilerek itibarsızlaştırılmaya çalışılır. Özellikle üçüncü kişi veya “yandaş” medya kendi biz’leri ile ilgili olumsuz haberler kamuoyunun gündemine gelince, zaman kaybetmeden savunmaya, aklamaya ve haklı göstermeye çalışırken, ötekini ise tutarlı veya tutarsız kanıtlar bularak, mizah öğelerini kullanıp hafife alarak ve tutarsız göstererek itibarsızlaştırmaya çalışırlar. Kısacası, öteki hep hedef tahtasındadır (Devran, 2013: 140).

1 Kasım öncesinde TBMM’de grubu bulunan siyasi parti liderleri birbirlerine karşı çok sert ve kimi zaman da seviye sınırlarını zorlayan söylemsel mücadele vererek kendileri ve rakipleri hakkında belli bir algının oluşmasına çaba harcamışlardır. Bu mücadeleye medya doğrudan ya da dolaylı olarak katkı sunmaya çalışmıştır. Liderler arasındaki bu sert söylemsel mücadele tiraj ve reyting kaygısı güden medya açısından oldukça yararlı bulunabilir. Çünkü izleyiciler çatışma içeren siyasi tartışmaları TV ekranlarında izlemeyi daha çok tercih ederken, çatışma gazetelerde de satışları artırıcı bir işlev görebilir. Gazeteciler bir olayı haber yaparken olayın kendisini değil, onu nasıl anladıklarını okuyucuya anlatmaya çalışmaktadır. Sözelimi, Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın TBMM açılışı sırasında salonda yaptığı konuşmada elini göstererek “Tek Vatan, Tek Bayrak, Tek Devlet, Tek Millet” vurgusu yapması kimi gazeteciler tarafından “Rabia” işareti yaptı şeklinde yorumlandı. “Tarafsız Cumhurbaşkanı AKP İcraatlarını Anlattı. Meclis Mitingi” başlıklı haberde Birgün gazetesi Erdoğan’ın AK Parti’nin 2023 hedeflerini anlattığını ifade ederken, sözünün de milletvekilleri tarafından sık sık kesildiğini dile getirmektedir. Haberde Cumhurbaşkanı’nın sözünü kesenler edilgen cümle kullanılarak gizlenmektedir. Böylece bu milletvekilleri haberde korunmaktadır (Birgün, 2 Ekim, 2015).

Başbakan Davutoğlu Van mitinginde “Beyaz Toroslara bir daha izin vermeyiz” derken ülkeyi bir daha çetelere ve faili meçhullere teslim etmeyeceklerini dile getirmişti. Bu konuşmayı Cumhuriyet, bölge halkı için tehdit olarak okuyarak “Davutoğlu Beyaz Torosla Tehdit Etti” başlığıyla haberleştirdi (Cumhuriyet, 21 Ekim 2015). Demirtaş da bazı mitinglerinde “Başbakan biz gidersek beyaz Toroslar gelir” diyerek seçmene şantaj yaptığını ileri sürmüştü (Milliyet, 22 Ekim 2015).

Objektiflik kaygısını ön planda tutmaya çalışıyor gibi görünen bazı medya kuruluşları, olayları olduğu gibi özetleyerek, öznelerin kendi ağızlarından ve yorum katmaksızın vermeye özen göstermektedir. Sözelimi Haber Türk’ün 1 Ekim 2015 tarihli “800 bin gence iş garantili kurs” başlıklı haberinde olduğu gibi. Haberde CHP Genel Başkanı Kılıçdaroğlu’nun seçim beyannamesini açıkladığı toplantıda dile getirdiği proje ve vaatler özetlenerek yer almaktadır. Hürriyet de bu konuyu “CHP Seçim Bildirgesini Açıkladı: İşçiye, emekliye özellikle gençlere” başlığıyla Milliyet “Önce Türkiye Hedef Gençler” başlığıyla okuyucularına iletmeye çalıştı.

Cumhuriyet gazetesi ise Kılıçdaroğlu'nun açıklamasında Cumhurbaşkanı Erdoğan'la ilgili bölümü öne çıkararak haber yapmayı tercih etti: "Kılıçdaroğlu CHP'lilere Erdoğan'ın koalisyon pazarlıklarındaki ricasını anlattı: "Aileme Dokunma" başlığıyla verdiği haberde "CHP lideri AKP ile koalisyon neden kurulamadığını anlatırken Erdoğan'ın Bana ve aileme güvence ver" mesajı gönderdiğini açıkladı. Kılıçdaroğlu "... Ancak biz bu garantiyi veremeyeceğimizi bu konunun yargının konusu olduğunu söyledik ve reddettik" dedi (Cumhuriyet, 1 Ekim 2015). Oysa Akşam, CHP'nin iktidar olması halinde Esad'la işbirliği yapacağını ve eğitim donat programını kaldıracağını önplana çıkararak haberini inşa etti (Akşam, 1 Ekim 2015).

Kimi zaman bir habere ilişkin farklı zamanlarda ve farklı bağlamlarda yapılan açıklamalar farklı olaylarla kolaj yapılarak verilmek suretiyle haberde dile getirilen eylemin asıl failinin kim olduğuna işaret edilmektedir. Bu taktik özellikle olumsuz saldırı haberlerinde kullanılmaktadır. Örneğin Ahmet Hakan Coşkun'un evinin önünde dövülmesine ilişkin manşet haberinde Cumhuriyet gazetesi Cumhurbaşkanı, Başbakan, kimi milletvekili ve parti yetkilisinin ve gazetecinin daha önceki açıklamalarına da yer vererek, bu işin asıl müsebbibinin, kim olduğuna işaret etmektedir. "AKP'li Çıktılar" başlıklı bu haberde Ahmet Hakan Coşkun'u döven dört kişiden üçünün AK Parti üyesi olması nedeniyle de bu iş için bu kişilerin görevlendirildiğinin gerekçesi olarak sunmaktadır. (Cumhuriyet, 2 Ekim 2015).

Medya hazırladığı haberlerle kimi zaman açıkça manipülasyon yapmaya çalışmaktadır. Medya sözgelimi anket yayınlayarak karşıt oldukları siyasi partileri belli bir oyun altında, desteklediklerini de belli bir oyun üzerinde göstererek kararsız seçmenleri yönlendirmeye çalışmaktadır. Sözgelimi Cumhuriyet'in "AKP % 40'ın altında" başlıklı haberi de bu amaçla inşa edilmiş bir haberdir (Cumhuriyet, 6 Ekim 2015). Seçimler yaklaşırken aynı gazete Konda'nın yaptığı araştırmayı "Yüzde Otuz Sürprizi" başlığıyla sürmanşetten verdi. Haberde "Yine Koalisyon" alt başlığıyla 1 Kasım seçim sonuçlarında tek başına iktidar çıkmayacağına vurgu yapılıyordu (Cumhuriyet, 22 Ekim 2015). Çünkü Cumhuriyet'in stratejisi CHP'nin yüzde otuzu geçmesi ve HDP'nin barajı aşması üzerine kuruluydu. Böylece AK Parti'nin tek başına iktidara gelmesi engellenmiş olacaktı. Cumhuriyet'in seçmeni yönlendirmek için kullandığı ikinci taktik ise uzman kişilerin açıklamalarına yer vermek şeklindeydi. "AKP'yi Bayık kurtarır" başlıklı haberinde "Konda Genel Müdür Bekir Ağırdır kapalı bir toplantıda YASED'e sandıktaki son durumu anlattı. Ağırdır'a göre AKP'nin tek başına iktidar olması ancak olağanüstü bir gelişme ile mümkün. Bu da ancak Cemil Bayık ve Murat Karayılan'ın yakalanması ile olur" dediği dile getirilmektedir (Cumhuriyet, 1 Ekim 2015).

