

THE CRISIS DISCLAIMERS OF THE LEADERS IN THE CONTEXT OF POLITICAL COMMUNICATION IN THE ECONOMIC CRISIS PROCESS IN TÜRKİYE

Duygu Yücel - Emine Kılıaslan - Cennet Arman Zengi

Abstract

The aim of this study is to show how political party leaders manage the economic crisis process through the concepts and words they use in their discourses, especially during the economic crisis. For this reason, the methodology of the study was chosen as discourse analysis. In the application of the methodology, computerized data analysis technique was used. The selected news were counted from the most used to the least used words by means of a computer program. The concepts and words that emerged as a result of this statement are shown with graphics. The leaders of the three major parties, R. Tayyip Erdoğan on behalf of the Justice and Development Party, Kemal Kılıçdaroğlu on behalf of the Republican People's Party and Meral Akşener on the behalf of the İYİ Party were selected for the research. The scope of the research is limited to the statements of the selected political actors about the economic crises between 2021-2022. In addition, as a limitation method, the leader's statement was taken at that limit among other leaders with the least number of explanations. The findings, which emerged as a result of the analysis, led the research to the conclusion that the leader of the ruling party and the leaders of the opposition party approached the economic crisis process differently. The ruling party explains the crisis with positive rhetoric such as an advantage. As the opposition party, CHP leader Kılıçdaroğlu expressed the crisis negatively through leftist concepts, while İYİ Party leader Akşener primarily addressed the economic crisis in a political dimension.

As a result, all three leaders acted according to their own ideological and political positions during the economic crisis.

Keywords: *Political Communication, Economic Crisis, Political Leaders, Crisis Discourses.*

SİYASAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA TÜRKİYE'DE EKONOMİK KRİZ SÜREÇLERİNDE LİDERLERİN KRİZ SÖYLEMLERİ

Duygu Yücel* - Emine Kılıçaslan - Cennet Arman Zengi*****

Öz

Bu çalışmanın amacı özellikle ekonomik kriz süreçlerinde siyasal parti liderlerinin söylemlerinde kullandıkları kavramlar ve sözcükler üzerinden ekonomik kriz sürecini nasıl yönettiklerini göstermektedir. Bu nedenle çalışmanın metodolojisi söylem analizi olarak seçilmiştir. Metodolojinin uygulanmasında bilgisayarlı veri analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Seçilen haberler bir bilgisayar programı aracılığı ile en fazla kullanılan en az kullanılan sözcüklere kadar saydırılmıştır. Bu sayım sonucu ortaya çıkan kavram ve sözcükler grafiklerle gösterilmiştir. Araştırma için üç büyük partinin liderleri Adalet ve Kalkınma Partisi adına R. Tayyip Erdoğan, Cumhuriyet Halk Partisi adına Kemal Kılıçdaroğlu ve İYİ Parti adına Meral Akşener seçilmiştir. Araştırmanın kapsamı seçilen siyasal aktörlerin 2021-2022 arasında ekonomik krizler ile ilgili açıklamaları ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca bir sınırlandırma yöntemi olarak da sayı olarak en az açıklama hangi lidere aitse diğer liderler içinde o sınırdaki açıklama alınmıştır. Yapılan analiz sonucu ortaya çıkan bulgular ise iktidar partisi lideri ile muhalefet partisi liderlerinin ekonomik kriz sürecine farklı yaklaşıtları sonucuna araştırmayı götürmüştür. İktidar partisi krizi bir avantaj gibi pozitif söylemler ile açıklamaktadır. Muhalefet partisi olarak CHP lideri Kılıçdaroğlu krizi sol kavramlar üzerinden olumsuz olarak ifade ederken İYİ Parti lideri Akşener ekonomik krizi öncelikle siyasi bir boyutta ele almıştır.

Sonuç olarak bakıldığında her üç liderde ekonomik kriz sürecinde kendi ideolojik ve siyasi pozisyonlarına göre hareket etmiştir.

Anahtar Kelimeler: Siyasal İletişim, Ekonomik Kriz, Siyasal Liderler, Kriz Söylemleri.

* Dr. Öğr. Üye. Trakya Üniversitesi, Edirne Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, duyguyucel@trakya.edu.tr, 0000-0002-2665-6732.

** Doç. Dr. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın Meslek Yüksekokulu, emine.kilicaslan@adu.edu.tr, 0000-0002-4226-9409.

*** Öğr. Gör. Dr. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Köşk Meslek Yüksekokulu, cennetarman@adu.edu.tr, 0000-0001-8693-3263.

Bu makaleye atıf için: Yücel, Duygu, Kılıçaslan, Emine ve Zengi, Cennet Arman. (2023). Siyasal İletişim Bağlamında Türkiye'de Ekonomik Kriz Süreçlerinde Liderlerin Kriz Söylemleri, SDE Akademi Dergisi, 3(2), 217-238

GİRİŞ

Siyasal aktörlerin seçim süreçlerinde yürüttükleri siyasal kampanyalar olarak algılanan siyasal iletişim medya sektöründe yaşanan gelişmelerle birlikte hayatın her alanına girmiştir. Bu bağlamda oldukça geniş bir yelpazede faaliyet yürüten siyasal iletişim günümüzde medyanın da gücü nedeniyle siyasal aktörler için önemli fırsatlar sunmaktadır. Medya sektöründe özellikle internet ve sosyal medya alanında yaşanan gelişmelerle anında geri bildirim alma olanağı ve kişilerle bireysel iletişim siyasal aktörlerin gücünü artırmıştır.

Siyasal iletişim, kamuoyunun algılarını ve ekonomik krizlere tepkilerini şekillendirmede önemli bir rol oynar. Ekonomik kriz süreçlerinde, hükümetler ve diğer siyasal aktörler, kamuoyunu yönetmek, ekonomiye olan güveni sürdürmek ve politika kararlarını gerekçelendirmek için sıklıkla iletişim stratejilerini kullanırlar. Bir ekonomik kriz sürecinde siyasal aktörler için iletişimdeki en önemli zorluklardan biri, durumun ciddiyetini iletme ihtiyacı ile ekonomiye olan güveni sürdürme ihtiyacı arasında denge kurmaktır. Bu durum ekonomik kriz sürecinin iyileşme potansiyelini vurgulayacak veya krizin ciddiyetini küçümseyecek şekilde çerçevelemek gibi çeşitli mesajlaşma tekniklerini kullanmayı içermektedir.

