

Ulus Kimliğinin Yeniden İnşasında Ulusal Bayramlar ve Sosyal Medya: Siyasi Parti Liderlerinin Twitter'daki 23 Nisan Kutlamaları

Mustafa GÖKMEN, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu,
Dr. Öğr. Görevlisi, mustafagokmen@isparta.edu.tr, 0000-0001-6712-3759

Ali PARİM, Iğdır Üniversitesi, Tuzluca Meslek Yüksekokulu, Öğr. Görevlisi, ali.parim@igdir.edu.tr,
 0000-0002-4180-0122

ÖZ

Toplumlarda ulus kimliğinin yeniden üretilmesi ve pekiştirilmesinde ulusal bayramlar önemli bir rol üstlenmektedir. Her yıl belirli günlerde görkemli törenlerle kutlanan ulusal bayramlar, topluma verilmek istenen mesajları iletmek adına da önemli bir fırsat olarak görülmektedir. Günümüzde devlet yöneticileri ve siyasi parti temsilcileri, ulusal bayramlarda yaptıkları konuşmalarla ya da kutlama mesajlarıyla ulus kimliğinin yeniden inşasına hizmet etmektedirler. Bu ulus kimliği aynı zamanda devlet yöneticilerinin temsil ettiği ideolojiler çerçevesinde inşa edilmektedir.

Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, hükümet yetkililerinin ve politik aktörlerin ulusal bayramlardaki mesajlarını kitlelere ulaştırırken söylemleriyle nasıl bir ulus profili ortaya koyduklarını saptamaktır. Bu doğrultuda çalışmada TBMM'de grubu bulunan beş siyasi parti liderlerinin 2022 yılı 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin Twitter paylaşımları nitel ve nicel içerik analizi yöntemi ile ele alınmıştır. Çalışma sonucunda HDP Eş Genel Başkanları Mithat Sancar ve Pervin Buldan dışındaki liderlerin, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı ile ilgili doğrudan ya da dolaylı paylaşımlar yaptıkları ve mesajlarında temsil ettikleri ideolojiyle örtüşen bir ulus profili çizdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu ve Devlet Bahçeli'nin paylaşımlarının, temsil ettikleri partilerin propagandalarını içeren mesajlar taşıdığı da görülmüştür.

Anahtar Kelimeler : Ulus, Ulusal Bayramlar, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, Liderler, Twitter



National Holidays and Social Media in the Reconstruction of the Nation's Identity: April 23 Celebrations of Political Party Leaders on Twitter

ABSTRACT

National holidays play an important role in the reproduction and consolidation of national identity in societies. National holidays, which are celebrated with magnificent ceremonies on certain days every year, are also seen as an important opportunity to convey the messages that need to be given to society. Today, state administrators and representatives of political parties both serve the reconstruction of national identity with their speeches or congratulatory messages on national holidays and shape their discourses within the framework of the ideologies they represent and draw a profile of national identity.

In this context, the purpose of this study is to determine how government officials and political actors use social media when delivering their messages to the masses on national holidays and how they create a national profile with their rhetoric. In this direction, in the study, Twitter shares of the leaders of the five political parties with groups in the Parliament on April 23, 2022 related to National Sovereignty and Children's Day were analyzed using the qualitative and quantitative content analysis method. Firstly, it was determined whether Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu, Devlet Bahçeli, Meral Akşener, Pervin Buldan and Mithat Sancar shared within the scope of April 23 National Sovereignty and Children's Day within the scope of the sample and the interaction received by these shares. Then, the messages containing definitions of nation, national-religious discourse and symbols, definitions of Atatürk and political propaganda were analyzed in the aforementioned shares. As a result of the study, it was determined that leaders other than HDP Co-Leaders Mithat Sancar and Pervin Buldan made direct or indirect shares related to April 23 National Sovereignty and Children's Day and drew a nation profile that coincided with the ideology they represented in their messages. In addition, it was also seen that the shares of Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu and Devlet Bahçeli carried messages containing the propaganda of the parties they represent.

Anahtar Kelimeler : *Nation, National Holidays, April 23, National Sovereignty and Children's Day, Leaders, Twitter*

EXTENDED ABSTRACT

With the French Revolution, the empires formed by societies from many different ethnic and religious groups were dispersed one by one, and each nation began to create its own state. One of the empires affected by this current became the Ottoman State, and when Decadence could not be prevented, the idea of Turkism gradually began to spread among the Turks in the Ottoman Empire. This idea also existed in the Republic of Turkey, which was established after the Ottoman Empire, and the founding cadres of the Republic tried to build a nation based on Anatolian Turkishness. In this process, national holidays also played a critical role in the settlement of nation-building in society. During the holidays celebrated with magnificent ceremonies, the bond of belonging to society has been instilled.

Nowadays, national holidays in Turkey are important days that serve to strengthen the consciousness of the nation. But national holidays are no longer limited to official ceremonies, which are held exclusively by the state hand. Because along with the developing Internet technology, these important days are also celebrated on social media platforms and national consciousness is reproduced on these platforms. Nowadays, the leaders of political parties also celebrate national holidays with their social media accounts and try to impose their own thoughts on their masses during these days when national emotions are intense.

In this context, this study focuses on the messages given by the leaders of political parties to the masses on national holidays in Turkey. Within the scope of the study, both the practices of leaders using Twitter on national holidays and the contents of the messages they give via Twitter were examined. In this way, it was tried to determine which discourses the leaders based their messages to their masses on. The study, which uses the qualitative and quantitative analysis method, was limited to social media shares of the leaders of the AK Party, CHP, MHP, İYİ Party and HDP, whose group is in the Parliament, on April 23, 2022, National Sovereignty and Children's Day. In the study, it was first examined whether the leaders shared about National Sovereignty and Children's Day on April 23 and the interaction they received. Then, it was tried to determine how the identity of a nation was revealed in the shares, how the leaders remembered Atatürk, whether they used national-religious rhetoric, and whether the messages served the propaganda of the parties represented by the leaders.

As a result of the study, it was seen that leaders other than HDP Co-Leaders Mithat Sancar and Pervin Buldan made direct or indirect shares related to National Sovereignty and Children's Day on April 23. In addition, it was determined that all four leaders drew a nation profile that coincided with the ideologies they represented in their shares. Finally, it has been determined that the shares of Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu and Devlet Bahçeli also carry messages containing the propaganda of the parties they represent.

GİRİŞ

Fransız İhtilali ile birlikte başta Avrupa olmak üzere dalga dalga bütün dünyaya yayılan ulusçuluk fikri, imparatorluk yapısına sahip devletlerin dağılmasına zemin hazırlamış ve tarih sahnesine ulus devletler çıkmaya başlamıştır. Bu dönemde dağılan imparatorluklardan bir tanesi de Osmanlı'dır. Yaklaşık yüz yıl süren ayaklanma, isyan ve savaşlarla mücadele eden Osmanlı Devleti'nin, Balkanlar'daki bütün topraklarını kaybetmesiyle birlikte İmparatorluk refleksi zayıflamış ve Türk aydınlarından başlayarak toplum içerisinde giderek Türkçülük fikri yayılmaya başlamıştır.

Anadolu'nun işgale uğraması üzerine Anadolu'da yaşayan Türk milleti için ulusçuluk, "vatanı koruma" ve "bağımsızlığa giden yol" olmuştur. Millî Mücadele, Anadolu ve Trakya topraklarında yaşayan halkın Türk ulusal kimliği etrafında bütünleşip kenetlenmesini

sağlamıştır. İşgalci emperyalist devletlere karşı Mustafa Kemal Paşa liderliğinde milletin topyekûn katılımıyla yürütülen Kurtuluş Savaşı'nın zaferle neticelenmesi üzerine Türkiye Cumhuriyeti kurulmuştur. Lozan Anlaşmasıyla bağımsızlığı tescil edilen Türkiye Cumhuriyeti, Misak-ı Milli sınırları içerisinde, Anadolu Türklüğüne dayalı bir ulus devlet olarak dünya devletleri arasındaki yerini almıştır. İmparatorluk bakiyesi bir toplum tarafından kurulan Cumhuriyet'in ilk yıllarında kurucu kadrolar, ulusal kimlik oluşturma çabası içine girmişlerdir. Bu süreçte ilan edilen ulusal bayramlar da kurucu kadrolar tarafından toplumda ulus bilincinin yerleşmesi için bir fırsat olarak görülmüştür.

Türkiye'de bugün de ulusal bayramlar, ulus bilincinin pekişmesine hizmet eden önemli günler olmaya devam etmektedir. Ancak günümüzde ulusal bayramları sadece devlet eliyle düzenlenen resmî törenlerle sınırlı görmemek gerekir. Zira gelişen internet teknolojisi ile birlikte ulusal bayramlar artık sosyal medya mecralarında da kutlanmakta ve bu platformlarda da ulus bilinci yeniden üretilmektedir.

Bu çalışma, ulus inşasının yeniden üretimi sürecinde siyasi parti liderlerinin ulusal bayramlara ilişkin sosyal medya paylaşımlarına odaklanmaktadır. Çalışma kapsamında TBMM'de grubu bulunan siyasi partilerin genel başkanlarının Twitter hesaplarındaki 2022 yılı 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı paylaşımları ele alınmaktadır. Çalışmanın evreni olarak Twitter'ın seçilmesinin nedeni ise liderlerin, kitlelerine ulaşmada Twitter'ı aktif olarak kullanmalarıdır. Bu bağlamda öncelikle örneklem dahilindeki Recep Tayyip Erdoğan'ın, Kemal Kılıçdaroğlu'nun, Devlet Bahçeli'nin, Meral Akşener'in, Pervin Buldan'ın ve Mithat Sancar'ın Twitter hesaplarından paylaşım yapıp yapmadıkları ve paylaşımların ne kadar etkileşim aldığı nicel içerik analiz yöntemi ile saptamak amaçlanmaktadır. Ardından da liderlerin söz konusu paylaşımlarında nasıl bir ulus profili çizdikleri, milli-dini söylem ve sembollere yer verip vermedikleri, Atatürk'ü nasıl tanımladıkları ve mesajlarında siyasi propaganda içeren söylemlerin olup olmadığı sorularına nitel içerik analizi yöntemi kullanılarak yanıt aranmaktadır. Çalışmada ilk olarak ulus kavramı, Türkiye'de ulus kimliğinin inşa süreci, ulusal bayramlar ve 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı üzerine kavramsal bir çerçeve sunulmaktadır. Ardından yeni medya teknolojilerinin gelişimine değinilerek, genelde sosyal medyanın özelde ise Twitter'ın kitle iletişimindeki rolüne vurgu yapılmaktadır.

1. ULUS KAVRAMI VE TÜRKİYE'DE ULUS KİMLİĞİNİN İNŞASI

"Ulus" sözcüğünün değişik dönemlerde ve dillerde farklı anlamları olmuştur. Batı Avrupa coğrafyasında en temel siyasal birim için kullanılan yaygın bir sözcüktür. Ulus veya eş anlamlı karşılıkları ise Orta ve Doğu Avrupa topraklarında ırka ve dile dayanan topluluklar için kullanılmıştır. XIX. Yüzyıl öncesinde bir önem taşımayan bu kavram ulusların kendi kaderini belirleme haklarının tanınmaya başlamasıyla birlikte önemli hale gelmiştir (Carr, 2019, s. 12).