Öte yandan iktidar yanlısı bazı medya kuruluşları da seçim yaklaşırken Türkiye'nin istikrara olan ihtiyacına vurgu yaparak seçmenleri endişelendirmeye çalışmıştır. Örneğin Güneş'te "Ya İstikrar, Ya Felaket" başlıklı haberi özetle istikrar çıkmazsa ekonominin felakete sürükleneceği ve inşaat sektörünün duracağı iddia edilmektedir (Güneş, 24 Ekim, 2015).

3. Çatışmacı Siyaset ve Medya

Siyasi partiler yaşamları boyunca kendilerini toplum için anlamlı kılmaya, varoluşsal gerekçelerini açıklamaya ve rakiplerinden farklılıklarını öne çıkararak farkındalık yaratmaya çalışırlar. Kendileri iktidar olamazsa adeta ülke geri gidecek, batma tehlikesiyle karşı karşıya kalacak ve insanlar işlerini kaybedecektir. Çünkü ötekiler başarısız, tecrübesiz, ayrıştırıcı ve yeterli kadrodan yoksundur. Ötekine yönelik yapılan eleştiriler belli bir ölçüyü ve haklılık sınırını aşarsa, iki tarafı da yıpratılabilir veya karşı tarafta mazlum sendromu yaratabilir. Bu

durumda yapılan saldırılar geri tepebilir. Bu nedenle deneyimli liderler ötekini eleştirirken karşılaştırma veya ima etme yöntemlerini kullanarak objektif gözükme çalışırlar (Johnson-Cartee ve Copeland, 1991: 9-10).

Güçlü iktidar partileri genellikle muhalefeti görmezden gelip kendi icraatlarını ve hedeflerini anlatarak toplumun desteğini yanlarında tutmaya çalışmaktadır. Ancak kimi zamanlarda bazı liderler, kendilerine yönelik yürütülen negatif kampanyaların önüne geçebilmek ve rakiplerini savunmada tutarak saldırılarının önüne geçebilmek adına proaktif veya reaktif kampanya stratejisi de uygulayabilmektedir. Örneğin seçmeni olumsuz mesajlara karşı aşılıyarak direncini artırmak, saldırıları görmezden gelmek, kabullenerek geçmişte olduğunu itiraf etmek, reddetmek, iddiaları çürütmek ve karşı saldırıya geçmek gibi (Johnson-Cartee ve Copeland, 1997: 37-62). 1 Kasım 2015 seçimlerinde Başbakan Ahmet Davutoğlu kampanya süresince geçmişteki icraatlarını ve seçim beyannamesinde yer alan vaatlerini anlatırken, muhalefet partilerinin eleştirilerine de cevap vermeye ve onları eleştirmeye çalışmıştır. Davutoğlu'nun, rakiplerinden özellikle HDP Genel Başkanı Selahattin Demirtaş'ı muhatap alarak ona laf yetiştirmeye çalıştığı da dikkati çekmiştir. Davutoğlu'nun HDP'ye yönelik saldırıları bu partinin tabanının kenetlenmesine ve Demirtaş'ın güçlü bir lider olarak algılanmasına sebebiyet vermiş olabilir. Başbakan'ın kendisine yönelik eleştirilere zaman kaybetmeksizin cevap vermesinin nedeni kamuoyunda rakiplerin ileri sürdüğü iddiaların gündemi meşgul etmemesi ve söylemsel üstünlüğü elinde bulundurma çabasıdır. Sözelimi Kılıçdaroğlu'nun kendisini kastederek “Bana söylediklerini açıklarsam zor durumda kalır” şeklindeki iddiasına hemen “Açıklamazsan namertsin Kılıçdaroğlu” şeklinde cevap vererek ikilinin gerçekleştirdiği başbaşa görüşmede iddia edildiği gibi kamuoyuna açıklanamayacak hususlar olmadığını vurgulamaya çalışmıştır (Güneş, 23 Ekim 2015).

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Başbakan Ahmet Davutoğlu zaman zaman rakiplerine ve özellikle Demirtaş'a doğrudan saldırı stratejisi uygulamıştır. Hatta bu stratejiye AK Parti'ye destek olan medya da uyararak, bir parti gazetesi gibi Demirtaş'a doğrudan seslenmişlerdir. Sözelimi Güneş “İstifanı Hazırla Demirtaş” başlıklı haberinde Demirtaş'ın PKK ile ilişkisinin olduğuna ilişkin kanıtlar ileri sürerek istifa etmesini istemiştir (Güneş, 20 Ekim 2015).

1 Ekim 2015 tarihli Güneş gazetesinin manşeti “İktidar olmadan zam yaptı. 7 Haziran seçimleri öncesinde bol keseden atan Kılıçdaroğlu, iktidar olmadan mazota zam yaptı. Önceki seçimde 1,5 TL olarak açıkladığı mazot fiyatını sadece üç ayda 30 kuruş artırarak 1,8 liraya çıkardı” şeklindeydi (Güneş, 1 Ekim 2015). Star gazetesi de aynı şekilde haberde kamuoyunun eleştirebileceği hususları öne çıkararak vermeyi tercih etmiştir. “Mazota Zam Yaptı” başlıklı haberde “CHP seçim beyannamesini açıkladı. Kılıçdaroğlu mazot vaadini 1,8 liraya yükseltti. Eğitimde İmam Hatiplerin orta bölümünü kapatan 1-8-4 vaadini yineledi. Daha önce Suriyelileri geri göndereceğim diyen Kılıçdaroğlu bu konuda çark etti” gibi hususları ön plana çıkarırken öteki vaatleri arka plana attı. Metinde görüldüğü gibi CHP'nin sözünde durmayan, tehlikeli... vb. bir parti olduğu dile getirilmektedir (Star, 1 Ekim 2015).

