



Mehmet Uslu

Lisansüstü Öğrenci, Tarsus Üniversitesi, Mersin/Türkiye  
Graduate Student, Tarsus University, Mersin/Turkiye



eposta: [mehmet.uslu@tarsus.edu.tr](mailto:mehmet.uslu@tarsus.edu.tr)



<https://orcid.org/0009-0006-0401-9835> - RorID: <https://ror.org/0397szj42>

Tuğba Yolcu

Doçent, Tarsus Üniversitesi/İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi  
Bölümü/Siyaset ve Sosyal Bilimler Anabilim Dalı, Mersin/Türkiye

Associate Professor, Tarsus University/Faculty of Economics and Administrative

Sciences/Department of Political Science and Public Administration/Department of Political and  
Social Sciences, Mersin/Turkiye



eposta: [tugbayolcu@tarsus.edu.tr](mailto:tugbayolcu@tarsus.edu.tr)



<https://orcid.org/0000-0002-7131-7545> - RorID: <https://ror.org/0397szj42>

**Atıf/Citation:** Uslu, M.-Yolcu, T. 2023. 2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergebilim  
Analizi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 11 (37), 254-278.

<https://doi.org/10.33692/avrasyad.1402040>

Makale Bilgisi / Article Information

Yayın Türü / Publication Type:	Araştırma Makalesi/Research Article
Geliş Tarihi /Received:	10.08.2023
Kabul Tarihi/Accepted:	20.11.2023
Yayın Tarihi/Published:	20.12.2023

## 2002 TÜRKİYE GENEL SEÇİM AFİŞLERİNE YÖNELİK GÖSTERGEBİLİM ANALİZİ\*

### Öz

Siyaset, temsili demokrasinin ortaya çıkışı ile birlikte siyasi partiler arasındaki yarışa dönüşmüştür. Bu süreçte seçim kampanyaları özellikle kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışı ile birlikte önemli bir alan haline gelmiştir. Seçim kampanyalarıyla yüz yüze iletişimin dışında farklı araçlar kullanılmaktadır. Bunlardan biri de seçim afişleridir. Afişler verilmek istenen mesajın en kısa yoldan sunulmasına katkı sağlamaktadır. Afişlerde kullanılan ifadeler ya da sembollerde buldukları dönemin izlerini görmek mümkündür. Çalışmada bu yaklaşımdan hareketle seçim dönemine ait siyasal ortamın ve partilerin ideolojik unsurlarının siyasi partiler tarafından kullanılan seçim afişlerine yansımaları üzerine bir araştırma gerçekleştirilecektir. Bu amaçla 2022 yılı seçimlerinde kullanılan ve çalışma örneğinde belirlenen afişler göstergebilim metodu

\* Bu çalışma Tarsus Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalında kabul edilen "Siyasal, Ekonomik ve Toplumsal Yapının Seçim Afişlerine Yansımaları: 2002 Türkiye Genel Seçimlerinde DSP, ANAP, MHP ve AK Parti Örnekleri Üzerinden Bir İnceleme" isimli Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.





2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergebilim Analizi

çerçevesinde incelenmiştir. Çalışmada 2002 Genel Seçimlerine katılan siyasi partilerden Demokratik Sol Parti, Anavatan Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi, 2002 Genel Seçimleri öncesinde koalisyon hükümetini oluşturan siyasi partiler olmaları sebebiyle, Adalet ve Kalkınma Partisi ise 2002 Genel Seçimlerini kazanan siyasi parti olması sebebiyle incelenen partiler olmuşlardır. Çalışma neticesinde, siyasal yapının, siyasi partiler tarafından seçim afişleri hazırlanırken dikkate alındığı ve ideolojik unsurların afişlerde kullanılan sloganlarla, görsellerle ve metinlerle önemli derecede bağlantılı olduğu sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Siyasal İletişim, Propaganda, Afiş, Seçim, Siyasi Parti.

## 2002 TURKEY GENERAL ELECTION POSTERS FOR SEMIOTICS ANALYİS

### Abstract

Politics has turned into a competition between political parties with the emergence of representative democracy. In this process, election campaigns have become an important field, especially with the emergence of mass media. Apart from face-to-face communication, different tools are used in election campaigns. One of these is election posters. Posters contribute to presenting the desired message in the shortest way. It is possible to see the traces of the period in the expressions or symbols used in posters. In this study, based on this approach, a research will be conducted on the reflection of the political environment of the election period and the ideological elements of the parties on the election posters used by political parties. For this purpose, the posters used in the 2022 elections and determined in the study sample were analyzed within the framework of the semiotics method. Among the political parties that participated in the 2002 General Elections, the Democratic Left Party (DSP), the Motherland Party (ANAP) and the Nationalist Movement Party (MHP) were the parties analysed in the study since they were the political parties that formed the coalition government before the 2002 General Elections, and the Justice and Development Party (AK Party) was the political party that won the 2002 General Elections. As a result of the study, it was concluded that the political structure was taken into account by political parties when preparing election posters and that ideological elements were significantly linked to the slogans, visuals and texts used in the posters.

**Keywords:** Political Communication, Propaganda, Poster, Election, Political Party.

### Giriş

Liberal demokrasinin en temel amaçlarından biri olan seçimler siyasi partiler arasında rekabet ortamına yönelik bir yarıştı ifade etmektedir. Halk iradesinin karar verme sürecine yansımada siyasi partiler önemli bir görevi üstlenmektedirler. Dolayısı ile siyasi partiler ortak menfaatleri birleştirerek iktidarı ele geçirmeye çalışan yapılar olarak hitap ettiği seçmen kitlesini etkilemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda farklı araçlar kullanılmaktadır. Propaganda araçları içinde geçmişten bu yana kullanılan en önemli araç afişlerdir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte her alanda yaşanan değişim ve dönüşüm seçim





süreçlerini de etkilemiştir. Bu gelişmelerle birlikte farklı propaganda araçları ortaya çıksa da afişler seçmenleri etkilemede hala önemli bir etkiye sahiptir.

Kullanılan bu afişlerde yer alan yazı ve resimlerden oluşan unsurlar genellikle, bir ülkede yaşanan olaylar neticesinde ortaya çıkan siyasal, ekonomik ve toplumsal yapının bir yansıması niteliğindedir. Bir ülkede yaşanan olaylar neticesinde, meydana gelen siyasal, ekonomik ve toplumsal yapı dikkate alınmakta, afişte kullanılan sloganlarla ve resimlerle halka verilmek istenen mesaj veya sunulmak istenen vaatler bu çerçevede belirlenmektedir. Bu afişleri günlük yaşamın pek çok alanında rahatlıkla görebilmekte olan seçmenler, oy kullanmayı düşündükleri ya da düşünmedikleri partiler, bu partilerin ideolojileri ve vaatleri hakkında bilgi sahibi olmaktadır.

Çalışmanın temel gayesi dönemin siyasal, toplumsal ve ekonomik yapısına dair bulguların seçim afişlerinde parti ideolojileri bağlamında izlerini sürmektir. Bu amaçla çalışmada ilk olarak kavramsal çerçeve ile literatür taraması yapılmıştır. Kavramsal çerçevede siyasal iletişim, propaganda ve afiş kavramları tanımlanmış; kuramsal çerçevede ise 2002 seçimlerine gidilen süreçteki toplumsal ve siyasal yapı ele alınmıştır. Çalışmanın diğer aşamasında ise çalışmanın yöntem ve bulgularına yer verilmiştir. Çalışmada örneklem olarak da Türk siyasal hayatında önemli bir dönemeci simgeleyen 2002 yılı seçimleri ele alınmıştır. Bu amaçla 2002 yılında iktidar olan Adalet ve Kalkınma Partisi ile 2002 öncesi koalisyon içinde yer alan partiler göstergebilim analizi ile incelemeye alınmıştır.

## 1. Yöntem ve Teknik

Çalışmanın amacı 2002 Türkiye Genel Seçimlerine gidilen süreçte Türkiye’de yaşanan siyasi, ekonomik, toplumsal olaylar ile parti ideolojileri bağlamında seçimlerde DSP, ANAP, MHP, AK Parti seçim afişlerine yansımaları incelenerek; bu inceleme bağlamında yaşanan siyasi aktörler üzerindeki etkisinin ve toplum-siyaset kavramları arasındaki bağın ortaya koyulması hedeflenmektedir.

Çalışma ile ilgili literatür incelendiğinde 2002 yılı seçimlerine ait çalışmalara rastlanmaktadır. Cirit (2004), “Türkiye’de Siyasal Reklamcılığın Gelişimi ve 2002 Genel Seçimleri Yazılı Basın Reklamlarının Analizi” adlı çalışma siyasal reklamcılık alanında yapılmıştır. Çalışmada Türkiye siyaset tarihindeki siyasal reklamcılığın kaydetmiş olduğu gelişmeyi incelemek amaçlanmıştır. Benzer bir çalışma da Dinçer (2006) tarafından yapılmıştır. Dinçer (2006), tarafından yapılan “Siyaset Dili 3 Kasım 2002 Genel Seçimlerindeki Gazete Siyasî Reklamlarının Göstergebilimsel Açından Çözümlemesi” adlı çalışmasında 2002 Genel Seçimlerindeki siyasi parti reklamlarını ve afişlerini incelemektedir. Ancak Dinçer bu incelemeyi, göstergebilimsel çözümleme metodunun siyaset dilindeki yerini ortaya koyabilmek maksadıyla dilsel bir bakış açısı ile gerçekleştirmiştir. Bu çalışma neticesinde Dinçer, literatüre göstergebilim metodunun siyaset diline uygulandığı bir çalışma kazandırmıştır.





2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergebilim Analizi

Literatürde yer alan diğer bir çalışma Toruk'a aittir. Toruk (2005), ilgili çalışmasında, 1990 yılı ile 2000 yılı arasındaki 10 yıllık süreçte Türkiye'de yaşanmış olan siyasi, kültürel, ekonomik ve toplumsal gelişmeleri yazılı basın ve haberler vasıtası ile ele almayı amaç edinmiştir. Benzer bir çalışma da Acar (2006) tarafından yapılmıştır. Acar (2006) ise literatüre katkı sağlayan ilgili çalışmasında değişik söylemlerin gazete haberlerine nasıl yansındığını, bu söylemlere etki eden unsurları ve bu söylemlerin maksadını analiz etmeyi amaçlamıştır. Çalışma neticesinde gazetelerin haber seçimlerinde, sürekli olarak objektif bir duruş sergileyemedikleri; öznel bir bakış açısı kullanarak haber yayınladıkları ve belirli birtakım haber çeşitlerine ağırlık verdikleri çözümlenmesine ulaşılmıştır.