Avrupa’da XIX. yüzyılda toplumsal ve siyasal bir proje haline getirilen ulusçuluk, önce Batı toplumlarının büyük çoğunluğunu biçimlendirmiş, daha sonra Batı dışı toplumları kuşatmıştır. Dünyanın geri kalanı gibi Türk toplumu da bu sürecin etkisine girmiştir. Ancak, ulusçuluğun Türk toplumundaki karşılığı "Türkçülük" olmuştur. Avrupa’da oluşan Türk algısı ve Türklerle ilgili yapılan Türkoloji çalışmalarının ortaya koyduğu verilerin etkisiyle Türklük bilinci biçimlenmiştir. İleriki safhalarda siyasal ve kültürel anlamda kimlik belirtme çabasına dönüşerek ulusçuluk rengini almıştır (Karakaş, 2000, s. 11).

Fransız ihtilalinin etkisiyle Avrupa’da gelişen ulus fikri, Osmanlı’nın gayrimüslim toplumları içinde erken dönemde kabul göreyerek öncelikle Balkanlar’da karşılık bulmuştur. Osmanlı toplumunda ulusçuluğa ilk ilgi duyanlar Avrupa ülkelerinde bulunan Türk aydın ve devlet adamları olmuştur. Bunlardan bazıları, ulusçuluğu, yücelten kişiler olarak ülkelere dönmüşlerdir. Fransız İhtilali’nin ana fikirleri olan, “*Vatan, millet (ulus), hürriyet, eşitlik*” kavramlarını sıklıkla dile getirmişlerdir. Yabancı okullarda görevli öğretmenler de ulus kavramı ve fikirlerini Osmanlı ülkesinde yaymışlardır (Vatandaş, 2010, ss. 116-117).

Türkler arasında ulusçuluğun kabul görmesi, daha geç devirlerde Balkan Savaşları sırasında olmuştur. I. Dünya Savaşı sonrası Anadolu’nun işgale uğraması Anadolu’da milletin varlığını ve vatanı koruma reflekslerini geliştirmiştir. Millî Mücadele, Türk kimliğinin gelişmesinde son derece etkili olmuştur. Müslüman ahalinin vatan ve millet kavramlarını kaynaştırarak bütünleşmesinde Millî Mücadele önemli rol oynamıştır (Karpaz, 2017, s. 43).

Osmanlı İmparatorluğunun dağılması üzerine Türk halkı Ulusal kurtuluş savaşını başlatmıştır. Zaferin ardından kurulan Türkiye Cumhuriyeti Devleti, Cumhuriyet’le birlikte, Misak-ı Milli sınırları içerisinde, Anadolu Türklüğüne dayalı bölgesel bir ulus devlet olarak şekillenmiştir. Cumhuriyet, devletin yeni kimliğinin oluşumunu, toplumla bir ortaklık kurma çabası içerisinde gerçekleştirmeyi hedeflemiştir (Karakaş, 2000, s. 141).

Cumhuriyet’in kimlik oluşturma çabası içinde olduğu ilk 10 yıl içinde Türklerin Anadolu topraklarındaki tarihlerinin çok eskilere dayandığını ortaya koyma çabası içine girilmiştir. Türk Tarih Tezi ile Türklerin atalarının kadim Anadolu kavimleri olan Sümerler ve Hititler olduğunu ileri sürülmektedir. Güneş Dil Teorisi ise bütün dillerin Türkçeden türediği varsayımına dayandırılmaktadır.

Türk Ocağı, Osmanlı döneminde 1912’de kurulup Cumhuriyet’in ilk yıllarında 1931’e kadar faaliyetlerini sürdürmüştür. Türk Ocakları, kültürü temel almış ve kapanıncaya kadar da bu özelliğini korumuştur. Lider kadrosu Türk kültürünü tarih, maneviyat ve din içinde kabul ederek kültürü medeniyet unsuru olarak benimsemiştir. Türk milliyetçileri, kültürün evrensel olduğunu belirterek, Batı kültürünün iyi ve güzel yönlerinin alınabileceğini dile getirmişlerdir. Ocaklar, Türk milliyetçiliğini Anadolu ve Rumeli toprakları ile sınırlı görüp

bazı milliyetçilerin savunduğu Turancılık fikirlerine mesafeli duruş sergilemiştir (Karpas, 2017, ss. 40-41).

Türk milliyetçilerinin teorisyeni Sosyolog Ziya Gökalp, Fransız düşünür Emile Durkheim'in ulusçuluk fikirlerinin de etkisiyle ulusçuluğu aşırı şekilde yüceltmıştır. Ulusçuluğu ideal toplumla eş anlamlı tutmuştur (Heyd, 1979, s. 68). Gökalp, Türk tarihinde yaşanan İran nüfuzunun olumsuz etkilerine dikkat çekerek Batı uygarlığından alınacak kültürel unsurların sınırlı tutulması gerektiğini savunmuştur. Bunun da ancak "ulusal kültür" değerlerine sahip çıkılarak, yabancı kültürel değerler ayıklanarak gerçekleştirilebileceğini dile getirmiştir (Heyd, 1979, s. 96). Türk aydınları, Cumhuriyet'in ilanından sonra devrimler aracılığıyla milletten ulusa geçişi başarmışlardır.

Ulusal kimliğe ilişkin bugüne kadar birbirinden değişik çok farklı sınıflamalar yapılmıştır. Ancak bir toplumun ulus niteliği kazanması için belirli bazı kriterlere sahip olması, bütünlük içinde bir toplumsal yapıya dayanması gerekmektedir. Söz konusu bu toplumsal yapının özellikleri yaygın şekliyle kültür birliği, dil birliği, soy birliği, ortak bir vatan ve ortak bir tarih olarak beş başlık altında toplanabilmektedir (Vatandaş, 2010, s. 29, Smith, 1994, ss. 31-32).

Ulusçuluk, siyasal yapı ile ulusal yapının çakışması gerektiğini kabul eden siyasal bir ilke olarak ortaya çıkmıştır. Duygu ve hareket bağlamında ulusçuluğu en iyi şekilde tanımlamanın yolunun bu olduğu varsayılmaktadır. Yönetenler, yönettikleri ulusun çoğunluğundan farklı bir ulusa mensuplarsa, bu durum ulusçular bakımından siyasal geleneklerin ve kuralların bariz ve katlanılmaz şekilde ihlal edildiği ve çığnendiği anlamına gelmektedir. Ulusçuluk, etnik sınırların siyasal sınırların ilerisine taşmaması, devleti yönetenler ile halk arasında kopukluğa meydan verilmemesini meşruiyet kaynağı olarak görmektedir (Gellner, 2008, s.71).

2. TÜRKİYE'DE ULUSAL BAYRAMLAR VE 23 NİSAN ULUSAL EGEMENLİK VE ÇOCUK BAYRAMI

Türkiye'de ulusal bayramlar, kurucu kadrolar tarafından Cumhuriyet'in kuruluşundan itibaren ulusal bilincin pekiştirilmesi için bir fırsat olarak görülmüştür. Bu anlamda bayram kutlamaları için hazırlıklar şehirlerde günler öncesinden planlanmıştır. Devlet tarafından gerçekleştirilen önemli yatırımların temel atma ve açılış törenleri genellikle bayram günlerine denk getirilerek yapılan hizmetlerin propagandaya dönüştürülmesi hedeflenmiştir. Bu maksatla Cumhuriyet'in ilk yıllarında Bayramı kutlamalarının görkemli ve kusursuz olmasına büyük önem verilmiştir. Bayramlar halka verilmek istenen mesajları iletmek için önemli bir araç olarak değerlendirilmiştir.

Dünyadaki her topluluğun kutladığı bir özel günü vardır. Sevinç ve coşkunun en üst seviyede yaşandığı özel günler olan bayramlar, toplumumuzda dini ve milli bayramlar olarak iki

kategoriye ayrılmaktadır. Dinî bayramlar Ramazan ve Kurban Bayramlarıdır. Millî bayramlarımız ise 23 Nisan'da Millî Egemenlik ve Çocuk Bayramı, 19 Mayıs'ta Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı, 30 Ağustos'ta Zafer Bayramı ve 29 Ekim'de Cumhuriyet Bayramı olarak kutlanmaktadır.

Bu bayramların hukuki dayanağı ise Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin, 27 Mayıs 1935 tarihinde kabul ettiği 2739 Sayılı Ulusal Bayram ve Genel Tatiller Hakkında Kanun'na dayanmaktadır. Kanunun 1. Maddesine göre "Ulusal bayram", Cumhuriyet'in ilan edildiği 29 Ekim günüdür. Bayram, 28 Ekim günü öğleden sonra başlayıp 30 Ekim'de sona ermektedir. Kanun'un 2. maddesinde öteki bayramlar sayılmaktadır. Ulusal Egemenlik (Çocuk) Bayramı 22 Nisan öğleden sonra başlamak üzere 23 Nisan'da, Bahar Bayramı 1 Mayıs'ta, Zafer Bayramı ise 30 Ağustos'ta kutlanacaktır. Kanun metninde dinî bayramlara da yer verilmiştir. Kanunun ilk halinde Ramazan Bayramı, "Şeker Bayramı" olarak anılmaktadır. Ramazan ifadesi dinî ibadet ayını çağrıştırdığı için seküler bir ifade olan bu isim tercih edilmiştir. Süresi 3 gündür. Kurban Bayramı ise olduğu gibi kanun metninde yer almıştır. Süresi 4 gündür. Dünya ile entegre olmanın gereği olarak Miladi Takvime göre Yılbaşı günü 31 Aralık öğleden sonra başlamak üzere 1 Ocak genel tatil günleri arasında sayılmıştır. Kanun ile Cumhuriyet Bayramı günlerinde özel işyerlerinin kapalı olması esası getirilmiştir (Resmî Gazete, 1935, s. 3017). 20 Haziran 1938'de Kanunun 2. maddesine eklenen ek bir fıkra ile Gençlik ve Spor Bayramı 19 Mayıs günü de genel tatil günleri arasına alınmıştır.

Türkiye'de ulus-devlet oluşturma süreci Batı'daki benzerlerinden farklı ilerlemiştir. Batılı ulus-devletlerde süreç ulus devlete istekli bir burjuvaziye mensup yurttaşlar tarafından desteklenmiştir. Türkiye de ise ulus devletin kuruluşu Batının aksine Modernleşme ve Batılılaşma yanlısı asker-sivil bürokrat bir kadro eliyle gerçekleştirilmiştir. Cumhuriyet'in resmî törenleri bu elit kadronun talepleri doğrultusunda şekillenmektedir. Cumhuriyet'in tören anlayışı incelendiğinde toplumun üç kesimini kapsadığı görülmektedir. Bunlar; Töreni kabul edenler, Töreni sunanlar, Halk olarak sıralanabilir. Başkent Ankara'da Cumhurbaşkanı, öteki şehirlerde vali tören protokolünün başında yer almaktadır. Validen sonra makam ve rütbelere göre diğer asker-sivil bürokratlar, yöneticiler törendeki yerlerini almaktadır. İkinci sırada ise töreni sunanlar gelmektedir. Törenin düzenlenmesine sebep olan bayramın özelliğine göre aktörler değişmektedir. 23 Nisan töreninde çocuklar, 19 Mayıs töreninde gençler, 30 Ağustos ve Cumhuriyet Bayramı törenlerinde askerler ön plana çıkmaktadır. Üçüncü sıra da yer alan halk kesimi törenlerin izleyicisidir. Halkın pasif şekilde kendisine ayrılan yerden töreni izlemesi alkışlaması beklenmektedir. Halk, izlediği kendine sunulan

* TBMM'de kabul edilen 2739 Sayılı Ulusal Bayram ve Genel Tatiller Hakkındaki Kanuna bakınız. Ulusal Bayram ve Genel Tatiller Hakkında Kanun. (1935). Resmî Gazete, 3017, 1 Haziran 1935.

törenle “ulus” olmanın şuuruna varacak ve onun gururunu yaşayacaktır (Özbudun & Demirer, 2006, s. 60).