Sol medya da benzer taktikleri izleyerek doğrudan veya üçüncü kişi ve kurumları kullanarak Erdoğan ve Davutoğlu'na saldırmıştır. HDP seçim beyannamesine ilişkin olarak “Seni Diktatör yaptırmayacağız” başlığıyla Taraf'ın yaptığı haberde olduğu gibi (Taraf, 3 Ekim 2015). Cumhuriyet bu haberi Gandi ile ilgili bölümü öne çıkarıp “Kandil'e Gandi'li mesaj” başlığıyla vererek HDP'nin barışı isteyen, şiddetle arasına mesafe koyan ve Kandil'deki PKK

yöneticilerine de barışı telkin edebilecek bir siyasi parti olarak konumlandırdı. Erdoğan'la ilgili olarak ise “Seni diktatör yaptırmayacağız” açıklamasını öne çıkardı (Cumhuriyet, 3 Ekim 2015). Cumhuriyet gazetesinde yer alan “Hasan Cemal İfade verdi. Bu dünya despotlara kalmaz” başlıklı haberinde Hasan Cemal'in Cumhurbaşkanı Tayyip Erdoğan'a hakaret suçlamasıyla ifade verdiği ve “Sonunda daima demokrasiden yana olanlar kazanır. Sonunda daima mesleklerinin bağımsızlığını savunan gazeteciler kazanır. Bu dünya despotlara kalmaz” dediği ifade edilerek Hasan Cemal üzerinden Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın despot olduğu algısı oluşturulmaya çalışılmıştır (Cumhuriyet, 1 Ekim 2015). Sözcü ise “Çözüm sürecinin bedelini ödüyoruz” başlıklı haberde Ahmet Yavuz paşanın açıklamaları üzerinden iktidarı eleştirmişti (Sözcü, 3 Ekim 2015).

Özellikle popüler ve ideolojik gazeteler kendi ötekilerine doğrudan saldırıyı tercih etmektedir. Sözelimi Cumhuriyet, Sözcü, Özgür Gündem, Takvim, Yeni Akit ve Güneş gibi gazeteler destekledikleri iktidar partisinin karşısındaki rakibe doğrudan saldırmışlardır. Takvim'de yer alan “İhanette Dört İşlem” başlıklı haberde HDP'nin tehdit dolu seçim bildirgesine vurgu yapılarak eleştirilmektedir (Takvim, 3 Ekim 2015; Yeni Akit, 3 Ekim 2015). Sözcü “Asker ve polisimiz hain teröristlerin başında koşarken Vali AKP'lilerler bildircinin belini kırdı” başlıklı haberde AK Partililerin zevk ve eğlence peşinde koştuğunu dile getirerek eleştirmektedir. AKP'liler ifadesi, metonomi işlevi gördüğü için bütün AK Partilileri çağrıştırmaktadır.

Medya kimi zaman muhalif olduğu siyasi partiler hakkındaki haberleri ya görmezden gelmekte ya da birinci sayfalarında yer vermemeyi tercih etmektedir. Sözelimi CHP'nin seçim beyannamesine ilişkin haberi birçok gazete birinci sayfadan görünürken Sabah ve Yeni Şafak gazetesi öne çıkarmamaya özen göstermiştir.

Medya bazen karşıt gördüğü siyasi parti veya lideri itibarsızlaştırmaya çalışmaktadır. Özellikle seçim döneminde Erdoğan'ın ailesiyle ilgili gerçek dışı, itibar zedeleyici ve kamuoyu nezdinde küçük düşürücü haberlerin yapıldığı görülmektedir. Sözelimi Bilal Erdoğan'ın yurt dışına kaçtığı ve ailenin yolsuzluğa karıştığı şeklindeki iddiaları böyle değerlendirmek mümkündür. Cumhuriyet 22 Ekim tarihli sayısında “Erdoğan'ın ailesinin şirketleri milyarlarca dolarlık kamu zararına yol açmış. CHP'den üç vurgun dosyası” başlığıyla bir CHP milletvekilinin Erdoğan'ın eniştesi ve damadının şirketleriyle ilgili yolsuzluk dosyası açıkladığı dile getirilmektedir (Cumhuriyet ve Posta, 22 Ekim 2015). Medya, “Öteki”ni itibarsızlaştırırken karşıt medyanın suçladığı, itham ettiği kişileri bir gün sonraki haberlerinde haber konusu yaparak haklarında ileri sürülen iddiaların doğru olmadığını kanıtlamaya, “biz”i aklamaya ve korumaya çalışmaktadır. Örneğin Bilal Erdoğan'ın İtalya'ya kaçtığına ilişkin iddialara Bilal Erdoğan'ın cevabını “Ancak Korkaklar Kaçar” başlığıyla vererek konuya açıklık getirmeye çalışmıştır (Akşam ve Yeni Şafak, 8 Ekim 2015).

Muhalefet parti liderlerine karşı da benzer haberler dikkati çekmektedir. Akşam gazetesinin “Kılıçdaroğlu'ndan Bomba Gaf” (Akşam, 7 Ekim 2015) veya Güneş'in “CHP Fakir İthal etti” başlıklı haberinde Uruguay eski Devlet Başkanı Jose Mujica'yı ülkeye davet ederek seçimlerde kullanmaya karar verdiğini duyurduğu haberinde olduğu gibi (Güneş, 24 Ekim 2015). Güneş, MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin palto ve şapkalı pozunu “Millet Gülsün Diye Yayımlamış. Hiç Komik Değil” başlığıyla haber yaparak alay etmeye çalışmıştır (Güneş, 2 Ekim 2015).

Kimi zaman seçmenin kafasını karıştırmak amacıyla siyasi partiler içerisinde karışıklık varmış gibi gösterilmeye çalışılmıştır. Örneğin AK Parti’de üç dönem milletvekilliği yapanların parti kurabileceği ve MHP’nin bölünebileceği şeklinde bazı haberler yayınlanmıştır (Aydınlık, 25 Ekim 2015). Cumhuriyet’in “Arınç Pimi Çekti”, Hürriyet’in “Birilerine olan sevgimi kaybettim” başlıklı haberi bu amacı taşımıştır (Cumhuriyet, 25 Ekim 2015). Arınç’ın eleştirilerinin AK Parti’ye zarar vermesinin önüne geçmek için Star “Koltuk gitti Arınç döküldü” başlığıyla haber yaparak onu itibarsız ve etkisiz hale getirmeye çalışmıştır (Star, 25 Ekim 2015).

Öte yandan iktidar yanlısı medya, muhalif parti liderlerinin birbirlerine yönelik sert söylemlerini manşetlere taşıyarak muhalefette çatlak, ayrışma ve birbirine düşme var şeklinde algı oluşturup bunların iktidar için bir araya gelemeyeceği mesajını vermeye ve seçmeni desteklediği partiye yönlendirmeye çalışmıştır. MHP lideri Bahçeli’nin kendisiyle koalisyon kurmak isteyen Kılıçdaroğlu’na “Çocuk mu kandırıyorsun?” şeklindeki cevabını öne çıkaran Güneş’in “Birbirlerine düştüler” başlıklı manşet haberi gibi örnekler bunu destekler niteliktedir (Güneş, 28 Ekim 2015).

