

DEĞER VE SİYASET İLİŞKİSİ: 22 TEMMUZ 2007 SEÇİMİ ÜZERİNE BİR DEĞER ANALİZİ *

Aynur Köse¹

Öz

Bir toplumun siyasi, ekonomik, kültürel ve toplumsal yapısını anlamakta yani o toplumun zihin yapısını çözümlenmekte değerler büyük öneme sahiptir. Çünkü değerler, insanların kendileri ve yaşadıkları dünyayı anlamak ve değerlendirmek için kullandıkları kriterlerdir. Bu kriterler, günümüz dünyasında insanların hayatını doğrudan etkileyen siyasetle yakından ilişkilidir. Dolayısıyla değerlerin, siyaset ve siyasi tercihlerle ilişkisini incelemek önem taşımaktadır. Bu çalışmada siyaset ve değer ilişkisine odaklanılarak, siyasal söylemin değerler çerçevesinde analiz edilmesi amaçlanmıştır. Örneklem olarak 2007'deki Cumhurbaşkanlığı seçimi sonrasında toplumda artan kutuplaşma nedeniyle sadece milletvekili seçimi olmanın ötesine geçerek mevcut sosyal düzenin akıbetine yönelik bir tamam/devam oylamasına dönüşen 22 Temmuz 2007 milletvekili genel seçimleri incelenmiştir. Bu seçim döneminin analizinde kullanılan verilere, 2002-2007 ve 2011 milletvekili seçim dönemlerinin değerler açısından analizini amaçlayan TÜBİTAK projesi kapsamında yapılan analizler sonucunda ulaşılmıştır.

Çalışmada 2007 seçimine katılan siyasal aktörlerin seçim çalışmaları kapsamında gazetelere yansıyan konuşmaları incelenmiştir. Nitel içerik analiziyle gerçekleştirilen araştırmada, Schwartz Değer Ölçeği'nde yer alan 10 temel ve 56 alt değer analiz kategorileri olarak kullanılmıştır. İnceleme kapsamına Cumhuriyet, Hürriyet, Radikal, Zaman ve Yeni Şafak gibi siyasi duruş ve yayın politikası itibarıyla farklı kesimleri temsil eden gazeteler dahil edilmiştir. Analizler sonucunda, 2007 seçimi özelinde siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları değerlerin “kendi amaçlarını belirlemek”, “başarılı olmak” ve “sorumluluk sahibi olmak” şeklinde sıralandığı tespit edilmiştir. Siyasetçilerin seçmeni ikna etmek için öne çıkardıkları değerleri hangi argümanlar üzerinden kurguladıkları ve atıf yaptıkları değerlerin birbiriyle nasıl ilişkilendirildiği incelendiğinde, bu seçim döneminin sosyal düzene yönelik kaygıların temel belirleyici olduğu ve partilerin amaç, başarı ve sorumluluk değerleri üzerinden birbirlerini kıyasıya eleştirdikleri bir seçim dönemi olduğu saptanmıştır.

Anahtar kelimeler: Değer, siyaset, seçim, nitel içerik analizi, gazete

RELATIONSHIP BETWEEN VALUE AND POLICY: A VALUE ANALYSIS ON 22 JULY 2007 ELECTION

Abstract

Values have great importance to understand a society's political, economic, cultural and social structure. Because values are criteria that are used by people to understand themselves and the world. These criteria are directly related with the politics. Therefore to analyze the relationship between values, politics and political choices is very important. In this study by focusing the relationship between politics and values, political discourse is analyzed in the framework of values. General elections made in 22 July 2007 was selected as sample. Because it was turned into a referendum of the social order by the effects of the polarization during presidential elections. Data used in this analysis, was reached in the TÜBİTAK Project which aims to analyze periods of 2002-2007 and 2011 general elections.

In this study, speeches of political actors participating to the 2007 elections were analyzed. In the research which was conducted by qualitative content analysis, 10 basic and 56 subvalue analysis categories located in the Schwartz Value Scale were used. Cumhuriyet, Hürriyet, Radikal, Zaman and Yeni Şafak newspapers which represent different segments in Turkey, were analyzed. During 2007 elections period political actors mostly refer to the values of “choosing own goals”, “successful” and “responsible”. When values used by political actors and the relationship between these values are analyzed, it is found that concerns for social order were main determinant in this elections and parties harshly criticized each other through aim, succession, and responsibility.

Key Words: Values, policy, election, qualitative content analysis, newspaper

* Bu çalışma TÜBİTAK SOBAG tarafından desteklenen 114K788 kodlu “2000’ler Türkiye’sinin Siyasal Değer Haritası: Siyasal Söylemler ve Siyasi Tercihler Arasındaki İlişkinin Değerler Açısından İncelenmesi” başlıklı araştırma projesi kapsamında ulaşılan veriler kullanılarak yazılmıştır.

¹ Doçent Dr. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü koseaynur@gmail.com

GİRİŞ

İnsan ve toplumu anlama çabasının tarihi, insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanların nelerden etkilendiği, tutum ve davranışlarının nasıl şekillendiği, iyi ve kötü değerlendirmelerinin neye göre yapıldığının anlaşılması ve bunun üzerinden insan ve topluma dair genel bir anlama kılavuzu oluşturulması çabalarına tarihin her döneminde rastlanmaktadır. Bu doğrultuda kültürel, toplumsal, ekonomik ve siyasal yapıda etkili olan dinamikleri belirlemeye yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Toplumun zihin yapısını çözümlenmeyi amaçlayan bu tür araştırmalarda, toplumda egemen olan tutumlar, davranış kalıpları, inançlar, değerler, normlar ve bunların kökenleri incelenmektedir. Değerlerin insan davranışı üzerindeki etkisinden hareketle özellikle son yıllarda toplumsal değer araştırmalarının sayısında büyük artış gözlenmektedir.

Çok farklı alanlarda kullanılan değer kavramı Türk Dil Kurumu sözlüğünde, ilgi duyulan, arzu edilip peşinden gidilen şey, bir şeyin değerini belirlemeye yarayan soyut ölçü, kıymet gibi farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bu çalışmada ise değer alanındaki önemli isimlerden biri olan Schwartz'ın "değerler, insanların eylemlerini seçmek ve meşrulaştırmak ve kendileri de dahil olmak üzere insanları ve olayları değerlendirmek için kullanılan kriterlerdir" şeklindeki tanımı temel alınmaktadır (1992: 1). Değerin bu kapsayıcı tanımından hareketle toplumsal bir varlık olan insanın eylemlerinin, davranışlarının, tercihlerinin, kararlarının, olayları değerlendirme biçimlerinin, doğru ve yanlışlarının bir değere işaret ettiği varsayılmaktadır. Değerlerin insan tutum ve davranışları üzerindeki bu belirleyicilik, doğal olarak siyasi tercih ve kararlarda da etkisini göstermektedir.

Siyasi kararların toplumun genelini ilgilendirmesi nedeniyle siyasette etkili olan değerlerin araştırılması ve belirlenmesi farklı bir önem kazanmaktadır. Bu nedenle dünyada değer ve siyaset ilişkisini ortaya çıkarmaya, değerlerin siyaset ve siyasi tercihler üzerindeki etkisini tespit etmeye yönelik araştırmalar yapılmaktadır. Temelde siyasal söylemi değerler çerçevesinde analiz etmeyi amaçlayan bu çalışmada ise, toplumun sosyo-kültürel yapısını şekillendiren ve insan davranışını çözümlenmekte yol gösterici olan değerlerin, siyaset ve siyasal tercihler üzerindeki etkisine odaklanılmaktadır. Bu noktada siyasal söylemi değerler açısından analiz etmek, toplumda siyasi tercihlerde etkili olan başvuru kriterlerini çözümlenmek açısından doğru bir çıkış noktasıdır. Bu amaç doğrultusunda, toplumda özellikle laik-antilaik karşıtlığının siyasetin nabzını yükselttiği bir seçim olarak tarihte yerini alan 22 Temmuz 2007 Milletvekili Genel Seçimi örneklem olarak seçilmiştir.

Değer Araştırmalarının Gelişimi

Değerlerin birey ve bireyin davranışı üzerinde önemli etkilere sahip olduğu farklı araştırmalarla ortaya konmuştur. Buna göre; değer ve davranış arasında tek yönlü bir neden sonuç ilişkisi değil karşılıklı bir etkileşim olduğu ve bireylerin davranışlarının belirlenmesinde değerlerin önemli rol oynadığı saptanmıştır. Birçok kuramcı ve araştırmacının (Rokeach, 1973; Inglehart, 1977, 1997; Hofstede, 1980; Schwartz ve Bilsky, 1987) yazılarında ve çalışmalarında yer alan değerlerden hareketle, 1950'lerden itibaren temel değerleri kavramsallaştırmanın yolu ile ilgili bir görüş birliği ortaya çıkmıştır. Bu ortak görüşü Schwartz ve Bilsky (1987) şu şekilde özetlemiştir;

- Değerlerin, insanların ulaşmak için çabaladıkları arzu edilen hedefler olarak harekete geçirici bir etkisi vardır.

- Değerler, belirli eylem ve durumları aşmayı sağlayan soyut hedeflerdir. Değerlerin bu soyut doğası değerleri, normlar ve tutumlar gibi genelde belirli eylemleri, nesnelere ya da durumları ifade eden kavramlardan ayırır.

- Değerler olayların, insanların, politikaların ve eylemlerin değerlendirilmesinde ve seçiminde rehberlik eder. Bu bağlamda değerler insanların olayları ve insanları değerlendirmek için kullandıkları standartlar ya da kriterlerdir.

- Değerler birbirlerine göre göreceli önemleri çerçevesinde sıralanmaktadır. Temel kişisel değerlerin önemi, insanların kendi hayatlarında yol gösterici ilke olarak taşıdığı önem ile ölçülür.