Bayramlarda Cumhuriyet’in doğuşunu hazırlayan olaylar halka tekrar hatırlatılarak, ulusal bilinç aşılmanmaya çalışılmaktadır. Bayramlar üzerinden rejimin kendisini yeniden üretme kaygısı içinde olduğu söylenebilir. Bayramlarda amaç, siyasi rejime kalıcılık ve süreklilik sağlamak hedefler arasındadır. Bayramlar, yeni nesillere “Cumhuriyet”e, “Vatan”a, “Atatürk”e, “hayat”a bağlı, vatandaş olmaları şeklinde mesajların aktardığı ortamlar ve zamanlar olmaktadır (Aslan, 2011, ss. 185-187).

Cezayir asıllı Fransız düşünür Louis Althusser (2000, ss. 25-26). Marksist teoride, devletin ideolojik aygıtlarının (DİA) devlet aygıtının “*hükümet, yönetim, ordu, polis, mahkemeler, hapishaneler*” gibi kurumlardan oluştuğunu hatırlatarak, kendinin ise bu kurumlara “devletin baskı aygıtı” adını vermeyi tercih ettiğini belirtmektedir. Devlet bu kurumlar ile baskı ve zor kullanarak gücünü sergileyebilmektedir. Ancak Althusser, devletin baskı aygıtları dışında kalan toplumsal hayatın neredeyse tamamını kuşatan diğer bazı yapıları da “*DİA’lar olarak kabul edebiliriz*” demektedir. Althusser’in sözünü ettiği bu kurumlar: dini kurumlar, eğitim kurumları, aile kurumu, siyasi oluşumlar, sendikalar, kitle iletişim haberleşme araçları, kültürel ve sportif faaliyetlerdir.

Devletin baskı aygıtı ile DİA’lar aynı şey olarak görülemez. Althusser’e (2000, ss. 27-28) göre DİA’ları devletin baskı aygıtından ayıran temel fark devletin baskı aygıtları, “zor kullanarak” işlerken, DİA’lar “ideoloji kullanarak” işlemektedir. Sonuçta ya “baskı” ya da “ideolojik” şekilde olsun, devletin her aygıtı hem baskı hem de ideoloji ile işlemektedir. Burada ideolojik aygıt ile baskı aygıtı birbirine karıştırılmamalıdır. Devlet “ideolojik aygıt”ı devreye soktuğunda zorlama ve baskı olmaksızın rızaya dayalı iş yapmaktadır.

Türkiye’de “ulus devlet” kurulurken devlet, bazen “baskı aygıtını” bazen de “ideolojik aygıtını” devreye koymuştur. Kurucu lider kadrolar, baskı ve zorlamanın toplumda ters tepeceğini düşündüğü durumlarda ideolojik yaklaşımı benimseyerek halkın rızasının üretilmesini tercih etmiştir.

3. YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİ

Amerikan Savunma Bakanlığı tarafından 1969 yılında kurulan ve internettin temelini oluşturan İleri Araştırma Projeleri Ajansı (ARPANET), başlangıçta askeri ihtiyaçları karşılamak amacıyla tasarlanmış olmakla birlikte daha sonra bilimin hizmetine sunulmuştur. Üniversitelerdeki araştırmaları güvenlik sektörüne transfer etmek için bir altyapı oluşturan internet, gelişimini soğuk savaş yıllarının özel şartları altında sürdürmüştür. Soğuk savaş konsepti içinde, çıkması ihtimal dahilinde olan bir nükleer savaşta iletişim sistemini ayakta tutacak bir altyapı olarak düşünülen internet, 1969’da Amerika Birleşik Devletleri’ndeki araştırma kurumları ile üniversitelerin bilgisayarlar üzerinden bağlanmasını sağlayacak bir ağ olarak tasarlanmıştır (Bulunmaz, 2011, s. 30). Çok kısa zamanda yaygınlaşan internet ağı, 1972

Yılında milletler arası bir konferansta dünyaya tanıtılmıştır. Yeni teknoloji bilgisayarlar arasındaki haberleşme getirdiği farklı boyutla birlikte günümüzde dünyanın her yanını saran siber ağlara dönüşmüştür (Tokgöz, 2000, ss. 66-67). Yeni medya teknolojileri işte sözü geçen bu ağlar üzerinde işlemektedir. Milenyum çağına girilmesiyle birlikte iletişimin bireyler ve kitleler için nitelikleri de çok hızlı bir şekilde değişmeye başlamıştır. İnternet ve sayısal teknoloji sayesinde yazı, ses, görüntü gibi medya içerikleriyle birlikte her türlü veri ve bilginin dolaşımı ve hızı her geçen gün artmıştır.

İnternetin Türkiye'deki hizmete girişi ise 12 Nisan 1993 tarihinde olmuştur. Bilimsel altyapıya destek olması beklenen internete Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) öncülük etmiştir. Başkent Ankara'daki Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nde (ODTÜ) TR-Net iş birliğiyle Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) desteğiyle Türkiye'nin ilk internet bağlantısı gerçekleştirilmiştir (Karaduman, 2003, s. 138).

Mobil hale getirilen ve internete bağlanabilen telefonlar, kendisinden önceki kitle iletişim araçlarının tüm özelliklerini insanlara bütünsel (ses-görüntü-yazı) olarak sunmaktadır. Bu özelliğiyle artık telefon, kişisel haberleşme aracı olmanın yanı sıra bütün medya mecralarını bünyesinde toplayan kitle iletişim aracı haline almıştır. İnternete bağlanabilen bilgisayar ve mobil iletişim araçları, tüm dünya ile aynı anda haberleşme imkânı sunmaktadır. Bu yönüyle McLuhan'ın* "küresel köy" tezi, yeni iletişim teknolojileri sayesinde bir kez daha doğrulanmaktadır.

Öte yandan Althusser'den hareketle, yeni medya teknolojilerinin gerektiğinde "devletin ideolojik aygıtı" olarak kullanılabilirdiği yorumunu yapmak yanlış olmayacaktır. Daha önce de ifade edildiği üzere devletin baskı aygıtları ve ideolojik aygıtları yönünde bir ayrıma giden Althusser (2014, s. 61), ideolojik aygıtlardan bir tanesinin basın, radyo ve televizyonu içerisine alan haberleşme aygıtı olduğunu savunmaktadır. Althusser'e göre haberleşme aygıtı, "yurttaşları" günlük milliyetçilik, şovenizm, liberalizm, ahlakçılık vb. dozlarla besleyen bir aygıttır. Günümüzde internet ve sosyal medya ağları da egemen ideolojinin yeniden üretilmesi sürecinde kullanılmaya müsait kitle iletişim araçlarıdır.

Yeni medya teknolojileriyle birlikte kitle iletişim araçlarına yeni ve genel bir ad bulma arayışı da başlamıştır. Zira basın denildiği zaman insanların aklına ilk gelen çağırışım gazeteler ve dergiler olurken radyo, televizyon ve internet bu tanımın içine sığmamaya başlamıştır. Bu süreçte Latince'deki "medius" sözcüğünün çoğulu; İngilizce'deki "medium" sözcüğü; Türkçe'de "media" veya "medya" olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu yabancı sözcük, tartışmalar arasından "medya" olarak dilimize girip yerleşmiştir (Nalçaoğlu, 2003, s.

* Detaylı bilgi için bkz: McLuhan, M., Powers, B. R., (2001). Global Köy (The Global Village) 21. yüzyılda yeryüzü yaşamında ve medyada meydana gelecek dönüşümler, Bahar Öcal Düzgören (Çev.), İstanbul: Scala Yayıncılık.

43). Geleneksel kitle iletişim araçları olan gazete, radyo ve televizyon yayımları medya olarak algılanırken internet aracılığıyla kullanılan medya araçları ise yaygın bir şekilde “sosyal medya” diye adlandırılmaktadır. Sosyal medya araçları, tasarım ve kullanım pratikleri yönünden farklılıklar taşımakla beraber genel anlamda; içeriklerin oluşması sürecine herkesin katkıda bulunabildiği katılımcı projeler, sanal dünyalar, blog ve içerik toplulukları ve sosyal ağ siteleri, sosyal medya araçları olarak nitelendirilmektedir (Joseph’ten akt. Başbüyük, 2014, s. 52).

3.1.Sosyal Medya ve Twitter

Web 1,0 teknolojisi ile kullanıcılara iletişim sürecine aktif olarak katılmadan tek yönlü pasif iletişim imkânı sunan internet, web 2,0 teknolojisi ile boyut değiştirmiştir. Aktif katılım ve iletişim imkânıyla birlikte bireyler, internet ortamında daha fazla varlık göstermeye başlamıştır. Bu yeni teknoloji ile birlikte Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Pinterest, Foursquare, Flickr, Wikipedia, Google, Blog gibi yeni medya mecraları, insanlar arasında etkileşime imkân verir hale gelmiştir (Tuncer, 2014, s. 11).

Başbüyük (2014, s. 51), sosyal medyanın “*İnternet kullanıcısı bireylerin web 2.0 teknolojisi kullanarak oluşturdukları sanal kimlik hesapları üzerinden içerik/fikir ürettikleri, paylaştıkları ve fikir tartıştıkları sanal tartışma platformları*” şeklinde tanımlanabileceğini ifade etmektedir. Yine Başbüyük’e (2014, s. 53) göre, sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran iki önemli özellik; kullanıcıların mesajın üretilmesi ve dağıtılması sürecinde etkin rol üstlenmesi ve normal şartlarda birbirleriyle iletişim kurma olanağı olmayan kullanıcıların aktif iletişim kurabilmelerine imkân vermesidir. Ayrıca sosyal medya mecraları, tüm sosyo-ekonomik açıdan farklı gruplar tarafından kullanılabilmekte; birey hangi sınıftan olursa olsun sesini internet yoluyla dünyaya duyurabilmektedir.

Geleneksel medya ile kıyaslandığında oldukça hızlı bir mecra olan sosyal medya, özellikle mobil internet ile anı yakalama” algısını meydana getirerek çok büyük avantaj elde etmiştir. Örneğin bir haber duyulur duyulmaz ilk olarak paylaşmak bir prestij konusu haline gelmiştir. Geleneksel medya kanallarında sesini duyurup kendisini ifade etme imkânı bulamayan bireyler, yeni bir özgürlük alanı açan sosyal medya mecralarına yönelmiştir (Özkutlu ve Diğerleri, 2014, s. 106).