4. Biz ve Öteki Olarak İktidar ve Muhalefet

Siyasi partiler yaşamları süresince kendilerini ve rakiplerini tanımlamaya, farklılıklarını göstermeye ve bir kimlik inşa etmeye çalışırlar. Hatta seçmenlerini bu anlamda bilinçlendirmeye ve onlarda “biz” şuurunu oluşturmaya gayret ederler. Siyasi partilerin tabanlarının güçlü ve katı olması mevcudiyetlerinin devamı ve siyasi başarıları bakımından önemlidir.

Siyasi liderler tabanları tek başına iktidara gelmek için yeterli ise, onu kenetlendirerek sandığa götürüp sonuç almayı hedeflemektedir. AK Parti bu stratejiyi uzun süre kullanarak girdiği seçimlerde, oy kaybetmeksizin, istediği oy oranını almayı başarmıştır. 22 Temmuz 2007 seçim kampanyaları taban ve seçmenlerin kutuplaşması bağlamında en çok dikkati çekenlerden biri olmuştur. Sonraki yıllarda AK Parti, tabanını daha da genişletme stratejisi izleyerek yüzde ellilere kadar oyunu yükseltmeyi başarmıştır. “Kasımpaşalı Erdoğan”ın “Cumhurbaşkanı Erdoğan”a dönüşümünün bu genişleme stratejisinin başarıyla uygulanması neticesinde sağlandığı söylenebilir (Devran, 2007: 67-70).

Liderler söylemleriyle kendilerini ve rakiplerini anlamlandırıp konumlandırmaya çalışırken, medya da yaptığı haber ve yorumlarla bu çabayı mümkün kılmaktadır. Medyanın siyaset üzerine etkisi o denli arttı ki, Paçacı’nın da vurguladığı gibi, demokrasi medyanın yönetimine girdiği ve siyaset alanının bir anlamda sömürgeleştiği tartışılmaya başlanmıştır (Paçacı, 2013: 81). Siyasi partilerin medyaya verdikleri önemi ve medyada yer alma mücadelelerini anlayabilmek için TRT’nin tarihinde yaşanan tartışmalara bakılması gerekir. TRT’nin tekel olduğu dönemlerde medya kullanımı ve TRT’nin siyasi partilerin açıklamalarına ilişkin iktidarı kollayıcı ve gözetleyici yayın politikası TBMM’de çok büyük tartışmalara neden olmuştur (Devran, 2011: 152). 1990 yılından sonra özel sektörün radyo ve televizyon yayıncılığına girmesiyle birlikte siyasi partiler ve liderler seslerini daha kolay bir biçimde kamuoyuna duyurabilmeye başladılar. Günümüzde özellikle yeni medya ve sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte sadece liderler değil bireyler de iletişimsel eylemde bulunarak seslerini hedef kitlelere hızlı bir biçimde iletebilmektedir.

Başbakan Ahmet Davutoğlu açıklamalarında Türkiye’de bir devrim yaşandığını ve bu devrimi kendilerinin yaptığını sıkça vurgulayarak kendisini devrimci başbakan olarak konumlandırmaya çalışmıştır (Yeni Şafak, 5 Ekim 2015). Akşam’ın “Namluyu kırar, dağları temizleriz” şeklinde manşetten verdiği haberinde de Başbakan’ın terörle mücadeledeki kararlılığına vurgu yapılmıştır (Akşam, 29 Ekim 2015). Kararlı lider vurgusunu Yeni Şafak da sıkça gündeme getirmiştir (Yeni Şafak, 5 Ekim 2015). Hatta Başbakan, verdikleri mücadeleyi Kurtuluş Savaşı’na benzeterek kendilerinin bu mücadeleyi veren ordu olarak nitelendirmektedir. HDP’yi ise Kurtuluş Savaşı’nda karşı taraftaki düşman olarak konumlandırmaktadır (Akşam, 7 Ekim 2015). Bu nedenle Davutoğlu, 1 Kasım’ın parti değil memleket meselesi olduğunu sıkça vurgulamıştır (Star, 9 Ekim 2015).

Başbakan Davutoğlu muhalefet partilerini her şeyi engellemeye çalışmakla ve blok siyaseti izlemekle itham etmiştir. Bu yöntemle muhalefetin gerilimi artırdığını ileri sürmüştür (Akşam, 2 Ekim 2015). Davutoğlu ülkeyi felakete sürüklediğini iddia ettiği muhalefet partilerini felaket baykuşları olarak nitelendirmiştir (Güneş, 27 Ekim 2015). “Anayasa kitapçığı değil Uydu fırlatıyoruz” başlıklı haberde Davutoğlu MHP ve CHP liderlerine ironi yaparak saldırdı. Davutoğlu iki liderin, 7 Haziran 2015 seçimlerinde halkın uzlaşın mesajını kulak ardı ederek görevden kaçtıklarını ileri sürmüştür (Sabah, 20 Ekim 2015). CHP’nin blok siyaseti, MHP’nin hayır siyaseti, HDP’nin terör siyaseti izlediğine vurgu yapmıştır (Akşam, 4 Ekim 2015; Milliyet, 10 Ekim 2015).

Akşam “PKK Kanalında Anayasa Skandalı” başlıklı haberinde Kılıçdaroğlu’nun IMC TV’ye çıkarak PKK’ya destek verdiğini ve anayasanın değiştirilmesi teklif dahi edilemeyecek ilk üç maddesini yeniden nasıl yazacaklarını anlattığını vurgulamıştır Bu haber Kılıçdaroğlu’nu PKK’yı desteklediği şeklinde bir algı oluşturma ve konumlandırma amacıyla hazırlanmıştır (Akşam, 28 Ekim 2015).

Davutoğlu iktidar partisi konumunu unutarak sürekli Demirtaş ve Kılıçdaroğlu’na saldırı stratejisi uygulamıştır. Zaman zaman MHP’yi ve Bahçeli’yi de hedef almıştır “Milleti Değil Kandil’i dinledi” başlıklı haberde Davutoğlu, Demirtaş’ın sürekli Kandil’in dediği ile ilgilendiğini ileri sürmektedir (Akşam, 10 Ekim 2015). Hatta Demirtaş’a bu tarz bir saldırıyı Erdoğan da Cumhurbaşkanı olarak gündeme getirmiştir. “Kendilerini Ele Verdiler” başlıklı haberde Cumhurbaşkanı Erdoğan, Demirtaş’ın milletvekillerine öldürülen PKK’lı teröristlerin cenaze törenlerine katılmasını emretmesini bir suç ve terör desteğinin en açık kanıtı olduğunu ifade etmiştir (Güneş, 10 Ekim 2015).