2002 yılı seçimleri özelinde de literatürde farklı çalışmalar mevcuttur. Bunlardan biri de Gülarlan (2008), tarafından 2002 Türkiye Genel Seçimlerine katılan partilerin yayınlamış olduğu siyasi reklamları inceleyerek, reklamcılığın siyasal anlamdaki gelişimini ve siyasi partilerin reklamları arasındaki farkları ortaya koymayı amaçlayan çalışmasıdır. Bu amaç doğrultusunda örneklem olarak 2002 Genel Seçimlerine katılan siyasi partiler olan CHP, DSP, GP, ANAP ve MHP ele alınmıştır. Çalışmada göstergebilim yöntemi kullanılmıştır. Gerçekleştirilen çalışma neticesinde belirtilen partilerin reklamlarının yeteri kadar ilgi çekici ve güven verici olmadığı ve bunun sonucunda da iktidarı elde edemedikleri çözümlenmesi yapılmıştır. 2002 seçimlerine ait bir diğer çalışma Çeçen tarafından hayata geçirilmiştir. Çeçen (2009), çalışmasını Bayburt ili özelinde gerçekleştirmiştir. Kapusızoğlu'nun (2011), 2002 yılı seçimlerine dair yaptığı çalışmada da ekonomik kriz ve seçimler arasındaki ilişki analiz edilmiştir.

Seçim afişlerine yönelik olarak Özdemir'in (2018), yapmış olduğu çalışma ise Türkiye'de faaliyet göstermiş, belirli dönemlerde Türkiye'nin idaresinde söz sahibi olan siyasi partilerin seçim afişlerinin grafik tasarım ilkelerine uygun biçimde oluşturulup oluşturulmadığını incelemek amacı taşımaktadır. Yine Sarıhan ve Taşcıoğlu (2022), tarafından literatüre kazandırılan ilgili çalışmada ise, 2002 genel seçimlerinde gazetelerde yayınlanan siyasi reklamların çeşidini ve ağırlık verdikleri hususları analiz etmeyi amaçlamışlardır. AK Parti özelinde yapılan seçim kampanyalarına Göksu (2019) tarafından yapılan çalışmada da parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın siyasi bir figür olarak nasıl sunulmak istendiğini ortaya koyma amacı güdülmektedir.

Yukarıda verilen örneklerde de görüldüğü üzere, literatürde 2002 Genel Seçimlerini ya da seçim afişlerini birlikte veya ayrı ayrı konu edinen çalışmalar mevcuttur. Çalışmalar genellikle siyasal reklamcılık alanındadır. Ancak bir ülkede yaşanan siyasal, ekonomik ve toplumsal olayların, seçim afişlerine yansımalarını analiz eden; bu analiz üzerinden de toplum ve siyaset kavramları arasındaki ilişkiyi çözümlenerek açıklayan güncel bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda çalışmanın, ele aldığı konu ve amacı bakımından özgün bir çalışma olacağı ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.





Araştırma evrenini 2002 yılı seçim afişleri oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem olarak Türk siyasal hayatında önemli dönemeçlerden biri olan 2002 yılı seçim afişleri belirlenmiştir. 2002 yılı Türk siyasetinde tek başına iktidarın başlangıcı olan seçimler olması ve yeni kurulan bir partinin tek başına iktidara gelmesi açısından önemlidir. Bu seçimler kapsamında yeni kurulan ve tek başına iktidara gelen Adalet ve Kalkınma Partisi ile bir önceki dönemde koalisyon ortakları içinde yer alan DSP, ANAP, MHP partilerinin seçim afişleri örneklem olarak belirlenerek göstergebilim analizi yöntemi ile incelemeye alınmıştır.

Araştırmanın kapsamı, yukarıda açıklanan kriterler göz önünde bulundurularak belirlenmiş ve bu esaslar dikkate alınarak çalışmanın sınırlılıkları çizilmiştir. Araştırma zaman kısıtı sebebi ile belirlenen kriterlerdeki siyasi partiler ile belirlenen örnekler üzerinden oluşturulmuştur.

Araştırmada yukarıda belirtilen kriterler çerçevesinde elde edilen veriler göstergebilim metodu çerçevesinde değerlendirilmiştir. Göstergebilim metodu, şahıslar veya gruplar arasındaki iletişimi oluşturan birtakım gösterge sistemlerinin üretme, işleyiş ve idrak etme şekillerine yönelik olarak ortaya çıkmış genel bir bilim dalıdır. Göstergeleri ele alan bir bilim dalı niteliği taşıyan göstergebilim, bireyin gösterge meydana getirme, meydana getirmiş olduğu göstergeler ile bir mekanizma kurma ve tüm bunlar vasıtası ile iletişimde bulunma sürecini incelemektedir. Göstergeler, gösteren ve gösterilen olarak sınıflandırılmaktadır (Demir,2009;15).

Roland Barthes, göstergebilim metodunun önemli temsilcilerindendir. Barthes'e göre göstergede biçim gösteren vasıtası ile iletilirken, içerik ise gösterilen vasıtası ile iletilmektedir (Barthes,1979:35).

Barthes, "düz anlam, yan anlam ve mit" gibi göstergebilimsel kavramları ise şu şekilde açıklamaktadır:

**Düz anlam:** Göstergebilim yöntemindeki anlamlandırma durumunun birinci seviyesidir. Göstergelerden alınan mesajın zihinde uyandırmış olduğu ilk olguya "düz anlam" adı verilmektedir (Barthes,2016:19).

**Yan anlam:** Yan anlam sayesinde kültürel bir unsurun doğal hale getirilmesi mevzu bahis olabilmektedir. Yan anlam, insanlar tarafından göstergelere yüklenen ikincil anlamlar olarak da açıklanabilmektedir (Barthes,2017:18).

**Mit:** Bireylerin gerçeklik aramasının bir neticesi olarak oluşan açıklamalar şeklinde ifade edilebilmektedir. Mit, gerçekliğin temsilini ifade eden bir kavramdır. Örneğin, Fransızların kibar oluşu ya da Almanların disiplin sahibi oluşu mit olarak değerlendirilebilir. Mit, bireylerin oluşturduğu ve zaman içinde kalıplaşmış düşünceler biçimini alan bir olgudur (Barthes,2015:45).

Bu bağlamda çalışmanın iki ana soru etrafında şekillenmiştir. Bunlar:







1. 2002 siyasal toplumsal ve ekonomik koşulları ile parti ideolojileri seçim afişlerine nasıl yansımıştır?

2. Seçmenleri etkilemede 2002 yılı afişlerinde siyasal, toplumsal ve ekonomik alanda yer alan olaylardan hangileri ön plana çıkarılmıştır?

## 2. Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve

Çalışmanın bu kısmında siyasal iletişim, propaganda ve afiş sanatına yönelik tanımlara yer verilmiştir. İkinci başlıkta ise çalışmanın kuramsal çerçevesini oluşturan 2002 yılı seçim sürecinde yaşanan olaylar ile çalışmada incelemeye alınan siyasi partiler hakkında kısa bilgiler verilmiştir.

### 2.1. Siyasal İletişim, Propaganda ve Afiş Sanatı

İletişim, herhangi bir şeyin bir insandan başka bir insana ya da bir konumdan daha başka bir konuma iletimi durumudur. Dolayısı ile toplumsal yaşamın en temel unsurlarından biridir. Siyasal iletişim, birtakım ideolojileri ya da bazı siyasi hedefleri, kamuoyundaki çeşitli gruplara, uluslararası oluşumlara veya ülkelere benimsetmek ve hatta gerektiği taktirde bu ideoloji ve hedefleri hayata geçirebilmek maksadı ile siyasetin aktörleri eliyle, birtakım iletişim tarz ve yöntemlerinin kullanılarak gerçekleştirildiği iletişim şeklinde ifade edilebilir (Aziz, 2013: 3). Siyasal iletişim, politik liderlerin, politik partilerin veya politik kampanyaların kitlelere politik mesajlarını iletmek ve destek kazanmak için kullanılan iletişim stratejilerini ifade ederken, propaganda ise genellikle bir siyasi mesajı bilinçli bir şekilde yaymak, insanların tutumlarını, inançlarını veya davranışlarını etkilemek ve belirli bir amaca hizmet etmek için kullanılan iletişim stratejisidir.

Propagandanın tarihsel süreçteki kökenine bakıldığında, insanlığın varoluşu kadar eski bir tarihe uzandığına yönelik fikirler kuvvetle mevcuttur (Rieger vd.,2013:1). Propaganda kelimesinin sözlük anlamı incelendiğinde ise “bir fikrin ya da kanaatin yayılmasını sağlamak ve o fikirden taraf olanları artırmak adına sözlü, yazılı veya farklı araçlarla, farklı biçimlerde gerçekleştirilen eylem” şeklinde bir tanımlama görülmektedir (TDK,2023). Afiş ise bir propaganda aracı olarak Türk Dil Kurumu’nda şu şekilde tanımlanmaktadır: “Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı, ası.” (TDK,2023).

Tarihe bakıldığında afiş sanatının ilk örneklerine, çok eski çağlara dayanan Hammurabi yasalarında; taşların üzerine yazılmış bir şekilde Eski Mısır hiyerogliflerinde rastlanmaktadır. Yaklaşık olarak milattan önce 4000 yıllarına denk gelen dönemlerde Asurlular’ın tüccarları, Anadolu’daki ticaretlerinde ellerindeki malları alıcılara daha iyi tanıtarak gerçekleştirebilmek adına kil tabletlerine çivi yazısı ile bilgilendirici yazılar yazarak





bu konuları halka beyan etmekteydiler. Bu iletişim çalışmaları, afişin insanlık tarihindeki ilk örnekleri olarak nitelendirilmektedir (Bahar,2006:16).

Modern anlamda afiş tasarımına bakıldığında ise, 19. Yüzyılın sonlarıyla 20. Yüzyılın başlarında yaşanan gelişmeler ile afiş sanatı günümüzdeki haline ulaşmadaki ilk adımlarını atmıştır. Bu dönemlerde matbaa mürekkebinin Batı medeniyetlerine gelmesi, kağıdın bulunması, Doğu medeniyetleri ile Batı medeniyetleri arasındaki ticari hareketlerin ilerlemesi gibi unsurlar afiş tasarımının gelişmesine etki eden bazı önemli gelişmelerdendir. Bu dönemlerde açılan “Bauhaus” ve “Arts and Crafts” gibi afiş tasarımı üzerine eğitim veren okullar pek çok afiş tasarımcısının ve mimarın eğitilerek topluma kazandırılmasına fayda sağlamıştır (Batur,2005’den aktaran Demir ve İlgen 2016).

## 2.2. 2002 Türkiye Genel Seçimlerine Gidilen Süreçte Siyasi, Ekonomik ve Toplumsal Yapı ve Siyasi Partiler

2002 yılı, Türk siyasal hayatı açısından büyük bir dönüm noktasıdır ve birçok önemli gelişmeyi içermektedir. Bu dönemde gerçekleşen olaylar, Türk siyasetinde yeni bir dönemin başlangıcını işaret etmiş ve Türkiye'nin politik, ekonomik ve demokratik yapısında önemli değişikliklere yol açmıştır. 2002 seçimlerine gidilen süreçte de Türk siyasetinde önemli gelişmelerin yaşandığı olaylar gerçekleşmiştir.