Yeni medya günlük hayatta bireylere fotoğraf ve video çekme, izleme ve paylaşma imkânını da sunmaktadır. Yeni medya sayesinde artık insanlar bütün medya araçlarını kullanabilmekte dahası kendi kişisel medya mecralarını da oluşturabilmektedir. Bu da bireylere ihtiyaç duydukları bilgilere çok kısa sürede yeni medya teknolojileri sayesinde sahip olma imkânı sunmaktadır. İsteddiği bilgiyi hızla elde eden, araştıran, bilgilenen, bilinçlenen, sorgulayan bireyler böylelikle toplumları etkilemektedir (Türk, 2013, s. 57).

Sosyal medya yapısı gereği denetimin tam olarak sağlanamadığı bir alandır. Kullanıcı bireyler tarafından her türlü fikir ve düşünce ile birlikte görsel içerikler ve sesler hiçbir engele

takılmaksızın paylaşılabilir. Söz konusu içerikler mekân ve zaman sınırlaması olmaksızın dünyanın her köşesindeki insanlara doğrudan iletilmektedir (Karakoç, 2015, s. 120). Bu paylaşımların uluslararası düzeyde domino etkisi denilen etkileri olabilmektedir. Yakın tarihte Orta Doğu coğrafyasında yaşanan Arap Baharı eylemleri, Türkiye’de yaşanan Gezi Parkı eylemleri bu kategoride sayılabilecek örneklerdir.

Sosyal medya içeriklerinin beğeni, okunma izlenme gibi içeriklere yönelik kullanıcı ilgisini anlık ölçümlemek mümkündür. İçerikler gelen yorum ve eleştiriler de dahil olmak üzere dijital olarak arşivlenebilmektedir. Arşivlere ulaşım da aynı şekilde kolaydır. Sosyal medya, kitle iletim araçlarının tamamının içeriklerinden bir sınırlama olmaksızın faydalanabilmektedir. Her kullanıcı sosyal medyadaki diğer kullanıcılarla karşılıklı paylaşımında bulunma ve iletişim kurma imkânına sahiptir (Stokes & Adıgüzel, 2012, s.11’den akt. Kırık, & Arvas, 2015, s. 134). Yeni medyanın bu özelliklerinin farkında olup bu gelişmeleri yakından takip eden özel- kamu kurum ve kuruluşları, demokratik kitle örgütleri, siyasi partiler ve onların liderleri de sosyal medyayı kendi hedefleri doğrultusunda aktif olarak kullanmaktadır.

Öte yandan bu çalışmanın evrenini teşkil eden Twitter, dünyada en yaygın kullanılan sosyal medya uygulamalarındandır.* Digital 2022 (<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>) raporuna göre dünyada Whatsapp, Instagram, Facebook, Wechat, Douyin ve Tiktok’tan sonra en yaygın yedinci sosyal medya uygulaması olan Twitter’ın, toplam 436,4 milyon kullanıcısı bulunmaktadır. 2006 yılında kurulan ABD menşeli platform, ilk başlarda kullanıcılarına en fazla 140 karakterden oluşan mesajlarını paylaşabileceklerini bir alan sunmuştur. Platform zamanla dönüşerek 280 karakterlik metin, fotoğraf ve videoların da paylaşabileceği bir yapıya kavuşmuştur. Twitter, bugün kullanıcılarına metin, URL, fotoğraf, video ve sayısal veri gibi türlerde mesajlarını paylaşabilecekleri ve paylaşımlarına yapılan yorumlar, beğeniler, retweetler üzerinden mesajlarının aldığı etkileşimi görebilecekleri bir alan sunmaktadır. Bu kapsamda devlet yöneticileri ve siyasi parti temsilcileri de Twitter’ı etkin bir şekilde kullanarak, hedef kitlelerine bu platform üzerinden de ulaşmayı amaçlamaktadır.

* Ayrıca Twitter’ın kitleler üzerindeki etkisine ilişkin örnek bir çalışma için bkz. (Sine, Rengim. & Sarı, Gülşah. (2019). Twitter’ın Gündem Belirlemesi Bağlamında Evlilik Programlarının Yeniden Düzenlenmesi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 21(1), 83-106.)

4. SİYASİ PARTİ LİDERLERİNİN TWİTTER'DAKİ 23 NİSAN KUTLAMALARINA İLİŞKİN İÇERİK ANALİZİ

Bu çalışmada; ulus kimliğinin yeniden üretilmesi sürecinde önemli bir araç olan ulusal bayramlara ilişkin, siyasi parti liderlerinin Twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımlar ele alınmaktadır. Araştırmanın amacı, liderlerin ulusal bayramlara dair paylaşımlarını hangi söylemler üzerine inşa ettiklerini ve hangi çerçevede bir ulus kimliği profili çizdiklerini saptamaktır. Bu kapsamda ilk olarak liderlerin Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin paylaşım yapıp yapmadıklarına bakılmaktadır. Ardından yapılan paylaşımlarda bir ulus tanımının olup olmadığı, kurucu lider Mustafa Kemal Atatürk'ün nasıl anıldığı, milli-dini söylem ve sembollere yer verilip verilmediği ve son olarak mesajlarda siyasi propaganda içeren söylemlerin olup olmadığı sorularına yanıt aranmaktadır.

Çalışma, 2018 Genel Seçimleri sonucunda TBMM'de grup kurmayı başaran partilerin genel başkanlarının 2022 yılı 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin Twitter paylaşımlarıyla sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla çalışmanın örneklemini Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun, MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin, İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener'in ve HDP Eş Genel Başkanları Mithat Sancar ile Pervin Buldan'ın Twitter hesapları oluşturmuştur.

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada, örneklem içerisine dahil edilen liderlerin Twitter paylaşımları, nicel ve nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmektedir. Sosyal bilimlerde ve medya çalışmalarında sıkça kullanılan içerik analizi; kitap, dergi, gazete gibi yazılı metinlerin yanı sıra fotoğraf, çizim, poster, video, müzik gibi görsel ve işitsel öğeler üzerinden verilen mesajları analiz etmek için de kullanılabilir (Gül & Nizam, 2021, s. 182). Bu kapsamda içerik analizi, yeni medya çalışmalarına da uyarlanan çözümlene tekniklerinden bir tanesidir. İçerik analizi tekniği, açık içerikler (mesajı verenin ne söylediği) ve kapalı içerikler (mesajı verenin ne kastettiği) üzerinde uygulanabilmekte; nicel içerik analiziyle çoğunlukla açık içeriklere odaklanılırken, nitel içerik analiziyle ise genellikle kapalı içerikler çözümlenmektedir (Ackland'dan akt; Çomu & Halaiqa, 2021, ss. 47-48). Yine içerik analizi yöntemi uygulanırken analiz kategorileri, çalışmanın amacına göre araştırmacı tarafından şekillendirilebilmektedir (Yazıcı & Dondurucu, 2021, s. 38).

Bu kapsamda bu çalışmanın nicel analiz kısmında öncelikle örneklem dahilindeki liderlerin Twitter profilleri incelenmekte; liderlerin takipçi ve takip ettikleri hesap sayılarına, toplam attıkları tweet sayılarına, 2022 yılı 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin paylaşım yapıp yapmadıklarına ve paylaşımlarının ne kadar yorum-beğeni-retweet aldığına bakılmaktadır. Böylece liderlerin Twitter'ı etkin bir şekilde kullanıp kullanmadıklarını ve mesajların ulaştığı kitlenin büyüklüğünü saptamak amaçlanmaktadır. Nitel analiz boyutunda ise liderlerin, paylaşımlarında dolaylı ya da doğrudan bir ulus tanımı

yapıp yapmadıkları, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ü nasıl andıkları, paylaşımlarda açık ya da örtülü milli-dini söylem ve sembollerin bulunup bulunmadığı ve son olarak liderlerin temsil ettikleri ideolojilerin ve partilerin propagandasını içeren mesajların paylaşımlara yansıyor yansımadığına bakılmaktadır. Nitekim bulgular üzerinden liderlerin, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı anarak ulus kimliğinin yeniden üretimine katkı sunup sunmadıkları ve hangi çerçevede bir ulus kimliği profili çizdikleri incelenmektedir.

4.2.Bulgular

Çalışma kapsamında ele alınan Twitter hesaplarından en çok takipçisi bulunan hesap, Recep Tayyip Erdoğan'a aittir. Ağustos 2009 tarihinde kurulan @RTErdogan kullanıcı kimlikli hesabı toplam 19.045.640 kullanıcı takip etmektedir. Hesaptan takip edilen kullanıcı sayısı ise 104'tür. Recep Tayyip Erdoğan'ın ardından takipçi sayısı en yüksek olan hesap ise CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nundur. @Kilicdaroglu kullanıcı kimlikli hesabın toplam 8.473.603 takipçisi bulunmaktadır. Hesaptan sadece CHP'nin, CHP Gençlik Kolları'nın ve CHP Kadın Kolları'nın Twitter hesapları takip edilmektedir. Twitter takipçisi bakımından üçüncü sırada Devlet Bahçeli gelmektedir. @dbdevletbahceli kullanıcı kimlikli hesap, 5.494.864 kullanıcı tarafından takip edilmektedir. Bahçeli ise hiçbir hesabı takip etmemektedir. Ardından sırasıyla Meral Akşener'in 5.245.484, Pervin Buldan'ın 676.841, Mithat Sancar'ın ise 266.088 takipçisi bulunmaktadır. Akşener 1.177 kullanıcıyı, Buldan 244 kullanıcıyı, Sancar ise 963 kullanıcıyı takip etmektedir.