Davutoğlu seçim kampanya sürecinde PKK terörü konusunu sık sık gündeme getirerek HDP Eş Genel Başkanı Selahattin Demirtaş’ı eleştirmiştir. Açıklamalarında terörün üzerine kararlılıkla gideceğini sık sık vurgulayarak HDP eş başkanlarını Kandil’den korkan, çekinen kişiler olarak tanımlamıştır. Demirtaş’a “Cesaretin varsa barış isteğini Kandil’e söyle” diyerek PKK yöneticilerinden korktuğunu ileri sürmüştür (Haber Türk ve Star, 4 Ekim 2015). Davutoğlu daha da ileri giderek HDP’yi ve Demirtaş’ı PKK’nın bir kolu olarak konumlandırmış ve birlikte hareket ettiklerini ileri sürmüştür (Akşam, 9 Ekim 2015). Davutoğlu “HDP Dağa Gönderir Biz Çeyiz Yaparız” diyerek, HDP’yi terör örgütü PKK’nın terörist toplama bürosu gibi çalıştığını iddia etmiştir (Akşam, 25 Ekim 2015; Güneş, 26 Ekim 2015). Davutoğlu, terörle mücadele ederken örgüt ile halkı birbirinden ayırıp, halka karşı şefkatli olduklarını ve onları kucakladıklarını da vurgulamıştır. Başbakan’ın “Onlar Nişantaşı’ndan Kandil’e nefret, şiddet ve terör köprüsü kursunlar. Biz Türkiye’nin her bir köşesine gönül köprüleri kuruyoruz.

Diyarbakır’da çorbacıyı tarayan barış güvercini olur mu?” şeklindeki ifadesi bu bakış açısını açıkça yansıtmaktadır (Haber Türk, 26 Ekim 2015). Davutoğlu’nun bütün halka dönük barış mesajlarını değerlendiren Güneş, Başbakan’ın birlik siyaseti göttüğünü ifade etmektedir (Güneş, 4 Ekim 2015).

Sadece Başbakan değil, iktidar yanlısı basın da HDP eş başkanı Demirtaş’ın, bazı gazetelerin "cici çocuk" olarak nitelendirmesine rağmen, çok sert ve gaddar bir lider olduğunu ileri sürmüştür. Akşam’ın “PKK’lı Cenazesine Gitmeyi Yakarım” başlıklı haberinde Demirtaş’ın cici bir lider olmadığını dile getirilmektedir (Akşam, 9 Ekim 2015).

Demirtaş’ın, kendisine yönelik eleştiriler karşısında zora girince ve PKK terör örgütü ve PYD çatışmalarda ciddi kayıplar verince rasyonalitesini de yitirdiği görülmüştür. Nitekim Başbakan’ın “PYD’yi vurduk, Fırat’ın batısına geçemeyecekler artık” şeklindeki açıklamasına “Geçecekler. Sen de mal mal izleyeceksin” şeklinde karşılık vermiştir (Akşam, 29 Ekim 2015). Demirtaş’ın bu açıklamaları medyada “Demirtaş Çirkinleşti” ve “Demirtaş Ağzını Bozdu” şeklinde değerlendirilmiştir (Güneş, 29 Ekim 2015).

Kuşkusuz Başbakan’ın ve iktidarı destekleyen medyanın başbakanı konumlandırma çabası kadar bu anlamda muhaliflerin verdiği söylem mücadelesi de önemlidir. CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu AK Parti’yi kavgacı ve şiddetten yana kendilerini ise barış ve huzurdan yana parti olarak konumlandırmaya çalışmıştır (Önce Vatan, 22 Ekim 2015). Kılıçdaroğlu, AK Parti’nin 7 Haziran’daki kendi seçim vaatlerini birebir alarak kullandığını ileri sürerek kopyacı olduğunu da ileri sürmüştür (Haber Türk, 6 Ekim 2015). Kılıçdaroğlu ayrıca Başbakan’a “Sen çocuk musun neden kanıyorsun” şeklinde seslenerek iktidarın çözüm sürecinde PKK’ya neden kandığını sordu. Böylece iktidarı saf ve terörle mücadelede yetersiz olarak nitelendirmiştir (Cumhuriyet, 26 Ekim 2015). Öte yandan Cumhuriyet Davutoğlu’nu hayalperest bir lider olarak konumlandırmaya çalıştı. Bu yüzden AK Parti’nin seçim bildirgesine ilişkin haberini “Hayalperest Vaatler” başlığıyla vermiştir (Cumhuriyet, 6 Ekim 2015).

Kılıçdaroğlu Türkiye’de iktidarın sürekli muhataplarıyla kavga ettiğini sık sık gündeme getirerek “Ayrışmadan, kavgadan bıktık. Her eve bereket ve huzur gelecek. 78 milyonu kucaklayacağım. Kimseyi ayrıştırmayacağım” demiştir (Haber Türk, 26 Ekim 2015). AK Parti’yi batırıcı, MHP’yi hayırcı, HDP’yi ise hazır değil şeklinde betimleyen Kılıçdaroğlu tek çözümün CHP iktidarı olduğunu iddia etmiştir (Taraf, 1 Ekim 2015).

Cumhuriyet CHP’nin yanı sıra HDP’yi de terörle arasına mesafe koyan ve barışı savunan bir siyasi parti olarak konumlandırmaya çalışmıştır. Oysa iktidar yanlısı gazeteler HDP’nin Türkiye’ye ihanet ettiğini ileri sürmüşlerdir (Güneş ve Yeni Akit, 3 Ekim 2015).

Devlet Bahçeli’nin gerek kendisini ve gerekse iktidarı konumlandırma konusunda özel bir çaba harcadığı söylenemez. Ancak kullandığı şiddet ve çatışma dili seçmenin kendisiyle ilgili belli bir algıya sahip olmasına ve onu konumlandırmasına etki etmiş olabilir. Örneğin “Saray’ı Bunların Başına Yıkabiliriz” başlıklı haberde olduğu gibi (Hürriyet, 4 Ekim 2015; Posta, 19 Ekim 2015).

5. Muhalefetin Büyük Ötekisi: Cumhurbaşkanı Erdoğan

AK Parti’nin seçim kampanyasını her ne kadar Genel Başkan Ahmet Davutoğlu yürütmüş olsa da muhalefetin hedefindeki lider daha ziyade Cumhurbaşkanı Recep Tayyip

Erdoğan olmuştur. Muhalefet partileri AK Parti iktidarının bir anlamda Erdoğan'ın iktidarı olacağını düşünerek Erdoğan'a saldırıp karşıt seçmenleri yönlendirmeye çalışmışlardır. Oysa Erdoğan 7 Haziran seçimleri öncesinde olduğu gibi miting meydanlarına çıkmak yerine başta televizyon ekranları olmak üzere değişik zeminlerde açıklamalar yaparak bir anlamda seçim kampanyasına daha imalı destek vermeye çalışmıştır. Örneğin Sabah'ın "İstikrar Seçimi" manşetiyle verdiği haberde Erdoğan'ın katıldığı bir TV programda seçime ilişkin yaptığı açıklamalara yer vermiştir (Sabah, 31 Ekim 2015). Muhalefet ve muhalif medya Erdoğan'ın bu tavrını ise AK Parti'ye doğrudan destek çabası olarak kabul ederek onu eleştirilerinin merkezine koymuştur.

