

**T.C.**  
**İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



**HAZİRAN VE KASIM 2015 GENEL SEÇİM  
KAMPANYALARININ AK PARTİ, CHP, MHP VE HDP  
ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZİ**

**DOKTORA TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Prof. Dr. Selma KARATEPE**

**HAZIRLAYAN**  
**Ahmet Hikmet ZABUN**

**MALATYA-2018**

**T.C.  
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**HAZİRAN VE KASIM 2015 GENEL SEÇİM  
KAMPANYALARININ AK PARTİ, CHP, MHP  
VE HDP ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI  
BİR ANALİZİ**

**DOKTORA TEZİ**

**HAZIRLAYAN**

**Ahmet Hikmet ZABUN**

**DANIŞMAN**

**Prof. Dr. Selma KARATEPE**

**MALATYA-2018**

T.C.  
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**HAZİRAN VE KASIM 2015 GENEL SEÇİM  
KAMPANYALARININ AK PARTİ, CHP, MHP  
VE HDP ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI  
BİR ANALİZİ**

**DOKTORA TEZİ**

DANIŞMAN

HAZIRLAYAN

**Prof. Dr. Selma KARATEPE Ahmet Hikmet ZABUN**

Jürimiz 17/12/2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda bu doktora tezini (oybirliği /oyçokluğu) ile başarılı bulunarak Siyaset ve Kamu Yönetimi Anabilim, Siyaset ve Sosyal Bilimler Bilim dalında doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

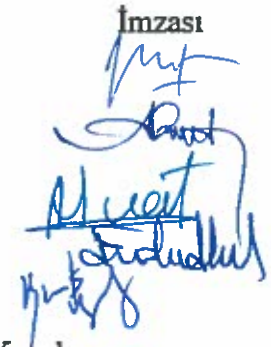
Jüri Üyelerinin Unvan Ad Soyadı

1. Prof. Dr. Selma KARATEPE
2. Prof. Dr. Ahmet YATKIN
3. Doç. Dr. Ali Fuat GÖKÇE
4. Dr. Öğr. Üyesi Ender AKYOL
5. Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Barış YILMAZ

İNönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun .....  
tarih ve .....sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Mehmet KUBAT

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

İmzası  


## ONUR SÖZÜ

Prof. Dr. Selma KARATEPE'nin danışmanlığında doktora tezi olarak hazırladığım **“Haziran ve Kasım 2015 Genel Seçim Kampanyalarının AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analizi”** başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım tüm yapıtların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun biçimde gösterilenlerden oluştuğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım.

Ahmet Hikmet ZABUN



## BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece İnönü Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun 3 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Ahmet Hikmet ZABUN

## ÖNSÖZ

Günümüzde sosyal ve siyasal hayat adeta iç içe geçmiş, siyasal tutum ve davranışlar siyasal, toplumsal düzen ve kurumsal ilişkiler açısından önem kazanmıştır. Bu bağlamda siyasetin ana unsurlarından olan siyasal partiler, seçimler sürekli gündem konuları olarak hayatımızda önemli bir yer tutmaya başlamıştır.

Son dönem Türk siyasal hayatında iktidar-muhalefet ilişkileri, seçimler, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde temsil edilme, siyasal kesimlerin ve bu kesimlerin destekledikleri siyasal partilerin Meclis'e girebilme yarışları birçok araştırmaya konu olmaktadır. "Haziran ve Kasım 2015 Genel seçim Kampanyalarının AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analizi" başlıklı bu çalışma Türk siyasal yaşamında ilk kez karşılaşılan hükümet kurulamaması nedeniyle genel seçimlerin tekrarlanması dolayısıyla beş ay arayla yapılan ve sonuçları ciddi farklılık arz eden iki genel seçim kampanyasında kullanılan materyallerin analizini ele almaktadır.

Bu çalışmanın tamamlanması sürecinde her zaman desteklerini gördüğüm başta tez danışmanım Prof. Dr. Selma KARATEPE olmak üzere Tez İzleme Komitesi üyeleri Dr. Öğr. Üyesi Ender AKYOL ve Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Barış YILMAZ'a şükranlarımı sunarım. Ayrıca bu çalışmanın sürdürüldüğü dönemde, bu yoğun süreçte benden desteğini ve anlayışını esirgemeyen başta eşim Zerrin ZABUN olmak üzere aileme teşekkürü bir borç bilirim.

## ÖZET

ZABUN, Ahmet Hikmet, “Haziran ve Kasım 2015 Genel seçim Kampanyalarının AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analizi”, Doktora Tezi, Malatya 2018.

Cumhuriyet dönemi Türk siyasal hayatı 1946 yılına kadar tek parti yönetimi olarak gerçekleşmiş, 1946 yılından itibaren çok partili hayata geçilerek iktidarın belirlenmesinde seçimler belirleyici bir unsur olarak ön plana çıkmıştır. Askeri müdahaleler, ekonomik krizler ve siyasal karışıklıklarla beraber tek başına iktidarlar ve koalisyon hükümetlerinin görev yaptığı dönemlerin ardından 2002 yılında Türkiye AK PARTİ'nin tek başına iktidar olduğu 13 yıllık bir dönem geçirmiştir. 2015 Haziran'ında yapılan seçimlerde en yüksek oyu almasına rağmen AK PARTİ tek başına iktidar olacak oy oranını elde edememiştir. Koalisyon arayışlarının olumsuz sonuçlanmasıyla Kasım 2015 yılında genel seçimlerin tekrarı yapılmış ve oy oranını yaklaşık yüzde on artıran AK PARTİ yeniden tek başına iktidar olmuştur.

Bu çalışmada seçimler öncesi siyasal ortam, Haziran 2015 ve Kasım 2015 Genel Seçimlerinde AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP tarafından yürütülen kampanyalar, beş aylık sürede partilerin kampanya stratejilerinde yaptıkları değişiklik, kullanılan beyanname, broşür, afiş ve gazete ilanlarındaki içerik değişiklikleri incelenmiştir. Reklamların ekonomi, iç politika, dış politika, eğitim ve kültür-sanat başlıkları çerçevesinde sınıflandırmaları yapılarak ortaya çıkan bulgular karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Seçim, Siyasi Partiler, Siyasal Kampanya, Siyasal İletişim.

## ABSTRACT

ZABUN, Ahmet Hikmet, “A Comparative Analysis of June and November 2015 General Election Campaigns through Justice and Development Party (JDP), Republican People’s Party (RPP), The Nationalist Movement Party (NMP) and People’s Democratic Party (PDP)” Doctorate Thesis, Malatya, 2018

Turkish political life of the Republican period was a one-party government up to the year 1946 and multi-party life started from 1946 onwards. Therefore, elections became an indicative factor to determine the government. After one party governments and coalition governments together with military interventions, economic crises, and political turmoil, Turkey entered a 13 year period when one-party governance in the leadership of JDP in the year 2002. In the general elections made in June 2015, JDP was not able to reach the rate of votes to be the government alone even though it had the highest votes. With the failure of coalition efforts, general elections were repeated in November 2015 and JDP increasing the rate of votes at about ten percent became the government alone once again.

In the current study, the political situation before the elections, the campaigns carried out by JDP, RPP, NMP and PDP in the general elections both in June 2015 and November 2015, the changes that the parties made in their campaign strategies in five months, the changes of content used in declarations, brochures, posters and newspaper advertisements were investigated. The advertisements were classified under economy, internal and external politics, education and culture-art headings and the findings were evaluated comparatively.

**Keywords:** Election, Political Parties, Political Campaigns, Political Communication



## İÇİNDEKİLER

	Sayfa
BİLDİRİM.....	v
ÖNSÖZ.....	vi
ÖZET.....	vii
ABSTRACT.....	viii
İÇİNDEKİLER.....	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xiii
GÖRSELLER DİZİNİ.....	xv
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xvi
1.ARAŞTIRMA KONUSU.....	1
1.1. Konunun Önemi.....	1
1.2. Araştırmanın Hipotezleri.....	2
1.3. Araştırmanın Amacı.....	2
1.4. Araştırmanın Yöntemi.....	2
1.5. Bilgi Toplama ve İşleme Araçları.....	4
1.6. Araştırmanın Sunuş Sırası.....	4
2. SİYASAL İLETİŞİM, SEÇİMLER VE SEÇİM KAMPANYALARI.....	5
2.1. Siyasal İletişim.....	5
2.2. Siyasal Kültür.....	7
2.3. Seçim.....	8
2.4. Seçim Kampanyaları.....	8
2.4.1. Seçim Kampanyalarının Tarihçesi.....	10
2.4.2. Kampanyalarda Kullanılan Siyasal Reklamlar.....	11
2.4.3. Seçmen Davranışları.....	13
2.5. Siyasal Partiler.....	14
2.5.1. Türkiye’de Siyasal Partiler.....	16

2.5.1.1. Cumhuriyet Öncesi Siyasal Partiler.....	16
2.5.1.2. Cumhuriyet Döneminde Siyasal Partiler .....	18
2.5.2. Türkiye’de Çok Partili Hayatta Yapılan Parlamento Seçimlerine Genel Bir Bakış .....	20
2.5.3. 2015 Genel ve Tekrarlanan Seçimlerinde TBMM’ye Giren Siyasi Partilerin Tarihçesi.....	37
2.5.3.1. Adalet ve Kalkınma Partisi (AK PARTİ).....	37
2.5.3.2. Cumhuriyet Halk Partisi (CHP).....	39
2.5.3.3. Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) .....	43
2.5.3.4. Halkların Demokratik Partisi (HDP) .....	45
2.6. 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Öncesinde Siyasal Ortam .....	48
2.7. 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Öncesi Siyasal Ortam .....	50
3. HAZİRAN VE KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİNDE AK PARTİ SEÇİM KAMPANYASI.....	53
3.1. Haziran 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi .....	53
3.1.1. Broşürler.....	57
3.1.2. Afişler.....	59
3.1.3. 7 Haziran Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde AK PARTİ .....	62
3.2. Kasım 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi .....	69
3.2.1. Broşürler.....	77
3.2.2. Afişler.....	79
3.2.3. 1 Kasım Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde AK PARTİ .....	80
3.3. Haziran ve Kasım 2015 Genel Seçimlerinde Kullanılan İlanların Reklam Türleri Açısından Karşılaştırılması.....	85
4. HAZİRAN VE KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİNDE CHP SEÇİM KAMPANYASI.....	87
4.1. Haziran 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi .....	87
4.1.1. Broşürler.....	92
4.1.2. Afişler.....	100

4.1.3. 7 Haziran Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde CHP.....	101
4.2. Kasım 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi .....	103
4.2.1. Broşürler.....	114
4.2.2. Afişler.....	116
4.2.3. 1 Kasım Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde CHP .....	116
4.3. Haziran ve Kasım 2015 Genel Seçimlerinde Kullanılan İlanların Reklam Türleri Açısından Karşılaştırılması.....	119
5. HAZİRAN VE KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİNDE MHP SEÇİM KAMPANYASI.....	121
5.1. Haziran 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi .....	121
5.1.1. Broşürler.....	133
5.1.2. El İlanları.....	135
5.1.3. Afişler.....	136
5.1.4. 7 Haziran Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde MHP.....	136
5.2. Kasım 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi .....	140
5.2.1. Broşürler.....	141
5.2.2. Afişler.....	142
5.2.3. 1 Kasım Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde MHP .....	144
5.3. Haziran ve Kasım 2015 Genel Seçimlerinde Kullanılan MHP İlanlarının Reklam Türleri Açısından Karşılaştırılması .....	147
6. HAZİRAN VE KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİNDE HDP SEÇİM KAMPANYASI.....	149
6.1. Haziran 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi .....	149
6.1.1. Broşürler.....	154
6.1.2. Afişler.....	156
6.1.3. 7 Haziran Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde HDP .....	157
6.2. Kasım 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi .....	157

6.2.1. Broşürler.....	160
6.2.2. Afişler.....	161
6.2.3. 1 Kasım Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde HDP.....	162
7. KARŞILAŞTIRMA VE SONUÇ.....	163
KAYNAKÇA.....	174



## ŞEKİLLER DİZİNİ

### Sayfa

Şekil 1. İleti Konuları Başlığında AK PARTİ'nin Reklam Konu Dağılımı .....	67
Şekil 2. AK PARTİ Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı.....	68
Şekil 3. İleti Konuları Başlığında AK PARTİ'nin Reklam Konu Dağılımı .....	83
Şekil 4. AK PARTİ Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı.....	84
Şekil 5. AK PARTİ'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı İlanların Pozitif/ Negatif Siyasal Reklam Dağılımı .....	85
Şekil 6. AK PARTİ'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı Negatif Siyasal Reklamların Dağılımı .....	85
Şekil 7. AK PARTİ'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı Siyasal Reklamların Çekicilik Türü Dağılımı.....	86
Şekil 8. AK PARTİ'nin Kasım 2015 Seçimlerinde Kullandığı Siyasal Reklamların Çekicilik Türü Dağılımı.....	86
Şekil 9. İleti Konuları Başlığında Haziran 2015 Seçimlerinde CHP'nin Reklam Konu Dağılımı .....	102
Şekil 10. Haziran 2015 Seçimlerinde CHP Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı	103
Şekil 11. İleti Konuları Başlığında Kasım 2015 Seçimlerinde CHP'nin Reklam Konu Dağılımı .....	117
Şekil 12. Kasım 2015 Seçimlerinde CHP Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı...	118
Şekil 13. CHP'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı İlanların Pozitif/ Negatif Siyasal Reklam Dağılımı .....	119
Şekil 14. CHP'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı Negatif Siyasal Reklamların Dağılımı.....	119
Şekil 15. CHP'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı Siyasal Reklamların Çekicilik Türü Dağılımı.....	120
Şekil 16. CHP'nin Kasım 2015 Seçimlerinde Kullandığı İlanların Pozitif/Negatif Siyasal Reklam Dağılımı.....	120
Şekil 17. İleti Konuları Başlığında Haziran 2015 Seçimlerinde MHP'nin Reklam Konu Dağılımı .....	139
Şekil 18. Haziran 2015 Seçimlerinde MHP Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı	139
Şekil 19. İleti Konuları Başlığında Kasım 2015 Seçimlerinde MHP'nin Reklam	

Konu Dağılımı .....	146
Şekil 20. Kasım 2015 Seçimlerinde MHP Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı ..	146
Şekil 21. MHP'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı İlanların Pozitif/ Negatif Siyasal Reklam Dağılımı .....	147
Şekil 22. MHP'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı Siyasal Reklamların Çekicilik Türü Dağılımı.....	147
Şekil 23. MHP'nin Kasım 2015 Seçimlerinde Kullandığı İlanların Pozitif/Negatif Siyasal Reklam Dağılımı .....	148
Şekil 24. MHP'nin Kasım 2015 Seçimlerinde Kullandığı Siyasal Reklamların Çekicilik Türü Dağılımı.....	148



## GÖRSELLER DİZİNİ

	<b>Sayfa</b>
Görsel 1. Haziran 2015 Seçim Broşürü Formatı.....	58
Görsel 2. Haziran 2015 Afişleri 1 ve 2 .....	59
Görsel 3. Haziran 2015 Afişleri 3,4 ve 5 .....	60
Görsel 4. Haziran 2015 Dış Mekân Çalışmaları .....	61
Görsel 5. Kasım 2015 ‘Hayatın Her Anında’ Seçim Broşürü .....	78
Görsel 6. Kasım 2015 Seçim Afişi .....	79
Görsel 7. Kasım 2015 Seçim Afişi .....	79
Görsel 8. İnfografiklerle Seçim Bildirgesi Örnek Sayfa.....	93
Görsel 9. Haziran 2015 Seçim Kampanyası Miting Duyurusu .....	101
Görsel 10. Kasım 2015 Broşür Çalışması.....	115
Görsel 11. Kasım 2015 Seçim Broşürü Formatı.....	141
Görsel 12. Kasım 2015 Örnek Afiş Çalışması.....	142
Görsel 13. Haziran 2015 HDP Seçim Broşürü .....	155
Görsel 14. Haziran 2015 HDP Afiş Örneği .....	156

## KISALTMALAR DİZİNİ

ANAP	: Anavatan Partisi
AK PARTİ	: Adalet ve Kalkınma Partisi
AP	: Adalet Partisi
BDP	: Barış ve Demokrasi Partisi
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
CKMP	: Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi
CMP	: Cumhuriyetçi Millet Partisi
DP	: Demokrat Parti
DEHAP	: Demokratik Halk Partisi
DEP	: Demokrasi Partisi
DTP	: Demokratik Toplum Partisi
DSP	: Demokratik Sol Parti
FP	: Fazilet Partisi
HADEP	: Halkın Demokrasi Partisi
HEP	: Halkın Emek Partisi
HDP	: Halkların Demokratik Partisi
HP	: Halkçı Parti
MÇP	: Milliyetçi Çalışma Partisi
MDP	: Milliyetçi Demokrasi Partisi
MGK	: Milli Güvenlik Konseyi
MHP	: Milliyetçi Hareket Partisi
MNP	: Milli Nizam Partisi
MSP	: Milli Selamet Partisi
MP	: Muhafazakar Parti
SCF	: Serbest Cumhuriyet fırkası
SHP	: Sosyal Demokrat Halkçı Parti
SODEP	: Sosyal Demokrat Parti
SP	: Saadet Partisi
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi



TCF : Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası  
TİP : Türkiye İşçi Partisi  
TKP : Türkiye Köylü Partisi  
ÖZDEP : Özgürlük ve Demokrasi Partisi  
YTP : Yeni Türkiye Partisi



## 1.ARAŞTIRMA KONUSU

Bu bölümde Haziran ve Kasım 2015 Genel Seçim Kampanyalarının AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analizi başlıklı araştırmada; konunun önemi, hipotezleri, amaç, yöntem, bilgi toplama ve işleme araçları ve araştırmanın sunuş sırası anlatılmaktadır.

### 1.1. Konunun Önemi

2015 yılında Türkiye’de beş ay süre arayıla iki genel seçim gerçekleştirilmiştir. 7 Haziran 2015’te zamanında yapılan genel seçimlerde 13 yıllık tek başına iktidarı sonrası Adalet ve Kalkınma Partisi (AK PARTİ) seçimi kazanmasına rağmen tek başına iktidar olanağını kaybetmiştir. Buna karşılık 2011 Genel Seçimlerinde bağımsız adaylar yoluyla Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)’nde grup kurabilen parlamenterler, parti olarak Halkların Demokratik Partisi (HDP) çatısı altında seçim barajını aşarak Meclise girmeyi başarmışlardır. 2011 Milletvekili Genel Seçimlerinde TBMM’ye giren Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ve Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) de 7 Haziran Genel Seçimlerinde seçim barajını geçerek Meclis’te gruplarını kurmuşlardır.

Bir koalisyon hükümeti kurulamaması nedeniyle 1 Kasım 2015 tarihinde tekrarlanan seçimlerde ise AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP yine TBMM’ye girmeyi başarmış ancak ilk seçime göre oy oranını yaklaşık % 10’luk bir artışla yükselten AK PARTİ tek başına iktidar olanağını yeniden elde etmiştir. 1 Kasım 2015’te tekrarlanan genel seçimlerde MHP ve HDP oy kaybetmiş ve partilerin milletvekili sayısı düşmüştür. CHP’nin oy oranında ise yüksek bir oransal artışın olmadığı görülmüştür.

İki seçim arasında kısa bir süre olmasına rağmen tek başına iktidar olanağının % 10’luk bir artışla tekrar elde edilmesi Türk siyasal hayatında seçmene verilen mesaj ve dönemin analiz edilerek karşılaştırılmasını gerektirmektedir. İki seçim kampanyasında ekonomik vaatler ile ideolojik vurgular açısından bir farklılığın olup olmadığı bu noktada önem kazanmaktadır. Bu bağlamda çok partili demokratik siyasal düzende siyasal partilerin iktidar olabilmesi açısından konunun incelenmesi önem taşımaktadır.

## **1.2. Araştırmanın Hipotezleri**

**Hipotez 1:** Ekonomik vaatler seçim sonuçlarını etkilemektedir.

**Hipotez 2:** Seçmenler gerçekleştirilmesi mümkün olan seçim vaatlerine de gerçekleştirilmesi güç olan seçim vaatlerine de tepki verebilmektedir. Seçmen eğilimleri siyasi partileri vaatlerini değiştirme ve/veya güncelleme hususunda etkilemektedir.

**Hipotez 3:** İdeolojik vurgular, güvenlik ve çatışmasızlık ortamı seçmen davranışlarını farklı seçenekleri deneme konusunda etkilemektedir.

**Hipotez 4:** Siyasal imaj çalışmaları, seçim afişleri ve el broşürleri seçmen davranışlarını etkilemektedir.

## **1.3. Araştırmanın Amacı**

Araştırmanın temel amacı beş ay arayla yapılan seçimlerin sonuçlarının iktidar yapısını; koalisyon/tek başına iktidar bağlamında değiştirebilen etkenleri ortaya koyabilmek ve seçim sonuçlarını etkilediği düşünülen yaygın kanaatlerin bir analizini gerçekleştirmektir. Bu analiz kapsamında kampanyalara yansıyan vurguların ekonomi temelli ya da sosyal ve kültürel temelli vurgular olup olmadığı ya da dağılımının nasıl olduğunun ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmada farklı toplumsal kesimlere seslenen medya organlarında yayınlanan reklamların içeriğinin ve incelenen partilere göre dağılımının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu dağılımda içeriğin ekonomi vurgulu olup olmadığı ve konu başlık ve/veya içeriklerine göre sayısal dağılımın nasıl gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda araştırmada iki seçim arasında kampanya stratejisi kapsamında ve siyasal ortamda nelerin değiştiğinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

## **1.4. Araştırmanın Yöntemi**

Çalışmada birincil kaynak olarak literatür tarama yöntemiyle seçimlerde TBMM'ye giren siyasi partiler hakkındaki genel bilgiler ve seçim çalışmalarına temel oluşturan seçim beyannamelerinin irdelenmesi ile araştırmanın teorik bölümü ortaya konacaktır. Uygulama bölümünde ise seçmenle yüz yüze iletişime daha fazla olanak sağlayan kampanya ilanlarının/reklamlarının nitel veri analizi yöntemiyle incelenmesi ve karşılaştırmalar yer alacaktır. Kampanya analizinde nitel araştırma yöntemlerinden

durum (vaka) çalışması benimsenecek olup, iki seçim dönemi ilanları karşılaştırmalı olarak ele alınacağından çoklu durum çalışması yapılacaktır. Durum çalışması araştırmalarında veri toplama araçlarının genellikle kapsamlı olabildiği belirtilmekte, gözlem, mülakat, dokümanlar ve görsel-işitsel materyaller gibi veri toplama araçlarının kullanılabilirliği ifade edilmektedir (Creswell, 2013: 100). Bu bağlamda beyannameler, broşürler/el ilanları, görsel-işitsel medyada yer alan ilanlar/reklamlar ve afişler doküman incelemesi kapsamında değerlendirilecektir.

Nitel araştırmada veri analizi çeşitlilik, yaratıcılık ve esneklik anlamına gelmektedir. Yıldırım, A., ve H. Şimşek (2013: 253-255) her nitel araştırmanın farklı birtakım özellikler taşıdığını ve veri analizinde birtakım yeni yaklaşımları gerektirdiğini belirtmektedir. Strauss'un nitel araştırmadaki veri analiz yöntemlerinin standart hale getirilemeyeceğini ve veri analizini standartlaştırmanın nitel araştırmacıyı sınırlandıracağı vurgusuna gönderme yapan Yıldırım ve Şimşek analiz sürecini her araştırma için geçerli olabilecek standart bir süreç haline getirmenin mümkün olmayacağını ifade ederler. Bu doğrultuda nitel veri analizi ile ilgili alanda yapılan sınıflamaların üç temel kavramı ortaya çıkardığı belirtilmekte, bunlar; betimleme, analiz ve yorumlama olarak sıralanmaktadır. Alanla ilgili tüm yaklaşımlarda ortaya çıkan nokta ise verilerin betimlemesine ve temaların ortaya çıkarılmasına verilen önem olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmanın kavramsal yapısının önceden açık bir biçimde belirlendiği araştırmalarda betimsel analiz süreci takip edilir.

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz yöntemi takip edilerek beyanname, broşür, afiş ve ilanlar/reklamlar incelemesinde; ekonomi, iç politika, dış politika, eğitim, kültür-sanat ve diğer alanlar olarak altı temel başlık belirlenmiştir (Karlı, 2009: 6). Bu başlıklar altında ilanlarda/reklamlarda yer alan mesajlardan yola çıkılarak ta analizler betimsel analiz bağlamında tablolştırılmıştır. İncelemede reklam türlerine ilişkin de bir sınıflandırma yapılmıştır. Ayrıca araştırmada hedef kitleleri farklı, yedi yazılı medya organında kampanyanın yürütülmesinde kullanılan materyallerin incelemesi yapılarak karşılaştırma ve sonuç bölümünde değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında; Hürriyet, Sabah, Sözcü, Yeniçağ, Yeni Şafak, Cumhuriyet ve Evrensel gazetelerinin nüshaları, ilk ilan verilen gün başlangıç zamanı alınarak TBMM Kütüphanesinde dijital ortamda taranarak elde edilmiştir.

### **1.5. Bilgi Toplama ve İşleme Araçları**

Araştırmada bilgi toplama yöntemi literatür tarama yoluyla teorik çerçeveyi oluşturma, seçimlerde TBMM'ye giren partilerin genel merkezleriyle yüz yüze görüşme yoluyla afiş ve el broşürlerinin dijital çıktılarının elde edilmesi ve parti web adreslerinden ilgili materyallerinin indirilmesi, kampanyaların yürütüldüğü yedi medya organının TBMM Kütüphanesinden dijitallerinin temin edilmesi şekliyle gerçekleştirilmektedir.

### **1.6. Araştırmanın Sunuş Sırası**

Toplam üç bölümden oluşan çalışmanın, "Araştırma Konusu" başlıklı birinci bölümünde; konunun önemi, araştırmanın hipotezleri, amacı ve yöntemi, bilgi derleme ve işleme araçlarına yer verilmiştir. Siyasal iletişim, seçimler ve seçim kampanyaları başlıklı ikinci bölümde; seçim, siyasal iletişim ve seçim kampanyaları, siyasi partiler başlıkları ve diğer alt başlıklar altında teorik çerçeveye yer verilmektedir. Üçüncü bölümde 2015 yılında TBMM'ye giren partilerin kampanya çalışmaları seçim bildirgeleri, broşürler ve/veya el ilanları, afişler ve farklı toplumsal kesimlere hitap eden yazılı basın organlarında çıkan reklamlar çerçevesinde sunulmaktadır. Teorik çerçevenin yazılmasının ve nitel veri analizinin yapılmasının ardından karşılaştırma ve sonuç bölümünde araştırmadan ortaya çıkan bulgular, karşılaştırmalar ve değerlendirmeler sunulmuştur.

## 2. SIYASAL İLETİŞİM, SEÇİMLER VE SEÇİM KAMPANYALARI

Siyasal iletişim bir süreç olup partilerin kurumsal iletişimi ve bunun dışında seçimler ve seçim kampanyaları ile doğrudan ilişkilidir. Seçmenleriyle ve hedef kitleleriyle sürekli etkileşim içinde bulunmak zorunda olan partiler varlıklarını devam ettirebilmek, iktidar ya da iktidar ortağı olabilmek için seçim dönemlerinde siyasal kampanyalar aracılığıyla seçmenleriyle daha yoğun bir iletişim kurmak durumundadırlar.

### 2.1. Siyasal İletişim

Latince kökenli olan iletişim birbirlerine ortamlarındaki nesnelere, olaylar, olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran, aynı olaylar, olgular karşısında, benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce ve duygu bildirimleri olarak tanımlanmaktadır. İleti, kaynak, hedef kitle ve kanal ise iletişimin öğeleri olarak ifade edilmektedir (Oskay, 1997: 15-16). İletişim, kişilerin bir etki oluşturmaya veya davranış nedeni olmaya yarayan bilgi, düşünce ve duyguların başka fertlerle paylaşılması süreci olarak ifade edilmektedir (Yatkın, 2003: 1).

İnsanoğlunun yerleşik düzene geçmesiyle birlikte adı konulmayan siyasal iletişim önem kazanmıştır. Kavram tanımlanmadan önce uygulamalarıyla gündeme gelmiştir, görüşü ileri sürülmüştür. Bu görüşün yanlış bir yaklaşım olmadığını ifade eden Tokgöz, siyasal iletişim uygulamalarının zamanla gelişerek, değişim geçirerek bir birikim sağladığını belirtmektedir. Siyasal iletişim uygulamaları insanoğlunun kendini savunma, toplumsal düzeni sağlama, Tanrı ve tanrılarla ilgili kutsal bir söylem oluşturma, ticaret ve ürünlerin durumunun belirlenmesi açısından kayıt tutulması, para kullanımı, parasal birikim sağlanması ve toplumsal etkileşim sonucunda oluşmuştur. Bu etkileşimler siyasal iletişimi belirleyen güç/iktidar ilişkilerinin bir sonucu olarak ifade edilmektedir. Bu doğrultuda siyasal iletişim uygulamalarının üzerinde oturduğu üç ayak; asker/savunma, din/tanrılar ve para/ticaret olarak ifade edilmektedir. İletişim teknolojileri olarak yazı, basım teknikleri, kitle iletişim araçları, bilgisayar ve internet güç/iktidar, pazar/piyasa ilişkilerini etkilemiştir. Bu ilişkiler yanında önemli bir etken olarak dinin rolü ve önemi de akıldan çıkarılmaması gereken bir unsur olarak ifade edilmektedir (Tokgöz, 2014:19-21).

Bazen bir disiplin, bazen de bir yöntem olarak kabul edilen siyasal iletişim, içinde her türlü alet barındıran alet kutusuna benzetilmektedir. Bunun bir bakıma doğru olduğunu ifade eden Ekinci aletin kullanımın işin cinsi ve ustanın becerisine göre değişim gösterdiğini belirtmektedir. Siyasal iletişimin bu yönüyle pragmatik bir özellik taşıdığını ifade eden Ekinci, alanın tüm yöntem ve tekniklerinin olayda ortaya çıkan koşullara uygun olarak kullanılmasının söz konusu olduğunu vurgulamaktadır. Bu doğrultuda siyasal iletişimin inandırmak, ikna etmek, yönlendirmek, bilgilendirmek, kumanda etmek, görüşmek, tüketmek gibi değişik önerilere ulaştığı belirtilmektedir (Ekinci, 2016: 33).

Siyasal iletişimin yukarıda belirtilen amaçları gerçekleştirmesi hedef kitlesini ikna etmesi, yönlendirmesi vb. gibi sonuçları elde etmesi bir süreç gerektirir. Bu doğrultuda karşımıza siyasal iletişim süreci çıkar.

Aziz'e göre iletişim sürecinde yer alan temel öğelerle siyasal iletişim süreci benzerlik taşımaktadır. İşlevsel farklılıklar olsa da siyasal iletişim sürecinin öğeleri kaynak, hedef kitle, mesaj, kanal ve geribildirim olarak karşımıza çıkmaktadır (Aziz, 2007, 8'den aktaran Bekiroğlu ve Bal, 2014: 31)

Fiili olarak siyaset üretimine katılanlar ve profesyonel olarak bunu iş edinmiş kişi ve kuruluşlar ile siyasetin doğrudan ya da dolaylı olarak etkilediği tüm kişi ve kuruluşlar siyasal iletişim sürecinde mesaj üretimine ve iletimine katkı sağlayarak kaynak konumunu üstlenebilirler. Ancak bu süreçte avantajlı olanlar; siyasal kimliği bulunan ve örgütlü bir biçimde faaliyetlerini yürüten kişi, parti, grup, topluluk, kurum ve kuruluşlardır. Siyasal iletişimin ikinci ögesi olan hedef kitle siyasal iletişimde bulunanların mesajlarını ulaştırmak ve etkilemek istedikleri kesimleri ifade etmektedir. Bu kesimler tüm toplum ya da bazı özellikleri daha ön plana çıkan gruplar ya da belirgin grup ve topluluklar da olabilir. Siyasal iletişim sürecinin üçüncü ögesi mesajdır. Siyasal amaçlı olan mesajlarla istenilen hedef kitle üzerinde beklenen etkiyi oluşturmaktır. Siyasal iletişim sürecinin dördüncü ögesi olan kanal, siyasal iletişimin nasıl yapılacağı ve hangi yöntem ve tekniklerle hedef kitleye ulaştırılacağına işaret eder. Siyasal iletişim sürecinin son ögesi olan geribildirim ise siyasal iletişimin temel amacı olan hedef kitlenin etkilenip etkilenmediğinin anlaşılabilmesi açısından önemlidir (Bekiroğlu, Bal, 2014: 31-37).

İletişim sürecinin de öğeleri olan kaynak-mesaj-kanal-hedef kitle-geri bildirim çizgisinin bu çalışma çerçevesinde karşılıkları siyasi partiler-siyasal kampanyaya temel teşkil eden vaatler-gazeteler, broşürler, afişler/billboardlar-tüm seçmenler ya da ideolojik gruplar-seçim sonuçları şeklinde bir çerçeve olarak sunulabilir. Bu çerçevede seçim kavramı ve bu bağlamda siyasal kültür, siyasal katılma ve seçmen davranışları başlıkları önem kazanmaktadır.

## **2.2. Siyasal Kültür**

Siyasal kültür kavramı, incelenen siyasal sistemin işleyişine katkıda bulunan kültür tipinin belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmalar kapsamında ortaya çıkmaktadır. Kavramın çok farklı tanımları bulunmakta olup, bunlardan birisi “bir ulusun siyasal gelenekleri veya kamu kurumlarına ruh veren özellikleri” olarak ifade edilmektedir. Siyasal hayata damga vuran resmi olmayan kurallar, toplumda hâkim olan siyasal ideolojinin dile getirdiği amaçlar da siyasal kültür kavramı içinde düşünülmektedir (Sarıbay, 1998: 47). Siyaset bilimciler tarafından kavram, bir halkın inançlar, semboller ve değerlerde ifadesini bulan partiler, yönetim ve anayasa gibi belirli objelere karşı psikolojik yönelimi ifade etmek için kullanılır (Heywood, 2011: 301). Sarıbay (1998: 50), psikolojik kavramsallaştırmadan hareketle siyasal kültürü, “bir ulusun siyasal hayatına dair o ulus bireylerinin, tutum, inanç ve duygularının bütünü” olarak ifade etmektedir.

Siyasal kültür denilen siyasal bilinçlenmenin başlaması toplumlarda çocukluk yıllarına kadar gitmektedir. Küçük yaşlardan itibaren siyasal kültürle ilgili konulara ilgi duymaya başlayan çocuk alanla ilgili imgeleri basitten karmaşığa doğru öğrenmektedir. Siyasal kültürün oluşumunda ve gelişiminde eğitimin, ailenin, çevrenin, ülkedeki mevcut siyasal, kültürel ve toplumsal sistemin, düzenin ve koşulların etki ve rolü bulunmaktadır (Öztekin, 2000: 212). Günlük yaşamda diğer insanlarla ve kurumlarla etkileşimde bulunan bireyler bu etkileşimi nesilden nesile aktarılan geleneklerin biçimlendirdiği inanç, tutum ve davranışlarıyla gerçekleştirirler. Birey, okul, aile, kitle iletişim araçları ve toplumda egemen olan değerler aracılığıyla toplumsallaştırılır (Akyol, 2016: 317). Toplumsallaşan bireyi etki altına alan ya da etki altında tutan birçok faktör olduğu görülmektedir. Bunlar arasında sayılan kitle iletişim araçlarının ise günümüz dünyasında önemli bir etki kapasitesi bulunmaktadır. Kamuoyu oluşturma ve kitleleri istenilen



doğrultuda harekete geçirme amacıyla kitle iletişim araçlarından etkin bir biçimde yararlanılmaktadır.

### **2.3. Seçim**

Bir makam veya mevkii doldurma aracı olarak ifade edilen seçim, seçmenler tarafından yapılan tercihler olarak tanımlanmaktadır (Heywood, 2011: 298). Demokrasi açısından seçim ise yönetilenlerin kendilerini yönetecekleri belirleme işlemi ve eylemi olarak ifade edilmektedir (Öztekin, 2000: 151). Köker, seçimin sadece yönetenleri seçmek ve onay vermekle belirlenen anlamının yetersiz kalacağını ifade ederek seçimin hakiki olması için demokratik temsilin gerçekleşmesine hizmet etmesi, yani yurttaşların demokratik kararların üretilmesine aktif ve belirleyici bir biçimde katılabilmeleri için, seçim sisteminin geniş ve dar anlamlarıyla farklı bakış açılarının varlığına, çoğulcu oluşumlara izin vermesi gerektiğini ifade eder (Köker, 2006, 23'ten aktaran Demirel ve Durgun, 2016: 362-363).

Tanımlardan hareketle seçimi çoğulcu anlayışın yansımalarına izin veren bir sistem içerisinde yönetilenlerin kendilerini temsil edecek kişi ve kuruluşları belirleme ve onaylama eylemi olarak ifade etmek mümkündür. Bu onaylama süreci bir iletişim sürecini zorunlu kılmakta, adayların ve kuruluşların tanınırlığı, programları ve vaatlerini ön plana çıkarmaktadır.

### **2.4. Seçim Kampanyaları**

Siyaset ve iletişim sosyal yaşamda insan faaliyetlerini açıklamaya ve yönlendirmeye yönelik iki önemli kavram olarak ifade edilmektedir. Bu iki alanın kesiştiği noktada karşımıza çıkan siyasal iletişim ise günümüzde üzerinde en fazla durulan çalışma alanları arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda demokratik sistemler içerisinde iktidarı elde etmek isteyen siyasal partiler kitleleri etkilemek için siyasal iletişim çalışmalarına daha fazla ağırlık ve önem vermek durumundadırlar.

Çalışma kapsamında ele alınan siyasal kampanya; iktidara talip olanların seçmenlere götürdükleri vaatlerini, hizmetlerini görünür kılmak amacıyla kullandıkları, ayırt edici özelliklerini sergiledikleri planlı bir uygulama olarak ifade edilmektedir (Keskin, 2016: 11). Aziz tarafından yapılan tanımda ise meclislere yasa yapmak ya da yerel yönetimlere yönetenleri seçmek üzere, ülke çapında ya da ülkenin belli yörelerinde

yapılan seçimlerde siyasal partilerin gösterdikleri milletvekili adaylarının, ilgili yasal düzenlemeler çerçevesinde seçimleri kazanmak üzere yürüttükleri propaganda çalışmalarında kullanılan yöntem ve tekniklerin tümü olarak ifade edilmektedir (Aziz ,2011, 111'den aktaran Avcı, 2015: 36).

Seçmenler kararlarını çeşitli kaynaklardan edinilen bilgiler doğrultusunda oluştururlar. Seçim döneminin öncesinden başlayarak seçime kadar geline süreçte çeşitli bilgiler seçmenlere geniş bir bilgilendirme ağından ulaştırılır. Siyasal seçim kampanyaları tüm bilgilerin ulaştırılmasının bir aracı olarak ifade edilir. Uztuğ, siyasal kampanyalar aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimin adayların amaçları ile seçmenlerin davranışları arasında bir bağ kurduğunu ifade etmekte, seçmenlerin umutları, hayalleri ile adayların faaliyetleri arasında bir köprü işlevi gördüğünü vurgulamaktadır (Uztuğ, 1999, 22'den aktaran Özkan, 2015: 14).

Siyasal kampanyalarının fonksiyon ve amaçlarını Oktay şu şekilde sıralamaktadır (Uztuğ, 1999 22'den aktaran Oktay, 2002: 144-145):

-Seçmen tercihlerini değiştirmeyi veya mevcut tutumları pekiştirmeyi ve seçmenleri oy vermeye teşvik etmeyi amaçlar.

-Görüşlerin tartışılmasını ve aralarındaki farklılığın seçmenlerce ayırt edilerek bilgi düzeylerinin artırılmasını sağlar.

-Yeni liderleri tanıtarak onları meşrulaştırır.

-Seçmenlerin siyasal sisteme bağlanmalarını, uzlaşım ortamının yaratılmasını ve demokratik kültürün yaygınlaştırılmasını sağlar.

-Adaylar arasındaki kişisel farklılıkları, özellikleri, politik tercihlerini ve üsluplarını seçmenlere tanıtır.

-Rakipleri destekleyen seçmenlerde şüphe uyandırmayı, kendi adaylarını ve partilerini olumlu bir kimlikle özdeşleştirmeyi amaçlar.

Siyasal kampanyalarla ilgili yapılan tanımlar ve fonksiyon ile amaçları çerçevesinde yapılan değerlendirmelere bakıldığında seçim kampanyalarını, partili olmayan seçmenlerin tutumlarının değiştirilmesi veya seçimde şüphe uyandırarak

desteklerinin sağlanması, partili seçmenlerin ise bağılıklarının artırılması amacıyla yapılan iletişim uygulamaları olarak tanımlamak mümkündür.

#### **2.4.1. Seçim Kampanyalarının Tarihçesi**

Antik Yunan'da görülen doğrudan demokrasinin yerini temsili demokrasi almaya başlayınca seçimler siyasal katılımın vazgeçilmez bir unsuru olmuştur. Klasik anlamda demokrasi geleneği ve seçim olgusu çok eski tarihlere götürülebilse de günümüz koşullarına uygun seçim kampanyaları Amerika'da görülmüş ve buradan iletişim teknolojilerinin gelişimiyle tüm dünyaya yayılmıştır. 1930'lu yıllarda ABD'de yaygınlaşmaya başlayan siyasal seçim kampanyaları iktidarı paylaşan Cumhuriyetçi Parti ve Demokrat Parti arasında geçen kampanya biçiminde gelişmiştir. 1936 yılında Roosevelt'in seçim kampanyasıyla modern siyasal iletişim dönemi başlamış, 1950'li yıllara kadar hakim olan propaganda tabanlı seçim stratejileri dönüşüm gerçekleştirerek adaylardan partiye, ideolojiden inanca geniş bir çerçevede strateji ve taktiklerin üretildiği kampanyaları ortaya çıkarmıştır (Avcı, 2015: 43). Amerika'da siyasal reklamlardan yararlanılmasının ardından diğer ülkelerin siyasetçileri de harekete geçmiş ve 1960'lı yılların sonuna doğru bir kısım Avrupa ülkelerinde de siyasal reklam kullanılmaya başlanmıştır (Özkan, 2014: 26).

Türkiye'de 1946 yılına kadar tek partili siyasal hayat söz konusu olduğundan seçim kampanyalarından bahsedilemez. Bunun sebebi adil bir seçim yarışının olmaması olarak ifade edilmektedir. 1946 yılında yapılan seçimler için de aynı eleştiriler dile getirilmektedir. Türkiye'de gerçek anlamıyla çok partili, adil ve özgür seçimlerin 1950 itibarıyla yapıldığı ve kampanya denilecek düzeyin de bu seçimlerle oluştuğu vurgulanmaktadır. 1950 seçimlerinde muhalefet partisi konumundaki Demokrat Parti (DP)'nin klasikleşmiş olan "Yeter Söz Milletindir" eksenli bir tema çerçevesinde çalışma yürütmesi ve iktidara gelmesi Türk siyasal iletişim tarihinin ilk kampanyası olarak karşımıza çıkmaktadır (Avcı, 2015: 58-60). Sonraki yıllarda askeri müdahaleler sonrası dönemler de dahil olmak üzere Türkiye'de çok partili siyasal seçim dönemleri olmuştur. Seçimler, kampanyalar çerçevesinde gerçekleşmiş ve siyasal iktidar bu kampanyalar çerçevesinde şekillenmiştir. Bu konu, ilgili başlık altında ayrıca ele alınmıştır.

Siyasal reklamların seçim kampanyalarının vazgeçilmez bir unsuru olduğu belirtilmekte, kitle iletişim araçları kullanılarak parti ya da adaya hizmet eden siyasal reklamların seçmenlerin karar ve oy verme tercihini etkilediği ifade edilmektedir (Karaçor ve Keskin Yılmaz, 2017: 3). Siyasal partiler gazetelere verdikleri ilanlar, dış mekanlarda kullanılan raket ve billboardlara verilen ilanlar, radyo ve televizyonlara verilen ilanlar ve sosyal medyada paylaşılan ilanlar aracılığıyla seçmenlere ulaşmaya çalışırlar.

#### **2.4.2. Kampanyalarda Kullanılan Siyasal Reklamlar**

Siyasal reklam temelde kitle iletişim araçları yoluyla partilerin, adayların, bireylerin ya da grupların tanıtılarak desteklendiği bir süreci işaret eder. Bu doğrultuda çoğunlukla medyada yer ve zaman satın alınarak partilerin ve adayların mesajları hedef kitlelere ulaştırılır. Kaid, mesajların kontrolü, yayımı ve dağıtımının kitle iletişim araçlarını ön plana çıkardığını belirterek bu araçlarla mesajların tamamen kontrol edilebilmesinin de avantaj sunduğunu ifade eder. Posterler, afişler, kitapçık ve broşürler, gazete ve dergi reklamları, televizyon ve radyo reklamları, internet ya da diğer elektronik dağıtım reklamları siyasal reklamcılık kanalları olarak sıralanmaktadır. Önemi ve etkinliği yadsınmamakla birlikte siyasal reklamlar bir seçimin sonuçlarını belirlemede tek faktör değildir. Kanaat önderlerinin desteği ve yüz yüze iletişim de siyasal reklamların etkisini artıran çalışmalar olarak ifade edilebilir (Bekiroğlu, Bal, 2014: 66). Siyasal iletişim başlığı altında ifade edilen din ve yine kültürel etkenlerin de seçim sonuçları üzerindeki etkisi göz ardı edilmemelidir.

Siyasal reklamlar mesaj türleri açısından farklılıklar göstermektedir: Parti konumunu ve kimliğini vurgulayan reklamlar, lider imajlarını geliştirmeyi hedefleyen reklamlar, adayın partililik bağını ve partiye bağlılığını vurgulayan reklamlar, adayların özelliklerini işleyen, kişisel özelliklerini ya da devlet deneyimlerini, başarılarını öne çıkaran reklamlar, iktidarın icraatlarını öven, vurgulayan (olumlu reklamlar) ya da muhalefet açısından iktidarın icraatlarını yeren (olumsuz reklamlar) ve özel toplumsal katmanları ya da demografik grupları doğrudan hedef alan reklamlar olarak sıralanmaktadır (Uztuğ, 2004: 318).

Siyasal reklamlara ilişkin bir başka sınıflandırma: pozitif reklamlar ve negatif reklamlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Siyasal reklam türlerine ilişkin yedi kategorili bir başka sınıflandırma da olduğunu kaydeden Bekiroğlu ve Bal, birçok sınıflandırma

olmasına rağmen genel olarak pozitif ve negatif siyasal reklamlar bağlamında iki türe ayrılarak bir inceleme yapıldığını belirtmektedirler. Pozitif reklamlar adayın iyi karakteristikleri, başarıları ya da konu pozisyonlarını temel alırken negatif reklamlar rakibin olumsuz eleştirisi çerçevesinde kurgulanmaktadır. Bir siyasal kampanyada bir aday ya da partinin kampanya dönemi boyunca rakiplerine saldırmama stratejisi gütmesi, olumlu mesajlar tasarlayarak seçmenleri etkilemeye çalışması pozitif siyasal reklam kapsamında değerlendirilmektedir (Bekiroğlu, Bal, 2014: 115-116). Bu reklam türünde daha çok aday vurgusu yer alsa da parti de değerlendirme kapsamına alınabilmekte, genel seçimlerde kullanılan kampanya materyalleri de bu bağlamda sınıflandırılmaktadır.

Karaçor'un negatif siyasal reklamlara ilişkin verdiği ve bunun üzerinden pozitif siyasal reklama ilişkin tanım da bu değerlendirmeye olanak sağlamaktadır. Negatif siyasal reklam rakip adayın kendisi ya da partisine veya adayın işlediği konulara saldırıları içeren reklamlar olarak tanımlanmakta, pozitif siyasal reklam ise siyasal parti ya da adayın kendi icraatlarının, vaatlerinin iyimser bir gelecek teması içinde sunulması olarak ifade edilmektedir (Karaçor, 2013: 25).

Negatif siyasal reklam türlerine ilişkin farklı sınıflandırmalar olup, genel olarak yapılan sınıflandırma; doğrudan saldırı, doğrudan karşılaştırma ve imalı karşılaştırma reklamları şeklindedir. Doğrudan saldırı reklamı bir aday ya da partiye doğrudan saldırıyı içermekte olup adayların birbiriyle karşılaştırılması söz konusu değildir. Doğrudan karşılaştırma reklamları partiler ve adaylar arasında bir karşılaştırma stratejisi üzerine kuruludur. İmalı karşılaştırma reklamları ise kendi başlarına olumsuz reklam olarak görülmesi de bu reklamlara olumsuz özelliği kazandıran kamuoyunun yorumu olarak ifade edilmektedir. Reklamın içeriğinde herhangi bir isim ya da ibare bulunmadan mesajın seçmenin okumasına bırakılması söz konusudur (Bekiroğlu, Bal, 2014: 120-123).

Siyasal reklamlara ilişkin içeriğinde kullanılan çekicilik türü itibariyle de bir sınıflandırma yapılmaktadır. Rasyonel çekicilik ve duygusal çekicilik olarak yapılan bu ayırmada rasyonel çekicilik, hedef kitlenin kişisel çıkarlarına hitap eden ve kanıt yüklü, ikna edici mesajlar sunan, partinin ya da adayın belirli faydalar meydana getireceğini iddia eden çekicilik türü olarak ifade edilmekte, duygusal çekicilik türü ise hedef kitlede mutluluk, iyi niyet, vatanseverlik, kızgınlık vs. duyguların uyandırılmasını sağlamak amacıyla tasarlanan çekicilik türü olarak belirtilmektedir (Bekiroğlu ve Bal, 2014: 154).

Yukarıda da ifade edildiği üzere siyasal kampanyalara ve bu kampanyalarda kullanılan yöntemlere ilişkin birçok sınıflandırma yapmak mümkündür. Bu çalışma kapsamında reklamlar belirlenen temalar dışında; pozitif/negatif reklamlar, doğrudan saldırı/doğrudan karşılaştırma/imalı karşılaştırma ve rasyonel çekicilik/duygusal çekicilik sınıflandırmalarına tabi tutularak da incelenmiştir.

### **2.4.3. Seçmen Davranışları**

Seçim kampanyaları, uygulanan stratejiler, kullanılan materyaller seçmen davranışlarını etkileme, partinin amacı doğrultusunda şekillendirme konusuyla ilgilidir. Bu bağlamda kamuoyu oluşturma, propaganda, reklam kavramları karşımıza çıkmaktadır. Propaganda ve reklam, partinin hedefleri doğrultusunda kamuoyu oluşturulması ve kitlelerin etki alınarak desteklerinin sağlanması amacıyla kullanılan etkili yöntemlerdir.

Kitlelerin etki altına alınmasında sözün önemi Hitler tarafından kapsamlı bir biçimde ele alınmaktadır. Kitle halindeki insanın tembel olduğunu ifade eden Hitler, resmin ya da kısa yazıların daha etkili olduğunu vurgulamaktadır. “Kitle halindeki insan tembeldir. Körü körüne saplandığı fikir ve kanaatlerine uymayan ve kendisinin beklediğini getirmeyen yazıları pek tabii anlamaz ve anlamak da istemez.... Resim bu hususta daha çok başarı sağlar. Çünkü biraz tembel olan insanlar resim karşısında akıllarını kullanmak gereğini duymazlar ve buna ihtiyaçları olmaz. Resme bakmaları bu gibi kimselere yeter. Bunlar olsa olsa kısa yazıları okurlar....” tespitleri (2005: 426-427) seçmenin aklını kullanması içeriğiyle tartışmalı olsa da kısa yazılar ve resimlerin yarattığı etkiyi vurgulaması yönüyle dikkate değerdir.

Siyasal davranışa ilişkin altı temel teorik model çerçevesinde bir yaklaşımdan söz edilmektedir. Bunlar; siyasal davranışta sosyal grupların belirleyici olduğunu süren sosyolojik yaklaşım, bireyin belli bir partiye yönelik tutumlarının siyasal davranışta belirleyici olduğunu savunan partiyle özdeşleşme veya parti kimliği modeli, seçmenin kendi şahsi çıkarları ve beklentileri doğrultusunda bir siyasal davranışta bulunduğunu varsayan rasyonel tercih modeli, siyasal tercihlerde ekonominin etkisi olduğunu ileri süren ekonomik politik oy verme modeli, seçmenin seçimler sonucunda oluşmasını istedikleri senaryoya ulaşmak için strateji kurabildiği ve uygulayabildiği stratejik oy verme modeli ve siyasal tercihlerin ideolojik manipülasyon ve kontrol ile şekillendiğini

vurgulayan hakim ideoloji modeli olarak sıralanmaktadır (Doğan, 2017: 77-78). Burada sıralanan her modelin seçmen davranışlarına etkisi olduğu ve seçim sonuçlarını belirleyen etkenler içerisinde yer aldığı ifade edilebilir. Özellikle rasyonel tercih, ekonomik oy verme ve parti kimliği modelinin ise seçimlerde ön plana çıktığı, inceleme yapılan Haziran ve Kasım 2015 seçim kampanyaları ve seçim sonuçları bağlamında söylenebilir.