Tablo:1 2002 yılı toplumsal, ekonomik ve siyasal yapıya dair önemli gelişmeler

<b>Siyasal Yapı</b>	28 Şubat süreci Koalisyon hükümetleri AB üyelik süreci İdam Cezası Parti kapatma Davası Cumhurbaşkanlığı Seçimi
<b>Toplumsal Yapı</b>	Marmara Depremi AB uyum yasaları Kentleşme Süreci Terör
<b>Ekonomik Yapı</b>	Ekonomik Kriz

2002 seçimlerine gidilen süreçte yukarıdaki tabloda yer alan belli başlı olaylar Türkiye’de ki siyasi, ekonomik ve toplumsal yapıyı oluşturan temel olaylardır. Siyasal yapıda koalisyon süreçleri, parti kapatma davaları gibi etkenlerle kriz alanları oluşurken bu durum ekonomik yapıya da yansımış ve ekonomik kriz, ekonomik yapıyı açıklayan önemli bir unsur olmuştur. Uluslararası ilişkilerin temel taşı ise Avrupa Birliğine üyelik süreci olmuştur. Tüm bu gelişmeler toplumsal alana yansımış Avrupa Birliğine uyum süreci ile toplumsal alan şekillendirilmeye çalışılmıştır. Ayrıca faili meçhul cinayetler hem toplumsal hem de siyasal alana etki eden önemli gelişmeler olarak ele alınmıştır.





2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergibilim Analizi

2002 seçimlerine gidilen süreçte ilk olarak 28 Şubat 1997 tarihinde gerçekleştirilen Milli Güvenlik Kurulu toplantısı (MGK) ve bu toplantıdan çıkan kararlara değinmek yerinde olacaktır. RP, 16 Ocak 1998 tarihinde “laikliğe aykırı eylemlerin odağı” olması suçu sebebiyle Anayasa Mahkemesi eliyle kapatılmıştır (Boyle,2004:3); ilerleyen yıllarda ise RP’nin devamı olarak nitelendirilen FP’de kapatılmış ve FP’nin kapatılmasının ardından, FP içerisindeki bir grup tarafından, 2002 Türkiye Genel Seçimlerini kazanan AK Parti kurulmuştur.

2002 seçimlerinden önceki siyasal yapıya bakıldığında ise 1999 seçimleri sonrasında DSP-ANAP-MHP koalisyonunun oluştuğu görülmektedir. 18 Nisan 1999 Genel Seçimlerinden birinci parti olarak çıkan taraf Demokratik Sol Parti (DSP) olmuştur. Dönemin Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel, DSP Genel Başkanı Bülent Ecevit’i hükümeti kurmak üzere görevlendirmiştir. DSP koalisyon hükümeti için Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ile görüşmeler gerçekleştirmiştir. Yaşanan bu süreçte DSP Genel Başkanı Ecevit, ikili koalisyondan değil, üçlü koalisyondan yana bir tutum sergilemiş ve hem MHP hem de Anavatan Partisi (ANAP) ile anlaşarak üçlü koalisyonu kurmuştur (Aydın ve Taşkın,2004:447). Bu koalisyon hükümeti, 3,5 yıl görevde kalarak, kabinenin en uzun süre görev aldığı koalisyon hükümeti olmuştur (Çelik ve Çetiner,2015).

Koalisyon hükümeti zamanında AB üyelik süreci, idam cezasının kaldırılması, parti kapatma davaları, terör olayları ve ekonomik kriz başlıkları yer almaktadır. AB süreci 1999 yılı olaylarından en fazla dikkat çeken konular arasında yer almaktadır. 1997 yılı Lüksemburg Zirvesi’nde Türkiye’nin genişleme dışında tutulması Türkiye tarafından tepkiyle karşılanmış bunun üzerine 1999 yılında gerçekleşen Helsinki Zirvesi’nde, Türkiye’ye aday ülke statüsü verilmiştir (Demirkanoglu, 2020). AB uyum süreci açısından önem taşıyan uyum paketlerinin kabul edilmesi hususunda koalisyon ortaklarından MHP itirazlarda bulunmuştur. MHP’nin, ilerleyen süreç içerisinde AB uyum sürecinden rahatsız olan halkı kendi tarafına çekebileceği düşüncesine kapıldığı ve hükümet partisi pozisyonundan, muhalefet partisi pozisyonuna geçmeye çalıştığı gözlenmiştir. Bunun neticesinde MHP, erken seçim talebinde bulunan taraflardan biri olmuştur. DSP tarafına bakıldığında, Başbakan Ecevit ile Başbakan Yardımcısı Hüsamettin Özkan arasında birtakım anlaşmazlıklar yaşanmış ve bunun sonucunda Özkan DSP’den ayrılmıştır. Özkan ile beraber 63 milletvekilinin de istifa etmesi DSP’de önemli ölçüde sarsıntıların yaşanmasına neden olmuştur. Koalisyon hükümetinde gerek koalisyon ortakları arasında gerekse hükümet partileri içerisinde yaşanan anlaşmazlıklar sonucunda meclisteki salt çoğunluk sayısının altına düşülmüştür. İlerleyen süreçte gelen baskılar neticesinde hükümet feshedilmiş ve 3 Kasım 2002 tarihinde erken seçime gidilmiştir (Kara,2004:463-477).

Bu dönemde yaşanan önemli diğer bir olay ise idam cezasının kaldırılmasıdır. Türkiye’nin AB ile kurmuş olduğu olumlu ilişkiler neticesinde, idam cezasının kaldırılmasının gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bölücü terör örgütü lideri Abdullah Öcalan’ın idamının







gündemde olduğu o günlerde bu durum büyük bir tartışma yaratmıştır. Özellikle de koalisyon ortaklarından MHP’de görüş ayrılıkları yaşanmıştır. MHP içerisinde Öcalan’ın idamını isteyenler ve Öcalan’ın koz olarak kullanılmasını isteyenler olarak iki farklı görüş ortaya çıkmıştır (Aydın ve Taşkın,2004:453-454). 12 Ocak 2000 tarihinde, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) kararı neticesinde Öcalan’ın idamının ertelenmesi DSP, ANAP ve MHP tarafından kabul görmüştür.

Bir diğer önemli gelişme 2001 yılında Fazilet Partisi’nin (FP) kapatılması olmuştur. RP’nin kapatılmasının ardından, RP’nin devamı niteliğinde kurulan FP’de Anayasa Mahkemesi kararı ile Haziran 2001’de kapatılmıştır. Daha sonra bir takım eski FP mensupları, Recai Kutun liderliğinde Saadet Partisi (SP) adında yeni bir parti kurmuşlardır. Recep Tayyip Erdoğan ve Abdullah Gül başta olmak üzere Necmettin Erbakan yanlısı diğer eski RP mensubu grup ise Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) adı ile yeni bir parti kurmuşlardır (Akşin,2014:180).

Yaşanan bir diğer gelişme ise Süleyman Demirel’in Anayasa’da bulunan 7 yıllık Cumhurbaşkanlığı süresinin dolmasıdır. Mecliste bulunan partilerin ortak karar alması sonucunda hükümet tarafından aday olarak sunulan ve dönemin Anayasa Mahkemesi Başkanı olan Ahmet Necdet Sezer, 2000 yılında yeni Cumhurbaşkanı olarak seçilmiştir. 2001’in Şubat ayında gerçekleştirilen MGK toplantısında Cumhurbaşkanı Sezer ile Başbakan Ecevit arasında tartışma yaşanmış tarihe “ Anayasa Kitapçığı Fırlatma Olayı” olarak geçecek olan olay yaşanmıştır. Bu olayın ardından, o dönem “Cumhuriyet tarihinin en ağır ekonomik krizi” olarak nitelendirilen ekonomik kriz yaşanmıştır. Borsa düşmüş, repo faizler artmış, dolar ise iki katına çıkmıştır. Ayrıca işsizlik artmaya başlamış ve bazı bankalar iflas etmeye başlamıştır. Yaşanan olayların ardından hazinenin başına Dünya Bankası’nda görev alan Kemal Derviş getirilmiştir. Derviş yeni bir ekonomi programı hazırlamıştır (NTV,2011).

Toplumsal ve ekonomik anlamda Türkiye’de yaşanan 1999 Marmara depremi şüphesiz dönemin önemli olaylarından biridir. Yaşanan depremin ekonomik yıkımı da beraberinde getirdiği ve ağır bir ekonomik yüke neden olduğu söylenebilir. Depremin, sanayi bölgelerinin en yoğun olduğu Marmara’da meydana gelmesi, üretimi neredeyse durma konumuna getirmiştir. Deprem neticesinde özel sektör kuruluşlarının, kamu bankalarından aldıkları kredileri ödeyememeleri, vergilerin toplanamaması, depremin getirdiği zararların telafi edilmesi adına eldeki kaynakların harcanması gibi nedenler mali bakımdan fazlaca bir hasar yaratmıştır (Kızıltaş,2015:69).

Koalisyon hükümeti döneminde yaşanan bu önemli olaylar neticesinde, 2002 yılına gelindiğinde koalisyon hükümetinin amacı, AB uyum süreci açısından önem arz eden yasaların çıkarılması ve yaşanan ekonomik kriz sonrasında normalleşmenin yaşanması olmuştur.





2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergibilim Analizi

Bu olaylar göz önünde bulundurulduğunda, 2002 Türkiye Genel Seçimlerine gidilen süreçte koalisyon partilerinin yaşamış olduğu parti içi anlaşmazlıklar, koalisyon ortaklarının, cumhurbaşkanının ve başbakanın aralarında yaşadığı anlaşmazlıklar sebebiyle Türkiye’de siyasal anlamda istikrarsız ve güvensiz bir yapının oluştuğu çıkarımı yapılabilmektedir. 17 Ağustos 1999 depreminin ve Cumhurbaşkanı Sezer ile Başbakan Ecevit arasındaki Anayasa kitapçığı krizinin etkisiyle baş gösteren 2001 krizi nedeniyle o dönem Türkiye’de inişli çıkışlı, güven vermeyen kötü bir ekonomik yapının hakim olduğu yorumlaması yapılabilmektedir. Böyle bir ortamda gerçekleştirilen 2002 Türkiye Genel Seçimlerinin neticesinde, kimi çevrelere göre sürpriz olarak nitelendirilen ve beklenmeyen bazı sonuçların ortaya çıktığı söylenebilir.