Erdoğan muhalif medya tarafından sürekli olarak muhalefetle kavga eden bir lider olarak sunulmuştur. Sözelimi, TBMM'nin açılışında yaptığı konuşmayı haber yapan muhalif gazetelerin "Muhalefetle Tartıştı" başlığı ile verdiği haber okunduğunda CHP ve HDP milletvekillerinin sataşmalarına cevap verdiği anlaşılmaktadır. Ancak başlığın bu şekilde verilmesiyle adeta tartışma sürecini Cumhurbaşkanının başlattığı ve dolayısıyla haksız olduğu kanaati oluşmaktadır (Hürriyet, 2 Ekim 2015). Aydınlik "Erdoğan Konuştu HDP Terk Etti" başlıklı haberinde kullanılan söyleme göre HDP'lilerin TBMM salonunu terk etmeleri Erdoğan'ın konuşmaları nedeniyle olmuştur. Dolayısıyla bu eyleme neden olan da Erdoğan'dır. Oysa haberin içeriğinde HDP'lilerin Erdoğan'ın salona girdiği sırada salonu terk ettikleri ifade edilmektedir. Ayrıca haberde üç muhalif parti liderinin de salonda olmadığı belirtilerek bir anlamda HDP'nin eylemine destek verilmektedir (Aydınlik, 2 Ekim 2015). Oysa Akşam, CHP'lilerin Cumhurbaşkanının salona girmesi sırasında ayağa kalktıklarını ve dolayısıyla saygısızlık yapmadıklarını vurgulamaktadır (Akşam, 2 Ekim 2015). Bu haberi Güneş ise "Büyük Terbiyesizlik" başlığıyla verirken, haberde "PKK'lularla kol kola giren HDP'liler Meclisi terk etti" cümlesini kullanmış ve HDP'nin terör örgütü PKK ile yakın ilişkisine vurgu yapmıştır (Güneş, 2 Ekim 2015). Sözcü ise bu haberi "Muhalefete yine laf yetiştirdi" başlığıyla vererek Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın hep aynı şey yaptığını "yine" sözcüğü ile ifade etmektedir. Haberde Erdoğan "tarafsız bir devlet adamı değil, parti lideri gibi muhalefete yüklendi" denilerek tarafsızlığını korumadığına işaret edilmektedir (Sözcü, 2 Ekim 2015). Netice olarak medyanın siyasilerin eylem ve söylemlerini yorumlayarak ve yargılayarak oluşturdukları kanaati genel bir kanaat şeklinde sunduğu söylenebilir.

Kılıçdaroğlu seçim kampanyasını adeta Erdoğan'a saldırı üzerine inşa ederek AK Parti'ye gidecek oyun Erdoğan'a destek olacağını ifade etmeye çalışmıştır. Sözelimi, "Asıl fail Sensin Erdoğan" başlıklı haberde olduğu gibi. Haberde Kılıçdaroğlu Ergenekon davasının asıl failinin Erdoğan olduğunu iddia etmektedir (Cumhuriyet, 10 Ekim 2015).

Kemal Kılıçdaroğlu 1 Kasım seçimlerini Saray ve Demokrasi ikilemi üzerine oturtmayı yeğlemiştir. Saray metaforuyla Erdoğan'ın padişahlık düzeni yani saltanat kurmaya çalıştığı anlatılmaya çalışılmıştır (Cumhuriyet, 6 Ekim 2015). Kendilerini ise halkın yanında konumlandırarak varlık nedenlerinin halka hizmet olduğunu dile getirmiştir (Milliyet, 10 Ekim 2015). Tayyip Erdoğan'ın üslubunu eleştiren Kılıçdaroğlu, ülkeyi bilinçli bir biçimde gerdiğini iddia etmiştir. Sözcü'nün "Saray Ülkeyi Geriyor" başlığıyla verdiği haberde Kılıçdaroğlu'nun bu yöndeki iddiaları dile getirilmektedir (Sözcü, 23 Ekim 2015). Taraf gazetesi Kılıçdaroğlu'nun Erdoğan'a yönelik "Diktatör" söylemini öne çıkararak manşetten vermeyi tercih etmiştir. "Diktatöre Karşı Önce Türkiye" başlıklı haberin devamında "Bu seçim bildirgesini TOMA'lara, biber gazlarına karşı diktatöre mizahla diz çöktüren gençlere adıyoruz"

diyen Kılıçdaroğlu, ‘Önce Türkiye sloganıyla vaatlerini açıkladı’ denilmektedir. (Taraf, 1 Ekim 2015). Muhafız medyanın Erdoğan’a ilişkin diktatör algısı oluşturabilmek için farklı taktikler denediği görülmektedir. Medya genellikle siyasi parti liderlerinin bu yöndeki söylemlerini ön plana çıkartırken, Cumhuriyet Finlandiyalı bir gazetecinin Erdoğan’a “Diktatör müsünüz?” şeklindeki sorusunu manşete taşıyarak da kendi niyetini ifade etmeye çalışmıştır (Cumhuriyet, 14 Ekim 2015).

Tayyip Erdoğan’a yönelik diğer bir konumlandırma mücadelesi onun DAES’i dolayısıyla terörü desteklediğine ilişkindi. Bu iddia HDP’nin sürekli gündeme getirdiği bir iddia olmuştur (Özgür Gündem, 23 Ekim 2015). Cumhurbaşkanı ise bu iddialara cevaben PYD’nin en büyük destekçisinin DAES olduğunu dolayısıyla PKK, PYD ve DAES arasında bir işbirliğinin varlığını ve HDP’nin de bu yapının siyasi uzantısı olduğunu vurgulamaya çalışmıştır (Türkiye, 23 Ekim 2015). Erdoğan ayrıca kendilerinin DAES’e destek verdiğini iddia edenleri edepsizlik etmekle suçladı ve meydanları o kişilere bırakmayacaklarını söyledi (Güneş, 26 Ekim 2015). Dahası Erdoğan HDP’lileri terörü desteklemekle suçlamış ve kendilerine saldıranların, kavga edenlerin asıl kavgalarının milletle olduğunu açıklamıştır (Akşam, 2 Ekim 2015; Milat, 27 Ekim 2015).