Siyasal iletişim süreci özellikle kriz dönemlerinde kamuoyunu doğru yönlendirme açısından oldukça önem taşımaktadır. Siyasal iletişim, ekonomik krizler sürecinde uygulanacak politikaların doğru tekniklerle iletilmesi bağlamında bu süreçte kamuoyu tepkilerini şekillendirmesi açısından rol oynamaktadır. Ekonomik kriz sürecinde hükümette olan siyasal parti uygulayacağı, teşvik paketleri veya kemer sıkma önlemleri gibi belirli politik önlemlerine destek sağlamak için iletişim stratejileri kullanabilir. Özellikle bu stratejilerde etkili bir iletişim dili kullanılırsa kamuoyunu şekillendirmede ve politik tepkileri yönlendirmede başarılı olunabilir.

Ekonomik kriz süreçlerinde siyasal iletişim stratejilerini oluşturmak kolay olmayacaktır. Bu stratejilerin hızlı değişebilir olması stratejilerin etkililiği bağlamında önemlidir. Bu nedenle siyasal aktörler finans uzmanları gibi ekonomi alanında uzman isimlerden yararlanmalıdır. Bu süreçte

çelişkili ifadelerin kullanılmaması siyasal aktörlere ve ekonomiye olan güvenin sarsılmaması açısından önemlidir. Krizin ciddiyetini küçümsemek ya da küçük göstermek de gecikmiş politikalara neden olabilmektedir.

1. Kriz Kavramı ve Ekonomik Kriz

Kriz kavramı kökleri Antik Yunan’da olan bir sözcüktür. Kelime anlamı ise karar vermektir (Önder, 2001:45). ‘Aniden ortaya çıkan bir hastalık belirtisi’ gibi tıp biliminde de yaygın olarak kullanılan bir kavramdır. Büyük sıkıntı ve birden kötüye giden bir durumu anlatmaktadır. Kavram olarak kriz; toplum, kurum ya da birey için ciddi tehdit oluşturan bir durum olarak tanımlanmaktadır. Kriz, ekonominin dengeli bir durumdan dengesiz bir duruma ya da istikrarlı bir durumdan istikrarsız bir duruma düşmesi olarak da açıklanabilir (Özgüven, 2001:6). Kriz süreçlerinin en önemli göstergeleri; yüksek düzeyde belirsizlik, baskı ve aciliyet unsurları ile karakterize olması durumudur. Kriz süreçlerinin olumsuz sonuçlarını önlemek için acil eylem planları yapmak gerekmektedir.

Neler kriz kavramını anlatır? Örneğin; doğal afetler, halk sağlığı ile ilgili acil durumlar (Corona gibi), ekonomik gerileme, siyasi karışıklıklar, sosyal huzursuzluk ve sosyal patlamaları sayabiliriz. Ayrıca örgütsel başarısızlıklar veya ekonomi piyasasında yaşanan değişiklikler ile deprem, sel gibi felaketleri de kriz süreçlerine dahil edebiliriz. Ekonomik kriz süreçleri ekonomik dengenin tekrar kurulması için yeni düzenlemeler ile dengeleri kurmak için istikrar politikası olarak adlandırılan çeşitli programlar uygulanırlar (Kuran, 2006:1).

Etkili bir kriz yönetiminde önce durumun tanımlanması ve anlaşılabilir değerlendirilmesi gerekmektedir. Ardından acil eylem planı yapılması ve paydaşlarla iletişim kurarak kriz ile yüzleşerek hızlı ve kararlı adımlarla yürümek önemlidir. Kriz süreçlerinde; açık iletişim, baskı altında doğru ve zor kararlar alınması güçlü liderlik yapmak gerekmektedir. Kriz süreçleri dezavantajlı olsa bile bu süreçlerden avantajlarla çıkmak ta mümkündür. Krizler zorlu ve stresli olsa bile büyüme ve öğrenme için fırsatlar sağlayabi-

lır. Krizin sona ermesi ile birlikte devletler, toplumlar, örgütler ve bireyler daha güçlenmiş ve dirençli olarak krizden çıkmış olurlar.

1.1. Ekonomik Kriz

Ekonomik kriz bilimsel literatürde de yerini almış olan bir kavramdır. Ekonomik kriz, ekonomik, aktivitede ani ve şiddetli bir düşüş, artan işsizlik ve finansal sıkıntı ile birlikte ekonomik daralma ile açıklanmaktadır. Ekonomik krizler ulusal bölgesel veya küresel olabilmektedir. Ekonomik kriz türleri arasında, borsa çökmesi, bankacılık krizleri, mali piyasa krizleri, doğal afetler, ticari aksamalar, savaşlar, siyasal istikrarsızlık ve salgın hastalıkları sayabiliriz. Bu olaylar üretim, tüketim harcamaları, yatırım ve ticarete düşüşlere yol açabilmekte ve ekonomik daralmaya neden olabilmektedir.

Ekonomik kriz süreçlerinde kurumlar tüketici talebi azalması ya da yatırımın azalması ve riskin artması dolayısıyla artan işsizlik gibi sıkıntılarla karşı karşıya kalınabilmektedir. Bu durum insanların yaşam standartlarının düşmesi biçiminde somut olarak kendini göstermektedir. Bazen krizler reel kesimden başlayıp, finans kesimini vurabileceği gibi tam tersi de olabilmektedir. Yani doğrudan doğruya finansal sektörden de kaynaklanabilmektedir. Çok ağır bir ekonomik kriz söz konusuysa, sonuçta bir resesyon ve borçları ödeyememe durumu da yaşanabilmektedir (Eğilmez, 2009:48).

Bir ekonomik kriz sürecinde hükümetler ve merkez bankaları etkiyi azaltmak ve ekonomiyi istikrara kavuşturmak için çeşitli önlemler alabilir. Bu önlemler, artan hükümet harcamaları veya vergi indirimleri gibi maliye politikalarını, faiz oranlarını düşürmek veya para arzını artırmak gibi para politikalarını ve ekonomideki yapısal zayıflıkları gidermek için düzenleyici reformları içerebilir. Etkili ekonomik kriz yönetimi siyasal aktörler tarafından zamanında ve kararlı eylem ile gereken önlemlerin alınmasından geçmektedir.