2002 Türkiye Genel Seçimlerinde DSP, ANAP, MHP ve AK Parti, seçim kampanyaları için farklı reklam ajanslarıyla çalışmışlardır. DSP Klan Ajans ile, ANAP Terminal Ajans ile, MHP Advise Ajans ile ve AK Parti ise Arter Reklam Ajansı ile çalışmıştır. Bu süreçte ANAP, ilk kez seçmen olma heyecanı yaşayan sekiz milyon gence hitap etme noktasında odağını yoğunlaştırmıştır. AK Parti seçmenlere temas etme noktasında daha çok yüz yüze iletişim kurmayı tercih ederek mitingler gerçekleştirmiştir ve bu seçim döneminde en çok miting gerçekleştiren ikinci parti olarak dikkat çekmiştir (Aziz,2013).

3 Kasım 2002 tarihinde gerçekleştirilen genel seçimler 81 ili ve 85 seçim çevresini kapsamıştır. Yapılan seçime katılım oranı %79,13 olmuştur. %10’luk seçim barajı sebebi ile seçimde kullanılan geçerli oyların yaklaşık olarak %45 kadarı mecliste bir karşılık bulamamıştır. Seçimlere 18 siyasi parti katılırken, bunlardan yalnızca AK Parti ve CHP %10 olan seçim barajını aşma başarısı göstermişlerdir AK Parti geçerli oyların %34,28 kadarını alma başarısı yakalarken 363 milletvekili kazanmıştır. CHP ise geçerli oyların %19,39 kadarını alarak 178 milletvekili ile kendisine mecliste yer bulmuştur. Bunun yanı sıra 9 tane bağımsız aday da meclise girmiştir (YSK,2023).

2002 Türkiye Genel Seçim sonuçlarına bakıldığında DSP’nin almış olduğu oy oldukça dikkat çekicidir. Türk siyaset tarihinde ilk defa mevcut iktidarı oluşturan bir partinin oyunda %21 puanlık bir düşüş meydana gelmiştir. DSP’nin oy oranı %22’den, %1,22’ye kadar düşmüştür. Koalisyon hükümeti döneminde yaşanan ekonomik kriz, “faili meçhul” cinayetler, DSP’nin içerisinde yaşanan anlaşmazlıklar, Bülent Ecevit’in sağlık durumunun kötüye gitmesi ve buna rağmen görevine devam etme noktasında ısrar etmesi gibi nedenlerin, DSP’nin bu seçimlerde yaşamış olduğu oy düşüşüne zemin hazırlamış olduğu söylenebilir (Gökçe vd.,2002:2-3).

Demokratik Sol Parti 14 Kasım 1985’te kurulsun da Demokratik solun bir fikirsel akım ve siyasi eylem olarak başlangıcı 1960’lı senelere dek dayanmaktadır. Bu hareket ve akım, 1963 yılında, demokratik işçi hakları adına uğraş verilen ve neticesinde de zaferle sonuçlanan bir mücadele sayesinde hayata geçmiştir. Eski Cumhuriyet Halk Partisi’nde, parti içerisinde bir muhalefete evrilen bu devinime, ilk başta, “ortanın solu” ismi verilmiştir. O dönemlerde “sol”





kelimesini ağza almak pek de kolay değildir. Gerek DSP içerisinde gerekse de toplumdan yoğun tepkiler gelmiştir. DSP’de derin soluklu bölünmeler yaşanmıştır. O dönemlerde “sosyal adalet” kelimesi dahi şüphe yaratmaktaydı. Ancak DSP’nin kuruluşuna kadar uzanan bu hareketin fitilini ateşleyenlerin direnişi, Türkiye’de, “sol” kavramına siyasi ve meşru bir kimlik kazandırmıştır (DSP,2023).

2002 seçimleri öncesinde koalisyon ortaklarından olan ANAP ise 20 Mayıs 1983 tarihinde partinin kurucu lideri Turgut Özal’ın, İçişleri Bakanlığı’na ilettiği kuruluş dilekçesi neticesinde kurulmuştur. Parti Türk siyasetinde daha önce eşine benzerine rastlanmamış bazı çalışmaları ve yenilikleri de Türk siyasetine katmıştır. Parti örgütlenmesinden propaganda yöntemlerine, muhalefet ediş biçiminden hükümete gelince gerçekleştirdiği çalışmalara kadar ülke siyasetine yeni bir soluk katmayı başarmıştır (Belhan,2005:70). Turgut Özal ANAP’ı kurarken hiçbir siyasi oluşumun desteğine ihtiyaç duymadan, herhangi bir koalisyona katılmadan tek başına, adeta “tek adamlık” biçiminde iktidara gelme hayalleri içerisinde olmuştur. ANAP’ın Genel başkanlığını aynı zamanda kurucusu da olan Turgut Özal yaparken, Genel sekreterlik görevini Veysel Atasoy ve Genel Merkez sözcülüğü görevini ise Mükerrrem Taşçıoğlu icra etmektedir. ANAP’ın kurucu kadrosu ise işadamları, teknokratlar ve bürokratlardan oluşmaktaydı (Turgut,1986:140-141).

2002 seçimleri öncesi koalisyon ortaklarından MHP’nin kökenleri ise Alparslan Türkeş ve ordudan bir grup arkadaşınının 31 Mart 1965 tarihinde Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi’ni (CKMP) kurduğu sürece dayanmaktadır (Zurcher,2010:371). CKMP’ye katıldıkları günden itibaren partinin logosunun ve isminin değiştirilmesinden taraf olan Türkeş ve arkadaşları; Türkeş’in CKMP Genel Başkanı olmasının ardından, telaffuzu daha kolay olan ve daha akılda kalıcı bir isim ve parti logosu arayışı içerisinde girmişlerdir. Uğraşlar sonucunda, CKMP kongresi 8-9 Şubat 1969 tarihlerinde Adana’da toplanmış ve bu toplantı neticesinde partinin adı “Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)” ve logosu da “üç hilal” olarak değiştirilmiştir (Ağaoğulları,2006:215; Aykol,2011:95).

2002 seçimlerin galibi olan Adalet ve Kalkınma Partisi’nin (AK Parti), kuruluş süreci ise 14 Mayıs 2000’de gerçekleşen Fazilet Partisi 1. Kongresi’nde, Necmettin Erbakan’ın (gelenekçiler) aday Recai Kutun olurken, yenilikçiler ise Abdullah Gül’ü aday olarak göstermesi ile başlamıştır. Gül, Kutun’a karşı galip gelememiş olsa dahi, almış olduğu 521 oy, Fazilet Partisi içerisinde değişim isteyenlerin azımsanmayacak düzeyde olduğunu ortaya koymuştur. Yenilikçi zümrenin Fazilet Partisi’nden ayrılıp ayrılmayacağı münakaşaları sürerken, 22 Haziran 2001’de Anayasa Mahkemesi Fazilet Partisi’ni “laik cumhuriyet ilkesine aykırı eylemlerin odağı haline gelme” ithamı ile lağvetmiştir (Soğukoluk,2019:73-74). İlerleyen zamanda gelenekçi kanat “Saadet Partisi” adında bir parti kurarken, yenilikçi kanat farklı bir siyasi parti kurma yönünde ortak paydada buluşmuşlardır. 14 Ağustos 2001’de, Türk siyasi





2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergibilim Analizi

tarihindeki 39. Siyasi parti olma özelliğini taşıyan Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti), siyaset sahnesindeki yerini almıştır (Akdoğan,2004:9).

### 3. Bulgular

Bu başlık altında 2002 seçimlerinde kullanılan örnek olarak seçilen dört partiye ait afişler Barthes'in göstergibilim analizi çerçevesinde analiz edilmiştir. İlk olarak DSP'in sabah gazetesi arşivinden edinilen afişleri incelemeye alınmıştır.

Şekil 1: 2002 Türkiye Genel Seçimlerinde DSP'nin Seçim Afişleri



Kaynak: Sabah Gazetesi,2002, 2002e

**Gösteren:** İlk afişte gösteren olarak yüksek bir platformun üzerinde bulunarak halk ile buluşan ve halkı selamlayan Bülent Ecevit görseli kullanılmıştır. İkinci afişte ise bilgisayar ve bir erkek çocuğu görselleri gösteren olarak yer almaktadır.

**Gösterilen:** İlk afişte kullanılan gösteren ile alıcılara, halkının yanında olan, güçlü bir lider imajı verilmek istenmiştir. İkinci afişte kullanılan gösterenler yoluyla alıcıya, teknoloji çağına ayak uydurabilen yeni nesillerin yaratılması mesajı verilmeye çalışılmıştır.

**Düz Anlam:** DSP'nin 2002 Genel Seçimlerinde kullanmış olduğu ilk afişe bakıldığında, afişin en üst kısmında mavi fon üzerine beyaz yazı ile "İşte Sessiz Devrim!" sloganı yer almaktadır. Bu sloganın hemen altında DSP Genel Başkanı ve dönemin Başbakanı Bülent Ecevit'in halkı selamladığı bir görsel bulunmaktadır.

Bu görselin altında, ortalı bir biçimde "Biz söylediklerimizi yaptık, yapamayacaklarımızı söylemedik." sloganı ve sloganın altında gerçekleştirilen hizmetlerin







bulunduğu bir metin görülmektedir. Bu metnin altında yer alan “Biz güç odaklarının değil, halkın temsilcisiyiz.” sloganı ve hemen altında ise bu sloganın içeriğini oluşturan metinde gerçekleştirilen hizmetler seçmenlere sunulmuştur.

Bu metnin altında “Demokratik Sol Parti’ye oy verin, siyaseti kirletenlere ders verin!” sloganı yer almaktadır. Afişin sol altında oy pusulasında DSP logosuna vurulmuş evet mührü ve sağ alt kısımda ise parti logosu ve ismi yer almaktadır. Afişin en alt kısmında ise ortalı bir biçimde “Şimdi yine DSP zamanı” sloganı bulunmaktadır.

İkinci afişe bakıldığında, afiş ortadan ikiye bölünmüş bir biçimde hazırlanmıştır. Afişin en üst kısmında ortalı bir biçimde “Boş vaatler değil, hedef bilgi toplumu!” sloganı görülmektedir. Bu sloganın altında ve afişin sol tarafında “Diplomalı işsizler değil, hedef bilgi toplumu. Sınav kapılarında sürünmek değil, hedef bilgi toplumu. Hastane kuyrukları değil, hedef bilgi toplumu. Köyden kente göç değil, hedef bilgi toplumu. Adamına göre muamele değil, hedef bilgi toplumu.” şeklinde maddeler yer almaktadır. Bu maddelerin hemen altında “Daha ucuz ve hızlı interneti tüm Türkiye’ye yayacağız. Halkımıza eşit, adil, güvenilir ve saydam hizmet üretiminin yolu olan e-Devlet’i gerçekleştirmeye kesin olarak kararlıyız.” ifadeleri seçmenlerle buluşturulmuştur. Bu ifadelerin hemen sol altında oy mührünün DSP’ye vurulduğu bir seçim pusulası; sağ alt kısmında ise parti ismi ve logosu bulunmaktadır. Afişin sağ tarafında ise bilgisayarlar ve bir bilgisayarın ekranına bakmakta olan bir çocuk fotoğrafı bulunmaktadır. Afişte DSP’nin renklerini oluşturan açık mavi (turkuaz mavi), beyaz ve kırmızı renkler bulunmaktadır.