10 Ekim 2015 tarihinde Ankara’da gerçekleştirilen ve 109 kişinin ölümüne neden olan bombalı eylemin hemen arkasından Özgür Gündem “Yüreğimizi Yaktın, Sarayını Yakacağız” ve “Katil Erdoğan” başlığını atarak eylemin sorumlusunun Erdoğan olduğunu ifade etmeye çalışmıştır. Haberde ayrıca Demirtaş’ın, bu eylemin “Mafyalaşmış Devletin İş” olduğu şeklindeki sözüne yer vererek terörün arkasında devletin olduğu iddiası dile getirilmiştir (Özgür Gündem, 11-12 Ekim 2015). Oysa birçok gazete ve başta Cumhurbaşkanı olmak üzere devlet yetkilileri saldırının bütün millete yapılmış olduğunu ifade etmiştir. Cumhuriyet ise “Bombalar Patladı, Polis İzledi” başlıklı haberiyle olayda devletin ihmalinin var olduğunu ileri sürerek HDP ve Demirtaş’ın söylemlerine destek vermiştir (Cumhuriyet, 12 Ekim 2015). İktidar yanlısı gazeteler ise bombalama emrini Esad’ın verdiğini, eylemi ise PKK’nın gerçekleştirdiğini ileri sürmüştür (Akşam, 12 Ekim 2015). Öte yandan aynı gazete Demirtaş’ın kan üstünden oy istediğini vurgulayarak bu müessif olayı siyasi çıkarı için istismar etmeye çalıştığını ileri sürmüştür (Akşam, 12 Ekim 2015). Demirtaş’ın olay mekânını ziyaretine ilişkin “Çok Sırıttıyor” başlıklı haberiyle gülümsemesini öne çıkartan bazı gazeteler, Demirtaş’ın mutluluk duyduğunu vurgulamıştır (Güneş, 12 Ekim 2015). Başbakan Davutoğlu da Demirtaş’ı, terör eylemini istismar ederek, siyasi hesap peşinde olmakla suçlamıştır. Hatta Demirtaş’ın devleti katil olarak suçlamasının ardından “Aynaya bak katili görürsün” diyerek katilin kendisi olduğunu ifade etmiştir (Akşam, 13 Ekim 2015; Star, 20 Ekim 2015). Erdoğan ise katil devlet diyenlerin bunun hesabını vereceğini söylemiştir (Akşam, 2 Ekim 2015; Milat, 27 Ekim 2015).

Sonuç

Siyasi parti liderleri rakiplerini çatışmacı söylemlerle ötekileştirip kendi aralarındaki uzlaşma kültürünü, zeminini ve güveni aşındırmaktadırlar. Liderlerin aralarında koalisyon yapamamalarının veya en azından ülkeyi ilgilendiren milli meselelerde bile bir araya gelememelerinin en önemli nedenlerinden biri budur. 7 Haziran seçimlerinden sonra AK Parti ve CHP’li temsilciler bir araya gelse de aralarında güven unsuru bulunmadığı için iki partinin anlaşıp hükümet kuramadıkları söylenebilir.

1 Kasım 2015 seçim kampanyası sırasında iktidar partisinin olumlu ve saldırı stratejisini birlikte kullandığı gözlemlenmiştir. Başbakan Ahmet Davutoğlu bir taraftan yaptıkları icraatları anlatırken, öbür taraftan da rakip liderleri eleştirmeye çalışmıştır. Davutoğlu'nun, tek başına iktidar olabilmek için, stratejisini HDP'nin az milletvekili çıkarması ya da barajı aşmaması üzerine kurduğu için Demirtaş'ı fazla gündeme getirdiği söylenebilir. Muhalefet partileri ise mesaj stratejilerini, konumları gereği, iktidar eleştirisi üzerine kurmuşlardır.

Her seçimde siyasi parti liderleri birbirlerini saygı sınırları içerisinde kalarak eleştirebilir. Ancak 1 Kasım 2015 seçimlerinde liderlerin bu nezaket sınırlarını aşarak daha çatışmacı bir dil kullandıkları açıkça görülmektedir. Başbakan Davutoğlu'nun, uzlaşmacı, mütevazı ve saygın kişiliğinin aksine özellikle HDP'ye karşı aşırı dışlayıcı, suçlayıcı ve hakaretamiz bir dil kullanması dikkat çekicidir. Davutoğlu'nun böyle bir dili tercih edişinin altında yatan önemli nedenlerden biri 7 Haziran seçimlerinde AK Parti'nin tek başına iktidar kurabilecek çoğunluğu elde edememesidir.

Liderler kendilerini kucaklayıcı, barışsever ötekini dışlayıcı ve şiddetten yana olarak konumlandırmaya çalışmıştır. Konumlandırma mücadelesinde Davutoğlu'nun daha ön plana çıkararak rakiplerini yerdiği ve savunmaya itmeye çalıştığı görülmüştür. Öte yandan muhalefet partisi liderlerinin kendisi hakkındaki iddialarına hemen cevap vererek gündemde yer etmesinin önüne geçmeye çalışmıştır.

1 Kasım seçim kampanyası sürecinde medyada yer alan haberler incelendiğinde liderlerin birbirlerini konumlandırma mücadelesini şu şekilde özetlemek mümkündür: AK Parti ve Davutoğlu kendilerini demokrat, yenilikçi, reformist, cesur, cumhuriyetçi, her kesimi kucaklayan, özgün, halkın yanında, istikrarın teminatı, birlik, beraberlik ve istikrar taraftarı bir parti olarak konumlandırmaktadır. CHP'yi Beşar Esad ile işbirliği yapan, HDP'ye oy isteyen, PKK'ya destek veren, haddini bilmeyen ve kutuplaştırıcı dil kullanan; MHP'yi her şeye hayır diyen; HDP'yi terörü destekleyen, sırtını teröre yaslamış, katil, din düşmanı, terör, kan ve kaostan beslenen, tetikçi ve hain bir parti olarak tanımlamaya çalışmıştır.

CHP ve Kılıçdaroğlu kendilerini ılımlı, uzlaşmacı, huzur ve barıştan yana, 78 milyonu kucaklayan, halkın yanında, cumhuriyetçi ve halkçı olarak tarif ederken; AK Parti'yi şantajcı, çocukça davranan, yan çizen ve tarafgir; MHP'yi her teklife hayır diyen; HDP'yi ise barış isteyen ve teröre karşı durmaya çalışan bir parti olarak konumlandırmaktadır.

MHP ve Bahçeli kendilerini gücünü bozkırlardan almış, milliyetçi olarak; AK Parti'yi intikamcı, oyunbaz, Ankara'daki bombalı eylemle ilgili olarak azmettirici ve içten pazarlıklı bir parti olarak tasvir etmektedir.

HDP ve Demirtaş ise kendilerini dik duran, barış sürecinde önemli rol üstlenen, duygusal ve barışsever bir siyasi parti olarak; AK Parti'yi katil, DAES'e destek veren, Ankara'daki bombalı eylemle ilgili olarak azmettirici şeklinde konumlandırmaktadır.

Her ne kadar liderlerin birbirlerini öteki olarak konumlandırmaya çalışmış olsa da, muhalefet liderlerinin ortaklaşa büyük ötekisi Cumhurbaşkanı Erdoğan olmuştur. Erdoğan seçim kampanya sürecine müdahil olarak AK Parti'ye destek olmaya çalışması nedeniyle muhalefet partileri tarafından sıkça eleştirilmiştir. Öyle ki ana muhalefet lideri Kılıçdaroğlu seçimleri "Sarayın Seçimi" olarak nitelendirmiştir. Muhalif medyanın da Cumhurbaşkanı'na doğrudan hedefe koyarak saldırdığı söylenebilir.