Tüm bu özelliklerinden dolayı değerler, duygulara doğrudan bağlı dolayısıyla objektif olmayan inançlar olarak değerlendirilmektedir (Schwartz ve Bilsky, 1987). Dolayısıyla da kişiden kişiye, toplumdaki topluma, konudan konuya değişip dönüşmektedir. Ayrıca toplum ve toplumsal koşullar değiştikçe o toplumda geçerli olan değerler de değişip farklılaşmaktadır.

İnsanlar çevrelerinde olan biteni ve yaşadıkları dünyayı açıklamak ve anlamak istediklerinde değerlerden yararlanırlar. Değerin olduğu yerde her zaman bir değerlendirme, karşılaştırma ve hüküm verme vardır (Avcı, 2007: 18). Bu anlamda değerler, insanların zihni içeriklerinin ve önceliklerinin göstergesidir. Bu öncelikler, birey olarak onları tanımlayan değer önceliklerine göre sıralanmış hiyerarşik bir sistem oluşturulmasına yol açmaktadır (Bilgin, 1995: 83; Schwartz ve Bilsky, 1987). Yani sıralamada en üstte bulunan değer, o kişi ya da grubun temel değerini göstermektedir. Buna göre bazı kişiler için güvenlik güçten önemli bir değer iken diğerleri için güç ve başarı eşit önemde değerler olarak görülebilir.

İnsanı ve toplumu anlamak açısından önemli bir yol gösterici olan değerleri ortaya koymak üzere birçok araştırma yapılmış ve birçok ölçek geliştirilmiştir. Hofstede (1980, 1991), Rokeach (1967, 1973), Inglehart (1977, 1997) ve Schwartz'ın (1992) geliştirdiği ölçekler ilk akla gelenlerdir. Bunlar arasında Schwartz'ın (1992, 1994) 20 ülkede yapılan teorik ve ampirik çalışmalar sonucunda geliştirdiği ölçek ayrı bir öneme sahiptir. Schwartz, temel insani değerleri içerik ve yapı açısından ülkelerarası karşılaştırmalı bir analize tabi tutarak ölçeğe son şeklini vermiştir.

Schwartz, insanoğlunun üç evrensel gereksiniminden (biyolojik organizmalar olarak bireysel ihtiyaçları, düzenli sosyal etkileşim zorunlulukları ve grupların hayatta kalma ve refah ihtiyaçları) hareketle on farklı, genel ve temel değer belirlemiştir (1992: 4). İnsanların olayları, insanları, politikaları ve eylemleri değerlendirmesine ve seçmesine rehberlik eden bu on temel değer; güç, başarı, hazcılık, teşvik, öz-yönelim, evrenselcilik, iyilikseverlik, geleneksellik, uyum ve güvenlik olarak sıralanmaktadır. Bu on temel değer belirlenirken dünyadaki farklı kültürler tarafından tanınan ana değerleri içermesine dikkat edilmiştir. Bu çerçevede farklı ülkelerde araştırmalar yapılmıştır. Ölçeğin geliştirilmesi aşamasında araştırma yapılan 44 ülkeden biri de Türkiye olmuştur (Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000). Bu değerler ayrıca önceki değer teorilerinde bulunan farklı içerik kategorilerini, farklı kültürlerdeki değer anketlerini, dinlerdeki ve felsefedeki değer tartışmalarını içerecek şekilde belirlenmiştir. Tüm bu nedenlerden dolayı bu çalışmada on temel kişisel değeri tanımlayan ve bu değerler arasındaki çelişkili ilişkileri ve uyumlu yapıyı belirten Schwartz'ın temel değer teorisi benimsenmiştir.

Değerlerin Siyasal Tercihler Üzerine Etkisi

Toplumu ve toplumsal bir varlık olarak bireyi anlamak açısından önemli bir kapı aralayan değerler, siyasi tutum ve davranışların analizinde kullanılabilen kriterler olarak ayrı bir önemi hak etmektedir. Siyasetin günümüz toplumlarındaki büyük etkisinden hareketle demokratik yaşamın vazgeçilmezlerinden biri olan siyasi seçimlerde, seçmenin tercih ve kararlarının neye göre belirlendiği konusu cevaplanması gereken önemli bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır (Köse ve Yılmaz, 2012: 11). Buna bağlı olarak siyasi tercihler ve seçmen davranışı, ekonomik, politik, sosyolojik, psikolojik, kültürel, dinsel ve tarihsel boyutlarıyla araştırmalara konu olmaktadır. Toplumun demografik özellikleri, kamuoyunun genel eğilimleri, medyanın kamuoyu üzerindeki etkisi, ülkenin sosyo-ekonomik durumu, siyasetçilerin kişisel özellikleri, dünyadaki genel konjonktür gibi pek çok faktör üzerinden siyasi tercihler araştırılarak anlaşılmasına çalışılmaktadır. Bu noktada yol gösterici olan kavramlardan biri de insanların kendilerini ve diğer insanları, kendi yaşadıklarını ve tüm dünyada olup bitenleri anlamak için kullandıkları kriterler olarak değer kavramıdır. Zira değerlerin, bize seçenekler sunan ve kendi inançlarımız, ideallerimiz, yönelimlerimiz, doğrularımız, amaçlarımız, menfaatlerimiz çerçevesinde karar vermemizi bekleyen siyasetle doğrudan ve karşılıklı bir ilişkisi vardır.

Nitekim Schwartz başta olmak üzere çok sayıda bilim insanı değerleri, siyasi ideolojilerin yapı taşları ve altında yatan ilkeler olarak görmekte ve siyasi değerlerin, siyaset alanındaki temel kişisel değerleri ifade ettiğini savunmaktadır (Schwartz, Caprara ve Vecchione, 2010: 423). Buradan hareketle insanların kişisel değerlerinin, siyasi meselelere ilişkin duygu ve inançlarının öncelik sırasına karar vermekte, siyasi kararlarını belirlemekte ve meşrulaştırmakta, ayrıca siyaset hakkında konuşmakta kullanıldığı belirtilmektedir (Caprara vd., 2006; Schwartz, Caprara ve Vecchione, 2010). Özetle değerlerin siyasi kararlar üzerindeki etki ve belirleyiciliğine ilişkin yapılan ampirik çalışmalar (Rokeach, 1979; Cochrane, Billig ve Hogg, 1979; Schwartz, 1994, 2006; Barnea ve Schwartz, 1998, Feldman, 2003; Lane ve Ersson, 2005; Caprara vd., 1999; Caprara ve Zimbardo, 2004) sonucunda genel olarak kişisel değerlerin siyasi tercihleri ve oy verme davranışını doğrudan etkilediğine ilişkin bulgulara ulaşılmıştır.

Bu çalışma ise siyasi söylemi, birey ve toplumun tercih ve kararlarında istenen ve istenmeyene, doğru ve yanlışla ilişkin referans çerçevesini oluşturan değerler açısından analiz etmek üzere kurgulanmıştır. Toplumsal olarak paylaşılan düşünce ve inançlar ya da ilke ve idealler olarak değerlerin, o toplumun ortak duygu, düşünce, inanç, amaç, tercih ve kararlarını yansıtan bir referans çerçevesi oluşturduğu düşüncesinden yola çıkılmıştır (Özlem, 2002:283). Buradan hareketle çalışma ile siyasette geçerli olan ve seçim sonuçlarından hareketle seçmen tarafından kabul gören ve görmeyen değerlere ve bunun sosyo-psikolojik nedenlerine ilişkin bir açıklama yapmak hedeflenmektedir. Zira ikna sanatı olarak siyasette başarı, toplumdaki bireylerin ne düşündüklerini, neye inandıklarını, ne istediklerini ve neye değer verdiklerini doğru olarak saptayabilmek ve bu düşünce, inanç ve isteklere doğru cevap verebilmekle mümkündür. Buradan hareketle siyasi aktörlerin ve bireylerin sahip oldukları değerlerin birbiriyle uyumunun, bu değerleri paylaştığına inanılan siyasi gücün ikna ediciliğini artırdığını söylemek mümkündür (Köse ve Yılmaz, 2012: 12). Bunu anlamının yolu ise siyasette kazanan koltuğuna oturan ve oturmaya devam eden siyasi aktörlerin söylemlerinde öne çıkardıkları değerleri tespit etmekten ve bunun dönemin özelliklerinden hareketle toplumsal karşılığına yönelik analizler yapmaktan geçmektedir. Bu çerçevede çalışma kapsamında seçim sonuçlarından hareketle gerçekleşmiş davranışın nedenlerini değerler açısından ele alarak siyasi tercihlerde etkili olan değer repertuarlarını belirlemeye yönelik bir

analiz yapılmıştır. Bu yapılırken dönemin özelliklerinin toplum ve toplumda geçerli olan değerler üzerindeki etkisi de göz ardı edilmemiştir.

Toplum, kültür ve değer arasındaki yakın ilişkiden hareketle dönemin toplumsal, tarihsel ve ekonomik özellikleri toplumda geçerli olan değerler üzerinde etkilidir. Benzer şekilde siyasette de konjonktür önemli bir belirleyici olarak karşımıza çıkmaktadır. Mesela ülkede güvenlik endişesinin arttığı dönemlerde ulusal güvenlik, iç uyum gibi değerler öne çıkarken ekonomik sorunların baş gösterdiği dönemlerde sosyal adaleti sağlayacak yeni bir düzen arayışı ve tüm bu sorunları nasıl çözeceği konusunda amaçları belli olan güçler öncelikli hale gelmektedir. Bu aşamada araştırmamızın örneklemini oluşturan 22 Temmuz 2007 seçiminin nasıl bir siyasi atmosferde gerçekleştiğine ilişkin genel bir durum değerlendirmesi yapmak yerinde olacaktır. Zira siyasette öne çıkan değerlere yönelik doğru saptamalar yapabilmek, aynı zamanda hem dile hakimiyeti hem de ülkenin genel siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel yapısına ilişkin arka plan bilgisini gerektirmektedir.