Seçmenin bir kampanyadan ya da seçim sürecinden beklentileri incelenirken ise genel kanı olarak halkın olumsuzlukları ve yüzeysel kampanyaları sevmediği, temiz/duru, somut ve daha bilinçli uygulamalara yönelik yöntemleri tercih ettiği ifade edilmektedir. Seçmenlerin karmaşık ve anlaşılması zor mesajlara karşı olduğu bunun yerine adayların fazla ayrıntıya girmeden ölçü ve değerlendirmesi kolay ve basit mesajlar içeren bir sunumu tercih ettiği vurgulanmaktadır (Karaçor, 2013:59).

Seçmenin istek ve beklentilerinin tahmini Maslow'un ihtiyaçlar piramidi teorisi bağlamında siyasi parti ve adaylara bir kampanya çerçevesi sunabilir. Maslow'un İhtiyaçlar Piramidi Teorisinde fiziksel ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı, ait olma ve sevgi, değer ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı şeklinde temelden tavana doğru sıralanmaktadır (Kula ve Çakar, 2015: 194). Maslow'a göre en alt kademedeki fiziksel ihtiyaçlar, en önemli ihtiyaçlardır. İnsan vücudunun işlemesine hizmet etmeleri sebebiyle bu ihtiyaçlar diğerlerine göre daha önemli ve öncelikle hissedilen ihtiyaçlardır (Karatepe, 2005: 10). Bireyin fiziksel ihtiyaçları ve ikinci kademe bulunan güvenlik ihtiyacı öncelikli olup diğer ihtiyaçların gerçekleştirilmesine de olanak sağlar niteliktedir. Bu bağlamda seçmenin önceliklerinin de temel ihtiyaçlar ve güvenlik ihtiyacı olduğu söylenebilir. Yukarıda da ifade edildiği gibi bu ihtiyaçlara yönelik somut ve basit mesajların seçmen nezdinde etki yaratabileceğini ifade etmek mümkündür.

## **2.5. Siyasal Partiler**

Belirlenmiş bir devlet politikası ve memleket meseleleri dolayısıyla belirli bir biçimde hareket etmeye karar vererek birleşen insanlarla siyasi partinin doğmuş olduğu ifade edilmektedir. Tunaya, partinin baştakiler gibi ya da başkaları gibi düşünmemek demek olduğunu ifade ederek partinin, tarih sahnesinde bugünkü biçimiyle de görünmediğini vurgulamaktadır. Tunaya, "Tarihte partiler umumiyetle çok geniştir, ekseriyetle gizlidir, teşkilatlı olsa bile programı nüfuzlu veya efsaneleştirilmiş şahısların istekleriyle karışmaktadır ve çok defa parti, gizli olduğu kadar dini bir cemiyet halinde

ortaya çıkmış ve çok kere de iktisadi ve içtimai ayrılışları ifade etmiştir.” vurgusuyla partilerin hem ortaya çıkış biçimleri hem de yapılarına ilişkin bir çerçeve sunmaktadır. (Tunaya, 1995: 3).

Demokratik veya otoriter tüm rejim biçimlerinde bulunan siyasi partiler kendi aralarında ciddi farklılıklar da bulunan vazgeçilmez kurumlar olarak ifade edilmektedir. Fransızca bir kelime olan parti kelimesi Meşrutiyet dönemi Osmanlı Devleti’nde fırka terimi ile karşılanmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında da CHP tarafından kullanılan kavram daha sonra parti olarak kullanılmaya başlanmıştır. Siyasi partilerin temel amaçları seçimler yoluyla siyasi iktidarı elde etmek ve kendi programlarını uygulamak olarak belirtilmektedir. Durgun (2016: 338) bu genellemenin seçimlere katılmadan da siyasal iktidarı elde etmeyi amaçlayan partilerin varlığını ortadan kaldırmadığını belirtmekte ve partilerin ülke düzeyinde örgütlenmelere sahip olduğuna dikkat çekmektedir.

Duverger (1986:15-16), partilerin modern demokrasilerde kamuoyuna biçim veren geniş halk örgütleri anlamında kullanımının yanı sıra ilkçağ cumhuriyetlerini bölen hizipleri, Rönesans İtalya’sında bir komutan etrafında yer alan orduları, evrim meclislerinin bir araya geldikleri kulüpleri ve anayasal monarşilerin mülkiyet esasına dayanan seçimleri hazırlayan komiteleri anlatmak için de kullanıldığını ifade eder. Siyasal iktidarı ele geçirme ve kullanma fonksiyonuna sahip bu kurumlar modern anlamda bilinen partilerle özdeş görülmemektedir. 1850’de Amerika dışında dünyanın hiçbir ülkesinde gerçek anlamıyla siyasal partiler bulunmamaktadır. Fikir akımları, halk kulüpleri, felsefi dernekler ve parlamento grupları bilinen oluşumlardır. Partilerin gelişimi ise oy hakkına ve parlamentoların yetkilerinin genişlemesine bağlı olarak kendini göstermiştir. 1950’lerden itibaren partiler uygar toplumlarda faaliyet gösteren oluşumlar olarak kabul edilmekte, diğer uluslar tarafından da taklit edilmektedir.

Siyasal partilere ilişkin çok sayıda tanımla karşılaşmak mümkündür. Kışlalı, siyasal partileri bir program çerçevesinde siyasal kararları etkilemek ve bu amaç doğrultusunda siyasal iktidarı ele geçirmek üzere örgütlenmiş kuruluşlar olarak tanımlamaktadır. Partilerin yapısal farklılıkları toplumsal tabanlarını ve buradan hareketle ideolojilerinin de farklılığını ortaya çıkarır (1994: 219). Siyasi partiler siyasal iktidarı ele geçirmek veya en azından ona ortak olmak amacıyla örgütlenmiş insan toplulukları olarak da tanımlanmaktadır (Öztekin: 2000: 73). Bu tanımda siyasal iktidara ortak olmak, amaçlar



içerisinde bir farklılık olarak göze çarpmaktadır. Siyasi partilere ilişkin bir başka tanım Heywood tarafından; seçim veya başka bir yoldan hükümet iktidarını kazanmak amacıyla örgütlenmiş insanlar grubu olarak ifade edilmektedir. Partilerin baskı grupları ya da toplumsal hareketlerle karıştırılmaması gerektiğini belirten Heywood (2011: 303), siyasi partileri bu gruplardan ayıran dört özelliği; yürütme makamını elde ederek siyasi iktidarı kazanmak, biçimsel olarak ‘kart taşıyan’ üyeliklerle örgütlenme, yönetim politikasının mesele edindiği geniş kapsamlı her konuya ve soruna odaklanmanın benimsenmesi ve paylaşılan siyasi tercihler ve genel bir ideolojik kimlik etrafında belli ölçülerde birlik ve bütünlüğe sahip olmaları olarak sıralamaktadır.

Tanımlara bakıldığında; siyasi iktidarın elde edilmesi ya da bu iktidara ortak olma, siyasi kararların etkilenmesi ve tüm bu amaçlarla ideolojik birlik ve bütünlükte birlikte hareket edilmesi gibi ortak özellikler karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda siyasi partileri; ideolojik birlik ve bütünlüğünü önemli oranda sağlamış insan topluluklarının siyasi kararları etkilemek, değiştirmek, önlemek için siyasi iktidara ortak ya da tümüyle sahip olmak amacıyla kurdukları oluşumlar olarak tanımlamak mümkündür.

### **2.5.1. Türkiye’de Siyasi Partiler**

Türkiye’de siyasi partileri Cumhuriyet öncesi ve sonrası olmak üzere iki dönemde ele almak gerekmektedir. Çünkü Osmanlı İmparatorluğunun son döneminden başlayan partileşme dönemi Cumhuriyete intikal eden kadroların kurduğu Halk Fırkası ile dönemleri birbirine bağlayan bir nitelik arz etmektedir. Bunun yanı sıra Yücel (2006), Cumhuriyet öncesi cemiyet ya da dernek adı altında faaliyet gösteren kuruluşların da siyasi partiler arasında sayıldığını ifade ederek bunun sebebini siyasi parti kurumunun yerleşmemiş olmasına bağlamak gerektiğini vurgulamaktadır.

#### **2.5.1.1. Cumhuriyet Öncesi Siyasi Partiler**

Osmanlı Devleti’nin gerileme döneminde yaşanan karışıklıkları durdurmak ve bazı ıslahat talebinde bulunmak üzere bazı gizli birlikler kurulmuş ve çeşitli girişimler yaşanmıştır. Sözü edilen hareket ve girişimlerin içerikleri tartışmalı da olsa bu birleşme hareketlerinin başında “Fedailer Cemiyeti” olarak ifade edilmektedir. “Kuleli Vak’ası” olarak anılan ve Süleymaniyeli Şeyh Ahmet tarafından 1859’da kurulan Cemiyet, üyelerinin bir kısmının suikast yapabileceklerden oluşması nedeniyle de “Fedailer” yazılı

bir taahhütname alınması cemiyetin özellikleri arasında ifade edilmektedir (Tunaya, 1995: 89).

Osmanlı İmparatorluğundaki bir başka siyasal örgütlenme 1872 yılında kurulan İhyayı İslam Cemiyeti'dir. Dinin yeniden yorumlanması, hayat bulması ve canlandırılması amacıyla kurulan ve ilk siyasal örgütlenme olarak kabul edilen Cemiyetin siyasal hayata önemli bir etkisi görülmemiştir. 1850'lerde aydınlar ve orta sınıf bürokratlardan oluşan Genç Osmanlılar devlet yönetimindeki etkilerini artırmaya başlayarak önemli bir güç haline gelmişlerdir. 1902 yılında yapılan Jön Türk Kongresinde devletin kurtulmasının merkezîyetçi bir anlayışla yönetilmesini savunanlarla liberal ve adem-i merkezîyetçi yönetim taraftarlarının ayrışması sonucu merkezîyetçiliği savunanlar İttihat ve Terakki adı altında faaliyete geçmiş, liberal kesim ise 1908'de Osmanlı Ahrar Fırkasını kurmuşlardır (Tuncel: 2015: 174-175). Osmanlı İmparatorluğunda ilk kez belli siyasi görüşleri savunarak bunları uygulamaya koyacak bir partinin ortaya çıkması İttihat ve Terakki Cemiyeti ile olmuştur. 1913 yılında partiye dönüşen hareketin ülke genelinde şubeleri açılmıştır. Karar verme yetkisi Merkezde olmasına rağmen İttihat ve Terakki, taşra aydın ve ileri gelenlerinin siyasal hayata katılımının önünü açması dolayısıyla demokrasi tarihi açısından önemli bir kurum olarak görülmektedir (Karpaz, 2014: 45-46).

1908'de yapılan seçimlerde Ahrar Fırkası'nın İttihat ve Terakki Cemiyeti'ne karşı üstünlük sağlayamadığı belirtilmekte, Ahrar Fırkası'nın yanı sıra İttihat ve Terakki karşısında varlık gösteremeyen diğer oluşumlar ise Fedakaran-ı Millet Cemiyeti, Osmanlı Demokrat Fırkası, İttihad-ı Muhammedi Fırkası, Osmanlı Sosyalist Fırkası olarak sıralanmaktadır. Adı geçen fırkaların da İttihat ve Terakki Cemiyeti karşısında etkin bir muhalefet sergileyemediği ifade edilmektedir. 'Sopalı Seçim' olarak nitelendirilen 1912 yılında yapılan seçimlerde de İttihat ve Terakki'nin Meclis'te çoğunluğu sağladığı belirtilmekte, karşılarında ise altı temsilcilik kazanan Hürriyet ve İtilaf Fırkasının bulunduğu ifade edilmektedir (Tuncel, 2015:178). İkinci Meşrutiyette çok partili rejim beş yıl sürmüş, İttihat ve Terakki 1913 yılına kadar hükümetleri kontrol eden egemen bir parti olmuştur. Yapısal bakımdan kitle partisi olan ve türdeş olmayan parti, Mahmut Şevket Paşa'nın öldürülmesinin ardından hükümeti doğrudan doğruya kurarak çok partili rejime son vermiş ve 1918 Harb-i Umumi yenilgisine kadar tek parti rejimi hâkim

olmuştur (Tunaya, 2009: 44). 1913 sonrasında baskıcı uygulamalarıyla tek parti egemenliğinin olduğu dönemin ardından; Birinci Dünya Savaşı, Mondros Mütarekesi, Milli Mücadele Dönemi, Osmanlı İmparatorluğunun yıkılmasının ardından 23 Nisan 1920’de Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin kurulması ve 29 Ekim 1923’te Cumhuriyetin ilan edilmesine kadar uzanan bir süreç ile Cumhuriyet Dönemine geçilmiştir. Bu süreç farklı toplumsal kesimlerin birlikte verdiği mücadele neticesinde şekillenmiştir. Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde gerçekleşen kuruluş yıllarında çok partili hayata geçiş denemeleri olmuş ancak 1923-1946 yılları tek parti dönemi olarak tamamlanmıştır.

### **2.5.1.2. Cumhuriyet Döneminde Siyasal Partiler**

Cumhuriyet döneminde tek parti döneminde iki defa çok partili hayata geçiş denemesi olmuş ancak bu denemeler başarılı olamamıştır. Çok partili hayata geçişten günümüze kadar da çok sayıda parti kurulmuştur. Ancak bu bölüm kapsamında siyasal hayatta etkili olan partilere ilişkin kısa bilgiler sunulacak olup, sadece ismen var olup etkinlik göstermeyen partilere yer verilmeyecektir.

Cumhuriyet döneminin ilk siyasal örgütlenmesi Cumhuriyet Halk Fırkası’dır. Birinci Dünya Savaşı sonrasında Anadolu ve Rumeli’nin paylaşılması girişimine karşı bir araya gelen ‘Reddi İlhak’ ve ‘Müdafaa-i Hukuk’ cemiyetleri Sivas Kongresinde Mustafa Kemal tarafından birleştirilmiştir. Ağırlığını İttihat ve Terakki’nin eski kadrolarının oluşturduğu Anadolu ve Rumeli Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti bütün taşra örgütüyle Halk Fırkası’nı meydana getirmiştir. Genel merkezinde sivil-asker bürokrasi yerel örgütlerde eşrafın hâkim olduğu bir siyasal örgütlenme olarak Cumhuriyet Halk Partisi 1923-1945 yılları arasında ‘Kemalist Tek Parti’ dönemi siyasal örgütlenmesi olarak iktidarda kalmıştır (Kışlalı: 1994: 227-228). Dönem, parti ile devlet arasında bir ayrımın olmadığı, devleti temsil edenlerin çoğunlukla parti üyesi olduğu, parti müfettişlerinin de devleti temsil ettiği, devletin politikasını bildirme ve uygulanmasının sağlanmasının partinin görevleri arasında olduğu bir özellik göstermektedir (Yetiş, 2013: 20).

1923-1945 yılları arasında çok partili siyasal hayata geçiş için iki deneme gerçekleşti. 17 Kasım 1924’te kurulan Terakkiperver Cumhuriyetçi Fırka 1925 yılındaki Şeyh Said İsyanı sonrası karşı devrim niteliği taşıdığı iddiasıyla kapatıldı. 1930 yılında Atatürk’ün yakın arkadaşlarından Fethi Bey başkanlığında Cumhuriyetçi Serbest Fırka kuruldu. Tek parti yönetiminden bıkan halkın ‘Serbest Fırka’ yöneticilerine gösterdiği

ilgi ve bağıllık iktidarda bulunan ‘devletçi-seçkinciler’de endişeye sebep olmuştur. Siyasal gerilimin artmasını istemeyen ve Atatürk’e bağıllığı bilinen parti yöneticileri 17 Kasım 1930’da partiyi kapatmışlar ve çok partili hayatın ikinci denemesini de sonlandırmışlardır (Kongar, 1999: 138-142). İkinci Dünya Savaşı sonuna kadar devam eden tek parti döneminin sonlarında yeni oluşmakta olan kapitalist ve demokratik dünya düzenine uygun görülmemesi ve Türk siyasal sisteminde muhalefet yoksunluğunun oluşturduğu boşluğun belirgin hale gelmesi dolayısıyla Cumhurbaşkanı İsmet İnönü bir muhalefet partisine izin vereceğini açıklamıştır (Ahmad, 2014: 105). İkinci Dünya Savaşı’nı demokratik ülkelerin kazanmasının payı ve çok partili ve serbest eleştiriye dayalı siyasal hayatın gerekliliğine ilişkin oluşan kamuoyu demokratikleşme ve çok partili siyasal hayat için etkili olmuştur (Güngör, 2004: 26). Çok partili hayata geçiş sürecinde Nuri Demirağ tarafından kurulan Milli Kalkınma Partisi ilk muhalefet partisi olmuş ancak siyasi konulara değinmeyen parti başarılı olamayarak Demokrat Parti’nin gölgesinde kalmıştır. 1945 yılı bütçe görüşmelerinde bütçeye ret oyu veren Celal Bayar, Adnan Menderes, Fuad Köprülü ve Refik Koraltan, “Çiftçiyi Topraklandırma Kanunu” görüşmelerinde verdikleri “Dörtlü Taktir” olarak bilinen önergeyi vermek suretiyle ciddi bir muhalefet göstermişlerdir. Menderes, Köprülü, Koraltan partiden ihraç edilmiş, Bayar da milletvekilliğinden ve partiden istifa ederek Demokrat Partinin (DP) kuruluşuna giden yolu açmışlardır. Demokrat Parti 7 Ocak 1946’da kurulmuştur. 1946 seçimlerinde Meclise muhalefet partisi olarak giren DP, 14 Mayıs 1950’de yapılan seçimleri kazanarak tek başına iktidar olmuş ve 27 Mayıs 1960 askeri müdahalesine kadar iktidarda kalmıştır (Tuncel, 2015: 181-182).

1950-1960 yılları arasında Demokrat Parti iktidarı karşısında Cumhuriyet Halk Partisi muhalefet olarak yer almıştır. Tek parti dönemindeki çok partili hayat denemeleri sonrasında 1946 yılından itibaren çok partili hayata geçilmiş ve çok partili hayata geçildikten sonra onlarca parti kurulmuştur. Bunların bir kısmı yargı ve siyasi iktidarın kararı, bir kısmı kendini feshetme, bir kısmı ihtilal sonrası askeri yönetimin kararı ile bir kısmı da başka partilerle birleşme yoluyla varlıkları ortadan kalkmış, kaldırılmıştır.

Çok partili dönemde kurulan siyasi partilere bakıldığında; 1945-1960 yılları arasında 40, 1960-1980 yılları arasında 51, 1983 ile 2003 yılları arasında ise 127 parti kurulmuştur (Tuncer, 2003: 263). 2004-2015 yılları arasında ise bazıları daha önce siyasal

yaşamda yer alan partilerin de adlarını taşıyan 101 siyasi partinin kurulduğu kuruldu görülmektedir. Tuncel ve Arpacı tarafından hazırlanan ve ek olarak sunulan 1923-2015 yılları arasında kurulan siyasi partileri sıralayan tabloda ise toplamda 343 siyasi parti yer almaktadır (Karadağ, 2015: 538). Siyasi parti kurulması ve bu partilerin varlıklarını sadece isim olarak sürdürmeleri ya da varlıklarının çeşitli şekillerde ortadan kalkması hususları göz önünde bulundurulduğunda bu alanın oldukça hareketli olduğunu söylemek mümkündür. Bu doğrultuda siyasi partileri seçim yarışına katılabilecek yapılanmayı sağlama ve seçimlerde elde ettikleri oy üzerinden takip etmek gerekmektedir.

### **2.5.2. Türkiye’de Çok Partili Hayatta Yapılan Parlamento Seçimlerine Genel Bir Bakış**

Türkiye’de tek parti döneminde yapılan ve başarılı bir şekilde sonuçlanmayan çok partili hayat denemeleri sonrası 1946 yılında yeniden çok partili hayata geçişin gerçekleştirildiği daha önce vurgulanmıştı. 1946 yılında yapılan ilk genel seçimlerin ise hazırlanışı itibariyle bir “baskın seçim” olduğu ifade edilmektedir. Özkan (2014: 34), 1946 seçimlerinde pek çok seçim bölgesinde seçmenler üzerinde CHP’ye oy verilmesi yönünde baskı kurulması, oy sandıklarına el konularak seçim sonuçlarının tahrif edilmesi gibi nedenlerle kuralına uygun bir seçim yapılmadığını vurgulamakta, gerçek anlamda ilk çok partili, adil ve özgür seçimlerin 1950 yılında yapıldığını belirtmektedir.

1946’den beri yapılan genel seçimlerde uygulanan seçim sistemlerine bakıldığında; liste usulü çoğunluk, çevre barajlı d’hondt, milli bakiye, barajsız d’hondt, çifte barajlı d’hondt, çifte barajlı d’hondt+kontenjan ve ülke barajlı d’hondt seçim sistemlerinin uygulandığı görülmektedir. 1946 ve 2002 yılları arasında seçimlere katılan ve parlamentoya giren parti sayıları incelendiğinde; 1946 seçimlerine altı parti katılmış, parlamentoya iki parti girmiştir. 1950 seçimlerinde üç parti katılmış, üçü de parlamentoya girmiştir. 1954 seçimlerine katılan dört partiden üçü parlamentoda temsil edilmiştir. 1957 ve 1961 seçimlerine dörder parti girmiş ve dört partide parlamentoda temsil olanağı elde etmiştir. 1965 seçimlerine altı siyasi parti katılmış ve altısı da parlamentoya girmiştir. 1969 seçimlerine sekiz parti katılmış ve parlamentoda da temsil edilmişlerdir. 1973 genel seçimlerine katılan sekiz partiden yedisi, 1977 seçimlerine katılan sekiz partiden altısı parlamentoya girmeyi başarmıştır. 1983 genel seçimlerine askeri yönetimin izniyle katılabilen üç parti de parlamentoya girmiştir. 1987 seçimlerine yedi parti girmiş, üç parti

parlamentoda temsil edilmiştir. 1991 seçimlerine altı parti katılmış, beş parti meclise girmiştir. 1995 seçimlerine katılan parti sayısı bir önceki seçimlere göre iki kat artarak 12 olmuş, bu partilerden beşi Meclis'te temsil edilmiştir. 1999 seçimlerine 20 parti katılmış, yine beş parti temsil olanağı bulmuştur. 2002 yılında ise 18 parti seçim yarışına katılmış, sadece iki parti parlamentoda temsil edilmiştir (Tuncer, 2003: 280).

22 Temmuz 2007 tarihinde yapılan genel seçimler, seçim öncesinde yaşanan gelişmelerle bağlantılı olarak olağanüstü koşul ve gelişmeler sonrasında gerçekleştirilmiştir (Tosun, 2009: 162). Seçimlere 14 parti ve bağımsız adaylar katılmış, ülke barajını geçen üç parti ve 26 bağımsız aday parlamentoya girmiştir (hürriyet.com.tr, Erişim: 10.09.2018).

2011 yılında yapılan parlamento seçimlerine 15 siyasi parti ve 2007 genel seçimlerinde olduğu birçok bağımsız adaylarla gidilmiştir. Yapılan seçimlerde 2007 genel seçimlerinde olduğu gibi üç parti ve 34 bağımsız aday parlamentoya girmeyi başarmıştır (www.yenisafak.com.tr, Erişim: 10.09.2018).

7 Haziran 2015 genel seçimlerine 20 siyasi parti katılmış ve dört siyasi parti parlamentoda temsil olanağı elde etmiştir. 1 Kasım 2015 tarihinde yapılan tekrarlanan genel seçimlere ise 16 parti katılmış, oy artışı ya da kaybı çerçevesinde daha önce parlamentoda temsil edilme şansı yakalayan siyasi partiler tekrar parlamentoya girmeyi başarmıştır (www.haberler.com, Erişim: 10.09.2018). 2015 yılında yapılan genel ve tekrarlanan genel seçimleri özellikli kılan iki seçim arasındaki kısa süreye rağmen iktidar yapısını belirleyen büyük değişiklikler içermesidir.

Çok partili hayata geçişle birlikte parlamento/hükümet yapısının oluşumuna bakıldığında siyasal iktidarın yine uzun süreli tek başına iktidarlar ve koalisyon hükümetleri dönemleriyle devam ettiği görülmektedir. 1946 yılında yapılan ilk çok partili seçimlerde oy kullanma ve sayımın demokrasiyle bağdaşmayan bir uygulama çerçevesinde açık oy, gizli sayım ile gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu koşullarda yapılan seçimlere rağmen CHP 396, DP ise 62 milletvekili çıkarmıştır. 1950 genel seçimlerine gidilen süreçte ise DP propaganda kurumları ile ülkenin en uzak köşelerindeki seçmenlere ulaşabilmenin yollarını aramışlardır. İletişim kanallarından radyoyu resmi haber bültenlerinde yayımlanan demeçleriyle kullanan DP radyonun

yanında yaygın bir biçimde afiş çalışmalarından da yararlanmıştı. 1950 yılında yapılan seçimlere damgasını vuran çalışma ise; Yeter! Söz Milletindir! sloganını içeren afiş çalışması olmuştur. Türk siyasal iletişim tarihinin ilk ve en etkili sloganlarının başında kabul edilen bu sloganın gücü ve hatırlanma oranının nedenleri arasında haklı bir özleme cevap vermesi, seçmenlerin tamamına ulaşabilecek tek etkin medya olması ve seçim meydanlarındaki heyecanı yüksek kalabalıkları tek yumruk halinde tek hedefe yönelten bir afiş niteliği taşıması olarak ifade edilmektedir 1950 yılında yapılan seçimlerde geçerli oyların % 53'ünü alan DP 408 milletvekili çıkarmış, yüzde 40 alan CHP ise 69 milletvekili çıkarabilmiştir (Özkan, 2014: 35). Tek başına iktidar olan DP 1954 yılında yapılan genel seçimler sonucunda da çoğunluğu elde ederek iktidar partisi olmayı başarmıştır. DP, 1954 seçimlerini “Dün mü mutluydun, bugün mü? Seçimini ona göre yap” sloganı üzerine inşa etmiştir. CHP ise ana tema olarak laikliği kullanmış, rejimin tehlikede olduğu savından hareketle “1950’de kandın, bu sefer kanma” sloganını benimsemiştir (Tosun, 2009: 6). 1954 seçimlerine Cumhuriyetçi Millet Partisi (CMP) ve Türkiye Köylü Partisi (TKP) de katılmış ancak TKP Meclise girememiştir (Tuncer, 2003: 490-493).

1955 yılından itibaren ekonomide başlayan gerileme siyasal yaşamı da etkilemeye başlamıştır. 1958’de yapılması gereken seçimler ekonominin daha da kötü olacağı düşünüldükten Ekim 1957 tarihine alınmıştır (Ahmad, 2014: 120). 1957 seçimlerine dört parti katılmış, yüzde 47 oy alan DP 424 milletvekili çıkarmış, yüzde 41 alan CHP ise 178 milletvekili ile TBMM’ye girmiştir. Seçime katılan CMP yüzde 7,1 oy ile 4 milletvekili, yine yüzde 3,9 oy alan Halkçı Parti (HP)’de 4 milletvekili ile parlamentoda temsil olanağı yakalamıştır. Seçim yarışında ön planda olan DP kampanyasını ekonomik kalkınma teması üzerine kurarken CHP tarafsız ve demokratik bir yönetim vaadiyle seçmen karşısına çıkmıştır (yenisafak.com.tr, Erişim: 12.09.2018). 1957 seçimlerinden sonra siyasi gerilim artmış, muhalefetin yıkıcı etkilerini araştıran bir komisyon kurulmasının ardından artan öğrenci gösterileri sonrası sıkıyönetim ilan edilmiştir. 24 Mayıs 1960’ta seçimlere gidileceği açıklanmış ancak 27 Mayıs 1960 askeri müdahalesiyle DP iktidarı sona ermiştir (Ahmad, 2014: 120-121).

Askeri müdahalenin ardından yapılan 1961 Anayasasının radyonun özerk kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenmesi ilkesini getirmesi, basın dışı haberleşme araçlarından

yararlanmayı düzenlemesi, kanunların halkın kitle haberleşme araçlarıyla haber alması, düşünce ve kanaatlerini açıklaması ve kamuoyunun serbestçe oluşmasını engelleyici olamaz ilkelerini getirmesi dolayısıyla geniş bir serbestlik alanı oluşturmuştur. 20 Nisan 1961 yılında çıkarılan seçim yasasına yansıyan bu ilkelerle radyoda yapılacak seçim propagandaları düzenlenmiş ve partilerin radyo konuşmaları bir takvime bağlanmıştır. 1961 Anayasasının getirdiği özgürlükle partilere radyonun yanında hoparlör, miting, afiş, broşür vb. araçlarla propaganda yapma hakkı tanınmıştır (Tokgöz, 2010: 42-43). 27 Mayıs 1960 askeri müdahalesinin ardından 15 Ekim 1961 yılında ilk genel seçimler yapılmış, seçimlerde CHP yüzde 36,7, DP yerine kurulan Adalet Partisi (AP) yüzde 34,8, Yeni Türkiye Partisi (YTP) yüzde 13,7 ve Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi (CKMP) yüzde 14 oy alarak parlamentoya girmiştir. TBMM’de oluşan dağılım tek başına hükümet kurmaya yetecek biçimde oluşmamıştır (Tosun, 2009: 12). Seçimler sonucunda TBMM’de elde edilen sandalye sayısı 173 milletvekili CHP, 158 milletvekili AP, 54 milletvekili CKMP ve 65 milletvekili YTP şeklinde gerçekleşmiştir (www.secim-sonuclari.com, Erişim: 12.09.2018).

1960’lı yıllar, siyasi partilerin açık ve kapalı mekânlarda toplantılar düzenleyebildikleri özgürlükçü bir dönem olarak ifade edilmektedir. 1961 anayasasına uygun olarak hazırlanan seçim yasaları doğrultusunda siyasi partiler genel seçim öncesi verilen radyo aracılığıyla propaganda hakkını kullanmışlardır. 1960’lı yıllarda farklı görüşleri benimseyen, benimsetmek isteyen yeni siyasi partiler de kurulmuş ve faaliyette bulunmuşlardır (Özkan, 2014: 44). 1965 yılında yapılan genel seçimlere AP, CHP, CKMP, Millet Partisi (MP), Türkiye İşçi Partisi (TİP) ve YTP katılmış ve seçime katılan tüm partiler TBMM’ye girmiştir (Tuncer, 2003: 279). Temsilde adaleti artıracak olan nispi temsil sistemi ve milli bakiye sisteminin birlikte kullanıldığı seçim sistemi ile yapılan seçimlerde yüzde 53 oy oranı ile AP 240 üye almış, yüzde 28 oy oranı ve 134 üye ile CHP temsil olanağı elde etmiş, yüzde 6 oy oranı ile MP 31 üye almış, yüzde 3 oy oranları ile YTP 19 üye, TİP ise 14 üye ile TBMM’ye girmiştir. 1965’te yapılan seçimlerde AP tek başına iktidar olmuştur (Tuncel, 2015: 187).

1965 seçimleri sonrasında ülkede siyasal gerilim yükselmiş, siyasal kanadın solunda yer alan örgütler arasında ayrışma yaşanmıştır (Tuncel, 2015: 187). 1961 seçim yasasıyla getirilen ‘milli bakiye sistemi’ Demirel Hükümeti tarafından Mart 1968’de



kaldırılarak gerilime sebep olduğu düşünölen İşçi Partisinin üye sayısı 1969 yılında yapılan seçimlerde düşmüştür. Hem sol örgütler arasında yaşanan ve ayrışmalar hem de milli bakiye sisteminin kaldırılması sonucu önceki seçimlerde 14 olan vekil sayısı TİP için 1969 seçimlerinde iki milletvekili olarak gerçekleşmiştir (Ahmad, 2014: 141). 1969 genel seçimlerinde; AP, CHP, GP, MP, MHP, BP, TİP ve YTP katılmış, yüzde 46 oy alan AP 256 sandalye kazanmış, yüzde 27 oy alan CHP 143 üyelik elde etmiş, yüzde 6 alan Güven Partisi (GP) 15, yüzde 3 oy alan Millet Partisi (MP) 6, yüzde 1 oy alan MHP 1, yüzde 2 oy alan Türkiye Birlik Partisi (BP) 8, yüzde 2 oy alan TİP 2 ve yüzde 2 oy alan YTP 6 milletvekili çıkarmıştır. Bu seçimlerde bağımsız adaylar da yüzde 5 oy ile 13 milletvekili ile TBMM’de temsil edilme olanağı elde etmişlerdir (secim-sonuclari.com, erişim: 13.09.2018). 1969 seçimlerinde bir önceki seçime göre oy oranı düşen AP, d’hondt seçim sistemine dönüldüğü için TBMM’deki üye sayısını artırmıştır. Tekrar tek başına iktidar olmasına rağmen AP siyasal istikrarın uzun sürmesini sağlayamamış, Şubat 1970’te DP’li milletvekillerinden bir grup ile bazı senatörlerin bütçeye ret oyu vermesiyle AP Hükümeti düşmüştür. Tüm dünyada artan sağ-sol çatışmaları, öğrenci hareketleri, işçi eylemleri ve artan Amerikan aleyhtarlığı sonrasında 12 Mart 1971 Askeri Muhtırası gerçekleşmiş, Süleyman Demirel başbakanlıktan uzaklaştırılarak AP iktidardan düşürölmüştür. Muhtıra sonrasında Nihat Erim Başbakanlığında teknokratlardan oluşan bir hükümet kurulmuştur (Tuncel, 2015: 187-188).

1961 yılında yapılan seçimlerde önemli bir oy oranını yakalayan ve 1965 ve 1969 seçimlerini tek başına hükümet kurabilecek şekilde tamamlayan AP’nin kullandığı seçim afişlerine bakıldığında sloganlar ve bu sloganlarda yer alan vurgularla sonuçlar elde edildiği görölmektedir. “Birlik Kuvvettir A.P. de Birleşelim”, “Sıcak Aş, Dertsiz Baş, Mutlu Yurttaş Hedefimizdir”, “Dirlik, Düzenlik, Kalkınma”, “Alın Terine Göz Nuruna Emeğ’e Değer” Halkın Derdini Halktan Olan Anlar”, “İşsizliğe Cahilliğe, Çaresizliğe Paydos”, Demokrasinin Bayrağı” ve “Daha Güçlü A.P. Daha Büyük Türkiye Demektir” sloganlarından oluşan AP’nin simgesi at ve A.P. kısaltmalarından oluşan afişler 60’lı yılların ikinci yarısında AP’nin kampanya çerçevesini sunmaktadır (Özkan, 2014: 49).

Askeri yönetimin güdümünde 1973 yılında yapılan genel seçimlere kadar 1. ve 2. Nihat Erim hükümetleri, Ferit Melen ve Naim Talu hükümetleri kurulmuştur. Bu süreçte Meclis’te çoğunluğu sağlayacak olan Bülent Ecevit için “Karaoğlan” lakabı doğmuştur

(Özkan, 2014: 45-46). 1973 yılında yapılan genel seçimlere CHP, AP, DP, Cumhuriyetçi Güven Partisi (CGP), Milli Selamet Partisi (MSP), MHP, BP ve MP katılmıştır. Yapılan seçimler sonucunda yüzde 33 oy oranı ve 185 milletvekili ile CHP seçimden birinci olarak çıkmıştır. Yüzde 29 oy alan AP 149 milletvekili, yüzde 11 oy alan Demokratik Parti (DP) 45 milletvekili, yüzde 11 oy alan MSP 48 milletvekili, yüzde 5 oy alan CGP 13 milletvekili, yüzde 3 oy alan MHP 3 milletvekili, yüzde 1 oy alan BP 1 milletvekili ve yüzde 2 oy oranını yakalayan bağımsızlar 6 milletvekilliği elde etmişlerdir. Yüzde 1'in altında oy alan MP TBMM'ye temsilci gönderememiştir (secim-sonuclari.com, Erişim: 14.09.2018). Kabinayı kurmak için vekil sayısı yeterli olmayan CHP Ocak 1974'te MSP ile bir koalisyon hükümeti kurdu. Şubat 1974'te güvenoyu alan Hükümet Kıbrıs'ta yaşanan olaylar neticesinde müdahale kararı almış ve bu harekât sonrası Bülent Ecevit kahraman olmuştur. Koalisyon ortağı olan Necmettin Erbakan'la olan gerilim sonrası olası muhtemel bir seçimde başarılı olacağını düşünen Ecevit'in istifasıyla 241 günlük geçici hükümet dönemi ve Milliyetçi Cephe hükümeti adı verilen Süleyman Demirel'in liderliğindeki AP, MSP, CGP ve MHP'den oluşan bir hükümetin görev yaptığı gerilimli bir süreç işlemiştir. Tüm bu süreç sonunda 5 Haziran 1977'de genel seçimlerin yapılması kararlaştırılmıştır (Ahmad, 2014: 148-151).

1977 genel seçimleri siyasal pazarlama iletişimi tarihimizin ilk profesyonel kampanyasını da içermektedir. 1977 seçimlerinde Cenajans, AP adına siyasal kampanya yürütme görevi üstlenmiş ve AP adına afiş tasarımı, slogan üretimi, ses kasetleri ve basın ilanları oluşturulması çalışmalarını yapmıştır. AP adına yapılan çalışmalarda her afiş için farklı sloganlar üretilmiş ve çeşitli başlıklarla uzun metinlerden oluşan afişler seçmene sunulmuştur. “7 Küpeli Gelin” (GAP'ı anlatan afiş), “4 Milyon...40 Milyon” (İstanbul'daki belediyeçilik örnek gösterilerek 4 milyonu idare edemeyen siyasal partinin 40 milyonu nasıl idare edeceği anlatımını içermektedir), “Türk Köyüne Işık Yaktık”, “Sosyal Adalet, ancak hür demokratik düzen içinde gerçekleşebilir”, “Aziz Türk Milleti”, “Geçekçi Türk Milliyetçiliği”, “Biz İnaniyoruz ki”, “Milletin efendisine böyle hizmet edilir...”, “Gerçekçi yoldan ‘Büyük Türkiye’ye’ doğru”, “Canım Anacığım”, “Biz..” ve “20 yılını tamamlayınca ‘ohh’...dedi” başlıklı afişlerden oluşan kampanyada seçmene ulaşılmaya çalışılmıştır. Seçim kampanyasında sadece slogandan oluşan afiş ise “Biz İstanbul'a gerdanlık taktık onlar çöpünü bile temizlemedi” afişi olarak karşımıza çıkmaktadır (Özkan, 2014: 54-65).

1977 genel seçimlerinde CHP'nin sokağa seslendiği, seçmeni sokaklara egemen silahlı gruplardan kurtarma vaadinin işlendiği afişler damgasını vurmuştur. Bu afişlerde kullanılan sloganlar; “Analar çocuklarınızı oylarınızla koruyun”, “Silah gidecek, barış gelecek”, “Tek yol: oy”, “Köylüden başlayan gelişme, köye kadar sanayileşme”, “Hızlı ve hakça gelişme”, “Toprak işleyenin, su kullananın”, “Kıbrıs Fatihi, Karaoğlan” şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Gergin siyasal ortamda gidilen seçimlerde seçimlere CHP, AP, MSP, DP, CGP, MHP, BP, TİP ve bağımsız adaylar katılmışlardır. Seçimlerde oyların yüzde 41’ini alan CHP 213 milletvekili, yüzde 36’sını alan AP 189 milletvekili, yüzde 8’ini alan MSP 24 milletvekili, yüzde 6 oy alan MHP 16 milletvekili, yüzde 1 oy alan CGP 3 milletvekili, yüzde 1 oy alan DP 1 milletvekili çıkarmıştır. Yüzde 1’in altında oy alan BP ve TİP TBMM’ye temsilci gönderememiştir (secim-sonuclari.com, Erişim: 14.09.2018). 1977 seçimlerinden sonra kurulan koalisyonlar, yaşanan istikrarsızlık ve kanlı olaylar sonrasında 12 Eylül 1980 tarihinde askeri müdahale olmuş ve demokratik siyasal sisteme ara verilmiştir. Mevcut siyasi partiler ve TBMM kapatılarak eski siyasi parti yöneticilerine siyaset yapma yasağı getirilmiştir. 1982 Anayasasının yapılarak referanduma sunulması sonrasında 1983 yılı ilkbaharı itibariyle siyasi partilerin kurulmasına izin verilmiştir. Eski siyasetçilerin siyaset yapma yasağı devam ettirilmiş, yeni kurulan partiler için ulusal seçim çevresi barajı konularak seçim çevreleri yeniden belirlenmiştir (Tokgöz, 2010: 47).

1983 genel seçimlerine Milli Güvenlik Konseyi (MGK)’nin izniyle üç parti katılmıştır. Seçime Anavatan Partisi (ANAP), Halkçı Parti (HP) ve Milliyetçi Demokrasi Partisi (MDP) katılmıştır. Seçimlerde yüzde 45 oy alan ANAP 211 milletvekili, yüzde 30 oy alan HP 117 milletvekili, yüzde 23 oy alan MDP 71 milletvekili çıkarmıştır. Bağımsızların oyu yüzde 1 olarak gerçekleşmiş ve TBMM’ye bağımsız aday girememiştir. (secim-sonuclari.com, erişim: 14.09.2018). 1983 yılında demokratik siyasal sisteme geçilirken, siyasal kültür açısından bazı yenilikler Milli Birlik Konseyinin onayıyla hayata geçirilmiştir. Bunlar arasında seçime katılacak siyasi parti liderlerine TRT’de tartışma olanağı, seçim öncesi propaganda amacıyla gazetelerde reklam yayınlanmasına ilk kez izin verilmesi sıralanmaktadır. Bu kapsamda televizyon ve radyoda tanıtım yapan siyasi partiler gazetelerde de reklam yayınlamışlardır. 1983 genel seçimlerinde ANAP ve MDP gazetelere ilan vermiş HP ise bu aracı kullanmamıştır (Tokgöz, 2010: 48). 1983 yılında yapılan genel seçimlerde ANAP 23 farklı ilan

kullanmıştır. Bunlardan 12'sinde ANAP programından paragraflar, 11 ilanda ise yapılacakları içeren metinler kullanılmıştır. “Sokaktan korkmamak güzel şey”, “‘Söylenesi kolay’ Kimse işsiz kalmayacak”, “Taş yerinde ağırdır”, “Mevzuat Hazretleri”, “Orta direğin hali”, “‘Söylenesi kolay’ Konut sıkıntısını çözeceğiz”, “6 Kasım ve...Siz.”, “Kaşıkla verip kepçeyle geri almak...” ve “Yarın...” başlıklı afişlerle Türkiye'nin çözülemeyecek hiçbir meselesinin olmadığı vurgularıyla seçmenden oy istenmiştir. Turgut Sunalp liderliğindeki MDP ise 3 farklı ilanla gazetelerde yer almıştır. “Dengeli ekonomi...Sağlıklı demokrasi...Güçlü Türkiye...” ana sloganı, Dün'ü unutma Türkiyem. Yarın'a güvenle bak.”, “Ey Türk Milleti!” ve Türkiye için ‘evet’ ” başlıkları altında maddeler ve paragraflarla seçmene ulaşılmaya çalışılmıştır (Özkan, 2014: 70-80).

1986 yılında siyasetin ana konularından biri olarak eski siyasetlerin siyaset yasaklarının kaldırılması tartışmaları karşımıza çıkmaktadır. Süleyman Demirel'in artan popülerliği ve kamuoyu baskısı sonucu siyasi hakların iadesi hususunda referanduma gidildi. Turgut Özal'ın ‘hayır’ kampanyasına rağmen 6 Eylül 1987'de yapılan referandumda halk siyasi hakların iadesi yönünde ‘evet’ oyu kullanarak eski siyasetçilerin siyasete dönüşünün yolunu açtı. Referandumda alınan olumsuz sonucun etkisiyle Süleyman Demirel'in toparlanmasına engel olmak isteyen Özal erken seçim kararı aldı (Ahmad, 2014: 165).

1987 genel seçimlerine yedi parti katılmıştır. Yüzde 36 oy alan ANAP 292 milletvekili, yüzde 24 oy alan Sosyal Demokrat Halkçı Parti (SHP) 99 milletvekili ve yüzde 19 oy alan Doğru Yol Partisi (DYP) 59 milletvekili çıkarmıştır. Seçimlerde yüzde 10 ülke barajını geçemeyen Demokratik Sol Parti (DSP), Refah Partisi (RP), Milliyetçi Çalışma Partisi (MÇP), İslahatçı Demokrasi Partisi (IDP) ve bağımsızlar TBMM'de temsil edilememiştir (secim-sonuclari.com, erişim: 14.09.2018). 1987 seçimlerine referandumda alınan olumsuz sonuçla giren ANAP, seçimlerde “Vatandaş! Oyunu bölme. Vur mührünü Anavatan üstüne. Çağ atlayan Türkiye'yi, elele daha da ileriye...” ana sloganı “Çağ Atlayan Ülke...Türkiye”, “Çağrı!”, “Kavgasız Türkiye! Sahip Çıkınız...” ve “Yarın...Çağ atlayan Türkiye'nin eteğinden çekmeye izin vermeyin!” başlıklarından oluşan ve programı içeren paragraflardan oluşan afişlerle seçmene ulaşmaya çalışmıştır. Seçimde ayrıca daha az metin içeren ve “Türk Anası, Yuvanı Anarşiden Korum. Huzurun ve Güvenin İçin Anavatanı Seç.”, Türkiye'nin geleceği için

elele... Ülkemizin kaynakları çağ atlamak için değerlendirilmelidir. Ülkemizin insanı, refaha, huzura, mutluluğa layıktır. 2000'lere elele.." ve "Türkiye'nin geleceği için elele...Uzmanlaşan emeğe, artan iş olanaklarına, güvenlik ve refaha...2000'lere elele..." mesajlarını içeren afişler de kullanılmıştır. 1987 seçimlerinden ikinci olarak çıkan Erdal İnönü liderliğindeki SHP'de "sıkılmış limon" yaklaşımı kampanyada ön plana çıkmıştır. Reklam ajansı ile profesyonel destek alan SHP "Beş yıl daha bir limon gibi sıkılmaya hayır!" sloganı ile seçimde dikkatleri üzerine çekmeyi başarır. İnönü fotoğraflarıyla farklı toplumsal kesimlere seslenen afişlerde kampanya da kullanılarak oy oranı artırılmaya çalışılmıştır. "Erdal İnönü'den tüm sosyal demokratlara uyarı: Oyunuzu Bölmeyin! Boşa Oy Vermeyin!", "Erdal İnönü'den Çiftçilerimize...Kararlıyız...Nefes Aldıracağız!", Erdal İnönü'den Gençlerimize, Kararlıyız...Gençlerimiz İçin Dünyalar Kurarız!", "Erdal İnönü'den Memurlarımıza, İşçilerimize, Emeklilerimize, Kararlıyız...Yüzünüzü Güldüreceğiz" mesajları içeren afişlerle seçmen kitleleri etkilenmeye çalışılmıştır. SHP ayrıca sanatçıların fotoğrafların yer aldığı "Oyum SHP'ye" afişlerini de seçim kampanyasında kullanmıştır (Özkan, 2014: 94-108).

1987 seçimlerini kazanan ANAP, iktidarın yıpranma sürecinin de etkisiyle 1989 yılında yapılan yerel seçimlerde 12 Eylül rejiminin getirdiği baskıcı rejimin sürmesi ve yüksek enflasyon gibi sebeplerle de halkın desteğini kaybederek ciddi oy kaybı yaşamıştır. ANAP için sonuçları oldukça kötü olan yerel seçimlerin ardından 1989 yılında yapılan cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Turgut Özal Cumhurbaşkanı olarak Çankaya'ya çıkmıştır. Turgut Özal'ın cumhurbaşkanı olmasının ardından ANAP'ın başına önce Yıldırım Akbulut, ardından Mesut Yılmaz geçmiştir (Kongar, 1999: 223-224).

1991 genel seçimlerine altı parti ve bağımsız adaylar katılmıştır. Seçimlerde oyların yüzde 27'sini alan DYP 178 milletvekili, yüzde 24'ünü alan ANAP 115 milletvekili, yüzde 20'sini alan SHP 88 milletvekili, yüzde 16'sını alan RP 62 milletvekili ve yüzde 10'unu alan DSP 7 milletvekili ile TBMM'de temsil edilme hakkını kazanmıştır. Yüzde 1'in altında oy alan Sosyalist Parti (SP) ve bağımsız adaylar Meclis'te temsil edilememiştir (secim-sonuclari.com, erişim: 14.09.2018). 20 Ekim 1991 de yapılan seçimler 12 Eylül'den sonra kurulan dengelerin tümünden değiştiği seçimler olarak ifade edilmektedir. Buna sebep olarak ise 12 Eylül yönetimince yasaklanan tüm partilerin eski liderleriyle parlamentoya girmesi gösterilmektedir. Siyasal iletişim tarihi açısından yeni

bir dönemin başlangıcı olarak ifade edilen seçimlerde parlamentoya giren tüm partilerin reklam ajanslarıyla geniş kapsamlı bir iş birliklerinin söz konusu olduğu belirtilmektedir. Bu doğrultuda popüler sanatçıların popüler olmuş parçaların telifinin alınması için yarışıldığı, el ilanları, afişler, billboardlar, gazete ve dergi ilanları ve radyo, TV ve sinemada ücretli ilanların yoğun bir şekilde kullanıldığı bir seçim süreci yaşanmıştır. Mesut Yılmaz liderliğinde 1991 seçimlerine giren ANAP “Çünkü Daha Yapacak Çok İş Var” ana sloganı üzerine kampanyasını kurgulamış ve “Türkiye çağı yakalamak için dünyaya açılmayı sürdürecekseniz”, “Türkiye, her vatandaşına sosyal güvence sağlayacaksa...”, “Türkiye’de çalışan herkes emeğinin karşılığını alacaksa...”, “Türkiye dünyaya açılırken kendi öz değerlerine sahip çıkacaksa...”, “Türkiye eğitim ve iş sağlayacaksa...”, “Türkiye’de kadınlar hak ettikleri yere gelecekse...”, “Türkiye’de hızlı gelişmenin devamı için istikrar şartsa...” ve “Türkiye’de barış ve hoşgörü siyasete hakim olacaksa...” başlıklarıyla ANAP’ın vaat ve programını içeren paragraflardan oluşan afiş çalışmalarıyla seçmene ulaşmaya çalışmıştır. “21 Ekim Sabahı Yeni Bir Türkiye” mesajıyla kampanyasını başlatan DYP “Tek Başına İktidar” sloganını tüm çalışmalarında kullanmış ve birçok vaatle seçmen karşısına çıkmıştır. “Şeffaflık üst başlığı ile (Bütün karakol duvarları şeffaf olacak) vurgusunu çalışmasına taşıyan DYP; cam kapılar, açık yönetim, açık toplum, katılımcı demokrasi vaadini seçmenle paylaşmıştır. “Ortadirek (işçiler, memurlar, çiftçiler, küçük esnaf, emekli, dul ve yetimler) yeniden güçlenecek”, “10 Büyük reform”, “Yeni Türkiye’de Herkes Hakkını Alacak”, “Bütün köprülerin, bütün otoyolların, bütün geçişlerinde % 50 indirim olacak”, “Kalkınma Yeniden Başlıyor”, “38 Yeni Havaalanı”, “61.030 Sağlık Güneşi”, “Hanedanın Başbakanına 10 Soru”, “Diriliş”, “Türkiye’ye Mektup”, “Peşin Vergiye Son” vb. seçim vaatleriyle seçmenleri etkilemeye çalışmıştır. 1991 seçimlerine profesyonel destek ve birçok alanda yapılan vaatlerle giren DYP başarılı olmuş ve tek başına iktidar için yeterli sayı yakalanamasa da hükümet kurma imkânı yakalanmıştır (Özkan, 2014: 131-150)

1995 genel seçimlerine 12 siyasi parti ve bağımsız adaylar katılmıştır. Seçimlerde yüzde 21 oy alan RP 158 milletvekili, yüzde 19 oy alan ANAP 132 milletvekili, yüzde 19 oy alan DYP 135 milletvekili, yüzde 14 oy alan DSP 76 milletvekili ve yüzde 10 oy alan CHP 49 milletvekili ile TBMM’de temsil edilme olanağı kazanmıştır. Yapılan seçimlerde ülke barajının altında kalan MHP, Halkların Demokratik Partisi (HADEP), Yeni Demokrasi Hareketi, MP, Yeniden Doğuş Partisi (YDP), İşçi Partisi (İP), Yeni Parti

(YP) ve bağımsız adaylar TBMM'ye temsilci gönderememiştir (secim-sonuclari.com, erişim: 14.09.2018). Refah Partisi 1995 yılında yapılan genel seçimlere, 1994 yılında yapılan yerel seçimlerde elde ettiği başarının avantajı ile katılmıştır. 1989'da yerel seçimlerde aldığı yüzde 9,7'lik oy oranını 1994 yerel seçimlerinde yüzde 19,1'e çıkaran Refah Partisi büyükşehirlerde merkez sağ ve soldaki parçalanmışlıktan da faydalanarak belediyeleri kazanmıştır. 1991'den itibaren Anaajans'la çalışan parti 1995 yılında yapılan seçimlerde de aynı ajansla çalışmayı tercih etmiştir. "Türkiye yeniden doğacak" sloganı çerçevesinde kampanyasını organize eden RP "Ücretler vergilerle budanmayacak", "Hava, su ve siyaset temizlenecek", "Rüşvet kapıları açılmamak üzere kapanacak", "Seçim günü değil, her gün demokrasi olacak!", "Size Sadece REFAH Vaadediyoruz", "Terör yarası, Refah'la Sarılacak" ve "Merhaba Refah, Merhaba Türkiye" slogan ve mesajlarından oluşan bir kampanya süreci içerisinde seçmenlerine mesajlarını sunmuştur. 1995 seçimlerinde en yüksek ikinci oy oranını yakalayan ANAP ise 3 farklı ajansla kampanya yürütmüştür. Başlangıçta Terranova ile çalışan parti, kampanya döneminin ikinci yarısında yayınlanan negatif ilanlar için Penajans ve Manajans ile de çalışmıştır. "Taahhüt ediyorum" başlıklı afişlerde; "Para, pul olmaktan çıkacak!", "Yolsuzluğun, hırsızlığın dokunulmazlığı olmayacak!" ve "Adalet yerini bulacak" başlıkları altında ANAP'ın vaatleri sıralanmıştır. "Bu işi biz çözeriz" ve "ANAP'a oy ver, Maceraya Son Ver" sloganları da bu afişlerde kullanılan ortak sloganlar olarak karşımıza çıkmaktadır. "Taahhüt Ediyorum!" başlıklı lider resmi kullanılmayan sadece parti amblemi ve "ANAP'a Oy Ver, Maceraya Son Ver" sloganının kullanıldığı afişte ise; enflasyonun ineceği, işsizliğin bitirileceği, Güneydoğu sorununun çözüleceği, gümrük birliğinde haklarımızın korunacağı ve eğitim sorununun çözüleceği büyük başlıklar ve içeriği ile sunulmuştur. "Yalandan Usandık, İşte Sandık" temalı çalışmalarda ise parti ve liderlerinin vaat ve görüşlerine gönderme yapılarak seçim sandığı ve ANAP'a oy çağrısı içeren sloganlara yer verilmiştir. Örneğin "Çiller: Gecekondu sorununu biz çözeriz bize güvenin..." vaadine yer verilmekte ve halktan birisinin fotoğrafı eşliğinde "Çözecek sandık! Yalandan usandık, İşte Sandık" kompozisyonuna yer verilmektedir. Yukarıda belirtilen tema çerçevesinde bu ilanla birlikte yedi farklı ilanda seçmene sunulmuş kampanya yürütülmüştür. ANAP'ın kullandığı bir başka kompozisyon "Süpür Gitsin" ve "Aranyor" ilanları şeklinde karşımıza çıkmaktadır. "Bu ülke hepimizin" sloganı ve "Sabır taşı çatlamadan..", "Parti davası değil...Ülke davası.", "Artık uykularımız

kaçmasın!”, “Gönlünüzü ferah tutun...Türkiye kazanacak” başlıklarından oluşan mesajlarla bir başka kompozisyon da seçmen kitlelerini etkilemek üzere kampanyaya dahil edilmiştir. Seçim kampanyasında doğrudan DYP Lideri Tansu Çilleri hedef alan “I am Coming Bill...” başlığının da dikkat çektiği; “Çiller ve Kabinesi”, “Çillerin Karnesi”, “Kiminle, Nereye” ve “Tercih sizin” başlıklarının kullanıldığı ve Çilleri yıpratmayı amaçlayan afişler de kullanılmıştır (Özkan, 2014: 231-249). DYP’nin de Mesut Yılmaz’ı ve Necmettin Erbakan’ı hedef alan bir kampanya yürüttüğü 1995 genel seçimlerinde, seçmenle yüz yüze iletişimi daha fazla uygulayan ve afiş ve ilanlarında kendi programını anlatan RP seçimleri önde tamamlamıştır. Bu bağlamda 1995 genel seçimlerinde yıpratma kampanyalarının sonuç getirmediği ve oy kaybına neden olduğu da test edilmiştir.