Medya açıkça ideolojik olarak kendisine yakın gördüğü siyasi partiye doğrudan ya da dolaylı olarak destek vermekten kaçınmamıştır. 1 Kasım seçim sürecinde bu desteğin olabildiğince açık, doğrudan ve görünür bir hal aldığı söylenebilir. Çünkü liderler arasındaki çatışmacı söylem, medya kuruluşlarının da ideolojik tavırlarını daha net sergilemeye teşvik etmiştir.

İktidarın medya desteğinin sayısal ve triaj olarak diğer partilerle mukayese edilemeyecek ölçüde üstün olduğu söylenebilir. Kullanılan söylemler incelendiğinde medyanın ya iktidar yanlısı ya da iktidar karşıtı bir pozisyon aldığı açıkça görülmektedir. Akşam, Sabah, Star, Yeni Akit ve Güneş gibi gazeteler açıkça iktidarı desteklerken, Haber Türk'ün daha imalı bir mesaj stratejisi izlemeye çalıştığı söylenebilir. Muhalefet partilerine daha yakın duran Hürriyet'in de böyle bir strateji izlemeye çalıştığı görülmüştür. Sözcü ise her gün iktidara ve Cumhurbaşkanı Erdoğan'a açıkça saldırmıştır.

Cumhuriyet ve Zaman gazeteleri ise CHP'nin yanı sıra HDP'ye de destek vermiştir. Bunun nedeni bu iki gazetenin açıkça karşıt olduğu AK Parti'nin iktidarını kaybedebilmesi için CHP'nin oylarını artırması ve HDP'nin yüzde onluk seçim barajını geçmesi gerekiyordu.

Medya 1 Kasım 2015 seçimlerinde desteklediği siyasi partilerin olumlu yönlerini abartılı bir biçimde öne çıkarırken, yanlışlarını örtmeye veya görmezden gelmeye çalışmıştır. Öte yandan karşıt oldukları partilerin olumsuzluklarını öne çıkarmaya, toplumun takdir edeceği vaatlerini gizlemeye veya arka planda tutmaya çalışmışlardır.

Seçim sürecinde siyasi parti liderlerinin birbirlerine hitapları eleştiri sınırının çok ötesine geçip adeta savaşıyor iki ülke arasında kullanılan çatışma diline dönüşmüştür. Bu dil ne yazık ki seçmenleri de germekte ve zaman zaman kavga etmelerine neden olmaktadır. Seçim sonrasında yapılan açıklamalarda da liderler bir anda kullandıkları dilin etkisinden kurtulup muhatapları ile kamuoyunun önünde, medeni ülkelerde olduğu gibi, sıcak iletişim kuramadıkları görülmektedir.

Kaynakça

- Ansolabehere, S. ve Iyengar, Ş. (1996). *Going Negative: How Political Ads Shrink and Polarize The Electorate*, Free Press.
- Baş, T., & Akturan, U. (2008). *Nitel Araştırma Yöntemleri*, İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Deneçli, C. (2015). *Marka Konumlandırma ve Algılama*, İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Devran, Y. (2003). *Siyasal Kampanya Yönetimi: Mesaj, Strateji ve Taktikler*, İstanbul: AND.
- Devran, Y. (2007). *22 Temmuz Bir Dönemin Sonu mu Başlangıcı mı?*, İstanbul: Sam Yayıncılık.
- Devran, Y. (2010). *Haber, Söylem, İdeoloji*, İstanbul: Başlık Yayınevi.
- Devran, Y. (2011). *Siyasal İktidar TRT İlişkisinin Dünü*, İstanbul: Başlık Yayınevi.
- Dijk, T. V. (2003). *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*, Londra: Cambridge University Press.
- Dijk, T. V. (2003). *Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım*, Çev. N. Ateş, *Söylem ve İdeoloji*, Ed. Barış Çoban, 13-112, İstanbul: Su Yayınevi.
- Fowler, R. (1991). *Language In The News: Discourse and Ideology In The Press*, London: Routledge.

- Iyengar, S., Reeves, R. Ed. (1997). *Do The Media Govern?*, London: Sage.
- Johnson, Dennis W. (2001). *No Place for Amateurs: How Political Consultants Are Reshaping American Democracy*, London: Routledge.
- Jonson-Cartee, Karen S. and Copeland, Gary A. (1991). *Negative Political Advertising*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associations.
- Jonson-Cartee, Karen S. and Copeland, Gary A. (1997). *Manipulation of The American Voter*, Westport: Praeger.
- Johnson, A. (1995). *Dictionary of Sociology*, Massachusetts: Blackwell.
- Jorgenson, M., L.J. Phillips (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*, London: Sage.
- Northouse, P. G. (2004). *Leadership: Theory and Practice*, California: Sage.
- Paçacı, İ. (2013). *Küreselleşme Sürecinde Yönetim ve Medyanın Dönüşümü*, İstanbul: Akademi Titiz Yayınları.
- Sözen, E. (1999). *Söylem, Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*, İstanbul: Paradigma Yayınları.

İnternet Kaynakları

- Onuş, S. (2 Kasım 2015). '7 Haziran - 1 Kasım arası kafamıza dank etti'. BBC Türkçe: https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/11/151101_1_kasim_akp_izlenim, Erişim Tarihi: 8 Mayıs 2018
- Wade, P. (5 Haziran 2017). *Why young people don't vote?* The Independent: <https://www.independent.ie/world-news/and-finally/why-dont-young-people-vote-35790368.html>, Erişim Tarihi: 27 Mart 2018.
- Yüksek Seçim Kurulu. (6 Haziran 2015). 25. Dönem Milletvekili Genel Seçimi, YSK Resmi Web Sitesi: <http://www.ysk.gov.tr/tr/7-haziran-2015--25-donem-milletvekili-genel-secimi/3304>, Erişim Tarihi: 27 Mart 2018.
- Yüksek Seçim Kurulu. (11 Kasım 2015). 26. Dönem Milletvekili Genel Seçimi, YSK Resmi Web Sitesi: <http://www.ysk.gov.tr/tr/1-kasim-2015--26-donem-milletvekili-genel-secimi/3413>, Erişim Tarihi: 27 Mart 2018.

Gazeteler

- Akşam*, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).
- Birgün*, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).
- Cumhuriyet*, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).
- Güneş*, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).
- Haber Türk*, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).
- Hürriyet*, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).
- Milat*, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).
- Milliyet*, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).



İNİF E-DERGİ

Mayıs 2018, 3(1)

Sabah, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).

Sözcü, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).

Star, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).

Posta, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).

Takvim, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).

Taraf, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).

Yeni Akit, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).

Yeni Şafak, 1 Ekim 2015 – 1 Kasım 2015 (30 Sayı).