2. Siyasal İletişim

Medya sektöründe yaşanan gelişmeler ile birlikte siyasal aktörler için önemli fırsatlar ortaya çıkmıştır. Çünkü medya ile birlikte siyasal iletişim hayatın her alanına girmeye başlamıştır. İletişim alanının çatısı altında yer alan siyasal iletişim siyasal aktörler tarafından kamuoyu ile görsel, işitsel, yazılı ve sözlü olarak kurulan egemenlik kurma, iktidar olma, manipüle etme amaçları taşıyan iletişim biçimidir. Siyasal aktörler siyasal iletişimi ikna amaçlı olarak yapmaktadır. Bu nedenle siyasal iletişim içinde kullanılan kavramlar amaçlı olarak seçilmektedir. Siyasal aktör tarafından seçilen siyasal iletişimin söylem biçimi bazen sıradan herhangi bir olay olabileceği gibi bazen de çok olağanüstü durumlar söylem konusu olabilmektedir. Örneğin Covid-19 süreci ya da Maraş Depremi gibi olağan üstü olaylar olağanüstü koşullar yaratabilmektedir. Bu söylemlerde seçilen kavramlar siyasal aktörün ideolojik duruşuna ve siyasal söylemin konusu ile doğrudan bağlantılıdır.

Bu nedenle siyasal iletişimin gönderdiği mesajlar siyasal içeriklidir. İnsanlar bu siyasal içerikli mesajları çoğunlukla fark etmezler. Bazen de kanaat önderleri aracılığıyla fark etmeye ve hemen almaya açıktırlar (Kılıçaslan, 2008:78). Bu açıdan siyasal iletişim yelpazesine bakıldığında günlük hayatın sosyo-kültürel ve ekonomik tüm boyutlarını içermektedir. Ayrıca, seçim kampanyaları, propaganda, oy verme gibi seçim süreçlerinde de önemli işlevi vardır. Erdoğan’a göre, “*böylece, sistemi meşrulaştırma amaçlı siyasal üst yapı faaliyetleri egemen gündemde tutulur. Siyasal ideoloji, sistem sürdürme, siyasal karşılık ve mücadele gibi seçim dışındaki faaliyetler gündem dışı alınır, önemszenmez, bir kenara itilir.*” (Erdoğan, 1997:190). Swanson siyasal iletişim alanını seçmen ikna paradigması olarak tanımlar (Swanson, 1990:8). Siyasal iletişimi oldukça dar bir alana sıkıştıran bu tanım siyasal iletişimin diğer boyutlarına kayıtsız kalmaktadır. Aziz siyasal iletişimi, “*belli ideolojik amaçlarını, toplumda belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere siyasal aktörler tarafından çeşitli iletişim tür ve tekniklerinin kullanılması ile yapılan iletişim olarak*” tanımlanmaktadır (Aziz, 2003:3).

Siyasal iletişimi en geniş tanımla alan Aziz toplumun her alanını; aile, ekonomik, kültürel ve bütün siyasal kurumların günlük faaliyetlerinin bütünlük bir parçası olarak ele almaktadır. Çünkü her topluma ait ekonomik kararlar kültürel ve siyasal kararlardır. Bu bağlamda ekonomi, siyaset, kültür ve toplum iç içe geçmiş birbirini doğrudan etkileyen alanlardır. Her ekonomik karar ve kriz süreci aynı zamanda siyasal, toplumsal ve kültürel boyutlar taşımaktadır. Bu bağlamda her ekonomik kriz süreci doğrudan toplumu ilgilendiriyorsa içinde siyaseti barındırmaktadır. Burada devreye giren siyasal aktörler var olan sistemin önünü açmak ve krizden çıkış için alternatifler üretmek zorundadır. Siyasal aktörlerin bu süreçte kullandığı her söylem siyasal iletişimdir.

İkinci Dünya Savaşı sonrası Amerika Birleşik Devletleri'nde gelişmeye başlayan siyasal iletişim alanı 1950'li yıllarla birlikte Batı Avrupa ve Türkiye'de de seçim dönemlerinde teknik olarak kullanılmaya başlanmıştır. Adnan Menderes'in ünlü "Yeter Söz Milletindir" seçim afişi buna örnek olarak gösterilebilir.

Liberal demokrasinin yerleşmesi bağlamında 1990 sonrası popüleritesi artan siyasal iletişim "ikna etme", "anlama" ve "anlatma" fonksiyonları ile toplumu yönlendirme görevini sağlamaktadır. Bilindiği gibi siyasal aktörler siyasal iletişim kurarak ekonomik, siyasal ve kültürel problemlere çözüm aramaktadır. Ayrıca problemleri medya ortamında tartışarak meşrulaştırmaktadır. Meşrulaşan problem gündemden düşmektedir. Çünkü medyada çok yoğun tartışılması insanları doyma noktasına getirmektedir.

Siyasal İletişim iletilerin Oluşum Süreci İşleyişi aşağıda yer almaktadır;

- Siyasal iletişimin siyasal aktörler tarafından, semboller, işaretler, ikonlarında yoğun olarak kullanıldığı bir iletişim sürecidir. Bu süreçte asıl hedef iktidar olmak ve kamuoyu üzerinde egemenlik kurmaktır.
- Siyasal İletişim mesajları siyasal aktörler tarafından belirli bir amaç doğrultusunda etkili ve vurucu olarak özel kavram ve sözcüklerden oluşmaktadır.

- Siyasal iletişim mesajlarını gönderen siyasal aktörün güvenilir olması mesajın etkililiği açısından önem taşımaktadır. Siyasal iletişim ikna edici iletişimin tüm yöntemlerinden yararlanmaktadır.

3. Ekonomik Kriz Süreçleri ve Siyasal İletişim

Ekonomik krizler ülkelerin siyasal ve sosyal hayatında her zaman etkili olabilmektedir. Bu etkililik ekonomik krizin boyutları ile ilgilidir. Krizin şiddeti büyükse etkisi her alanda da büyük olmaktadır. Ekonomik krizler kısa vadede ekonomideki daralma, ücretlerin düşmesi, işsizlik ve reel ücretler gibi önemli işgücü piyasa göstergelerinde kendisini hissettirdiği gibi orta ve uzun vadede sağlık, eğitim, yoksulluk ve dengesiz gelir dağılımı gibi çeşitli sosyal alanlarda derin izler bırakan etkiler ortaya çıkartmaktadır (Koyuncu, Şenses, 2004: 2).

Her ekonomik kriz öncelikle siyasi krizi tetiklemektedir. Siyasi kriz ise sosyal ve kültürel krizleri ardından getirmektedir. Bu işleyiş siyasal aktörleri siyasal iletişimde kriz iletişimine yöneltmektedir. Bu bağlamda ekonomik krizden kaynaklı olumsuz durumlar örneğin; işsizlik, pahalılık, yoksullaşma, pazarın daralması gibi ekonomik sorunlar siyasal aktörler için yeni siyasal kavramlar kullanma sürecini başlatmaktadır.