Tablo 1: Liderlerin Twitter Hesapları (24 Haziran 2022)

Kullanıcı Kimliği	Hesabın Açıldığı Tarih	Takipçi Sayısı	Takip Edilen Hesap Sayısı	Toplam Atılan Tweet
@RTErdogan	Ağustos 2009	19.045.640	104	9.474
@kilicdaroglu	Haziran 2010	8.473.603	3	5.295
@dbdevletbahceli	Kasım 2010	5.494.864	0	6.549
@meral_aksener	Mayıs 2012	5.245.484	1177	12.9 Bin
@PervinBuldan	Ekim 2011	676.841	244	5.625
@mithatsancarr	Eylül 2011	266.088	963	5.233

2022 yılı 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin doğrudan ya da dolaylı olarak Recep Tayyip Erdoğan'ın Twitter hesabından toplam 5, Kemal Kılıçdaroğlu'nun hesabından 3, Devlet Bahçeli'nin hesabından 12, Meral Akşener'in hesabından ise 3 paylaşım yapılmıştır. HDP Eş Genel Başkanları Pervin Buldan ve Mithat Sancar'ın Twitter hesaplarından ise herhangi bir paylaşım yapılmamıştır. Söz konusu paylaşımların beğeni, yorum ve retweet sayıları şöyledir;

Tablo 2: Recep Tayyip Erdoğan'ın 23 Nisan Paylaşımalarının Aldığı Etkileşim (24 Haziran 2022)

Paylaşım Sırası	Yorum	Retweet	Beğeni
1. Paylaşım	34.4 bin	4.524	15.831
2. Paylaşım	407	5.459	18.341
3. Paylaşım	290	4.552	15.096
4. Paylaşım	1.109	6.826	23.547
5. Paylaşım	992	3.133	12.303

Tablo 3: Kemal Kılıçdaroğlu'nun 23 Nisan Paylaşımalarının Aldığı Etkileşim (24 Haziran 2022)

Paylaşım Sırası	Yorum	Retweet	Beğeni
1. Paylaşım	603	1.845	18.572
2. Paylaşım	280	1.028	4.272
3. Paylaşım	925	2.644	14.038

Tablo 4: Devlet Bahçeli'nin 23 Nisan Paylaşımalarının Aldığı Etkileşim (24 Haziran 2022)

Paylaşım Sırası	Yorum	Retweet	Beğeni
1. Paylaşım	144	3.027	7.179
2. Paylaşım	72	2.973	6.969
3. Paylaşım	55	2.940	7.132
4. Paylaşım	87	2.837	6.665
5. Paylaşım	63	2.967	7.172
6. Paylaşım	70	2.946	7.122
7. Paylaşım	357	3.649	10.524
8. Paylaşım	121	3.105	7.829
9. Paylaşım	148	3.235	8.476
10. Paylaşım	2.839	5.965	23.013
11. Paylaşım	330	3.172	8.057
12. Paylaşım	10.91	3.229	8.070

Tablo 5: Meral Akşener'in 23 Nisan Paylaşımalarının Aldığı Etkileşim (24 Haziran 2022)

Paylaşım Sırası	Yorum	Retweet	Beğeni
1. Paylaşım	108	933	4.698
2. Paylaşım	359	1.610	10.848
3. Paylaşım	390	1.764	10.766

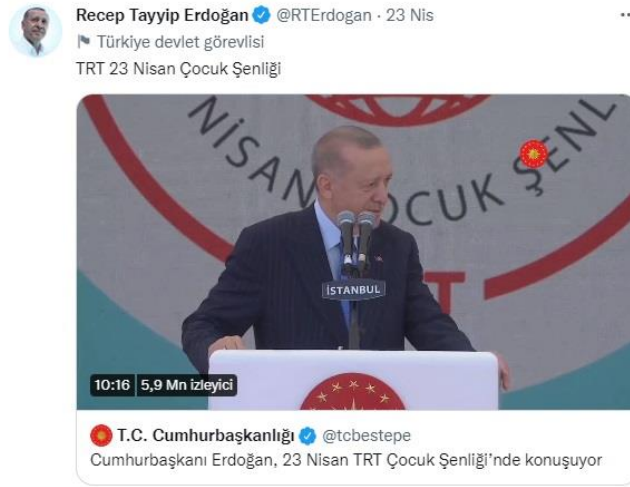
Tablolardan da anlaşılacağı üzere siyasi parti liderleri, etkin olarak kullandıkları Twitter hesaplarından önemli bir kitleye hitap etmektedirler. Liderlerin Twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımlar binlerce retweet ve yorum, on binlerce beğeni alabilmektedir. Buradan hareketle Twitter'ın, liderlerin kitlelere mesajlarını ulaştırmada önemli bir araç olduğu yorumu yapılabilir.

Diğer taraftan daha önce de ifade edildiği üzere Mithat Sancar ve Pervin Buldan dışındaki liderler, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı anarak ulus kimliğinin

yeniden hatırlanmasına katkıda bulunmuşlardır. Çalışma kapsamındaki paylaşımlarının nitel içerik analizi ile çözümlenmesiyle elde edilen bulgular ise şöyledir;

Recep Tayyip Erdoğan

Recep Tayyip Erdoğan'ın ilk paylaşımı TRT 23 Nisan Çocuk Şenliği'nde yaptığı konuşmanın canlı yayınıdır. Cumhurbaşkanlığı Twitter hesabından retweetlenen ve 10 dakika 23 saniye süren canlı yayın, Erdoğan'ın Twitter hesabında "TRT 23 Nisan Çocuk Şenliği" notuyla paylaşılmıştır.



Şekil 1: Recep Tayyip Erdoğan'ın 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na İlişkin İlk Paylaşımı (Haziran 2022)

Tweet dizininden oluşan ikinci, üçüncü ve dördüncü paylaşımlarda ise Erdoğan'ın TRT 23 Nisan Çocuk Şenliği'nde yaptığı konuşmadan çeşitli ifadeler öne çıkarılmıştır. Ayrıca bu paylaşımlarda Erdoğan'ın çocuklarla çekildiği samimi fotoğraflar da kullanılmıştır.



Şekil 2: Recep Tayyip Erdoğan'ın 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na İlişkin 2, 3 ve 4'üncü Paylaşımları (Haziran 2022)

Beşinci ve son paylaşımda ise 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı vesilesiyle Cumhurbaşkanlığı resmi Twitter hesabında paylaşılan kutlama mesajı retweetlenmiştir. Cumhurbaşkanlığı resmi internet sitesinde tam metin olarak paylaşılan kutlama mesajı, Cumhurbaşkanlığının Twitter hesabında ise internet sitesindeki mesajın URL'si ve "Cumhurbaşkanı @RTErdogan: "Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin kuruluşunun 102. yıl dönümü ile 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı tebrik ediyorum." notu ile paylaşılmıştır.



Şekil 3: Recep Tayyip Erdoğan'ın 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na 5'inci Paylaşımı
(Haziran 2022)

Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımlarında bir etnik kimliği işaret eden ulus tanımlaması bulunmamakta, sadece "Milletimiz" ifadesi yer almaktadır. Erdoğan, Atatürk'ü ise üç kez anmakta ve "Atatürk" yerine "Gazi Mustafa Kemal" ismini kullanmaktadır. Erdoğan'ın "Gazi Mustafa Kemal'i" tercih etmesinin bilinçli bir söylem olduğu yönündeki yorumlar, kimi zaman basında yer bulmaktadır. Örneğin Cumhuriyet Yazarı Tayfun Atay, 10 Kasım 2015 tarihli, "Erdoğan, neden Atatürk demekten kaçmıyor?" başlıklı yazısında, bu söylemin İslami kesimin benimsediği bir strateji olduğunu savunmuş ve Erdoğan'ın "Atatürk" ifadesini kullanmamasının nedenini şu ifadeler ile açıklamıştır;

"...Çünkü İstiklâl Harbi'nde Kuva'yı Milliye'nin komutanı olan Mustafa Kemal'i kabul ediyor. Ama ısrarlı bir Batılılaşma politikası izleyerek ülkeden İslâm'ın köklerini koparmaya çalıştığı düşünülen Atatürk'ü kabul etmiyor... Çünkü milleti "Hilafet" in selameti yolunda savaşmaya çağıran Mustafa Kemal'i tanıyor ve minnetle yâd ediyor. Ama halifelîği kaldıran ve laikliği getiren Atatürk'ü tanımıyor, adını da zikretmek istemiyor..."

Çünkü başbakanlık döneminden beri kullandığı makam odalarında hep en tercih ettiği portresiyle “Kalpaklı” Mustafa Kemal’i benimsiyor. Ama fesi yasaklayıp şapkayı giyen ve giydiren Atatürk’ü reddediyor...

Çünkü Allah adına işgal kuvvetleriyle cihat etmiş ve bu itibarla “Gazi” sıfatını da layıkıyla kazanmış Mustafa Kemal’i rahmetle anıyor. Ama o mücadeleyi verirken meşruiyetini dayandırdığı Osmanlı’yı tarihe gömdüğünü düşündüğü ve “Türklerin Atası” anlamını haiz soyadıyla tarihteki yerini alan Atatürk’ü bu isim altında mümkün mertebe telaffuz etmekten kaçınıyor...” (Atay, 2015)

Yine benzer bir şekilde AK Parti’ye yakın bir basın kuruluşu olan Star’ın köşe yazarlarından Halime Kökçe de “Cumhurbaşkanı Erdoğan neden ‘Gazi Mustafa Kemal’ diyor?” başlıklı bir yazı kaleme almıştır. Kökçe, 12 Kasım 2016 tarihli yazısında “Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın, zaman zaman tartışma konusu da edilen, Atatürk değil de Gazi Mustafa Kemal demesi; Mustafa Kemal’i, devrim kanunlarının icra edildiği, toplum ve devlet arasında duvarların örüldüğü tek parti dönemindeki adıyla değil de Çanakkale’deki, Kurtuluş Savaşı yıllarındaki adıyla yad etmesi bundandır.” yorumunu yapmıştır.

Öte yandan Recep Tayyip Erdoğan’ın mesajlarında siyasi propaganda içeren söylemler olduğu da saptanmıştır. Özellikle “TRT 23 Nisan Çocuk Şenliği”nde yaptığı konuşmada, partisinin 2053, 2071 vizyonları tasarladığına vurgu yapmıştır. Ayrıca “Kurtuluş Savaşı’ndan 15 Temmuz’a işgalcilerin, darbecilerin ve vesayet odaklarının ülkemize ve millet iradesine yönelik tüm saldırılarına karşı sarsılmaz bir duruş sergileyen Gazi Meclisimiz, ilelebet milli iradenin bayraktarlığını yapacağını ortaya koymuştur.” ifadesini kullanarak 15 Temmuz darbe girişimini de hatırlatmıştır.

Diğer taraftan Recep Tayyip Erdoğan’ın konuşmasında, AK Parti Genel Başkanı olmasının yanı sıra Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı olması hasebiyle, Türkiye’nin uluslararası politikadaki tezlerine yönelik mesajlar da yer almıştır.

Tablo 6: Recep Tayyip Erdoğan'ın Paylaşımlarındaki Tanım, Söylem ve Semboller

Ulus Tanımı	<ul style="list-style-type: none">• <i>Milletimiz</i>
Atatürk Tanımı	<ul style="list-style-type: none">• <i>Millî Mücadelemizin Başkomutanı, Cumhuriyetimizin banisi ve bu bayramı sizlere armağan eden Gazi Mustafa Kemal,</i>• <i>Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin ilk başkanı olan Gazi Mustafa Kemal,</i>• <i>23 Nisan'ı geleceğimizin teminatı çocuklarımıza armağan eden Gazi Mustafa Kemal,</i>
Milli Söylem ve Semboller	<ul style="list-style-type: none">• <i>Türk Bayrağı görseli</i>
İslami Söylem ve Semboller	<ul style="list-style-type: none">• <i>Irak'ın kuzeyinde Pençe Harekâtında şehit olan tüm kahramanlarımıza Allah'tan rahmet diliyorum. Suriye'nin kuzeyinde şehit olan kardeşlerime Allah'tan rahmet diliyorum.</i>• <i>İnşallah çocuklarımız da kendinden sonraki nesillere, çıtayı sürekli yükselterek, mirası daha da zenginleştirerek bu emaneti aktaracaktır.</i>
Siyasi Propaganda İçeren Örnek Söylemler	<ul style="list-style-type: none">• <i>Biz geçtiğimiz 20 yılda sadece eğitim sistemimizin altyapısını güçlendirmekle kalmadık, sizlerin işte bu tür çabalarımızı kolaylaştıracak adımları da attık.</i>• <i>Gençlerimize nasıl 2053 vizyonunu miras bırakmak için çalışıyorsak, sizler için de 2071 vizyonunu tasarlıyoruz.</i>• <i>Yüzyıl öncesinden aldığımız ilhamla güçlendirilen ve tüm vesayetleri reddeden bir parlamenter sistemin çalışmalarına başlamış olacağız, bundan kimsenin şüphesi olmasın.</i>• <i>Başta ekonomik sorunlar olmak üzere ülkemizin tüm sorunlarını birlikte çözeceğiz. Bu güzel ülkeye bolluk ve bereket getireceğiz.</i>• <i>Millî mücadelemizin en kritik dönüm noktası olan 23 Nisan'ın çocuklarımıza armağan edilmesinin ardında işte bu inanç, bu hayal vardır. Ülkemize sığınan herkesi ama özellikle de çocukları, âdeta üzerlerine titreyerek koruyup kollamamızın sebebi de bu yaklaşımdır.</i>• <i>Bizim savaşları bitirmek, krizleri sona erdirmek, güvenlik ve huzur iklimini genişletmek için gösterdiğimiz gayretlerin en önemli motivasyon kaynağı çocuklardır.</i>• <i>Kurtuluş Savaşı'ndan 15 Temmuz'a işgalcilerin, darbecilerin ve vesayet odaklarının ülkemize ve millet iradesine yönelik tüm saldırılarına karşı sarsılmaz bir duruş sergileyen Gazi Meclisimiz, ilelebet milli iradenin bayraktarlığını yapacağını ortaya koymuştur.</i>