1995 seçimlerinden sonra kurulan DYP/ANAP Hükümeti, Tansu Çillere yönelik araştırma önermeleri üzerine kısa sürede dağılmış, sonrasında kurulan Refah-Yol Hükümeti ile de 28 Şubat Süreci olarak ifade edilen gerginlikler dönemi yaşanmıştır. CHP’nin dışarıdan destek verdiği Anasol Hükümeti adı verilen ANAP/DSP ortaklığı ile oluşturulan hükümet Türkbank’ın satışı ile ilgili olarak Mesut Yılmaz’ın iş adamı Korkmaz Yiğit ile pazarlık yaptığı iddiaları sonrasında CHP’nin desteğini çekmesi sonrası sona ermiştir. TBMM’de üçüncü sırada bulunan Bülent Ecevit önderliğinde ülkeyi seçimlere götürmek üzere DSP’nin azınlık hükümeti kurulmuştur. 18 Nisan 1999 tarihinde yapılacak genel ve yerel seçimler öncesinde, 18 Şubat 1999 tarihinde PKK terör örgütü lideri Abdullah Öcalan’ın yakalanarak Türkiye’ye getirilmiş ve bu konjonktürde seçimlere gidilmiştir (Özkan, 2014: 259-260). 1999 yılında yapılan genel seçimlerine 20 parti ve bağımsız adaylar katılmıştır. Oyların yüzde 22’sini alan DSP 136 milletvekili, yüzde 18 oy alan MHP 129 milletvekili, yüzde 15 oy alan Fazilet Partisi (FP) 111 milletvekili, yüzde 13 oy alan ANAP 86 milletvekili, yüzde 12 oy alan DYP 85 milletvekili ile TBMM’de temsil olanağı elde etmiştir. Seçime katılan ve ülke barajının altında kalan CHP, HADEP, BBP, ÖDP, LDP, DP, MP, BP, İP, EMEP, YDP, SİP, DEPAR, DBP ve bağımsız adaylar ise TBMM’de temsil edilememişlerdir (secim-sonuclari.com, erişim: 14.09.2018). 1999 genel seçimlerinden birinci sırada çıkan DSP seçimlerde profesyonel bir iş birliğine girmemiş genel merkezde yürütülen çalışmalarla seçime katılmıştır. Kampanyada seçmene vaatte bulunulan ve bir program sunan içeriklerin de çalışılmadığı görülmüştür. Seçim çalışmaları kapsamında yapılan afişlerde



“Hakça Düzen İçin Demokratik Solda Köylü İşçi Girişimci El Ele Demokratik Sol Parti: Huzur ve Güven Veren Parti”, “Hükümetlerde Başarılı Olduk Yerel Yönetimlerde de Başarılı Olacağız. Çözüm Üreten Parti Demokratik Sol Parti. Dürüstlüğün Simgesi” ve “Anneler Oylarınızı Çocuklarınız İçin Kullanın. Demokratik Sol Parti Geleceğin ve Gençliğin Güvencesidir” mesajları kullanılmıştır (Özkan, 2014: 286-288).

1999 Genel Seçimlerinde ortaya çıkan sonuçtan hareketle seçim sonuçlarının sadece seçmene sunulan rasyonel mesajlarla ya da vaatlerle belirlenmediği, konjonktürün de sonuçlara etki eden önemli bir değişken olduğu ortaya çıkmaktadır. İstikrarsız olduğu kabul edilen bir dönemde ülkenin en önemli problemlerinden olan terör sorununun çözümüne umut olacak şekilde terör örgütü liderinin ülkeye getirilmesinin görev başında olan hükümet partisine eğilimi artırmasını bu bağlamda değerlendirmek mümkündür.

2002 genel seçimlerine 18 siyasi parti ve bağımsız adaylar katılmıştır. Seçim sonucunda oyların yüzde 34’ünü alan AK PARTİ 365 milletvekili, yüzde 19’unu alan CHP 177 milletvekili ve seçim barajını geçen sekiz bağımsız aday TBMM’de temsil imkanı elde etmiştir. Yüzde 10 seçim barajının altında kalan DYP, MHP, Genç Parti (GP), DEHAP, ANAP, Saadet Partisi (SP), DSP, YTP, BBP, YP, İP, BTP, ÖDP, LDP, MP ve Türkiye Komünist Partisi (TKP) TBMM’ye girememiştir (secim-sonuclari.com, Erişim: 14.09.2018). 2002 Genel Seçimleri erken seçim kararı olarak gerçekleştirilmiştir. Seçim öncesi dönemde Türkiye’de görevde olan hükümet döneminde büyük yıkımların kaynağı olan 17 Ağustos depremi ve ağır ekonomik krizler yaşanmıştır. 2002 yılında seçimi kazanarak tek başına iktidar olanağı elde eden AK PARTİ Arter Ajans’la çalışmış ve kampanyasını organize etmiştir. 24 afişle seçmen karşısına çıkan parti farklı toplum kesimlerine yönelik genel içerikle mesaj vermeyi tercih etmiştir. “Her şey Türkiye İçin” ana sloganı çerçevesinde; “Biz Türkiye’nin dünü, bugünü, yarınıyız...”, “Biz Türkiye’nin Kızılıрмаğı, Harran’ı, Sakarya’sıyız...”, “Biz Türkiye’nin Yunus’u, Mevlana’sı, Pir Sultan Abdal’ıyız...”, “Biz Türkiye’nin hür iradesi, bölünmez bütünlüğüyüz...”, “Biz 4 Kasım sabahıyız...”, “Biz Türkiye’yiz”, “GÜVENİYORUM çiftçinin yüzünü güldürecek tek parti AK PARTİ”, “SÖZ VERİYORUZ Birlikte Başaracağız”, “GÜVENİYORUM sağlık sorunlarını çözecek tek parti AK PARTİ”, “GÜVENİYORUM önümdeki engelleri kaldıracak tek parti AK PARTİ”, “GÜVENİYORUM hak ve özgürlükleri koruyacak tek

parti AK PARTİ”, “GÜVENİYORUM kadın özgürlükleri koruyacak tek parti AK PARTİ”, “GÜVENİYORUM esnafa, işçiye kazandıracak tek parti AK PARTİ”, “GÜVENİYORUM gençlere iş ve eğitim verecek tek parti AK PARTİ”, “GÜVENİYORUM çalışanların haklarını ödeyecek tek parti AK PARTİ”, “Yakın ışıkları Yolsuzluklar bitsin!”, “Yakın ışıkları Herkesin işi olsun”, “Yakın ışıkları Yasaklar kalsın!”, “Yakın ışıkları Türkiye Aydınlansın”, “Adalet için Tek başına iş başına”, “Kalkınma için Tek başına iş başına”, “İstikrar için tek başına iş başına”, “Türkiye için tek başına iş başına” ve “AK PARTİ’ye Aydınlığa Evet” mesajları içeren afişlerle seçmenlere ulaşılmaya çalışılmıştır. AK PARTİ’nin 2002 genel seçimlerinde mesajlarını afiş ve billboardlar aracılığıyla seçmenlerine ulaştırdığı görülmektedir.

2007 genel seçimlerine 14 siyasi parti ve bağımsız adaylar katılmıştır. Seçimler sonrasında yüzde 46 oy alan AK PARTİ 341, yüzde 20 oy alan CHP 112, yüzde 14 oy alan MHP 71 ve yüzde 5 oy alan bağımsız adaylardan 26 milletvekili TBMM’de temsil olanağı elde etmiştir. Seçim barajını geçemeyen DP, GP, SP, BTP, HYP, İP, ATP, TKP, ÖDP, LDP ve EMEP TBMM’ye temsilci gönderememiştir (secim-sonuclari.com, erişim: 14.09.2018). 2007 genel seçimleri de olağanüstü koşulların etkisi altında gerçekleşmiştir. Cumhurbaşkanlığı seçimleri çerçevesinde yaşanan kriz sonrası 22 Temmuz’da seçimlerinin yapılması kararlaştırılmıştır. Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde tarihe e-muhtıra olarak geçen bir TSK bildirisi ve sonrasında yaşanan gelişmelerle seçime gidilmiştir. “Her şey Türkiye İçin” ana sloganı ve “Durmak Yok Yola Devam” sloganıyla basın ilanları ve afiş ve billboardlarla seçmene ulaşılmaya çalışılmıştır. “İstediğim Hastanede Tedavi Oluyorum”, “Ders Kitaplarımı Ücretsiz Alıyorum”, “Kira Öder Gibi Ev Sahibi Oldum”, “Birlikte Başardık Yarım Bırakma”, “Ekonomik Büyümenin Devamı İçin 5 Yılı Kaybetme Yine Kazan”, “Sağlıkta Dönüşümün Devamı İçin 5 Yılı Kaybetme Yine Kazan”, “Eğitim Seferberliğinin Devamı İçin 5 Yılı Kaybetme Yine Kazan”, “İstikrar ve Güvenin Devamı İçin 5 Yılı Kaybetme Yine Kazan”, “Yeni Dönemde KOBİ’lere Daha Fazla Kredi Tam Destek”, “Yeni Dönemde Her Alanda Eşit ve Etkin Kadın”, “Yeni Dönemde Gençlere Her Alanda Tam Destek”, “Güven ve İstikrar İçinde Durmak Yok Yol Devam” ve “Birlik ve Beraberlik İçinde Durmak Yok Yola Devam” mesajlarını içeren afiş ve billboardlarla seçmen kitleye ulaşmaya çalışılmıştır.

22 Temmuz Genel seçimlerinde 2002 yılından farklı olarak basında yer almak üzere de tanıtım çalışmaları yürütülmüştür. Bu kapsamda 27 Nisan 2007 Cuma günü kullanılarak AK PARTİ ORADAYDI! Muhalefet Neredeydi? mesajı ve TBMM Genel Kurulu fotoğrafı kullanılan bir afiş çalışmasına ek olarak çoğunluğu paragraflardan oluşan 18 ilan çalışması yapılmıştır. “Ankara’da Oturmadık Açılıştan Açılışa Koşuyoruz”, Türkiye’nin Yolunu Açtık Yol Medeniyettir”, “5 Yılı Kaybetme Yine Kazan”, “Yeni Dönemde Türkiye’yi Tutabilene Aşkolsun”, “Gençliğin Umudu Olduk”, “Sağlıkta Yeni Çağ Açtık”, “Güçlü İktidar Güçlü Türkiye”, “Türkiye Tek Millet Tek Bayrak Tek Vatan Tek Devlet”, “Sivas Büyüklüğünde Beş Yeni Şehir”, “Eğitimde Sınıf Atladık”, “Özürlerimiz İçin Engelsiz Türkiye”, “Teşekkürler Türkiye Nice Ak Yıllara”, “Türkiye Bizimle İlkleri Başardı Birlikte Başardık”, “Türkiye’yi Dünya Ligine Taşydık”, “Siz Kime Oy Veriyorsunuz”, “Güven ve İstikrar İçinde Durmak Yok Yola Devam”, “Sensiz Olmaz! Durmak Yok Yola Devam”, “Önce İnsan, Önce Kadınlarımız” başlıklarından oluşan ve “Durmak Yok Yola Devam” ve “Her şey Türkiye İçin” sloganlarının yer aldığı partinin program ve vaatlerini içeren ilanlar kullanılmıştır.

2011 genel seçimlerine 15 siyasi parti ve bağımsız adaylar katılmıştır. AK PARTİ, CHP, MHP ve bağımsız adaylar seçim barajını geçerek TBMM’ye girmiş, seçim barajını geçemeyen SP, HAS Parti, BBP, DP, HEPAR, DSP, DYP, TKP, MP, MMP, EMEP ve LDP TBMM’de temsil imkânı elde edememişlerdir (secim.haberler.com, Erişim: 14.09.2018). Seçim sonucunda oyların yüzde 49,8’ini alan AK PARTİ 326 milletvekili çıkarmış, yüzde 26 oy oranıyla CHP 135 milletvekili, yüzde 13 oy alan MHP 55 milletvekili ve yüzde 6,4 oy alan bağımsızlar 34 milletvekili ile TBMM’de temsil olanağı elde etmişlerdir (yenisafak.com, Erişim: 14.09.2018).

2011 Genel Seçimlerinde AK PARTİ’nin 43 afiş/billboard ve 30 basın ilanı ile kampanya yürüttüğü görülmüştür. Afiş çalışmalarında “hayaldi, gerçek oldu!” sloganını kullanan parti mesajlarının bir bölümünü vatandaşın diliyle uyumlu bir görselde birleştirerek sunmuştur. “Ders Kitaplarımı Ücretsiz Alıyorum/1 Milyar adet Ücretsiz Ders Kitabı Dağıttık”, “İstedğim Şehirde Üniversiteye Gidiyorum/Üniversitesi Olmayan Şehir Bırakmadık”, “İstedğim Hastanede Tedavi Olabiliyorum/Hastaneleri Birleştirdik, Rehin Kalma Ayıbına Son Verdik”, “Artık Ailemizin Bir Doktoru Var/Aile Hekimliği Hizmetini Başlattık”, “Ektiğim Biçtiğim Güvence Altında/Tarım Sigortasını Başlattık”,

“Mazot Gübre ve Ürün Desteği Alıyorum/Çiftçimize Tam Destek Verdik”, “Enflasyon Canavarından Kurtulduk/Enflasyonu Yüzde 30’dan Yüzde 4’e Düşürdük”, “6 Sıfır Gitti Param Değer Kazandı/Liradan 6 Sıfır Attık”, “Duble Yollarda Güvenle Seyahat Ediyorum/13.500 km Double Yol Yaptık”, “Kira Öder Gibi Ev Sahibi Oldum/490.000 Konut Yaptık”, “İstediğim Eczaneden İlacımı Alabiliyorum Üstelik % 80 Ucuza/İlaç Fiyatlarında Rekor İndirim Yaptık”, “Memleketime Uçakla Gidiyorum/Havayollarını Halkın Yolları Yaptık”, “Artık Bizim De Hızlı Trenimiz Var/Türkiye’yi Yüksek Hızlı Trenle Tanıştırdık”, “Birçok Ülkeye Vizesiz Gidebiliyorum/47 Ülke İle Vizeleri Kaldırdık”, “Engelli Çocuğuma Bakıyorum Destek Alıyorum/285.000 Engeli Yakınına Her Ay Asgari Ücret Ödüyoruz” ve “Kredimi Aldım İşimi Büyüttüm/Esnaf ve KOBİ’lere Tam Destek Verdik” mesajları halkın içinden bir vatandaş ve parti lideri Erdoğan’ın fotoğrafı bölümlenmesiyle sunulmuştur.

“Türkiye Hazır Hedef 2023” sloganı ve Erdoğan fotoğrafı eşliğinde ise vaatlerden oluşan bir afiş çalışması yapılmıştır. Bu kapsamda ise seçmene; “Her Öğrenciye Ücretsiz Elektronik Kitap”, “Yeni Evlenen Çiftlere Dayalı Döşeli 100.000 Konut”, “Muhteşem proje Kanal İstanbul”, “Esenboğa’dan Kızılay’a Raylı Sistem”, “Anadolu Trenlerle İzmir’e Bağlanıyor”, “Dünyanın 2.Büyük Köprüsü İzmit’e”, “22 Dev Şehir Hastanesi”, “Yerli Uçağımız Göklerde”, “Biri Avrupa’da Biri Asya’da İstanbul’a 2 Yeni Şehir”, “Ankara’nın Dört Yanına Metro Hattı”, “İzmir’e Dev Şehir Hastanesi”, “Tarımda Dünyanın En Büyük 5 Ülkesinden Biri”, “Yerli Uydumuz Göktürk Uzayda”, “Boğaz’a Otomobil Tüp Geçidi”, “İzmir’e İki Dev Stadyum ve Spor Kompleksi”, “Dünyanın En Büyük 10 Ekonomisinden Biri”, “500.000 Yeni Konut”, “İstanbul’a 3.Köprü 3. Havaalanı”, “İstanbul’dan İzmir’e Otoban”, “500 Milyar Dolar İhracat”, “Yerli Otomobilimiz Geliyor”, “10 Yeni Hızlı Tren Hattı”, “Yerli Savaş Uçağımız ve Helikopterimiz Geliyor”, “2B Arazilerine Kesin Çözüm. Herkes Tapusunu Alıyor”, “Ekonomide İstikrar Sürsün Türkiye Büyüsün”, “Demokraside İstikrar Sürsün Türkiye Büyüsün” ve “Türkiye Hazır Hedef 2023” mesaj ve sloganlarından oluşan kompozisyonlarla ulaşılmaya çalışılmıştır.

2011 Genel Seçimleri basın ilanlarında “Türkiye Hazır Hedef 2023” sloganı ve AK PARTİ Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan fotoğrafının yer aldığı uzun metinler bulunan bir kompozisyonu tercih etmiştir. Bu çalışmalarının başlıklarına bakıldığında;

“Büyük Türkiye İçin Güçlü Savunma Sanayii”, “Büyük Ülke İçin Büyük Hedefler”, “Kültür ve Turizmde Dünya Lideri”, “Güçlü Kadın Güçlü Aile”, “Yeni Anayasa İleri Demokrasi”, “Ankara’ya Hapsolmadık”, “Türkiye Hazır Hedef 2023!”, “Eğitimde Büyük Devrim”, “Tarımda Avrupa Şampiyonuyuz”, “Yoksulunu Gözeten Sosyal Devlet”, “Gelecek Gençlerin”, “Her Şey Engellilerimiz İçin”, “Büyük Türkiye Büyük Ekonomi”, “Bir Eve Sahip Olmak...Hayaldi Gerçek Oldu”, “Çalışan, Kazanan Büyüyen Türkiye”, “Geleceğe Uzanan Yollar”, “Hayaldi Gerçek Oldu”, “Milletimiz İleri Bir Demokrasi Hayal Ediyordu”, “Büyük Ülke Marka Şehirler”, “Sağlıkta Büyük Dönüşüm”, “Adalet Mülkün Temelidir”, “Bayrağımız Her Yerde”, “İleri demokrasi İçin”, “Büyük Ekonomi İçin”, “Sosyal Devlet İçin”, “Marka Şehirler İçin”, “Lider Ülke İçin”, “Birlik ve Dirlik İçin”, “Biz Birlikte Türkiye’yiz” ve “Teşekkürler Türkiye” mesajlarıyla karşılaşılmaktadır. Basın ilanlarında ayrıca “Mühür Sende Karar Senin” ve “Türkiye Büyüsün İstikrar Sürsün” sloganlarının da kullanıldığı görülmektedir.

2002’den beri yapılan seçim kampanyalarında kullanılan afiş ve basın ilanı çalışmalarında lider fotoğrafı kullanımı açısından da bir farklılık göze çarpmaktadır. 2002 yılında yapılan afiş çalışmalarında 24 ilanın sekizinde genel başkan fotoğrafına yer verilirken 2007 yılında yapılan seçimlerde hazırlanan 16 afişin 11’inde, 19 gazete ilanının 18’inde genel başkan fotoğrafına yer verildiği görülmektedir. 2011 yılında yapılan 30 basın ilanı ve 43 afişin ise tamamında AK PARTİ Lideri Erdoğan’ın fotoğrafının kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda seçim kampanyalarının lider odaklı bir kampanya çalışmasına dönüştüğü ifade edilebilir.

7 Haziran 2015 tarihinde yapılan genel seçimlere 20 parti ve bağımsız adaylar girmiştir. Seçim barajını geçen ve yüzde 40,87 oy alan AK PARTİ 258 milletvekili çıkarmış, yüzde 24,95 oy alan CHP 132 milletvekili, yüzde 16,29 oy alan MHP 80 ve yüzde 13,12 oy alan HDP 80 milletvekili çıkarmışlardır. Seçim barajını geçemeyen SP, VP, BTP, DSP, DP, TURKP, HKP, HAK-PAR, DYP, AP, LDP, MERKEZP, MP, KP, YP ve HAP TBMM’ye girememiştir.

1 Kasım 2015 tarihinde tekrarlanan genel seçimlerde ise 16 parti ve bağımsız adaylar yarışmış, AK PARTİ yüzde 49,49 oy oranı ile 317 milletvekili, CHP yüzde 25,31 oy oranı ile 134 milletvekili, MHP yüzde 11,90 oy oranı ile 40 milletvekili ve HDP yüzde 10,76 oy oranı ile 59 milletvekili ile TBMM’de temsil olanağı yakalamıştır. Seçim

barajını geçemeyen SP, BBP, VP, HAK-PAR, HKP, DP, KP, BTP, DSP, LDP, MP, DYP ve bağımsız adaylar TBMM'ye temsilci gönderememiştir (secim.haberler.com, Erişim: 14.09.2018).

### **2.5.3. 2015 Genel ve Tekrarlanan Seçimlerinde TBMM'ye Giren Siyasi Partilerin Tarihçesi**

7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 tarihlerinde yapılan genel ve tekrarlanan genel seçimlerinde TBMM'ye % 10 seçim barajını aşarak dört parti girmiştir. AK PARTİ, CHP, MHP ve HDP TBMM'de grup kuracak sayılarda milletvekili çıkararak Meclis'te temsil imkânı elde etmiştir.

#### **2.5.3.1. Adalet ve Kalkınma Partisi (AK PARTİ)**

Fazilet Partisi'nin (FP) içerisinde bulunan ama parti yönetiminden memnun olmayan bir grubun partinin 2000 yılında yapılan kongresinde Abdullah Gül'ü aday göstermesi Adalet ve Kalkınma Partisi (AK PARTİ)'nin doğuşunu hazırlamıştır. Kongrede genel başkanlık yarışının az bir oyla kaybedilmesi ve Fazilet Partisi'nin kapatılması sonrasında Abdullah Gül ve taraftarları yeni bir siyasi hareketi başlatarak AK PARTİ'nin kuruluş çalışmalarını hızlandırmışlardır (Uysal, 2008: 94). FP'de yenilikçi grup olarak bilinen Recep Tayyip Erdoğan, Abdullah Gül, Abdullatif Şener, Dengir Mir Fırat ile Bülent Arınç'tan oluşan ve Milli Görüşü destekleyen Recai Kutun karşısında kongreyi kaybeden grup, Anavatan Partisi (ANAP)'nde daha önce siyaset yapan muhafazakârlarla birleşerek 14 Ağustos 2001 tarihinde AK PARTİ'yi kurmuşlardır (Özdağ, 2011: 102). 121 kişilik Kurucular Kurulu ile çok geniş toplumsal ve siyasal yelpazeden bireyleri bir araya getirdiği ifade edilen ve 21. Yasama döneminde farklı partilerden gelen milletvekilleriyle TBMM'de grup kurularak temsil edilen AK PARTİ 3 Kasım 2002'de yapılan genel seçimlerde %34 oy alarak tek başına iktidar olanağı elde etmiştir. Parti 550 üyeli TBMM 'de 365 milletvekili çıkarmıştır (Akdoğan, 2004: 9).

Özdağ, AK PARTİ'nin tarihi mirasını yakın dönem tarihinde ilk meşru, örgütlü ve hükümet düzeyinde etkin İslami hareket olarak görülen Milli Selamet Partisi'ne (MSP) kadar götürmenin mümkün olduğunu ifade eder (2011: 99). 2002 genel seçimlerinde elde edilen seçim galibiyetine bakıldığında bir tarihsel miras üzerinde kurulduğu gerçeği yadsınamaz. Bu bağlamda ilgili tarihsel süreç hakkında da bir özet sunulmalıdır.

İslami referanslara açıkça dayanan ilk Türk siyasal partisi olarak görülen Milli Nizam Partisi (MNP) 28 Ocak 1970'te Necmettin Erbakan liderliğinde kurulmuştur. Nakşibendi tarikatının İskenderpaşa cemaatinin şeyhi Mehmet Zahit Kotku'nun İslamcı bir partinin kurulmasını teşvik ettiği Erbakan ve bazı MNP kurucularının da bu cemaate mensup olduğu, aynı şekilde Nurcuların önde gelen mensuplarının da bu partiye katıldıkları ifade edilmektedir. MNP 1971 yılında laiklik karşıtı faaliyetleri gerekçesiyle Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılmıştır. 11 Ekim 1972'de Süleyman Arif Emre tarafından Milli Selamet Partisi (MSP) kurulmuş sonrasında partinin liderliğine Necmettin Erbakan geçmiştir. 1973 seçimlerine katılan MSP yüzde 11.8 oy oranı ve 48 milletvekili ile Meclise girmiştir (Özbudun, Hale, 2010: 31-32). Özdağ, AK PARTİ'nin atası olarak MSP'nin gösterilme sebebini MNP'ye göre daha uzun süreli olması ve iktidar ortağı olmasından kaynaklandığını belirtmektedir (2011: 101). 1973 seçimlerinde partilerin tek başına iktidar olması gereken çoğunluğu sağlayamaması ve Meclise giren partilerin koalisyon konusundaki isteksizliği MSP'yi anahtar konumuna getirmiştir. Bülent Ecevit'le koalisyon hükümetinde yer alan MSP, bu koalisyonun 1974'te dağılmasının ardından Süleyman Demirel önderliğindeki Adalet Partisi (AP), Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ve Cumhuriyetçi Güven Partisi (CGP)'nin yer aldığı Milliyetçi Cephe hükümetinde yer aldı. 1977 seçimlerinde yüzde 8,6 oy oranı ve 24 milletvekili çıkaran MSP, dağılana kadar Milliyetçi Cephe hükümetinde bulundu. 1980 Askeri Müdahalesi sonucu diğer partilerle birlikte kapatılan MSP'nin, lideri ve kadrosu siyasal faaliyetlerden yasaklandı. Milli Güvenlik Konseyi (MGK) kararıyla yeni partilerin kurulmasına izin verildikten sonra aynı çizgide olan Refah Partisi (RP) kuruldu. Ahmet Tekdal liderliğinde kurulan partinin 1983 genel seçimlerine katılmasına MGK tarafından izin verilmemiştir. 1984 yerel seçimlerinde yüzde 4,4, 1987 milletvekili seçimlerinde yüzde 7,2 oy oranına ulaşan RP, 1989 yerel seçimlerinde yüzde 9,8'e çıkarak oy oranını yükseltmeye devam etmiştir. 1991 milletvekili seçimlerinde MÇP ve İslahatçı Demokrasi Partisiyle (IDP) ittifak yaparak yüzde 16,9'a ulaşan ve TBMM'ye girmeyi başaran parti, 1994'te yapılan yerel seçimlerde aldığı yüzde 19,1'lik oyla oy oranını yükseltmiştir. 1995 yılında yapılan milletvekili seçimlerinde yüzde 21,4 oy alan parti 158 milletvekili çıkarmıştır. 1996 yılında Necmettin Erbakan'ın başbakanlığında Doğru Yol Partisi ile koalisyon hükümeti kuran RP'nin iktidarı on bir ay devam etmiştir. "28 Şubat Süreci" olarak anılan ve hükümetin düşmesine sebep olan olaylar sonrasında 1998 yılında RP

laiklik karşıtı faaliyetler gerekçesiyle Anayasa mahkemesi tarafından kapatılmıştır (Özbudun, Hale, 2010: 32-33). Refah Partisi'nin kapatılması ihtimaline karşı 17 Aralık 1997'de İsmail Alptekin tarafından Fazilet Partisi (FP) kurulmuş ve RP'nin kapatılması ve Necmettin Erbakan'ın yasaklı olması nedeniyle liderliği Recai Kutan tarafından yürütülmüştür (Özdağ, 2011: 102). 1999 milletvekili seçimlerinde yüzde 15,4 oy oranı elde eden FP (Özbudun ve Hale, 2010: 34) 2001 yılında Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılmıştır (Akdoğan, 2004: 9). 'Yenilikçiler' ve 'Gelenekçiler' ayrışması Fazilet Partisinin kapatılmasıyla sona ermiş Recep Tayyip Erdoğan liderliğinde yenilikçiler AK PARTİ'yi gelenekçiler ise Saadet Partisi (SP)'ni kurarak yollarına devam etmişlerdir (Özbudun ve Hale, 2010: 34).

AK PARTİ, 3 Kasım 2002'de yapılan seçimlerinin ardından yapılan genel ve yerel seçimlerde ve anayasa değişikliklerine ilişkin yapılan referandumlarda yürüttüğü tüm kampanyalarda başarı sağlamıştır.

2002 yılında yapılan milletvekili genel seçimlerinde 550 koltuk sayısı üzerinden 363 milletvekili çıkaran AK PARTİ'nin Meclis tablosu, 22 Temmuz 2007 yılında yapılan seçimlerde 341, 12 Haziran 2011 yılında yapılan seçimlerde 327, 7 Haziran 2015 tarihinde yapılan seçimlerde 258 ve 1 Kasım 2015 tarihinde yapılan tekrarlanan genel seçimlerde 317 milletvekili olarak gerçekleşmiştir. 2004, 2009 ve 2014 yılında yapılan yerel seçimlerde il genel meclisi, belediye meclisi ve belediye başkanlığı seçimlerinde AK PARTİ önemli oransal farklılıklarla seçimleri kazanmıştır. 2002-2016 yılları arasında üç kez anayasa değişikliği halk oylaması yapılmıştır. Bu oylamalarda da AK PARTİ ve oylamalarda Evet oyu kullanan parti ve seçmen gruplarının tercihi yüzde elli üzerinde sağlanarak seçim sonucu elde edilmiştir (www.ysk.gov.tr, Erişim: 01.08.2018).

### **2.5.3.2. Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)**

CHP, Cumhuriyet tarihinin en eski partisi olup kuruluşundan sonraki yıllarda da bünyesinden birçok parti çıkarmıştır. Parti, Milli Mücadele döneminde mücadelenin kazanılmasına katkı sağlayan Müdafaa-i Hukuk Cemiyetleri temeli ve örgütlerinden yararlanılarak Mustafa Kemal Atatürk'ün Anadolu-Rumeli Müdafaa-i Hukuk Cemiyetlerinin partiye dönüştürmesi dolayısıyla da önem taşımaktadır. Parti'nin kurulmasına ilişkin ilk açıklama 6 Aralık 1922 yılında Atatürk tarafından yapılmış ve 'Halk Fırkası' adı bu açıklamada yer almıştır (Uyar, 2012: 65). CHP'nin ilk kurultayı



Sivas Kongresi olarak ifade edilmektedir. İlk kez bu kongrede yasama ve yürütmeye yönelik kararlar ülkenin çeşitli bölgelerini temsil eden üyeler tarafından alınarak devlet kurma girişimi başlatılmıştır. Devlet kuran parti olarak CHP'nin bu kongrede filizlenmeye başladığı ifade edilmekte, Atatürk'ün de CHP'nin temelinde Anadolu ihtilalinin yattığını ifade ederek Sivas Kongresi'ne dikkat çektiği belirtilmektedir (Bila, 2008:14). “Halk Fırkası” olarak kurulan partinin adı 1924 yılında “Cumhuriyet Halk Fırkası” 1935 yılında da “Cumhuriyet Halk Partisi” olarak değiştirilmiştir (Aybek, 2009: 8). Sivas Kongresi ile başlayan, TBMM'nin kurulmasıyla devam eden ve Cumhuriyetin ilanına uzanan süreç ya da dönem CHP'nin kuruluş çalışmalarının da devam ettiği bir zaman dilimi olarak ifade edilebilir.

1923 seçimleri sonrası yenilenen Meclis, CHP'nin kuruluş sürecinin son basamağı olarak ifade edilmektedir. Yeni Meclis'in Müdafaa-i Hukuk milletvekilleri seçimlerden önce hazırlanan 9 Umde esas olmak üzere Halk Fırkası Nizamnamesi'ni yaparak 9 Eylül 1923 günü kabul etmişler ve 11 Eylül 1923 tarihli İçişleri Bakanlığına verilen dilekçe ile de “Halk Fırkası”nın resmi kuruluşunu gerçekleştirmişlerdir. Fırkanın genel başkanlığına Mustafa Kemal Atatürk, genel başkan vekilliğine İsmet İnönü ve genel sekreterliğine de Kütahya Milletvekili Recep Peker seçilerek yönetim kurulu oluşturulmuştur (Bila, 2008:36-37).

Yukarıda da ifade edildiği üzere Fırka, 1935 yılında Cumhuriyet Halk Partisi adını almış ve 1950 yılına kadar tek parti dönemi olarak adlandırılan dönemde ülke yönetimini sürdürmüştür. 1923-1950 yılları arasındaki 27 yıllık tek parti yönetimi boyunca üç kez çok partili hayat denemesi gerçekleştirilmiş fakat bunlardan sadece sonuncusu başarılı olabilmıştır (Uyar, 2012: 81). İlk çok partili deneme 17 Kasım 1924'te İçişleri Bakanlığı'na verilen dilekçeyle kurulan Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası (TCF)'dir. Halk Fırkası içerisinde Hükümeti eleştirenlerin istifasının ardından muhaliflerce kurulan partinin kamuoyundan destek görmesi, örgütlenme çabaları ve milletvekili sayısının artmasıyla ilgi odağı haline gelmesi Halk Fırkasını da telaşlandırmıştır. TCF'nin kurulması sonrasında yaşanan gelişmeler ve Doğu'da Şeyh Sait isyanının başlamasıyla süreç sert önlemleri içeren Takrir-i Sükun Kanununun çıkarılmasına uzanmıştır. İstiklal Mahkemelerinin aldıkları kararlar doğrultusunda Bakanlar Kurulu 3 Haziran 1925'te Takrir-i Sükun Kanununa dayanarak TCF'nin kapatılmasına karar verir. TCF'nin

kapatılmasından beş yıl sonra yönetim sistemine Batı'dan gelen eleştiriler doğrultusunda Atatürk'ün teşvikiyle 12 Ağustos 1930 tarihinde Fethi Okyar başkanlığında Serbest Cumhuriyet Fırkası (SCF) kurulur. SCF'nin da kısa zamanda ilgi odağı olması partilerin karşı karşıya gelmesi ve ortaya çıkan gerginlikler Fethi Bey'in partiyi fesih kararı ile son bulmuş ve 17 Kasım 1930 tarihinde SCF denemesi de sona ermiştir (Öz, 1992: 88-108).

1931 yılından itibaren gücünü sağlamlaştıran CHP muhalefeti parti içi muhalefetle sınırlandırmıştır. 1931 yılında yapılan seçimlerin ardından parti doktrininin ilkeleri tartışılarak programa yazılmıştır (Ayata, 2010: 68-69). Cumhuriyet Halk Partisi 1927 yılında Cumhuriyetçilik, Halkçılık, Milliyetçilik ve Laiklik ilkelerini CHP'nin dört temel ilkesi olarak benimsemiş, 1935 yılında bu ilkelere Laiklik ve Devrimcilik ilkelerini eklemiştir. CHP'yi simgeleyen bu ilkeler partinin de amblemi olan 6 ok olarak da kullanılmıştır (Aybek, 2009: 8).

CHP'nin 1931 tarihli programında bir dereceli seçimin toplumun belli bir demokratik olgunluğa erişmesinden sonra uygulanabilecek bir ideal bir hedef olduğunun algılandığı ifade edilmektedir. Bu doğrultuda Tek parti döneminde yapılan iki dereceli seçimlerin milletvekili aday listelerinin halk tarafından onaylanması anlamında olduğu belirtilmektedir. İki dereceli seçimler dolaylı, gerçek rakip adaylara şans tanımayan tasdik niteliği taşıyan seçimler olarak gerçekleşmiştir. 1946 yılına kadar bu şekilde yapılan seçimler, 1946 yılında ilk kez tek dereceli usulle yapılmış, seçimlerin açık oy gizli tasnifle yapılması nedeniyle sağlıklı bir sonuç ortaya konulamamıştır. 1950 seçimleri öncesinde tek dereceli seçim usulü, gizli oy, açık tasnif ve yargı güvencesi ile yapılan seçimlerde CHP çoğunluğu kaybederek 27 yıllık tek parti dönemi kapanmıştır (Uyar, 2012: 258-259).

1950'de seçimlerini kaybeden CHP, 1954 yılında yapılan seçimlerde oyların yüzde 34,8'ini, Meclisteki sandalyelerin de 31 tanesini alarak bir seçim yenilgisi daha yaşamışlardır. 1957 seçimlerinde CHP yüzde 40,6 alarak oylarını yükseltmesine ve muhalefet partileriyle birlikte DP'den daha fazla oy almalarına rağmen çoğunluk sisteminde kaynaklı olarak Meclis çoğunluğunu elde edememişlerdir. 27 Mayıs 1960 askeri müdahalesinin ardından yapılan seçimlerde CHP oyların yüzde 36,7'sini almış ancak çoğunluk partisi olamadığından koalisyon kurmak zorunda kalmıştır. 1961-1965 yılları arasında kurulan dört hükümetin üçünde CHP yer almıştır. 1965 yılında yapılan

seçimlerde yüzde 28,7 oy alan ve iktidarı Adalet Partisine bırakan CHP, 1969 seçimlerinde yüzde 27,4 oy alarak muhalefette kalmaya devam etmiştir. 12 Mart 1971 yılında verilen muhtıradan sonra kurulan Nihat Erim hkmetini İnönü'nün desteklemesiyle İsmet İnönü ile CHP Genel Sekreteri Bülent Ecevit arasında ihtilaf doğmuş, parti içi mücadele sonrası yapılan 5 Mayıs 1972 tarihli kurultay sonrasında 14 Mayıs 1972'de Ecevit CHP'nin genel başkanı seçilmiştir (Ayata, 2010: 78-86).

Parti lideri CHP Genel Başkanı olarak ilk sınavını milletvekili genel seçimlerinde veren Ecevit 14 Ekim 1973'te yapılan seçimlerde başarı sağlayarak 185 milletvekili çıkarmıştır. Meclis dağılımı salt çoğunluğu sağlayamayan bir yapıda oluőtuęundan koalisyon hükümetleri dönemi başlamış ve Bülent Ecevit liderliğindeki CHP ile Necmettin Erbakan liderliğindeki Milli Selamet Partisi ile hükümet kurulmuştur. 1974 Kıbrıs Barış Harekatı sonrasında i ve dış siyasetteki gelişmeler neticesinde ortaya çıkan anlaşmazlık nedeniyle 7,5 ay süren ortaklık sonlandırılarak 18 Eylül 1974 tarihinde Bülent Ecevit hükümetin istifasını vermiştir. Koalisyonun bozulması sonucunda parti içinde başlayan tartıőmalar sonrasında 'demokratik sol düşünce' konusunda forumlar düzenlenmiş 22 ve 23'nc kurultaylarda da tartıőmalar bu kavram çerçevesinde devam ettirilmiştir. 1976 yılı sonunda kabul edilen programa "Cumhuriyet Halk Partisi Demokratik Sol Bir Siyasal Partidir" açıklaması konularak ayrıntılı ve kapsamlı bir program ve yeni bir kadroyla 1977 seçimlerine girilmiştir. 5 Haziran 1977 yılında yapılan seçimlerde CHP 213 milletvekili ile birinci parti olmuştur. Hükümeti kurmakla görevlendirilen Bülent Ecevit partiler arası uzlaşma sağlayamadığından azınlık hükümeti kurmuş ancak güvenoyu alamayarak yerini Süleyman Demirel başbakanlığında kurulan Milliyetçi Cephe hkmetine bırakmıştır. 1978 yılı başında yeniden hükümet kurma olanağı elde eden Ecevit TBMM'de salt çoğunluğu sağlamak için 11 bağımsız milletvekili ile anlaşmış ve Aralık 1979 yılına kadar devam edecek hükümeti kurmuştur. Bu koalisyon da hükümet içinde baş gösteren uyumsuzluklar ve ekonomik sıkıntılarının giderek artması sonucu sona ermiştir. 12 Eylül 1980 Askeri müdahalesinin ardından 16 Ekim 1981 tarihinde diğer partilerle birlikte CHP'de kapatılmıştır. 1983'te yeni parti kurulmasına izin verilmesiyle birlikte CHP'liler Halki Parti ve Sosyal Demokrat Parti (SODEP) olarak ikiye blnmőler, Bülent Ecevit'in desteğiyle Demokratik Sol Parti'nin kurulmasının ardından parti sayısı e çıkmıştır. Halki Parti ile SODEP'in birleőmesi sonucunda Sosyal Demokrat Halki Parti (SHP) kurulmuştur. 12 Eylül'de kapatılan

partilerin yeniden kurulmasına imkan verilmesiyle birlikte 9 Eylül 1992’de ise CHP yeniden kurulmuştur. (Turan, 2000: 59-64). Sonraki süreçte birleşme çalışmaları başlatılmış, 1995 yılında SHP de CHP’ye katılmıştır.

### **2.5.3.3. Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)**

Türkiye’de milliyetçilik hareketlerinin tarihinin çok gerilere götürülebilir olduğu ifade edilmekle birlikte milliyetçiliğin modern bir millet olmaya rehber teşkil edecek bir fikir ve inanç sitem olarak ortaya çıkmasının Akçura ve Gökalp ile başladığı belirtilmektedir (Şen, 2015: 408). Ertekin, Cumhuriyet döneminde Türkçülüğün tarihsel durumları ve ideolojik gelişimine ilişkin arayışların iki farklı tarihsel dönemi merkez alarak hareket ettiklerini gözlemlemektedir. Bunlardan birincisinde Cumhuriyet öncesi Osmanlı’da Türkçülüğe ait düşünceler, entelektüel figürler ve eylemlerin Cumhuriyet dönemine taşınması olarak söz konusu olmakta, Akçura, Gökalp ve Tekinalp vb. figürler ve Türkçülük düşünceleri öte yandan İttihatçılık ve Enver Paşa Turancılığının Cumhuriyet dönemindeki izleri sürülmektedir. İkincisinde ise 1960’lı yıllarda politik gövdesini bulan milliyetçi hareketin köklerine ilişkin oldukça sınırlı ve cılız çağrışımlar ön plana çıkmaktadır (2008: 345). Buradan hareketle Cumhuriyet öncesinden başlayıp, Cumhuriyetin ilk yıllarında olgunlaşarak devam eden Türk milliyetçiliği anlayışının 1960’lı yıllarda bir siyasal harekete ve partiye dönüştüğü anlaşılmaktadır.

1960’lı yıllarda politik yelpaze sağ ve sol olarak tanımlanmaya başlamış, Türk sağının en önemli bileşenlerinden biri de milliyetçilik olmuştur. İslamcılık ve Muhafazakarlık ile değişik tarihsel bağlamlarda ve stratejik ihtiyaçlar ölçüsünde ilişkilendirilen Milliyetçilik, “milliyetçi-maneviyatçı” tamlamasıyla Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi (CKMP)-Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ve Ülkücü Hareket’le başarılı bir bileşim haline gelmiştir (Can, 2008: 663-664).

CKMP, Türkiye Köylü Partisi’nin Cumhuriyetçi Millet Partisi’ne iltihakı ile kurulmuştur (Akpınar, 2005: 28). 1952 yılında kurulan Türkiye Köylü Partisi, 1954 yılında kurulan Cumhuriyetçi Millet Partisi ile 1958 yılında birleşmiş ve Osman Bölükbaşı genel başkanlığında Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi olarak siyasal yaşamını 1969 yılına kadar sürdürmüştür. 1965 yılında partiye giren ve aynı yıl genel başkan seçilen Alparslan Türkeş liderliğinde 1969’da Adana’da toplanan CKMP Kongresinde parti Milliyetçi Hareket Partisi adını almıştır (www.tbmm.gov.tr, Erişim: 14.08.2018)

Türkeş, genel başkanlığı sonrasında parti idaresinde hızlıca örgütlenmiş, öğrenci gençliği üzerinde yoğunlaşan bir propaganda çalışması sürdürmüştür. Partinin adı değiştikten sonra kırmızı zemin üzerine beyazla işlenmiş “üç hilal”den oluşan yeni amblem kabul edilmiştir. Parti gençlik kolları için de “hilal” ve “bozkurt” amblemi benimsenerek siyasal faaliyetlere devam edilmiştir. Milliyetçi hareket 1960’larda sosyalist hareketin ivme kazanması karşısında anti-komünist misyonla siyasal alanda faaliyetlerini sürdürmüştür (Şen, 2015: 408). MHP’nin 1970’li yıllara “devletin yanında yer alan sivil güç” misyonuyla özdeşleşerek girdiğini belirten Bora 12 Mart askeri Müdahalesine de açık destek verildiğini ifade etmektedir. Partinin olgunlaşması ve kitleleşme süreci ise 1974 yılında Ecevit Hükümeti döneminde başlamıştır (Bora ve Can, 2009: 59-60).

MHP’nin CKMP ile başlayan siyasal yolculuğunda genel seçimlerde aldığı sonuçlara bakıldığında; 1965 seçimlerinde CKMP olarak yüzde 2,2 oy oranı 11 milletvekili, 1969 yılında MHP adıyla yüzde 3,3 oy oranı 1 milletvekili, 1973 seçimlerinde yüzde 3,4 oy oranı 3 milletvekili, 1977 seçimlerinde yüzde 6,4 oy oranı ve 16 milletvekili ile TBMM’de temsil edildiği görülmektedir (Arıkan, 2002: 40).

12 Eylül Askeri Müdahalesi ile birlikte 1983 yılına kadar tüm siyasal haklar askı altına alınmış, siyasi partiler kapatılarak liderlerine siyaset yasağı getirilmiştir. Bu dönemde Milliyetçi Hareket Partisi’nin kadroları dağıtılmış ve tasfiye edilmiştir (Şen, 2015: 419-420). 1983’ten sonra MHP tabanı ve kadroları ağırlıklı olarak Anavatan Partisi (ANAP) olmak üzere farklı partilerde siyaset yapmaya devam etmişlerdir. MHP misyonunu sürdürme iddiasında olduğu ifade edilen ve 7 Temmuz 1983’te kurulan Muhafazakar Parti (MP)’nin 30 kurucusundan 28’inin 12 Eylül Yönetimince veto edilmesi ve 6 Kasım 1983’te yapılan seçimlere sokulmaması etkinliğini artırmasını engellemiştir. 29-30 Kasım 1985’te yapılan Kongrede partinin adı MHP çağrıştıran Milliyetçi Çalışma Partisi (MÇP) olarak değiştirilmiştir (Bora, Can, 2009: 251-260). 1987 yılında yapılan referandumla siyaset yasaklarının kalkmasıyla birlikte, siyasi yasağı sona eren Alparslan Türkeş 4 Ekim 1987 tarihinde yapılan olağanüstü kongre ile Milliyetçi Çalışma Partisi’nin genel başkanlığına seçildi (www.mhp.org.tr, Erişim: 14.08.2018). 1991 yılında yapılan genel seçimlere Refah Partisi (RP) ve İslahatçı Demokrasi Partisi (IDP) ile ittifak yaparak giren MÇP alınan yüzde 16,9’luk oy içerisinde 19 milletvekili

çıkarak TBMM'ye girmiştir. 1995 yılında MHP olarak girdiği seçimde yüzde on barajını aşamayan parti Meclis'e girememiş, 1999 yılında yapılan genel seçimlerde ise yüzde 17,98 oy oranı, 129 milletvekili ile seçimlerden ikinci parti olarak çıkmayı başarmıştır (Arıkan, 2002: 40). Yüzde 18'lik oy oranı ile Mayıs 1999 ve Kasım 2002 yılları arasında iktidar ortağı olan MHP, 2002'de yapılan erken genel seçimde yüzde on'luk seçim barajı altında kalarak Meclis'e girememiştir. Cumhurbaşkanlığı seçim krizinin ardından 22 Temmuz 2007'de yapılan erken genel seçimlerde MHP yüzde 14,3 oy alarak tekrar TBMM'ye girmeyi başarmıştır (Kocabıyık, 2011: 4-5, www.setav.org, Erişim: 14.08.2018). 12 Haziran 2011 tarihinde yapılan genel seçimlerde 12,98 oy oranı ve 53 milletvekili ile TBMM'ye giren MHP, 2015 yılında yapılan 7 Haziran 2015 genel seçimlerinde yüzde 16,29 oy oranı 80 milletvekili, tekrarlanan 1 Kasım 2015 Genel seçimlerinde ise yüzde 11, 90 oy oranı ve 40 milletvekili ile TBMM'de temsil edilme olanağı elde etmiştir (www.haberturk.com.tr, Erişim: 15.08.2018).

MHP'nin genel seçimlerdeki oy değişimine bakıldığında inişli çıkışlı bir seyir izlediği ifade edilebilir. 1991 yılında yapılan seçimlerde seçim ittifakı ile Meclise girebilen parti 1995 yılında barajı aşamarak TBMM'ye girememiş, 1999 yılında yapılan genel seçimlerde ise en yüksek oy alan ikinci parti olarak iktidar ortağı olmuştur. 2002 yılında yapılan erken genel seçimlerde baraj altında kalarak Meclis dışı kalmış, 2007 yılında yapılan seçimlerde tekrar Meclis'te temsil imkânı elde etmiştir. 2011 yılında yapılan seçimlerde tekrar Meclis'te temsil olanağı elde eden MHP 2015 yılında yapılan ve tekrarlanan genel seçimlerde Meclis'e girmeyi başarmış ancak beş arayla yapılan genel seçimlerde yaklaşık yüzde beşlik bir oy kaybı yaşamıştır. MHP'nin seçim grafiğine bakıldığında sabit bir seçmen kitlesinin olduğu ancak oy oranının konjonktürel olarak değiştiği söylenebilir. Ekonomi, terör, istikrar vb. gibi durumların MHP'nin oy oranını seçimden seçime değiştirdiği görülmektedir.

#### **2.5.3.4. Halkların Demokratik Partisi (HDP)**

Halkların Demokratik Partisi (HDP) Kürt siyasal hareketi içerisinde ortaya çıkan teşkilatlanmanın sonuncusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılan partilerin yerine, daha önce yapılan incelemelerde olduğu gibi yeni partiler kurularak siyasetin devam ettirildiği görülmektedir.