Ekonomik krizler iktidar partileri için olumsuzluklar yaratırken muhalefet partileri için krizin fırsata çevrilmesi sürecini başlatmaktadır. Bu nedenle her ekonomik kriz süreci siyasal aktörler için yeni fırsatlar sürecidir. Ekonomik kriz süreçlerinde köklü devlet geleneği olan ülkeler, içinde buldukları kriz sürecini geçmişten gelen deneyimleri ile daha iyi yönetebilirken köklü devlet geleneği olmayan ülkeler ise çok büyük siyasal, sosyal ve kültürel sarsıntılarla karşı karşıya kalabilmektedir.

Ekonomik kriz süreçlerinde siyasal istikrar çok önemlidir. Siyasal istikrar ve güçlü devlet geleneği krizin etkisini azaltabilmektedir. Fakat kriz çok büyükse krizin etkisi özellikle siyasal arenaya taşınması kaçınılmazdır. Ardından sosyal ve kültürel krizler başlarsa kriz dalga dalga büyüyecektir. Ekonomik kriz dönemlerinde ülke ekonomisinin daralması veya gerile-

mesi sınırlı olan kamu kaynakları üzerindeki rekabetin artmasına ve buna bağlı olarak toplumsal gruplar arasındaki ilişkinin olumsuz yönde seyretmesine neden olmaktadır (Archer, 2009: 3).

4. Ekonomik Kriz Süreçlerinde Liderlerin Kriz Söylemleri Analizi

Konuşma ve metinleri inceleyen söylem analizi yöntemi anlam ile ilgilenmektedir. Geniş kapsamlı olarak bakıldığında özellikle sosyal bilimler araştırmalarında metinlerde kullanılan kavram ve sözcüklerin düz anlamı ve yan anlamı bağlamında analizler yapılan bir yöntemdir. Nitel araştırma yöntemlerinden olan söylem analizi; medya, siyaset bilimi, sosyoloji, psikoloji gibi alanlarda yaygın olarak kullanılmaktadır.

Bu bağlamda bu çalışmada Türkiye’de en son yaşanan ekonomik kriz süreci araştırılmıştır. 2019 yılında başlayan Covid-19 krizi beraberinde ekonomik krizi de getirmiştir. Bu kriz ekonomik olmanın yanında, sosyal, siyasal ve kültürel krizleri de tetiklemiştir. Bu bağlamda bu çalışmada Türkiye’de fiilen siyaset yapan üç büyük partiyi temsil eden liderler araştırma kapsamına alınmıştır. Adalet ve Kalkınma Partisi’ni temsilen Recep Tayyip Erdoğan, Cumhuriyet Halk Partisini temsilen Kemal Kılıçdaroğlu ve İYİ Partiyi temsilen Meral Akşener’in 2020 yılından bugüne ekonomik kriz ile ilgili medya konuşmaları analiz edilmiştir. Her siyasi parti liderinin özellikle ekonomik kriz başlıklı konuşmaları alınmıştır. Bu konuşmalar en az hangi liderin konuşması varsa bu tarihler arasında o sayıya göre belirlenmiştir. U bağlamda en az Meral Akşener’e ait beş açıklama bulunduğu için bütün siyasal aktörlerin açıklamaları eşit tutulmak açısından en az beş konuşma ile sınırlandırılmıştır. Haber sayısı her liderin ekonomik kriz ile ilgili medyada yer alan beş haber sayısına göre belirlenmiştir. Medya kanalları tesadüfi örnekleme ile seçilmiştir. Belirli bir medya kanalına yönelim olmamıştır. Cumhurbaşkanı Erdoğan ile ilgili çalışmaya alınan ekonomik kriz haberleri aşağıda yer almaktadır.

4.1. Adalet ve Kalkınma Partisi R. Tayyip Erdoğan “Ekonomik Kriz” Söylemleri

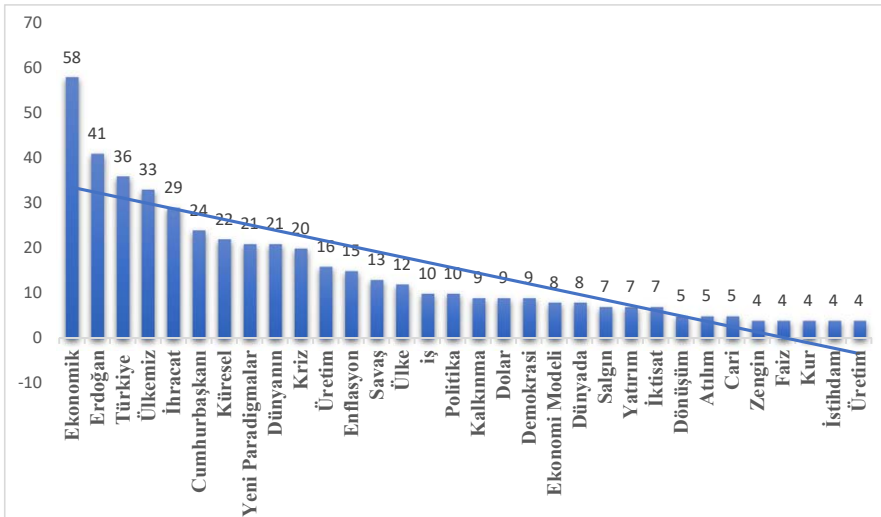
Bu bağlamda aşağıda yer alan haberler Adalet ve Kalkınma Partisi adına Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın medyada yaptığı konuşmalardan seçilmiştir.