Nitekim genel bir yorumlama yapılacak olursa İslami, muhafazakâr kodlarla siyaset yapan Recep Tayyip Erdoğan, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı paylaşımlarını da bu kodlar çerçevesinde yapmıştır. Ayrıca ulusal ve uluslararası alandaki gelişmeleri de

partisinin ve başında bulunduğu hükümetin perspektifiyle yorumlayarak kitlelerine aktarmıştır.

Kemal Kılıçdaroğlu

Kemal Kılıçdaroğlu'nun resmi Twitter hesabından 2022 yılı 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin toplam 3 paylaşım yapılmıştır. İlk paylaşımında Kılıçdaroğlu'nun CHP Genel Merkezi'nde ellerinde Türk bayrakları bulunan çocuklarla çekildiği fotoğraflar yer almaktadır. Kimi fotoğraflarda ayrıca Kılıçdaroğlu'nun çocuklara hediye edeceği oyuncaklar ve Mustafa Kemal Atatürk'ün Nutuk kitabı öne çıkmaktadır. Fotoğraflar, "Dünyada çocuklara ithaf edilen ilk ve tek bayram. Ne güzelsin #23Nisan Ne güzelsiniz Türkiye'nin evlatları" notuyla paylaşılmıştır.



Şekil 4: Kemal Kılıçdaroğlu'nun İlk Paylaşımı (Haziran 2022)

Kemal Kılıçdaroğlu'nun 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nda çocuklara Nutuk kitabı hediye etmesi, seküler-Atatürkçü bir hüviyete sahip olan partisinin ideolojisiyle örtüşen bir tutumdur. Paylaşımında çalışma bağlamında özellikle dikkat çeken unsur ise çocukların, "Türkiye'nin evlatları" olarak tanıtılmasıdır.

Kemal Kılıçdaroğlu'nun ikinci paylaşımı ise TBMM 23 Nisan Özel Oturumu'nda yaptığı konuşmadır. Kılıçdaroğlu'nun 10 dakika 59 saniye süren konuşması Twitter hesabında "TBMM #23Nisan Özel Oturumu" notuyla paylaşılmıştır. Meclis kürsüsündeki konuşmasına Atatürk'ün Türkiye Büyük Millet Meclisinin Üçüncü Yasama Yılı'nın açılış konuşmasından bir kesiti hatırlatarak başlatan Kılıçdaroğlu, ardından Meclis'in günümüzdeki durumunu değerlendirerek, ilk dönemlerde daha özgürlükçü, çok sesli ve güçlü bir Meclis olduğuna vurgu yapmaktadır. Konuşmasının devamında da AK Parti hükümetini eleştirerek Türkiye'de tek adam rejimi bulunduğunu ve bu rejimi demokrasi sınırları içinde ortadan kaldıracağı

vaadinde bulunmakta, CHP ve Millet İttifakı lehine propaganda yapmaktadır. Konuşmasını, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı ile gelecek Ramazan Bayramı'nı kutlayarak noktalamaktadır.



Şekil 5: Kemal Kılıçdaroğlu'nun İkinci Paylaşımı (Haziran 2022)

Kemal Kılıçdaroğlu'nun üçüncü ve son paylaşımında ise yine 23 Nisan Özel Oturumu'nda yaptığı konuşmadan bir kesit yer almıştır. "TBMM #23Nisan Özel Oturumu'nda yapmış olduğum konuşmamın; kimseler duymasın diye pek çok kanalın yayınlamadığı kısımlarını paylaşıyorum. Çünkü bu ses, aslında yoksulların sesidir!" notuyla paylaşılan 1 dakika 9 saniyelik videoda, Kılıçdaroğlu, şu ifadeleri kullanmaktadır;

Evlatlarına bir bardak süt dahi içiremeyen kadınların; hangi düşünceden, hangi inançtan olursa olsun, sadece kendisinin değil herkesin özgürce yaşamasını talep eden gençlerin; kamudaki iş hakkı mülakat yoluyla engellenen gençlerin; irfanı, fikri, vicdanı hür yaşamaktan başka gayesi olmayan gençlerin şüphesi olmasın; topraklarından uzaklaştırılan çiftçilerin, hak ettiği ücreti alamayan, üstüne bir de işsiz bırakılma tehdidiyle çalışmak zorunda bırakılan işçilerin şüphesi olmasın; çocuklarına bir kahve parası verecek kadar harçlık veremeyen babaların şüphesi olmasın; sadece 2021 yılında, faturasını ödeyemediği için elektriği kesilen, karanlığa mahkûm edilen yaklaşık 4 milyon abonenin şüphesi olmasın. Mücadelemiz, tek bir çocuğun dahi yatağa aç girmeyeceği ve karanlıkta kalmayacağı adaletli bir düzeni kurma mücadelesidir.



Şekil 6: Kemal Kılıçdaroğlu'nun Üçüncü Paylaşımı (Haziran 2022)

Tablo 7: Kemal Kılıçdaroğlu'nun Paylaşımlarındaki Tanım, Söylem ve Semboller

Ulus Tanımı	<ul style="list-style-type: none">• Türkiye'nin Evlatları
Atatürk Tanımı	<ul style="list-style-type: none">• Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk,• Gazi Mustafa Kemal Atatürk,• Tüm mazlum milletlere örnek olan cumhuriyetimizi kuran Mustafa Kemal Atatürk,• Çocuklarımıza 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı armağan eden Atatürk...
Milli Söylem ve Semboller	<ul style="list-style-type: none">• Türk Bayrağı görseli
İslami Söylem ve Semboller	<ul style="list-style-type: none">• Vatandaşlarımızın önümüzdeki Ramazan Bayramı'nı yürekten kutluyorum.
Siyasi Propaganda İçeren Örnek Söylemler	<ul style="list-style-type: none">• İnanıyorum ki gelecek yılki kutlamalarımız cumhuriyetimizin demokrasiyle taçlandırılacağı bir sürecin yarattığı atmosfer içinde gerçekleşecek• Tek adam rejimini dünyaya örnek olacak şekilde, demokrasinin sınırları içinde ve sandık yoluyla ortadan kaldıracacağız.• Yüzyıl öncesinden aldığımız ilhamla güçlendirilen ve tüm vesayetleri reddeden bir parlamenter sistemin çalışmalarına başlamış olacağız, bundan kimsenin şüphesi olmasın.• Başta ekonomik sorunlar olmak üzere ülkemizin tüm sorunlarını birlikte çözeceğiz. Bu güzel ülkeye bolluk ve bereket getireceğiz.

Nitekim genel olarak bakıldığında CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nun 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin paylaşımlarında da CHP'nin ideolojisini ve söylemlerini yansıtan ifadeler ağırlıktadır. Yine Kılıçdaroğlu'nun daha çok "Türkiye" vurgusu üzerinden bir ulus tanımlaması yaptığı anlaşılmaktadır. Özellikle 23 Nisan Özel Oturumu'nda yaptığı konuşmasında Mustafa Kemal Atatürk'e sıkça atıfta bulunmakta ve Atatürk'ü, "Büyük Önder", "Gazi" unvanlarıyla anmaktadır. Buradan yola çıkarak Kılıçdaroğlu'nun paylaşımlarının da partisinin ideolojisi perspektifiyle yapıldığı yorumunu yapmak yanlış olmayacaktır.

Devlet Bahçeli

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin Devlet Bahçeli'nin Twitter hesabında toplam 12 tweetten oluşan bir tweet dizisi paylaşılmıştır. Paylaşımlarda herhangi bir hashtag, mention, URL, fotoğraf veya video kullanılmazken, ilk 6 paylaşımda Bahçeli ile bütünleşmiş bir üslup çerçevesinde tarihi referanslar üzerinden Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin açılışı yorumlanmıştır. Bu tweetlerde Meclis'in, milli bağımsızlığın ve kahramanlığın önemli bir sembolü olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca Emin Erkul'a atıfta bulunularak, "cami", "ezan", "tekbir", "salatü selam", "Kur'an-ı Kerim," kurban" ve "dua" kavramları üzerinden İslami vurgular yapılmıştır. Yine "milli", "milletimiz", "Türk milleti" gibi kavramlar paylaşımlarda sıkça kullanılmıştır. Ardından bu tarihi referanslar üzerinden bugünün Türkiye'si "biz" ve "onlar" karşıtlığı çerçevesinde yorumlanmıştır. Bahçeli, isim vermeden metaforik bir anlatımla TBMM'de "çarpık zihniyetli", "karanlık", "komplocu", "etki ajanları" olduğunu savunmuş, bunun "zillet" ve "rezalet" olduğunu ve bunların "dün olduğu gibi bugün de yenileceklerini" ifade etmiştir. Burada özellikle "zillet" ifadesi dikkat çekmektedir. Zira Bahçeli ve partisinin mensubu olduğu Cumhuriyet İttifakı'nın temsilcileri, CHP ve İYİ Parti'nin oluşturduğu Millet İttifakı'nı, HDP'yi de dahil ederek "Zillet İttifakı" olarak nitelendirmektedir. Buradan yola çıkarak Bahçeli'nin; "çarpık zihniyetli", "karanlık", "etki ajanları" nitelendirmeleriyle CHP, İYİ Parti ve HDP'lileri işaret ettiği yorumu yapılabilir.

Devlet Bahçeli'nin son iki paylaşımı ise kutlama niteliğindedir. On birinci tweetinde çocukların Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı kutlayan Bahçeli, ardından çocuklara "her günü bayram olan bir Türkiye" hediye edeceği vaadinde bulunmuştur. Yine "Allah'ın izniyle" ifadesini kullanarak İslami bir vurgu yapmıştır. Son paylaşımında ise TBMM'yi "Gazi Meclis" olarak nitelendirerek, açılışının 102. Yıl dönümünü kutlamıştır. Burada Mustafa Kemal Atatürk'ü "TBMM'nin İlk Başkanı Aziz Atatürk" olarak nitelendirmiş ve Atatürk ile birlikte TBMM'nin ve ülkenin kurucularını, şehitlerini saygı ve rahmetle anmıştır.