2007 Seçimine Doğru Ülkedeki Toplumsal ve Siyasi Atmosfer

Ülkenin içinde bulunduğu dönemsellikler her şeyde olduğu gibi seçim sonuçları üzerinde de doğrudan etkilidir. Bunu tespit etmek üzere, kamuoyu araştırmalarında sıkça karşımıza çıkan şu soruyu kendimize sorarak işe başlayabiliriz: “Sizce son dönemde Türkiye’deki en önemli mesele nedir?”. Bu sorunun cevabı nasıl bir atmosfer içerisinde seçim sürecine girildiğini ve dönemin ana tartışma konularını anlamak açısından önemlidir. Bu çerçevede siyaset ateşinin de bir o kadar sıcak olduğu yaz günlerinde gerçekleşen 22 Temmuz 2007 seçimine nasıl bir hava içerisinde gidildiğine kısaca göz atmak, hem seçim sonuçlarını hem de seçimlerde öne çıkan değerleri ve nedenlerini anlamak açısından yararlı olacaktır.

22 Temmuz 2007 milletvekili seçiminde belirleyici olan etkenlerden ilki “Cumhurbaşkanlığı seçimi”dir. Mevcut siyasal iktidarın cumhurbaşkanını seçememesi üzerine TBMM’de başlayan gerginlik, kısa sürede toplumun değişik katmanlarına da yansımış ve cumhurbaşkanı adayı üzerinde uzlaşma sağlanamaması tartışmaları körüklemiştir. Cumhurbaşkanlığı seçimi sürecinde gündeme gelen “salt çoğunluk” tartışması ve CHP’nin Anayasa Mahkemesi’ne başvurması sonucunda mahkemenin verdiği “367 şart” kararı üzerine AKP’nin Cumhurbaşkanı Adayı Abdullah Gül’ün seçilememesi, erken genel seçime giden yolu açmıştır (Özkan, b.y.). Böylece Kasım 2007’de yapılması planlanan seçimin Temmuz 2007’ye çekilmesine karar verilmiştir.

Cumhurbaşkanını yeni meclis mi yoksa eski meclis mi seçecek anlaşmazlığı toplumda biriken gerilimi su yüzüne çıkarmıştır. Bunun sonucunda Ankara, İstanbul ve İzmir gibi büyük şehirlerde temel çerçevesini laik-antilaik karşıtlığının oluşturduğu “Cumhuriyet mitingleri” olarak anılan geniş katılımlı toplantılar yapılmıştır. Bu mitinglerde verilen sosyal düzen odaklı mesajlar yanında muhalefet partilerinin bu mitinglere verdikleri açık destek, toplumdaki kamplaşmayı gözle görünür hale getirmiştir. Bu kutuplaşmaların sonucunda ise 2007 seçimleri öncesinde merkez sağda ve merkez solda güç birliği arayışları öne çıkmıştır. Bu arayışlarda her iki kesimin de amacı, AKP iktidarına karşı güçlü bir muhalefet oluşturabilmektir.

DP milletvekili adayı Mehmet Ağar’ın “*Peşin hüküm içinde değiliz. Hiçbir partiye önyargımız yok. Programına bakarak gerekirse işbirliği yaparız*” (Zaman/16 Temmuz 2007) sözleriyle de açıkça ortaya koyduğu gibi ANAP ve DYP’nin “Demokrat Parti” çatısı altında birleşmeleri ve sonra da sürpriz şekilde ayrılmaları, DSP’nin seçime kendi başına girmekten

vazgeçip CHP çatısı altında girme kararı alması, benzer şekilde Hür Parti'nin CHP'ye katılması gibi farklı ve beklenmedik gelişmeler, yaşanan kamplaşmayı somutlaştırmaktadır. 2007 seçiminin bir diğer özelliği ise bağımsız aday sayısındaki büyük artıştır (Tuncer, 2007: 140). 78 farklı ilde 700 bağımsız aday milletvekilliği için yarışmıştır. Türk siyasetinde lider figürünün önemi ve lider partilerinin gücü düşünüldüğünde bağımsız adayların sayısındaki bu büyük artış siyasetteki kamplaşma ve parçalanmanın bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

2007 seçimi öncesinde siyasal ve toplumsal bir durum değerlendirmesi yapıldığında; Türkiye'ye yönelik terör tehdidinin arttığı, bölgesel ve küresel gelişmelerin kamuoyunda endişe yarattığı bir atmosfer söz konusudur. Böyle bir süreçte toplum, olası bir iktidar krizi ve koalisyon ihtimali karşısında çare olarak tek parti iktidarının devamını ve siyasal istikrarı öncelikli hedef olarak görmüştür. Geçmişte, özellikle 70'lerde ve 90'larda yaşanan koalisyon hükümetleri deneyimi, kamuoyunda tek parti iktidarına yönelik isteği güçlendirmiştir. Bu seçimde ise oy verme davranışını etkileyen partilere karşı duygusal bağlılık ve dinsel/siyasal inançlar gibi unsurlar, kamuoyunda oluşturulan kamplaşma ve korku siyaseti nedeniyle belirleyiciliğini kaybetmiştir. (Özkan, tarihsiz). Buna bağlı olarak da büyük bir seçmen kitlesinin geçmişte oy verdiği partiyi 2007 seçiminde terk ettiği görülmektedir

Özetle siyasal ve toplumsal kutuplaşmanın arttığı bir siyasi atmosferde yapılan 22 Temmuz seçimi, 5 yıldır iktidarda olan AKP'nin oylarını artırarak birinci parti olarak çıkmayı başardığı bir seçim olması açısından da önemlidir. Aşağıdaki tabloda 18 siyasi partinin ve çok sayıda bağımsız adayın yarıştığı 22 Temmuz 2007 seçim sonuçları yer almaktadır.

Tablo 1. 22 Temmuz 2007 Milletvekili Genel Seçimi sonuçları

Seçmen Sayısı	: 42,799,303	
Oy Kullanan Seçmen Sayısı	: 36,056,293	
Seçime Katılma Oranı	: %84,2	
Partiler	Oy Oranı (%)	Meclisteki Sandalye Sayısı
AKP	46,6	341
ANAP	-	-
BBP	-	-
BTP	0,5	-
CHP	20,9	112
DEHAP	-	-
DSP	-	-
DYP	-	-
İP	0,4	-
GP	3,0	-
LDP	0,1	-
MP	-	-
MHP	14,3	71
ÖDP	0,2	-
SP	2,3	-
TKP	0,2	-
YP	-	-

YTP	-	-
Bağımsızlar	5,2	26
Diğer	6,3	-
Toplam	100	550

Türkiye’de yapılan seçimlerde iktidar partisinin oylarının bir sonraki seçimde çoğunlukla düştüğü gözlenmektedir. “İktidar yıpranması” olarak yorumlanan bu durumun istisnalarından biri olan 22 Temmuz seçimlerinde AKP, iktidarda iken oylarını artırmayı başararak bir anlamda arkasındaki toplumsal desteği ortaya koymuştur. 2002 seçimi sonrasında TBMM, AKP ve CHP milletvekillerinden oluşan ikili bir yapıya bürünmüşken, 2007 seçimi sonrasında Meclis’e 7 siyasi parti ve çok sayıda bağımsız aday girmiştir. Böylece 2002 seçimlerinin aksine, bu kez seçmenlerin Millet Meclisi’nde geniş bir şekilde temsil edilebilme olanağı doğmuştur.

Çalışmanın İçeriği ve Yöntemi

2007 seçiminin siyasal değer haritasını çıkarmayı amaçlayan bu çalışmada siyasette geçerli olan değerlerin saptanması amaçlanmaktadır. Seçimin kazananlarının ve kaybedenlerinin söylemlerini incelemek hedefi doğrultusunda Schwartz Değer Ölçeği’nde yer alan değerler çerçevesinde bir nitel içerik analizi gerçekleştirilmiştir. İnceleme kapsamına, ulusal çapta yayın yapan, siyasi duruş ve yayın politikası açısından farklı kesimleri temsil etme gücüne sahip olan Cumhuriyet, Hürriyet, Radikal, Zaman ve Yeni Şafak gazetelerinin baş sayfaları ve siyaset sayfaları dahil edilmiştir. Siyasal aktörlerin gazetelere yansıyan seçim konuşmaları incelenirken, seçimlerle ilgili köşe yazıları, değerlendirme ve dizi yazıları analiz dışı tutulmuştur. Çünkü araştırma için önemli olan siyasal aktörlerin seçmeni ikna etmek açısından söylemlerinde atıf yaptıkları değerleri tespit etmektir. Örneklem belirlenirken, siyasal iletişim çalışmalarının yoğunlaştığı seçim öncesindeki 1 aylık dönem dikkate alınarak bir sınır çizilmiştir. Burada amaç, farklı yayın politikası ve ideolojik duruş çerçevesinde belli siyasi görüşlere yakın ya da mesafeli duran gazetelerin hepsini araştırmaya dahil ederek, siyasal aktörlerin seçim kapsamındaki söylemlerine bütünlüklü olarak ulaşmak ve dönemin siyasetinde egemen olan havayı doğru olarak yansıtmaktır. Böylece kazanan ve kaybeden siyasal aktörlerin hangi değerleri ne sıklıkta kullandığını, öne çıkarılan değerlerin birbirleriyle nasıl ilişkilendirildiğini ve nasıl sunulduğunu saptamak mümkün olmuştur.

Analizdeki önemli noktalardan bir diğeri ise; nitel içerik analizi kapsamında siyasal aktörlerin gazetelere yansıyan konuşmalarının sadece görünen anlamlarıyla değil çağrışımsal anlamları da dikkate alınarak değerlendirilmesidir. Çünkü sosyo-bilişsel öğeler olan değerler, insanların eylemleri, davranışları, tercihleri, kararları, olayları değerlendirme biçimleri, doğruları ya da yanlışları üzerinde doğrudan belirleyiciliğe sahip olan ancak çoğunlukla farkında olmadan algıları ve dolayısıyla kararları etkileyen kriterlerdir. Bu nedenle çıkarsama esasına dayanan, mesajda gözlenen ya da betimlenen öğelerden hareketle bir yorum getirme amacını taşıyan, Bilgin’in (2006) deyiimiyle “ilk bakışta görünen anlamı aşmayı sağlayan bir yöntem” olarak nitel içerik analizi çalışmamız açısından işlevseldir. Çünkü araştırmada iletişimin sadece açık olan ve kolayca algılanan içeriği yanında gizil, üstü örtülü içeriğini ortaya çıkarmak büyük önem taşımaktadır. Bu yönüyle “içerik analizi, mesajda bireyi görünmeden etkileyen öğelerin belirlenmesine yönelik nesnel, sistematik ve nicel yolları içeren bir yöntem” (Berelson, 1952; Bilgin, 2006) olarak çalışmanın hedefleriyle örtüşmektedir.