1. Erdoğan: “Ekonomik olarak battık” diyenler var ya; köprülerden arabalar, TIR’lar geçmeye devam ediyor; herkesin altında arabası da var maşallah. 26 Temmuz 2022. <https://www.indyturk.com/node/535366/siyaset/erdo%C4%9Fan-ekonomik-olarak-batt%C4%B1k-diyenler-var-ya-k%C3%B6pr%C3%BClerden-arabalar-tirlar>. E.T. 12.02.2023.
2. Erdoğan’dan bir garip ekonomik kriz savunması: ‘Battık diyorlar; herkesin altında arabası var. 25. 08.2022. <https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiye/erdogandan-bir-garip-ekonomik-kriz-savunmasi-battik-diyorlar-herkesin-altinda-arabasi-var-1961922>. E.T. 12.02.2023.
3. Cumhurbaşkanı Erdoğan: Türkiye küresel ekonomik krizi fırsata çeviren en başarılı ülke. 24.09.2022. <https://www.trthaber.com/haber/gundem/cumhurbaskani-erdogan-turkiye-kuresel-ekonomik-krizi-firsata-ceviren-en-basarili-ulke-703534.html>. E.T. 12.02.2023.
4. Cumhurbaşkanı Erdoğan: Küresel kriz karşısında sergilediğimiz dayanıklılıkla doğru yolda ilerlediğimizi ispatladık. 30.09.2022. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/cumhurbaskani-erdogan-kuresel-kriz-karsisinda-sergiledigimiz-dayaniklilikla-dogru-yolda-ilerledigimizi-ispatladik/2698741>. E.T. 12.02.2023.
5. Cumhurbaşkanı Erdoğan: Şu anki küresel kriz ortamından alnımızın aklıyla çıkacağız. 16.06.2022. <https://www.trthaber.com/haber/gundem/cumhurbaskani-erdogan-su-anki-kuresel-kriz-ortamindan-alnimizin-akiyla-cikacagiz-688420.html>. E.T. 12.02.2023.

Yukarıda yer alan haberler söylem analizine tabi tutulmuştur. Söylem analizinde ekonomik kriz ile ilgili yapılan konuşmaların pozitif mi yoksa

negatif bağlamda mı ele alındığı araştırılmıştır. Aşağıda yer alan grafik göstermektedir ki Cumhurbaşkanı Erdoğan yaşanan ekonomik kriz sürecini pozitif söylemlerle yönetmektedir. Aşağıda yer alan grafikte Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın ekonomik kriz ile ilgili yaptığı açıklamalarda en fazla kullandığı kavram ve sözcükleri gösterilmektedir.

Grafik 1: Adalet ve Kalkınma Partisi Lideri R. Tayyip Erdoğan'ın Ekonomik Kriz Söylemleri



Yukarıda yer alan grafik bir de görüldüğü gibi Adalet ve Kalkınma Partisinin doğal lideri olan Erdoğan'ın kriz ile ilgili söylemleri sırasıyla “Ekonomik (58), Erdoğan (41), Türkiye (36), Ülkemiz (33), İhracat (29), Cumhurbaşkanı (24), Küresel (22), Yeni Paradigmalar (21), Dünyanın (21), Kriz (20), Üretim (16), Enflasyon (15), Savaş (13), Ülke (12), İş (10), Politika (10), Kalkınma (9), Dolar (9), Demokrasi (9), Ekonomi Modeli (8), Dünyada (8), Salgın (7), Yatırım (7), İktisat (7), Dönüşüm (5), Atılım (5), Cari (5), Zengin (4), Faiz (4), Kur (4), İstihdam (4) olarak devam etmektedir.

Adalet ve Kalkınma Partisi adına Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın ekonomik kriz ile ilgili söylemlerine bakıldığında en fazla “ekonomik” ve ardın-

dan da kendi adını kullandığı dikkat çekmektedir. Ardından gelen pozitif ve nötr söylem içeren kavramlar “Türkiye, Ülkemiz, İhracat, Küresel, Yeni Paradigmalar, Dünyanın, Üretim, Kalkınma, Demokrasi, Ekonomi Modeli, Yatırım, Dönüşüm, Atılım, Zengin, İstihdam olarak devam etmektedir. Görüldüğü gibi Adalet ve Kalkınma Partisi adına Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın ekonomik kriz ile ilgili yaptığı açıklamalarda ağırlıklı olarak pozitif söylemler kullanmıştır. Adalet ve Kalkınma Partisi adına Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın ekonomik kriz ile ilgili kullandığı negatif söylemlere bakıldığında ise “Kriz, Enflasyon, Savaş, Salgın, Cari, Faiz, Kur” kavramları ile karşılaşılıyor. Bu kavramlar ise konuşmanın doğal akışında geçiyor.

4.2.Cumhuriyet Halk Partisi adına Kemal Kılıçdaroğlu’nun “Ekonomik Kriz” Söylemleri

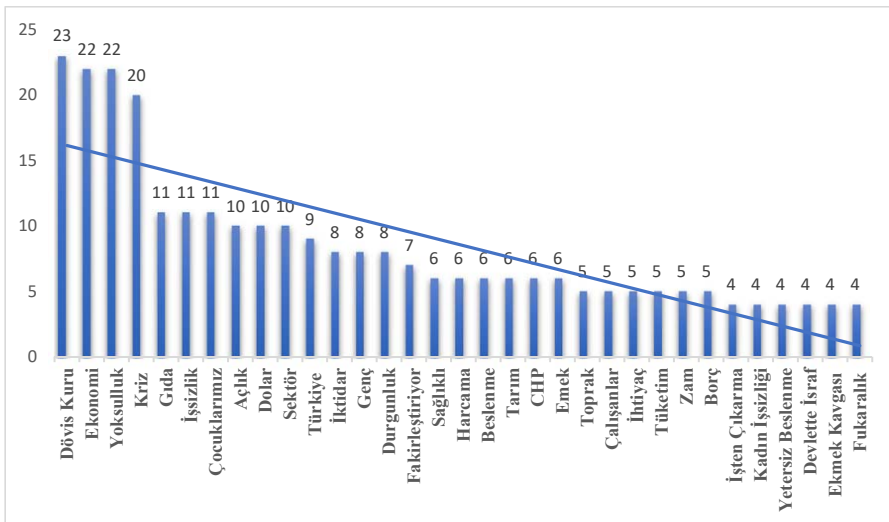
Aynı yöntem kullanılarak ekonomik kriz ile ilgili toplam beş haber seçilmiştir. Haber sayısı her liderin ekonomik kriz ile ilgili medyada yer alan en az haber sayısına göre belirlenmiştir. Medya kanalları tesadüfi örnekleme ile seçilmiştir. Belirli bir medya kanalına yönelim olmamıştır. Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ile ilgili çalışmaya alınan ekonomik kriz haberleri aşağıda yer almaktadır.

1. Kılıçdaroğlu: Ekonomide tam bir çöküş yaşanıyor.<https://m.bianet.org/bianet/siyaset/256076-kilicdaroglu-ekonomide-tam-bir-cokus-yasaniyor>. E.T. 10.02.2023.
2. CHP Lideri Kılıçdaroğlu: Türkiye’nin artık ekonomik kriz tablolarıyla bundan sonra hiç karşılaşmaması lazım”. <https://www.politikyol.com/chp-lideri-kilicdaroglu-turkiyenin-artik-ekonomik-kriz-tablolarıyla-bundan-sonra-hic-karsilasmamasi-lazim/>. E.T. 12.02.2023.
3. Kılıçdaroğlu’ndan Erdoğan’a kriz tepkisi: Mütevazilik yapmışsın. 10.01.2022. <https://www.birgun.net/haber/kilicdaroglu-ndan-erdogan-a-kriz-tepkisi-mutevazilik-yapmissin-372604>. E.T. 12.02.2023.