Tablo 8: Devlet Bahçeli'nin Paylaşımlarındaki Tanım, Söylem ve Semboller

Ulus Tanımı	- Türk Milleti
Atatürk Tanımı	<ul style="list-style-type: none">• TBMM'nin İlk Başkanı Aziz Atatürk
Milli Söylem ve Semboller	<ul style="list-style-type: none">• Küllerinden yeniden doğup tıpkı bir dev gibi doğrulan ve kutlu iradesiyle Millî Mücadele'yi meşruiyet, mensubiyet, mesuliyet ve metanet kuloarında ikmal ve icra etmenin kararlılığını gösteren bir millet...• Büyük Millet Meclis'i milli sabrın eseri, milli aklın esenliği, milli ahlakın egemenliği olarak millet tarihindeki yerini 102 yıl önce büyük umutlar eşliğinde almıştı.• Türk milleti ortak iradesini, hürriyet özlemlerini, tarihsel haklarını ve istikbal haysiyetini Meclisi'mizin maddi ve manevi hükmü şahsiyetiyle eklemleştirip perçinleyerek onuruna ne kadar düşkün olduğunu göstermiştir. Menfur, melun ve merdut emellere sur çekilmiştir.• Millî egemenliğin tecelligahı olan Meclisi'miz Kurtuluş Savaşı'mızı zaferle buluşturan kahramanlık numunesi, Gazi'lik timsalidir.
İslami Söylem ve Semboller	<ul style="list-style-type: none">• 23 Nisan 1920'de Ankara halkı sokaklara dökülmüş; camilerin minarelerinden yükselen ezanlar, tekbirler, selatü selamlar, okunan Kur'an-ı Kerim tilavetleri, kesilen kurbanlar, edilen dualar adeta gök kubbede yankılanmıştı.• Çocuklarımıza her günü bayram olan bir Türkiye'yi Allah'ın izniyle hediye edeceğimizin güvencesini veriyorum.
Siyasi Propaganda İçeren Örnek Söylemler	<ul style="list-style-type: none">• Vicdan ve siyasetlerindeki karanlık noktaları ülkemizin geneline teşmil etmenin arayış ve gayesinde olanların yüzüstüce karanlık içinde poz vermeleri, aynı zamanda sivil itaatsizlik provaları, üstelik bu çarpık zihniyetlerin TBMM'de görev yapıyor olmaları zillettir, rezalettir.• Türkiye'nin aydınlık yarınlarını baskılamaya, üzerini örtmeye azmetmek Gazi Meclisi'mizin emanetlerine karşı ayıplı bir itirazdır. Fikir ve vicdan hürriyeti perdesi altında esasen bütün hürriyetleri yok etmekten başka bir maksat gütmeyen etki ajanları dün yenilmiş, gene yenilecektir.• İçine düştükleri tehlikeli savrulmaların ağırlığından ve aşağılayıcı durumundan kurtulabilmek için karanlığa sığınanlar, karanlıktan medet umanlar 23 Nisan 1920'de nasıl kaybetmişlerse, onların izinden yürüyen müsteveli kuklaları yine ve bir kez daha kaybedeceklerdir.• Bile isteye odalarda ışısız kalıp milletimizin ışığını söndürmeyi amaçlayanlara bizzat Türk milleti karşı çıkacak, komplolarını ve kumpaslarını yeri ve zamanı geldiğinde ellerine tutuşturup alayını birden layık oldukları zifiri karanlığa mahkûm edecektir.

Nitekim genel olarak bakıldığında Devlet Bahçeli'nin 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin paylaşımları da Bahçeli'nin ve lideri olduğu MHP'nin ideolojisini temsil eden ifadeler barındırmaktadır. Paylaşımlardaki İslami kavramlar, Türk milleti vurguları, Bahçeli'nin ve partisinin milliyetçi-muhafazakâr çizgisiyle bağdaşmaktadır. Ayrıca paylaşımlarda "biz-öteki" karşıtlığı üzerinden propaganda niteliği taşıyan mesajlar da bulunmaktadır.

Meral Akşener

Meral Akşener'in Twitter hesabındaki ilk paylaşım, 23 Nisan'a özel hazırlanan ve İYİ Parti'nin hesabında yayınlanan videodur. Video, İYİ Parti'nin Twitter hesabında "Tüm Cumhuriyet çocuklarının #23Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun!" notuyla paylaşılmıştır. Söz konusu paylaşımı retweetleyen Akşener ise "Cumhuriyetimizin en değerli mirasçuları çocuklarımızın; #23Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun!" notunu düşmüştür.



Şekil 7: Meral Akşener'in İlk Paylaşımı (Haziran 2022)

36 saniyelik videoda; gülümseyen, eğlenen, oyun oynayan, elinde Türk bayraklı balon tutan ya da Türk bayraklı tişört giyen çeşitli yaş gruplarından çocukların olduğu görseller kolajlanmıştır. Ayrıca Atatürk'ün manevi kızı Ülkü Adatepe ile çekildiği fotoğrafı da videoda kullanılmıştır. Görseller videoda giderek küçülmekte ve son bölümde birleşerek üzerinde Türk bayrağı dalgalanan ilk Meclis binasının görüntüsünü oluşturmaktadır. Bu sırada videoda samimi bir ses tonuyla seslendirilmiş şu cümleler duyulmaktadır;

"Her bir çocuğumuz, doğduğu andan itibaren sağlığını, nitelikli eğitim hakkını, güvenliğini, adaleti, hayallerini, özgürlüğünü, cumhuriyetimizi ve en kıymetli hazinesini; Mustafa Kemal Atatürk'ü sonsuza kadar koruyup yüceltmesi için Türk milletine ve Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne emanet etti. Emanetiniz daima kalbimizde. Tüm cumhuriyet çocuklarının 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı kutlarız."

Paylaşımlar, #23Nisan hashdag kullanılarak yapılmıştır. Böylece Meral Akşener'in ve İYİ Parti'nin Twitter hesaplarını takip etmeyen kitleye de konu etiketi üzerinden ulaşmak amaçlanmıştır.

Videoda seslendirilen metinde ve İYİ Parti ile Meral Akşener'in hesaplarındaki paylaşımlarda pozitif bir anlatım dili kullanılmıştır. Özellikle videoda seslendirilen metinde uzun ve edebi cümlelerin tercih edilmesiyle, videonun etki gücü artırılmaya çalışılmıştır. Yine paylaşımlarda özellikle "cumhuriyet" vurgusu öne çıkmış; çocuklar, "cumhuriyet çocukları" ve "cumhuriyetin en değerli mirasçıları" olarak tanımlanmıştır. Ayrıca Türk ve Mustafa Kemal Atatürk vurguları da yapılmıştır. Diğer taraftan videoda çocukların; hak ve özgürlüklerini, cumhuriyeti ve Atatürk'ü TBMM'ye emanet ettiği dile getirilmiş, "Emanetiniz daima kalbimizde" ifadesiyle İYİ Parti'nin bu hak ve özgürlükleri koruyan bir parti olduğu mesajı verilmiştir. Nitekim bu mesaj, Akşener'in ve İYİ Parti'nin siyasette ortaya koyduğu Atatürkçü, Milliyetçi çizgiyle örtüşmektedir.

Meral Akşener'in ikinci paylaşımında ise Anıtkabir ziyaretinde çocuklarla çekildiği samimi fotoğrafları yer almış ve "Bugün Anıtkabir'de; hem cumhuriyet vizyonumuzun mimarı Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü andık hem de çocuklarımızın bayram coşkusuna eşlik ettik. İyi ki..." notu düşülmüştür. Ayrıca Türk bayrağı ve kalp sembolleri de kullanılmıştır.



Şekil 8: Meral Akşener'in İkinci Paylaşımı (Haziran 2022)

Nitekim bu paylaşımında da ilk paylaşımında olduğu gibi "cumhuriyet", "Atatürk" ve "Türk bayrağı" vurguları yapılmıştır. Atatürk, "cumhuriyet vizyonunun mimarı" olarak tanımlanmış, Akşener'in Anıtkabir'de çocuklarla çekildiği samimi fotoğraflarla da bu vizyonu, Akşener'in çocuklarla birlikte geleceğe taşıyacağı algısı oluşturulmuştur. Akşener'in bu paylaşımında da pozitif bir dil hâkimdir.

Meral Akşener'in üçüncü ve son paylaşımı da yine Anıtkabir ziyaretindedir. Çocuklarla sarılıp konuştuğu videoda, çocuklar Akşener'e "Hocam hoş geldiniz."

“Hayallerim gerçek oldu.” gibi sözler sarf etmektedir. Bu video, Akşener’in Twitter hesabında “Hayalim gerçek oldu...” notuyla paylaşılmıştır.



Şekil 9: Meral Akşener’in Üçüncü Paylaşımı (Haziran 2022)

Tablo 9: Meral Akşener’in Paylaşımlarındaki Tanım, Söylem ve Semboller

Ulus Tanımı	<ul style="list-style-type: none">• <i>Türk Milleti</i>
Atatürk Tanımı	<ul style="list-style-type: none">• <i>Cumhuriyet vizyonumuzun mimarı Gazi Mustafa Kemal Atatürk</i>• <i>Cumhuriyetimizin en kıymetli hazinesi Mustafa Kemal Atatürk</i>
Milli Söylem ve Semboller	<ul style="list-style-type: none">• <i>Türk Bayrağı görseli, Anıtkabir</i>
İslami Söylem ve Semboller	<ul style="list-style-type: none">• Yok
Siyasi Propaganda İçeren Örnek Söylemler	<ul style="list-style-type: none">• Yok

Sonuç olarak Meral Akşener’in Twitter hesabından yapılan 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı paylaşımlarının, Akşener’in ve İYİ Parti’nin temsil ettiği sağ, milliyetçi, Atatürkçü geleneği ve ideolojiyi yansıttığı anlaşılmaktadır. Bu paylaşımlarda cumhuriyet değerlerine ve Atatürk’e bağlı, geleceğe umutla bakan bir ulus profili ortaya konmaktadır. Ayrıca güler yüzlü, sıcak kanlı ve içten bir Akşener imajı çizilmekte; Türkiye’nin geleceğinin, cumhuriyet değerlerinin ve Atatürk’e bağlılığın Akşener ile gelecek nesillere aktarılacağı algısı oluşturulmaktadır.

Mithat Sancar ve Pervin Buldan

Önceki bölümlerde de değinildiği gibi örneklem kapsamındaki 6 siyasi parti liderinden dördü, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nı Twitter hesaplarından doğrudan ya da dolaylı paylaşımlar ile anmışlardır. Anmayan iki lider ise HDP Eş Genel Başkanları Mithat Sancar ile Pervin Buldan’dır. Parti’nin en yetkili iki isminin bu resmi bayramı Twitter’da görmezden gelmiş olması, aslında HDP’nin temsil ettiği ideolojisiyle örtüşen bir tavidir. Zira

daha çok seküler, Kürt kimliği ile öne çıkan Parti'nin programında, Türkiye'de "*tarihsel ve toplumsal dokuyu inkâr eden, tekçi ve asimilasyoncu bir ulusal egemenlik anlayışı olduğu*" savunulmakta ve HDP'nin, "*Etnik kimliği, kültürü, dili ve diniyle tek tip Türk milleti*" dayatmalarına karşı çıktığı ifadesi yer almaktadır (<https://hdp.org.tr/tr/parti-programi/8/20.06.2022>).