Genel ve hazır kalıpları olmayan içerik analizi, her çalışmaya özgü olarak dizayn edilen ve bu aşamada bir takım kuralları gözetilen bir yöntemdir. Bilgin'e (2006: 11) göre araştırma hedeflerinin belirlenmesi bu kurallardan ilkidir, böylece analizin sınırı ve bu sınıra göre örnekleme belirlenmiş olur. Sonrasında örneklemin bölüneceği birimler ve bunların toplanacağı kategoriler saptanır. Bu kategoriler arasındaki ilişkiler çözümlendikten sonra değerlendirme, çıkarsama ve yorumlama aşamasına gelinir. Bu bilgiler ışığında çalışma kapsamında Schwartz Değer Ölçeği'nde yer alan 10 ana değer araştırmanın ana kategorilerini oluşturacağı ve 56 alt değer de alt kategorileri oluşturacağı bir araştırma tasarlanmıştır. Bu ana ve alt kategoriler yani değerler çerçevesinde siyasal aktörlerin gazetelerde yer alan konuşmaları analiz edilmiştir. Bu on temel değer ve alt değerler ise şunlardır:

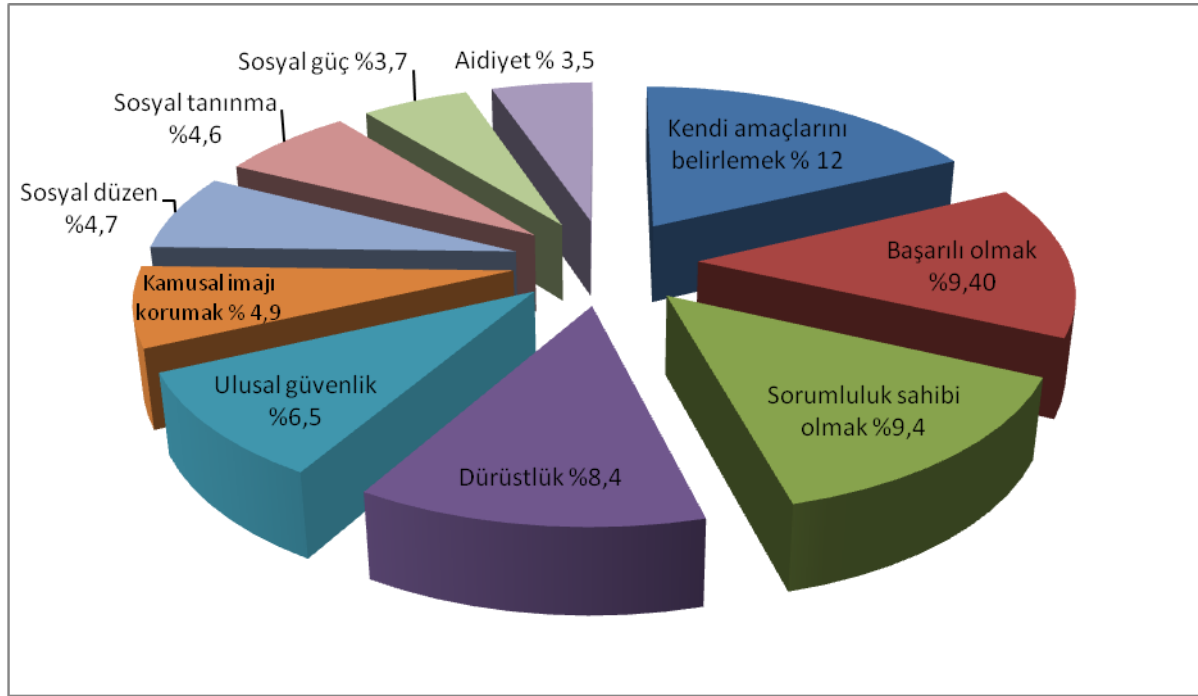
- Güç; sosyal güç, zenginlik, otorite, kamusal imajı korumak, sosyal tanınma.
- Başarı; başarılı olmak, hırslı olmak, yetenekli olmak, akıllı olmak, etkili olmak, kendine saygı.
- Hazcılık; zevk, hayattan zevk almak.
- Teşvik; ilginç bir hayat yaşamak, değişik/farklı bir yaşam, cesur olmak.
- Öz-yönelim; özgürlük, yaratıcılık, bağımsızlık, kendi amaçlarını belirlemek, merak.
- Evrenselcilik; çevreyi korumak, güzel bir dünya, doğa ile bütünleşme, açık fikirli olmak, sosyal adalet, bilgelik, eşitlik, barışçıl bir dünya, iç uyum.
- Yardımseverlik; yardımsever olmak, dürüstlük, affedici olmak, sadık olmak, sorumluluk sahibi olmak, gerçek dostluk, manevi bir yaşam, olgun sevgi, anlamlı bir yaşam sürmek.
- Geleneksellik; dindar olmak, bize sunulan hayatı kabul etme, alçak gönüllü olmak, ılımlı olmak, geleneklere saygılı olmak, dünyevi işlerden uzaklaşmak.
- Uyum; nezaket sahibi olmak, büyüklere saygı, itaatkar olmak, kendini disipline etmek.
- Güvenlik; temizlik, ulusal güvenlik, sosyal düzen, aile güvenliği, iyiliğe iyilikle karşılık vermek, sağlıklı olmak, aidiyet olarak sıralanmaktadır.

Çalışma kapsamında siyasal aktörlerin söylemlerinin analizinde metin ve multimedya formundaki verileri sistematik olarak kodlama, sınıflandırma, düzenleme, değerlendirme ve yorumlama imkanı veren bir Nitel Veri Analizi yazılımı olan MAXQDA12 programı kullanılmıştır. Programın değerlendirme ve kontrole izin veren yapısı analizleri kolaylaştırmıştır. Araştırma yöntemine ve örnekleme ilişkin çizilmeye çalışılan bu genel çerçevenin ardından sıra analizler sonucunda elde edilen bulguların sunulması ve yorumlanmasındadır.

Bulgular

2007 seçiminin genel olarak hangi değerler etrafında kurgulandığını ortaya çıkarmak üzere yaptığımız araştırma kapsamında, alınan oy oranlarından hareketle AKP, CHP, DP, GP, MHP, SP ve Bağımsızlar'ın gazetelere yansıyan siyasal söylemlerinin değerler çerçevesinde incelenmesine karar verilmiştir. Analiz sonucunda 2007 seçiminde siyasal söylemin "kendi amaçlarını belirlemek", "başarılı olmak" ve "sorumluluk sahibi olmak" değerleri etrafında kurgulandığı bir seçim dönemi olduğu tespit edilmiştir. Aşağıdaki grafikte 2007 seçimine katılan ve konuşmaları analiz edilen siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları ilk 10 değer ve oranları yer almaktadır.

Grafik 1. 2007 seçiminde siyasal aktörlerin söylemlerinde en fazla atıf yaptıkları ilk 10 değer



Seçim öncesi yapılan kamuoyu araştırmaları ve sonrasında yapılan değerlendirmeler Türkiye’de seçmenin ekonomik durum ve beklentileri göz önünde bulundurarak oy kullandığını ortaya koymaktadır. Bu bilgi ile araştırma kapsamında ulaşılan veriler birleştirildiğinde tablo daha da netleşmektedir. Araştırmanın bu aşamasında seçim çalışmalarında en fazla atıf yapılan ilk üç değer üzerinden 2007 seçiminin değer haritası çıkarılmaya çalışılacaktır. Araştırmada siyasal aktörlerin seçmeni ikna etmek açısından söylemlerinde hangi değerleri öne çıkardığını, argümanlarını nasıl kurdukları ve hangi değerlere dayandıklarını, bu değeri neyin üzerinden kurguladığını ve neye karşı neyi konumlandıklarını, atıf yapılan değerlerin birbirleriyle nasıl ilişkilendirildiğini tespit etmek büyük önem taşımaktadır. Aşağıda 22 Temmuz seçiminde en fazla atıf yapılan “kendi amaçlarını belirlemek” değerinin seçim çalışmalarında nasıl ve neyle ilişkilendirilerek kullanıldığıyla ilgili değerlendirmeler yer almaktadır.

1. Yaptıklarımız yapacaklarımızın garantisidir!

Seçim yarışına katılan siyasal aktörlerin seçmenin özellikle ekonomik yönlü beklentilerine cevap verecek şekilde gündelik hayatı kolaylaştırmaya ve dolayısıyla yaşanan sıkıntıları azaltmaya yönelik çözüm önerilerini öne çıkarmaları, yapacakları icraatları sıralamaları ve bunun üzerinden başarılı bir iktidar vaadi ile seçmeni ikna etmeye çalışmaları söz konusudur. Bu noktada seçmenin beklentilerini karşılamaya yönelik vaatlerin ancak başka unsurlar ve dolayısıyla değerler üzerinden anlam kazanmadığı görülmektedir. Bunda değerlerin tanımlanması ve algılanması zor kavramlar olmasının da payı büyüktür. Bu çerçevede “kendi amaçlarını belirlemek” değeri tek başına değil sosyal düzen, ulusal güvenlik, iç uyum, eşitlik, sosyal adalet gibi farklı değerlerle ilişkilendirilerek söylemlerde karşımıza çıkmaktadır. Burada önemli olan kendilerini ve amaçlarını doğru olarak anlatmak, hedefleri ve bunları nasıl gerçekleştireceği konusundaki gerçekçi plan ve programlarıyla seçimde güven oluşturmaktır. Tüm bunları anlatmak için başvurulan değer olması nedeniyle de kendi amaçlarını belirlemek siyasetin en temel değerlerinden biridir.