*Yan Anlam:* İlk afişte yer alan “İşte sessiz devrim!” sloganı DSP’nin ideolojik unsurlarını afişe yansıtan bir slogan olarak değerlendirilebilir. Devrim vurgusu radikal solun söylemi olsa da DSP’nin sol anlayışı daha ılımlıdır. Kemalist gelenekten gelerek bu bağlılığı dönüştürme iddiası taşımakla birlikte batı geleneğindeki sosyal demokrasinin Marksizm’in mirası olması sebebi ile kendisini demokratik sol olarak ifade etmeyi (Erdoğan, 1998) hedeflemektedir. Dolayısı ile radikal solun Devrimci yolu popülist bir söylem olarak afişte yerini almıştır. “Biz söylediklerimizi yaptık, yapamayacaklarımızı söylemedik.” sloganı ile verilen vaatlerin gerçekleştirildiği; gerçekleştirilmesi güç olan vaatlerin ise bilincinde olduğu ve yalnızca halkın oyunu alabilmek adına bu vaatlerin halka sunulması, halkın kandırılmadığı mesajı verilmeye çalışılmıştır. Bu slogan başlığı altında ise, Avrupa Birliği (AB) yolunun Türkiye’ye açılması konusuna da vurgu yapılmıştır. AB üyelik süreci tüm partilerde en önemli vaat olarak dönemin siyasal koşullarını yansıtan bir durumdur. “Biz güç odaklarının değil, halkın temsilcisiyiz” sloganının afişte yer alması Bülent Ecevit’e yönelik “halkçı” söylem mitinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Bülent Ecevit söyleminde “halk”, “köylü”, “işçi” ve esnaftan oluşan, emeği başkasının sömürüsüne dayanmayan, ayrıcalık gözetmeyen ve yönetimde ağırlığı olamayan ezilen kesimdir. (Erdoğan, 1998). Dolayısı ile halk vurgusu özellikle bu kesimi ve yönetimde yer bulamayan kesimi işaret







2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergibilim Analizi

etmektedir. Ayrıca bu başlık altında gerçekleştirilen hizmetlere yer verilmiş ve ülke içerisindeki terör örgütleri, karanlık yapılar ve faili meçhul cinayetlere yönelik verilen mücadelenin üzerinde durulmuştur.

İkinci afişte “Boş vaatler değil, hedef bilgi toplumu!” sloganıyla halka içi boş vaatlerde bulunulmadığı ve eğitime, bilgiye, teknolojiye önem verilerek dünyada yaşanan bilişim devrimine ayak uydurma yolunda çalışmalar yapılacağı halka verilen mesajlardan bir tanesidir.

Özellikle 2000’li yıllar bilgisayar ve internetin toplumsal alanda yaygınlaşmaya başladığı yıllardır. DSP bu alana yönelik olarak eğitim ve çalışma hayatı başta olmak üzere üretim, sağlık vb. gibi alanlarda gerçekleştirilecek düzenlemelerden söz edilmektedir. Dolayısı ile toplumsal alanda bilgi toplumu temelli kalkınmacı yaklaşımla değişimi vadetmektedir. Gelişimin dinamiklerini esas alan bu yaklaşımla özellikle genç seçmen kitlesine yönelik propaganda geliştirmiştir.

*Mit:* İlk afişte yer alan halkı selamlayan Bülent Ecevit görseli ile seçmenlere, DSP’nin ve Ecevit’in halk ile iç içe olduğu ve halktan kopmadığı mesajı verilerek; halk desteğinin arkalarında olduğu iması yapılmaya çalışılmıştır. Devrim vurgusunun afişin üst kısmında yer alması değişimin zihinlerde DSP ile anılması mitini yansıtmaktadır. İkinci afişte ise yer alan bilgisayar ekranına bakan genç görseli değişen dünya mitini yansıtmaktadır.

Çalışma içinde ele alınan bir diğer parti ise Anavatan Partisidir. ANAP afişlerine yönelik analiz aşağıdaki gibidir.

Şekil 2: 2002 Türkiye Genel Seçimlerinde ANAP’ın Seçim Afişleri



Kaynak: Sabah Gazetesi,2002a-2002b-2002ç

Gösteren: İlk afişte kötü doğa şartları, iyi doğa şartları ve yol gösteren olarak yer almaktadır. İkinci afişte bir kız çocuğu görseline yer verilmiştir.





Gösterilen: İlk afişte birinin iyi bir netice ile diğerinin ise kötü bir netice ile sonuçlanabileceğinin ifade edilmeye çalışıldığı; bir iyi doğa şartlarına sahip, bir de kötü doğa şartlarına sahip iki yol alıcıya sunulmak istenmiştir. İkinci afişte ise gözleri parlayan, mutlu, güler yüzlü ve gelecek adına umut veren nesillere değinilmek istenmiştir.

*Düz Anlam:* İlk afişin ortadan ikiye ayrılmış bir biçimde tasarlandığı göze çarpmaktadır. Afişin sol kısmında kapalı ve şimşek çakan, bunaltıcı bir hava ile sola doğru devam eden bir yol görseli yer almaktadır. Bu görselin üst kısmında “Türkiye’nin geleceği kimi elinde?” sorusu ve bu sorunun altında “Bir yanda Türkiye’yi çağın gerisine taşıyacak, istikrarsızlığı getirecek, karanlık günlere sürükleyecek, umutları ve geleceği yok edecek olanlar...” metni bulunmaktadır. Afişin sağ tarafında ise açık bir havanın, yeşilliklerin, dağların bulunduğu iç açıcı bir ortam ve sağa doğru devam eden bir yol görseli bulunmaktadır.

İkinci afiş görselinin üst kısmında ise “Türkiye’nin geleceği senin elinde!” sloganı ve bu sloganın altında “Bir yanda Türkiye’yi Avrupalı kadar özgürleştirecek, aydınlık bir geleceğe taşıyacak Anavatan Partisi. Türkiye bir yol ayrımında. 3 Kasım’da seni büyük bir seçim bekliyor, karar senin!” metni yer almaktadır. Afişin sağ kısmının sağ alt kısmında “Anavatan’a evet! Çünkü bu hepimizin geleceği.” sloganı ve parti logosu vardır. İkinci afişte is afişin en üst kısmında ortalı olarak “Karar vermeden önce çocuğunuzun gözüne bakın” sloganı bulunmaktadır. Bu sloganın altında gözleri parlayan ve gülümseyen bir kız çocuğu fotoğrafı yer alırken; çocuğun alnının üzerine denk gelecek biçimde “Umutların vardı, yitirdin... Şimdi onun gözlerine bak. Umut karşında! Yeniden başlayacak gücün kalmadı... Şimdi onun gözlerine bak, Güç karşında! Kızdın, sinirlendin, belki yanlış karar verdin. Şimdi onun gözlerine bak. Doğru karşında! Geleceğe güvenini kaybettin. Şimdi onun gözlerine bak. Gelecek karşında!” metni afişe eklenmiştir. Afişin sol alt kısmında “Anavatan’a evet! Çünkü bu hepimizin geleceği.” Sloganı görülmektedir. Afişin sağ alt kısmında ise oy mührü ANAP’a vurulmuş olan bir oy pusulası yer almaktadır.

*Yan Anlam:* İlk afişin sol tarafında yer alan kapalı ve şimşek çakan hava, bunaltıcı bir ortam görseli ile “Bir yanda Türkiye’yi çağın gerisine taşıyacak, istikrarsızlığı getirecek, karanlık günlere sürükleyecek, umutları ve geleceği yok edecek olanlar...” sözü bir bakıma betimlenmek istenmiştir. “çağın gerisine taşıma” ifadesi ANAP’ın 1980’ler sonrası merkez sağ partilerin ideolojik unsurlarını yansıtmaktadır. ANAP, merkez sağda yer alan ve muhafazakarlığı benimseyen partiler arasında, tüzük ve programında muhafazakarlığı tanımlama çalışmalarına başlayan ilk partidir. Ancak liberal politikaların da mimarı olması partinin ideolojik unsurları içinde yer almaktadır. Ayrıca Turgut Özal’dan sonra ANAP’ın siyasi kimliğinde liberalizm öne çıkmıştır (Çavuşoğlu,2010). Dolayısı ile çağın gereklerine uygun bir parti görüntüsünü afişe yansıtmıştır.





2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergibilim Analizi

İkinci afişte “Karar vermeden önce çocuğunuzun gözüne bakın” sloganı seçmelerin duygu durumlarına yönelik bir etkiyi hedeflemektedir. “Anavatan’a evet! Çünkü bu hepimizin geleceği!” sloganı ile birlik ve beraberlik vurgusu içinde sürdürülebilir bir siyaset anlayışını seçmene empoze etmeyi hedeflemiştir. Seçmenin temel motivasyon kaynağının çocuklar olduğu ve yorulup, umutsuzluğa kapılıp, yanlışa düşüldüğünde çocuklardan güç alınarak yeniden ayağa kalması gerektiği hususunda bir mesaj verilmek istenmiştir.

Kız çocuğu görseli toplumsal cinsiyet tartışmalarına yönelik bir vurgudur. Kız çocuğu ile umudun vurgulandığı afişte toplumsal cinsiyet tartışmalarında, kadın erkek eşitsizliği üzerine toplumsal alanda yaşanan, örneğin kız çocuklarının okutulmaması gibi sorunlara yönelik ip uçları barındırmaktadır.

Afişin sağ tarafında yer alan, içerisinde yeşilliklerin, güneşli, güzel bir havanın, dağ manzaralarının ve sağa doğru devam eden bir yolun bulunduğu görsel ile seçmene, gelecekteki güzel günlerin bir betimlemesi yapılmak istenmiştir.

Afişin sağ kısmında bulunan “Bir yanda Türkiye’yi Avrupalı kadar özgürleştirecek, aydınlık bir geleceğe taşıyacak Anavatan Partisi. Türkiye bir yol ayrımında. 3 Kasım’da seni büyük bir seçim bekliyor, karar senin!” metni liberalizmin düşünsel temellerine vurgu yapan bu slogan özgürleşme kavramını batı ile kıyaslayarak sunmuştur. Bu durum batı tipi modernleşmenin bir göstergesi olarak yer alabilir.

Mit: ANAP’ın çağın gereklerini taşıyan parti miti afişte işlenmiştir. Dolayısı ile bu mit partinin ideolojik altyapısı ile örtüşmektedir. Çağdaşlığı batı tipi siyasal düzen olarak yorumlanan genel kanı dikkate alındığında liberalizmin özellikle 1980 sonrası süreçte ANAP ile özdeşleştirilmesi bu miti ortaya çıkarmaktadır.