Kürt siyasal hareketi Kürt sorunu ile de bağlantılı karmaşık bir konu olarak ifade edilmektedir. Olası bir çözümleme denemesi için de ekonomik, toplumsal ve iç ve uluslararası etkenler hesaba katılarak çalışma yapılması gerekliliğine vurgu yapılmaktadır (Kirişçi, Winrow, 2011:104) Marcus, Kürt Sorununu anlayabilmek için PKK'nın da tanınması, bilinmesi gerektiğini ifade etmektedir (2009:10). Ancak çalışma bağlamında PKK konusu irdelenmeyecek olup, tarihsel süreç içerisinde yeri geldiğinde bilgilendirme ve değerlendirmeler yapılacaktır.

Cumhuriyet Döneminde milliyetçilik meselesinin Osmanlı İmparatorluğundakine benzer özellikler gösterdiğine dikkat çekilerek benzer politikaların benimsendiği ifade edilmektedir. Kürtler, Osmanlı İmparatorluğundaki yaşam biçimi, değer ve tutumlarını Cumhuriyet Türkiye'sinde de devam ettirmişlerdir. Genellikle Türkiye'nin en yoksul ve az gelişmiş bölgelerinde yaşamış olmaları toplumun diğer gruplarla eşit tutulan bir parçası görülmedikleri ve dolayısıyla kendilerine karşı bir ayrımcılık yapıldığı inancının yaygınlaşmasına neden olmuştur (Heper, 2008: 174-175). Kürt Milliyetçiliğinin gelişiminin Türk Milliyetçiliğinin yükselişine tepki olarak gerçekleştiği de ileri sürülmektedir. Bu doğrultuda 1925 yılında Kürt dini lider Şeyh Sait'in başını çektiği isyan önemli bir hareketlenme olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ayaklanmanın kökeni Mayıs 1923'te kurulan Azadi denilen milliyetçi bir Kürt partisinin kuruluşuna kadar götürülmektedir (Kirişçi ve Winrow, 2011:104). Şeyh Sait İsyanının bastırılmasının ardından yurt dışına kaçmış olan Kürt ulusal hareketi üyeleri 1927 yılında Hoybun (Bağımsızlık) Cemiyetini kurmuşlardır. 1930'da Ağrı'da gerçekleşen isyanın sorumlusu olarak ta bu örgüt gösterilmektedir (Strohmeier ve Yalçın-Heckmann, 2014:67). 1923 ile 1938 yılları arasında 28 Kürt isyanının olduğu ve bu isyanların en önemlilerinin Dersim, Şeyh Sait ve Ağrı isyanları olduğu belirtilmekte ve isyanlarının nedeni olarak ta Kürtlerin talep ve beklentilerinin yerine getirilmemesi durumu ifade edilmektedir. 1938 ile 1950 yılları arasında bu sorunun başka isyanlar olmaması nedeniyle çözümlendiği düşünülür (Özer, 2012: 31-32). Türkiye'de Hoybun Cemiyeti'nin ardından modern anlamda bir siyasi parti kuruluşu 1967 yılında gerçekleşir. Urfalı bir avukat olan Faik Bucak liderliğinde Türkiye Kürdistanı Demokrat Partisi (KDP-T) kurulmuştur. 1974 yılında ise Türkiye'deki Devrimci Gençlik gurubundan ayrılan Kürt grubu öncülüğünde 1978 yılında Kürdistan İşçi Partisi (PKK) kurulmuştur (Izady, 2004:378-379). 1980 Askeri Müdahalesiyle öncü kadroları yurt dışına çıkan PKK Ağustos 1984 Eruh ve Şemdinli

baskınlarıyla yeniden ortaya çıkmıştır. Kürt sorunu ile birlikte değerlendirilen PKK ve PKK ile mücadele döneminde 2012 yılına kadar 40 bin insanın ölümü, 17 bin faili meçhul cinayet, 3 bin köyün boşaltılması, dört yüz trilyon harcanması, yan etkileriyle birlikte bir trilyonluk kaynağın heba olması gibi sonuçların ortaya çıktığı ifade edilmekte ve sorunun Türkiye'nin demokratikleşme ve kalkınmasının önünde duran tarihsel, etnik, siyasi, kültürel ve sosyal boyutları olan karmaşık bir sorun olduğu yinelenmektedir (Özer, 2012: 34-36).

Türkiye'de etnik kimlikli ilk yasal Kürt partisi olarak Halkın Emek Partisi (HEP) kurulmuştur. Sosyal Demokrat Halkçı Parti (SHP)'den ihraç edilen 7 parlamenterin öncülüğünde Kürt Sorununu temel alan partinin kuruluş tarihi 7 Haziran 1990'dır. Parti Kürtlerin kültürel ve politik haklarından bahsetmesi nedeniyle "ülkenin ve ulusun bölünmez bütünlüğüne aykırılık gerekçesiyle 1993 yılında Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılmıştır. HEP kapatılmadan önce kurulan ve aralarında bazı HEP üyelerinin de yer aldığı Özgürlük ve Demokrasi Partisi (ÖZDEP) benzer gerekçeler üzerine Anayasa Mahkemesi tarafından aynı yıl kapatılmıştır. Kapatılan HEP ve ÖZDEP'in ardından 7 Mayıs 1993 yılında yeni bir parti daha kurulmuştur. Kurulan Demokrasi Partisi (DEP) Mart 1994'te milletvekillerinin dokunulmazlıklarının kaldırılması ve üyelerinin bir bölümünün gözaltına alınması, tutuklanması sonrası Haziran 1994'te Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılmıştır. 1994 yılında kapatılan DEP'in yerine Halkın Demokrasi Partisi (HADEP) adıyla yeni bir parti kurulmuş ve kurulan bu parti 1995 yılında yapılan genel seçimlere katılmıştır. (Yavi, 2006: 488-491). Programında Türklerin ve Kürtlerin barış içinde bir arada yaşamasını, Kürt meselesinin adil ve demokratik bir çözüme kavuşturulmasını savunan HADEP 1995 parlamento seçimlerine tek başına giren ilk Kürt partisi olmuştur. Parti ülke genelinde aldığı yüzde 4,2'lik oyla baraja takılmış ve Meclis'e girememiştir (Strohmeier ve Yalçın-Heckmann, 2014: 77). HADEP'e açılan kapatma davası devam ederken 24 Ekim 1997 yılında Demokratik Halk Partisi (DEHAP) adında bir başka parti kurulmuştur. HADEP 13 Mart 2003 tarihinde Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılmıştır. HADEP'in yerine kurulan DEHAP 2002 yılı genel ve 2004 yılı yerel seçimlerine katılmıştır (Yavi, 2006: 491-492). 13 Mart 2003 yılında "örgütlenmesi tamamlanmadan seçime girdiği iddiasıyla kapatma istemi ile hakkında dava açılan DEHAP için ek iddianame ile "yasadışı bir örgütün odağı" olduğu iddiasıyla temelli kapatılması istemi ile de dava açılmıştır. DEHAP 19 Kasım



2005 tarihinde yapılan 3.Olağanüstü Büyük Kongresinde kendini feshetmiştir. 9 Kasım 2005'te Ahmet Türk ve Aysel Tuğluk eşbaşkanlığında Demokratik Toplum Partisi (DTP) kurulmuştur. 22 Temmuz 2007 genel seçimlerine yüzde on'luk seçim barajı nedeniyle bağımsız adaylarla giren parti 20 milletvekili çıkararak Meclis Grubunu kurmuşlardır. Parti 2009 yılında yapılan yerel seçimlerde de 99 belediye başkanlığı kazanmıştır (m.bianet.org, Erişim: 10.08.2018). 16 Kasım 2007 tarihinde haklarında kapatma davası açılan DTP 11 Aralık 2009 tarihinde Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılmış ve 37 üyesi beş yıl süreyle siyasetten men edilmiştir. DTP'nin kapatılma ihtimaline karşı 2 Mayıs 2008'de Barış ve Demokrasi Partisi (BDP) kurulmuştur. 2011 yılında yapılan genel seçimlere 61 bağımsız adayla giren parti yüzde 6,58 oy oranıyla 36 milletvekili çıkarmıştır. Siyasi yasağı olan milletvekillerinin bağımsız kalması, kesinleşmiş yaklaşık iki yıl hapis cezası olan Hatip Dicle'nin milletvekilliğinin düşürülmesi nedeniyle BDP 29 milletvekiliyle TBMM'de grup kurmuştur. 2013 yılında başlayan 2015'te son bulan çözüm sürecinde BDP aktif bir rol almış, İmralı ve Kandil'le yapılan görüşmeler için heyetler oluşturmuştur. Çözüm süreci devam ederken Ertuğrul Kürkçü ve Sebahat Tuncel eşbaşkanlığında 27 Ekim 2013 tarihinde Halkların Demokratik Partisi (HDP) adıyla yeni bir parti kurulmuştur. Barış ve Demokrasi Partisi, Devrimci Sosyalist Parti, Ezilenlerin Sosyalist Partisi, Sosyalist Yeniden Kurtuluş Partisi, Yeşiller ve Sol Gelecek gibi partiler HDP çatısı altında toplandı. Kürt siyasi hareketi ve Türk solunun bazı parti ve örgütleri böylece HDP adı altında bir araya geldi. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerine parti olarak girmeye karar veren HDP, yapılan seçimlerde yüzde 13,12 oyla 80 milletvekili vekili çıkarmıştır. Tekrarlanan 1 Kasım 2015 genel seçimlerde yüzde 10,76 oy oranına ulaşan parti 59 milletvekili çıkarabilmiş ve MHP gibi tekrarlanan seçimlerde oy kaybı yaşamıştır (www.bbc.com, Erişim: 10.08.2018).

### **2.6. 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Öncesinde Siyasal Ortam**

7 Haziran 2015 genel seçimleri öncesinde oluşan ortam, analizlerde 2011 yılından başlayarak ortaya çıkan bir ayrışmanın sonucu olarak ifade edilmektedir. 2002 yılından 2011 yılına kadar yapılan seçimlerde bürokratik vesayetinin geriletilmesi amacıyla bir araya gelen ve AK PARTİ ile koalisyon halinde olan grupların (farklı stratejik elit grupları ve toplumsal kesimlerden oluşan demokratik tarihi blok olarak ifade edilmektedir) 2011 yılından itibaren ayrışmaya başlamıştır. 2011 yılına kadar AK PARTİ-CHP mücadelesi olarak geçen dönem 2011 seçimlerinden sonra AK PARTİ'nin "Yeni Türkiye" olarak

tanımladığı muhafazakar-demokrat söylemi temelinde inşa etmeye çalıştığı toplumsal düzen karşısına çıkan farklı muhalefet odaklarıyla da mücadele dönemine dönüşmüştür. Bu muhalefet bloğu; liberaller, seküler-demokrat vs. gruplar olarak sıralanmakta ve bu bloğa Gülen grubu da eklenmektedir. 2011 yılından sonra AK PARTİ-CHP (Muhafazakâr-Kemalist) AK PARTİ-MHP (Muhafazakâr-Milliyetçi) ayrışmalarına muhafazakârlık ve etnik milliyetçilik temelinde (AK PARTİ-HDP) ayrışması da eklenmiştir. Ortaya çıkan tabloda, Çözüm Süreci dolayısıyla MHP'nin muhalefeti, Çözüm Süreci çerçevesinde ortaya çıkan HDP muhalefeti, AK PARTİ'nin 2015 genel seçimleri sürecinde AK PARTİ-CHP mücadelesine ek olarak siyasal partiler bağlamında AK PARTİ-MHP ve AK PARTİ-HDP mücadelesini de belirginleştirmiştir (MİŞ vd., 2015: 11-12). Ancak analizlerde ortaya konulan ayrışmalara rağmen 7 Haziran seçimleri zamanında yapılan seçimler olarak olağan bir süreci ifade etmektedir.

“2015 yılında Türkiye gündeminde iz bırakan 76 olay” haberine bakıldığında 7 Haziran seçimleri öncesinde bazı olaylar sıralanmaktadır. İz bırakan 26 haber arasında;

-6 Ocak'ta Sultanahmet'te Emniyet Turizm Şube Müdürlüğüne canlı bomba saldırısı sonrası bir polisin şehit edilmesi,

-22 Şubat'ta “Şah Fırat” operasyonu kapsamında Süleyman Şah Saygı Karakolunun güvenli bir bölgeye çekilmesi,

-24 Şubat'ta Malatya'da 5 Mart'ta Konya'da düşen askeri uçaklarda 6 pilotun şehit olması,

-28 Şubat'ta Dolmabahçe Mutabakatı ve 10 maddenin açıklanması,

-31 Mart'ta Berkin Elvan davasının savcısı Mehmet Selim Kiraz'ın öldürülmesi,

-1 Nisan'da Vatan Emniyet Müdürlüğüne saldırı sonrası iki polisin yaralanması,

-6 Nisan'da Mehmet Selim Kiraz'ın öldürülmesiyle ilgili olarak paylaşılan içerikler nedeniyle sosyal ağlara erişim engeli ve

-5 Haziran'da HDP Diyarbakır Mitinginde yapılan bombalı saldırı sonucu iki kişinin hayatını kaybetmesi haberleriyle karşılaşılmaktadır (onedio.com, Erişim: 16.08.2018).

7 Haziran 2015 Genel Seçim sürecinde gerçekleşen olaylara bakıldığında terör saldırılarında bir polis ve bir savcının şehit edilmesi, seçim mitinginde iki vatandaşın hayatını kaybetmesi ve iki polisin yaralanması sonuçlarıyla karşılaşılmaktadır. Yıllardır terör eylemleriyle karşı karşıya olunan Türkiye’de saldırıların etkili olduğu ancak seçim ve seçmen algısını değiştirebilecek seviyede olmadığı söylenebilir. Daha önce de olduğu gibi zamanında yapılan seçimlerin olağan bir süreci işaret etmesi, Çözüm Süreci kapsamında Dolmabahçe Mutabakatı olarak gündemde yerini alan bildirinin Hükümet temsilcileriyle birlikte halka duyurulması vb. gibi etkinlikler de 7 Haziran Genel Seçimleri öncesi siyasal ortamın pozitif bir süreç olarak değerlendirilmesine olanak sağlamaktadır.

### **2.7. 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Öncesi Siyasal Ortam**

7 Haziran 2015 Genel Seçimleri öncesinde Türkiye gündemini etkileyen birtakım olaylara daha önce değinilmişti. 1 Kasım 2015 genel seçimlerine gidilen süreçte de önemli olaylar gerçekleşmiş ve Türkiye gündemini derinden etkileyen gelişmeler yaşanmıştır. 1 Kasım genel seçimlerinin tekrarlanan yani olağan olmayan bir süreçte gerçekleşen seçimler olması da bu olayları önemli kılmaktadır.

“2015 yılında Türkiye gündeminde iz bırakan 76 olay” haberinden hareketle 1 Kasım Genel Seçimleri öncesi gerçekleşen haberlere bakıldığında 35 önemli haber sıralanmaktadır. Bunlar arasında;

-14 Haziran’da saatler içerisinde Tel Abyad’dan binlerce Suriyelinin Türkiye’ye geçmesi,

-20 Temmuz’da Şanlıurfa Suruç’ta yaşanan bombalı saldırı sonucu 32 kişinin hayatını kaybetmesi,

-22 Temmuz’da Şanlıurfa Ceylanpınar’da iki polisin şehit edilmesi ve bu saldırının Suruç’ta yaşanan bombalı saldırıya misilleme olarak HPG tarafından üstlenilmesi,

-19 Ağustos’ta Siirt’te yola döşenen patlayıcı ile sekiz askerin şehit edilmesi,

-2 Eylül’de Aylan Kurdi adlı bebeğin cesedinin kıyıya vurması olayla ilgili fotoğrafların Türkiye’de ve Dünyada tepki uyandırması,

- 6 Eylül'de Dağlıca'da 16 askerın şehit edilmesi,
- 7 Eylül'de Hürriyet Gazetesine ilk saldırı,
- 8 Eylül'de PKK saldırısı ile Iğdır'da 13 polisin şehit edilmesi,
- 8-9 Eylül'de birçok ilde teröre tepki yürüyüşlerinin düzenlenmesi, aynı tarihlerde HDP binaları ve Kürt kökenli vatandaşlara ait iş yerlerinin ateşe verilmesi,
- 22 Eylül'de HDP'li bakanların seçim hükümetinden istifa etmesi,
- 1 Ekim'de Gazeteci Ahmet Hakan'ın evinin önünde saldırıya uğraması,
- 10 Ekim'de Ankara'da yapılan "Emek, Barış ve Demokrasi" mitinginde bombalı saldırılar sonucu 103 kişinin hayatını kaybetmesi, saldırının ülke tarihinin en kanlı terör saldırısı olarak kayıtlara geçmesi ve üç günlük ulusal yas ilan edilmesi,
- 20 Ekim'de Başbakan Davutoğlu'nun "Beyaz Toros" açıklaması (AK PARTİ iktidardan indirilirse ya bu terör çeteleri dolaşacak ya da eskiden olduğu gibi "Beyaz Toros"lar dolaşacak. Biz bu memleketi terör çetelerine, faili meçhullere bir daha bırakmayacağız) ile ortaya çıkan polemik,
- 26 Ekim'de Koza-İpek Holdinge Kayyum Atanması ve
- 28 Ekim'de Kanaltürk ve Bugün Tv'nin yayınlarının durdurulması gibi olaylar sıralanmaktadır.

1 Kasım seçimleri öncesinde "İktisatçı Daron Acemoğlu'nun dünya iktisatçıları arasında ilk sırada yer alması" ve "Aziz Sancar'ın Nobel Kimya ödülü alması" gibi olumlu olaylar gerçekleşse de terör saldırıları ve terörle bağlantılı olayların sayıca çok fazla arttığı görülmektedir. 7 Haziran Genel Seçimleri sonrası hükümet kurulamaması ve 25 Ağustos'ta Cumhurbaşkanı tarafından seçimlerinin yenilenmesi kararının verilmesi ise süreçle ilgili en önemli olay olarak ifade edilebilir (onedio.com, Erişim: 16.08.2018).

Ocak ayından 7 Haziran seçimlerine uzanan süreçte dört terör eylemi Türkiye gündeminde yer alırken, 1 Kasım Seçimleri öncesinde ülke gündemini sarsan ölü ve yaralı sayıları açısından büyük çaplı saldırılar ve bu saldırılarla bağlantılı/ilgili önemli olayların yaşandığı görülmektedir. 7 Haziran 2015 tarihinde yapılan seçimlerde oluşan

tablo sonrası hükümet kurulamaması ve seçim hükümetiyle 1 Kasım 2015 tekrarlanan seçimlerine gidilmesi konjonktür ve seçmen algısı bağlamında seçim sonuçlarına yönelik çıkarımlar sunmaktadır. Artan terör olayları ve siyasi istikrarsızlık algısının güvenlik ve siyasi istikrar kaygıları doğrultusunda seçmen tercihlerini etkilediği ifade edilebilir.



### **3. HAZİRAN VE KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİNDE AK PARTİ SEÇİM KAMPANYASI**

#### **3.1. Haziran 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi**

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerine AK PARTİ seçim beyannamesini fasıllara ayırdığı yedi başlıkla girmiştir: “Demokratikleşme ve Yeni Anayasal Sistem”, “İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum”, “İstikrarlı ve Güçlü Ekonomi”, “Bilim, Teknoloji ve Yenilikçi Üretim”, “Yaşanabilir Çevre, Sürdürülebilir Ekonomi”, “Vizyoner ve Öncü Ülke” ve “Seçim Beyannamemizden Seçilmiş Projeler”. Seçim beyannamesi “Yeni Türkiye Yolunda Daima Adalet Daima Kalkınma” görseli ile başlamaktadır (AK PARTİ, 2015).

AK PARTİ, ekonomi, anayasa, demokrasi, istikrar, kalkınma, üretim ve yaşam temaları çerçevesinde “yeni”, “güç” ve “sürdürülebilirlik” içeriğine sahip sıfatlarla Türkiye vurgusunu temel alan bir kampanya organize etmiştir. Bu bağlamda 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde yürütülen kampanya “İstikrarlı”, “Demokratik” ve “Kalkınmış” bir Türkiye vaadini kampanyasının merkezine oturtmuştur. Kampanya sloganlarında yer alan birlik teması diğer vurgular arasında yer almaktadır. AK PARTİ’nin 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri için kullandığı sloganlar “BİRLİKTE DAHA GÜÇLÜ”, “YENİ GÜÇ BÜYÜK TÜRKİYE”, “DAİMA ADALET DAİMA KALKINMA”, “TÜRKİYE’NİN KARARI BÜYÜMENİN DEVAMI” ve “YENİ TÜRKİYE YOLUNDA İKİNCİ YARI BAŞLIYOR” sloganlarından oluşmaktadır.

7 Haziran Genel Seçimleri 2015 Milletvekili Adayları Seçim Kılavuzu başlıklı yayınında iletişim stratejisini de belirleyen parti, adaylar için uyum ve bütünlük adına temel kuralları belirleyen 43 maddelik bir yol haritası sunmaktadır:

- \* Çok fazla mesaj içeren materyallerin kullanılmaması,
- \* Kullanılan dokümanlarda genel bütünlüğün sağlanması,
- \* Seçim çalışmalarında kullanılacak fotoğraflar,
- \* Kullanılacak fotoğrafların estetik olması ve çevreye zararlı malzemelerin kullanılmaması,
- \* Kullanılacak malzemelerin merkezi yerlere asılması,

- \* Seçim bürolarının merkezi yerlerde ve kullanışlı olması,
- \* Teşkilat ve seçim bürosundaki görevlilerin sürekliliği,
- \* Teşkilat ve seçim bürolarını ziyaret edenlerin iletişim bilgilerinin alınması,
- \* Teknolojik imkânlardan faydalanılması,
- \* Günlük aktiviteleri anlatan raporların tutulması,
- \* Durum değerlendirme toplantıları,
- \* Görevlilerin genç ve halkın profilini yansıtan kişilerden seçilmesi,
- \* Belirlenen müzik ve tanıtım filmlerinin kullanılması,
- \* Gürültü kirliliğinin engellenmesi,
- \* Seçmen profiline uygun söylemlerin geliştirilmesi,
- \* Seçmen sorularının belirlenmesi ve cevapların hazırlanması,
- \* Kıyafetlerdeki renk ve uyum bütünlüğü,
- \* Rozet ve yaka kimlik kartlarının kullanılması,
- \* Seçmen sorularının hiyerarşik düzene göre cevaplandırılması,
- \* Yerel medya ilişkileri,
- \* Kurumsala aykırı görsel ve yazılı materyallerin kullanılmaması,
- \* Sivil toplum örgütleriyle yakın ilişkiler kurulması,
- \* Seçim çalışmalarında tartışmadan kaçınılması,
- \* Promosyon ürünlerinin planlanması,
- \* Kutlamalar ve tebrik mesajları,
- \* Milletvekili adaylarının kıyafetleri,
- \* Milletvekili adaylarının danışmanları ve ekibi,

- \* Milletvekili adaylarının güler yüzlü olması,
- \* Ziyaret ekibinin oluşturulması,
- \* Milletvekili adaylarının toplumun her kesimiyle iletişim kurması,
- \* Kanaat önderleriyle etkili iletişim kurulması,
- \* Spor kulüpleriyle iletişim kurulması,
- \* Seçmenin dile getirdiği sorunlarının not edilmesi,
- \* Bölge sorunlarının önceden araştırılması,
- \* Çocuklar ve gençlerle etkili iletişim kurulması,
- \* Mesajların halkla ilişkiler faaliyetleri ile duyurulması,
- \* Miting ve toplantı organizasyonları,
- \* Tanıtım faaliyetlerinin alternatif mecralarda da gerçekleştirilmesi,
- \* AK PARTİ İletişim Merkezi (AKİM)'in kullanılması,
- \* Seçim yasaklarına uyulması,
- \* Adaylar için seçim kılavuzu internet sitesi (AK PARTİ, 2015: 8-21).

İletişim stratejisi başlığı altında sistematik bir hareket tarzını adaylara duyuran AK PARTİ'nin ülke genelinde teşkilat olarak uyum ve bütünlük içinde bir stratejiyi takip ederek kampanya planlaması yaptığı görülmektedir. Adaylara yukarıda ifade edilen başlıklar altında detaylı bir bilgilendirmenin de yapıldığını belirtmek gerekir.

#### **a) Demokratikleşme ve Anayasal Sistem**

42 sayfadan oluşan “Demokratikleşme ve Yeni Anayasal Sistem” kitapçığında AK PARTİ; temel hak ve hürriyetler, yeni anayasa, yönetim modeli başkanlık sistemi, adalet sisteminde dönüşüm, güvenlik, yönetim ve şeffaflık gibi başlıklara yer vermektedir. Kitapçığın sunuş bölümünde tarihsel bir süreç anlatılmış, 2023, 2053 ve 2071 hedefleri göndermesiyle birlik, kardeşlik, demokrasi ve özgürlük vurgularına yer verilmiştir.



Kitapçığın anlatısı yukarıda ifade edilen başlıklar altında “neler yaptık”-“neler yapacağız” bölümlemesi üzerine kurulmuştur.

**b) İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum**

62 sayfadan oluşan “İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum” kitapçığında AK PARTİ, nitelikli eğitim, sağlıklı nesiller, aile, çocuk ve dinamik nüfus, sosyal koruma ve yoksullukla mücadele, kadın, gençlik, kültür ve sanat, spor, çalışma hayatı ve sosyal güvenlik çerçevesinde 10 başlıktan oluşan bir bilgilendirme yapmaktadır. Kitapçıkta sunum formatı yine “neler yaptık-neler yapacağız” bölümlemesiyle şekillendirilmiştir.

**c) İstikrarlı ve Güçlü Ekonomi**

63 sayfadan oluşan “İstikrarlı ve Güçlü Ekonomi” kitapçığında AK PARTİ, 16 başlık altında; büyüme ve makroekonomik istikrar, ödemeler dengesi, enflasyon ve para politikası, mali piyasalar ve finansal hizmetler, mali disiplin, kayıt dışılığın azaltılması, kamu sermayeli şirketler ve özelleştirme, tasarruflar, yatırımlar, istihdam, tarım ve gıda, enerji güvenliği, ulaştırma ve lojistik, ticaret, turizm, inşaat, teknik müşavirlik ve müteahhitlik alanlarında neler yapıldığı ve nelerin yapılacağı konularında bilgilendirme yapmaktadır.

**d) Bilim, Teknoloji ve Yenilikçi Üretim**

24 sayfadan oluşan kitapçıkta, bilim, teknoloji ve yenilikçi üretim, sanayi politikaları, girişimcilik ve KOBİ’ler ve bilgi toplumuna dönüşüm başlıkları altında AK PARTİ’nin programı sunulmaktadır. “Neler yaptık-neler yapacağız” formu bu kitapçıkta da yer almaktadır.

**e) Yaşanabilir Şehirler, Sürdürülebilir Çevre**

31 sayfadan oluşan bu kitapçıkta; refahın bölgelere dengeli dağılımı, mekan planlaması ve imar, kentsel dönüşüm ve konut, kentsel altyapı, yerel yönetimler, kırsal kalkınma, çevrenin korunması, afet yönetimi başlıkları altında bir sunum yapılmaktadır. Kitapçığın sunuş kısmında “Yeni Türkiye’nin inşası bir parti misyonu olarak ifade edilirken 100 yıllık tahribatın 10 yılda telafi edilemeyeceğine ilişkin bir vurgu yapılmaktadır. “Neler yaptık-neler yapacağız” bölümlemesiyle de ilgili başlıklarda kampanya mesajları oluşturulmuştur.

#### **f) Vizyoner ve Öncü Ülke**

28 sayfadan oluşan Vizyoner ve Öncü Ülke kitapçığında “Etkin, Hakkaniyetli, İtibarlı Dış Politika”, “Küresel Kalkınma Gündemine Katkı”, “Bölgesel ve Uluslararası İşbirlikleri” ve “Yurt Dışında Yaşayan Vatandaşlarımız ve Akraba Topluluklar” başlıkları altında yapılanlar ve vaat edilenler yer almaktadır.

#### **g) Seçim Beyannamesinden Seçilmiş Projeler**

Bu kitapçık “Beyannamemizden Seçilmiş 100 Büyük Proje” ve “Beyannamemizden Seçilmiş Bazı Sosyal Projeler” başlıklarından oluşmaktadır. Bu kitapçıkta kampanyanın üzerine kurulduğu seçilmiş 100 büyük proje ile 97 sosyal proje maddeler halinde anlatılmaktadır.

#### **3.1.1. Broşürler**

7 Haziran 2015 Genel Seçim Kampanyasında AK PARTİ'nin adaylara bir broşür formu sunduğu ancak form içerisinde adaylara işleyecekleri konularla ilgili bir alan bırakıldığı görülmektedir. AK PARTİ seçim kampanyasının yürütülmesinde milletvekili adaylarına yönelik hazırladığı kılavuzda adaylardan kurumsal uyum ve bütünlük adına bu formların dışına çıkılmamasını istemektedir.

Logo, ikon, slogan ve aday görseli yerlerinin kesinlikle değiştirilmeyeceği, adayların iletişim bilgilerinin güncelleneceği iki kırım A4 broşür formu milletvekili adayları seçim kılavuzunda yer almaktadır.

Görsel 1. Haziran 2015 Seçim Broşürü Formatı



Kaynak: AK PARTİ Tanıtım ve Medya Başkanlığı, 2015: 44

7 Haziran 2015 Genel Seçim kampanyasında hedef kitleye yönelik daha az mesaj daha fazla slogan kampanyasının tercih edildiği görülmektedir. İletişim stratejisi içerisinde yer alan “Çok fazla mesaj içeren materyallerin kullanılmaması” ilkesi de bu önermeyi doğrular niteliktedir.

AK PARTİ web sitesi incelendiğinde 7 Haziran 2015 Genel Seçim Kampanyasında kullanılmak üzere detaylı bir broşür çalışmasının yapılmadığı seçim beyannamesi kitapçıkları ve sloganlardan oluşan afiş çalışmalarının kampanyaya temel oluşturduğu görülmektedir. İlerde detaylı bir şekilde inceleneceği üzere 1 Kasım 2015 Genel Seçim sürecinde ise beyanname temel alınarak detaylandırılmış broşür çalışmalarının yapıldığı görülecektir.

### 3.1.2. Afişler

AK PARTİ 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde kampanya sloganı olarak belirlediği “BİRLİKTE DAHA GÜÇLÜ”, “YENİ GÜÇ BÜYÜK TÜRKİYE”, “DAİMA ADALET DAİMA KALKINMA”, “TÜRKİYE’NİN KARARI BÜYÜMENİN DEVAMI” ve “YENİ TÜRKİYE YOLUNDA İKİNCİ YARI BAŞLIYOR” sloganları billboard, raket ve dikey afişlerde kullanmıştır.

Görsel 2. Haziran 2015 Afişleri 1 ve 2



Kaynak: AK PARTİ Tanıtım ve Medya Başkanlığı, 2015: 84-88

Görsel 3. Haziran 2015 Afifleri 3,4 ve 5



Kaynak: AK PARTİ Tanıtım ve Medya Başkanlığı, 2015: 84-88



Türkiye, güç, büyüme, yeni ve birlik temalarının afişlerde baskın unsur olduğu görülmektedir. Ancak seçim kampanyası sürecinde kılavuzda belirtilen afişlerin dışında bir tasarımla değişikliğe gidildiği de görülmektedir. AK PARTİ 2015 genel seçimleri de dahil olmak üzere Arter Ajansla çalışmıştır. Ajansın internet sitesi işlerimiz bölümünde yer alan 7 Haziran Genel Seçimleri Kampanyası outdoor çalışmalarına bakıldığında AK PARTİ'nin 59 çalışmayla seçmen karşısına çıktığı anlaşılmıştır. Bu çalışmalardan bir kısmı doğrudan yapılanlar ya da vaatleri içerirken bir kısmı da slogan temel alınarak karşılaştırmalara olanak sunmaktadır. Farklı seçmen figürleriyle “ONLAR KONUŞUR AK PARTİ YAPAR” sloganıyla daha önce gerçekleştirilen icraatları içeren mesajlar bu çalışmalarda hedef kitleyle paylaşılmıştır.

Görsel 4. Haziran 2015 Dış Mekân Çalışmaları



Kaynak: <https://m.akparti.org.tr/site/foto/74481/onlar-konusur-ak-parti-yapar>,  
Erişim: 01.06.2017

7 Haziran 2015 Genel Seçim Kampanyası seçim beyannamesi, afişler ve el broşürleri birlikte incelendiğinde yapılan ve yapılacak olan yani vaatler seçim beyannamesiyle hedef kitleye sunulmaktadır. Bu anlamda bir program üzerine kurulu kampanyadan söz edilebilir. Ancak hedef kitleye vaatlerin detaylarını içeren bir sunumun yapılmadığı söylenebilir.

### **3.1.3. 7 Haziran Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde AK PARTİ**

7 Haziran seçimleri öncesinde AK PARTİ'nin araştırmaya konu gazeteler içerisinde sadece Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerinde reklamlarının yayınlandığı görülmüştür. Hürriyet, Sözcü, Cumhuriyet, Evrensel ve Yeni Çağ Gazetelerinde AK PARTİ reklamlarına rastlanılmamıştır. 27 Nisan 2015 tarihli Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerinde başlatılan reklamlar eş zamanlı olarak 6 Haziran'a kadar devam ettirilmiş her iki gazetede 33'er ilan olmak üzere toplamda 66 ilan yayınlanmıştır. "Yeni Türkiye Yolunda Demokrasi Mücadelemiz Sürüyor" başlığıyla verilen reklamda; AK PARTİ'nin 2002 yılından beri geçirdiği süreç, karşılaşılan sorunlar ve verilen mücadeleler anlatılarak "Demokrasi mücadelemizde millet bize yeter" vurgusuyla bir kompozisyon sunumunun yapıldığı görülmektedir.

"Yeni Türkiye'de Vesayete Geçiş Yok" üst başlığı ile başlayan reklamda 27 Mayıs Askeri Müdahalesinden başlayarak siyasete yapılan müdahaleler ve verilen mücadelelerin anlatıldığı dokuz paragraftan oluşan bir bilgilendirme metni seçmenle paylaşılmaktadır. "Birlikte Daha Güçlü" sloganıyla bitirilen kompozisyonda AK PARTİ Genel Başkanı Ahmet Davutoğlu'nun fotoğrafına yer verilmektedir.

"Bize Her Yer Türkiye" üst başlığıyla başlayan reklam Türkiye'nin yardım almaktan çıkarıldığı, yardım veren bir ülke konumuna getirildiği vurgusuyla başlamakta TİKA ve Yunus Emre Enstitüsü aracılığıyla yurt dışında gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin bilgilendirme sunulmaktadır. Reklam "Yeni Güç Büyük Türkiye" sloganıyla sonlandırılmaktadır.

"Çalışana Emekliye Daha Çok Destek" üst başlığıyla hazırlanan reklamda; bu zamana kadar kişi başına düşen milli gelir, yapılan sosyal yardımlar ve ücretlerde meydana getirilen artırımlar anlatılmakta ve 25 Dönüşüm programı kapsamında yapılacaklara ilişkin vaatler sıralanmaktadır. 1000 TL'nin altında maaş alan emeklilerin

maaşlarına 100 TL zam yapılacağı, asgari ücretin 1000 TL'nin üzerine çıkarılacağı, işsizliğin yüzde beşin altına düşürüleceği, İş Başında Eğitim programı ile 200 Bin kişiye istihdam sağlanacağı, doğum yapan kadınlara çocuk sayısına göre 300, 400 ve 600 TL hediye verileceği gibi vaatler sıralanmaktadır. Ancak tüm bu vaatlerin uzun bir metin içerisinde yer alması ve şimdiki zaman yapısı içerisinde kullanılması yeni bir vaat özelliğini geri plana atan hali hazırda var olan faaliyetler olarak algılanmasına neden olmaktadır. Reklam “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganıyla sonlandırılmaktadır.

“Yeni Türkiye Muhteşem Projeler” üst başlığı ile başlayan ilanda/reklamda AK PARTİ dev projelerinin sunumunu yapmaktadır. AK PARTİ'nin dev projelerin partisi olduğu vurgusu ile başlayan reklamda; İstanbul'a yapılan Avrasya Tüneli, Havalimanı, Yavuz Sultan Selim Köprüsü, Kanal İstanbul, otoyollar, yerli yolcu uçağı, yerli savaş uçağı gibi projeler sıralanmaktadır. Reklam metni “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı ile sonlandırılmaktadır.

“Doğru Karar Yeni Türkiye” üst başlığı ile sunulan bir başka reklam metni, ‘7 Haziranda Milletimiz Eski Türkiye ile Yeni Türkiye arasında bir seçim yapacak’ vurgusuyla başlatılmış, seçmene ikili bir seçenek sunan içerikte oluşturulan kompozisyonla seçmen etkilenmek istenmiştir. ‘Milletimiz ile el ele Türkiye'yi vesayetlerden ve yasaklardan kurtardık’ cümlesiyle devam ettirilen metinde daha çok iş, daha yüksek gelir, daha büyük hizmetler için emekliye, işçiye, memura, esnafa ve çiftçiye daha büyük destekler için oy talep edilmekte ve reklam metni “Mühür Sende Karar Senin” sloganı ile tamamlanmaktadır. “Doğru Karar Ekonomide İstikrar”, “Doğru Karar Birlik Beraberlik” ve “Doğru Karar Güven ve İstikrar” üst başlıklarıyla başlatılan reklam metinleri de benzer içeriklere sahip olup, aynı sloganla sonlandırılmaktadır. Bu reklamlarda AK PARTİ'nin iyi-kötü, eski-yeni gibi zıtlıklar çerçevesindeki kompozisyonları kampanya stratejisi bağlamında benimsediği söylenebilir.

“İhanete Geçit Verme Kirlı İttifaka Dur De” üst başlığıyla başlayan reklam metni demokrasi mücadelesinin tarihi bir dönemeçte olduğu vurgusuyla başlamakta ‘paralel çeteye el ele veren muhalefet ve arkasındaki kartel medyası’ söylemiyle gönderme yapılan ittifakı tanımlamakta ve bu ittifakın Eski Türkiye'yi diriltmeye çalıştığı ifade edilmektedir. Zıtlık motifinin kullanıldığı metin “Mühür Sende Karar Senin” sloganıyla bitirilmektedir.



“Millet Var AK PARTİ Var” üst başlığıyla kurgulanan reklam metninde de millete hizmet, milletin verdiği güç ve yetki içerikleri ile 2023 hedefleri arasında bağlantı kurulmakta “Milletin Sözü Bizim Sözümüzdür Milletin Kararı Bizim Kararımızdır” ifadeleriyle sürdürülen metin yine “Mühür Sende Karar Senin” sloganıyla sonlandırılmaktadır.

“İstikrar ve Güvenle Yeni Türkiye’ye” üst başlığıyla hazırlanan reklam metninde Türkiye’de 13 yıldır istikrar ve güvenin olduğu ifade edilmekte, sosyal, kültürel ve ekonomik bağlamda gerçekleştirilenler sıralanmakta ve reklam metni “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı ile bitirilmektedir.

“Yeni Türkiye Büyük Ekonomi” üst başlığıyla yayınlanan bir başka reklam metninde, ekonomi alanında yapılanlar rakamsal ifadelerle sunulmakta, ‘Şimdi Hedef 2023’ vurgusuyla gerçekleştirilmesi planlanan ekonomik seviyeler ve veriler (dünyanın ilk on ekonomisi, kişi başına 25 Bin dolar milli gelir vb.) seçmene sunulmaktadır. ‘Güven ve İstikrar ile Türkiye’yi ekonomik bir güç haline getiriyoruz’ vurgusuyla tamamlanan reklam metni “Onlar konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı ile bitirilmektedir.

“Yeni Türkiye’nin Gücü Eğitimli Nesiller” üst başlığıyla başlayan reklamda; eğitim bütçesi, derslik sayısı, öğretmen maaşları, ücretsiz ders kitapları, projeler, burslar, yükseköğretim, katsayı ve başörtüsü sorunu, öğrenci yurtları alanlarında yapılanlar anlatılmakta ve eğitim kalitesinin yükseltileceği ve üniversite sınavında ilk 20 bine giren öğrencilere 1000 TL burs verileceği vaatleri sıralanmaktadır. Daha önceki reklamlarda kullanılan şimdiki zaman halinin bu reklamda da kullanıldığı görülmekte düzenlemenin yürürlükte mi olduğu ya da yürürlüğe mi gireceği anlamında bir karışıklık ortaya koyduğu da ayrıca ifade edilmelidir. Reklam metni “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganıyla tamamlanmaktadır.

“Sağlıkta Dünyada Lider Ülke” üst başlığıyla sağlık alanında yapılan değişiklikler sayısal verilerle bir metin halinde sunulmakta ve devamında yapılan ve yapılacak olan faaliyetlere ilişkin de bilgiler verilmektedir. “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı bu reklamda da kullanılmıştır. “Güçlü Kadın Güçlü Türkiye” üst başlığı altında kadın, sosyal ve ekonomik hakları ile istihdam alanında yapılan düzenlemeler ve faaliyetler aktarılmakta, kadın girişimciliği, doğum sonrası çocuk sayısına göre 2,4 ve 6 ay yarı

zamanlı tam maaşlı çalışma imkânı gibi vaatler sıralanmaktadır. “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganının bu ilan için de kullanıldığı görülmektedir.

“Üstünlerin Hukukundan Hukukun Üstünlüğüne” üst başlığıyla hazırlanan reklam metninde adalet ve yargı alanında yapılan ve yapılacak olan düzenlemeler uzun bir metin içerisinde aktarılmaktadır. “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı bu metin de slogan olarak kullanılmıştır. “Güçlü Demokrasi Güçlü Millet” üst başlığı altında demokrasi alanında yapılanlar, son verilen antidemokratik uygulamalar hakkında bilgiler verilmekte ve demokratikleşme çalışmalarının devam edeceğini ifade eden bir anlatı sunulmaktadır. “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı yinelenmektedir.

“Yeni Türkiye Yeni Anayasal Sistem” üst başlığı ile hazırlanan metinde 12 Eylül Anayasasının ortaya çıkardığı zorluklar ve önceki dönemlerde anayasada yapılan ya da yapılması planlanan anayasa değişiklikleri hakkında bilgiler verilerek Yeni Türkiye’nin denge ve denetleme mekanizmasını içeren, yürütmeyi hızlandıracak bir başkanlık anayasasına duyduğu ihtiyaca vurgu yapılmakta ve sistem değişikliği vaat edilmektedir. Reklam metni “Yeni Anayasa ve Başkanlık Sistemi İle Türkiye Kazanır” sloganıyla sonlandırılmaktadır.

“Yeni Türkiye Engelsiz Hayat” üst başlığıyla hazırlanan reklam metninde engellilerle ilgili yapılan çalışmalar sayısal verilerle aktarılmakta ve yeni düzenlemeler yapılacağı ifade edilmektedir. “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı bu metinde de kullanılmıştır. “Tarıma Büyük Destek” üst başlığıyla hazırlanan reklam metninde tarıma ve çiftçilere yönelik yapılan düzenlemeler ve desteklemeler sayısal verilerle ifade edilmekte, çiftçilere yapılacak hibe destekleri ve tarım alanındaki projelere aktarılacak kaynaklar vaatler olarak sıralanmaktadır. “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” yine bu sunumda da tercih edilmiştir.

“Enerjide Dev Atılımlar” başlığı altında; yapılan yatırımlar, doğalgaz boru hattı projeleri, doğal gaz getirilen iller, yapılan ve üretim gerçekleştiren hidroelektrik santralleri, petrol ve doğal gaz aramaları hakkında sayısal verilerle bilgiler verilmekte, enerji alanında yapılan ve yapılacak olan büyük projeler hakkında da bilgiler ve vaatler sıralanmaktadır. “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı ile reklam metni tamamlanmaktadır.

“Biz Birlikte Türkiye’yiz” başlığıyla hazırlanan reklam metninde; “Milli Birlik ve Kardeşlik Projesi, OHAL uygulamaları, işkence ve faili meçhuller, TRT Kürdi ve TRT Arapça kanallarının kurulması ve farklı dil ve lehçelerin öğretilmesine izin verilmesi alanlarında yapılan düzenlemeler ifade edilmekte çözüm, barış, birlik ve kardeşlik alanında yapılan çalışmaların devam edeceği vaat edilmektedir. Reklam metni, “Birlikte Daha Güçlü” sloganıyla sonlandırılmaktadır.

“Artık Sosyal Devlet Var” başlığıyla hazırlanan reklam metninde AK PARTİ’nin yaptığı sosyal yardımlar ve sosyal güvenlik alanında yapılan düzenlemeler sayısal veriler çerçevesinde aktarılmakta, sosyal yardım bağlamında yapılacak ekonomik destekler vaatler olarak sıralanmaktadır. “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı bu reklam metni için de kullanılmıştır.

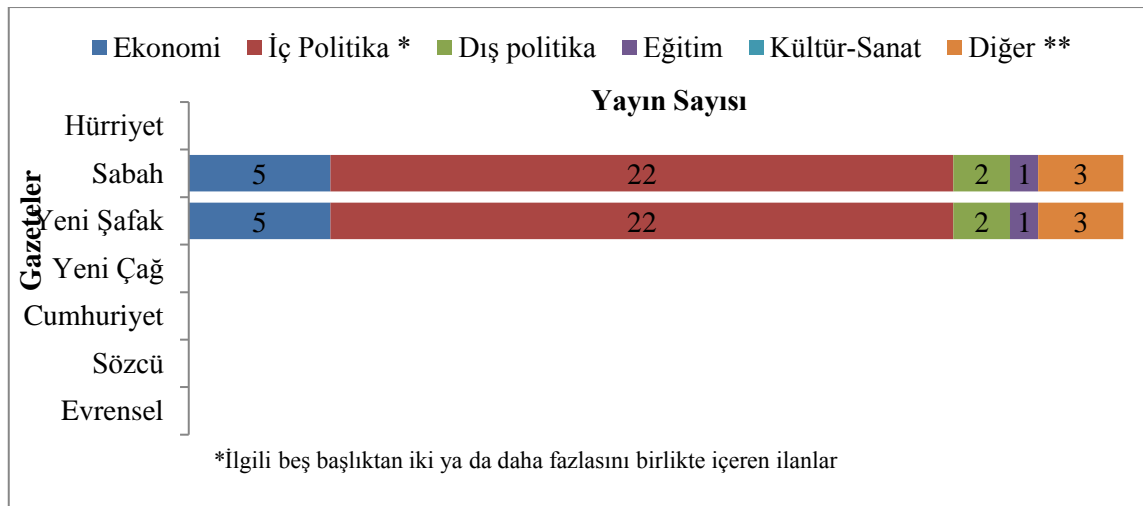
“Gençlerimiz Geleceğimiz” üst başlığıyla hazırlanan reklam metninde; gençlere yönelik eğitim, spor, askerlik alanlarında yapılan düzenlemeler sayısal veriler eşliğinde sıralanmakta (üniversite sayısının artırılması, harçların kaldırılması, burs ve kredi miktarlarının artırılması, askerlik süresinin azaltılması, seçilme yaşının düşürülmesi ve spor alanlarının artırılması) ve yapılacak olan faaliyetler vaatler olarak sunulmaktadır. “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı ile reklam metni sonlandırılmaktadır. “Ulaşımında Dev Adımlar” üst başlığı ile ulaşım alanında tamamlanan ve yapımına başlanan çalışmalar hakkında istatistiki bilgiler verilmekte 2023 hedefleri kapsamında yapılması planlanan faaliyetler ve projeler sayısal verilerle sunulmaktadır. “Yeni Türkiye Marka Şehirler” üst başlığı ile şehirlerin alt yapı çalışmaları başta olmak üzere marka şehirler olması yönünde dev adımlar atıldığı ifade edilmekte 2023 yılına kadar yapılacak çalışmalar hakkında da bilgiler verilmektedir. Reklam metinleri “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı ile sonlandırılmaktadır.

“Çalışana, Üretene Büyük Destek” başlığı altında esnaf, sanatkâr ve KOBİ’lere yönelik yapılan destekler sayısal veriler eşliğinde sunulmakta, yine rakamsal ifadelerle vaatler sıralanmaktadır. “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı ile reklam metni tamamlanmaktadır. “Yeni Türkiye İleri Teknoloji” başlığı ile ar-ge, marka ve patent başvuruları ve sanayi alanında yapılanlar ve alınan başarılar sayısal veriler eşliğinde aktarılmakta, yapılmakta olan ve yapılacak çalışmalar hakkında da bilgiler verilerek vaatler sıralanmaktadır. “Temiz Çevre Mutlu Gelecek” başlığı altında çevre, park ve yeşil

alan, atık su ve katı atık ile ilgili yapılan çalışmalar sunulmakta ve yeni nesil çevre teknolojileri ile yapılacak olan faaliyetler hakkında bilgiler verilmektedir. “Öncü Ülke Türkiye” başlığı altında güçlü, etkin ve kararlı bir dış politika sergilendiği ifade edilerek yurt dışına yönelik yapılan çalışmalar aktarılmakta ve yapılacak faaliyetler hakkında da bilgiler verilmektedir. “Yeni Türkiye Yerli ve Güçlü Savunma” savunma sanayi alanında yapılan yerli üretime ilişkin bilgiler verilmekte, yapılacak olan projelerle ilgili de bilgiler aktarılmaktadır. “Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar” sloganı ile reklam metinleri bitirilmektedir.

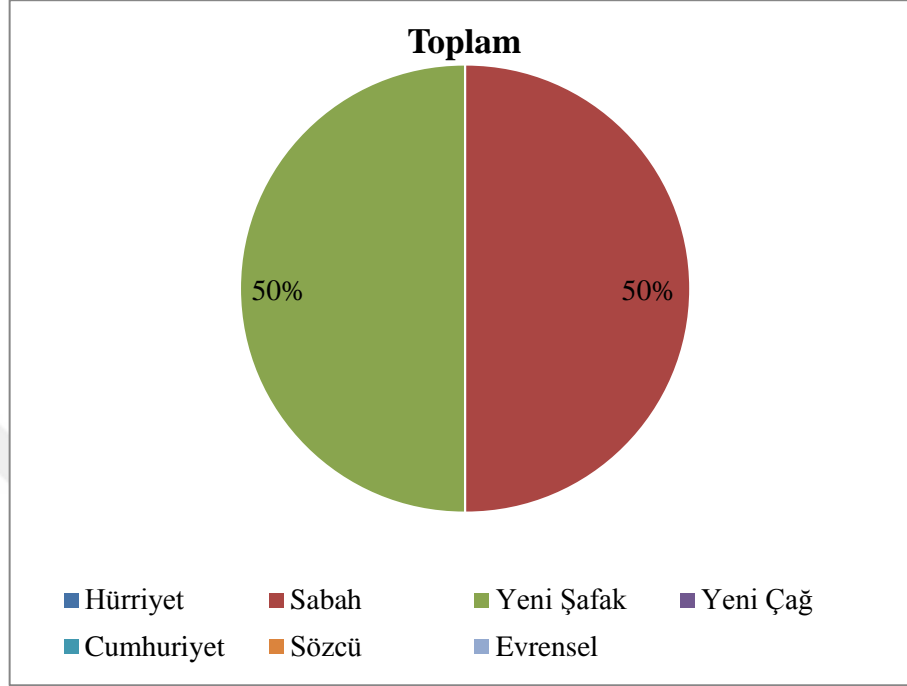
7 Haziran seçimleri öncesinde 6 Haziran 2015’te yayınlanan son reklam “Türkiye Senin Karar Senin” üst başlığı ya da sloganı ve “Mühür Sende Karar Senin” ve “Doğru Karar İstikrar” sloganlarından oluşmakta ve yine seçmene ‘Yarın Büyük Gün’ ile başlayan ve milletin kararıyla yeni tuzakların bozulacağı, kirli ittifakların hezimete uğrayacağı, kaos, kriz ve koalisyon oyunlarının bozulacağı gün anlatısının sunulduğu bir metinle hitap edilmektedir.

Çalışmaya konu edilen sınıflandırma kapsamında gazete ilanları incelendiğinde 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde; ekonomi, iç politika, dış politika, eğitim, kültür-sanat ve diğer başlıklı ileti konuları sınıflandırmasında AK PARTİ’nin 33 reklamının beşi ekonomi, 22’si iç politika, ikisi dış politika, biri eğitim, üçü de diğer olmak üzere ağırlıklı olarak iç politika çerçeveli mesajlar verildiği görülmektedir.



Şekil 1. İleti Konuları Başlığında AK PARTİ’nin Reklam Konu Dağılımı

Çalışmaya konu edilen gazetelerle ilgili reklam dağılımına bakıldığında Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerinde ilanların yarı yarıya dağılımı nedeniyle % 50'lik bir dağılım oranıyla karşılaşılmaktadır.



Şekil 2. AK PARTİ Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı

AK PARTİ'nin 7 Haziran 2015 Genel Seçim kampanyasında verdiği reklamların geneli incelendiğinde yapılan faaliyetlerin sayısal veriler eşliğinde daha geniş tutulduğu bir metinle seçmene hitap edildiği görülmekte, yapılan faaliyetler kadar olmasa da vaat edilenlerle de sayısal verilerden oluşan bir sunumla seçmen kitlelerinin etkilenmeye çalışıldığı anlaşılmaktadır. Ancak büyük puntolardan oluşan sloganlar eşliğinde uzun metinlerle sunum yapılmasının reklam kampanyasında kısa ama etkili mesaj stratejisine uymadığı görülmektedir. 7 Haziran Genel Seçimleri 2015 Milletvekili Adayları Seçim Kılavuzu adlı kitapçıkta tüm kampanyanın planlandığı görülmekte ancak rakip partilerin kampanyaları doğrultusunda bazı değişikliklerin de yapıldığı anlaşılmaktadır. Örneğin seçim kampanyası için daha önceden belirlenen sloganlara ek olarak "Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar" sloganının kampanyaya dahil edildiği anlaşılmakta ve birçok gazete reklamında da kullanıldığı görülmektedir. Kampanyanın uzun metinler ve zıtlıklar (iyi-kötü, eski-yeni vs.) üzerine kurulmasının tek başına iktidarı sağlayacak oranda seçmende karşılık bulmadığı seçim sonuçlarıyla da kendini göstermektedir. Nitekim yapılan

incelemelerde bu tercihin 1 Kasım seçim kampanyasında değiştirildiği, kısa mesajlarla seçmene ulaşma yönünde bir strateji takip edildiği ilerleyen bölümlerde ortaya konulmaktadır.