4. Kılıçdaroğlu: Kasım ayında herkes her şeyi duyacak. 10.10.2022. <https://www.gazeteduvar.com.tr/kilicdaroglu-kasim-ayinda-herkes-her-seyi-duyacak-haber-1584345>. E.T.12.02.2023.
5. Kılıçdaroğlu, 'ekonomik kriz' adımlarını açıkladı. 20.11.2021. <https://www.cumhuriyet.com.tr/siyaset/son-dakika--kilicdaroglu-ekonomik-kriz-adimlarini-acikladi-1886316>. E.T. 12.02.2023.

Aynı şekilde Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun "Ekonomik Kriz" ile ilgili medyada yer alan konuşmaları söylem analizine tabi tutulmuştur. Söylem analizinde araştırılan ekonomik kriz ile ilgili yapılan konuşmalar pozitif mi yoksa negatif bağlamda mı ele alınıyor araştırılmıştır. Aşağıda yer alan grafik göstermektedir ki Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu yaşanan ekonomik kriz sürecini negatif söylemlerle açıklamaktadır. Aşağıda yer alan grafikte Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun ekonomik kriz ile ilgili yaptığı açıklamalarda en fazla kullandığı kavram ve sözcükler görülmektedir.

Grafik 2: Cumhuriyet Halk Partisi Lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nun "Ekonomik Kriz" Söylemleri



Yukarıda yer alan grafikte görüldüğü gibi CHP’yi temsilen Kemal Kılıçdaroğlu’nun ekonomik kriz ile ilgili medyada yer alan konuşmalarında en fazla “Döviz Kuru (23), Ekonomi (22), Yoksulluk (29), Kriz (20), Gıda (19), İşsizlik (11), Çocuklarımız (11), Açlık (10), Dolar (10), Sektör (10), Türkiye (9), İktidar (8), Genç (8), Durgunluk (8), Fakirleştiriliyor (7), Sağlıklı (6), Harcama (6), Beslenme (6), Tarım (6), CHP (6), Emek (6), Toprak (5), Çalışanlar (5), İhtiyaç (5), Tüketim (5), Zam (5), Borç (5), İşten Çıkarma (4), Kadın İşsizliği (4), Yetersiz Beslenme (4), Devlette İsraf (4), Ekmek kavgası (4), Fukaralık (4) söylemlerini kullanmıştır. Bu bağlamda Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’nun yukarıda yer alan grafikte ekonomik kriz ile ilgili yaptığı konuşmalarda en fazla kullandığı kavram ve sözcükler yer almıştır. Sırasıyla, “Döviz Kuru, Yoksulluk, Kriz, İşsizlik, Açlık, Dolar, Durgunluk, Fakirleştiriliyor, Beslenme, Emek, Çalışanlar, İhtiyaç, Tüketim Zam, Borç, İşten Çıkarma, Kadın işsizliği, Yetersiz Beslenme, Devlette İsraf, Fukaralık” söylemleri krizin halkı kötü etkilediği yönündedir. Bu nedenle negatif kavram ve sözcükler durumu anlatmak için kullanılmıştır. Diğer kavramlar ise ağırlıklı olarak açıklamalarda bağlam içinde nötr olarak kullanılan kavram ve sözcüklerdir. Bunlar “Ekonomi, Sektör, Türkiye, İktidar, CHP, Tarım, Toprak” gibi.

4.3. İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener’in “Ekonomik Kriz” Söylemleri

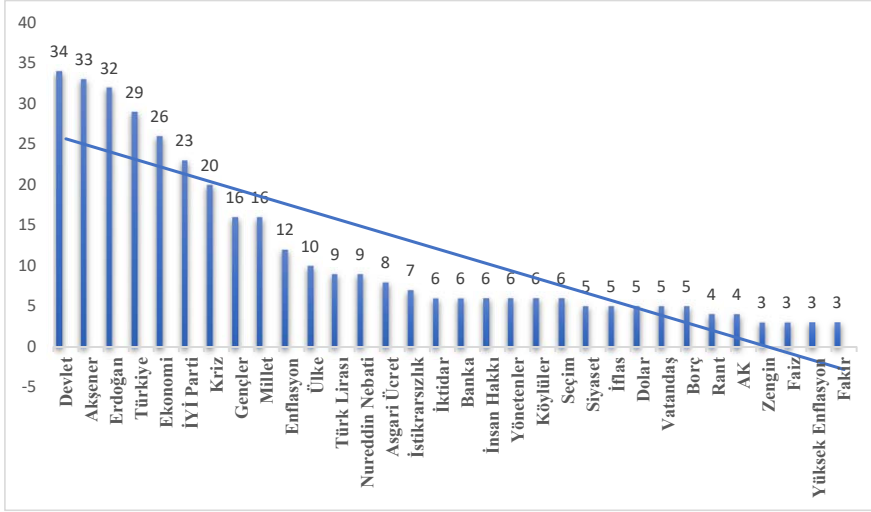
Aynı yöntem kullanılarak ekonomik kriz ile ilgili toplam beş haber seçilmiştir. Haber sayısı her liderin ekonomik kriz ile ilgili medyada yer alan en az haber sayısına göre belirlenmiştir. Medya kanalları tesadüfi örnekleme ile seçilmiştir. Belirli bir medya kanalına yönelim olmamıştır. İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener’in “Ekonomik Kriz” Söylemleri ile ilgili çalışmaya alınan ekonomik kriz haberleri aşağıda yer almaktadır.

1. Akşener’den ekonomi tepkisi: Sistem sebep, ekonomik kriz sonuçtur.24. 11.2021. <https://www.milligazete.com.tr/haber/8327114/canli-yayin-izle-meral-aksener-konusuyor>. E.T. 13. 02.2023.