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Siyasal ve toplumsal düzenin devamlılığı için yurttaşın devlete sadakatle bağlı olması, kendisini devletin bir parçası olarak görmesi gerekmektedir. Bu kapsamda ulus kimliğinin yeniden üretilmesine hizmet eden söylem ve ritüeller, ulus devletin sürekliliğinde kritik bir yer teşkil etmektedir. Ulusal bayramlar da devlete ve millete bağlılığı görkemli törenlerle yeniden hatırlatan, ulus kimliğini pekiştiren önemli günlerdir. Ayrıca milli duyguların yoğun olarak yaşandığı bu günlerde verilen mesajlar, kitleler üzerinde daha güçlü bir etki oluşturabilmektedir.

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, 19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı, 30 Ağustos Zafer Bayramı ve 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarından bugüne her yıl resmî törenlerle kutlanan milli bayramlardır. Günümüzde bu bayramlar, devlet yöneticileri ve siyasi aktörler tarafından paylaşılan mesajlarla da kutlanmaktadır. Bu bağlamda bu çalışma, Türkiye'de siyasi parti liderlerinin ulusal bayramlarda kitlelere verdikleri mesajlara odaklanmıştır. Çalışma kapsamında hem liderlerin ulusal bayramlarda Twitter'ı kullanma pratiklerine hem de Twitter üzerinden verdikleri mesajların içeriklerine bakılmıştır. Böylece liderlerin kitlelerine verdikleri mesajları hangi söylemler üzerine inşa ettikleri saptanmaya çalışılmıştır. Nitel ve nicel analiz yönteminin kullanıldığı çalışma, TBMM'de grubu bulunan AK Parti, CHP, MHP, İYİ Parti ve HDP'nin liderlerinin 2022 yılı 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin sosyal medya paylaşımlarıyla sınırlandırılmıştır. Çalışmada ilk olarak liderlerin 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı ile ilgili paylaşım yapıp yapmadıkları ve paylaşımlarının aldığı etkileşime bakılmıştır. Ardından da paylaşımlarda nasıl bir ulus kimliğinin ortaya konduğu, liderlerin Atatürk'ü nasıl andıkları, milli-dini söylemleri kullanıp kullanmadıkları ve mesajların liderlerin temsil ettikleri partilerin propagandalarına hizmet edip etmediği saptanmaya çalışılmıştır. Maddeler halinde sıralanacak olursa araştırma neticesinde şu bulgulara ulaşılmıştır;

- Örneklem dahilindeki siyasi parti liderlerinin tamamı, Twitter'ı etkin bir şekilde kullanarak, bu platform üzerinden kitlelerine mesajlarını ulaştırmaktadırlar. 2022 yılı 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin de 6 liderden dördü Twitter üzerinden paylaşım yapmıştır. Paylaşım yapmayan liderler HDP'nin Eş Genel Başkanları Mithat Sancar ve Pervin Buldan'dır. İki liderin bu tutumu, Türkiye'de

“Etnik kimliği, kültürü, dili ve diniyle tek tip Türk milleti dayatması” olduğu iddiasında bulunan HDP'nin parti programı ile bağdaşmaktadır.

- Diğer dört liderden Devlet Bahçeli ve Meral Akşener'in paylaşımlarında “Türk Milleti” vurgusu yapılmışken, Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun paylaşımlarında daha belirsiz bir millet tanımı vardır.
- Dört siyasi parti liderinin tamamı paylaşımlarında Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucu lideri Mustafa Kemal Atatürk'ü kendi ideolojileri çerçevesinde anmışlardır.
- Dört liderin paylaşımlarında Türk Bayrağı görseli yer almıştır.
- İslami söylemleri en yoğun kullanan lider MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'dir. Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun paylaşımlarında da dini söylemlere rastlanılmıştır. Ancak Meral Akşener'in paylaşımlarında herhangi bir dini söyleme rastlanılmamıştır.
- Meral Akşener dışındaki üç liderin paylaşımlarında, temsil ettikleri partilerin propagandasını içeren mesajlar, doğrudan ve yoğun olarak yer almıştır. Nitekim elde edilen bu sonuçlar, ulusal bayramların günümüzde de ulus kimliğinin yeniden üretilmesinde önemli bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca bu bulgular üzerinden parti liderlerinin, ideolojileri çerçevesinde bir ulus kimliği profili çizdikleri ve Twitter paylaşımlarıyla da bu kimliği kitlelerine empoze etmeye çalıştıkları yorumunu yapmak yanlış olmayacaktır.

Son olarak bu çalışma, daha çok liderlerin Twitter'daki söylemlerine odaklanmıştır. Söz konusu mesajların kitleler üzerinde ne kadar etkili olduğu konusu, çalışmanın sınırlarına dahil edilmemiştir. Bundan sonraki süreçte araştırmacıların, konuya ilişkin bir etki çalışması yapması da literatüre önemli katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Althusser, L. (2000). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları* (Y. Alp & M. Özişik, Çev.). İletişim Yayınları.
- Althusser, L., (2008). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları* (A. Tümertekin, A., Çev.). İthaki Yayınları.
- Aslan, D. A. (2011). *Cumhuriyetin Törensiz Meşruiyeti Ulus Devletin İnşa Sürecinde Milli Bayramlar (1923-1938)*. Ankara Üniversitesi, Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü. Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Atabek, Ü. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya. (S. Alankuş, Der.). *İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar* (55-84). IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Atay, T. (2015, 10. 11). Erdoğan neden 'Atatürk' demekten kaçınıyor?. *Cumhuriyet*. 26 Haziran 2022 tarihinde <https://www.cumhuriyet.com.tr/yazarlar/tayfun-atay/erdogan-neden-ataturk-demekten-kaciniyor-412005> adresinden erişildi.
- Başbüyük, O. (2014). Algı Yönetimi ve Bilgi Savaşlarında Sosyal Medyanın Rolü içinde B. Karabulut (Ed.), *Algı Yönetimi* (ss. 39–64). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Bulunmaz, B. (2011). İnternet gazeteciliğinin medya dünyası içindeki rolü ve ekonomik boyutları. *Marmara İletişim Dergisi*. (18), 27-46. 29 Haziran 2022 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/pub/maruid/issue/25223/266660> adresinden erişildi.
- Carr, E. H. (2019). *Milliyetçilik ve Sonrası*. (O. Akınhay, Çev.). İletişim Yayınları.
- Çomu, T. & Halaiqa, İ. (2021). Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi. Binark, M. (Der.), *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* içinde (31-92). Ayrıntı Yayınları.
- Dataportal. (2022). *Digital 2022 Raporu*. Retrieved from 20 Haziran 2022 tarihinde <https://dataportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> adresinden erişildi.
- Gellner, E. (2008). *Uluslar ve Ulusçuluk*. (B. Ersanlı ve G.G. Özdoğan, Çev.). Hil Yayın.
- Gül, Sallan, S. & Nizam Kahya, Ö. (2021). Sosyal Bilimlerde İçerik ve Söylem Analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 42 (1), 181-198.
- Gündüz, U. & Pembecioğlu N, (2015). "Sosyalleşen Olgular" Sosyal Medya Araştırmaları 2, *Sosyal Medya: Mizahi Muhalefet ve Direniş Pratikler*, 55-75. Çizgi Kitabevi.
- HDP. (2022). *Halkların Demokratik Partisi Programı*. 29 Haziran 2022 tarihinde <https://hdp.org.tr/tr/parti-programi/8/> adresinden erişildi.
- Heyd, U. (1979). Türk Ulusçuluğunun *Temelleri*. (K. Günay, Çev.). Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Karaduman, M. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya. (S. Alankuş, Der.). *İnternet ve Gazetecilik*, 137-150. IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Karakaş, M. (2000). *Türk Ulusçuluğunun İnşası*. (1. Baskı). Vadi Yayınları.
- Karakoç, E. (2015). "Sosyalleşen Olgular" Sosyal Medya Araştırmaları 2. *Susunluk Sarmalı Kuramı Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya*, 117-129. Çizgi Kitabevi.

- Karpat, K. H. (2017). *Osmanlı'da Milliyetçiliğin Toplumsal Temelleri* (1. Baskı). Timaş Yayınları.
- Kırık, M. & Arvas, N. (2015). "Sosyalleşen Olgular" Sosyal Medya Araştırmaları 2. *Sosyal Medyanın Kültürel Yabancılaşma Olgusundaki Rolü*. 131-158. Çizgi Kitabevi.
- Kökçe, H. (2016, 12. 11). *Cumhurbaşkanı Erdoğan neden 'Gazi Mustafa Kemal' diyor?*. Star. 26 Haziran 2022 tarihinde <https://www.star.com.tr/yazar/cumhurbaskani-erdogan-neden-gazi-mustafa-kemal-diyor-yazi-1157882/> adresinden erişildi.
- McLuhan, M., Powers, B. R., (2001). *Global Köy (The Global Village) 21. yüzyılda yeryüzü yaşamında ve medyada meydana gelecek dönüşümler*. (B. Ö. Düzgören, Çev.). Scala Yayıncılık.
- Nalçaoğlu, H. (2003). *Medya ve Toplum*. (S. Alankuş, Der.). *Medya ve Toplum İlişkisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve*, 43-57. IPS İletişim Vakfı Yayınları
- Özkutlu, F. ve Diğerleri (2014). *Sosyal medyanın ABC'si*. Alfa Yayınları.
- Sine, R. & Sarı, G. (2019). Twitter'ın Gündem Belirlemesi Bağlamında Evlilik Programlarının Yeniden Düzenlenmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 21(1), 83-106.
- Smith, A. D. (1994). *Milli Kimlik*. (B. Şener ve S. Şener Çev.). İletişim Yayınları.
- Tiryaki, S. (2015). *Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı*. Literatürk Academia.
- Tokgöz O. (2000). *Temel Gazetecilik*. İmge Kitabevi.
- Tuncer, E. (2014). *Sosyal Medya İmparatorluğu*. Akis Kitap.
- Türk, G. D. (2013). Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri. XVIII. *Türkiye'de İnternet Konferansı*. İNETD.
- Ulusal Bayram ve Genel Tatiller Hakkında Kanun. (1935). Resmî Gazete, 3017, 1 Haziran 1935.
- Vatandaş, C. (2010). *Ulusal Kimlik Türk Ulusçuluğunun Doğuşu* (2. Baskı). Açılım Kitap.
- Yazıcı, T. & Benan, Dondurucu, Z. (2021). Covid-19 Salgınında Kriz İletişiminin Dönüşümü: Hükümet Yetkililerinin Instagram Kullanımı. Yazıcı, T. & Karlı, İ. & Benan, Dondurucu, Z. (Ed.) *Dijitalleşen Dünyada Siyasal İletişim içinde* (25-93). Literatürk Academia.