### **3.2. Kasım 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi**

1 Kasım 2015 Genel Seçim Beyannamesi “Huzur ve İstikrarla Türkiye’nin Yol Haritası” görseliyle başlamaktadır. 7 Haziran Genel Seçim Beyannamesinde yer alan “Yeni Türkiye Yolunda Daima Adalet Daima Kalkınma” mesajının yerini huzurlu ve istikrarlı Türkiye vurgusuna bıraktığı görülmektedir. Sunuş kısmında 7 Haziran seçimlerine göre oluşan tabloda koalisyon hükümeti kurulması çalışmalarının diğer partilerden gelen hayır cevabıyla gerçekleşemediği ancak yönetim zaafına izin verilmeden istikrarın korunmasına devam edildiği belirtilmektedir. Açıklamanın ardından AK PARTİ’nin Türkiye’nin omurgası, istikrarın garantisi olduğu vurgusuna yer verilmektedir (www.akparti.org.tr, Erişim: 01.06.2017).

Kasım 2015 Genel Seçim beyannamesinin de Haziran 2015 Genel Seçim Beyannamesi gibi aynı başlıklar ve içeriklerle yedi başlıktan oluştuğu görülmektedir. Ancak bu içeriklere bazı yeni eklemeler de yapılmıştır:

\* Demokratikleşme ve Yeni Anayasal Sistem Bölümü temel hak ve hürriyetler kısmı neler yapacağız başlığı altına cemevlerine hukuki statü tanınacağına ilişkin “geleneksel irfan merkezleri ve cemevlerine hukuki statü tanıyacağız. Aynı şekilde, geleneksel irfan merkezlerinin ve cemevlerinin ihtiyaçlarının karşılanması için 5393 sayılı Belediye Kanunu, 3194 sayılı İmar Kanunu ile 6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’nda gerekli değişiklikleri yapacağız.” vaadi eklenmiştir.

\* Çözüm süreci ile ilgili bilgilere yer verilen açıklamalara çözüm süreci perspektifinin korunacağı ancak terör eylemleri dolayısıyla kamu düzeninin tahkim edilerek özgürlük-güvenlik dengesinin kurulacağı, güvenlik risklerinin giderilerek bölgeye yatırım yapılması sürecinin devam ettirileceğine ilişkin bir vaat eklenmiştir.

\* Yeni anayasa ile ilgili bölüme “Temsilde adalet ile yönetimde istikrar arasında denge sağlayacak şekilde seçim barajı yeniden düzenlenecektir.” vaadinin eklendiği görülmektedir.

\* Yönetim Modeli ve Başkanlık Sistemi başlığı altında “AK Parti olarak seçimlerden sadece temsilin değil hükümetin de çıkmasını garanti eden, istikrarsızlığa geçit vermeyen, vesayet odaklarının önünü tamamen kapatan çağdaş ve etkin bir hükümet sisteminin ülkemizde hayata geçmesini arzu ediyoruz.” vaadinin Kasım 2015 Genel Seçim Beyannamesine eklendiği görülmektedir. Ayrıca “Yeni sistemde meşru siyasi otoriteye hesap vermeyen paralel yapılara kesinlikle izin vermeyeceğiz.” vurgusunun da bu bölüm altındaki bir başka farklılık olduğu görülmektedir.

\* Haziran 2015 Genel Seçim Beyannamesinde hakimleri yeknesak hukuki bir statüye kavuşturacak tüm hakimler için geçerli tek bir kanun çıkarılacağı vaadi yer alırken Kasım 2015 genel Seçim beyannamesinde “HSYK’yı yeniden yapılandırarak Hakimler Yüksek Kurulu ve Savcılar Yüksek Kurulunu kuracağız.” vaadine yer verilmiştir.

\* Yönetişim başlığı altında kamu yönetimi reformu ile ilgili olarak “Kamu yönetimi reformunu etkili bir şekilde hayata geçirmeye ve koordinasyonu güçlendirmeye yönelik olarak bir Başbakan Yardımcısı koordinatörlüğünde “reform görev gücü” oluşturacağız.” vaadi eklenmiştir. Yine aynı başlık altında yer alan bir başka vaat “AB Müktesebatı ve uluslararası normlar esas alınmak suretiyle Kamu Mali Yönetim ve Kontrol Sisteminde yeni düzenlemeler yapılacaktır.” şeklindedir.

\* İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum bölümünün Nitelikli Eğitim başlığı altında, Milli Eğitim Bakanlığı ve TÜBİTAK’ın verdiği lisansüstü eğitim burslarının sayılarını artıracamız. Sosyal Bilimlerin de bu burslardan yeterli düzeyde faydalanmasını temin edeceğiz.” vaadiyle bir revizyon yapıldığı görülmüştür.

\* İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum bölümünün Sağlıklı Nesiller başlığı altında “1 Milyon Bisikletle Sağlıklı Yaşam” programını başlatacağız.” vaadi eklenmiştir.

\* İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum bölümünün Aile, Çocuk ve Dinamik Nüfus başlığı altında “Aile bazında eğitim, sağlık, istihdam, gelir gibi alanları içeren sosyal risk haritası çıkaracağız.” vaadi eklenmiştir.

\* İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum bölümünün Sosyal Koruma ve Yoksullukla Mücadele başlığı altında farklı olarak “Engelli genç ve çocukların kısa süreli gündüz ve yatılı bakımı için güvenli bir biçimde bırakılabilecekleri “Engelli Yaşam Merkezleri”

kuracağız.” ve “Engelli genç ve çocukların gün içerisinde sosyal faaliyet yapabilmelerine imkân verecek şekilde gençlik merkezlerinde ortam oluşturacağız.” vaatleri yer almaktadır.

\* İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum bölümünün Kadın başlığı altında bir değişiklik yapılmamıştır.

\* İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum bölümünün Gençlik başlığı altında “Lise ve üniversite mezunu gençlerimizin iş bulmalarını kolaylaştırmak için, mezuniyet sonrası ücretsiz beceri ve kişisel gelişim programları uygulayacağız.”, “Öğrencilerimizin yurtdışı eğitim, bilgi ve beceri artırma programlarına yaygın olarak katılımını sağlayacağız.”, “Kendi işini kurmak isteyen gençlerimize proje karşılığı 50 bin liraya kadar karşılıksız nakdi destek vereceğiz.”, “Kendi işini kurmak veya geliştirmek isteyen gençlerimize 100 bin liraya kadar faizsiz kredi vereceğiz.”, “Gençlerimizin kullanacakları 100 bin lira kredi için Kredi Garanti Fonu aracılığıyla yüzde 85 oranında kefalet imkânı sağlayacağız.”, “Yeni iş kuran gençlerimize üç yıl boyunca gelir vergisi muafiyeti sağlayacağız.”, “İlk kez iş bulan her gencimizin maaşının bir yıl boyunca devlet tarafından karşılanmasını sağlayacağız. Bu dönemde gençlerimizin iş başında eğitimini de temin ederek beceri kazanmalarını sağlayacak, işverenin de personel maliyetini düşüreceğiz.”, “GENÇDES programını hayata geçiriyoruz. Gençlerimizin kısa film, ilk film, kitap, dergi vb. sanatsal faaliyetleri ile sportif faaliyetlerine proje bazlı karşılıksız destek vereceğiz.”, “Sivil toplumla işbirliği halinde; kültür, sanat, spor vb aktivitelerin yapılabileceği çok amaçlı entegre gençlik merkezlerini kuracağız.”, “Gençlik Akademisi kuracağız.”, “Lise veya üniversite mezunu gençlerimizin Genel Sağlık Sigortası (GSS) giderlerinin iki yıl süreyle gelir testi yapmaksızın ve prim alınmaksızın devlet tarafından karşılanmasını sağlayacağız. Böylece gençlerimize ücretsiz sağlık hizmeti sunmuş olacağız.”, “Gençlerimize ücretsiz internet erişimi imkânı getireceğiz.”, “Öğrenim gören gençlerimizin pasaport harcını kaldıracağız.”, “Türk Hava Yolları, öğrenciler için iç hatlarda yüzde 20, dış hatlarda 25 indirim uygulamasını başlatmış olup, uygulama devam edecektir.” ve “Gençlerde evliliğin teşvik edilmesi amacıyla çeyiz hesabı uygulamasını başlatacağız. Çeyiz hesabında biriktirilen paranın yüzde 20’si oranında destek sağlayacağız.” vaatleriyle gençlikle ilgili önemli bir bölümünü ekonomik içeriklerin oluşturduğu sosyal ve kültürel içerikli güncellemeler yapılmıştır.



\* İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum bölümünün Kültür ve Sanat başlığı altında “Yapımı Türkiye’de gerçekleştirilecek yabancı filmleri destekleyeceğiz.” ve “Ücretsiz müze kartı vermek suretiyle, okullarda müfredatın bir parçası olarak öğrencilerimizin müze ve kütüphanelere daha sık gitmelerini sağlayacağız.”, vaatleriyle bir güncelleme yapıldığı görülmektedir.

\* İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum bölümünün spor başlığı altında bir güncelleme yapılmadığı görülmektedir.

\* İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum bölümünün Çalışma Hayatı başlığı altında bir güncelleme yapılmadığı görülmektedir.

\* İnsani Kalkınma, Nitelikli Toplum bölümünün Sosyal Güvenlik başlığı altında “Tüm işçi ve Bağ-kur emeklilerimize de önümüzdeki dönemde yıllık ilave 1.200 TL vereceğiz.”, “Önümüzdeki yıl için asgari ücreti 1300 TL’ye yükseltme yönünde Asgari Ücret Tespit Komisyonu’na teklifte bulunacağız. Ayrıca, yapılan işin tehlike sınıfına göre, asgari ücrette farklılaştırılma sağlayacağız.”, “51 ilimizde uygulanmakta olan yüzde 6 oranındaki İşveren Sigorta Primi indiriminde esas alınan 10 işçi çalıştırma zorunluluğunu kaldıracaktır. Bu imkândan 251 bin küçük işletmenin yararlanmasını sağlayacağız.”, “Polislerimizin 2200 olan ek göstergelerini 3000’e çıkaracağız.”, “Genel Sağlık Sigortası kapsamında yapılan gelir testi sistemi ve buna bağlı genel sağlık sigortası primi ödemelerini yeniden gözden geçirerek sistemin etkinliği ve verimliliğini artıracaktır.”, “İstihdam edilmeleri halinde, sosyal destek alan vatandaşlarımızın sigorta primi işveren desteğini karşılayacağız.”, “Toplum yararına çalışma programlarımızda ailesinde çalışan ferdi olmayanlara öncelik vereceğiz.”, “Yüzde 15’ten yüzde 10’a indirdiğimiz Bağ-Kur Sigortalısı olan esnafımızın emekli aylıklarından kesilen Sosyal Güvenlik Destek Primi Kesintisini tamamen kaldıracaktır.” ve “TOKİ eliyle emeklileri uygun koşullarla konut sahibi yapacağız. Bu çerçevede emeklilerimize 240 taksit şeklinde aylık 250 TL bedel mukabilinde konut sahibi olma imkânı sağlıyoruz.” vaatleriyle güncellemeler yapıldığı görülmektedir.

Sosyal Güvenlik başlığı altında işçi, işveren, emekli, asgari ücretli ve polisle ilgili vaatler Haziran 2015 Genel Seçim kampanyasında yer alan sosyal güvenlikle ilgili

metinden önemli farklılıklar içermektedir. Aileleriyle beraber önemli bir seçmen kitlesine yönelik bir güncellemenin söz konusu olduğu ifade edilmelidir.

\* İstikrarlı ve Güçlü Ekonomi bölümü Mali Disiplin başlığı altında “AB’nin kamu alımları direktiflerine uygun olarak kamu ihale sistemini reforme edeceğiz.”, “Gelir ve kurumlar vergisi kanunlarını birleştirerek Yeni Gelir Vergisi Kanunu çıkaracağız.” ve “Ekonomik ve sosyal politikalara uyum sağlamak, sade ve daha kolay uygulanabilir bir hale getirmek amacıyla Yeni Vergi Usul Kanunu çıkaracağız.” vaatleri eklenmiştir.

\* İstikrarlı ve Güçlü Ekonomi bölümü Kamu Sermayeli Şirketler ve Özelleştirme başlığı altında “Kamu sermayeli kuruluşların açık, şeffaf ve hesap verebilir bir yapıda çalışmalarını sağlayacak; yönetim sistemlerinin, rekabet edebilir ve iyi yönetim ilkelerine uygun bir yapıda oluşmasını temin edecek yönetim reformunu gerçekleştireceğiz.” ve “Kamu döner sermaye kuruluşlarının açık, şeffaf ve hesap verebilir bir idari ve mali yapıda çalışmalarını sağlayacak döner sermaye reformunu gerçekleştireceğiz.” vaatleriyle güncelleme yapıldığı görülmektedir.

\* İstikrarlı ve Güçlü Ekonomi bölümü Yatırımlar başlığı altında “Emek yoğun sektörlerde yatırımcıların talebi halinde, sembolik bir kira bedeliyle, anahtar teslimi, karşılıksız fabrika binası yapacağız.” vaadi ile bir güncellemenin yapıldığı görülmektedir.

\* İstikrarlı ve Güçlü Ekonomi bölümü Tarım ve Gıda başlığı altında “Yemde KDV’yi kaldıracağız.”, “Gübrede KDV’yi kaldıracağız.”, “Genç çiftçilerimize proje karşılığı 30 bin lira karşılıksız destek vereceğiz.”, “İşletme büyüklüğü 5 dekar altındaki meyve, sebze, süs bitkisi, ıtri-tıbbi aromatik bitki yetiştiriciliği yapan çiftçilere destekleme ödemesi yapacağız.”, “Çiftçilerimize seralarının modernizasyonu için faizsiz kredi vereceğiz.”, “Maliyetleri düşürmek amacıyla seralara ticarethane elektrik fiyatı yerine sulama suyu elektrik fiyatı uygulayacağız.”

İstikrarlı ve Güçlü Ekonomi bölümü içerisinde yer alan birçok başlık altında ekonomik anlamda faizsiz kredi, vergi muafiyeti ve desteklemelerle ilgili vaatlerin yer aldığı görülmektedir. Beyannamenin ekonomik anlamda revize edildiği ve güncellendiği anlaşılmaktadır.

\* Bilim, Teknoloji ve Yenilikçi Üretim bölümü Girişimcilik ve KOBİ'ler başlığı altında "Esnafımıza düşük faizli kredi uygulamamıza devam ederken, 30 bin TL'ye kadar faizsiz kredi desteği de vereceğiz." ve "Basit usulde vergilendirilen esnafımızın yıllık 8 bin liraya kadar kazançlarından hesaplanan vergisini almayacağız." vaatleri güncellenmiştir.

\* Yaşanabilir Şehirler, Sürdürülebilir Çevre bölümü Kentsel Dönüşüm ve Konut başlığı altında "Kentsel dönüşüm yapılması şartıyla izinsiz yapılara elektrik ve su bağlanmasını sağlayacağız." vaadiyle bir güncelleme yapılmıştır.

\* Yaşanabilir Şehirler, Sürdürülebilir Çevre bölümü Yerel Yönetimler başlığı altında "Yerelde Kurumsal Kapasitenin Geliştirilmesi Öncelikli Dönüşüm Programı"nı hayata geçireceğiz." vaadiyle bir güncelleme yapılmıştır. Program kapsamında ise; "Vatandaşlarımızın belediye hizmetlerinden memnuniyetini belirli aralıklarla ölçeceğiz.", "Belediye hizmetleriyle ilgili alanlarda hizmet standartlarını belirleyeceğiz.", "Bulut Belediye Projesi ile elektronik ortamda sunulacak belediye hizmetlerini standartlaştırarak merkezi bir altyapıya kavuşturacağız.", "Büyükşehir belediyelerinin akıllı kent uygulamalarına yönelik çalışmalarını destekleyeceğiz." gibi yapılacak olanlara ilişkin içeriklerin sıralandığı görülmektedir.

\* Yaşanabilir Şehirler, Sürdürülebilir Çevre bölümü Çevrenin Korunması başlığı altında "Trafığın yoğun olduğu tarihi şehir merkezlerinde trafiği yer altına alacağız.", "Şehirlerde yeni gelişen alanlarda kişi başına 10 metrekare olan yeşil alan şartını, 15 metrekareye çıkaracak ve uygulama etkinleştireceğiz." ve "Belediyelerin, sivil toplum kuruluşlarının ve özel sektörün kuracağı hayvan bakım merkezlerini ve hastaneleri teşvik edeceğiz." vaatlerinin eklendiği görülmektedir.

\* Vizyoner ve Öncü Ülke bölümü Yurt Dışında Yaşayan Vatandaşlarımız ve Akraba Topluluklar başlığı altında "Türkiye'den borçlanarak emekli olan yurtdışındaki emeklilerin buldukları ülkelerde yarı zamanlı çalışabilmeleri için ikili anlaşmalarımız çerçevesinde gerekli çalışmaları yapacağız.", "Emekli vatandaşlarımız için Türkiye'ye getirdikleri araçlarının kalış süresini 2 yıla çıkarıyoruz.", "Sandıkları yurtdışında yaşayan vatandaşımızın ayağına götürdüğümüz gibi, seçilme hakkı da sağlayacağız.", "Vatan hasreti çeken yurttaşlarımız, Aileleriyle birlikte Türkiye'ye gelmek istediğinde, THY

uçuşlarında 1 Kasım'dan sonra yüzde 20 indirim sağlayacağız.”, “Dövizli askerlik bedelinin 6.000 Avrodan 1000 Avroya düşürülmesi için çalışmalara başladık.”, “Yurt dışında yaşayan ailelerimize destek olmak üzere, birinci çocuğa 300 TL, ikinciye 400 TL, üçüncü ve sonraki çocuklar içinse 600 TL vereceğiz dedik ve 15 Mayıs 2015’de, sizlerin de yararlandığı bu uygulamayı başlattık.”, “Bugüne kadar toplam 263.845 çocuğumuz için annelerimize doğum yardımı verdik. Bu yardımların buldukları ülkelerde hesaplarına yatırılması için gerekli çalışmaları yapacağız.”, “ ‘Yurtdışı Vatandaşlar Araştırma Destek Bursları’ programı çerçevesinde yüksek lisans öğrencilerine aylık 650 dolar, doktora 1000 dolar ve doktora sonrası 1300 dolar burs veriyoruz. Burslardan, lisans öğrencilerinin de yararlanması için çalışmalarımız sürüyor.”, “Yurt dışındaki STK’larımızın projelerine de destek olmaya devam ediyoruz.”, “Din görevlisi ve öğretmen sayımızı artıracamız”, “Burada yaşadığımız hukuki süreçlerin ülkemizde de hüküm ve sonuç doğurabilmesi için tanıma ve tenfiz davalarını kolaylaştırmak için kapsamlı bir çalışma yapacağız.”, “Pasaport harçlarının yetişkinler için 100 Avroya düşürülmesi için çalışmalara başladık.”, “Türkiye’de mobil cihazlarınızı harç ücreti ödmeden (4 ay) kullanabilmeniz için düzenlemeler yapıyoruz.”, “Yurtdışında yaşayan vatandaşlarımızın kişisel kullanıma mahsus yabancı plakalı araçlarının Türkiye’de kullanım sürelerini 2 yıla uzatacağız.” başlıklarıyla ekonomik yönü ağır basan değişiklikler eklenmiştir.

Ayrıca; “Yurtdışında yaşayan vatandaşlarımızın tanıma ve tenfiz davalarının onları mağdur etmeyecek bir sürede sonuçlanması için gerekli yasal düzenlemeleri yapacağız.”, “Yurtdışından alınan meslek diplomalarının Türkiye’de Meslek Lisesi diplomasına denk olarak tanınması ve yurtdışı vatandaşlarımızın buldukları ülkelerde edindikleri meslek diplomaları ve ustalık belgelerinin Türkiye’de kazanılmış diplomalarla denk kabul edilmesi için gerekli çalışmaları tamamlayacağız.”, “İhtiyaç duyulan bölgelerde yeni başkonsoloslukların açılması ve yetersiz kalan başkonsolosluklarımızın binalarının yenilenmesi ve genişletilmesi için gerekli adımlar atacağız.”, “Yurtdışındaki eğitim kurumlarına ve okullara yönelik, o ülkelerde yaşayan öğretmenlerin yerinden görevlendirilmesi ile ilgili çalışmalar tamamlanacak ve yurtdışı öğretmen sayısını artıracamız”, “Anadil eğitiminin yaygın olarak verilmesi ve kültürel kimliklerin korunması için yurtdışındaki sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerini destekleyecek, bu amaçla öğretmen ve materyal desteği sağlayacak, proje destek bütçesini ihtiyaca cevap

verebilecek oranda artıracacağız.”, “Yurtdışında yaşayan gençlerimizin Türkiye’ninengin tarih ve kültürünü bizatihi tecrübe etmeleri için kültürel gezi ve kamp programlarını yaygınlaştıracacağız.”, “Yurtdışı din hizmetlerinin kapasitesinin geliştirilmesi, tüm topluma ve onları temsil eden STK’lara ulaştırılması, yerel dinî öğretim kurumlarının desteklenmesi ve yerinden görevlendirme yapılmasını teşvik edeceğiz.”, “Üniversitelerin yurtdışında yerleşke/kampüs açabilmesi için yasal düzenlemeleri gerçekleştireceğiz, Devlet üniversitelerinin vatandaşlarımızın yoğun yaşadığı ülkelerde hizmet vermesini sağlayacağız.”, “TÜBİTAK, üniversiteler ve araştırma merkezlerinin diasporamızın sosyal, ekonomik, kültürel, siyasi, sağlık, hukuki ve diğer ilgili alanlarda meseleleri ve gündemleri ile ilgili araştırmalar yapmalarını teşvik edeceğiz.”, “Türkiye’de yükseköğrenim görmek isteyen gençlere yönelik üniversite kontenjanlarının artırılması sağlayacağız.”, “Yurtdışındaki lisansüstü eğitilmiş vatandaşlarımızın ülkemizle ilişkilerinin canlı tutulması için iletişim ağı, veri tabanı ve kataloğu oluşturacağız.”, “Yurtdışında yaşayan uzmanlara yönelik, yaşadıkları ülke ve Türkiye bakımından karşılaştıkları sorunlar ve çözümüyle ilgili Hukukçular Buluşması ve Eğitimciler Konferansı gibi eğitim ve seminer programları düzenleyeceğiz.”, “Yurtdışındaki sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinin desteklenmesi ve Yurt Dışı Türklerin dil ve kültürel varlıklarının muhafazası için proje destekleme bütçesini artıracacağız.” ve “Yurtdışında yaşayan Türklerin bulunduğu ülkelerde, okulların kreş ve orta öğretim seviyelerini de barındırır bir şekilde kurulmasını teşvik edeceğiz.” şeklinde sosyal, kültürel ve eğitim alanına ilişkin vaatler eklenmiştir. Doğrudan ekonomik içerikli vaatlerin devamında eklenen diğer vaatlerin de ekonomik yönünün bulunduğunu ifade edebiliriz.

\* Seçim Beyannamesinde 1 Kasım Seçimlerine Doğru başlığı altında Haziran 2015 kampanyasında “Yeni Türkiye Yolunda” diye başlayan AK PARTİ sunumu “Büyük ve İstikrarlı Türkiye Yolunda” şeklinde revize edilmiştir. Haziran 2015 kampanyasında sunulan 100 Önemli Proje savunma sanayi, eğitim ve sağlık gibi başlıklar altında toplanarak tekrar sunulmuştur.

Kasım 2015 Seçim Beyannamesinin geneli incelendiğinde Haziran 2015 Seçim Beyannamesine göre ekonomi, sosyal ve kültürel haklar gibi alanlarda vaatlerin somut bir biçime dönüştürüldükleri görülmektedir. Örneğin Alevilerle ilgili iyileştirme çalışmaları, Kasım 2015 Beyannamesinde Cemevlerine yasal statü, ihtiyaçların kamu

tarafından karşılanabilmesi için ilgili kanunlarda yasal düzenlemeler gibi somut bir sunuma dönüştürülmüştür. Aynı şekilde istihdam ve sosyal güvenlik alanlarında 1300 TL'lik asgari ücret, çocuk yardımları vs. ekonomik düzenlemelerim tüm vatandaşlar açısından sayısal niteliklerle ifade edildiği bir kampanyaya dönüştüğü de görülmektedir. Kampanyanın medyada yer alış şekli de ilerleyen bölümlerde incelenecektir.

### **3.2.1. Broşürler**

AK PARTİ 1 Kasım 2015 Genel Seçim Kampanyasında 15 farklı broşür kullanmıştır. AK PARTİ Aile ve Çocukların Yanında, AK PARTİ Çalışanın Üretenin Yanında, AK PARTİ Çiftçilerin Yanında, Demokratikleşme ve Siyasi Reformlar, AK PARTİ Eğitim ve Eğitimcinin Yanında, AK PARTİ Emeklilerin Yanında, AK PARTİ Engellilerin Yanında, AK PARTİ Esnaf ve Kobi'nin Yanında, AK PARTİ Gençlerin Yanında, Hayatın Her Anında, AK PARTİ Kadınların Yanında, AK PARTİ Kültür ve Sanatın Yanında, Mutlu Şehirler, Sağlıkta Devrim Devam Ediyor ve AK PARTİ Yurt Dışında Yaşayan Vatandaşlarımızın Yanında başlıklarıyla kampanya materyallerinin basıldığı görülmektedir. Broşürlerin içeriği incelendiğinde Haziran 2015 seçim beyannamesinde yer almayıp Kasım 2015 seçim beyannamesinde güncellenen vaatler arasında yukarıda sayılan unsurlara yer verilmiştir.

Broşürler arasında yer alan Hayatın Her Anında broşürü diğer broşürlerin bir özeti olup seçmen kitlesine yönelik somut vaatlerin bir özetini içermektedir.

Görsel 5. Kasım 2015 'Hayatın Her Anında' Seçim Broşürü

**AK Parti Aileler:** doğumda, devlet, doğumdan emekliliğe kadar vatandaşın hizmetlerini sağlar.

**Çocuklarımız,** dünyaya güvenli ve sağlıklı şekilde gelebilirler. Okullarında, tıbbi bakımlarında, emeklilikte, hizmetlerimizde...

**Kadınlarımız,** çalışırken, emeklilikte her zaman yanınızdayız. Sağlık hizmetleri de aynı şekilde. Sağlık hizmetleri de aynı şekilde. Sağlık hizmetleri de aynı şekilde.

**Doğumdan emekliliğe kadar vatandaşın hizmetlerini sağlar.**

**TEK BASINA İŞBASINA**

**DOĞUMDA**  
Ailemizi koruyoruz!

Doğum bedeliniz bizimdir...

Doğumda devletimiz size 100 TL, ikinci doğumda 400 TL, üçüncü doğumda 600 TL doğum bedeli veririz.

Kadınlarımız ve emeklilerimiz için sağlık hizmetleri geliştiriyoruz. Bu hizmetler size, ikinci doğumda 4 ay, emeklilikte 8 ay yarı zamanlı çalışarak aynı tıbbi hizmetleri sağlar.

Kadınlarımız ve emeklilerimiz için sağlık hizmetleri geliştiriyoruz. Bu hizmetler size, ikinci doğumda 4 ay, emeklilikte 8 ay yarı zamanlı çalışarak aynı tıbbi hizmetleri sağlar.



**OKULDA**  
Çocuklarımızın eğitimi için devletin desteğindeyiz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.

**GENÇLİKTE**  
Gençlerimiz için eğitim, sağlık ve sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.

117 yeni üniversite kurduk. Harçları kaldırıldı.

Tarım için eğitim, sağlık ve sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.

AK Parti, 1 Kasım'dan sonra da büyük projelerle gençlerimize yardımcı olacaktır.

Gençlerimize sağlık, eğitim ve sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.



Devletimiz vatandaşlarımızın eğitim ve sağlık hizmetlerini geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.

**TEK BASINA İŞBASINA**

**İŞ ARARKEN, İŞE BAŞLARKEN, İŞ KURARKEN YANINIZDAYIZ**

Gençlerimize eğitim ve sağlık hizmetlerini geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.

AK Parti, 1 Kasım'dan sonra da büyük projelerle gençlerimize yardımcı olacaktır.

Gençlerimize sağlık, eğitim ve sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.



**ÇALIŞIRKEN ÜRETİRKEN YANINIZDAYIZ**

AK Parti, 1 Kasım'dan sonra da büyük projelerle gençlerimize yardımcı olacaktır.

Gençlerimize sağlık, eğitim ve sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.

**TEK BASINA İŞBASINA**

**EVLİNİRKEN DE, EV SAHİBİ OLURKEN DE YANINIZDAYIZ**

AK Parti, 1 Kasım'dan sonra da büyük projelerle gençlerimize yardımcı olacaktır.

Gençlerimize sağlık, eğitim ve sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.

**KÜLTÜR, SPOR, SANAT VE SEYAHATE TAM DESTEK**

AK Parti, 1 Kasım'dan sonra da büyük projelerle gençlerimize yardımcı olacaktır.

Gençlerimize sağlık, eğitim ve sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.

**EMEKİLİYE VEFA BORCUMUZ VAR**

AK Parti, 1 Kasım'dan sonra da büyük projelerle gençlerimize yardımcı olacaktır.

Gençlerimize sağlık, eğitim ve sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.

**HAYATIN HER ANINDA DOĞUMDAN EMEKLİLİĞE YANINIZDAYIZ**

AK Parti, 1 Kasım'dan sonra da büyük projelerle gençlerimize yardımcı olacaktır.

Gençlerimize sağlık, eğitim ve sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetlerimizi geliştiriyoruz.

**İLK GÜNKÜ AŞKLA TEK BASINA İŞBASINA**



Kaynak: <http://www.akparti.org.tr/site/dosya/78613>

Broşürlerde kullanılan sloganlar İlk Günkü Aşkla Hep Birlikte ve İlk Günkü Aşkla Tek Başına İş Başına şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

### 3.2.2. Afişler

1 Kasım Genel Seçimlerinde iki aylık zaman dilimi olması nedeniyle kampanya organizasyonu anlamında partilere kısıtlı bir süre kalmıştır. AK Parti seçim vaatlerini içeren detaylı broşürlerle bir kampanya tasarlamış seçim afişlerinde de çeşitliliğe giderek sadece sloganların yer aldığı dış mekan çalışmalarının yanı sıra gazetelerde yer alan ilanlardaki somut vaatlerin de dış mekan formu ile seçmen kitlelerine ulaşmaya çalışmıştır.

Görsel 6. Kasım 2015 Seçim Afişi



Kaynak: <http://www.akparti.org.tr/site/foto/79020/sen-ben-yok-turkiye-var>,  
Erişim: 01.06.2017

Görsel 7. Kasım 2015 Seçim Afişi



Kaynak: [http://file.setav.org/Files/Pdf/20160126153913\\_7-haziran-ve-1-kasim-secimlerinde-siyasal-iletisim-pdf.pdf](http://file.setav.org/Files/Pdf/20160126153913_7-haziran-ve-1-kasim-secimlerinde-siyasal-iletisim-pdf.pdf), Erişim: 01.06.2017



### 3.2.3. 1 Kasım Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde AK PARTİ

1 Kasım Genel Seçim Kampanyasında AK PARTİ, Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerine 10 Ekim 2015 tarihi itibariyle reklam vermeye başlamıştır. Çalışmamıza konu olan Hürriyet, Cumhuriyet, Yeni Çağ, Sözcü ve Evrensel Gazetelerinde yapılan incelemede 7 Haziran genel seçimlerinde olduğu gibi reklam verilmediği görülmüştür. Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerinde 39’ar reklamdaki 78 adet ilan verilmiştir. Reklam içeriklerine bakıldığında metinlerin önemli oranda azaltıldığı ya da sadece vaat içeren bir sunumun tercih edildiği görülmektedir.

Metin içeren reklamlara bakıldığında; “Sen Ben Yok Türkiye Var - Birlik Var Dirlik Var Kardeşlik Var”, “Bayrağımız Bir Vatanımız Bir Hüznümüz Bir Sevincimiz Bir - Sen Ben Yok Türkiye Var”, “Teröre Şiddete Boyun Eğmeyeceğiz - Sen Ben Yok Türkiye Var”, “Hedefte Sandık Var Hedefte Demokrasi Var, Hedefte Türkiye Var - Teröre Şiddete Boyun Eğmeyeceğiz - Sen Ben Yok Türkiye Var”, “Terörün Dili Yok Yüzü Yok Milliyeti İrkı Vicdanı Yok Duygusu Karakteri Yok Acıması Dini Mezhebi İnançlı Yok - Bizim de Korkumuz Yok - Sen Ben Yok Türkiye Var” ve “Şafak Söker Sabah Olur Kış Geçer Bahar Olur Karanlık Dağılır Aydınlık Olur Tuzaklar Bozulur Hak Galip Olur Gözyaşı Diner Huzur Daim Olur - Biz Buradayız Milletimiz Vatanımız Bayrağımız İçin Buradayız Bu Ülkeyi Birlikle Dirlikle Kardeşlikle Büyütmek İçin Buradayız Biz Milletiz Biz Türkiye’yiz - Sen Ben Yok Türkiye Var” altı reklam metninin seçmene sunulduğu görüldüğü görülmektedir. Bu reklam metinlerinden sonra doğrudan somut vaat içeriğine sahip reklam sunumlarına geçilmiştir.

“Gençlerimize Ücretsiz İnternet” vaadi yer alan reklam metninde AK PARTİ Genel Başkanı ve Başbakan Ahmet Davutoğlu’nun fotoğrafına yer verilmekte “Tek Başına İşbaşına” sloganı kullanılmaktadır.

“Kendi İşini Kuran Kadınlara Tam Destek 100.000 TL Kredinin % ‘ine Biz Kefiliz”, “Gübrede ve Yemde KDV’yi Kaldırıyoruz”, “70 Yeni Organize Sanayi Bölgesi Milyon Kişiye İş”, “Lise ve Üniversite Mezunu Gençlerin Genel Sağlık Sigortası Giderleri 2 Yıl Boyunca Bizden”, Yeni İş Kuran Gençler 3 Yıl gelir Vergisi Ödemeyecek”, “Annelere Doğum Hediyesi 1.Çocuğa 300 TL 2 Çocuğa 400 TL 3. Çocuğa 600 TL”, “İlk Kez İşbaşı Yapan Gençlerimizin Maaşı 1 Yıl Boyunca Bizden”, “Esnafımıza 30.000 TL Faizsiz Kredi”, “Emeklilerimize TOKİ’den 250 TL Taksitle Ev

Sahibi Olma İmkânı”, “Genç Çiftçilerimize 30.000 TL Destek Hem de Geri Ödemesiz”, “Asıl İşlerde Çalışan Taşeron İşçilere Kadro”, “Evlenenlere Çeyiz Hesabı Desteği Biriktirilen Miktara % 20 Ek Destek de Bizden”, “Emeklilerimize Yılda 1200 TL Ek Zam”, “İş Kuran Gençlerimize 100.000 TL Faizsiz Kredi”, “Çalışan Kadınlara 1.Çocukta 2 Ay, 2 Çocukta 4 Ay, 3.Çocukta 6 Ay Yarım Gün Çalışmaya Tam Maaş”, “İhtiyaç Sahibi Her Ailenin Bir Sosyal Destek Uzmanı Oluyor”, “Öğrencilerimize Pasaport Harcı Yok”, “Emek Yoğun Sektörlere Tam Destek Anahtar Teslim Fabrika Binası Veriyoruz”, “İlk Kez Ev Sahibi Olacakların Biriktirdiği Peşinatın % 15’i Bizden”, “Asgari Ücret 1300 TL”, “İş Kuran Gençlerimize 50.000 TL Destek Hem de Geri Ödemesiz”, “Dar Gelirli Ailelere Uygun Şartlarda Ev Sahibi Olma İmkânı”, “THY’de Öğrencilere İç Hatlarda % 20 Dış Hatlarda % 25 İndirim”, “Basit Usulde Vergilendirilen Esnafa Yıllık 8.000 TL’ye Kadar Vergi Yok”, “Çalışan BAĞKUR Emeklilerine Müjde Maaştan Kesilen % 10 Sosyal Güvenlik Destek Primini Kaldırıyoruz” ve “Polislerin Ek Göstergesini 2200’den 3000’e Çıkıyoruz” içerikli 27 reklam “Tek Başına İşbaşına” sloganı ile birlikte seçmenle paylaşılmaktadır. Tüm bu reklamların önemli bir kısmı doğrudan, bir kısmı dolaylı yoldan olmak üzere somut ekonomik vaat içermektedir.

25 Ekim 2015 tarihli Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerinde yukarıda sıralanan tüm vaatlerin yer aldığı “Her Zaman Yanınızdayız – Bugüne Kadar Hep Birlikte Başardık. Hayatın Her Alanında Milletimizin Hizmetkârı Olduk. Şimdi Yeni Hizmetler ve Desteklerle Yola Devam Ediyoruz” metninin yer aldığı ve “Huzur İçin İstikrar İçin Türkiye İçin - Tek Başına İşbaşına” sloganlarının kullanıldığı bir reklam metninin seçmene sunulduğu görülmektedir.

26 Ekim 2015 tarihli Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerinde benzer bir ilan şematik olarak kurgulanmış ve seçmen kitlesine sunulmuştur. “Doğumdan Emekliliğe Hayatınızın Her Anında Yanınızdayız - Doğumdan emekliliğe kadar insanımız için hizmet ve proje ürettik, üretmeyi sürdürüyoruz. - AK Parti her zaman sizin yanınızda, sizin için var. Doğumdan emekliliğe kadar, her alanda hizmetinizdeyiz.” vurgusunun reklamın ortasında yer aldığı ve dokuz kol-bölüme uzanan bir dairesel tasarımla seçmene vaatler sunulmaktadır. 1. Doğumda – 2. – Okulda - 3. Gençlikte – 4. Kültür Spor Sanat ve Seyahate Tam Destek - 5. İş Ararken İşe Başlarken İş Kurarken Yanınızdayız – 6. Çalışırken Üretirken Yanınızdayız - 7. İhtiyaç Duyduğumuz Anlarda Yanı Başınızdayız

– 8. Evlenirken de Ev Sahibi Olurken de Yanınızdayız – 9. Emekliye Vefa Borcumuz Var başlıkları yapılan sunumun yanında “Tek Başına İş Başına” sloganı kullanılmaktadır.

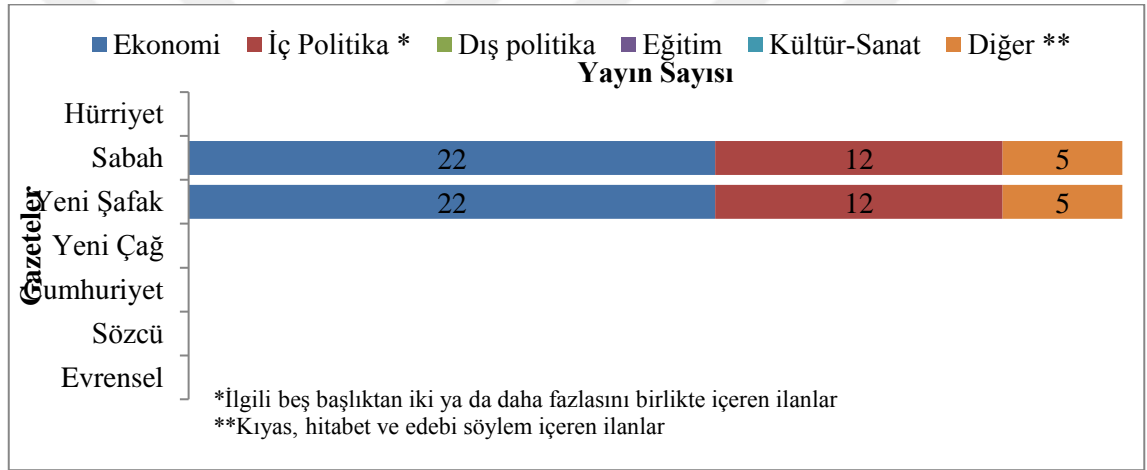
27 Ekim 2015 tarihli Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerinde içerisinde Türkiye haritasının kullanıldığı “Büyük Projelere Devam Ediyoruz” başlıklı bir reklam yayınlanmıştır. Beynamede yer alan dev projeler olarak ifade edilen bölümün yerleştirildiği bu reklamda “Huzur İçin İstikrar İçin Çocuklarımız İçin Türkiye İçin - Tek Başına İş Başına” sloganı kullanılmıştır.

28 Ekim 2015 tarihli Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerinde “Reformlara Devam” üst başlığı altında “AK Parti olarak bugüne kadar sayısız reforma imza attık, yeni reformlara hız kesmeden devam ediyoruz.” açıklamasına yer verilen bir reklam yayınlanmış ve içerikte Demokratikleşme Reformu, Kurumsal Yenilikçi ve Kalıcı Eğitim Reformu, Sağlık Reformu, Kamu Yönetimi ve Maliyesi Reformu, Kapsamlı Yargı Reformu Yükseköğretim Reformu, Reel Ekonomide Köklü Dönüşüm” başlıkları altında reform konuları sıralanmıştır. Reklam “AK Parti hayatın her alanındaki reform yenilik ve devrimlerin öncüsü olmayı sürdürüyor.” açıklaması ve “Tek Başına İş Başına” sloganı ile sonlandırılmıştır.

30 ve 31 Ekim tarihli gazetelerde verilen ilanlara bakıldığında vaat içermeyen, birlik, beraberlik vurgularının ve seçmeni sandığa çağıran bir içeriğin kullanıldığı görülmektedir. “Sen Ben Yok Türkiye var” sloganıyla başlatılan reklamda; “2 Kasım sabahına hedeflerimiz projelerimiz reformlarımızla hazırız 2 Kasım sabahı AK Parti iktidarıyla hep birlikte istikrar güven ve huzur içinde yolumuza devam edelim. 2023'e uzanan yolda hızınıza hız, birliğimize güç katalım.” duyurusu ve “Huzur İçin İstikrar İçin Çocuklarımız İçin Türkiye İçin Tek Başına İş Başına” sloganı kullanılmıştır. 31 Ekim tarihli reklamda ise “Tek Başına İş Başına” sloganı üst başlık ve slogan olarak kullanılmış yine seçmene mesaj içeren bir metne yer verilmiştir. “Gün, birlik günüdür. Gün, beraberlik günüdür. Gün, dirlik günüdür. Gün, ‘Sen Ben Yok Türkiye Var’ deme günüdür. Gün, ilk günkü aşkla yola ve hizmetlere devam günüdür. Hep birlikte sandığa gidelim, demokrasimizi, birliğimizi, dirliğimizi güçlendirelim. Huzur İçin İstikrar İçin Çocuklarımız İçin Türkiye İçin vurgusu sloganla birlikte kullanılmıştır. AK Parti 1 Kasım seçimlerinde kampanyanın ilk zamanlarında ve son iki gününde seçmene metin içerikli

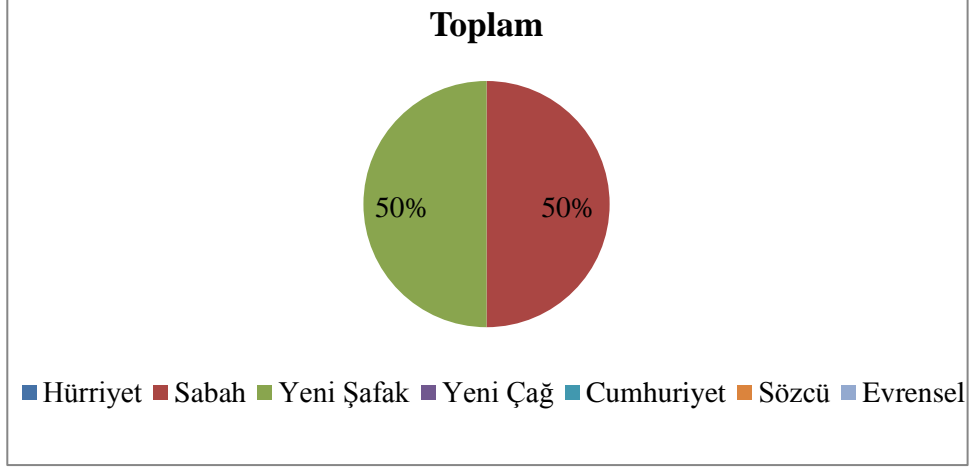
reklamla seslenmiş, arasında ise tamamına yakını somut ekonomik içerikli vaatlerle reklam yapmıştır.

1 Kasım 2015 seçim kampanyası sürecinde kullanılan materyaller birlikte incelendiğinde beyannamede yapılan güncellemelerin seçim broşürlerine, afişlere/billboardlara ve gazete reklamlarına yansıdığı görülmektedir. Çoğunluğu ekonomik içerikli vaatler yukarıda da ifade edildiği üzere kısa cümlelerle reklamlara yansıtılmış ve seçmeni yormayan bir içeriğe görünürlüğe büründürülmüştür. “Asli İşlerde Çalışan Taşeron İşçilere Kadro”, “Asgari Ücret 1300 TL.” vb. vaatler direkt seçmeni yakalayacak sadelikte sunulmuş ve “Tek Başına İşbaşına” sloganı ile de seçmene mesaj gönderilmiştir.



Şekil 3. İletİ Konuları Başlığında AK PARTİ'nin Reklam Konu Dağılımı

1 Kasım 2015 seçim sürecinde gazetelerde yayınlanan reklam konu dağılımı incelendiğinde ekonomi ağırlıklı bir kampanya sürecinin kurgulandığı sayısal dağılımdan da anlaşılmaktadır.

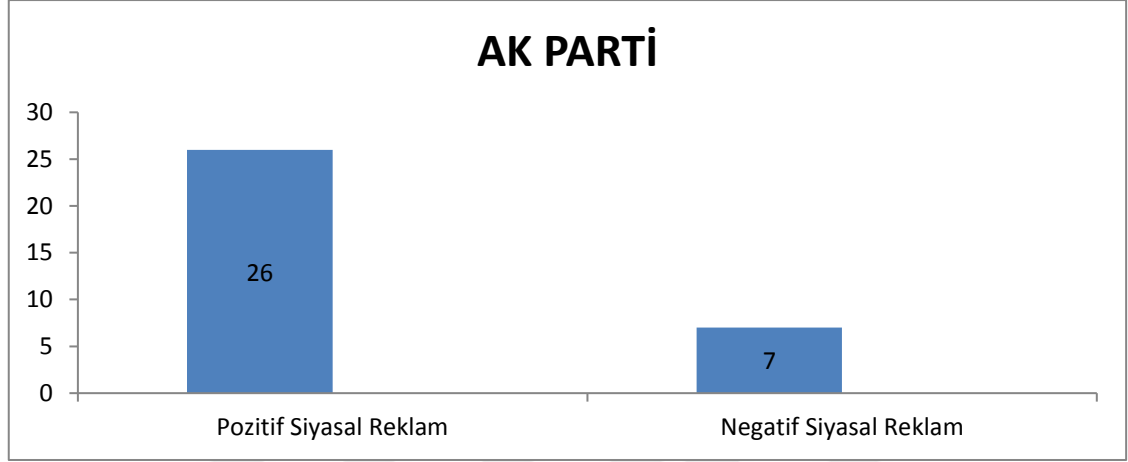


Şekil 4. AK PARTİ Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı

AK PARTİ reklamlarının gazetelere göre dağılımında oranın yine Haziran 2015 Genel Seçimlerinde olduğu gibi iki gazetenin kullanımını dolayısıyla % 50'lik bir dağılımla yarı yarıya gerçekleştiği görülmüştür.

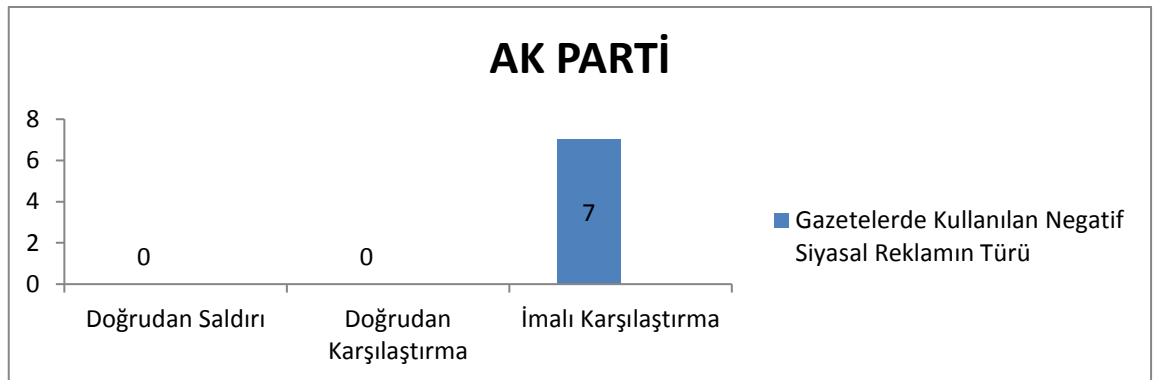
### 3.3. Haziran ve Kasım 2015 Genel Seçimlerinde Kullanılan İlanların Reklam Türleri Açısından Karşılaştırılması

Haziran 2015 Genel Seçimlerinde kullanılan ilanlar pozitif siyasal reklam ve negatif siyasal reklam ayrımına göre incelendiğinde AK PARTİ'nin 33 ilandan 26'sını pozitif siyasal reklam olarak kurguladığı, 7 ilanının ise negatif siyasal reklam kapsamında oluşturduğu görülmektedir.



Şekil 5. AK PARTİ'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı İlanların Pozitif/Negatif Siyasal Reklam Dağılımı

Negatif siyasal reklam kapsamında yapılan ayırmda ise ilanların tümünün imalı karşılaştırma reklam türüne girdiği tespit edilmiştir. Negatif siyasal reklamlarda doğrudan saldırı ve doğrudan karşılaştırma türleri kullanılmamıştır.



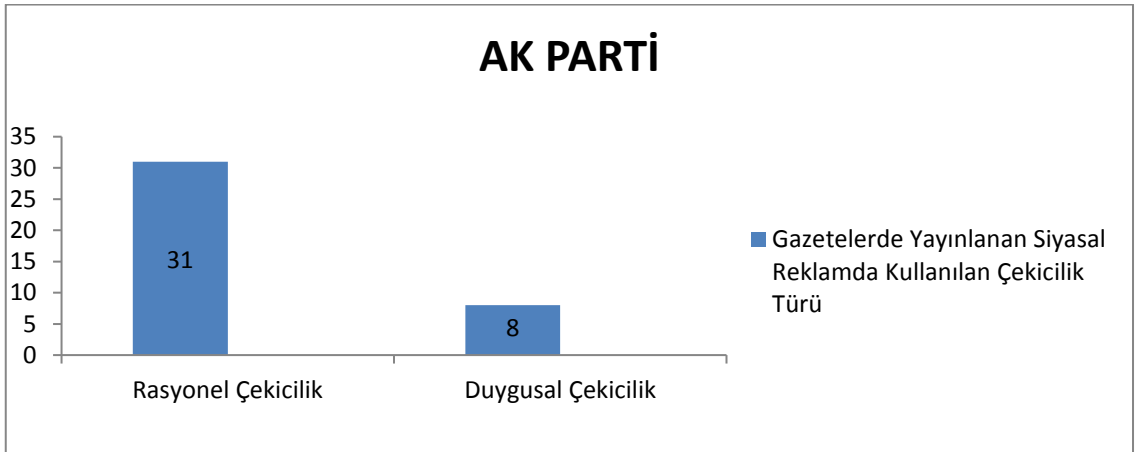
Şekil 6. AK PARTİ'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı Negatif Siyasal Reklamların Dağılımı

Haziran 2015 Genel seçimlerinde kullanılan ilanlar çekicilik türü açısından incelendiğinde 26 ilanın rasyonel çekicilik türünde, 7 ilanın ise duygusal çekicilik türünde kurgulandığı görülmüştür.



Şekil 7. AK PARTİ'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı Siyasal Reklamların Çekicilik Türü Dağılımı

Kasım 2015 Genel Seçimlerinde ise gazetelere verilen 39 ilanın tamamının pozitif siyasi reklam olarak kurgulandığı görülmektedir. Bu bağlamda Kasım 2015 Genel seçimlerinde negatif siyasi reklam kurgusundan tamamıyla bir dönüşün yaşandığı söylenebilir. Reklamalarda kullanılan çekicilik türü kurgusunda ise bir farklılığa gidilmeyip 39 ilanın sekizinde duygusal çekicilik türünün kullanıldığı görülmüştür.