2. Meral Akşener'den Kriz Yorumu. 26. 04.2021. <https://www.gazeteistanbul.net/merak-aksenerden-kriz-yorumu/>.
3. Meral Akşener: Türkiye ekonomik krizi daha fazla taşıyamaz. 10.02.2022. <https://www.ankaramasasi.com/haber/1293400/meral-aksener-turkiye-ekonomik-krizi-daha-fazla-tasiyamaz>. E.T. 13. 02.2023.
4. İYİ Parti genel başkanı Meral Akşener ekonomik krizi gözler önüne serdi: 'Türkiye asgari ücrete mahkûm olmuş'.28.07.2022. <https://www.cumhuriyet.com.tr/siyaset/iyi-parti-genel-baskani-meral-aksener-ekonomik-krizi-gozler-onune-serdi-turkiye-asgari-ucrete-mahkum-olmus-1962906>. E.T. 13. 02.2023.
5. Meral Akşener: Bu kriz tarihe 'Erdoğan krizi' olarak geçecek. 14.02.2022. <https://www.sozcu.com.tr/2022/gundem/meral-aksener-bu-kriz-tarihe-erdogan-krizi-olarak-gececek-6943949/>. E.T. 13. 02.2023.

Aynı şekilde İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener'in "Ekonomik Kriz" ile ilgili medyada yer alan konuşmaları söylem analizine tabi tutulmuştur. Söylem analizinde araştırılan ekonomik kriz ile ilgili yapılan konuşmalar pozitif mi yoksa negatif bağlamda mı ele alınıyor sorusu ile hareket edilmiştir. Aşağıda yer alan grafik göstermektedir ki İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener'in yaşanan ekonomik kriz sürecinde siyasal söylemlere daha fazla ağırlık verdiği yönündedir. Aşağıda yer alan grafikte İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener'in ekonomik kriz ile ilgili yaptığı açıklamalarda en fazla kullandığı kavram ve sözcükler görülmektedir.

Grafik 3: İYİ Parti Lideri Meral Akşener “Ekonomik Kriz”



Yukarıda yer alan grafikte görüldüğü gibi İYİ Partiyi temsilen Meral Akşener’in ekonomik kriz ile ilgili medyada yer alan konuşmalarında en fazla “Devlet (34), Akşener (33), Erdoğan (32), Türkiye (29)Ekonomi (23), İYİ Parti (20), Kriz (20), Gençler (16), Millet (16), Enflasyon (12), Ülke (10), Türk Lirası (9), Nureddin Nebati (9), Asgari Ücret (8), İstikrarsızlık (7), İktidar (6), Banka (6), İnsan Hakları (6), Yönetenler (6), Köylüler (6), Seçim (6), Siyaset (5), İflas (5), Dolar (5), Vatandaş (5), Borç (5), Rant (4), AK (4), Zengin (3), Faiz (3), Yüksek Enflasyon (3), Fakir (3) kullandığı söylemler sıralanmıştır.

Bu bağlamda İYİ Partiyi temsilen Meral Akşener’in ekonomik kriz ile ilgili yaptığı konuşmalarda en fazla kullandığı kavram ve sözcükler yukarıda grafikte yer almıştır. Bunlar sırasıyla “Devlet, Akşener, Erdoğan, Türkiye, İYİ Parti, Millet, Gençler, Nureddin Nebati, İktidar, İnsan Hakları, Yönetenler, Seçim, Siyaset, Vatandaş, AK,” kavramlarını kullanarak ekonomik kriz sürecinde ekonomiden daha çok siyaseti öne aldığı görülmektedir. Ekonomik kriz ile ilgili olarak ise “Ekonomi, Kriz, Enflasyon, Türk Lirası, Asgari Ücret, İstikrarsızlık, Banka, Dolar, İflas, Borç, Rant, Zengin, Faiz, Yüksek Enflasyon ve Fakir” söylemleri ile kriz ile

ilgili konuşmalarında ikinci planda yer vermiştir. Bu bağlamda Akşener'in ekonomik kriz sürecine siyasi çerçeve ağırlıklı baktığı yorumunu yapabiliriz. Ekonomik kriz ile ilgili söylemleri ise ikinci planda kullanmıştır.

SONUÇ

Ülke ekonomilerinde zaman zaman dalgalanmalar ya da krizler oluşabilmektedir. Bunların nedeni toplumsal, ekonomik ya da siyasal gelişmelerden kaynaklanabilmektedir. Siyasal olarak yaşanan olumlu veya olumsuz değişimler ülke ekonomilerini etkilemekte ve yönlendirmektedir. Bilhassa ülke ekonomileri üzerinde krizlerin dinamik bir etkisi vardır. Krizlerin başarılı bir şekilde idare edilmesi, ülke ekonomilerinin çok daha fazla etkilenmeden aşılmasına yardımcı olmaktadır. Bu krizlerle devletin başında olan hükümetler donanımları, yetenekleri, tecrübeleriyle bilgilerini harmanlayarak etkin bir yönetim sağlamaya çalışırlar.

Bu çalışmada, 3 siyasi parti liderinin kriz dönemlerindeki söylemlerine bakıldığında,

➤ Adalet ve Kalkınma Partisi adına Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın ekonomik kriz ile ilgili söylemlerine bakıldığında en fazla “ekonomik” ve ardından da kendi adını kullandığı dikkat çekmekte ve pozitif ve nötr söylem içeren kavramların fazla olduğuna,

➤ Cumhuriyet Halk Partisini temsilen Kemal Kılıçdaroğlu'nun ise ekonomik krizler ile ilgili negatif söylemlerinin olduğuna ve ekonomik kavramları daha fazla kullandığına,

➤ İYİ Partiyi temsilen Meral Akşener'in ekonomik kriz ile ilgili medya konuşmalarında siyasal söylemlerin fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmada, elde edilen sonuçlar ekonomik olarak değerlendirildiğin de dünya tüm ülkelerin refah seviyelerinin ekonomik olgularla ilgili olduğunu bilinmektedir. Ekonomik açıdan güçlü olan devletlerin para birimlerinin de güçlü olması dünya ekonomisine yön vermesi kaçınılmazdır. Bunun sonucunda ise güçlü olan ekonomiler diğer ülkeleri siyasal, toplumsal

ve ekonomik açıdan etkisi altına alması da kaçınılmazdır. Bu çalışmada önemsenen cevap aranan soru ekonomik olarak değer yaratmanın önemli unsurlarından sayılan ülkenin nasıl yönetildiği meselesidir. Ülkenin yönetiminde görev alan, hükümetler, muhalifler, politikacılar, liderler, bürokratlar, siyasal toplumsal kurumlar o ülkenin ekonomisini iyi ya da kötü etkilemektedirler.