Kız çocuğu görselinin ön planda tutulduğu afişte verilen mesaj “umut” ve “gelecek” tir. Özellikle bir kız çocuğu görselinin yer alması dezavantajlı gruplarda dahil olmak üzere tüm toplumun geleceğinin garanti altına alınacağına yönelik bir mesajı içermektedir.

Çalışma kapsamında ele alınan bir diğer parti ise Milliyetçi Hareket Partisidir. Partiyeye ait afişler ve analiz aşağıdaki gibidir:

*Şekil 3. 2002 Türkiye Genel Seçimlerinde MHP Seçim Afişi*





Kaynak: Sabah Gazetesi,2002c., 2002d.

**Gösteren:** MHP'ye ait ilk afişte kalem tutan bir el ve parti lideri Devlet Bahçeli'nin görselleri, gösteren olarak bulunmaktadır. İkinci afişte Devlet Bahçeli ve farklı niteliklere, konumlara ve özelliklere sahip olan insanlar afişte gösteren olarak yer almaktadır.

**Gösterilen:** İlk afişte kalem tutan el görselinin, Türkiye'nin AB üyeliğinde atacağı imzanın görsel bir yansıması olarak afişe eklendiği yorumu yapılabilmektedir. Devlet Bahçeli ise güçlü ve kararlı bir parti lideri imajı yaratmak amacıyla afişteki yerini almıştır. İmza kaleminin ciddiyeti, resmi işlemleri simgelemesi açısından seçmenlere verilmek istenen mesajı yansıtmaktadır. MHP isminin ise mavi renkte oluşu dikkat çekici bir unsur olarak yer almaktadır. AB renklerinin parti ismine yansıtılması bu konudaki kararlılığı ve dış politika tutumunu yansıtmaktadır. Bu durum afişte yer alan yazılarda da kendini göstermektedir. İkinci afişte birbirlerinden farklı yaşam tarzlarına, çalışma alanlarına, etnik kökenlere, yaş aralığına vb. unsurlara sahip olan Türk insanının bir arada çalışarak başarı elde edebileceğine inan bir MHP ve Devlet Bahçeli olduğu mesajı verilmek istenmiştir.

**Düz Anlam:** İlk afişteki MHP seçim afişi incelendiğinde, afişin en üst kısmında, imza atan kalemi tutan bir el fotoğrafı görülmektedir. Bu fotoğrafın altında, kırmızı fon üzerine beyaz yazı ile yazılmış "Onurlu bir imza için" sloganı bulunmaktadır. Bu sloganın altında ortalı bir biçimde "Bugün 'kayıtsız şartsız evet' demekten sıkılmayan politikacılar, 1999'a kadar Avrupa Birliği sürecinde birbirlerini suçladılar. O günlerde meydanlarda, ekranlarda Avrupa Birliği'nin 'Batı Kulübü' olduğunu veya Türkiye'ni dayatmalarla karşı karşıya olduğunu iddia edenler, şimdi dediklerini unutmamızı istiyorlar. Onların acelesi var. Yaklaşan seçim sürecinde Milliyetçi Hareketi Avrupa Birliği karşıtı gösterebilirlerse bir dönem daha mecliste yer bulabileceklerini umuyorlar. Milliyetçi Hareket Türkiye'nin Avrupa Birliği







2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergibilim Analizi

üyeliğine karşı çıkmadı, ama haklı uyarılarda bulundu. Çünkü biz: Türkiye'ye uygulanan çifte standartlara ve dayatmalara karşıyız. Hakkımız olan süreçlerin başlamasını istiyoruz. Yıllardır Avrupa'nın güvenliği için yaptığımız fedakarlıkların karşılığını bekliyoruz. Avrupa Birliği'nin Türkiye'ye tutarlı ve dürüst davranmasını istiyoruz. Terörün her yerde lanetlenmesini ve ayrımcılık yapılmamasını şart koşuyoruz. Biz AB üyelik anlaşmasına onurlu bir imza atmak istiyoruz. *"Bugün 'kayıtsız şartsız evet' demekten sıkılmayan politikacılar, 1999'a kadar Avrupa Birliği sürecinde birbirlerini suçladılar. O günlerde meydanlarda, ekranlarda Avrupa Birliği'nin 'Batı Kulübü' olduğunu veya Türkiye'ni dayatmalarla karşı karşıya olduğunu iddia edenler, şimdi dediklerini unutmamızı istiyorlar. Onların acelesi var. Yaklaşan seçim sürecinde Milliyetçi Hareketi Avrupa Birliği karşısı gösterebilirlerse bir dönem daha mecliste yer bulabileceklerini umuyorlar. Milliyetçi Hareket Türkiye'nin Avrupa Birliği üyeliğine karşı çıkmadı, ama haklı uyarılarda bulundu. Çünkü biz: Türkiye'ye uygulanan çifte standartlara ve dayatmalara karşıyız. Hakkımız olan süreçlerin başlamasını istiyoruz. Yıllardır Avrupa'nın güvenliği için yaptığımız fedakarlıkların karşılığını bekliyoruz. Avrupa Birliği'nin Türkiye'ye tutarlı ve dürüst davranmasını istiyoruz. Terörün her yerde lanetlenmesini ve ayrımcılık yapılmamasını şart koşuyoruz."* Biz AB üyelik anlaşmasına onurlu bir imza atmak istiyoruz." metni yer almaktadır. Bu metnin altında parti kısaltması ve üç hilalli bayrak ve hemen altında "Türkiye'nin onurlu geleceği" sloganı vardır. Afişin sol alt kısmında MHP lideri Devlet Bahçeli'nin sağ profilden ileriye bakan bir fotoğrafı görülmektedir.

İkinci afişte yer alan MHP seçim afişi incelendiğinde, afişin sağ üst kısmında parti lideri Devlet Bahçeli'nin sağ profilden ileriye doğru bakan bir fotoğrafı görülmektedir. Bu fotoğrafın hemen sağında çocukların, yetişkinlerin, yaşlıların olduğu ve kentli-köylü statü ayrımı yapılmadan, tüm bireylerin bir arada bulunduğu bir görsel yer almaktadır. Bu görselin altında "Türk insanına güveniyoruz" sloganı bulunmaktadır. Sloganın altına, ortalı bir biçimde "Türk milletinin hesapsız vaatlere değil, zaten kendinde var olan gücünü tekrar haekete geçirecek ve önünü açacak bir yönetime ihtiyacı var. Türk insanı 3 Kasım'da layık olduğu onurlu geleceğini kendi belirleyecek." metni yerleştirilmiştir. Afişin en alt orta kısmında partinin kısaltması, üç hilalli bayrak ve onlarında altında "Türkiye'nin onurlu geleceği" sloganına yer verilmiştir.

*Yan Anlam:* Slogan metni bütünsel olarak değerlendirildiğinde milliyetçi simgeleri görmek mümkündür. Özellikle onurlu imza vurgusu batı karşısındaki ulusal çıkarları ve değerleri korumaya yönelik bir anlamla yorumlanabilir. Partinin ana hedefleri arasında Türk milliyetçiliğini korumak, Türk devletinin bütünlüğünü ve egemenliğini güçlendirmek, Türk kültürünü ve değerlerini korumak ve Türk toplumunu bir arada tutmak yer almaktadır (MHP, 2007). Dolayısı ile AB konusundaki afişte yer alan işaretler milliyetçi bir perspektifi yansıtmaktadır.







İkinci afişin üst kısmında yer alan, çocukların, yetişkinlerin, yaşlıların olduğu ve kentli-köylü statü ayrımı yapılmadan, tüm bireylerin bir arada bulunduğu görsel ve bu görselin hemen altında yer alan “Türk insanına güveniyoruz” sloganı ile hem milli birlik ve beraberlik vurgusu yapılmak istenmiş; hem de Türk halkını oluşturan her yaştan, her cinsiyetten, her toplumsal tabakadan bireye duyulan güven seçmenlere iletmeye çalışılmıştır.

Afişte genel itibari ile milliyetçi simgeler Türk halkı vurgusu ile ön plana çıkarılmıştır. Ayrıca görsel içinde Atatürk portresi Türk milliyetçiliğini sembolize etmektedir. Afişte gelenekselliği vurgulayan insan portreleri de ön plandadır. Bu durum partinin ideolojisinde milli kimliğin korunması, Türk kültürünün yaşatılması gibi unsurları yansıtmaktadır.

*Mit:* İlk Afişte yer alan imzanın üstte yer alması resmi bir süreci ve bu sürece yönelik otorite ve gücü simgelemektedir. MHP'nin Türk devletinin, devletin gücünü ve otoritesini desteklemeyi hedefleyen politikalar dikkate alındığında “devletçi” mitini oluşturmaktadır.

İkinci afişte Geleneksel motifler işlenerek kalkınmanın gücü ile halkı yüreklendirmek hedeflenmiştir. Türkiye'yi geliştirebilecek güce sahip olan Türk halkı, iktidar olarak MHP'yi seçmeli. Türk halkının içerisindeki güç, MHP tarafından açığa çıkarılabilir ve bu sayede Türkiye layık olduğu onurlu geleceğe kavuşabilir.

Çalışma kapsamında incelenen bir diğer parti Adelet ve Kalkınma Partisidir. Partije ait afiş görselleri ve incelemesi aşağıdaki gibidir.

Şekil 4. 2002 Türkiye Genel Seçimlerinde AK Parti Seçim Afişi



Kaynak: Arter Reklam Ajansı, 2002.

*Gösteren:* Çalışmada incelenen ilk AK Parti afişinde seçim mührü, oy pusulası ve parti lideri Erdoğan görselleri gösteren olarak kullanılan unsurlar olmuşlardır. İkinci afişte ise Birçok insanın bir arada bulunduğu görsel bu afişte gösteren işlevini görmektedir.





2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergebilim Analizi

*Gösterilen:* İlk afişte AK Parti'ye oy verilen bir oy pusulası ve parti lideri Erdoğan'ın gösteren olarak kullanıldığı afişte seçmenlere, oy kullandıkları anın ve oy verecekleri parti ile parti liderinin gösterilmesi amaçlanmıştır. İkinci afişte farklı özelliklere ve niteliklere sahip insanların Türkiye'de bir arada yaşayabileceği vurgulanmak istenmiştir.