Şekil 8. AK PARTİ'nin Kasım 2015 Seçimlerinde Kullandığı Siyasal Reklamların Çekicilik Türü Dağılımı

## 4. HAZİRAN VE KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİNDE CHP SEÇİM KAMPANYASI

### 4.1. Haziran 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi

CHP'nin Haziran 2015 Seçim Beyannamesi 200 sayfadan oluşmaktadır. Beyannamenin önsözünde bildirgenin, örgütlerin farklı toplum kesimleri, akademisyenler ve uzmanların görüşlerini aldığı bir çalışma sonucunda ortaya çıktığı belirtilmekte ve bildirgenin tüm toplumun düşüncelerini, beklentilerini ve önerilerini yansıttığı ifade edilmektedir. Önsözde; “özgürlük, “adalet”, “refah” ve “barış” vurgularıyla “Yaşanacak Bir Türkiye İçin” sloganı ön plana çıkartılmaktadır. CHP'nin özgürlükçü, eşitlikçi, dayanışmacı ve çoğulcu bir parti olduğu vurgularından sonra beyannamenin temel başlıklarına geçilmektedir. Bu başlıklar; “Umutlu Bir Gelecek İçin Büyük Dönüşüm Hedefleri”, “Özgürlük, Hukuk Devleti ve Demokrasi”, “İstihdam Yaratan, Kapsayıcı Ekonomi”, “Refah Seviyesi Yüksek Bir Toplum”, “İstihdam Yaratan ve Yatırımları Kolaylaştıran Büyüme Modeli”, “İstihdama Yönelik Doğrudan Politikalar”, “Bilgi Ekonomisi Atılımı”, “Tarım”, “Esnaf ve Sanatkârlar”, “Turizm”, “Enerji”, “Tüketiciler”, “Dayanışma ve Sosyal Adalet”, “Aile Sigortası”, “Adil ve Demokratik Bir Çalışma Düzeni”, “Güçlü Kadın, Güçlü Toplum”, “Gençliğini Yaşayan Gençler”, “Geleceğe Umutla Bakan Çocuklar”, Yaşam Standardı Yüksek Emekliler”, “Her Alanda Var Olan Engelliler”, “Kimseye Muhtaç Olmayan Yaşlılar”, “Yurttaş İçin Nitelikli Kamu Hizmeti”, “Kamu Yönetimi Reformu”, “Eğitim”, “Her Yurttaş İçin Ücretsiz ve Kaliteli Sağlık Hizmetleri”, “Kültür ve Sanat”, “Spor”, “Güçlü Ulaştırma Alt Yapısı”, “Güvenlik”, “Doğa ve Kent Hakkı”, “Doğa Dostu Bir Toplumsal Yaşam”, “Yaşam Kalitesi Yüksek Kentler”, “Yerel Yönetimler”, “Bölgesel Gelişme”, “Yurttaş ve Değer Temelli Dış Politika” ve “Bilgi Toplumuna Doğru” olarak sıralanmakta ve tespitlere ve CHP'nin vaatlerine yer verilmektedir (CHP, 2015).

Beynamede “Umutlu Bir Gelecek İçin Büyük Dönüşüm Hedefleri” başlığı altında genel bir çerçeve çizilmekte herhangi bir alt başlığa yer verilmemektedir. “Özgürlük, Hukuk Devleti ve Demokrasi” başlığı altında; kuvvetler ayrılığı ve hukuk devleti, özgürlükler ve insan hakları, laiklik, eşit yurttaşlık ve çoğulculuk, toplantı ve gösteri özgürlüğü, özgür ve çok sesli medya, örgütlü toplum, bilgi toplumu ve demokrasi, özgürlükçü demokrasi için özgürlükçü anayasa, haklar ve özgürlükler cumhuriyeti,



güçlendirilmiş parlamenter sistem, siyasi partiler sistemi, güvenlik hakkı, özel hayatın gizliliği, istihbarat birimlerinin hukuki sorumluluğu, özgür insan, hukuk devleti ve yargı reformu, tarafsız cumhurbaşkanı, çoğulcu medya, özgür internet, örgütlü toplum, demokratik siyaset, kadın-erkek eşitliği, iş dünyasına yapılan baskılar başlıkları sıralanmakta ve konuyla ilgili vaatlere yer verilmektedir.

“İstihdam Yaratan, Kapsayıcı Ekonomi” temel başlığı altında genel bir çerçeve çizilmekte herhangi bir alt başlığa yer verilmemektedir. “Refah Seviyesi Yüksek Bir Toplum” temel başlığı altında; insan odaklı kalkınma, bilgi ve teknolojiyle üreten ve büyüyen ekonomi, Geleceğin Türkiye’si: CHP ekonomi programı ile ilk 20 yıllık hedefler, güçlü sosyal devlet ile istikrarlı ve kapsayıcı bir büyüme, ekonomik kalkınmayı destekleyen devlet anlayışı, ekonomi yönetiminde hukukun üstünlüğü ve öngörülebilirlik, etkin maliye politikası, hayat pahalılığına son veren para politikası ve finansal istikrar alt başlıklarına yer verilmektedir.

“İstihdam Yaratan ve Yatırımları Kolaylaştıran Büyüme Modeli” temel başlığı altında; istihdama dönük etkin politikalar, yatırımlar için elverişli bir iklim, şirketler ve KOBİ’ler, sanayiye destekleyen kamu politikaları, şirketlerin ve işletmelerin küresel rekabet gücünün artırılması ve şirketlerin değer zincirinde katma değeri yüksek üretim aşamalarına geçişi başlıklarıyla vaatlere yer verilmektedir.

“İstihdama Yönelik Doğrudan Politikalar” temel başlığı altında; gelirlerin artmasına yönelik doğrudan düzenlemeler ve işgücü ve istihdam başlıklarına yer verilmektedir. Asgari ücretin 1500 TL’ye çıkarılması ve asgari ücrette artışın belirlenmesinde enflasyon ve refah artış payı toplamının dikkate alınacağı bu başlık altında ele alınmakta ve kampanyada ön plana çıkarılmaktadır.

“Bilgi Ekonomisi Atılımı” temel başlığı altında; bilgi teknolojileri, eğitimin ekonomiyle bağlantılarının güçlendirilmesi, ar-ge ve yenilikçilik çalışmaları, KOBİ’lerde bilişim dönüşümü, bilişimde atılım ve girişimcilik ekosistemi alt başlıklarına yer verilmekte ve vaatler sıralanmaktadır.

“Tarım” başlığı altında; yeni bir kırsal kalkınma anlayışı, çiftçilere ekonomik destek, toprak rejimi, tarımsal ve hayvansal üretim merkezleri, gıda güvenliği, bio-

çeşitliliğin korunması ve geliştirilmesi, çağdaş bir kooperatifçilik modeli ve pazara erişim başlıkları altında planlamalara ve vaatlere yer verilmektedir.

“Esnaf ve Sanatkârlar” temel başlığı altında; destek ve teşvikler, adil piyasa koşulları, tam sosyal güvence, kamu öncülüğü ve yasal düzenlemeler alt başlıklarına yer verilmektedir. “Turizm” temel başlığı altında; turizmde çeşitlilik, nitelikli iş gücü, yasal düzenlemeler ve çevre dostu turizm konuları yer almakta ve vaatlere yer verilmektedir. “Enerji” başlığı altında; temel ilkeler, çevreye ve topluma duyarlı enerji politikası, enerjide bağımsızlık ve kaynak çeşitliliği, enerji verimliliği, sektörel planlama, tüketiciler, yerli imalat sanayisi ve alt sektörler başlıklarına yer verilerek ilgili vaatler sıralanmaktadır.

“Tüketiciler” temel başlığı altında; tüketici hakları, tüketici sağlığı, kalite denetimleri ve hak arama ve bilgilendirme süreçleri alt başlıklarına yer verilmektedir. “Dayanışma ve Sosyal Adalet” temel başlığı altında; AKP’nin sosyal yardımları, kapsayıcı büyüme, bütüncül sosyal politika, ön bölüşüm, CHP Aile Sigortası Programı ve sonuç başlıklarına yer verilmekte ve program kapsamında yapılacaklar anlatılmaktadır. “Aile Sigortası” temel başlığı altında; etkin sosyal devlet, özgür yurttaşlar, yoksullukla mücadele, hak temelli sosyal destek, güçlü kadın, güçlü çocuk, sosyal uyum, sağlığa erişim hakkı ve istihdam odaklı sosyal destek başlıkları yer almakta ve konuyla ilgili vaatler sıralanmaktadır.

“Adil ve Demokratik Bir Çalışma Düzeni” temel başlığı altında; yasal güvence, ayrımcılıkla mücadele, yüksek yaşam standartları, işsizlikle mücadele, sosyal güvence, taşeronlaşma, iş güvenliği, vasıflı iş gücü ve sendikal haklar alt başlıklarına yer verilmekte ve konuyla ilgili vaatler sıralanmaktadır. Bu başlık altında asgari ücretin 1500 TL’ye yükseltileceğine dair vaat yinelenmekte ve kampanyada ön plana çıkarılan taşerona kadro konusu da bu başlık altında değerlendirilmektedir.

“Güçlü Kadın, Güçlü Toplum” temel başlığı altında; ekonomik bağımsızlık, eğitimde eşit fırsat, şiddete sıfır tolerans, eşit temsil, eşitlikçi yasalar ve her düzeyde eşit katılım alt başlıklarına yer verilmekte ve vaatler sıralanmaktadır. “Gençliğini Yaşayan Gençler” temel başlığı altında; görülmeyen gençler, daha fazla ekonomik destek, daha çok iş ve tam güvence, özgüven sahibi, özgür ve hoşgörülü bir gençlik ve etkin ve

katılımcı bir gençlik alt başlıklarına yer verilmekte ve gençlerle ilgili vaatler sıralanmaktadır. “Geleceğe Umutla Bakan Çocuklar” temel başlığı altında; çocuk yoksulluğu, aile merkezleri, sağlıklı çocuk sağlıklı toplum, eğitimde dönüşüm ve çocuk istismarı başlıkları altında yapılacaklara yer verilmektedir. “Yaşam Standardı Yüksek “Emekliler” temel başlığı altında; emekliler için kaliteli bir yaşam, emekliler arasındaki eşitsizlikler, emeklilere daha fazla söz ve toplumun faal bireyleri emekliler alt başlıkları altında emekliler ile ilgili vaatlere yer verilmektedir. “Her Alanda Var Olan Engelliler” temel başlığı altında; muhtaç aylığı değil ‘yaşam aylığı’, engelliler için ücretsiz sağlık hizmetleri, eğitimde fırsat eşitliği, çalışmak isteyen engellilere iş olanağı, engelli dostu işyerleri ve toplumun her alanında erişilebilirlik alt başlıkları yer almaktadır. “Kimseye Muhtaç Olmayan Yaşlılar” temel başlığı altında da; kaliteli ve çağdaş bakım anlayışı, yaşlılara özel sağlık hizmetleri, çalışma ve sosyal güvenlik ve daha bağımsız ve daha sosyal yaşlılar alt başlıklarına yer verilerek vaatler sıralanmaktadır. Yukarıda yer alan toplum kesimleri incelendiğinde destek ve/veya teşvike ihtiyacı diğer vatandaşlara göre daha fazla olan cinsiyet ve gruplara yönelik bir vaatler dizisi göze çarpmaktadır.

“Yurttaş İçin Nitelikli Kamu Hizmeti” temel başlığı altında; ülkemizi geleceğe taşıyacak bir eğitim sistemi, her işin başı sağlık, kültür ve sanat, spor, ulaştırma: bütünleşme ve kalkınmanın alt yapısı, önce yurttaşlarımızın ve ülkemizin güvenliği ve sonuç başlıkları altında değerlendirmeler ve vaatlere yer verilmektedir.

“Kamu Yönetimi Reformu” temel başlığı altında; yurttaştan yana kamu yönetimi, kamu çalışanlarıyla barışık, güvenceli kamu çalışanları, bürokraside liyakat, şeffaflık ve etkin denetim, yerel yönetimler ve sürekli reform başlığı altında tespitler ve vaatler sıralanmaktadır. “Eğitim” temel başlığı altında ise; eğitimde yeni bir anlayış, çocukların çok yönlü gelişimini sağlayan okullar, eğitimin içeriği, toplum lideri öğretmenler, okullaşma, okul öncesi eğitim, ilköğretim, orta öğretim, lisans programlarına geçiş, yükseköğretim reformu, üstün yeteneklilerin eğitimi ve yaşam boyu eğitim alt başlıkları altında planlamalar ve vaatlere yer verilmektedir.

“Her Yurttaş İçin Kaliteli ve Ücretsiz Sağlık Hizmetleri” temel başlığı altında; halk sağlığı ve koruyucu sağlık hizmetleri, ücretsiz temel sağlık hizmetleri, aile planlaması, sağlığa eşit erişim, acil sağlık hizmetleri, aile hekimliği, ağız ve diş sağlığı hizmetleri, hasta ve yakınlarının hakları, sağlık çalışanları, tam donanımlı tıp fakülteleri, kurumsal

düzenlemeler, sağlık alt yapısı, güvenilir sağlık hizmetleri ve sağlık endüstrisi alt başlıkları altında sağlık alanıyla ilgili yapılan program sunulmaktadır.

“Kültür ve Sanat” temel başlığı altında; yasal düzenlemeler, kurumsal dönüşüm, sanatçılara sosyo-ekonomik güvence, güçlü kültür ve sanat endüstrisi, kent ve sanat, çağdaş müzecilik ve kültür ve sanat eğitimi alt başlıkları altında vaatler sıralanmaktadır. “Spor” temel başlığı altında; yasal düzenlemeler, kurumsal düzenlemeler, spor olanaklarına erişimde fırsat eşitliği, kitlesel spor için daha fazla tesis, profesyonel sporlara tam destek, sporcu sağlığı ve sosyal güvence, spor gelirlerinde şeffaflık ve adalet ve uluslararası turnuvalar ve tanıtım alt başlıkları altında yapılacaklara ilişkin bilgiler verilmektedir.

“Güçlü Ulaştırma Altyapısı” temel başlığı altında; bütüncül planlama, demir yolu ulaşımı, kara yolu ulaşımı, denizcilik ve deniz yolu ulaşımı ve hava yolu ulaşımı alanlarındaki planlama ve vaatler sıralanmaktadır. “Güvenlik” temel başlığı altında; güvenli ve huzurlu Türkiye ve güvenlik güçleri ile ilgili planlama anlatılmaktadır.

“Doğa ve Kent Hakkı” temel başlığı altında; doğa dostu sürdürülebilir kentleşme, kapsayıcı kentleşme, yenilik ve yaratıcılık temelli kentleşme, kentleşme politikaları, “Doğa Dostu Bir Toplumsal Yaşam” temel başlığı altında ise; ekolojik anayasa ve mevzuat, sürdürülebilir bir yaşam, doğaya daha yakın bir toplum, hayvan hakları, atık yönetimi, doğal kaynakların yönetimi, çevreye ve sosyal dokuya duyarlı bir yaklaşım ve doğa dostu üretim başlıkları altında tespit ve vaatlere yer verilmektedir.

“Yaşam Kalitesi Yüksek Kentler” temel başlığı altında; akıllı kentler, çağdaş kentler, konut, kentsel dönüşüm, risk azaltma ve afet planlaması, İstanbul, Ankara ve İzmir alt başlıkları altında yapılacaklara yer verilmekte, “Yerel Yönetimler” temel başlığı altında; yerinden yönetim anlayışı, kaynak yönetimi, yerel yönetimde şeffaflık, yerel yönetimde katılımcılık, “Bölgesel Gelişme” temel başlığı altında ise; bölgesel kalkınma, kent ağları, kalkınma ajansları, Doğu ve Güneydoğu Anadolu’nun bölgesel kalkınması alt başlıkları ile vaatler sıralanmaktadır.

“Yurttaş ve Değer Temelli Dış Politika” temel başlığı altında; tehlikeli yalnızlık: ne yurttan ne dünyada barış, yurttaş merkezli dış politika, değerleri temel alan dış politika, dünyaya açık dış politika, CHP’nin hedefi: barış, demokrasi ve kalkınma, Avrupa Birliği,

yurt dışındaki insanlarımız, uluslararası kuruluşlarla ilişkiler, Orta Doğu, Irak, İran, Mısır, ABD, Kıbrıs, Kafkasya, Rusya, Orta Asya Cumhuriyetleri, Bakanlar, Afrika, Güney Amerika, Uzak Doğu ve gelişmekte olan ülkeler alt başlıkları altında planlamalar ve vaatler yer almaktadır.

Beynamede son temel başlık “Bilgi Toplumuna Doğru” olarak yer almakta, alt başlıklarda; ekonomi ve bilgi toplumu, eğitim, bütüncül bilgi toplumuna geçiş stratejisi, kültür ve bilgi toplumu, sosyal adalet, yeşil ekonomi, kadınların çalışma yaşamına katılması ve bilgi toplumu, bilgi toplumu için uzlaşma ve mutabakat ve sonuç bölümleri yer almakta ve vaatler sıralanmaktadır.

#### **4.1.1. Broşürler**

CHP 7 Haziran 2015 Genel seçim kampanyasında seçim bildirgesini İnfografiklerle 2015 Seçim Bildirgesi başlığıyla broşür formatına dönüştürmüştür. Bu bağlamda parti, “Yaşanacak Bir Türkiye” sloganıyla organize edilen kampanyada tüm başlıklarla ilgili sunumlar hazırlamıştır. CHP Araştırma Bilim ve Yönetim Platformu tarafından hazırlanan İnfografiklerle seçim bildirgesi; aile sigortası, emekliler, engelliler, esnaf, gençler, üniversite gençliği, kadınlar, çalışan kadınlar, kadına karşı şiddet, çocuklar, yaşlılar, çalışma yaşamı, taşeronlaşma, sendikalaşma, STK’ler, internet, tüketici hakları, kültür, sanat, spor, doğa hakları, kentler, konut planlaması ve Doğu ve Güneydoğu Anadolu başlıklarından oluşan bir materyale dönüştürülmüştür. Broşürlerde bir tablo çizilerek “Bu tablonun sorumlusu AKP’dir” vurgusuyla bir çerçeve sunulmakta ve “CHP Ne Öneriyor?” başlığıyla CHP’nin vaatleri sıralanmaktadır. Bu çalışmada AK PARTİ olarak kullanılan kısaltma, CHP yayınlarında AKP olarak görülmüştür. İncelemenin içeriğinin bozulmaması için CHP’nin yayınlarında kullandığı AKP kısaltması olduğu gibi kullanılmıştır.



olacağı, esnafın korunacağı, yasal güvencelerle esnafın güçlendirileceği, esnafım tam sosyal güvenceye kavuşturulacağı, kamunun esnafa yol göstereceği başlıkları altında 20 vaat sıralanmaktadır.

“Gençler” başlığı altında Türkiye’de 20 milyon genç olduğu ifade edilmekte, AKP’nin sorumlu olduğu tablo çizilmekte ve CHP’nin önerileri sıralanmaktadır. Bu bağlamda; görülmeyen gençlerin görüleceği, öğrencilerin yarış atına dönüşmeyeceği, gençlerin gençliğini yaşayacağı, çalışmak isteyen gençlere güvenceli istihdamın sunulacağı, özgür, güvenli, hoşgörülü gençlik ve bugünün ortağı gençlik başlıkları altında gençlere yönelik 25 vaat sunulmaktadır.

“Üniversite Gençliği” başlığı altında Türkiye’de 187 üniversitede 6 milyona yakın öğrencinin eğitim gördüğü belirtilmekte, AKP’nin sorumlu olduğu tablo çizilmekte ve karşısına CHP’nin önerileri sıralanmaktadır. Üniversitelerin özgür bilim merkezleri olacağı, barınma sorununun kalmayacağı, üniversite öğrencisinin muhtaç olmayacağı, üniversitelerin özgürlük alanı olacağı ve üniversitelilerin sosyal hayata katılacağı başlıkları altında 23 vaat sunulmaktadır.

“Kadınlar” başlığı Türkiye’nin kadın-erkek eşitliği alanında dünyanın en kötü ülkeleri arasında olduğu ifade edilmekte, kadınların AKP döneminde çalışma, yoksulluk, eğitim, şiddet, katılım ve temsil alanlarında yaşadığı sorunlara ilişkin bir tablo sunulmakta ve AKP’nin bu tablonun sorumlusu olduğu vurgulanmaktadır. CHP Ne Öneriyor? Kısmında; kadın erkek eşitliği için çalışılacağı, ataerkil anlayışla mücadele edileceği, kadına şiddetin insan hakkı ihlali kabul edileceği, kadınlara daha fazla söz hakkı verileceği ve kadınların çalışma hakkının güvence altına alınacağı başlıkları altında 21 vaat sıralanmaktadır.

“Çalışan Kadınlar” başlığı altında kadınların çalışma yaşamından dışlanmasının toplumun yarısının akıl ve emeğinin ziyan edilmesine sebep olduğu ifade edilerek eğitim, aile, ataerkil yaklaşımı, ayrımcılık ve çalışma koşulları başlığı altında AKP’nin yarattığı tablo vurgulanmakta ve CHP Ne Öneriyor? başlığı altında; kadınların önündeki engellerin kaldırılacağı, kadın istihdamı stratejisinin gerçekleştirileceği, kadınlara kamu desteği verileceği ve çalışma yaşamındaki sorunların çözüleceği başlıkları altında 20 vaat sıralanmaktadır.

“Kadına Karşı Şiddet” başlığı altında Türkiye’de neredeyse her gün bir kadın cinayetinin işlendiği vurgulanmakta cinayet, fiziksel şiddet ve çocuk gelin gibi konularda rakamsal veriler sunulmakta, gerçekler, ataerkillik, mağdurlar ve kurumsal sorunlar başlıkları altında AKP’nin yarattığı tablo verilmektedir. CHP Ne Öneriyor? Başlığı altında; şiddetin oluşmadan engelleneceği, şiddet mağdurlarının devlete güvenebileceği, Acil Eylem Planı uygulanacağı, şiddetin cezasız kalmayacağı ve mağdurların normal bir hayat sürebileceği başlıkları içerisinde 25 vaat sıralanmaktadır.

“Çocuklar” başlığı altında Türkiye nüfusunun 3’te 1’inin çocuk olduğu ancak kamu kaynaklarının sadece % 6,5’inin 0-6 yaş arası çocuklara ayrıldığı ifade edilmekte, yoksulluk, eğitim, sağlık ve istismar başlıkları altında AKP’nin yarattığı tablo seçmene sunulmaktadır. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında hiçbir çocuğun yatağa aç girmeyeceği, aile merkezleri kurulacağı, tüm çocuklara ücretsiz sağlık hizmeti verileceği, eşitlik ve nitelik için eğitim reformu yapılacağı ve çocuk istismarına son verileceği başlığı altında 24 vaat sıralanmaktadır.

“Yaşlılar” başlığı altında nüfusumuzun hızla yaşlandığı ancak yaşlanan bir toplum olduğumuz gerçeğinin göz ardı edildiği ifade edilerek sağlık, çalışma ve sosyal güvenlik, eğitim, bakım ve gündelik yaşam başlıkları altında AKP’nin sorumlu olduğu tablo vurgulanmaktadır. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında; kaliteli ve çağdaş bakım sağlanacağı, geriatri hizmetlerinin geliştirileceği, sosyal güvence ve çalışmanın düzenleneceği, bağımsız ve özgür yaşlılar için çalışılacağı önerileri altında 19 vaat sıralanmaktadır.

“Çalışma yaşamı” başlığı altında Türkiye’de 26 Milyon 150 Bin kişinin istihdam edildiği bunların ise 16 milyon 700 binin ücretli emekçi olduğu vurgulanmaktadır. İşgücüne katılım ve işsizlik, çalışma koşulları, iş güvenliği ve sağlığı ve örgütlenme başlıkları altında sayısal veriler seçmenle paylaşılmakta ve bu tablonun sorumlusu olarak AKP gösterilmektedir. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında çalışanların haklarına yasal güvence, çalışma yaşamında ayrımcılığa son, yaşam standardı yükselecek, çalışanlara güvence ve örgütlenme hakkı ve işsizliğe son başlıkları altında 21 vaat sunulmaktadır.

“Taşeronlaşma” başlığı altında emek piyasasının parçalandığı ifade edilmektedir. Genel durum, iş güvencesi, ücret güvencesi ve iş cinayetleri başlığı altında bir tablo



sunulmakta ve bu tablonun sorumlusu olarak AKP gösterilmektedir. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında ise taşeronlaşmaya son verileceği, taşeronlaşmanın işgücü piyasasına olumsuz etkilerinin giderileceği ve işyerlerinde denetimin artırılacağı önerilerinin altında 16 vaade yer verilmektedir.

“Sendikalaşma” başlığı altına Türkiye’de sendikalı olabilecek durumdaki çalışan sayısının 15 milyona yakın olduğunu ifade edilmektedir. AKP’nin sorumlu olduğu tablo; sendikalaşma, toplu iş sözleşmeleri ve grev hakkı bağlamında seçmene sunulmaktadır. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında ise tüm çalışanların sendikal haklarının güvence altına alınacağı, toplu iş sözleşmesinin her çalışanın hakkı olacağı ve çalışanların hak aramasının engellenmeyeceği önerileri altında 17 vaade yer verilmektedir.

“STK’ler” başlığı altında Türkiye’de meslek odaları dahil herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye olan insan sayısının 8 Milyon civarında olduğu, faal dernek sayısının ise yaklaşık 85 Bin olduğu ifade edilmektedir. Katılım, güvensizlik, ekonomi, bağımsızlık ve kurumsallaşma başlıkları altında AKP’nin sorumlu olduğu tablo sunulmakta ve karşısında CHP'nin önerileri sıralanmaktadır. Devletin sivil topluma yaklaşımının değişeceği, mevzuatta dönüşümün gerçekleşeceği, devletin STK'lere kurumsal destek sağlayacağı ve kamunun kaynak ve altyapı desteğinin arttırılacağı başlıkları altında 17 vaat sıralanmaktadır.

“İnternet” başlığı altında bilgi çağında bilgiye erişilemediği ifade edilmekte, internet kullanımı, internette sansür, yasal süreçler ve sosyal medya başlıkları altında AKP’nin ortaya çıkardığı tablo sunulmaktadır. CHP'nin önerileri başlığı altında ise internet altyapısının geliştirileceği, internetin özgürleştirileceği, internet güvenliğinin hukuki yollarla sağlanacağı ve bilişim kültürünün yaygınlaştırılacağı başlıkları altında 20 vaade yer verilmektedir.

“Şoförler” başlığı altında Türkiye’de 1,1 milyonu kayıtsız olmak üzere 1,7 milyon şoför olduğu ifade edilmektedir. Mesleğin icrası, sosyal güvence, eğitim ve denetim ve katılım başlıkları altında AKP’nin sorumlu olduğu tablo seçmene sunulmakta karşısında CHP'nin önerileri sıralanmaktadır. Mevzuatın yenileneceği, standartların yükseltileceği, sosyal güvence getirileceği, şoför esnafına tam destek verileceği, korsan taşımacılığı son verileceği ve şoförlere söz hakkı verileceği başlıkları altında 27 vaat sıralanmaktadır.

“Kamu çalışanları” başlığı altında kamu kurum ve kuruluşlarında toplam çalışan sayısının 2,8 milyon olduğu belirtilmektedir. Personel alımı ve liyakat, iş güvencesi ve ücret başlıkları altında sayısal verilerle AKP'nin ortaya çıkardığı tablo sunulmakta karşısında ise CHP'nin önerileri sıralanmaktadır. Yeni personel yönetimi, atamalarda liyakatin esas alınacağı, kamu çalışanlarına iş güvencesi, maaş ve ücret adaletinin sağlanacağı ve kamuda sürekli eğitim anlayışı başlıkları altında 23 vaade yer verilmektedir.

“Hemşireler” başlığı altında ülkemizde yaklaşık olarak 125 bin hemşirenin bulunduğu ifade edilmektedir. AKP'nin sorumlu olduğu tablo; eğitim, istihdam, özlük hakları ve çalışma koşulları başlığı altında sunulmakta, karşısında CHP'nin önerileri sıralanmaktadır. Uluslararası standartlarda temel eğitim, doğru istihdam politikaları, hemşirelerin ekonomik ve sosyal haklarının korunacağı, çalışma koşullarının iyileştirileceği ve hemşirelerin görüşlerinin alınacağı başlıkları altında 22 vaat sıralanmaktadır.

“Özel Güvenlik Görevlileri” başlığı altında Türkiye'de aktif olarak çalışan 200 binin üzerinde özel güvenlik görevlisi olduğu belirtilmektedir. Mevzuat, çalışma koşulları, özlük hakları ve eğitim ve örgütlenme başlıkları altında AKP'nin sorumlu olduğu tablo sunulmakta ve karşısında CHP'nin önerileri sıralanmaktadır. Yasal güvence ve etkin denetim getirileceği, çalışma koşullarının iyileştirileceği, güvenceli çalışma koşullarının sağlanacağı ve nitelikli eğitim ve örgütlenme başlıkları altında 15 vaade yer verilmektedir.

“Öğretmenler” başlığı altında Türkiye'de 800 bine yakın öğretmenin görev yaptığı, 134 bin öğretmen açığının bulunduğu ve 300 bin öğretmen adayının atama beklediği bilgisine yer verilmektedir. Ekonomik durum, şiddet, eğitim, baskı, çalışma koşulları ve katılım başlıkları altında AKP'nin sorumlu olduğu tablo sayısal veriler eşliğinde sunulmaktadır. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında ise toplum lideri öğretmenler, eğitimci eğitimine sınırsız kaynak, okulda şiddete son ve öğretmenlere daha fazla söz hakkı başlıkları altında 18 vaat sıralanmaktadır.

“Eğitim” başlığı altında eğitim sistemimizin çağdaş standartların gerisinde kaldığı vurgusuna yer verilmekte, nitelik, eşitsizlikler, altyapı, 4 + 4 + 4 ve müfredat başlıkları

altında AKP'nin yarattığı tablo sunulmaktadır. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında, eğitimde yeni bir anlayış, nitelikli ve çağdaş eğitim ve okulların fiziksel altyapısını geliştireceğiz önerileri içerisinde 22 vaade yer verilmektedir.

“Sağlık” başlığı altında ‘Sağlıkta Dönüşüm Programı sağlık hizmetlerini bir hak olmaktan çıkarmıştır. Türkiye’de paran kadar sağlık kuralı işlemektedir.’ vurgusuna yer verilerek katılım payları, sağlık ücretleri, ilaç sektörü ve sağlık çalışanları başlıkları altında AKP’nin sorumlu olduğu tablo sunulmaktadır. Buna karşılık CHP Ne Öneriyor? başlığı altında sağlık her vatandaşın hakkı olacak, sağlık çalışanları köleleşmeyecek, öncelik para değil sağlık olacak ve ilaç bulamayan kalmayacak önerileri içerisinde 19 vaat yer almaktadır.

“Turizm” başlığı altında Türkiye’nin dünyada en çok turist çeken 6. ülke olmasına rağmen turizm gelirlerinde 10. sırada olduğu bilgisine yer verilmektedir. Sektörel çeşitlilik, hizmet kalitesi, örgütlenme, çevre ve çalışanlar başlıkları altında AKP’nin yarattığı tablo sunulmaktadır. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında ise Sürdürülebilir Turizm Stratejisi, Turizmde çeşitliliğin artırılacağı, nitelikli eleman sorununun çözüleceği, kaçak işletme kalmayacağı, çevrenin korunacağı önerileri içerisinde 19 vaade yer verilmektedir.

“Tarım” başlığı altında Türkiye’nin kendini besleyemeyen bir ülke haline geldiği vurgusuna yer verilmektedir. Dışa bağımlı tarım, büyüme, devlet desteği, akaryakıt ve kayıplar başlıkları altında AKP’nin sorumlu olduğu tablo sunulmaktadır. Bunun karşısında CHP Ne Öneriyor? başlığı altında; gıda sağlığının gözetileceği, yeni bir toprak rejiminin oluşturulacağı, çiftçimizin rekabet gücünün artırılacağı ve üreticiyle tüketicinin buluşacağı önerileri içerisinde 19 vaat sıralanmaktadır.

“Hayvancılık” başlığı altında Türkiye’de hayvancılığın can çekiştiği ifade edilmekte, meralar girdi maliyetleri, hayvan sağlığı ve hastalıkları, dışa bağımlılık ve et fiyatları başlıkları altında AKP’nin sorumlu olduğu tablo sunulmaktadır. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında ise; hayvancılıkta çağdaş yöntemlerle verimliliğin artırılacağı, kredi ve desteklerin etkinleştirileceği ile hayvan sağlığı ve güvenliğinin sağlanacağı önerileri içerisinde 17 vaade yer verilmektedir.

“Tüketici Hakları” başlığı altında tüketici haklarının yok sayıldığı vurgusuna yer verilmekte, hak ihlalleri, ürün-hizmet güvenliği ve enerji başlıkları altında AKP’nin

sorumlu olduğu tablo gösterilmektedir. Buna karşılık CHP Ne Öneriyor? başlığı altında tüketici haklarının korunacağı, tüketici sağlığının korunacağı, kalite denetimlerinin artırılacağı, hak arama ve bilgilendirme süreçlerinin etkinleştirileceği önerileri içerisinde 20 vaat sıralanmaktadır.

“Kültür” başlığı altında ‘Türkiye, binlerce yıllık pek çok kültürün mirasçısı. Kültürel mirasımız yok ediliyor’ vurgusuna yer verilmekte, kültürel tektipçilik, kültürel tahribat ve kültür politikaları başlıkları altında AKP’nin sorumlu olduğu tablo gösterilmektedir. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında kültürel çoğulculuğun destekleneceği, bütünlüklü bir kültür politikasının oluşturulacağı, kültürel tahribatın tersine çevrileceği önerileri içerisinde 10 vaat sıralanmaktadır.

“Sanat” başlığı altında sanat ve sanatçının baskılarla yıldırılmaya çalışıldığı ifade edilmekte, yetersiz destek, sansür ve sanatçıya baskı başlıkları içerisinde AKP’nin sorumlu olduğu tablo gösterilmektedir. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında sanatın özgürlüğünü savunan, sanatı destekleyen bir kurumsal yapı, özgür sanat bağımsız sanatçı ve sanata erişimin kolaylaştırılacağı önerileri içerisinde 17 vaade yer verilmektedir.

“Spor” başlığı içerisinde ‘Türkiye’de spora gerekli yatırım yapılmıyor’ vurgusu yer almakta, sporcu yetiştirme, performans sporları, finansman ve sporda kutuplaşma başlıkları altında AKP’nin sorumlu olduğu tablo gösterilmektedir. CHP Ne Öneriyor? başlığı içerisinde; özgür spor, kitlesel sporlar, spor olanaklarına erişimde fırsat eşitliği, profesyonel sporlar, Türkiye Spor Konseyi ile spor gelirleri ve sosyal güvence başlıkları altında CHP’nin 26 vaadi yer almaktadır.

“Doğa Hakları” başlığı altında Türkiye’nin hızla doğal iflase sürüklendiği ifade edilmekte, enerji verimliliği, çarpık kentleşme, temiz su ve ormanlar başlıkları altında AKP’nin yarattığı tablo sunulmaktadır. CHP Ne Öneriyor? başlığı altında ekolojik anayasa ve mevzuat, doğa dostu toplumsal yaşam, kentlerde doğaya yakın yaşam, doğal kaynakların yönetimi, çevre ve sosyal doku önerileri içerisinde CHP’nin 23 vaadine yer verilmektedir.

“Kentler” başlığı altında ‘Kentlerde yaşam kalitesi düşüyor, kentler talan ediliyor’ vurgusuna yer verilmekte, kent hakkı, kamusal alanlar, kentsel dönüşüm, kent hizmetleri ve doğa başlıkları altında AKP’nin sorumlu olduğu tablo gösterilmektedir. CHP Ne

Öneriyor? başlığı altında ise; nesnel planlama, çağdaş imar kanunu, yeni tasarım anlayışı, kentsel dönüşümde devrim, afet planlaması ve doğanın korunacağı önerileri içerisinde 23 vaat yer almaktadır.

“Konut Planlaması” başlığı altında ‘Konut ihtiyacı olan yerlere değil konut fazlası olan yerlere yatırım yapılıyor, konut ihtiyacı sürerken bir milyonun üzerinde lüks konut fazlası var’ vurgusuna yer verilmektedir. TOKİ, konut finansmanı, yolsuzluk, memnuniyet, doğal ve tarihi doku başlıkları altında AKP’nin sorumlusu olduğu tablo gösterilmekte buna karşılık CHP Ne Öneriyor? başlığı altında dar gelirliye konut, rantsal değil kentsel dönüşüm, etkin planlama, ilkesel yaklaşım, çağdaş yönetim ve haksızlıklara son önerileri içerisinde 26 vaade yer verilmektedir.

“Doğu ve Güneydoğu Anadolu” başlığı altında ‘Bölge ekonomik, sosyal ve demokratik gelişmişlikte diğer bölgelerin gerisinde kalmıştır, bölgede toplumsal barış ve huzur sağlanamamıştır’ vurgusuna yer verilmektedir. Eşit yurttaşlık, ekonomik kalkınma, sosyal kalkınma ve demokratik hak ve özgürlükler başlıkları altında sayısal verilerle AKP’nin sorumlu olduğu tablo gösterilmektedir. Buna karşılık CHP Ne Öneriyor? başlığı altında herkesin eşit yurttaş olacağı, hak ve özgürlüklerin garanti altına alınacağı, Kürt sorununun çözüleceği, ekonomik kalkınmanın hayal olmadığı ve sosyal kalkınmada öncelikli bölge önerileri içerisinde 26 vaat sıralanmaktadır.

#### **4.1.2. Afişler**

7 Haziran 2015 genel seçimleri ile ilgili olarak CHP Genel Merkezinde yapılan araştırma ve görüşmelerde ve seçim materyallerinin sunulduğu [secim2015.chp.org.tr](http://secim2015.chp.org.tr) adlı internet sitesinde yapılan incelemelerde 7 Haziran Genel Seçimlerine yönelik afiş çalışmasıyla karşılaşılmamıştır. Ancak yapılan web taramasında “Anadolu’nun Kemal’i 4.Devrimi Başlattı” ve Gerçek Demokrasi Özgür Türkiye” slogan ve vurgularının yer aldığı yine “Anadolu’nun Kemal’i Türkiye’nin Başbakanı Tüm Renkleri İktidara Taşıyor” vurgularının yer aldığı mitinge davet billboard çalışmalarıyla karşılaşmıştır (egepostasi.com, Erişim: 15.10.2018). Ayrıca beyannameye de yansıyan “Yaşanacak Bir Türkiye” sloganı, genel başkan, aday tanıtımının yer aldığı yerel çalışmalar da görülmüştür (myinet.com, Erişim: 15.10.2015). Ancak partinin 7 Haziran genel seçimlerine yönelik ekonomik içerikleri olan vaatlerle yapılmış bir afiş çalışması bulunamamıştır.

## Görsel 9. Haziran 2015 Seçim Kampanyası Miting Duyurusu



Kaynak: <http://www.egepostasi.com/haber/iste-chp-nin-secim-sloganlari/103650>,  
Erişim: 15.10.2018

Ayrıca ilgili internet sitesinde 1 Kasım seçimlerinde kullanılacak materyallere yer verilmiş ve bu materyaller incelediğinde “Önce Türkiye” sloganı genel başkan fotoğrafı ve yanında yer alacak milletvekili fotoğrafı için ayrılmış bir form çalışması görülmüştür.

### 4.1.3. 7 Haziran Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde CHP

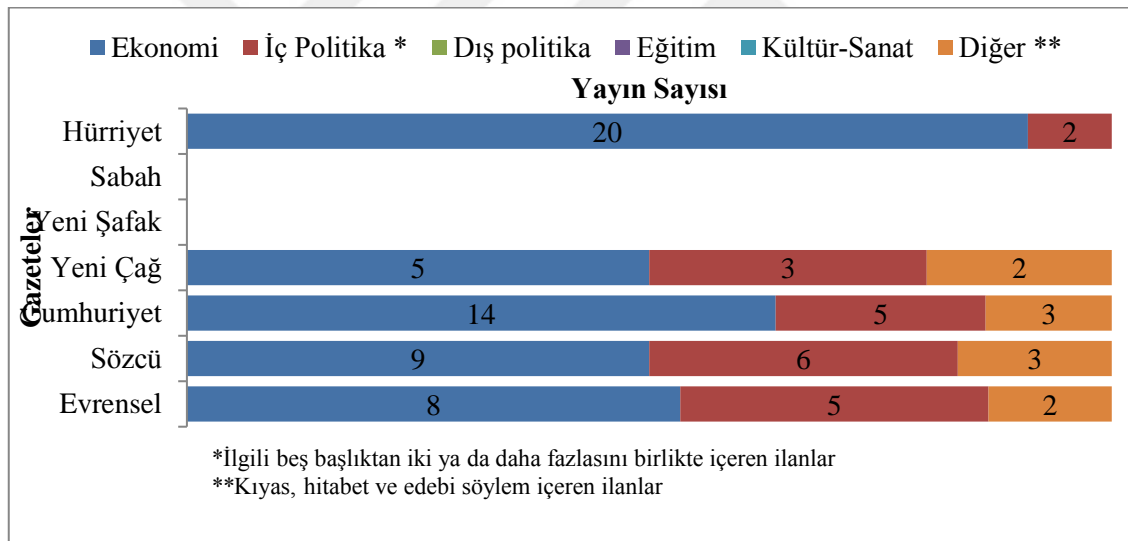
7 Haziran 2015 Genel Seçimleri kapsamında seçimler öncesi gazetelerde CHP reklamları incelendiğinde Sabah Gazetesinde ve Yeni Şafak Gazetelerinde CHP reklamlarının yer almadığı görülmüştür. 7 Haziran seçimleri öncesinde CHP 22 reklamla en fazla Cumhuriyet ve Hürriyet Gazetesinde yer almıştır. 18 reklam 7 Haziran seçimleri öncesinde Sözcü Gazetesine, 15 reklam Evrensel gazetesine verilmiş, 10 reklam ise Yeni Çağ Gazetesine verilmiştir. Farklı yayın organlarını kullanma bağlamında CHP'nin daha aktif bir kampanya süreci planladığı görülmektedir. Toplamda beş yayın organında 87 ilan yayınlanmıştır.

Reklamların başlıklarına bakıldığında; “Öğretmen ve Öğrencisinin Sorunları Olmayan Bir Türkiye”, “Yoksulu Olmayan Bir Türkiye”, “Esnaf ve KOBİ'sinin Sorunları Olmayan Bir Türkiye”, “Asgari Ücretin Vergisi Olmayan Bir Türkiye”, “Kredi Borcu

Çaresizliği Olmayan Bir Türkiye”, “Emeklisinin Derdi Olmayan Bir Türkiye”, “Kiraya Mahkûmiyeti Olmayan Bir Türkiye” ve “Çiftçisinin Sorunları Olmayan Bir Türkiye” başlıkları altında beyannamede sunulan vaatler reklamlarda da kısa kısa yer almaktadır.

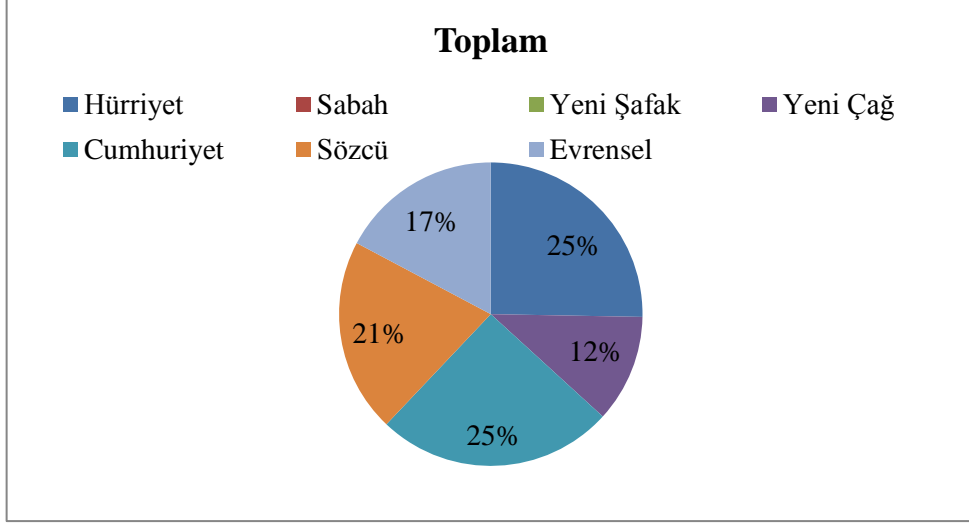
Yukarıda ifade edilen başlıkların dışında seçmeni sandığa çağırıcı içerikli CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu sunumlu bir içerik, “Milletçe Alkışlıyoruz” başlıklı CHP’nin TV reklamlarına gönderme yapan bir reklam içeriği, yine “Milletçe Alkışlıyoruz” ‘Neden Mi Alkışlıyoruz Ahmet Bey’ slogan ve başlıklarından oluşan detaylı metnin yer aldığı bir içerik, “Merkez Türkiye” adı verilen ve Türkiye Ekonomik Yükseliş Projesi olarak ifade edilen proje reklamı ve gazetelerde yayınlanan reklamların tamamını içeren genel bir reklam metni gazetelerde yer almaktadır.

İlanların dağılımına bakıldığında; incelenen gazetelerde yayınlanan 87 ilanının 56’sı ekonomi, 21’i iç politika, 10’u diğer konu başlıkları altında yer almaktadır.



Şekil 9. İletişim Konuları Başlığında Haziran 2015 Seçimlerinde CHP’nin Reklam Konu Dağılımı

İncelenen yayın organları bazında yayınlanan toplam ilanının % 25’i Hürriyet, % 25’i Cumhuriyet, % 21’i Sözcü, % 17’si Evrensel, % 12’si ise Yeni Çağ gazetesinde yer almıştır.



Şekil 10. Haziran 2015 Seçimlerinde CHP Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı

CHP'nin 7 Haziran Seçimlerinde kullandığı tüm reklamlar ekonomi bağlantılı ve ilgili kesimlerin sorunlarının giderileceğine dair içerikler taşıyan reklamlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda 7 Haziran seçim kampanyasının ekonomi endeksli hazırlandığı ve seçmene somut kazanımlar sunan bir çerçevede dizayn edildiği söylenebilir.

#### 4.2. Kasım 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi

1 Kasım 2015 Genel Seçimleri seçim beyannamesi sunuş kısmında CHP'nin Haziran seçimlerinden sonra geniş tabanlı bir katılımı ile seçim bildirgesini güncellendiği belirtilmektedir. 7 Haziran'da yapılan seçimlerde halkın AKP iktidarına son verdiği ve değişim istediği belirtilerek CHP'nin de sonuca saygılı olduğu ifade edilmektedir. Beynamede CHP'nin tüm siyasi partilerle görüşebilen, tüm toplum kesimlerinin başvurabildiği tek parti konumunda olduğu vurgusuna yer verilmekte özgürlükçü ve eşitlikçi bir parti anlayışı ifade edilmektedir. Beynamede büyük kırmızı renkli puntıyla kullanılan "Önce Türkiye" sloganı içerisinde siyah renkte Önce İnsan, Önce Birlik, Önce Türkiye sloganlarının küçük puntolarla yerleştirildiği görülmektedir (<http://secim2015.chp.org.tr/>, Erişim: 19.06.2017).

Beyannamenin ilk bölümünde "Zor Zamanların Partisi" temel başlığı, 'Bunalımdaki Türkiye' alt başlığı altında iç ve dış politika, ekonomi, sosyal ve siyasal hayat ile ilgili sıkıntılar; Toplumsal Çatışma ve Kürt Sorunu, Darbe Hukuku ve



Otoriterleşme Sorunu, Dış Politika Sorunu, Ekonomik Sorun, Eğitim Sorunu başlıkları altında sıralanmakta, sorunların çözümü için büyük dönüşüm hedeflerinin gerçekleştirilmesine ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir. Toplumsal Dayanışma ve Çözüm İçin CHP başlığı altında gerginlik kültürünü besleyen şüphe, tehdit ve yaftalamanın yerini diyalog, duygudaşlık ve ikna gibi yöntemlere bırakacağı ifade edilmektedir. Birinci Sınıf Demokrasi İçin CHP başlığı altında Türkiye'nin parlamenter sistemi güçlendiren, güçler ayrılığı ilkesini ve hukukun üstünlüğünü egemen kılan, özgürlükçü bir anayasaya ve birinci sınıf demokrasiye olan ihtiyaç vurgusuna yer verilmektedir. Dünya Barışı İçin CHP, Kalkınan Bir Türkiye İçin CHP, Geleceğe Hazır Gençler İçin CHP, Bunalımdan Çıkışın ve Çözümün Adresi CHP başlıkları güncellenen başlıklar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Haziran 2015 Beyannamesinden farklı olarak Kasım 2015 Beyannamesinde “Eşit Yurttaşlık ve Çoğulculuk” başlığı “Kürt Sorununun Çözümü İçin Tam Demokrasi ve Eşit Vatandaşlık” şeklinde değiştirilmiştir. Haziran 2015 beyannamesinde içerik genel bir çerçeve çizen iki paragraf iken Kasım 2015 beyannamesinde 11 paragraftan oluşan detaylı bir sunumun yapıldığı görülmektedir. Bu kapsamda “CHP, ırkı, cinsiyeti, dili, dini, mezhebi, düşüncesi, doğum yeri, sosyo-ekonomik durumu ne olursa olsun tüm insanların birbirine eşit olduğu görüşünü savunur” vurgusuyla başlayan güncellemede; eşit ve özgür yurttaş idealinin öncelikli olduğu, Kürt Sorunu ve çözüm önerileri ve çözüm süreci yöntem önerileri içerikleri detaylandırılarak sunulmaktadır.

Siyasi Partilerde Temsil başlığı altında daha önce seçim barajının % 5'i geçmemesini sağlama vaadi Kasım 2015 beyannamesinde “Başta % 10 seçim barajı olmak üzere demokratik siyasetin ve adil temsilin önündeki bütün engelleri kaldıracamız” şeklinde değiştirilmiştir. Çoğulcu Medya Özgür İnternet” başlığı altında “Medyada Adil Mali Rekabeti Güvence Altına Alacağız” başlığı eklenerek; kamunun pay sahibi olduğu bankaların ve şirketlerin siyasi tercihlerle özgür medyaya uyguladığı reklam ambargosuna son verileceği, gazete tirajlarının ve TV izlenme oranlarının şeffaf bir şekilde ölçülmesinin sağlanacağı, medya kuruluşlarının erişim rakamları ile oynanarak kayırılmasına izin verilmeyeceği ve bedava dağıtım ve şişirilmiş rakamlarla okurların ve reklam verenlerin aldatılmasının engelleneceği vaatleri eklenmiştir. “Bilgiye Erişim Hakkını Güvence Altına Alacağız” başlığı altında yer alan vaatlere ise; kamu

kuruluşlarının medyaya keyfi akreditasyon dayatmasına son verileceği, basın toplantısı ve gezi gibi etkinliklere tüm medya kuruluşlarının nesnel ölçütler çerçevesinde davet edilmesinin güvence altına alınacağı, devlet suçlarının, devlet sırrı adı altında korunmasına izin verilmeyeceği ve tekzip (yanıt hakkı) uygulamasının özgür medyayı susturma amaçlı kullanılmasına son verileceği vaatleri eklenmiştir. “Ayrıştırma ve Kutuplaştırma Değil, Uzlaştırma ve Birleştirme” başlığı altına farklı etnik kökene sahip olan yurttaşların dilini ve kültürünü öğrenmesini ve yaşatmasını kolaylaştıracak önlemler geliştirileceği vaadi eklenmiştir. “Kürt Sorunu” başlığı altında daha önce sorunun müzakere ve siyaset yolu ile çözüleceği ifade edilirken Kasım 2015 Beyannamesinde sorunun siyaset yoluyla çözüleceği yönünde bir değişiklik yapıldığı görülmektedir. Bu değişiklikte iki seçim arası dönemde artan terör olayları ve oluşan tepki dolayısıyla müzakere kavramının çıkarıldığı düşünülebilir. Ayrıca bu başlık altında; eşit vatandaşlık ilkesinin gereği olarak, anadili Türkçe olmayan yurttaşların kamu hizmetlerinden eksiksiz olarak yararlanabilmesinin sağlanacağı ve idari sistemimizde yerinden yönetim ilkesinin hayata geçirileceği vaatleri eklenmiştir.

“Yasalara Son Vereceğiz” başlığı altında beyannamede bazı vaatlerin aynı anlamı veren bir içerikte değiştirildiği ve yeni eklemeler yapıldığı görülmektedir. Bu başlık altına, 12 Eylül Darbe Anayasası’nın yerine demokrasiyi, özgürlükleri, temel hakları ve hukuk devletini teminat altına alan, eşit vatandaşlık temelli yeni bir anayasa yapılacağı ve resmi ve ortak dilimiz Türkçenin her kademedede eğitim ve öğretim dili olması ve anadilin öğretimi önündeki engellerin kaldırılmasının sağlanacağı vaatleri eklenmiştir.

Haziran 2015 Genel Seçim Beyannamesinde “Geçmişin Yaralarını Saracağız” başlığı altında değişiklikler ve eklemeler yapılmıştır. Faili meçhul cinayetlerde zamanaşımın kaldırılacağı maddesine insan hakkı ihlali ve işkence suçlarında da zamanaşımını kaldırılacağı ibaresi eklenmiştir. Ayrıca ilgili başlık altına; Roboski katliamının yeniden soruşturulacağı, sorumlularının, buldukları görev ne olursa olsun yargı önüne çıkarılacağı ve 21 Mart’ın Nevroz bayramı olarak resmi tatil ilan edileceği vaatleri eklenmiştir.