2007 seçim vaatleri birkaç ana başlık altında toplandığında ilk sırada ekonomi yer almaktadır. Farklı partilere mensup siyasal aktörlerin, ülkenin değişmez gündem maddesi olan ekonomik sorunlar çerçevesinde değerlendirilebilecek konuşmalarından birkaç örnek şöyledir:

CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nun sözleri; *“Gelirsiz aile bırakmayacağız. Yardıma muhtaç her ailedeki kadının hesabına 300 YTL yatıracağız. O evin kadını bu aylığı dilediği gibi özgürce kullanabilecek”* (Cumhuriyet/18 Temmuz 2007) ve *“Bizim sıfır açlık projemizle Türkiye’de açlığı tamamen yok etmek istiyoruz”* (Cumhuriyet/6 Temmuz 2007).

MHP milletvekili adayı Kadir Boy'un açıklaması; *“...kamu çalışanları arasında ücret adaletini sağlayacağız. Eşit işe eşit ücret uygulayacağız... Memur, işçi ve emeklilerimiz için sosyal adalet çerçevesinde bugünkünden çok daha fazla kaynak yaratacağız... Memur, işçi ve emeklilerimiz için sosyal adalet çerçevesinde bugünkünden çok daha fazla kaynak yaratacağız”* (Hürriyet/19 Temmuz 2007).

CHP milletvekili adayı Mehmet Ali Susam: *“İşçi emeklilerinin aylıkları arasındaki uçuruma son verecek, fazla prim yatıranın daha yüksek aylık almasını sağlayacağız”* (Cumhuriyet/13 Temmuz 2007).

Türkiye ekonomik sorunlarını tam olarak çözümlenebilmiş, ekonomik anlamda kalkınmış, gelişmiş ülkeler seviyesine ulaşabilmiş ve ekonomik eşitsizlikleri gidererek sosyal adaleti sağlayabilmiş bir ülke kategorisinde yer almadığından ekonomik vaatler siyasetteki önceliğini her zaman korumaktadır. Bu nedenle yukarıdaki örneklerde olduğu gibi tüm halkın bir gelir sahibi olacağı, refahın artacağı ve bu açıdan eşitliğin sağlanacağına yönelik sosyal adalet ve zenginlik değerleriyle yüklü vaatler üzerinden siyasetçiler kendilerinin ve partilerinin amaçlarını ortaya koymaktadır.

Vaat, bir işin gerçekleştirilmesi için verilen söz ve ortaya konan plandır. Bu açıdan değerlendirildiğinde siyasal aktörlerin gündelik hayatı değiştirip dönüştürme hedefi doğrultusunda atacakları adımları ve hedeflerini görünür kılmak için sıraladıkları vaatlerden birkaçı şunlardır.

AKP Lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın konuşması; *“Su medeniyettir, hayattır, orada yaşayan vatandaşım, ona suyu götürmek zorundayız, yazın çok, kışın az kalıyor diyemem. İstanbul'un sorumlusuyum, Türkiye'nin sorumlusuyum Türkiye'nin mezarında bile yaşayana suyu götürmek zorundayız, götüreceğiz”* (Yeni Şafak/28 Haziran 2007).

DP milletvekili adayı Arif Ahmet Denizolgun'un sözleri; *“Bakanlığım döneminde başlattığım projelerimi gerçekleştirme fırsatını DP’de bulacağımı düşünüyorum. Havaalanı, demiryolu, hızlı tren, denizyolu ulaşımı gibi Antalya'nın hak edip de alamadığı hizmetleri memleketime kazandırmak için siyasete döndüm”* (Zaman/28 Haziran 2007).

CHP milletvekili adayı Mehmet Ali Susam'ın vaadi; *“Tüm yurttaşlarımız yalnızca nüfus cüzdanını göstererek gerekli her türlü sağlık hizmetinden eşit şekilde yararlanacak”* (Cumhuriyet/13 Temmuz 2007).

Vaatler, aslında başarılı bir iktidar olma iddiasının içinin nelerle doldurulduğunu ortaya koyması açısından önemlidir. Bu açıdan AKP lideri Erdoğan su ve medeniyet arasında ilişki kurarak ülkede susuz bir mezra bile kalmayacağını vaat ederken, DP’li Denizolgun Antalya milletvekili adayı olarak memleketine yönelik vaatlerini sıralamıştır. CHP’li Susam ise tüm vatandaşların sağlık hizmetinden eşit olarak yararlanacağı bir sistem vaat etmiştir.

Çünkü siyasette başarılı olabilmenin koşulu siyasetçilerin kendilerini nasıl ifade edecekleri ve siyasetteki diğer aktörlerden nasıl farklılaşacakları ile doğrudan ilintilidir. Bu çerçevede vaatler ve amaçlar da doğal olarak farklılaşmaktadır.

22 Temmuz seçimine giden süreçte ülkede artan kutuplaşma, doğal olarak siyasetin söylemini de belirlemiş, dolayısıyla siyasette alışlagelen vaat ve icraat savaşları yerini büyük ölçüde sosyal düzen odaklı söylem ve sloganlara bırakmıştır. Tıpkı AKP lideri Erdoğan'ın *"Amacımız ve tüm gayretlerimiz sosyal bir hukuk devleti içindir"* (Radikal/10 Temmuz 2007) şeklindeki sözleriyle hukukun geçerli olduğu bir sosyal düzenin yerleştirilmesi amacını öne çıkarması ya da *"Avusturya ve Finlandiya'da olduğu gibi, gücü daraltılmış bir cumhurbaşkanı, güçlü başbakan gelecek"* (Yeni Şafak/10 Temmuz 2007) açıklamasıyla varolan güçler dengesini değiştirerek işleyişi kolaylaştıracaklarına yönelik amaçlarını ortaya koyması gibi.

Seçim sürecinde yaşanan kamplaşma ile gerilen siyasi ortam, ülkeye yönelik terör tehdidinin artması ile iyice kutuplaşmış ve böyle bir ortamda birlik ve beraberlik çağrıları siyasal söylemlerde sıkça öne çıkmaya başlamıştır. Erdoğan'ın 24 Haziran 2007 tarihli Zaman Gazetesi'ndeki, *"Fitneye fırsat vermeyeceğiz, terör örgütüne karşı dimdik duracağız. Bir olacağız, beraber olacağız: Türk'üyle, Kürt'üyle, Laz'ıyla"* sözleri ve AKP'li Abdullah Gül'ün, *"Türkiye'de sadece güvenlik güçlerinin hakimiyeti olacak. Sadece devletin kendi organlarının hakimiyeti olacak. Bunun dışında organize suçlar, mafya ya da diğer siyasi örgütlenmeler, bunların hepsi bitecek"* (Yeni Şafak/1 Temmuz 2007) sözleri ülkede faaliyet gösteren farklı güçleri ve illegal örgütleri yok ederek ulusal güvenliği sağlamak amacının altını çizmektedir. DP milletvekili adayı Açar ise, *"Hiçbir çocuğun zayıf olmadığı, hiçbir ananın gözyaşı dökmediği bir ortam yaratacağız"* (Hürriyet/2 Temmuz 2007) sözleriyle iç uyum ve barışın egemen olduğu bir sosyal düzen hedeflerini seçmenle paylaşmıştır.

Bağımsız milletvekili adayı Ahmet Türk ise, *"...biz bu ülkede barış istiyoruz. Biz bu ülke halklarının kardeşliğini istiyoruz. Bu ülkede Kürt halkının özgür ve eşit yaşamını istiyoruz"* (Radikal/17 Temmuz 2007) diyerek barış, eşitlik ve iç uyum değerleri etrafında amaçlarını ortaya koymuştur. *"TBMM'de bir grup oluşturarak milletimizin milli, manevi değerlerine, demokrasiye, Türkiye'nin bölünmez bütünlüğüne sahip çıkma kararlılığımızı sürdüreceğiz"* (Yeni Şafak/29 Haziran 2007) diyen Bağımsız milletvekili adayı Muhsin Yazıcıoğlu ise mevcut düzeni savunmak ve milletin değerleri ile ulusal güvenliği sağlamak yönündeki kararlılıklarını sergilemiştir. Daha önce de ifade edildiği gibi bu tür söylemlerin öne çıkmasında konjonktürün payı büyüktür. Zira 2007 seçimine ulusal ve uluslararası alanda terörün önemli bir sorun olarak gündemin ilk sıralarında yer aldığı bir dönemde gidilmiştir.

2. "Zengin ülkenin fakir çocukları"

Siyasal kampanyalarda genelde "iktidar olma" ve "meydan okuma" şeklinde iki temel iletişim tarzı söz konusudur. İktidar olmanın avantajlarını seçimlerde kullanan parti ve adayların "başarılı icraatlarına" vurgu yapması ve vaat edici bir söyleme sahip olmasına karşılık, meydan okuma tarzı bir iletişim stratejisi benimseyen muhalefetin, iktidarın yaptıklarını ve politikalarını eleştirmek üzerine seçim stratejileri geliştirdiği gözlenmektedir (Oktay, 2002: 145-147). Bu noktada değerlerin sadece olumlu boyutlarıyla değil olumsuz anlamlarıyla da kullanılmasını sağlayan çok boyutlu yapısı geniş olanaklar sunmaktadır. Bu çok boyutlu yapının net olarak ortaya çıktığı değerlerin başında ise başarılı olmak değeri gelmektedir.

İktidarda olan siyasi parti icraatlarına vurgu yaparak ve geçmişteki başarıları üzerinden geleceğe vaatte bulunarak, kitleler üzerinde halka hizmet konusunda projeleri olan bir iktidar izlenimi yaratmaya çabalamaktadır. Bu açıdan AKP lideri Erdoğan'ın büyüme rakamlarını kanıt göstererek yaptığı başarı vurgusu, "Atatürk döneminde yüzde 7.8 büyüme yakalayan Türkiye'de bizden başka hiçbir hükümet yüzde 7.3 büyüme sağlayamadı" (Radikal/10 Temmuz 2007) ve "Türkiye'nin her köşesini bir şantiyeye dönüştürdük" (Yeni Şafak/11 Temmuz 2007) sözlerinde somutlaşan icraat yapan iktidar vurgusu önemlidir. Çünkü Türkiye'de modernleşme ve gelişmenin zihinlerde somutlaşmasında, yüksek binaların ve geniş yolların ayrı bir sembolik önemi vardır.