*Düz Anlam:* AK Parti'nin 2002 genel seçimlerinde kullanmış olduğu yukarıdaki ilk afişe bakıldığında, afişin en üst kısmında beyaz fon üzerine siyah yazı ile "Türkiye için!" sloganı görülmektedir. Bu sloganın hemen altında fon rengi, partinin de rengi olan sarı renge dönmüştür ve sarı fon üzerinde siyah yazı ile "Tek başına işbaşına!" sloganı yer almaktadır. "Tek başına işbaşına!" sloganının hemen sağında AK Parti'nin kurucu başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın hafif kendi sağına dönük bir biçimde duran ve ileriye bakan fotoğrafı, vesikalığa benzer bir açı ile sadece kafası görünecek biçimde bulunmaktadır. Afişin alt kısmında ise, solda oy pusulasında AK Parti'ye oy veren bir seçmen eli bulunurken, sağ kısımda ise AK Parti'nin logosu yer almaktadır.

İkinci afişin sol üst kısmında çocuk, yetişkin, yaşlı erkek ve kadınların bulunduğu bir fotoğraf görülmektedir. Bu fotoğrafın sağ tarafında "Biz Türkiye'nin Yunus'u, Mevlana'sı, Pir Sultan Abdal'ıyız..." sloganı yer almaktadır. Afişin sol alt kısmında "Her şey Türkiye için!" sloganı bulunurken; afişin sağ alt kısmında parti logosu olan, ışık saçan ampul ve parti kısaltması vardır.

*Yan Anlam:* İlk afişteki "Türkiye için!" sloganı ile AK Parti'nin iktidara gelmeyi isteyişinin sebebi olarak Türkiye'yi ileriye taşıma gayesi gösterilmiştir. AK Parti'nin, ülkeyi geliştirmek adına bu göreve talip olduğu vurgusu yapılmak istenmiştir.

"Tek başına işbaşına!" sloganı ile seçmenlere, 2002 seçimlerinden önceki dönemde iktidarda bulunan koalisyon hükümetinin anlaşmazlıkları ve bunun neticesinde ortaya çıkan siyasi, ekonomik vb. sorunlar hatırlatılmak istenmiş ve AK Parti'nin bir koalisyon ile değil, tek başına hükümeti kurmasının önemi ve gerekliliği vurgulanmak istenmiştir. Afiş genel itibarı ile verilmek istenen mesajı çok basit ve açık bir şekilde vermiştir. Diğer afişlere nazaran daha az yazının olduğu seçmenin zihninde iç politikadaki siyasi istikrarsızlıkları yansıtan slogan tercih edilmiştir. Böylece koalisyon dönemlerine yönelik bir uyarıyı içermektedir. Seçilen afişte partinin kendini tanımladığı muhafazakâr demokrat ideolojiye yönelik ipuçları yer almasa da tek başına iktidar hedefi farklı kesimlerin desteği ile gerçekleşecektir. Dolayısı ile partinin muhafazakâr ideolojisini muhafazakâr demokrat olarak ifade etmesinin temel gayesi hem muhafazakâr değerlerin korunmasını hem de demokratik kurumların ve süreçlerin önemini vurgulamaktır. Bu noktada daha geniş bir toplumsal kesime ulaşma hedeflenmiştir.

İkinci afişte bahsedilen "Biz Türkiye'nin Yunus'u, Mevlana'sı, Pir Sultan Abdal'ıyız..." sloganı incelendiğinde; Yunus, Mevlana ve Pir Sultan Abdal'ın, Anadolu'nun farklı konumlarında yaşamış olmalarına ve farklı düşünce tarzlarına sahip olmalarına rağmen, gerek Anadolu kültürü açısından, gerekse de yaşarken ortaya koymuş oldukları dini tasavvufi





düşünce ve eserlerle İslam kültürü açısından önemli şahsiyetler olduğu söylenebilmektedir. Böylece bu slogan ile seçmene, her kesimden, her düşünceden, her coğrafyadan insana saygı duyuyoruz mesajı verilmek istenmiştir. “Her şey Türkiye için!” sloganı ile AK Parti, iktidara gelme isteklerinin kendi menfaatleri doğrultusunda olmadığını ve tüm Türkiye’nin iyiliği adına iktidara gelmek istediklerini seçmenlere iletmek istemiştir.

*Mit:* Afişlerde genel olarak Türkiye vurgusu ile lider görseli “güçlü lider” miti olarak yorumlanabilir. Ayrıca Anadolu coğrafyasındaki önemli şahsiyetler ile geleneksel yapılarla vurgu yapılarak geniş bir seçmen kitlesi hedeflenmiştir.

## Sonuç

Çalışmada elde edilen bilgiler ve gerçekleştirilen incelemeler neticesinde, Türkiye’de 2002 seçimleri öncesinde yaşanan birtakım olaylar sonucunda ortaya çıkan siyasal, ekonomik ve toplumsal yapının, DSP, ANAP, MHP ve AK Parti tarafından 2002 Türkiye Genel Seçimlerinde kullanılan afişlere yansıtıldığı gözlenmektedir.

Çalışmada ele alınan ve siyasi parti afişlerinin incelendiği ilk bölüm olan DSP’nin ideolojisi, sosyal demokrasi ve sol değerlere dayanmaktadır. Parti, sosyal adalet, eşitlik, toplumsal refah ve demokratik yönetim ilkelerini benimsemektedir. Dolayısı ile seçim afişlerinde bu yöndeki vurguları görmek mümkündür. Özellikle DSP’nin iktidarda olduğu sürede eğitim alanında gerçekleştirdiği değişiklikler, diplomalı işsizleri azaltabilmek adına çalışma hayatında gerçekleştirdiği Sosyal Güvenlik Yasası gibi hizmetler, doğrudan olmasa bile, dolaylı yoldan afişte bahsedilen konuyu oluşturmaktadır. DSP sol bir perspektiften sosyal adalet ve demokratik değerlere vurgu yapan bir ideolojik söylem geliştirdiğinden afişlerinde özellikle Atatürk ilke ve inkılaplarının koruyucusu rolünün üstlenildiğinden bahsedildiği görülmektedir. Bu bağlamda Atatürk ilkelerinden özellikle dönemin toplumsal siyasal koşullarına gönderme yaparak laikliğe vurgu yapmıştır. Ayrıca hem toplumsal hem de siyasal bir sorun olan terör ve faili meçhul cinayetlere afişlerinde yer verdiği görülmektedir. DSP’nin dış politika anlayışında barışçıl ilişkiler, işbirliği ve uluslararası hukukun önceliğine yönelik bir ideoloji benimsediği görüldüğünden AB uyum süreci vurgulanan konular arasındadır. Bu durum diğer afişlerde de dış politika hedefi olarak yer aldığı görüldüğünden aslında ideolojik bir farklılıktan ziyade AB’ye yönelik dönemin popülist söylemi olarak da okunabilir.

Çalışmada ANAP seçim afişleri değerlendirildiğinde genel itibari ile Avrupa vurgusu dikkat çekmektedir. ANAP ve özellikle Turgut Özal 24 Ocak kararlarının mimarı olarak ekonomik liberalizmin ve kalkınmanın en önemli temsilcisi konumundadır. Parti merkez sağ çizgide geliştirdiği ideolojisinde serbest piyasa ekonomisini ve özel sektörün güçlendirilmesini; Türkiye’nin ulusal çıkarlarını korumayı ve güçlü bir uluslararası konum elde etmeyi önemsemektedir. Bu nedenle ANAP seçim afişinde, ilk olarak 1987 yılında, Turgut Özal iktidarında başlatılan ve 2000’li yılların başında da önemini koruyan AB üyeliği sürecine





2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergibilim Analizi

ilişkin Avrupa karşılaştırması dikkat çekmektedir. Türkiye'nin önünde iki yol olduğu ifade edilmekte ve bu yollardan biri karanlık diğeri ise çağın gereklerine uygun Avrupa ülkeleri ifadesi ile aydınlık olarak nitelendirilmektedir.

MHP ideolojisi, milliyetçilik, ülkücülük ve Türk milli değerlerine dayanmaktadır. Parti, Türk milletinin birliğini, bağımsızlığını, egemenliğini ve kültürel değerlerini koruma amacına yönelik söylem geliştirmiştir. Dolayısı ile seçim afişlerinde özellikle geleneksel değerlere vurgu yaptığı görülmektedir. MHP seçim afişlerinde, AB üyeliği süreci ve AB uyum süreci konularının direkt olarak yer aldığı görülmektedir. Ayrıca o dönem yaşanan olaylar ile doğrudan veya dolaylı olarak ilişkilendirilebilecek bir unsur göze çarpmamaktadır. Genel itibari ile dış politika ve genel siyasete yönelik olarak ideolojik vurguları ön plana çıkardığı görülmektedir. Dış politika alanında Türkiye'nin milli çıkarlarını ve güvenliğini koruma amacı ile Türkiye'nin bölgesel güç olması yönündeki parti politikalarına uygun olarak AB üyelik sürecini "onurlu" ifadesi ile tanımladığı görülmektedir. Milliyetçiliğe yönelik vurguların yine afişlerde sıklıkla göz önüne alındığı görüldüğünden toplumsal ve ekonomik olaylardan ziyade bakış açısını afişlere yansıttığı söylenebilir.

AK Parti muhafazakar demokrat kimliği ile ön planda olan bir parti olarak liberal ekonomi ve milli değerlere dayalı bir söylem geliştirmiştir. AK Parti'nin seçim afişlerinde siyasal istikrarsızlığa vurgu yaptığı görülmektedir. Yeni kurulan bir parti olarak bir önceki dönem siyasal olaylarına gönderme yaparak örtülü bir muhalefetle seçim kampanyasını sürdürmüştür. Afişleri incelendiğinde; kullanılan "Tek başına işbaşına!" sloganı aracılığıyla, 2002 seçimleri öncesinde görev alan koalisyon hükümetine ve hükümetteki çok başlılık nedeniyle yaşanan gerek siyasi, gerek ekonomik istikrarsızlıklara dair doğrudan bir vurgu yapıldığı görülmektedir. Ayrıca diğer afişlerden görsel anlamda da farklı olarak liderin ve verilmiş istenen mesajın kısa ve net bir şekilde sunulduğu görülmektedir.

Yapılan analizler ve incelemeler bağlamında, siyasi partiler tarafından seçim dönemlerinde sıklıkla kullanılan bir propaganda aracı olan afişlerin hazırlanması esnasında; bir ülkede yaşanan olaylar neticesinde ortaya çıkan siyasal, ekonomik ve toplumsal yapının dikkate alınarak, seçim afişlerine yansıtıldığı söylenmesi yanlış bir çıkarım olmayacaktır. Siyasal, toplumsal ve ekonomik olayların afişlere yansıtılmasında partilerin ideolojik bakış açıları ile popülist söylemlerin etkisi de görülmektedir. Partiler için de bir değerlendirme yapıldığında tüm partilerin AB konusunda ortak bir tutum sergilediği görülmektedir. AK Parti'nin ise siyasal sistemin yarattığı koalisyon hükümetlerine yönelik göndermeye vurgu yaptığı görülmekle birlikte, AK Parti'nin sloganlarını afişe yansıttığı ve daha kısa cümlelerin afişte yer aldığı görülmektedir.