Haziran 2015 beyannamesinde “İstihdam Yaratın, Kapsayıcı Ekonomi” başlığı Kasım 2015 Beyannamesinde “Üreten, İş İmkânı Sağlayan, Rekabetçi Ekonomi ve Herkesi Kapsayan Büyüme” şeklinde değiştirilmiş ve içeriğe rakamsal tespitler

eklenmiştir. Özel sektör yatırımlarının sabit fiyatlarla 2011 yılı düzeyinin altına indiği, ekonomik büyüme hızının % 2-3 düzeyine sıkıştığı ve 6 milyon yurttaşın işsiz kaldığı ve iş bulma ümidini yitirdiği gibi bilgiler ön plana çıkarılmıştır. Bu başlık altında ayrıca ‘Merkez Türkiye’ adı verilen bir projenin sunumu yapılmıştır. Anadolu’da yeni kurulacak lojistik ve yüksek katma değerli üretim odaklı akıllı şehir kurulacağı ve önemli limanlara demiryolu ile bağlanacağı, bu projeye ihmal edilen Anadolu’nun önemli bir lojistik ve üretim üssü haline geleceği ifade edilmektedir.

Haziran 2015 Genel Seçim Beyannamesinde “Refah Seviyesi Yüksek Bir Toplum” başlığına Kasım 2015 Beyannamesinde “CHP’nin Yeni Kalkınma Hamlesinin Temel İlkeleri” eklemesi yapılmış bazı vaat ve tespitler başka başlıklar altına kaydırılmıştır. “Ekonomi Yönetiminde Hukukun Üstünlüğü ve Öngörülebilirlik” başlığı Kasım 2015 Beyannamesinde temel başlık haline getirilerek yeni eklemeler yapılmıştır. Vatandaşa hesap veren saydam bir devlet anlayışının egemen kılınacağı, vergi denetimlerinin muhalif iş adamlarını cezalandırma aracı olmaktan çıkarılacağı ve katılımcı demokrasi, örgütlü toplum, saydam ve hesap veren hukuk devleti anlayışıyla ekonomide güvenilirliği artırarak yatırım ikliminin geliştirileceği vaatleri eklenmiştir. İlgili başlık altında bulunan finansal istikrar ‘makroekonomik ve finansal istikrar’ olarak değiştirilmiştir.

Haziran 2015 Genel Seçim Beyannamesinde ‘İstihdam Yaratan ve Yatırımları Kolaylaştıran Büyüme Modeli’ temel başlığı, ‘Verimlilik ve Uluslararası Rekabet Gücü Yatırımlar İçin elverişli Bir İklim’ olarak değiştirilmiştir. Bu başlık altında; Haziran 2015 Beyannamesinde yer alan Kalkınma Bankasının Devlet Yatırım Bankasına dönüştürüleceği ve Türk Eximbank’ın işlev ve etkinliğinin ihracat yoğunluklu KOBİ’lere yönlendirileceği vaatlerinin yer almadığı görülmüştür. Buna karşılık Kasım 2015 beyannamesinde sanayileşme politikasında enerji tüketimi düşük, katma değeri yüksek, ileri teknolojilere dayalı sanayi dallarının gelişimine ağırlık verileceği ifade edilerek bu dallar arasında elektronik, genetik, yazılım, nano teknolojiler, uzay ve havacılığa özel önem verileceği vurgulanmıştır. Finansman eksikliği nedeniyle yarım kalmış veya yatırım tamamlandığı halde işletme sermayesinin yetersiz olması nedeniyle faaliyete geçirilememiş işletmelerin envanterinin çıkartılarak bu envantere yer alan yatırımların, ‘yatırım teşvik sistemi’ çerçevesinde tamamlanarak faaliyete geçirileceği ve Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri’nde ticari ve ekonomik hayatın canlandırılması amacıyla

özel bir teşvik sisteminin uygulanacağı vaatleri eklenmiştir. Bu başlık altında daha önce bildiri yapılan ‘Merkez Türkiye’ projesine ilişkin de detaylar verilmiştir. Projenin Kamu-Özel iş birliği modeli çerçevesinde gerçekleştirileceği, 20 yılda 200 milyar dolarlık bir yatırımın olacağı ve bunun % 20’sinin devlet % 80’inin özel sektör eliyle gerçekleştirileceği bir proje olduğu ifade edilmektedir. Özel bir yasayla faaliyet sürdüreceği projenin yönetiminde STK temsilcileri ve tüm paydaşların yer almasının sağlanacağı ve doğrudan ve dolaylı etkilerle 2 milyon iki yüz bin kişiye istihdam olanağı sunulacağı da ifade edilmektedir.

Girişimcilik Ekosistemi başlığı altında ‘Girişimcilik ve İstihdam’ alt başlığı oluşturularak; Girişimcilik Üniversiteleri kurulacağı, burada en az 100 öğretim üyesi, 50 eğitim planlamacısı ve koordinatörü istihdam edilerek en az 1000’er öğrenciye eğitim olanağı sunulacağı, kısa vadede 50 bin kişiye yazılım geliştirme, üretilen yazılımı ticari ürüne dönüştürmede yetkinlik kazandırılacağı ve istihdam olanağı sunulacağı, girişimcilik alanında yapılan atılımla şirket kurulum sayısının üçe katlanacağı, bu alanda kurulacak şirketler aracılığı ile büyük bölümü vasıflı çalışan olmak üzere 500 bin yeni istihdam olanağı yaratılacağı vaatleri eklenmiştir.

Verimlilik ve Uluslararası Rekabet Gücü Yatırımlar İçin Elverişli Bir İklim’ başlığı altına ‘toplumcu girişimcilik adı verilen yeni bir başlık eklenmiştir. Bu başlık altında; kâr amacı güdülmeyen, gönüllülük esasına dayanan ve kamu yararı için çalışan toplumcu girişimciliğin destekleneceği, çoklu yoksunluk endeksi ile her il ve ilçenin yoksunluk ve işsizlik düzeyinin ortaya çıkarılarak öncelikli toplumcu girişimcilik bölgelerinin belirleneceği, bu bölgeler özelinde gerçekleştirilecek toplumcu girişimcilik projelerine, sermaye ve donanım desteği sağlanacağı ve projelerin yapılabilirlik, maliyet ve etki analizlerinin proje sahipleriyle beraber oluşturulacağı, projelerde yerelliğin şart koşulacağı ve proje sahiplerinin, çalışanlarının ve tesislerinin, bu bölgelerde bulunmasının zorunlu tutulacağı, toplumcu girişimcilik projelerinde istihdam edileceklerin, yüksek yoksunluk ve düşük beceri sahibi gruplardan seçilmesine ve istihdama yönelik temel becerilerin iş yaparken geliştirilmesine öncelik verileceği ve bu doğrultuda toplumcu girişimcilere eğitmen desteği sağlanarak proje sahiplerine yöneticilik ve iş yönetimi konularında destek olunacağı vaatleri sıralanmıştır.

Haziran 2015 Genel Seçim Beyannamesinde yer alan ‘İstihdama Yönelik Doğrudan Politikalar’ temel başlığı, Kasım 2015 Beyannamesinde “Refahın Tabana Yayılmasını Sağlayan Politikalar” şeklinde değiştirilmiştir. Gelirlerin artmasına yönelik doğrudan düzenlemeler başlığı altına emeklilere Ramazan ve Kurban Bayramlarında birer maaş ikramiye verileceği vaadi eklenmiştir. Ayrıca ilgili temel başlık altında ‘Yurttaşların Borç Yükünün Azaltılması” adlı yeni bir başlık oluşturularak bu başlık altında; 31 Temmuz 2015 tarihine kadar bankacılık sisteminde sorunlu hale gelen kredi kartı ve bireysel kredilerin faiz borçlarının en az % 80’inin silineceği, kalan borcun yeniden yapılandırılarak 5 yıla yayılacağı ve yurttaşlara ödeme kolaylığı sağlanacağı, öğrenci kredisi borçlarını ödeyemediği için takibe alınanların borç faizlerinin silineceği, kredi borçlusunun işe girmesini takiben ana paranın 4 yılda eşit taksitler halinde tahsil edilmesinin sağlanacağı ve geliri olmayan vatandaşların Genel Sağlık Sigortası (GSS) prim borçlarının silineceği vaatleri eklenmiştir.

Kasım 2015 Beyannamesinde Haziran 2015 Beyannamesinde yer almayan “Kazanımların Korunması, Sürdürülebilirlik” adlı bir temel başlıkla karşılaşılmaktadır. Bu başlık altında; yeni kalkınma hamlesi sürecinde elde edilecek kazanımların, gelecek, tarih ve kültürümüzün korunacağı, ekonomik ve sosyal istikrar arasındaki, sosyal istikrar ve çevre arasındaki dengenin gözetileceği, nüfusun sağlıklı gelişiminin, gıda güvenliğinin ve kültürün devamlılığının sağlanması için çevresel dengenin korunmasının öncelikli olacağı ve devletin düzenleyici ve denetleyici rolü ile çevresel dengelerin sağlanacağı vaatleri yer almıştır.

Kasım 2015 Beyannamesinde “Tarım” altında sunulan vaatlerde Haziran 2015 Beyannamesine göre çok fazla değişiklik yapılmadığı görülmektedir. En önemli farklılık Haziran’da üretim amaçlı kullanılacak mazotun 1,5 TL’den 1,8 TL’ye şeklinde artırılmasıdır. Ayrıca uygun hazine arazilerinin belirlenen ilkeler doğrultusunda tarım alanında kullanılabilmesi amacıyla 49 yılığına kiralanabilmesi şeklinde Haziran 2015 Beyannamesinde yer alan vaade Kasım 2015 Beyannamesinde yer verilmemiştir. Hazine arazilerinin tarımsal üretim potansiyeli açısından değerlendirilerek üretime kazandırılacağı yönünde genel bir ifade kullanılmıştır. Yine Kasım 2015 Beyannamesinde mayınlı arazilerin temizlenerek tarıma açılacağı ve bu arazilerin

topraksız veya az topraklı köylülerin kuracakları kooperatiflere tahsis edileceği yeni bir vaat yer almaktadır.

Adil ve Demokratik Bir Çalışma Düzeni başlığına “İşsizlik sigortasından yararlanmak için son üç yıl içerisinde ödenmesi gereken prim miktarını azaltacak, 120 gün aralıksız prim ödeme şartını kaldıracğıız.” vaadi eklenmiştir.

Güçlü Kadın Güçlü Toplum temel başlığının ‘çalışma yaşamında kadınlara öncelik’ alt başlığında “Doğum borçlanması hakkını, doğum yaptıkları dönemde sigortalı olmayan annelere de tanıyacağız” vaadi eklenmiştir. Her Düzeyde geniş katılım alt başlığı altına “Belediyelerde kadın dostu kent uygulamasını hayata geçireceğiz.” vaadi eklenmiştir.

“Gençliğini Yaşayan Gençler” temel başlığı ‘Daha fazla ekonomik destek’ alt başlığı altında ek olarak “Gençlerimizin kültür-sanat etkinliklerine ve kitap, gazete, dergi gibi yayınlara eşit erişimi için, maddi durumu elverişli olmayan lise son sınıf öğrencilerine eğitim yılı içerisinde aylık 100 TL kişisel gelişim katkısı (Lise Kart) sağlayacağız.” vaadi yer almıştır.

‘Daha çok iş, tam güvence genç istihdamı’ alt başlığında; “Üniversiteden yeni mezun olmuş, iş arayan gençlere İŞKUR’a kayıtlı olmaları halinde 540 TL işsizlik desteği sağlayacağız.” vaadi ile ‘Diplomalı İşsizliğe Son’ başlığı altında “İş bulamayan üniversite mezunları için, iş piyasasının taleplerine uygun olacak şekilde, uzmanlığı artırıcı bir yıllık burslu eğitim programları başlatacağıız.”, “Eğitimlerine devam etmek isteyen işsiz üniversite mezunlarının, burslu olarak yüksek lisans yapmalarına olanak tanıyacağız.” ve “Üretken genç nüfusun eğitim düzeyinin yükselmesini, böylelikle gençlerin iş gücüne aktif, donanımlı ve daha yüksek ücretlerle katılmalarını sağlayacağız.” vaatleri eklenmiştir.

Kasım 2015 Genel seçim beyannamesinde “Geleceğe Umutla Bakan Çocuklar” temel başlığına “Kurumsal ve Yasal Düzenlemeler” alt başlığı eklenerek; “Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı’nı, Aile ve Çocuk Bakanlığı adı altında icracı bir bakanlık olarak yeniden yapılandıracağız.”, “Çocuk politikalarıyla ilgili temel hedefleri ve yasal düzenlemeleri özerk bir yapıda oluşturulacak Türkiye Çocuk Kurumu ile birlikte gerçekleştireceğiz.”, “TBMM bünyesinde, çocukların yüksek yararını gözeterek Çocuk Adalet Komisyonu ve Adalet Bakanlığı bünyesinde çocuk rehabilitasyon merkezleri

kuracağız.”, “Çocuk yoksulluğunu önlemeye yönelik Türkiye Çocuk Politikası’ni hayata geçireceğiz.”, “5395 sayılı Çocuk Koruma Kanunu’nu yeniden yapılandıracağız.”, “Çocukların adli vakalara karıştığı durumlarda çocuk haklarının korunmasını yasal güvence altına alacağız.”, “BM Çocuk Hakları Sözleşmesi’nin 3. protokolündeki bireysel başvuru hakkını onaylayacağız.” ve “Tüm yerel yönetimlerde çocuk dostu kent uygulamalarının hayata geçirilmesi için yasal düzenlemeler yapacağız.” vaatleri sıralanmıştır. ‘Çocuk istismarı’ alt başlığına “Çocuklara uygulanan şiddetin, disiplin yetkisi çerçevesinde meşrulaştırılmasına izin vermeyeceğiz.” ve “Milli Eğitim Bakanlığı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ve Adalet Bakanlığı’nın iş birliğine dayalı olarak çalışacak bir Çocuk İhbar Hattı kuracağız.” vaatleri eklenmiştir. İlgili temel başlık altına “Kimsesiz Çocuklar” alt başlığı eklenerek “Koruyucu ailelik ve evlat edinme uygulamalarını yaygınlaştıracak, gerekli denetimleri düzenli hale getireceğiz.” ve “18 yaşına gelerek yetiştirme yurdundan ayrılmak zorunda kalan ve eğitim hayatlarını sürdüremeyen kimsesiz çocuklara, kamu istihdam projelerinde öncelik sağlayacağız.” vaatleri sıralanmıştır.

‘Kamu Yönetimi Reformu’ temel başlığı altında yer alan “Nitelikli, Planlı Ve Güvenilir Kamu Hizmetleri” alt başlığına ‘Yaygın hale gelen yöneten-yönetilen arasındaki “aracılar yoluyla hizmetleri gördürme” uygulamalarını engelleyeceğiz.’ vaadi eklenmiştir. “Kamu ve Kurumlarıyla Barışık, Güvenceli Kamu Çalışanları” alt başlığı altında “Kurumlar arası geçişler ve muvafakat verme işlemlerini kayırmacılığı önleyecek şekilde belli sınav ve ilkelere bağlayarak kolaylaştıracacağız.”, “Kamu çalışanlarının ideolojik soruşturmalara mağdur edilmesine son vereceğiz.” ve “Kamu çalışanlarına son 13 yılı kapsayacak şekilde sicil affı getireceğiz.” vaatleri eklenmiştir. Ücret politikası başlığı altına “Yıllık zam oranlarının, ekonomik büyümeden kaynaklanan refah payını içerecek şekilde, yıllık enflasyon oranının üzerinde belirlenmesine yönelik yasal düzenleme yapacağız.” vaadi eklenmiştir. Yolsuzlukla etkin ve kapsamlı mücadele başlığı altına; “Yolsuzluklarla daha etkin mücadele etmek amacıyla AB’deki uygulamaları örnek alarak Yolsuzlukla Mücadele Kurumu kuracağız.” ve “Toplumun yolsuzluklara karşı bilinçlendirilmesine önem verecek, ilkokuldan başlayarak hak arama konusunda gerekli eğitimlerin verilmesini sağlayacağız.” vaatleri eklenmiştir. “Kamu Yönetimde Hesap Verebilirlik İlkesini Yerleştireceğiz” alt başlığı altına ‘Sayıştay’ın, denetim faaliyetlerinin, uluslararası denetim ve raporlama standartlarına uygun olarak

yürütülmesini sağlayacağız.’, ‘Bütçe Kanunu’nun saydamlığını ve hesap verilebilirliğini olumsuz etkileyen, mali disiplini bozan ve kamu kaynaklarının bütçe dışında kullanılmasına neden olan özel hesap gibi uygulamaları kaldıracamız.’ ve ‘Kamu yönetiminde özellikle ekonomik ve mali birim üst yöneticilerinin TBMM komisyonlarına dönemsel olarak bilgi vermesini sağlayacağız.’ vaatleri eklenmiştir.

“Her Yurtta İçin Kaliteli ve Ücretsiz Sağlık Hizmetleri” temel başlığı ‘çocuk sağlığı’ alt başlığına “Gelişmiş ülkelerde uygulanan bütün aşıları ücretsiz olarak periyodik aşılamaya kapsamına alacağız.” vaadi, ‘Tutuklu ve Hükümlüler İçin Sağlık Hizmetleri’ alt başlığı altına “Hasta tutuklu ve hükümlülerin cezaevinden tahliyesini yasal teminat altına alacağız.” vaadi ‘Acil sağlık Hizmetleri’ alt başlığı altına; “Ambulansların donanımlarını çağdaş tıbbın gereklerine göre yeniden düzenleyecek ve geliştireceğiz.” ve “Başta eğitim kurumlarında olmak üzere vatandaşlarımıza hastane öncesi ilk yardım eğitimleri verip ölüm ve sakatlık risklerini en aza indireceğiz.” vaatleri, ‘Sağlık Çalışanları Sosyo-Ekonomik Güvence’ alt başlığına; “Sağlık çalışanlarının emekli maaşlarını yüksek düzey kamu personeli emekli maaşı seviyesine getireceğiz.”, “Özel sağlık kurumlarında çalışan hekimlerin ücretleri için kamu güvencesi sağlayacağız.” ve “Eğitim ve araştırma hastanelerinde uygulanan ek ödeme sisteminde, eğitim ve araştırma performansına dayalı ödemenin, hastane gelirinden değil, genel bütçeden karşılanmasını ve bunun emeklilik gibi özlük haklarına yansıtılmasını sağlayacağız.” vaatleri, ‘Tam Donanımlı Tıp Fakülteleri ve Üniversite Hastaneleri’ alt başlığı altına; “Üniversite hastanelerini borç yükünden kurtaracağız.” ve “Tıp fakültelerimizin Avrupa’daki tıp fakülteleri ile iletişim ve iş birliği içinde olmalarını sağlayacağız.” vaatleri eklenmiştir.

Güvenlik temel başlığı “güvenli ve huzurlu Türkiye uluslararası terörle etkin mücadele” alt başlığı altına “5442 sayılı İl İdaresi Kanunu’nu sınır bölgesindeki ihtiyaçlara göre yeniden düzenleyeceğiz.” vaadi, İç Güvenlik alt başlığı altına “Güvenlik adına hiçbir kişi, kurum ve grubun yasama ve yargı denetiminden kaçmasına izin vermeyeceğiz.” vaadi, ‘Güvenlik Güçlerini Yeniden Yapılandırma’ alt başlığı altına “MİT’i kişiye özel hizmet veren bir kurum olmaktan kurtaracak, yeniden milli güvenliğimizin hizmetine vereceğiz. MİT’i yabancı istihbarat kurumlarının yönlendirmelerine kapatacağız.”, “Devlet kurumları arasında istihbarat paylaşımını etkinleştireceğiz.”, “Kurumlar arası iş birliğine dayalı etkin ve süratli bir kriz yönetimi



anlayışı geliştireceğiz.” ve “İstihbarat kurumlarına bilgiyi ve güvenlik ortamını süratle değerlendirebilme; komuta, kontrol ve bilgi sistemlerinde yüksek teknolojiyi kullanabilme olanak ve yeteneklerini kazandıracaktır.” vaatleri eklenmiştir. ‘Daha Fazla Olanak Daha Fazla Hak’ alt başlığı altında; Emniyet güçlerinin emeklilikteki katsayı mağduriyetini gidereceğiz maddesine TSK da eklenerek güncelleme yapılmıştır. Ayrıca ‘Şehit Yakınları ve Gaziler’ adlı yeni bir alt başlık açılarak bu alt başlığa; “Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı’na bağlı Şehit Yakınları ve Gaziler Dairesi Başkanlığı’nı, “Şehit Yakınları ve Gaziler Genel Müdürlüğü” olarak yeniden yapılandırarak ve doğrudan Başbakanlık’a bağlayacağız.”, “Şehit yakınları ve gazilerin, kamu kurumlarıyla ilişkilmeden bütün işlerini “Şehit Yakınları ve Gaziler Genel Müdürlüğü” tarafından görevlendirilecek “hayat danışmanlarına” yaptırabilmelerini sağlayacağız.”, “Hiçbir şehit eşinin, eşi yoksa anne ve babasının ya da gazinin net aylık gelirin en düşük net memur maaşından aşağı olmamasını güvence altına alacağız.”, “Tüm şehit ailelerine ve gazilere ömür boyu yeşil pasaport vereceğiz.”, “Şehitlerin çocuklarını ve kardeşlerini askerlikten muaf tutacağız.”, “Tüm gazilerin sağlık güvencelerini, milletvekilleriyle eşit seviyeye getireceğiz.”, “Şehitlerin 18 yaşından büyük olan ve öğrenci olmayan tüm çocuklarının, kamu kurumlarında istihdam edilebilmesini sağlayacağız.”, “Gazilere ikinci iş hakkı ve 3000 günde emeklilik hakkı vereceğiz.”, “Gazi ve şehit çocuklarının okullarda ve üniversitelerde burslu olarak okuyabilmesi için gerekli yerleştirme ve finans planlamasını, Şehit Yakınları ve Gaziler Genel Müdürlüğü eliyle yapacağız.” vaatleri eklenmiştir. İlgili temel başlık altına “Askerlikte Geçen Sürenin Sigortalı Sayılması ve Asker Harçlığı” şeklinde yeni bir alt başlık eklenerek; “Er ve erbaşı askerlikte geçirdikleri dönemde sigortalı sayacak, primlerinin devlet tarafından ödenmesini sağlayacağız.”, “Er ve erbaşa ödenen aylık harçlıkları artıracaktır. Bu kapsamda çavuş, onbaşı ve er harçlıklarını sırasıyla 354 TL, 340 TL ve 333 TL’ye yükselteceğiz.”, “Bu sayede er ve erbaşların askerlikte geçirdikleri dönemde ailelerine yük olmalarını engelleyeceğiz.”, “Er ve erbaşların işsizlik sigortası primlerini askerlik süresince Hazine’den ödeyeceğiz.”, “Askerlik dönüşü iş bulamayan yurttaşlarımızın altı aya kadar işsizlik ödeneğinden yararlanmalarını sağlayacağız.” vaatleri eklenmiştir.

“Yaşam kalitesi Yüksek kentler” temel başlığı altına ‘İmar affı’ adlı yeni bir alt başlık açılarak; “Sayıları 12 milyonu aşan ruhsatsız yapıların bir an önce yasal statüye kavuşmasını sağlayacağız.”, “Son beş yıl içerisinde mesken olarak kullanılan ve afet riski

taşımayan tüm konutlara bir defaya mahsus olmak üzere imar affı getirecek, ruhsatsız binalara ruhsat vereceğiz.” ve “Bu yapılarda ikamet eden yurttaşlarımızın başta belediye hizmetleri olmak üzere kamu hizmetlerinden eksiksiz şekilde yararlanmasını sağlayacağız.” vaatleri eklenmiştir.

“Yerel Yönetimler” temel başlığı ‘Yerinden Yönetim Anlayışı’ alt başlığına “Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik şartı üzerindeki çekinceleri kaldıracacağız.” maddesi eklenmiştir.

Haziran 2015 Genel Seçim beyannamesinde “Yurttaş ve Değer Temelli Dış Politika” temel başlığı uzun bir metin ve yine vaatler içeren maddelerden oluşmuştur. Metin kısmında sunulan genel anlamdan farklılık içermeyecek eklemeler ve açıklamalar yapılmıştır. ‘AB’yle Müzakereler’ alt başlığına; “Başta AB Bakanlığı olmak üzere AB ile ilişkilerimizin yürütülmesinden sorumlu resmî kurumlarımızı ve STK’lerimizi güçlendirecek, dinamik, yaratıcı ve girişimci bir yapıya kavuşmalarını sağlayacağız” ve “AB ile ilişkilerimizi daimî kılmak için resmi heyetler ve STK’ler aracılığı ile Brüksel’de yoğun temaslarda bulunacağız.” vaatleri eklenmiştir. “Barış için Uluslararası İşbirliği” alt başlığına “Terörle mücadele konusunda Türkiye’nin izleyeceği yolu ve yöntemi BM, AB ve Avrupa Konseyi sözleşme ve kararlarına dayanan bir ulusal strateji oluşturarak belirleyeceğiz.” vaadi, Orta Doğu’da barış ve İstikrar” alt başlığına; “Mısır, Suriye ve İsrail’le karşılıklı olarak büyükelçilerin atanması için girişimde bulunacağız.”, “Güvenlik açısından sorunlu bölgelere büyükelçi atanması için gereken koşulların sağlanmasına çalışacağız.”, “BM’nin Orta Doğu bölgesindeki çatışmaları sona erdirmek amacıyla görevlendirdiği özel temsilcilere ve onların çalışmalarına güçlü destek verecek ve alan açacağız.” ve “Terör örgütlerinin ve mezhep savaşlarının yurttaşlarımıza ve bölge halkına zarar vermesini engellemek amacıyla, bugüne kadar güvenlik alanında bölge ülkeleriyle imzalanan ikili anlaşmaları geliştireceğiz.” vaatleri, Suriye alt başlığı altına; “Suriye’de barışın adil koşullarda tesis edilmesi için en kısa zamanda bir “Suriye Barış Konferansı” düzenleyeceğiz.”, “Suriye muhalefetiyle ilişkilerimizi sürdürürken Suriye yönetimiyle de ilişki kuracağız.”, “Uluslararası hukuka ve komşuluk ilişkilerine aykırı olan eğit-donat programına son vereceğiz.” ve “Güvenli bölge” uygulamasını Suriye yönetiminin rızasının olması ve koalisyon ülkelerinin desteğinin sağlanması durumunda hayata geçireceğiz.” vaatleri sıralanmıştır.

Haziran 2015 Beyannamesinde “Suriyeli Sığınmacılar” olarak düzenlenen başlık ‘Suriyeli Mülteciler’ şeklinde değiştirilerek geniş kapsamda ele alınmıştır. Daha önce beş maddede düzenlenen başlık Çağdaş Ev Sahipliği, Suriyeli Genç Nüfus ve Eğitim, Mülteci Kayıtları ve Planlama, Çalışma Yaşamının ve İş Güvenliğinin Düzenlenmesi, Mali Yardımların Dağıtımı ve Denetimi olarak sınıflandırılmış ve 27 vaatle geniş bir çerçevede ele alınmıştır. “Yurttaş ve Değer temelli Dış Politika” temel başlığı altına yeni bir başlık olarak Yemen eklenmiş ve “Yemen’le ilişkilerimizi düzeltmek için tüm taraflarla gerekli temaslara geçeceğiz” ve “Yemen’in içinde bulunduğu kötü tabloyu değiştirecek adımların atılması için başta BM olmak üzere uluslararası düzeyde yapılan girişimleri etkin olarak destekleyecek ve içinde yer alacağız.” vaatleri eklenmiştir.

Haziran 2015 Genel Seçim beyannamesi “Sözümüzü Tutarız, Çünkü...” başlığıyla bir paragraflık bir metinle tamamlanmaktadır. Kasım 2015 Genel Seçim beyannamesi ise “Umudun Partisi CHP” başlığıyla dört sayfalık bir sunumla tamamlanmaktadır. CHP’nin Haziran ve Kasım 2015 beyannameleri karşılaştırıldığında ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda önemli güncellemelerin olduğu ifade edilebilir. Beynamede yapılan güncellemelerin kampanyaya yansımaları ilanların çözümlenmesi aşamasında değerlendirilecektir.

#### **4.2.1. Broşürler**

CHP 1 Kasım Seçim Kampanyasında, “Önce İnsan, Önce Birlik, Önce Türkiye” küçük puntoları ile desteklenen “Önce Türkiye” sloganının ön plana çıkarıldığı bir broşür kullanmıştır. Broşürde beyanname kapsamında oluşturulan vaatler; “İşsizlik Bitirilecek”, “Birinci Sınıf Demokrasiye Geçilecek”, “Asgari Ücret Net 1500 TL Olacak”, “İsteyen Herkes Konut Sahibi Olacak”, “Emekliler Hak Ettiklerini Alacak”, “Yurtta Barış Dünyada Barış”, “Üreten ve Hakça Bölüşen Bir Ekonomik Düzen Kurulacak”, “Taşeron İşçilik Sistemi Kaldırılacak”, “Üniversite Gençleri Desteklenecek”, “Esnaf ve KOBİ’lerin Sorunları Çözülecek”, “Çiftçi Desteklenecek” başlıkları altında sunulmaktadır.

Broşürün ilk sayfası ya da ön yüzü “İşsizlik Bitirilecek” başlığına ayrılmış olup, 12 maddede yapılması planlanan vaatler sıralanmaktadır. Aynı zamanda bu bölümde Cahit Sıtkı Tarancı’ya ait “Memleket İsterim” şiirinin bir bölümü paylaşılmakta ve “Önce

İnsan, Önce Birlik, Önce Türkiye” küçük puntoları ile iç içe “Önce Türkiye” büyük sloganı kullanılmaktadır. Broşürün ikinci sayfasında yukarıda ifade edilen 10 başlık altında 43 vaat ile seçmene mesaj verilmektedir.

Görsel 10. Kasım 2015 Broşür Çalışması

**İşsizlik İttilenecek**

- İş yaşamında güven ve istikrar ortamı sağlanacak, her yıl 1 milyon yeni iş imkanı yaratılacak.
- Merkez Türkiye projesi ile kademeli olacak 2 milyon 200 bin insanın istihdam sağlanacak.
- 800 bin işsizimize istihdam garantisi, 9-12 aylık eğitim kursları verilecek. Kurs boyunca asgari ücret karşılığında ödeme yapılacaktır.
- 200 bin üniversite mezununa bülten ve girişimcilik eğitimi verilecek ve sahibi olmaları sağlanacak.
- Organize Sanayi Bölgelerinde yeni fabrika kurarak nitelikli ara eleman sorunu çözülecek, gençlerimiz OSBlerde iş garantili eğitim verilecek.
- Tamam reformu ile her köyde bir ziraat mühendisi ve/veya veteriner atanacak.
- Atanmayan 350 bin öğretmenin zamanın atılması yapılacak.
- İşsizlik sigorta fonundan yararlanma koşulları kolaylaştırılacak.
- Hedefimiz, bu ülkede yaşayan herkesin aleniyetle çalışarak geçimini sağlamak, refahın faydalanmasıdır.

Buna rağmen değişik nedenlerden dolayı çalışılmayacak yurttaşlarımız için **Aile Sigortası** uygulamaya başlanacak, bu ülkede aç ve açlıkla insan kalmayacak.

- Aile Sigortası** uygulamasında mevcut sosyal yardımlar iki katına çıkarılacak.
- Aile Sigortası**yla hiçbir hânenin geliri aylık 720 TL'nin altında olmayacak. Ayrıca ailede hemde kadın, çocuk, yaşlı, engelli olan genç ve engelli olma durumuna göre ek ödemeler yapılacaktır.
- 20 milyon yoksulda, sosyal devlet olmanın gereğinden doğan bir hak olarak sosyal destek verilecek.

**"Memleket İsteyen, ne bağış der, ne gönüllü hizmet olsun, Kardeş kavgasına nihayet olsun, Memleket İsteyen, yapmamak sevmez gitti gönülden olsun, Öbürsü bir şikayeti, Ümitsizden olsun."**

CHP Genel Başkanı

Bu memleket hepimizin. İnancın, güzel ülkemizin çözümlenecek hiç bir sorunu yok... Her şeyimiz var, kayırdığımız, insan gücümüz, birikimlerimiz, tarihsel mirasımız var. Yeter ki isteyelim, bir ödem, birik çözümler. Yeter ki aidiyetli, hukuklu, heggörüsya, vicdana, sevgiyi, saygıyı kardeşliği bir kenara atmayalım. Yeter ki umutlanmaya çalışan değerlerimize sahip çıkalım.

Biz CHP olarak varız. Her vatandaşımızın derdine derman olacağız. Genç, dinamik, geleceğe umutla bakana helana güvenen, halkta güven veren, kadrolarımızda hazırız. Gerçekçi programımızda bu güzel ülkeyi ayağa kaldırmaya geliyoruz.

Çünkü biz diyoruz ki: **Önce İnsan, Önce Birlik, Önce Türkiye.**

CHP Genel Başkanı **Kemal KILIÇDAROĞLU**

**ÖNCE TÜRKİYE**

**İKİNCİ SINIF DEMOKRASİYE GEÇİLECEK**

- Darbe anayasası değiştirilecek. Özgürlüğe, çoğuluca, güdün ayıktığı ilkesi ve hukukun üstünlüğüne öne alan yeni anayasa hazırlanacak.
- Siyasi partiler yasası seçimi yasaları ve 12 Eylül anketi yönetiminin kalan darbe yasalarının tümü değiştirilecek.
- Yargının bağımsızlığını ve tarafsızlığı esas olacak köklü bir yargı reformu yapılacaktır.
- Siyasi ahlâk yasası çıkarılacak.
- Hede çoğuluğunun içindeki tüm engelleri kaldırarak, medya özgürlüğüne geçilecek.

**"YURTTA BARIŞ ÖNÜYANDA BARIŞ"**

- Kurtuluşuna ve ayırtılmadığına son verilecek.
- Etnik kimliği, inanc ve yaşam tarzı ne olursa olsun tüm yurttaşlarımızın hak ve özgürlükleri güvence altına alınacak.
- Kürt sorunu, eği vatandaşlık temelinde TBMM zeminiinde şeffaf ve demokratik olarak çözülen bir yöntemle çözülecek.

**Eğilim, dayanışma, demokrasi, insan hak ve özgürlükleri ve çoğuluca değerleri ile vatandaşlarımızın güvenliği ve refahını esas alarak rasyonel değ politikalar geliştirilecek.**

- Komünizminde iyilikler kurulacak, barışın tesisi desteklenecek.

**ÖRNEK VE HAÇKA BÖLÜŞEN BİR EKONOMİK DÜZEN KURULACAK**

- Governi yatırım ortamı sağlanacak.
- Her yurttaş, insanca yaşayabileceği düzeyde gelir elde edecek.
- Herkesin temel ihtiyaçlarının sosyal devletin güvencesi altında olduğu bir ekonomik düzen kurulacaktır.
- Ekonomi yakacak katma değeri üretimi, yeniliği, çevreye duyarlılığı ve sürdürülebilirliği hedefleyen bir anlayışla yönetilecek.
- Eğitim reformu ve ekonomide yapısal değişiklikler yapılacak. Türkiye orta teknoloji ve orta gelir tuzайдan kurtulacaktır.

**Asgari Ücret Net 1500 TL Olacak**

- Asgari ücret (azami)deki vergi kalkacak.
- Asgari ücret arttırdıktan kırsal sigorta ve işsizlik sigortası primlerinde herhangi bir artış yapılmayacak, işveren ek maliyet getirilmeyecek.
- Asgari ücret, her yıl enflasyon farkı ve ekonomik iyileşmeye bağlı olarak artacaktır.

**Taşeron İşçilik Sistemi Kaldırılacak**

- Kamuda, albi-yevren ve rcdovans uygulamalarına son verilecek, tüm taşeron işçiler kadrolu olacak.
- Tüm kamu çalışanları geneli toplu sözleşme haklarına kavuşacak.
- Özellikle yapıda bir işçi sağlığı ve iş güvenliği konsorsiyü oluşturulacaktır.
- İş sağlığı ve güvenliği uzmanlarının ücretlerini işverenler değiştireceklerdir. Konsorsiyü oluşturulacaktır.

**İsteyen Herkes Komut Sahibi Olacak**

- Türkinin yapıpacağı sosyal konularda arsa ücreti alınmayacak, maliyet %40 oranında düşülecek.
- Ev sahibi olmayanlar, yaza ve geliri ne olursa olsun, arsa maliyetini peşin, uzun vadeli kredi avantajıyla, aylık 277 TL taksitle ev sahibi olacak.

**Üniversite Gençleri Desteklenecek**

- Maddi imkânları yetersiz olan tüm üniversite öğrencilerine karşılıksız eğitim bursu verilecek.
- Bir yıl içinde, en fazla iki küçük soddaların olduğu, sıcak suya ve geniş bant internet bağlantısı olan yeterli kadar yurt inşa edilecek.
- İhtiyacı olan tüm gençlere, ücretsiz yurt ve geyi işi üyem imkanı sağlanacaktır.
- YOK kaldırılacak, Öğrenciler üniversitelerin yönetiminde söz sahibi olacak.

**Emekliler Hak Ettiklerini Alacak**

- Emekliler, Ramazan ve Kurban bayramlarında birer maaş ikramiye alacak.
- Emeklilerden alınan muayene ve ilaç katkıları kaldırılacak.
- Çalışan emeklilerden kesilen sosyal güvenlik destek primi kaldırılacak.
- Emekliler aramızdaki eşitliği güderek İntibak Yasası derhal çıkarılacaktır.
- Emeklilerde yaşa takılan sorunları çözülecek.

**Esnaf ve Köylülerin Sorunları Çözülecek**

- Esnaf ve Köylüler ödedikleri yıllık vergi ve prim miktarı kadar sifir faizli kredi kullanacak.
- Bilgi teknolojileri alanında yeni kurulan şirketler 3 yıl boyunca gelir vergisinden muaf olacak.
- Bağ-Kur prim borcu olan esnaf sağlık hizmeti almaya devam edecek.

**Organize Sanayi Bölgeleri İçinde Medikal Eğitim Merkezleri ve Medikal Lisansları Açılacak.** Çirak ve kalfaların SGK primleri devlet tarafından ödenecek.

- Bağ-Kur bu ülkede diğer sigortalıların aynı sürede emekli olabilecek ve ayrı maaşı alacak.

**Çiftçi Desteklenecek**

- Tamam sektöründe çalışanların sosyal güvenlik primleri, 30 yaşına kadar devlet tarafından desteklenecek.
- Tevfik edilecek tüm ürünleri bir yıl önceden açıklanacak. Başka geliri olmayan çiftçiyi, hane başına, asgari ücret düzeyinde gelir garantisi sağlanacaktır.
- Aile işletmeleri ve küçük çiftlikleri, ürünlerini doğrudan tüketicilere satmalarını sağlayacak kurumsal düzenlemeler yapılacaktır.
- Geçici tamim işçilerinin sosyal güvenlikli devlet tarafından sağlanacaktır.
- Çiftçi maaşı 1,80 TL'ye alacak.

Kaynak: <http://secim2015.chp.org.tr/>, Erişim: 19.06.2017

Ayrıca kısa bilgileri içeren belge olarak da tanımlanan ve seçim kampanyasında kullanılan “Aile Sigortası”, “Borçlular”, “Çağdaş Kentler”, “Çalışan Kadımlar”, “Çalışanlar”, “Çevre”, “Çiftçiler”, “Çocuklar”, “Eğitim”, “Emekliler”, “Engelliler”, “Esnaf”, “Gençler”, “Hayvancılık”, “Hemşireler”, “İnternet”, “Kadımlar”, “Kürt Sorunu”, “Orman Köylüleri”, “Sağlık”, “Şehit Yakınları”, “Sendikal Haklar”, “Sivil Toplum” ve “Yaşlılar” başlıklarından oluşan 24 adet föy kullanılmıştır. Bu föyler beyannamenin bir özeti şeklinde 2 sayfadan ve vaatlerden oluşan içeriğe sahiptir.

#### 4.2.2.Afişler

CHP 1 Kasım seçim kampanyasında billboard ve raketlerde aday resminin ve bilgilerinin, “Önce İnsan, Önce Birlik, Önce Türkiye” küçük puntoları ile iç içe geçen “Önce Türkiye” büyük sloganının yer aldığı görselleri kullanmıştır. CHP seçim materyalleri arasında ayrıca bir afiş çalışmasına rastlanılmamıştır.

#### 4.2.3. 1 Kasım Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde CHP

1 Kasım Seçimleri kampanya sürecinde CHP'nin Cumhuriyet Gazetesinde 9, Evrensel ve Yeni Çağ Gazetelerinde 2, Hürriyet Gazetesinde 3, Sözcü Gazetesinde ise 5 reklamla toplamda 21 reklamı gazetelerde yer almıştır. 7 Haziran Seçimlerinde olduğu gibi Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerinde CHP'nin reklamının yer almadığı görülmüştür.

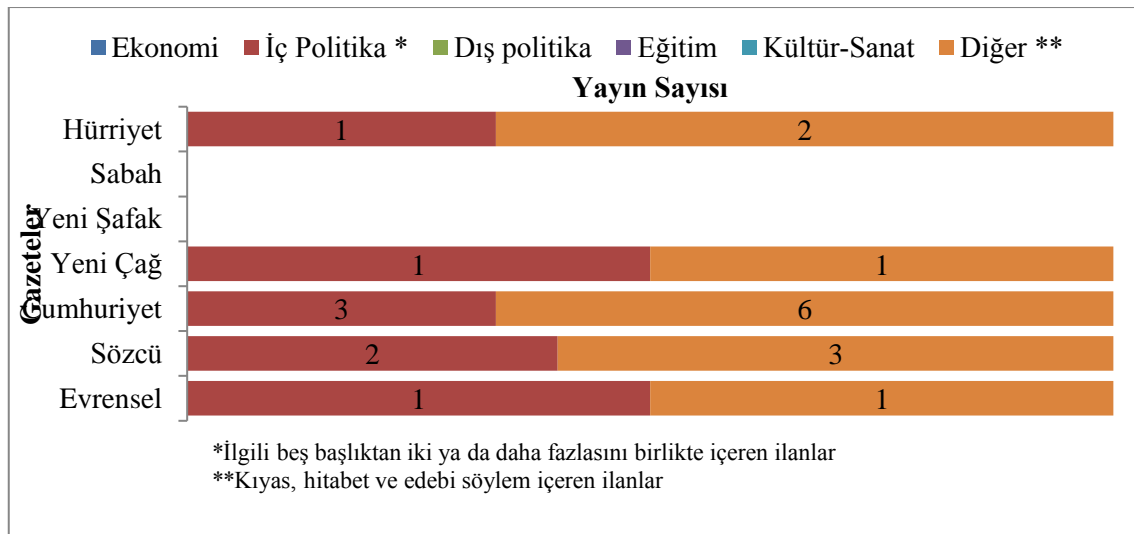
İlanların içeriklerine bakıldığında “Biz Varız Yaparız” ve “Önce Türkiye” sloganlarının kullanıldığı, her vatandaşın derdine derman olunacağı ifade edilerek hazırlanan ilanda CHP iktidarında ilk yüz gün ve ilk bir yıl gerçekleştirilecek vaatler birlikte sunulmaktadır. CHP İktidarında ilk yüz günde yapılacaklar; emeklilere Ramazan ve Kurban Bayramlarında birer maaş ikramiye verileceği, Aile Sigortası Kanununun çıkarılacağı, kamuda taşeron işçiliğe son verilerek mevcut taşeron işçilerin kadroya alınacağı, kredi kartı ve tüketici kredilerindeki faiz borçlarının yüzde sekseninin silineceği, siyasi ahlak yasası çıkarılacağı, TBMM’de Kesin Hesap Komisyonunun kurulacağı, Passolig uygulamasının kaldırılacağı ve üniversite mezunlarının okurken aldıkları kredilerinin ödemesinin iş buluncaya kadar erteleneceği vaatleri sıralanmaktadır.

CHP İktidarında ilk bir yılda yapılacak olanlar; çiftçiye mazotun 1,80 TL’den verilmeye başlanacağı, asgari ücretin vergisi kaldırılarak net 1500 TL’ye çıkarılacağı, esnafın emekli aylığından kesilen sosyal güvenlik destekleme priminin kaldırılacağı, yüzde onluk seçim barajının kaldırılacağı, bir yıl içerisinde öğrencilerin yurt sorununun çözüleceği, teşvik sisteminin değiştirilerek, katma değeri yüksek üretimi özendiren sektörel teşvik politikasının uygulanacağı, vergi ve sigorta prim borcu olmayan KOBİ’lerin ödedikleri vergi ve sigorta primi kadar sıfır faizli krediye erişimini sağlayacak yasal düzenleme yapılacağı ve vahidi fiyat uygulamasına son verilerek orman köylüsünün sigortalı işçi olarak çalıştırılacağı ve emeklilik hakkı elde edeceği vaatleri sıralanmıştır.

7 Haziran genel seçim kampanyasında seçim vaatlerinde her başlık ayrı bir ilana konu olmuşken, CHP 1 Kasım seçim sürecinde vaatlerini tek bir ilanla seçmene sunmayı tercih etmiştir. Ayrıca içerikte vaat olmayan birlik-beraberlik mesajı veren ve seçmene seçime katılarak CHP'ye oy verme çağrısı içeriği olan iki ayrı ilan daha yazılı basında kullanılmıştır.

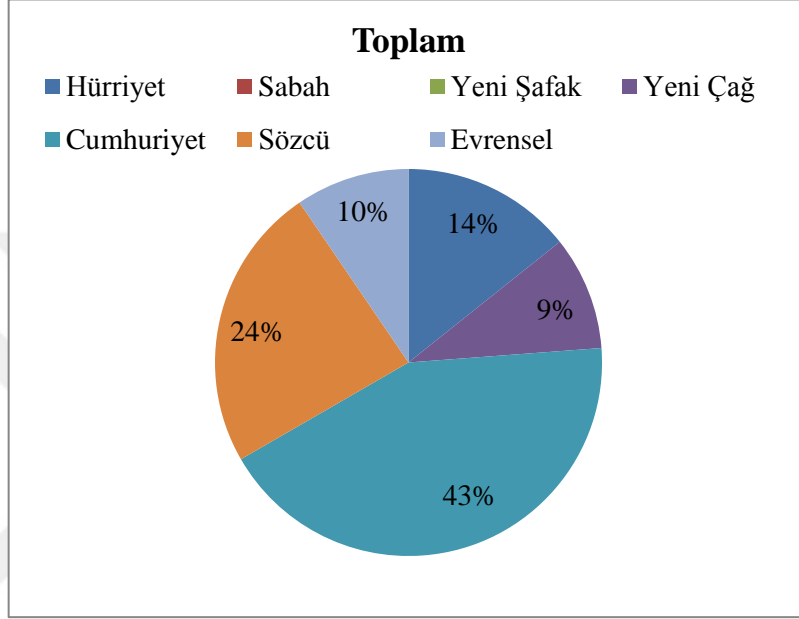
CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nun fotoğrafının kullanıldığı siyah fon içerisinde “Benim bu bitmeyen kavgayla derdim var. Benim bu bitmeyen fakirlikle derdim var. Ve ben yalnız değilim...Huzur ve refah isteyenler çoğunluk bu ülkede.” mesajı ve “Biz varız. Milyonlarız. Birlikteyse, yaparız” sloganının kullanıldığı kampanya materyali ile “Bu Seçime damganı Vur” başlığı, “Güvenliğimizi zaafa uğratana değil, zor zamanlarda bile uzlaşma arayanlara EVET de”, “Yıllardır iktidarda yorulana değil, bu görev için heyecanla çalışana EVET de”, “Umudu kesip seçim günü evde oturma, değişime EVET de” mesajları ve “CHP'ye EVET de” sloganını içeren kampanya materyali kullanılmıştır.

Farklı gazetelere verilen ilanların çeşitliliği açısından incelendiğinde CHP'nin seçmen karşısına 7 Haziran Kampanya sürecinde 13 farklı mesajla çıktığı görülürken 1 Kasım seçim sürecinde 3 farklı görselle seçmene ulaşmaya çalıştığı tespit edilmiştir. Bu planlamada bütçe kısıtlılığının etkisi olabileceği gibi tüm seçmen gruplarını tek bir ilanla yakalama ve etkileme stratejisinin amaçlandığı düşünülebilir. Ancak tekrarlanan seçimde mesaj yoğunluğunun azaldığını ifade etmek gerekmektedir.



Şekil 11. İletki Konuları Başlığında Kasım 2015 Seçimlerinde CHP'nin Reklam Konu Dağılımı

Kasım 2015 Genel Seçimlerinde CHP reklamlarının gazetelere göre dağılımına bakıldığında; % 43 ve % 24'lük oranla Cumhuriyet ve Sözcü Gazetelerine daha fazla reklamın verildiği, Haziran 2015 seçimlerinde olduğu gibi Yeni Çağ, Hürriyet ve Evrensel Gazetelerinin de farklı toplumsal kesimlere ulaşabilmek amacıyla kullanıldığı görülmektedir.

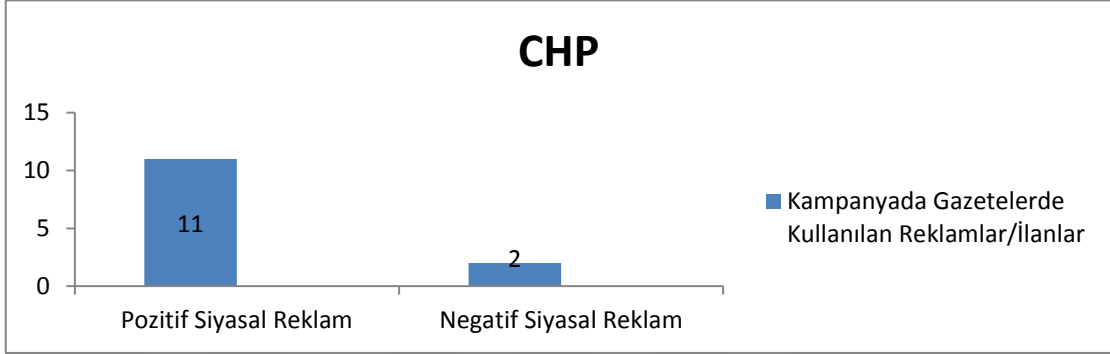


Şekil 12. Kasım 2015 Seçimlerinde CHP Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı

İki kampanya döneminde ortaya çıkan bir başka farklılık ise Haziran kampanyasında lider fotoğrafına çok az yer verilirken Kasım kampanyasında lider fotoğrafının üç materyalden ikisinde kullanıldığı şeklinde karşımıza çıkmaktadır. 7 Haziran seçimlerinde seçmen gruplarına yönelik ayrı ayrı ve mesaj odaklı çalışmalar yürütülürken 1 Kasım seçimlerinde hedef kitlelere yönelik toptancı bir mesaj çalışması ve lider odaklı bir stratejinin benimsendiği anlaşılmaktadır.

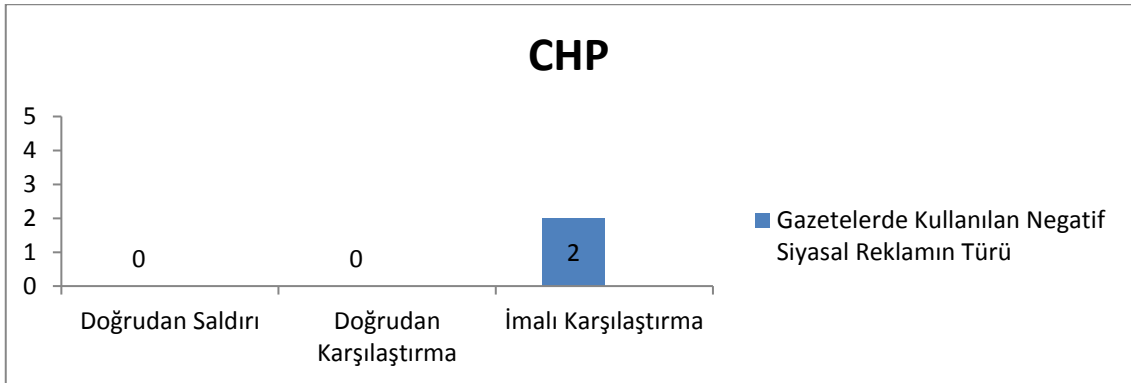
#### 4.3. Haziran ve Kasım 2015 Genel Seçimlerinde Kullanılan İlanların Reklam Türleri Açısından Karşılaştırılması

Haziran 2015 Genel Seçimlerinde kullanılan ilanlar pozitif siyasal reklam ve negatif siyasal reklam ayrımına göre incelendiğinde CHP'nin 13 ilandan 11'ini pozitif siyasal reklam olarak kurguladığı, 2 ilanı ise negatif siyasal reklam kapsamında oluşturduğu görülmektedir.