AKP milletvekili adayı Kadir Akgül'ün ekonomik başarıları konu edindiği sözleri, halkın diline yerleşmiş olan deyimler üzerinden başarıyı somutlaştırması açısından alıntılanmayı hak etmektedir: "Artık Türkiye ekonomisi önemli bir yere geldi. Önceden üfürsen kriz çıkıyordu. Şimdi fırtına çıksa bir şey olmuyor" (Zaman/3 Temmuz 2007). Üfürsen uçacak kadar zayıf ve güçsüz olmak metaforu ile betimlediği ekonomik yapıyı fırtına karşısında sarsılmayan bir konuma getirmiş olmakla övünen iktidar partisi adayının sözleri, başarılı olmak değerine iyi bir örnektir.

Modernitenin zihinsel anlamdaki en önemli etkilerinden biri, ikili karşıtlıklar üzerinden işleyen bir düşünme sistematüğini yerleştirmesidir. İyinin kötü üzerinden ya da doğrunun yanlıştan hareketle anlam kazanması örneğinde olduğu gibi her olay, durum ya da kişinin zihinde anlamlı hale getirilmesinde değerlendirme boyutu işin içine girmektedir. Buradan hareketle siyasetin değişmez değerlerinden bir olan başarının büyüklüğü ve önemi, rakibin başarısızlıkları üzerinden anlam kazanmaktadır. Dolayısıyla da siyaset, AKP lideri Erdoğan'ın farklı tarihlerde yayımlanan sözlerinde olduğu gibi başarı değerini bu ikinci boyutuyla sıkça kullanmaktadır:

"3,5 yıl iktidarda kaldı bizden önceki koalisyon. Paramızı delikli kuruşa çevirdi, birin yanına altı tane sıfır koydular" (Radikal/29 Haziran 2007).

"Baykal, ben enerji, maliye ve dış işler bakanlığındaşken şunu yaptım desin. Diyemez. Çünkü CHP zihniyetinin çakılı kazığı yok. İktidara geliyorlar okullarda bilgisayar yok. Ondan sonra afra tafra yapacaksın. İlericiyim diyeceksin. Sen dört dörtlük gericisin" (Radikal/9 Temmuz 2007).

"Bu zararlar milletin parasıyla ödendi. Bizim iktidarımızda bir tane batan banka var mı? Futbol takımı tutar gibi parti tutmayın" (Zaman/11 Temmuz 2007).

AKP lideri Erdoğan'ın, "CHP, bu ülkede hiçbir zaman tek başına iktidar olamamıştır, olamayacaktır" (Yeni Şafak/1 Temmuz 2007) ya da "CHP zihniyetinin çakılı kazığı, millet sevgisi, aşkı yok." (Radikal/9 Temmuz 2007) veya "Meyvesi yenen ağaç taşlanıyor. Bunlarda meyve yok ki taşlayasın" (Hürriyet/29 Haziran 2007) şeklindeki sözleri de rakibin başarısızlıklarını öne çıkararak kendi başarılarını yüceltmeye ve seçmenin zihninde somutlaştırmaya yardımcı olan güzel örneklerdir. Bunu yaparken de 2002 seçimi ardından iki partili mecliste muhalefet partisi konumundaki CHP'nin geçmişte tek başına iktidar olamamasını ya da ulus devletin inşa sürecinde CHP ve halk arasında yaşanan çatışmaları hatırlan Erdoğan, rakibini "meyve veren ağaç taşlanır" deyiminden hareketle eleştirecek icraatları bile olmamakla itham etmektedir.

İktidar konumundaki partinin "başarılı icraatlar"dan hareketle kurguladığı seçim stratejisi karşısında muhalefet genelde, iktidarın yaptıklarını ve politikalarını eleştirerek

meşdan okuma temelli strateji benimsemektedir (Oktay, 2002: 145-147). Tıpkı CHP milletvekili adayı Deniz Baykal'ın dış borçtaki artış üzerinden ekonomideki kötü gidişatın sorumluluğunu mevcut iktidarın başarısızlığı olarak yorumladığı sözlerinde olduğu gibi; “Başbakan Türkiye fırsatlar ülkesi diyor. Türkiye yabancılar için fırsatlar ülkesi 4,5 yıl içinde 80 yıllık borç kadar borç yaptılar” (Radikal/9 Temmuz 2007).

CHP milletvekili adayı Onur Öymen de, “Somut sonuçlara bakalım. Kişi başına milli gelirdede Türkiye dünyada 99. sırada. Demek ki Türk vatandaşları zengin bir ülkenin fakir çocuklarıdır” (Radikal/24 Haziran 2007) diyerek iktidarın ekonomik veriler üzerinden seçmeni ikna çabası karşısında verilerin detaylarını ve sokaktaki insanın hayatındaki karşılığını öne çıkararak, başarı olarak gösterilenin başarısızlık hanesine yazılması gerektiğinin kanıtlarını sunmaktadır. CHP milletvekili adayı Nur Serter de sosyal devletin çöktüğü iddiasından hareketle sosyal düzen üzerinden mevcut iktidarın başarısızlığını şu sözlerle vurgulamıştır: “AKP iktidarında enkaz haline getirilen sosyal devletin yeniden yaşama geçirilmesi, iş, aş ve insanca bir yaşamın sağlanmasının ne derece acil bir zorunluluk olduğu çıkıyor karşımıza” (Cumhuriyet/7 Temmuz 2007).

İktidarın, yaptıklarından hareketle yapacakları konusunda kitleleri ikna için başarı değerini kullanması karşısında muhalefet ise mevcut siyasi iktidarın geçmiş başarısız icraatlarından hareketle “vaatlere kanma” uyarısı için başarı/sızlık değerine atıf yapmaktadır (Köse ve Yılmaz, 2012: 50). 2007 seçimi özelinde mevcut iktidarın özellikle ekonomik başarılar üzerine kurguladığı ikna çabaları karşısında, muhalefet partisi konumundaki CHP’li siyasal aktörler, olumlu olarak sunulan olayların topluma olumsuz maliyetlerine değinmek suretiyle başarısız iktidar yönündeki iddiasını ete kemiğe büründürmeye çalışmaktadır. Bu açıdan muhalefetin, mevcut iktidarın başarısızlıkları üzerine inşa ettiği negatif propaganda ile “yaptıklarımız, yapacaklarımızın garantisidir” söylemini tersine çevirerek seçmeni “yapılmayanlar, yapılmayacakların garantisidir” şeklinde düşünmeye yönlendirmek üzerine bir seçim stratejisi geliştirdiğini söylemek mümkündür.

3. “Seçime giren terler...”

Siyasal iletişim çalışmalarında önemli olan konulardan biri de tüm vaatler, icraatlar ve anlatılan başarıların gerçekleştirilmesi sürecinde sorumlu davranan bir iktidar olmak için verilen sözler ve bu sözlerin ne oranda tutulduğudur. Seçmen, sadece başkalarını eleştiren ve karanlık tablolar çizerek sorumluluğu geçmiş hükümetlere yükleyen siyasi anlayışlar yerine, geleceğe dair umut yaratabilen, başarılı olacağı ve gerektiği gibi sorumlu davranacağı konusunda samimi ve gerçekçi bir siyaset anlayışına sahip muhataplar görmek istemektedir. Eldeki veriler bu bağlamda değerlendirildiğinde “sorumluluk sahibi olmak” değeri iki farklı boyutla karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki kendisinin ne kadar sorumlu davrandığı üzerinden rakibini sorumsuzlukla eleştirmek için kullanılmasıdır. Diğer boyut ise gerçeği görerek oyunu buna göre vermesi gereken millete yüklenen sorumluluktur.

AKP lideri Erdoğan, vaatlerini icraata dönüştüren ve iktidar olma görevinin yüklediği sorumluluğu, millete hizmet ederek yerine getiren bir yönetim anlayışını şu sözlerle vurgular: “Millete efendilik olmaz, hizmetkârlık olur. Biz hizmetkârız, efendi değiliz” (Yeni Şafak/25 Haziran 2007). Efendi-köle diyalektiğine gönderme yapan bu sözlerde, AKP anlayışına göre millet ve millet iradesi yüceltilmekte ve iktidar olmanın efendilikle değil hizmetkârlıkla özdeş tutulduğu vurgulanmaktadır. AKP milletvekili adayı Kemal Unakıtan ise, “Biz bu paraları milletin menfaati için harcıyoruz” (Hürriyet/1 Temmuz 2007) ve “Biz sermayede milliyete bakmayız, milli menfaatin gereğini yaparız” (Hürriyet/10 Temmuz 2007) sözleriyle milli

menfaatleri gözeten sorumlu bir iktidar oldukları konusunda seçmeni ikna etmeye çalışmaktadır. AKP'li siyasal aktörlerin 5 yıllık iktidarları döneminde yaptıkları icraatlar üzerinden başarılı bir yönetim sergilediklerine ilişkin söylemlerini, 2002'de ilk kez seçime giren bir parti olarak AKP'ye gösterdiği güveni boşa çıkarmadıklarını kanıtlamaya yönelik bir çaba olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak 22 Temmuz'un özel koşullarından dolayı sorumluluğun çerçevesi icraatlar anlamında verilen sözlerin yerine getirilmesi yani kamusal imaj değeriyle kol kola giden söylemler yerini, yaşanan kutuplaşma ortamında tarafların ne denli sorumlu olduklarını anlatma yarışına bırakmıştır.