Temel gayeleri siyasi iktidara gelmek ya da mevcut siyasi iktidarını korumak olan siyasi partilerin, halkın isteklerine ve oluşan siyasal, ekonomik ve toplumsal yapıya kayıtsız







kalmaları oldukça güç durumudur. Çalışmada yer alan ilgili örnek olaylar ve afişler göz önünde bulundurulduğunda bu durum daha iyi bir biçimde anlaşılmaktadır.

### Kaynakça

- Acar, Dilşad. 2006. "Siyasal Kültür – İdeoloji – Medya Bağlamında, Ulusal Gazetelerin 2002 Genel Seçimleri Öncesi Gündem Oluşturan Siyasi Nitelikli Haberleri Üzerine Betimleyici Bir Araştırma". Yüksek Lisan Tezi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Ağaoğulları, Mehmet Ali. 2006. Aşırı Milliyetçi Sağ. İrvin Cemil Schick ve Ertuğrul Ahmet Tonak (Der.). *Geçiş Sürecinde Türkiye içinde* (189-236.), İstanbul: Belge Yayınları.
- Akdoğan, Yalçın. 2004. *AK Parti ve Muhafazakâr Demokrasi*. 1. Baskı, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Akşin, Sina. 2014. Siyasal Tarih (1995-2003). B. Tanör, K. Boratav, A. Ödekan, S. Akşin (Ed.). *Türkiye Tarihi 5 Bugünkü Türkiye 1980-2003 içinde* (163-184), İstanbul: Cem Yayınları.
- Arter Reklam Ajansı AK Parti Arşivi. <https://www.arter.com.tr/#ak-parti> (Erişim Tarihi: 04.05.2023).
- Aydın, Suavi ve Taşkın, Yüksel. 2015. *1960'tan Günümüze Türkiye Tarihi*. 3. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aykol, Hüseyin. 2011. *Bölüne Bölüne İktidar Olmak: Türkiye'de Sağ Örgütler*. 1. Baskı, Ankara:Phoenix Yayınları.
- Aziz, Aysel. 2013. *Siyasal İletişim*. Ankara:Nobel Yayınevi.
- Bahar, Tezcan. 2006. "Atölye Derslerinde Afiş Konusunun Ele Alınış Biçimleri Üzerine Bir Araştırma".Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Samsun.
- Barthes, Roland. 1979. *Göstergebilimi İlkeleri*, (çev. Berke Vardar-Mehmet Rifat), Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Barthes, Roland. 2015. *Bir Deneme Bir Ders: Eiffel Kulesi ve Açılış Dersi*, (Çev., Mehmet Rifat, Sema Rifat), 2. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, Roland. 2016. *S/Z*. Çev., Sündüz Öztürk Kasar. Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Barthes, Roland. 2017. *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*. Çev., Ayşenaz Koş. Ömer Albayrak. 2. Baskı. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Demir, Yılmaz ve İlden, Seyfi. 2016. Seyfi Teoman Filmlerinin Göstergebilimsel Afiş Çözümlemesi. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 9(17), 79-11.
- Belhan, Şeyda. 2005. "Anavatan Partisi'nin Kuruluşu Ve İktidara Gelişi". Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, İzmir.
- Boyle, Kevin. 2004. Human Rights, Religion and Democracy: The Refah Party Case. *Essex Human Rights Review*. 1(1):3-4.
- Cirit, Ayşe. 2004. "Türkiye'de Siyasal Reklamcılığın Gelişimi ve 2002 Genel Seçimleri Yazılı Basın Reklamlarının Analizi". Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Çavuşoğlu, Hüseyin. 2010. Anavatan Partisi ile Doğru Yol Partisi'nin Karşılaştırmalı Analizi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 9(1), 19-33







2002 Türkiye Genel Seçim Afişlerine Yönelik Göstergibilim Analizi

- Çelik, Kubilay. ve Çetiner, Melda. 2015. *Türkiye 13 Yıl Aradan Sonra "Koalisyonu" Tartışıyor*. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/turkiye-13-yilaradan-sonra-koalisyonu-tartisiyor/36309> (Erişim Tarihi: 12.03.2023).
- Demir, Sedat. 2009. "Göstergibilim, Umberto Eco Ve Yapıtları Bağlamında Göstergibilime Katkıları". Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Demirkanoglu, Yahya. 2020. Hukukun Üstünlüğü Bakımından Türkiye'nin Avrupa Birliği Karnesi: 10-11 Aralık 1999 Helsinki Zirvesi Sonrası Dönem Üzerine Bir İnceleme. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Volume: 8 Issue: Economics an Administrative Sciences, 161-174. DOI: 10.18506/anemon.761614
- Demokratik Sol Parti Resmi Web Sitesi (2023). *Tarihçe*. <https://www.dsp.org.tr/dsp/tarihce/> (Erişim Tarihi: 24.03.2023).
- Dinçer, Aslıhan. 2006. "Siyaset Dili (3 Kasım 2002 Genel Seçimlerindeki Gazete Siyasî Reklamlarının Göstergibilimsel Açından Çözümlemesi)" Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Erdoğan, Necmi. 1998. Demokratik Soldan Devrimci Yol'a 1970'lerde Sol Popülizm Üzerine Notlar. *Toplum ve Bilim*, no.78, 22-37.
- Gökçe, Orhan, Akgün, Birol, vd. 2002. 3 Kasım Seçimlerinin Anatomisi: Türk Siyasetinde Süreklilik ve Değişim. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2 (4), s.1-44.
- Göksu, Oğuz. 2019. AK Parti'nin Seçim Stratejileri ve Siyasal Kampanyaları: 2002-2014 Dönemi Analizi. *Turkish Studies Dergisi*, 14(3), 589-621, <https://doi.org/10.29228/TurkishStudies.22907>
- Gülarslan, Kamuran. 2008. "3 Kasım 2002 Genel Seçimlerinde DSP, ANAP, MHP, CHP ve GP'nin Seçim Kampanyalarında Kullandığı Gazete Reklamlarının İncelenmesi". Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Kapusızoğlu, Mehmet. 2011. Ekonomik Kriz, 2002 Seçimleri ve Seçmen Tercihi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 3(2), 121-131.
- Kara, Muzaffer Ayhan. 2004. *Türk Siyasal Yaşamında 1961 Sonrası Bir Olgu Demokrasi Ve Uzlaşma Kültürü Açısından Koalisyonlar*. İstanbul: Otopsi Yayınları.
- Kızıltaş, Servet. 2015. "28 Şubat Sürecinin Ekonomik Yansımaları". Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- MHP. 2007. [https://mhp.org.tr/usr\\_img/\\_mhp2007/kitaplar/mhp\\_parti\\_programi\\_2009\\_opt.pdf](https://mhp.org.tr/usr_img/_mhp2007/kitaplar/mhp_parti_programi_2009_opt.pdf), (Erişim Tarihi: 04.05.2023).
- NTV. 2011, 19 Şubat. *MGK'da Anayasa fırlatma krizinin 10. yılı*. [https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/mgkda-anayasa-firlatma-krizinin-10-yili,1BMjPUws0S1BrB8UVAp9Q/Jm1oaaUhc0CQI4gi\\_nZRXw](https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/mgkda-anayasa-firlatma-krizinin-10-yili,1BMjPUws0S1BrB8UVAp9Q/Jm1oaaUhc0CQI4gi_nZRXw) (Erişim Tarihi: 13.03.2023).
- Özdemir, Abdulkadir. 2018. "1980'den Günümüze Var Olan Siyasal Partilerin Seçim Afişlerinin İncelenmesi ve Uygulamalar". Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Rieger, Diana, Frischlich, Lena, Bente vd. 2013. *Propaganda 2.0 Psychological Effects of Right-Wing and Islamic Extremist Internet Videos*. Köln: In cooperation with the Terrorism/Extremism Research Unit (FTE) of the German Federal Criminal Police Office (Bundeskriminalamt).





- Sabah Gazetesi. 2002. *Sessiz Devrim*. <http://arsiv.sabah.com.tr/arsiv/2002/10/20/s03.html> (Erişim Tarihi: 01.05.2023).
- Sabah Gazetesi. 2002a. *Türkiye'nin geleceği kimi elinde?* <http://arsiv.sabah.com.tr/arsiv/2002/10/06/s16.html> (Erişim Tarihi: 02.05.2023).
- Sabah Gazetesi. 2002b. *Türkiye'nin geleceği senin elinde!* <http://arsiv.sabah.com.tr/arsiv/2002/10/06/s17.html> (Erişim Tarihi: 02.05.2023).
- Sabah Gazetesi. 2002c. *Onurlu bir imza için*. <http://arsiv.sabah.com.tr/arsiv/2002/10/04/s05.html> (Erişim Tarihi: 03.05.2023).
- Sabah Gazetesi. 2002ç. *Karar vermeden önce çocuklarımızın gözüne bakın*. <http://arsiv.sabah.com.tr/arsiv/2002/10/25/s06.html> (Erişim Tarihi: 02.05.2023).
- Sabah Gazetesi. 2002d. *Türk insanına güveniyoruz*. <http://arsiv.sabah.com.tr/arsiv/2002/10/23/s05.html> (Erişim Tarihi: 03.05.2023).
- Sabah Gazetesi. 2002e. *Boş vaatler değil, hedef bilgi toplumu*. <http://arsiv.sabah.com.tr/arsiv/2002/10/22/s05.html> (Erişim Tarihi: 01.05.2023).
- Sarıhan, Zekeriya ve Taşcıoğlu, Raci. 2022. Türkiye'de 2002 Genel Seçimleri Örneğinde Gazete Siyasal Reklamları Üzerine Bir Analiz. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*. 10(1):86-113. DOI: 10.19145/e-gifder.1010112.
- Soğukoluk, Mert. 2019. "Teori Ve Pratik Arasında Adalet ve Kalkınma Partisi'nin Muhafazakâr Kimliğinin Bir Analizi". Yüksek Lisans Tezi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Toruk, İbrahim. 2005. "Türkiye'de 1990-2000 Yılları Arasında Sosyo-Ekonomik Ortamın ve Kültürel Hayatın Reklamlar Üzerinden Temsili". Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Turgut, Hulusi. 1986. *12 Eylül Partileri*, İstanbul: ABC Ajansı yayınları.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri. 2022a. "Propaganda" Tanımı. <https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 23.11.2022).
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri. 2022b. "Afiş" Tanımı. <https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 04.12.2022).
- Yüksek Seçim Kurulu. 22. *Dönem milletvekili genel seçimi*. <https://www.ysk.gov.tr/tr/03-kasim-2002-xxii-donem-milletvekili-genel-secimi/3009> (Erişim Tarihi: 24.03.2023).
- Zurcher, Eric Jan. 2010. *Modernleşen Türkiye'nin Tarihi*. Çev. Yasemin Saner. 25. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.