Bu çalışmada, Türkiye’de etkili olan 3 siyasi parti liderinde kriz söylemlerinin farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Adalet ve Kalkınma Partisi adına Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın krizle ilgili pozitif ve nötr söylem içeren kavramların fazla olduğuna, Cumhuriyet Halk Partisini temsilen Kemal Kılıçdaroğlu’nun ise ekonomik krizler ile ilgili negatif söylemlerinin fazla olduğuna, İYİ Partiyi temsilen Meral Akşener’in ekonomik kriz ile ilgili medya konuşmalarında siyasal söylemlerin fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kriz dönemlerinde önemli olan liderlik yetenekleri yüksek olan hükümet, devlet adamlarının kriz başlangıçlarını çığ gibi büyümeden olumlu ve net bir tavırla durdurmayı amaçlamak olmaktadır. Ancak liderlerin başarısı saf kendi yetenekleriyle gerçekleşmemektedir. Liderlik ettiklerinin de bilgi ve kültür seviyeleri de kriz dönemlerinin aşılması açısından önem arz etmektedir. Türkiye’de son dönemde meydana gelen eğitim seviyesinin artması, toplumun bilinçlenmesi, iletişim teknolojilerinin aktif kullanımı, medyanın gücü gibi olumlu etkiler krizlere bakış açısını değiştirmiştir. Çalışmada elde edilen üç siyasi parti liderinin farklı kriz söylemlerinin toplumun ekonomik krizlere bakış açılarını özetler nitelikte olduğuna ulaşılmıştır.

Kaynakça

Aksoy, Özlem. (2010). *1990 Sonrası Dönemde Yaşanan Finansal Krizlerin Türkiye'nin Makroekonomik Dengeleri Üzerindeki Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi.

Archer, Toby. (2009), "Immigration in Europe at a Time of Economic Hardship", The Finnish Institute of International Affairs, Briefing Paper 27, 13 February 2009.

Aziz, Aysel. (2003). *Siyasal İletişim*, Ankara, Nobel Yayınları.

Eğilmez, Mahfi. (2009). *Küresel Finans Krizi Piyasa Sisteminin Eleştirisi*, 4.baskı, İstanbul, Remzi Kitabevi.

Erdoğan, İrfan. (1997). *İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş*, Ankara, İmge Kitabevi.

Koyuncu, Murat. ve Şenses, Fikret. (2004). *Kısa Dönem Krizlerin Sosyo Ekonomik Etkileri: Türkiye, Endonezya ve Arjantin Deneyimleri*, Economic Research Center Working Papers in Economics, METU October 2004.

Kuran, İhsan. (2006). *Türkiye'de Ekonomik Krizler ve İstikrar Programları (1980-2005)*, Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Nimmo Dan and David L. Swanson, (1990). "The Field of Political Communication; Beyond the Voter Persuasion Paradigm, New Directions in Political Communication: A Resource Book, .Newbury Park: Sage.

Özgüven, Ali. (2001). *İktisadi Krizler*, Yeni Türkiye Dergisi, Cilt:1, Yıl:7 Sayı: 41, s. 56-63.

Extended Summary

Political communication, which is perceived as the political campaigns carried out by political actors during the election processes, has entered all areas of life with the developments in the media sector. In this context, political communication, which operates in a wide range, offers important opportunities for political actors due to the power of the media today. With the developments in the media sector, especially in the internet and social media, the opportunity to get instant feedback and individual communication with people has increased the power of political actors.

Political communication plays an important role in shaping public perceptions and responses to economic crises. In times of economic crisis, governments and other political actors often use communication strategies to manage public opinion, maintain confidence in the economy, and justify policy decisions. One of the most important communication challenges for political actors during an economic crisis is balancing the need to communicate the seriousness of the situation and the need to maintain confidence in the economy. This includes using various messaging techniques, such as framing the economic crisis process in a way that emphasizes the recovery potential or downplays the severity of the crisis.

The political communication process is very important in terms of directing the public correctly, especially in times of crisis. Political communication plays a role in shaping public reactions in the context of conveying the policies to be implemented in the process of economic crises with the right techniques. During the economic crisis, the political party in the government can use communication strategies to provide support for certain policy measures, such as stimulus packages or austerity measures. Especially if an effective communication language is used in these strategies, it can be successful in shaping public opinion and directing political reactions.

It will not be easy to create political communication strategies during the economic crisis. The rapid changeability of these strategies is

important in terms of the effectiveness of the strategies. For this reason, political actors should benefit from experts in the field of economics, such as finance experts. In this process, it is important not to use contradictory expressions in order not to shake the trust in political actors and the economy. Underestimating or underestimating the seriousness of the crisis may lead to delayed policies.

Economic crises are processes that occur periodically and put the economy into a whirlpool. Every economic crisis has caused political crisis, social crisis, cultural crisis and even wars after or after the process. Economic crises can have various causes. The capitalist economy system we live in has faced many crises since the First Industrial Revolution. When these crises started in one country with the effect of dominoes, they affected other countries in waves. Because the economic and commercial relations between these countries trigger this effect. Economic crises can naturally turn into political crises. For this reason, political leaders in countries facing the economic crisis have various discourses to alleviate the crisis or show a heavy picture.

The aim of this study is to show how political party leaders manage the economic crisis process through the concepts and words they use in their discourses, especially during the economic crisis. For this reason, the methodology of the study was chosen as discourse analysis. In the application of the methodology, computerized data analysis technique was used. The selected news were counted from the most used to the least used words by means of a computer program. The concepts and words that emerged as a result of this statement are shown with graphics.

The leaders of the three major parties, R. Tayyip Erdoğan on behalf of the Justice and Development Party, Kemal Kılıçdaroğlu on behalf of the Republican People's Party and Meral Akşener on the behalf of the İYİ Party were selected for the research.

The scope of the research is limited to the statements of the selected political actors about the economic crises between 2021-2022. In addition, as a limitation method, the leader's statement was taken at that limit among other leaders with the least number of explanations.

The findings, which emerged as a result of the analysis, led the research to the conclusion that the leader of the ruling party and the leaders of the opposition party approached the economic crisis process differently. The ruling party explains the crisis with positive rhetoric such as an advantage. As the opposition party, CHP leader Kılıçdaroğlu expressed the crisis negatively through leftist concepts, while İYİ Party leader Akşener primarily addressed the economic crisis in a political dimension.

As a result, all three leaders acted according to their own ideological and political positions during the economic crisis. Which political party leader highlighted what about the crisis is conceptually illustrated with graphics and it is aimed to make an evaluation about the Turkish economy.