AKP karşısında diğer partiler, 5 yılın muhasebesini yaparak temelde iktidarın sorumluluğunda olan ancak uygulanamayan politikalar üzerinden iktidarı sorumluluğunu yerine getirmemekle eleştirmektedir. CHP milletvekili adayı Deniz Baykal'ın, *"Başbakan ağzını açıyor, terörist başına 'sayın' diyor, şehitlere kelle diyor. Sonra da çıkıyor, 'terör niye tırmanıyor' diye yakınıyor. Senin yüzünden tırmanıyor Erdoğan"* (Radikal/3 Temmuz 2007) sözleri bu bakış açısının iyi bir örneğidir. Baykal bu sözleriyle Türkiye'nin en can yakıcı sorunu olan terör olaylarındaki artışın sorumluluğunu mevcut iktidarın özensiz davranışlarına yüklemektedir. Baykal, Cumhuriyet Gazetesi'nde yer alan *"Yarın ne olur, ülkenin içinde bulunduğu şartlar ne gerektirir, sorumlu insanlar olarak ülkenin önünü açmak için elimizden geleni yaparız"* (9 Temmuz 2007) sözleriyle de ülkeyi daha iyi yerlere taşımak için koşullar ne olursa olsun üzerlerine düşeni yapacakları sözünü vermiştir. Bu örneklerde de açıkça görüldüğü gibi sorumluluk değeri, kendi üzerine düşeni hakkıyla yaptığını anlatmanın bir aracı olmak yanında rakibi de üzerine düzeni yapmamakla diğer bir deyişle sorumsuzlukla eleştirmek için geniş imkânlar sunmaktadır.

Nitekim MHP lideri Bahçeli'nin Erzurum mitinginde Erdoğan'a Abdullah Öcalan'la ilgili olarak *"Neden asmyyorsun? Asacak ipin mi yok"* diyerek ip atmasına karşılık olarak AKP lideri Erdoğan, *"Madem bu kadar mahirdin. Onu sana teslim ettiklerinde niye asmadın. Millet sana ip gönderirdi"* (Cumhuriyet/2 Temmuz 2007) diyerek bu konudaki sorumluluğun aslında kendini eleştirenlerde olduğuna gönderme yapmaktadır. Erdoğan ayrıca, *"Vatandaşın üzerine yağlı urgan atılır mı? Nasıl saygısızlık bu. Bunlar hiç medeniyet görmediler mi?"* (Radikal/20 Temmuz 2007) diyerek rakibini halkla nasıl konuşacağını bilmemek çerçevesinde sorumsuz davranmakla eleştirmektedir. Bu noktada *"Türkiye'nin bunca sorunu varken böyle sözlerle siyaseti sulandırmanın bir anlamı yok"* (Radikal/9 Temmuz 2007) diyen DP adayı Açar'ın sözleri de ülkenin sorunları ve öncelikleri üzerinden siyasal aktörleri sorumlu davranmaya davet etmesi açısından alıntılanmaya değer bir diğer ifadedir.

Karşıdakinin davranışları üzerinden kendini olumlama çabasının bir diğer örneği ise Erdoğan'ın, kişisel zevklerden önce görev ve sorumluluk bilinciyle hareket etmeleri karşısında, muhalefet için aynı şeyi söylemenin mümkün olmadığını iddia ettiği şu sözlerdir: *"Onlar seçim yaz dönemine gelince havuza girip ter atmak varken, 'Anadolu'nun tozlu yollarında terlemek de nereden çıktı?' diye paniğe kapıldılar. Kusura bakmasınlar. Seçime giren terler"* (Radikal/30 Haziran 2007). "Hamama giren terler" atasözüne referansla uyarladığı "seçime giren terler" sözüyle bu yarışa katılanların gereğini yapması ve sorumluluktan kaçamayacağına vurgu yapmıştır. Benzer bir durumu Erdoğan'ın, *"AK Parti kimi aday gösterecek diye aylarca tartıştılar, konuştular. Ama onlar tartışırken, biz işimize bakıyorduk. Çünkü Türkiye'nin kaybedecek bir tek günü, saati yok diyorduk"* (Yeni Şafak/1 Temmuz 2007) sözlerinde de görmek mümkündür.

Seçim kampanyasının önemli bileşenlerinden biri olan sorumluluk değeri çerçevesinde milletin siyasette yegane belirleyici olduğu ve dolayısıyla bu gücünün gereğini yerine

getireceğine yönelik inanç sıkça dillendirilmektedir. 2007 seçiminde oluşan özel ve hassas koşullardan dolayı milletin elindeki gücün ve omuzlarındaki sorumluluğun bilinciyle karar vermesine yönelik çağrılar da artmaktadır.

MHP lideri Bahçeli: *“Oy kullanmak vatan ve namus borcudur. Yayılda, denizde, nerede olursan ol namus ve milli görev say”* (Zaman/16 Temmuz 2007).

AKP adayı Kemal Unakıtan: *“Memleket koalisyonda bir yere gitmez. Ona göre kararınızı verin”* (Yeni Şafak/1 Temmuz 2007).

AKP adayı Unakıtan: *“Ülkeyi maceralara sürükleyecek olanlara imkan vermeyin”* (Hürriyet/1 Temmuz 2007).

DP milletvekili adayı Çağrı Erhan: *“Vatandaş ne yapacağını bilir bir kömür paketine oyunu satmaz”* (Cumhuriyet/18 Temmuz 2007).

Oyuna sahip çıkmak ve oy verme görevini ne olursa olsun yerine getirmek noktasında millete sorumluluk yükleyen bu ifadelerde millet sorumluluklarının bilincinde olan bir sosyal güç olarak konumlandırılmaktadır. Ayrıca iktidarın sadece millete ait olduğunun vurgulanması ve iktidara getirme-iktidardan alma güç ve sorumluluğunun sadece millette olduğunun altının çizilmesi açısından da bu ifadeler önemlidir. Zira “halk iktidarı” anlamına gelen demokrasinin sağlıklı işleyebilmesinin en önemli koşulu, halkın yönetime katılmasını ve iradesini özgürce ortaya koymasını sağlayacak seçimlerdir. Bu belirleyicilikten hareketle CHP milletvekili adayı Baykal, toplumda artan kutuplaşmaya gönderme yaparak *“Alacağınız kararlar Türkiye ya bir istikamete ya da başka bir istikamete gidecek”* (Cumhuriyet/25 Haziran 2007) uyarmıştır. Bu sözleriyle Baykal, 22 Temmuz’un sadece yeni iktidarı belirleyecek bir seçim olmanın ötesinde Cumhuriyetin değerlerine bağlı mevcut siyasi rejime “tamam ya da devam” mesajı içerdiğini belirtmiştir. Benzer şekilde CHP milletvekili adayı Onur Öymen, *“İktidarın devletin laik yapısını feda ettiğini, amaçlarının Türkiye’yi çağdaş Avrupa ülkesi olmaktan çıkarmak yönünde olduğunu savundu”*ğu 24 Haziran 2007 tarihli Radikal Gazetesi’nde yer alan sözleri ile AKP’nin 5 yıllık iktidar dönemindeki icraatlarından hareketle amaçlarına ilişkin düşüncelerini ortaya koymuştur. Bu sözleriyle milletin verdiği iktidar emanetine sahip çıkarak laik Cumhuriyet düzenini koruma sorumluluğunu yerine getirmediği ve Türkiye’nin medeni dünyanın bir parçası olma hedefinden uzaklaştığını ifade etmektedir. Özetle 22 Temmuz seçimlerinde Cumhuriyete sahip çıkma ve rejimi her türlü tehlikeye karşı koruma anlayışının ardında yatan sorumluluk değerinin CHP’nin söylemlerinde geniş yer tuttuğu gözlenmiştir.

Cumhurbaşkanlığı seçiminde yaşanan krizle başlayan ve toplumda laik-antilaik karşıtlığı temelinde oluşan, ardından merkez sağ ve merkez solda güç birliği arayışlarıyla somutlaşan toplumsal kutuplaşma, 22 Temmuz seçimindeki en önemli belirleyici olmuştur. Buna bağlı olarak tarafların idealleri ve eleştirileri, hedefleri ve vaatleri birbirinden hayli uzaklaşmıştır. Bunun örneklerinden biri, Cumhurbaşkanlığı seçimi sürecinde yaşananları milli iradeye saygısızlık olarak değerlendiren AKP’li lideri Erdoğan, bu “saygısızlık” karşısında halkı AKP’ye sahip çıkmaya davet eden sözleridir: *“Lütfen, lütfen. Ne zaman neyi yapacağınızı iyi bilirsiniz. Onun için yuh, bu topluluğa yakışmıyor”* (24 Haziran 2007/Hürriyet) ya da *“Bunlara gönül veren vatandaşlarım durumu iyi çek (kontrol) edin, futbol takımı tutar gibi parti tutmayalım. Ne yaptıklarına baktığınız zaman inanıyorum ki gerçekleri görecekleriniz, ‘Ya biz bunlara nasıl oy verelim?’ diyeceksiniz”* (8 Temmuz 2007/Hürriyet).

Seçimlerde verilecek oyların mevcut düzenin devamı ya da değişmesine kapı aralamak anlamına geldiği vurgusu üzerinden seçmen sorumlu davranmaya davet edilerek kitlelere “dikkatli oy kullan” uyarısı yapılmıştır. Bu yapılırken de sorumluluk sahibi olmak değerine sosyal düzeni korumak çerçevesinde sınır çizdiği tespit edilmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bir toplumun siyasi, ekonomik, kültürel ve toplumsal yapısını anlamak yani toplumun zihin yapısını çözümlenmek istediğimizde değer kavramı eşsiz bir yol gösterici konumundadır. İşte bu nedenle değerlerin, toplumları anlamak ve buna uygun politikalar geliştirmek isteyen siyasetle doğrudan ve karşılıklı bir ilişkisi vardır. Çünkü toplumu oluşturan bireylerin ne düşündüklerini, neye inandıklarını, ne istediklerini ve neye değer verdiklerini doğru saptayabilen ve bu düşünce, inanç ve isteklere doğru cevap verebilen bir siyasi anlayışın başarı şansı artmaktadır. Buradan hareketle toplumu ve toplumsal bir varlık olan bireyi anlamamızı kolaylaştıran değerler, siyasi tutum ve davranışların analizinde kullanılabilir kriterler olarak ayrı bir önem kazanmaktadır.

Seçim sonuçlarında siyaset kadar konjonktürün de belirleyici olduğu gerçeğinden hareketle ekonomik, toplumsal ve kültürel boyutları içeren analizlere ihtiyaç vardır. Buradan hareketle 22 Temmuz 2007 seçimi özelinde Türk siyasetinde öne çıkan değerleri dönemin koşullarını da göz önünde bulundurarak tespit etmeyi hedefleyen bu çalışmada, seçim sürecinde ve sonucunda konjonktürün büyük etkisi olduğu tespit edilmiştir. Zira Türkiye gibi gündemi hemen her gün radikal şekilde değişen ülkelerde, siyasetin ve genel olarak toplumdaki en önemli siyasal eylem olarak görülen seçimlerin bunun dışında kalması mümkün değildir. Bu bağlamda Nisan 2007’deki Cumhurbaşkanlığı seçiminde yaşanan krizle başlayan ve toplumda laik-antilaik karşıtlığı temelinde oluşan merkez sağ ve merkez solda güç birliği arayışları ile somutlaşan toplumsal kutuplaşmanın, 22 Temmuz seçimindeki en önemli belirleyici olduğu saptanmıştır. Nitekim 2007 seçiminde ilk üçte yer alan kendi amaçlarını belirlemek, başarılı olmak ve sorumluluk sahibi olmak değerlerinin hangi bağlamlarda ele alındığı ve hangi değerlerle ilişkilendirildiği incelendiğinde bu belirleyicilik net olarak ortaya çıkmaktadır.

Siyasetin ateşinin yükseldiği seçim dönemlerinde siyasi partilerin seçmeni ikna etmek için toplumda yaşanan sorunları azaltmaya ve seçmendeki beklentileri karşılamaya yönelik vaat yarışına girdikleri görülmektedir. Çünkü partilerin kendilerini ve amaçlarını doğru olarak anlatmaları, hedefleri ve bunları nasıl gerçekleştireceği konusundaki gerçekçi plan ve programlarıyla seçimde güven oluşturmaları açısından vaatler büyük öneme sahiptir. Yapılan araştırmalar da plan ve projeleri olan, geleceğe yönelik umut aşılayabilen partilerin seçim yarışını göğüslediğini ortaya koymaktadır (Köse ve Yılmaz, 2012). Bu bağlamda vaatler anlamında neyi nasıl yapacağı konusunda yol haritasını seçmene doğru şekilde anlatabilen ve böylece seçmeni gündelik hayatını değiştirebileceği konusunda ikna edebilen siyasi parti ve aktörlerin söylemlerinde kendi amaçlarını belirlemek değerine gönderme yapması kaçınılmaz olmaktadır. Ancak 22 Temmuz’da siyasal aktörlerin, gündelik hayatı değiştirip dönüştürme hedefi doğrultusunda atacakları adımları ve hedeflerini görünür kılmak için sıraladıkları vaatler kadar sosyal düzen, ulusal güvenlik ve iç uyum değerleriyle ilişkilendirilmiş amaçların ortaya konduğu belirlenmiştir. Partilerin amaçlarını ortaya koyarken de diğer partilerin amaçlarını eleştirirken de dönemsel özelliklerin dışına çıkmadıkları bulgulanmıştır. Benzer durum sorumluluk sahibi olmak değeri için de geçerlidir.

Bu bağlamda 22 Temmuz seçiminde sorumluluk sahibi olmak değerinin öne çıkmasının en önemli nedeni, Cumhurbaşkanlığı seçimi sürecinde yaşananlardır. İktidar partisi konumundaki AKP, Cumhurbaşkanlığı seçimi sürecinde yaşananlar üzerinden halkı partisine sahip çıkmaya davet etmek için sorumluluk değerine sıkça gönderme yapmaktadır. Nitekim AKP milletvekili adayı Unakıtan'ın, “*Ülkeyi maceralara sürükleyecek olanlara imkan vermeyin*” (Hürriyet/1 Temmuz 2007) söyleminde somutlaşan bu tutumla millet, sorumluluklarının bilincinde olan bir sosyal güç olarak konumlandırılmakta ve oyunu dikkatli kullanması konusunda uyarılmaktadır. Benzer uyarıları Baykal'ın toplumda artan kutuplaşmaya gönderme yaptığı “*Alacağınız kararlar Türkiye ya bir istikamete ya da başka bir istikamete gidecek*” (Cumhuriyet/25 Haziran 2007) ifadelerinde de görmek mümkündür.

Analizler sonucunda iktidar partisi konumundaki AKP'nin, başarılı icraatlarını anlatmak ve “yaptıklarımız yapacaklarımızın garantisidir” şiarından hareketle seçmeni ikna etmek için başarılı olmak değerini sıkça söylemlerine taşıdığı saptanmıştır. Başarının büyüklüğünü vurgulamak için de AKP lideri Erdoğan'ın “*CHP zihniyetinin çakılı kazığı yok*” (Radikal/9 Temmuz 2007) ya da “*Paramızı delikli kuruşa çevirdi*” (Radikal/29 Haziran 2007) söylemlerinde olduğu gibi geçmiş iktidarların başarısızlıklarının sıkça gündeme getirdiği görülmüştür. Meydan okuma tarzı bir seçim stratejisi yürüten diğer partilerin ise mevcut iktidarın başarısızlıkları üzerine inşa ettiği negatif propaganda ile “yaptıklarımız, yapacaklarımızın garantisidir” söylemini tersine çevirerek seçmeni “yapılmayanlar, yapılmayacakların garantisidir” şeklinde düşünmeye yönlendirdiği gözlenmiştir.

Tüm bu değerlendirmelerden hareketle, kendi amaçlarını belirlemek, başarı ve sorumluluk sahibi olmak değerleri üzerine kurgulanan 22 Temmuz 2007 seçiminde, bu değerlerin birbirleriyle ve diğer değerlerle ilişkisi incelendiğinde aslında seçimin sosyal düzene yönelik kaygıların gölgesinde geçen ve partilerin amaç, başarı ve sorumluluk değerleri üzerinden birbirlerini kıyasıya eleştirdikleri bir seçim dönemi olduğu saptanmıştır.

Kaynakça

- Avcı, N. (2007). *Toplumsal Değerler ve Gençlik*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Barnea, M. F. ve Schwartz. Shalom H. (1998). Values and Voting, *Political Psychology*, 19 (1),17-40.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: Free Press.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bilgin, N. (1995). *Sosyal Psikolojide Yöntem ve Pratik Çalışmalar*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Caprara, G. V., Barbaranelli C. ve Zimbardo P. G. (1999). Personality Profiles and Political Parties. *Political Psychology*, 20, 175-197.
- Caprara, G. V., Schwartz S. H., Capanna C., Vecchione M. ve Barbaranelli C. (2006). Personality and Politics: Values, Traits, and Political Choice. *Political Psychology*, 27:1–28.
- Caprara, G. V., Zimbardo P. G. (2004). Personalizing Politics: A Congruency Model of Political Preferences. *American Psychologist*, 59 (7), 581–594.
- Cochrane, R., Billig M. ve Hogg M. (1979). Politics and values in Britan: A Test of Rokeach two-values model. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 18, 150-167.

Feldman, S. (2003). Values, Ideology, and the Structure of Political Attitudes. *Oxford Handbook of Political Psychology*. Ed: Sears D. O., Huddy L. ve Jervis R., New York: Oxford University Press, 477–508.

Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. USA: Sage Publication.

Hofstede, G. (1991). *Culture and Organizations: Software of the Mind*. USA: McGraw-Hill.

Inglehart, R (1997). *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Countries*. Princeton: Princeton University Press.

Inglehart, R. (1977). *The Silent Revolution*. Princeton: Princeton University Press.

Köse, A. ve Mustafa Y. (2012). *Seçimler ve Değerler*. Trabzon: Serander Yayınları.

Kuşdil, M. E. ve Kağıtçıbaşı Ç. (2000). *Türk Öğretmenlerin Değer Yönelimleri ve Schwartz Değer Kuramı*. *Türk Psikoloji Dergisi*, 15 (45), 59-76.

Lane J. E. ve Ersson S. (2005). *Culture and Politics: A Comparative Approach*. İngiltere: Ashgate Publishing Limited.

Oktay, M. (2002). *Politikada Halkla İlişkiler*. İstanbul: Derin Yayınları.

Özkan A. (Tarihsiz). 22 Temmuz 2007 Milletvekili Seçimleri'nin Siyasal İletişim Yönetimi Bağlamında Değerlendirilmesi, <http://www.siyasaliletisim.org/dr-abdullah-oezkan/dr-abdullah-oezkan/289-q22-temmuz-2007-milletvekili-secimlerinin-siyasal-letisim-yonetimi-baglaminda-degerlendirilmesi.html> (Erişim tarihi: 13.06.2016)

Özlem, D. (2002). Değerler Sorununda Nesnelcilik/Mutlakçılık ve Öznelcilik/Rölativizm Tartışması Üzerine. *Bilgi ve Değer*. Ankara: Vadi Yayınları.

Rokeach, M. (1967). *Value Survey*. California: Sunnyvale.

Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theory and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*. Ed: Zanna M. P., New York: Academic Press, 25, 1-65.

Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the content and structure of values?. *Journal of Social Issues*, 50: 19-45.

Schwartz, S. H. (2006). Basic human values: Theory, measurement, and applications. *Revue Française de Sociologie*, 47, 249–288.

Schwartz, S. H., Caprara G. V. ve Vecchione M. (2010). Basic Personal Values, Core Political Values and Voting: A Longitudinal Analysis. *Political Psychology*, 31 (3), 421-452.

Schwartz, S.H., & Bilsky, W. (1987). Toward A Universal Psychological Structure of Human Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53 (3), 550-562

Tuncer, E. (2007). 22 Temmuz Seçimleri: Genel Bir Değerlendirme. *Toplum ve Demokrasi*, 1 (1), 135-146.