Şekil 13. CHP'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı İlanların Pozitif/Negatif Siyasal Reklam Dağılımı

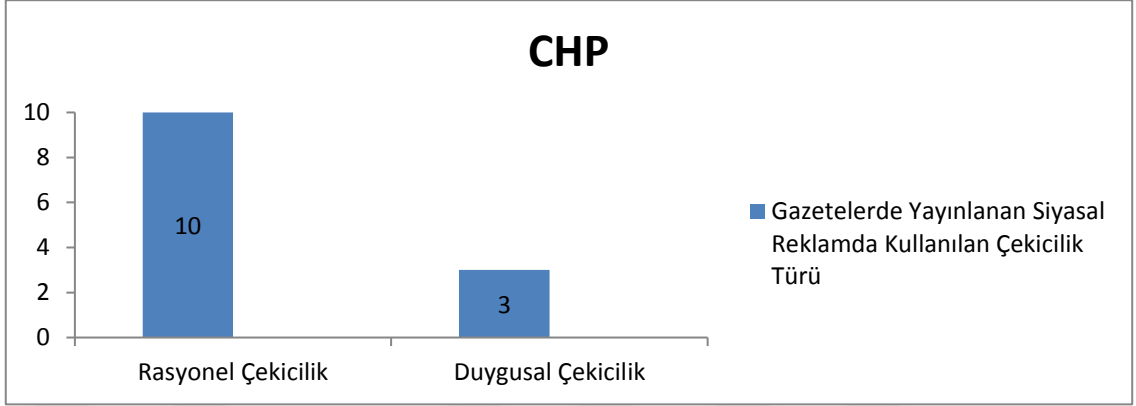
Negatif siyasal reklam kapsamında yapılan ayırmda ise iki ilanın da imalı karşılaştırma reklam türüne girdiği tespit edilmiştir. Negatif siyasal reklamlarda doğrudan saldırı ve doğrudan karşılaştırma türleri kullanılmamıştır.



Şekil 14. CHP'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı Negatif Siyasal Reklamların Dağılımı

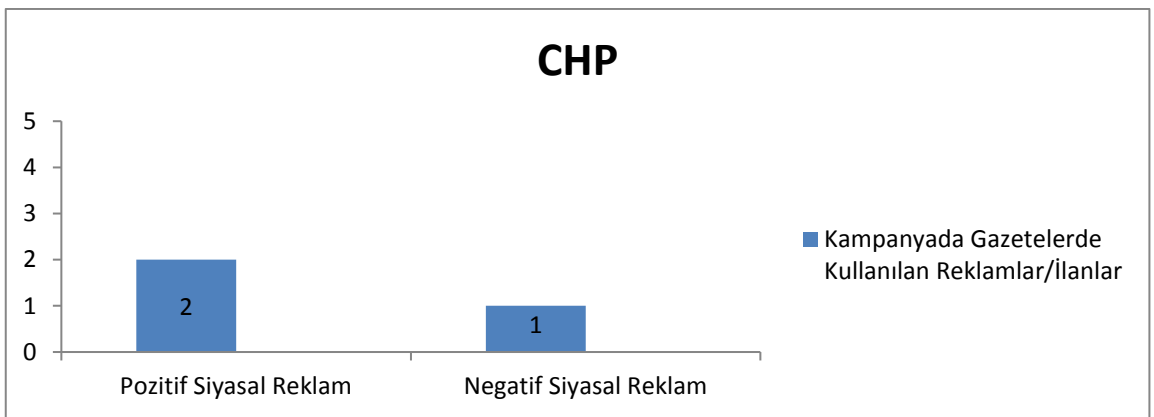


Haziran 2015 Genel seçimlerinde kullanılan ilanlar çekicilik türü açısından incelendiğinde 10 ilanın rasyonel çekicilik türünde, 3 ilanın ise duygusal çekicilik türünde kurgulandığı görülmüştür.



Şekil 15. CHP'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı Siyasal Reklamların Çekicilik Türü Dağılımı

Kasım 2015 Genel Seçimlerinde CHP gazetelere üç farklı ilan vermiş, bunların ikisi pozitif siyasal reklam, biri ise negatif siyasal reklam olarak kurgulanmıştır. Negatif siyasal reklam imalı karşılaştırma olarak kurgulanmış, çekicilik türünde ise ilanların biri rasyonel çekicilik ikisi ise duygusal çekicilik türü kapsamında kurgulanmıştır. Daha önce de ifade edildiği gibi CHP Kasım 2015 Genel Seçimlerine gazetelere verilen ilan sıklığı ve türü açısından Haziran 2015 seçimlerine göre sayısal ve oransal olarak daha az ilanla katılmıştır.



Şekil 16. CHP'nin Kasım 2015 Seçimlerinde Kullandığı İlanların Pozitif/Negatif Siyasal Reklam Dağılımı

## 5. HAZİRAN VE KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİNDE MHP SEÇİM KAMPANYASI

### 5.1. Haziran 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi

MHP'nin 7 Haziran 2015 Genel Seçim Beyannamesinde “Toplumsal Onarım ve Huzurlu Gelecek” başlığı kullanılmış, slogan olarak ise “Bizimle Yürü Türkiye” seçilmiştir. Aziz Türk Milleti hitabıyla başlayan beyannamede Milliyetçi Hareketin, Türkiye'nin millî varlığına ve tarihi misyonuna sahip çıkmanın ve bütün mazlum milletleri kendi ayakları üzerinde başı dik yaşatacak kutsal bir görevin adı olduğuna vurgu yapılarak uygulanacak politika ve projelerle; ekonomide toparlanma ve canlanma, devlet ve yönetimde onarım ve yeniden yapılanma, uluslararası düzeyde saygınlık ve sözü dinlenir olma, karşılıklı güveni esas alan vatandaş odaklı bir yönetim, adaletine inanılan bir yargı sistemi, devlet ve toplum hayatında ahlak ve kalite, üniter milli devlete yönelen bölücü saldırıların hak ettiği karşılığı aldığı, terörün son bulduğu ve asayişin sağlandığı güvenli bir yaşam, temel hak ve özgürlüklerin teminat altına alındığı, hukukun üstünlüğüne dayalı demokratik bir düzen, tesis edileceği ifade edilmektedir ([www.mhp.org.tr](http://www.mhp.org.tr), Erişim: 14.08.2018).

Beynamede ilk 60 sayfalık bölümde; “Akıl Tutulmasından Akıllı Devlete”, “Çağın Dinamiklerine Milli Bakış”, “ ‘Küresel Güç Türkiye’ Vizyonu”, “ İktidar Anlayışımız, Temel Görüş ve Hedeflerimiz” ve “Demokrasi Anlayışımız ve Temel Haklar” başlıkları altında Partinin anlayışı ve temel değerlerine ilişkin bir bilgilendirme sunulmaktadır. Politikalarımız başlığı altında; Adalet, Yolsuzlukla Mücadele, Siyasi ve Ahlaki Yozlaşmanın Önlenmesi, Kamu Yönetimi, Ekonomik Hedef ve Politikalar, Bilim ve Teknoloji, Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Sanayileşme, Küçük ve Orta Boy İşletmeler, Enerji ve Doğal Kaynaklar, Ulaştırma, Tarım, Hayvancılık ve Kırsal Kalkınma, Bölgesel Kalkınma, Esnaf ve Sanatkarlar, İşsizlikle Mücadele, Yoksullukla Mücadele, Sosyal Koruma, Sosyal Güvenlik ve Emekliler, Çalışma Hayatı, Kadın, Çocuk ve Aile, Eğitim ve İnsan Kaynakları, Gençlik, Spor, Kültür ve Kalkınma, Sağlık, Kentleşme ve Konut, Çevre, Turizm, Güvenlik ve Savunma Politikası, Dış Politika, Kamuoyunu Aydınlatma ve Geleceğin Birlikte İnşası alt başlıklarına yer verilmekte ve konularla ilgili vaatler sıralanmaktadır.

Adalet başlığı altında; güçlünün değil haklının korunacağı, hukukun üstünlüğünün hakim kılınacağı, reformlarla adalete güvenin sağlanacağı, milli ve manevi değerleri tahrip eden yasal ve idari düzenlemelerin kaldırılacağı, yargı hizmetinde etkinlik sağlanacağı, yargı bağımsızlığının teminat altına alınacağı, yargıdaki seçimlerin demokratik usullerle yapılacağı, adli yardım uygulamasının etkinleştirileceği ve aile avukatlığı sisteminin oluşturulacağı, kadın, çocuk, engelli ve yaşlılara yönelik şiddet eylemlerinde zaman aşımının kaldırılacağı, kesin hüküm olmadan kimsenin suçlu gösterilmeyeceği, suçluların topluma kazandırılacağı, yargıda ihtisaslaşmanın sağlanacağı, infaz hizmetlerindeki alt yapı eksikliklerinin giderileceği, delillerin kaybolmadan toplanmasının sağlanacağı, yargının iş yükünün azaltılacağı, yargının insan gücü yapısının etkinleştirileceği, infaz koruma memurlarının yıpranma payı haklarının yeniden verileceği, mübaşir, zabıt katibi ve diğer adalet çalışanlarının özlük haklarının yeniden düzenleneceği, adli teşkilatın yeniden yapılandırılacağı, adli tıp'ın dış etkilerden bağımsız bir yapıya dönüştürüleceği ifade edilmektedir.

Yolsuzlukla Mücadele, Siyasi ve Ahlaki Yozlaşmanın Önlenmesi başlığı altında; yolsuzlukla amansız bir şekilde mücadele edileceği, rüşvet ve yolsuzluğu caiz gören anlayışa son verileceği, dürüstlük kültürünün yerleştirileceği, yolsuzluk yapanlardan hesap sorulacağı, Yolsuzlukla Mücadele Kurulu'nun kurulacağı, her alanda etik kuralların hâkim kılınacağı, yolsuzlukla mücadele için eğitim yoluyla bilinçlendirme yapılacağı, yolsuzluğa zemin hazırlayan mevzuatın değiştirileceği, tüketiciyi aldatmaya dönük girişimlerin engelleneceği, tüketici haklarının korunacağı, sağlıklı işleyen sivil toplum ve medya yapısının tesis edileceği, temiz siyaset dürüst yönetimin tesis edileceği, siyasette demokratik standartların esas olacağı, elektronik oy sistemine geçileceği, dokunulmazlıkların kaldırılacağı ve yüce divanın yeniden düzenleneceği, siyasetin finansmanının şeffaflaştırılarak harcamaların denetleneceği ifade edilmektedir.

Kamu Yönetimi başlığı altında; halkın güven duyduğu ve halkına güvenen bir kamu yönetiminin tesis edileceği, katılımcı bir yönetim yaklaşımının benimseneceği, kamunun düzenleme ve denetleme yetkisinin düzenleneceği, hizmet sunumunda vatandaş memnuniyetinin esas olacağı, performans esaslı yönetimin benimseneceği, görev yetki ve sorumlulukla uyumlu bir teşkilatlanmanın oluşturulacağı, kamunun sağlıklı veri toplama kapasitesinin artırılacağı, personel rejiminin yeniden düzenleneceği, kamuda çalışan

taşeron işçiler, 4/c'liler, geçici, vekil ve sözleşmelilerin kadroya geçirileceği, kamu işçilerine naklen atanabilme imkanı verileceği, kamuda eşit değerde iş yapanın eşit ücret alacağı, ücret adaletinin sağlanacağı, şube müdürlerinin ek göstergesinin 3000 yapılacağı, ek ödemelerin emekli aylığına yansıtacağı, emekli ikramiyesinde yıl sınırının kaldırılacağı, kamu çalışanlarına disiplin affı getirileceği, bir derece hakkında yararlanmamış memurlara bir derece verileceği, imam ve müezzini olmayan cami kalmayacağı, vekil imam ve müezzinlere kadro verileceği, kamu görevlerinin nüfuz ve güç aracı olmasının engelleneceği, yerel yönetimlerin hizmet kapasitesinin artırılacağı, hizmet yönünden yerel yönetimin federasyon vb. bölgesel yönetimlere dönüştürülmesine izin verilmeyeceği, büyükşehir sınırını mülki sınır yapan düzenlemenin kaldırılacağı, kapatılan belde belediyeleri, il özel idareleri ve köylerin yeniden kurulacağı, belde ve köy mülki idare temsilciliği oluşturulup vasıflı personel alınacağı, ihtiyar heyeti üyelerine her ay 150 TL huzur hakkı verileceği, muhtarların il genel ve belediye meclislerinde temsilinin sağlanacağı ve il genel ve belediye meclis üyelerinin sosyal güvenceye kavuşturulacağı vaatleri yer almaktadır.

Ekonomik hedef ve politikalar başlığı altında; küresel rekabet gücüne sahip üretim ekonomisinin oluşturulacağı, sürdürülebilir, kapsayıcı ve istihdam dostu bir büyümenin hedefleneceği, makroekonomik hedefleri destekleyici birbirleriyle uyumlu para ve maliye politikasının uygulanacağı, üretimi ve istihdamı artıracak ekonomik program uygulanacağı, yapısal reformlarla desteklenmiş yüksek, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir büyüme ortamının oluşturulacağı, sanayide yeni bir yatırım ve üretim hamlesi başlatılacağı, enflasyonun kalıcı şekilde düşürüleceği ve fiyat istikrarının sağlanacağı, para politikalarında Merkez Bankasının araç bağımsızlığının korunacağı, israf ve usulsüzlüklerin önlenerek mali disipline riayet edileceği, bütçe hazırlama sürecinde TBMM'nin yetki ve sorumluluklarının netleştirilerek Parlamentonun ağırlığının artırılacağı, kamu gelirlerinin kalitesinin iyileştirileceği, adaletli ve etkin bir vergi sisteminin tesis edileceği, üretimi, yatırımı ve etkin kaynak dağılımını sağlayan bir vergi sisteminin oluşturulacağı, firmaların harç ve damga vergisi gibi işlem vergilerinin azaltılacağı, vadeli satışlarda KDV'nin erteleneceği, vergisini düzenli ödeyen vatandaşların ödüllendirileceği, vergi sisteminin basitleştirileceği ve denetimlerin etkinleştirileceği, tüm harcamaların gider konusu yapılabileceği, vergi yükümlüğüne erişimin kolaylaşacağı, kayıt dışılık ve kaçakçılıkla mücadele edileceği, mali

müşavirlerin sorunlarının çözüleceği, kamu yatırımlarında etkinlik, verimlilik ve stratejik önceliğin esas alınacağı, öncelikli yatırım projelerine kaynak tahsis edileceği, gerçeklikten uzak projelerin ayıklanacağı, kamu borçlarının sürdürülebilir seviyede tutulacağı, özel sektörün kur riskini hafifletecek tedbirlerin alınacağı, “Borç Sarmalından Çıkış Projesi” ile vatandaşların borç sorununun çözüleceği, icralık durumundaki kredi ve kredi kartları ödemelerine kolaylık getirileceği, uluslar arası standartlarda sağlıklı işleyen bir finansal sistemin oluşturulacağı, mevduat sigorta sisteminin rekabetçi hale getirileceği, sermaye piyasalarının geliştirileceği, şeffaf ve güvenli bankacılık sisteminin oluşturulacağı, sigortacılık sistemini geliştirecek politikaların uygulamaya konulacağı, dış ticaret açığı ve cari açığın azaltılacağı, yurt içi ara mal üretiminin teşvik edileceği, ihracatta sektör, pazar ve mal çeşitliliğinin sağlanacağı, uluslar arası rekabet gücünü azaltan unsurların ortadan kaldırılacağı, yurt dışında çalışan vatandaşların tasarruflarının ülke ekonomisine kazandırılacağı, doğrudan yabancı sermayenin teşvik edileceği, yatırım işlemlerinin hızlandırılacağı, öngörülebilir kurumsal bir yatırım ortamının oluşturulacağı, makine, teçhizat yatırımları için alınan kredilerin maliyetinin düşürüleceği, ithal edilen bazı malların üretiminin özel bir program kapsamında teşvik edileceği, özelleştirmede halka arz yönteminin esas olacağı stratejik kuruluşların özelleştirilmesinde seçici olunacağı, KİT’lerin karlılık ve verimlilik esasına göre çalışmasının sağlanacağı, ekonomi yönetiminde yeniden yapılanma çerçevesinde Ekonomi ve Hazine Bakanlığı kurulacağı, Strateji ve Politika Geliştirme Müsteşarlığı kurulacağı, düzenleyici ve denetleyici kuruluşların yeniden yapılandırılacağı, koordinasyon sağlamak üzere Ekonomik ve Mali İşler Yüksek Kurulu oluşturulacağı, atıl kaynakların harekete geçirileceği ve göçün önleneceği, birlikte yönetim birlikte üretim kapsamında çalışanların fabrikaya ortak olacağı, sosyal sorumluluk projelerinin destekleneceği vaatleri sıralanmaktadır.

Bilim ve Teknoloji başlığı altında; bilim ve bilim insanına önem verileceği, Bilim, Teknoloji ve İletişim Bakanlığı kurulacağı, bilimsel araştırmalara daha fazla kaynak ayrılacağı, Milli Yenilik Sistemi kurulacağı, Türkiye’nin bilim insanları için cazibe merkezi olacağı, stratejik teknolojilerin destekleneceği, bilimsel ve teknolojik işbirlikleri yapılacağı, sosyal bilimler alanındaki araştırmaların artırılacağı, kamu tedarik politikalarının Ar-Ge’ye dayalı olacağı vaatlerine yer verilmektedir.

Bilgi ve İletişim Teknolojileri başlığı altında; bilgi toplumuna geçişin hızlandırılacağı, ucuz ve hızlı haberleşmenin yaygınlaştırılacağı, “Bilişim Vadisi” projesinin hayata geçirileceği, iletişim üzerindeki vergi yükünün azaltılacağı, herkese “Akıllı Kart” verileceği, bilgi güvenliği denetim sistemi oluşturulacağı, yasal olmayan dinlemelere fırsat verilmeyeceği, sorumlu yayıncılığın esas olacağı, bilişim ve iletişim yatırımlarının özel olarak teşvik edileceği vaatleri sıralanmaktadır.

Sanayileşme başlığı altında; uluslar arası rekabet gücüne sahip bir sanayinin oluşturulacağı, teknolojik değeri yüksek ürünlerin üretilmesinin tercih edileceği, ülkemizin bölgesel ve küresel üretim merkezi yapılacağı, otomotiv üretim ve tasarımında yurt içi katkının artırılacağı, kimya sanayinde ve demir çelikte büyük ölçekli entegre yatırımlar yapılacağı, savunma ihtiyaçlarının ülke sanayinden karşılanmasına öncelik verileceği, etkin sanayi yatırım desteklerinin oluşturulacağı, öncü sektörler belirlenerek, Ar-Ge kaynaklarının öncelikle bu sektörlerle kaydırılacağı, lojistik imkanlar ve yenilikçi sektörlerin geliştirileceği, endüstri bölgeleri ve organize sanayi bölgelerinin destekleneceği, off-set uygulamalarına kolaylık getirileceği ve sanayi bilgi sisteminin oluşturulacağı vaatleri yer almaktadır.

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler başlığı altında; KOBİ’lerin katma değeri yüksek mal ve hizmet üretmelerinin destekleneceği, yenilik stratejisinin uygulamaya konulacağı, kümelenme yaklaşımının benimseneceği, KOBİ’lerin makine teçhizat ve donanım yatırımlarından KDV alınmayacağı, KOBİ’lerin daha kolay finansman bulmalarının sağlanacağı, finansal araçların çeşitlendirileceği ve genişletileceği, KOBİ’lerin her kapasitedeki insan gücü kapasitesinin artırılacağı, küçük sanayi sitelerinin çağdaş bir anlayışla düzenleneceği ve sınır ticaretinin il ekonomilerine katkısının sağlanacağı vaatlerine yer verilmektedir.

Enerji ve Doğal Kaynaklar başlığı altında; milli bir enerji politikasının oluşturulacağı, enerji sektörünün yeniden yapılandırılarak rekabetçi piyasanın güçlendirileceği, enerji borsası oluşturulacağı, milli petrol-gaz şirketleri oluşturulacağı, arama ve üretime hız verileceği, enerji diplomasisinin geliştirileceği, prestijli yatırım projelerinin gerçekleştirileceği, aylık 200 kWh’ın altında elektrik tüketen ailelere % 75 indirim uygulanacağı, vatandaşın elektrik kayıp-kaçak bedelinin alınmayacağı, ülkemizin hassas nükleer enerjiye sahip olmasının sağlanacağı, enerji verimliliğinin milli

enerji politikasının temel ve etkin bir bileşeni olacağı, yenilenebilir enerjinin bir strateji kapsamında destekleneceği, su kaynaklarının ekosisteme duyarlı bir anlayışla yönetileceği ve madenlerimizin yüksek katma değerli ürünlere dönüştürüleceği vaatleri bulunmaktadır.

Ulaştırma başlığı içerisinde; hızlı, güvenli ve düşük maliyetli bir ulaştırma sisteminin tesis edileceği, kombine taşımacılığın geliştirileceği, Çanakkale Boğaz Geçişi projesinin gerçekleştirileceği, demiryolu ağının yaygınlaştırılacağı ve teknolojisinin yenileneceği, hızlı trenin ülke sathına yaygınlaştırılacağı, deniz taşımacılığının güçlendirileceği, sivil havacılığın geliştirileceği, yolcu ve kargo kapasitesinin artırılacağı, lojistik merkezlerin kurulacağı ve büyükşehirlerde kent içi ulaşım projelerinin geliştirileceği vaatlerine yer verilmektedir.

Tarım, Hayvancılık ve Kırsal Kalkınma başlığı altında; tarım sektörünün rekabet gücü yüksek bir yapıya kavuşturulacağı, tarımda modern işletmeciliğe dönüşümün sağlanacağı ve teknolojinin yoğun kullanılacağı, tarımsal piyasalarda denetimin etkinleştirileceği, amaç dışı kullanım ve kaçakçılığın önleneceği, gıda güvenliği ve güvenilirliğinin çağdaş normlara ulaştırılacağı, üretici birliklerinin güçlendirileceği, çiftçinin bilinçlendirileceği, yüksek kalitede fide ve fidan üretiminin destekleneceği, tarımsal desteklerin artırılacağı, hazine arazilerini kiralayan çiftçilerin desteklerden yararlandırılacağı, temel tarımsal girdilerin üzerindeki vergilerin kaldırılacağı, mazotun 1 Lira 75 Kuruş yapılacağı, tarımda marka ürünler geliştirileceği, tarımda arz fazlası ürünlere ihracat ve pazarlama desteği sağlanacağı, 'Tarım Kentleri' kurulacağı, vadeli işlem borsası ve ürün sigorta sisteminin etkinleştirileceği, hayvancılık desteklerinin artırılacağı, entegre hayvancılık organize bölgesinin oluşturulacağı, kredilerde ipotek sorununun çözüleceği ve dosya masrafı alınmasının önleneceği, hayvancılıkta hibe programlarından yararlanılmasının kolaylaştırılacağı, yurtiçi belgeli damızlık hayvan yetiştirilmesine önem verileceği, tarımla ilgi kurumsal yapının yeniden düzenleneceği, ormanların korunacağı ve orman köylülerinin mağduriyetlerinin giderileceği, 2/B sorununun adil ve hakkaniyete uygun bir şekilde çözüme kavuşturulacağı, kırsal kalkınma programı uygulanacağı, her köye kamu görevlisi atanacağı ve köy kalkınma planları yapılacağı, merkez köyler oluşturulacağı, köy sosyal yaşam üniteleri geliştirileceği vaatleri sıralanmaktadır.

Bölgesel Kalkınma başlığı altında; ülke genelinde bölge planları ve il gelişme planları hazırlanacağı, her il ve ilçe için hedef sektörler belirlenerek yöreye özgü mikro kalkınma projelerinin hayata geçirileceği, il yatırım ve kalkınma ofislerinin kurulacağı, özel sektör için uygun yatırım ortamı oluşturulacağı, girişimci ile üniversite arasında etkin bir işbirliğinin geliştirileceği, sektörel cazibe merkezlerinin oluşturulacağı ve bölgesel kalkınma projelerinin hızla tamamlanacağı vaatlerine yer verilmektedir.

Esnaf ve Sanatkar başlığı altında; esnaf ve sanatkar kesiminin faaliyetlerinin destekleneceği, AVM Yasasının esnafın haklarını koruyacak şekilde yeniden düzenleneceği, esnaf ve sanatkarın uygun krediye ve dış pazara erişiminin kolaylaştırılacağı, sadece esnaf ve sanatkara özgü destek programı uygulamaya konulacağı, çıraklık eğitimi ve mesleki eğitimi özendirilen özel destekler uygulanacağı, yeni işyeri açan esnafa beş yıl süreyle vergi ve prim avantajı sağlanacağı, esnafın gelirinin vergilendirilmesinde asgari geçim indiriminin uygulanacağı, şoför esnafının yenilemek için alacağı ticari araçtan vergi alınmayacağı, kamyon, otobüs, dolmuş ve taksi şoförlerine yıpranma payı verileceği, yük ve yolcu taşımacılığı yapan esnafa vergisiz akaryakıt verileceği, yetki belgeleriyle ilgili uygulamalar ve ücretlerin yeniden belirleneceği, korsan taşımacılığa fırsat verilmeyeceği, esnaf ve sanatkarın geçmiş hizmetlerine borçlanma hakkı verileceği ve esnaf ve sanatkarın emekli aylıklarından sosyal güvenlik destek priminin kesilmeyeceği vaatleri sıralanmaktadır.

İşsizlikle mücadele başlığı altında; rant ekonomisinden üretim ekonomisine geçileceği, istihdam dostu yatırımlar ve yerli girdi kullanımının özendirileceği, dezavantajlı grupların işveren sigorta priminin devlet tarafından karşılanacağı, bürokratik işlemlerin sayısının azaltılacağı ve süresinin kısaltılacağı, yeni istihdamın özendirileceği, işgücünün istihdam edilebilirlik düzeyinin geliştirileceği, iş ve meslek danışmanlarına istihdam imkanları getirileceği, aktif işgücü programlarının etkinleştirileceği ve yaygınlaştırılacağı ve meslek okulları, sanayi ve KOBİ'ler arasında sıkı bağ kurulacağı vaatlerine yer verilmektedir.

Yoksullukla Mücadele başlığı altında; güçlü üretim ekonomisinin tesis edileceği, orta direğin canlandırılacağı, yoksulların üretici konumuna yükseltileceği, sosyal refahı artıracak destekleyici düzenlemeler yapılacağı, hiç kimsenin aç ve açıkta bırakılmayacağı ve sosyal dayanışmanın güçlendirileceği ifade edilmektedir.



Sosyal Koruma başlığı altında; Sosyal yardım ve destekler, Gaziler, şehit yakınları ve maluller, Yaşlılar ve Engelliler olmak üzere dört alt başlık belirlenmiş ve bu alt başlıklar altında vatandaşın aldığı sosyal yardım ve desteklerin kesilmeyeceği, muhtaç ailelere iş imkanı ya da 700 TL aile desteği verileceği, 65 yaş aylığının artırılacağı, yaşlı olana sosyal bakım yardımı verileceği, kamu arazilerinin yoksul vatandaşlara üretim ve istihdam amaçlı verileceği, terörden mağdur olana vatandaşa yardım yapılacağı, şartlı eğitim ve sağlık yardımının artırılacağı, dar gelirli ailelerin elektrik giderlerinin karşılanacağı ve beslenme yardımının verileceği, muhtaç durumdaki engelli aylıklarının yükseltileceği, muhtaç ailelere HİLALKART verileceği, yetim ve öksüz çocuklara aylık 100 TL verileceği, sosyal hizmet ve yardımlarda hak arama imkanı verileceği, vazife malullerinin mağduriyetinin giderileceği, gazilere 3600 günde emekli olma hakkı verileceği, şeref aylığının artırılarak tüm gazilere aynı tutarda verileceği, şehit yetimlerinin hepsine iş hakkı verileceği, şehit ve gazi çocuklarının anne veya baba mesleğine doğrudan girişinin sağlanacağı, şehit ve gazi çocuklarının her kademedeki eğitimlerini devletin üstleneceği, hiçbir yaşlının aç, açıkta ve muhtaç durumunda bırakılmayacağı, yaşlılara çağdaş standartlarda sağlık, bakım ve yardım hizmetinin sunulacağı, yaşlıların bilgi ve deneyimlerinin topluma aktarılacağı, engellilerin toplumla bütünleşmesinin sağlanacağı, engelli bakım hizmetlerinin sosyal bir hak olarak kabul edileceği, engellilere işe yerleştirmelerde öncelik verileceği, engelli kotalarının doldurulacağı, epidemiyolojik hastalıkların önleneceği, engellilere araç-gereç desteği verileceği, yerleşimlerin engellilerin erişebileceği şekilde düzenleneceği, engellilere ve yaşlılara muhtaç aylığı bağlanmasında kendi gelirinin esas alınacağı ve doğuştan ya da işe girmeden engelli olanların malul şartlarından yararlanacağı vaatlerine yer verilmektedir.

Sosyal Güvenlik ve Emekliler başlığı altında; çağdaş normlarda sürdürülebilir sosyal sigorta sisteminin tesis edileceği, hızlı, etkili, erişilebilir hizmet sunan bir sistemin oluşturulacağı, emeklilikte yaşa ve prim gün sayısına takılanların mağduriyetlerinin giderileceği, staj ve çıraklık sürelerine borçlanma imkanı verileceği, emeklilere iki aylık asgari ücret tutarında emekli destek ödeneği verileceği ve emekli aylığı zammının tüketim kalıplarına göre özel bir endeksle belirleneceği vaatleri sıralanmaktadır.

Çalışma Hayatı başlığı altında; hakların dengeli bir şekilde korunduğu çalışma hayatı tesis edileceği, net asgari ücretin 1400 Liraya çıkarılacağı, köleliği andıran işçi çalışma düzenine son verileceği, kamuda çalışan taşeron işçilerin kadroya geçirileceği, geçici ve mevsimlik işçilerin mağduriyetlerinin giderileceği, mevsimlik tarım işçilerin yaşadıkları sorunların çözüme kavuşturulacağı, sigortasız çalışmanın önleneyeceği, sendikal hakların çağdaş normlara uygun hale getirileceği, meslek standartları sisteminin etkinleştirileceği, yurt dışındaki vatandaşlarımızın sorunlarının giderileceği ile iş kazalarının önleneyeceği, iş sağlığı ve güvenliğinin ön planda tutulacağı vaatleri bulunmaktadır.

Kadın, Çocuk ve Aile başlığı altında; kadının konumu ve aile kurumunun güçlendirileceği, her ailenin yeterli ve sürekli bir gelire sahip olmasının sağlanacağı, toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarına önem verileceği, kadının toplumdaki konumunun güçlendirileceği, kadınların istihdam edilebilirliklerinin geliştirileceği, kadınlara yönelik şiddet ve ayrımcılığın son bulacağı, şiddete maruz kalan kadınlara adli yardım desteği sağlanacağı, dava zaman aşımının uygulanmayacağı, girişimci kadınlara % 50'si hibe olmak üzere finans desteği verileceği, evlerdeki eski eşyaların teknolojik ürünlerle yenilenmesine vergi kolaylığı getirileceği, çocukların geleceklerinin teminat altına alınacağı, çocukların her türlü zararlı yayınlara karşı korunacağı ve her türlü çocuk istismarının önleneyeceği, çocuğa karşı suçlarda cezaların ağırlaştırılacağı zaman aşımının uygulanmayacağı vaatleri sıralanmaktadır.

Eğitim ve insan kaynakları başlığı altında; demokrat ve erdemli nesiller yetiştirileceği, Türkçenin iyi öğretilmesine izin verileceği, eğitim sisteminin yeniden yapılandırılacağı, sınıf mevcutlarının 25 öğrencinin altına indirileceği, okul öncesi eğitimin temel eğitim kapsamına alınacağı, milli ve manevi içerik zenginliğine sahip araç ve gereçlerin kullanılacağı, öğrencilere bilgisayar destekli tanıma ve yönlendirme hizmeti verileceği, üstün zekalı-yetenekli çocukların eğitimlerine özel önem verileceği, mesleki eğitime ağırlık verileceği, hayat boyu öğrenme anlayışının hakim kılınacağı, Yurt dışındaki Türk çocuklarına milli kimliklerini koruyan bir eğitimin sağlanacağı, orta öğretimde program türünün esas alınacağı, üniversiteye giriş sınavının kaldırılacağı, yüksek öğretimde dünya üniversiteleriyle rekabet edilebilir seviyeye gelineceği, yükseköğretim sisteminin demokratikleştirileceği, öğretmenlere 3600 ek gösterge

verileceği, öğretmenlerin ek ders ücretleriyle tazminatlarının yükseltileceği, atanmayı bekleyen öğretmenlerin tamamının kademeli olarak atanacağı ve eğitim destek hesabı oluşturulacağı vaatleri yer almaktadır.

Beyannamede gençlik başlığı altında; geleceğin teminatı olan gençlere çağdaş imkanlar sunulacağı, gençlerin çağın şartlarına, ekonomik ve sosyal hayata hazırlanmasına önem verileceği, her öğrenciye 10 bin liraya kadar yüksek öğrenim kuponu verileceği, diplomalı işsizliğin önleneceği ve iş bulmanın tesadüflere bırakılmayacağı, yeterli barınma imkanı sağlanarak hiçbir öğrencinin açıkta bırakılmayacağı, evlenen gençlere 10 bin TL faizsiz ve 2 yıl vadeli evlilik kredisi verileceği, engelli gençlerin eğitimlerine devam edebilmeleri için fiziki ve sosyal çevrenin oluşturduğu engellerin ortadan kaldırılacağı, çalışan gençlere mesleki ve teknik eğitim verileceği, işsiz ve geliri olmayan gençlerin ailelerinin sigortasından yararlandırılacağı, gençliğin milli değerlerle donatılmasının sağlanacağı, gençlerin kötü alışkanlıklardan korunacağı, gençlik merkezleri kurulacağı, gençliğe idealist rol modeller sunulacağı ve yurt dışında yaşayan Türk gençliği için gençlik kampları oluşturulacağı vaatlerine yer verilmektedir.

Spor başlığı altında; her alanda sporcu yetiştirmek için gerekli alt yapının tesis edileceği, Türk Sporunu Geliştirme projesinin hayata geçirileceği, spor etiğiyle bağdaşmayan durumlarla mücadele edileceği, geleneksel sporların geliştirileceği, sporcu sağlığına özen gösterileceği, spor tesislerinin tam kapasite kullanılacağı, sporun tüm branşlarına katılımın artırılacağı, atanamayan beden eğitimi öğretmenlerine yeni istihdam alanlarının açılacağı, Türk dünyası dostluk ve kardeşlik oyunlarının düzenleneceği ve spor kulüpleri yasasının çıkarılacağı vaatleri bulunmaktadır.

Kültür ve Sanat başlığı altında; Türkçenin yaygın, doğru ve güzel kullanımının sağlanacağı, Türk kültür merkezlerinin yaygınlaştırılacağı, milli kültürün korunacağı, geliştirileceği ve tanıtılacağı, 'Milli Kültür Endüstrisi' oluşturulacağı, sanata ve sanatçıya önem verileceği, Milli birlik ve bütünlük projesi gerçekleştirileceği, tarihi ve kültürel müştereklerin öne çıkarılacağı, tarihi eserlerin topluma kazandırılacağı, yurt dışındaki vatandaşların Türkiye ile bağlarının güçlendirileceği ve 'Milli Çizgi Film' endüstrisinin geliştirileceği vaatleri sıralanmaktadır.

Sağlık başlığı altında; hayatı anlamlı ve değerli kılan bir sağlık sisteminin tesis edileceği, koruyucu ve temel sağlık hizmetlerinin ücretsiz sunulacağı, koruyucu sağlık programlarının uygulamaya konulacağı, hastanelerin yönetim kapasitesinin geliştirileceği, hastanelerin tam gün – tam kapasite çalışacağı, sağlıkta istihdam karmaşasının sona ereceği vekil ve sözleşmelilerin kadroya alınacağı, sağlık çalışanlarının ek ödemelerinin emekliliklerine yansıtılacağı, sağlık çalışanlarına yönelik şiddetin önleneyeceği, özel sağlık kurumlarının teşvik edileceği, sağlık harcamalarında vatandaşın yükünün hafifletileceği, ilaç, aşı, serum ve tıbbi cihaz üretimine destek verileceği, tıp eğitiminde çağdaş standartların yakalanacağı, acil yardım hizmetlerinin etkinleştirileceği ve e-sağlık bilgi sisteminin oluşturulacağı vaatlerine yer verilmektedir.

Kentleşme ve Konut başlığı altında; sağlıklı, yaşanabilir, doğayla uyumlu kentler kurulacağı, üst ölçekli planlar yapılarak yerleşim alanlarının belirleneceği, alt yapısı tamamlanmış konut ve sanayi bölgeleri oluşturulacağı, kentlerde dikey yapılanmanın durdurulacağı, imar rantının peşkeş çekilmesine son verileceği, herkesin insanca yaşayabileceği bir konuta sahip olacağı, konut üretim süreçlerinin etkin bir denetime tabi tutulacağı, afetin etkisini en aza indirebilecek tedbirlerin alınacağı, afet farkındalığının oluşturulacağı ve kentsel dönüşüm sürecinin her aşamasında yerleşim yeri sakinlerinin söz hakkının olacağı vaatleri bulunmaktadır.

Çevre başlığı altında; insanların temiz ve sağlıklı bir çevrede yaşamalarının sağlanacağı, doğa, tarihi ve kültürel değerlerin korunacağı, çevre duyarlılığının kazandırılacağı, çevre zabıtası, çevre ihtisas mahkemesi ve çevre bilgi sisteminin oluşturulacağı, bütüncül çevre politikalarının izleneceği, biyolojik çeşitliliğin korunacağı, su kaynaklarının kullanımında etkinlik sağlanacağı ve yaban hayatının korunmasına özen gösterileceği vaatlerine yer verilmektedir.

Turizm başlığı altında; turizm çerçeve kanununun çıkarılacağı, Türk turizminin özgünlüğünün korunacağı, dört mevsim turizm potansiyelinin hayata geçirileceği, müşteri çeşitlendirmesine gidileceği, alternatif turizm zenginliğinin sağlanacağı ve serbest sağlık turizminin yaygınlaştırılacağı vaatleri sıralanmaktadır.

Güvenlik ve Savunma Politikası başlığı dört alt başlıkla şekillendirilmiş ve asayişin tesisi, terörle mücadele, savunma politikası, güvenlik birimleri ve güvenlik çalışanları

başlıkları altında; toplumsal huzur ve güvenin tesis edileceği, önleyici kolluk hizmetine ağırlık verileceği, kaçakçılık ve göç nedeniyle oluşan güvenlik zaafının giderileceği, trafik kazasına sebep olan faktörlerin giderileceği, milletin terör belasından kurtarılacağı, terörle mücadelede vatandaşla teröristin birbirinden ayrılacağı, terörü destekleyen iç ve dış unsurlarla etkin mücadele edileceği, terörle mücadelenin başka ülkelerin inisiyatifine bırakılmayacağı, terörle mücadelede etkili yöntemlerin uygulanacağı, halkla ilişkilere ve toplumsal bilinçlendirme faaliyetine önem verileceği, terörle müzakereye derhal son verileceği, terörün uluslar arası desteğinin engelleneceği, vatandaşların bölücü örgütün tasallutundan kurtarılacağı, güçlü ve caydırıcı ordunun tesis edileceği, yerli savunma sanayinin geliştirileceği, savunma sanayinin stratejik bir sektör olarak ön plana çıkarılacağı, havacılık ve uzay kurumunun kurulacağı, savuma sanayisinin teknoloji üreten bir yapıya kavuşturulacağı, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin saygınlığının korunacağı yönetim yapısının etkinleştirileceği, siber savaş ve elektronik güvenlik komutanlığının kurulacağı, güvenlik birimleri arasında etkili bir eşgüdümün sağlanacağı, güvenlik personelinin mali ve sosyal hakları ile çalışma şartlarının iyileştirileceği, polislerin ek göstergelerinin 3600'e yükseltileceği, emniyet çalışanlarının çalışma şartları ve özlük haklarının iyileştirileceği, özel güvenlik görevlilerinin en az 2100 TL aylık almalarının sağlanacağı, astsubayların intibaklarının yapılacağı, haklarının verileceği ile uzman jandarma ve uzman erbaşların tüm mağduriyetlerinin giderileceği vaatleri sıralanmaktadır.

Dış Politika başlığı Dış Politika Anlayışımız, Temel İlke ve Hedeflerimiz, Huzurun ve İstikrarın Teminatı 'Bölgesel Lider' Türkiye, Uluslar arası barış ve Adaletin Savunucusu 'Küresel Güç' Türkiye, Türk Dünyası İle ilişkiler, Kıbrıs, Avrupa Birliği, Amerika Birleşik Devletleri, Rusya Federasyonu ve Yükselen Güçler olmak üzere dokuz alt başlık altında kurgulanmış ve bu başlıklar altında; onurlu, basiretli, çok yönlü 'milli çıkar odaklı' bir dış politikanın izleneceği, meşruiyetin yanında olunacağı, bölgesel sorunların çözülmesi, barış, güvenlik ve istikrarın temini için gayret edileceği, uluslararası işbirliğine önem veren etkin bir dış politikanın izleneceği, Türk dünyasının dış politikanın ayrıcalıklı ilgi alanı olacağı, siyasi çözüm adı altında Kıbrıs Türklüğünün haklarından feragat edilmeyeceği, AB'nin Türkiye için kader meselesi olarak görülmeceği, ABD ile ilişkilerin eşitlik ve karşılıklılık temelinde yürütüleceği, bölgesel sorunların çözümünde Türkiye ile Rusya'nın işbirliğinin belirleyici unsur olacağı ve

dünya siyasetinde önemi artan ülkelerle hangi coğrafyada olursa olsun yeni işbirliklerinin geliştirileceği vaatleri sıralanmaktadır.

Kamuoyunu Aydınlatma başlığı altında; kamuoyunun her zaman ve her konuda doğru bilgilendirileceği, vatandaşların doğru bilgi alma haklarının önündeki kısıtların kaldırılacağı, güçlü ve sağlıklı bir halkla ilişkiler düzeninin oluşturulacağı ve kamuoyunu yanıltma amaçlı bilgilendirme anlayışının ortadan kaldırılacağı vaatlerine yer verilmektedir.

Haziran 2015 Genel Seçim Beyannamesi 'Geleceğin Birlikte İnşası' başlığını taşıyan dört sayfalık bir sunuşla sona ermektedir. 256 sayfalık seçim beyannamesi genel olarak değerlendirildiğinde toplumsal hayatı ve çalışma hayatını ilgilendiren konularda ve tüm toplumsal kesimlere yönelik bir kampanya bildirgesinin ortaya konulduğu söylenebilir.

#### **5.1.1. Broşürler**

7 Haziran 2015 Genel Seçim Kampanyasında MHP'nin 5 sayfadan oluşan bir el ilanı ile 48 sayfadan oluşan bir broşürü kampanya materyalleri arasında kullandığı görülmektedir. Beyannamenin bir özeti niteliğinde hazırlanan ve "Bizimle Yürü Türkiye" sloganıyla desteklenen 48 sayfalık broşürde; 'Demokrasi, Adalet ve Özgürlükler', 'Yolsuzlukla Mücadele ve Yozlaşmanın Önlenmesi', 'Kamu Yönetimi', 'Üreten Ekonomi', 'Ekonomik Hedef ve Politikalar', 'Bilim ve Teknoloji', 'Bilgi ve İletişim Teknolojileri', 'Sanayileşme', 'Kobiler', 'Enerji ve Doğal Kaynaklar', 'Ulaştırma', 'Tarım, Hayvancılık ve Kırsal Kalkınma', 'Esnaf ve Sanatkar', 'İşsizlikle-Yoksullukla Mücadele ve Sosyal Koruma', 'Sosyal Güvenlik ve Emekliler', 'Çalışma Hayatı', 'Kadın, Çocuk ve Aile', 'Eğitim ve İnsan Kaynakları', 'Gençlik', 'Spor, Kültür ve Sanat', 'Sağlık', 'Kentleşme ve Konut', 'Çevre', 'Güvenlik ve Savunma' ve 'Dış Politika' başlıklarından oluşmaktadır. Beynamede yer alan vaatler seçmen kitlesinin dikkatini yakalayacak şekilde özetlenerek broşürde sunulmaktadır. Adalet sisteminin güçlü yerine haklıyı koruyacağı ifade edilen ilk başlıkta kamuda çalışan avukatlara 3600 ek gösterge verilmesi ve infaz koruma memurlarına yıpranma payı hakkı sağlanacağı vaat edilmektedir. Yolsuzlukla mücadele ve yozlaşmanın önlenmesi başlığı altında milletvekili dokunulmazlığının kürsü dokunulmazlığı ile sınırlandırılacağı ve 17-25 Aralık tarihlerinin yolsuzlukla mücadele haftası olarak ilan edileceği ifade edilmektedir.

Kamu Yönetimi başlığı altında kamuda çalışan geçici, sözleşmeli, taşeron 4/b vb. tüm çalışanların kadroya geçirileceği söz verilmektedir. Ayrıca bu başlık altında kapatılan belde belediyelerinin, il özel idarelerinin ve köylerin yeniden açılacağı, şube müdürlerinin ek göstergelerinin 3000 yapılacağı ve ihtiyar heyeti üyelerine aylık 150 TL verileceği de yer almaktadır. Üreten ekonomi başlığı altında MHP modeli sunulmakta ve bu model içerisinde üretim, küresel rekabet gücü, hakkaniyetli paylaşım ve kaynakta etkinlik başlıklarıyla amaçlananlar anlatılmaktadır. Ekonomik hedef ve politikalar başlığı altında tüm çalışanların gelirlerinin asgari ücret kadar olan kısmının vergi dışı bırakılacağı ve 'Borç sarmalından çıkış projesi' ile vatandaşların tüm borçlarının yapılandırılarak kolaylıklar getirileceği vaat edilmektedir. İlgili başlık altında tüm vergilerle ilgili vatandaş lehine yapılacak düzenlemelere yer verilmektedir. Bilim ve teknoloji başlığı altında Milli Teknoloji Üretim Merkezi 'Bilge Kent' ile Türk Dünyasının bilimsel araştırma merkezi niteliğinde "Ankara Temel Araştırmalar Merkezi (ATAM)"ın kurulacağı belirtilmektedir.

Bilgi ve İletişim teknolojileri başlığı altında yasal olmayan dinlemelere fırsat verilmeyeceği, sanayileşme başlığı altında ise savunma ihtiyaçlarının ülke sanayiinden karşılanmasına öncelik verileceği vurgusuna yer verilmektedir. Diğer başlıklar altında öne çıkarılan vurgulara bakıldığında Kobiler başlığı altında Kobilerin kolay finansman bulmalarının sağlanacağı, enerji ve doğal kaynaklar başlığı altında elektrikten kaçınma bedelinin alınmayacağı, ulaştırma başlığı altında kent içi ulaşımında toplu taşımaya öncelik verilerek, belediyelerin metro gibi büyük yatırımlarının destekleneceği, tarım hayvancılık ve kırsal kalkınma başlığı altında mazot, gübre, ilaç, tohum ve yem gibi temel girdiler üzerinden ÖTV ve KDV'nin kaldırılacağı vaat edilmektedir. Bu başlık altında ayrıca mazotun 1.75 TL olacağı vaadi de yer almaktadır. Esnaf ve sanatkâr başlığı altında şoför esnafının yenilemek için alacağı ticari araçtan vergi alınmayacağı ve esnaf ve sanatkarların, emekli aylıklarından sosyal güvenlik destek primi ( SGDP ) kesilmeyeceği ifade edilmektedir. Diğer başlıklarla ilgili öne çıkarılan vurgulara bakıldığında; her ne ad altında olursa olsun sosyal yardım alan hiçbir vatandaşın aldığı yardım ve desteğin kesilmeyeceği ve iktidar olduğunda devam edeceği, evi olmayan muhtaç ailelere 250 TL kira yardımı yapılacağı, muhtaç ailelere temel ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri hilalkart verileceği, muhtaç ailelere 700 TL aile desteği verileceği, bütün şehit çocuklarına iş hakkı verileceği, emeklilikte yaşa ve prim gün sayısına takılanların

mağduriyetinin giderileceği, asgari ücretin 1400 lira olacağı, toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarına önem verileceği, aile birliğinin korunması için eşlerin aynı il içerisinde görev yapmasının sağlanacağı, çocuklara dini inanç, etnik köken ve felsefi düşüncelerine bakılmaksızın fırsat eşitliği sağlanacağı, üniversiteye giriş sınavının kaldırılacağı ve yerine fırsat eşitliği ve adaleti gözetilen üniversiteye geçiş sistemi konulacağı, evlenen gençlere 10 bin TL faizsiz ve 2 yıl vadeli evlilik kredisi verileceği, “spor parkları” projesi ile çocukların güvenle ve bilinçli spor yapabilmelerinin sağlanacağı, sanatçının her yaşında ve her devrinde korunacağı, Diyanet İşleri Başkanlığının Alevi İslam inancını da bünyesinde temsil edecek şekilde yeniden yapılandırılacağı, koruyucu ve temel sağlık hizmetlerinin ücretsiz olarak sunulacağı, hastanelerde çalıştırılan tıp fakültesi son sınıf öğrencilerinin sosyal güvenlik kapsamına alınacağı ve asgari ücretin yarısından az olmamak üzere ücret ödemesi yapılacağı, imar rantının vergilendirilmesi sağlanarak peşkeş çekilmesine son verileceği, çevre denetiminde etkinliği sağlamak amacıyla çevre zabıtası ve çevre ihtisas mahkemeleri kurulacağı, terörle müzakereye derhal son verileceği, üniversite veya yüksekokul mezunu emniyet mensuplarının ek göstergesinin 3600’e yükseltileceği, özel güvenlik görevlilerinin en az 2100 TL aylık alacağı ve AB’nin Türkiye için bir kader meselesi olarak görülmeyeceği vaatlerinin sıralandığı görülmektedir. Vaatlere genel olarak bakıldığında ekonomik içerikli, sosyal ve özlük haklara ilişkin bir ağırlığın yer aldığı görülmektedir.

### **5.1.2. El İlanları**

7 Haziran 2015 Genel seçimlerinde MHP “Bizimle Yürü Türkiye” sloganıyla başlayan ve 5 sayfadan oluşan bir el ilanı kullanmıştır. 7 Haziran’da kullanılan broşürün bir özeti niteliğinde olan el ilanında ekonomik hedef ve politikalar, çalışma hayatı, esnaf, emekliler, tarım, işsizlik ve yoksullukla mücadele, kadın, çocuk ve aile, kamu yönetimi, kamu çalışanları, sağlık, eğitim, aile, gaziler, yaşlılar ve engelliler, gençlik, adalet ve enerji ’den oluşan 15 başlık altında MHP’nin vaatleri sıralanmaktadır.

Asgari ücretten vergi alınmayacağı, asgari ücretin net 1400 TL olacağı, hane halkı geliri asgari ücreti geçmeyen asgari ücretlilere belirlenen büyükşehirlerde 100 TL ulaşım desteği verileceği, kamuda çalışan taşeron işçilerin kadroya geçirileceği, esnafa çeşitli vergi ve prim avantajlarının sağlanacağı, engelli aylıklarının yükseltileceği, yetim ve öksüz çocuklara aylık 100 TL verileceği, emeklilere ‘Emekli Destek Ödeneği’ verileceği,



mazotun 1.75 TL yapılacağı, evi olmayan muhtaç ailelere 250 TL kira yardımı yapılacağı, şube müdürlerine 3000, öğretmenlere 3600 ek gösterge verileceği, gazilere 3600 günde emekli olma hakkının verileceği, öğrencilere 10000 Liraya kadar yükseköğrenim kuponu verileceği, evlenen gençlere 10000 TL faizsiz 2 yılda ödeme şekliyle evlilik kredisi verileceği ve diğer başlıklar altında çeşitli sosyal haklar ve güvenceler sağlayacak düzenlemeler yapılacağı sıralanmaktadır.

MHP'nin 7 Haziran 2015 Genel Seçim Kampanyasını organize ederken Seçim beyannamesi, beyannamenin özeti şeklinde broşür ve broşürün bir özeti niteliğinde yukarıda içeriği sunulan bir el ilanını kullandığı görülmektedir. Ekonomik vaatler ve seçmen kitlesine sosyal güvenceler iddiasında olan vaatlerin yoğunlukla kullanıldığını belirtmek gerekmektedir.

### **5.1.3. Afişler**

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde MHP 9 afişle katılmıştır. 'Ahlaklı Bir Kalkınmaya', 'Barış İçinde Bir Hayata', 'Yolsuzluğa, Yoksulluğa Karşı', 'Çözölmeye ve İhanete Karşı', 'Güçlü Bir Demokrasiye', 'Hak ve Adalet'e', 'Kutuplaşmaya ve Kavgaya Karşı', 'Toplumsal Onarım ve Huzurlu Gelecek İçin', 'Üreten Ekonomi İçin' üst sloganına ek olarak 'Bizimle Yürü Türkiye' sloganını içeren bir afişle kampanya organize edilmiştir.

Afişte MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli ve MHP bayraklarının yoğun olarak görüldüğü bir miting alanı fotoğrafı kullanılmıştır. Seçim vaatlerine ilişkin herhangi bir bilgiye yer verilmemiştir.

### **5.1.4. 7 Haziran Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde MHP**

Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Hürriyet Gazetesinde; Devlet Bahçeli fotoğrafı ile birlikte 'Toplumsal Onarım ve Huzurlu Gelecek', maden işçisi görseli ile kullanılan 'Seninle Yürüyeceğiz Geleceğimiz Sana Emanet', Devlet Bahçeli fotoğrafı ile birlikte 'Çözölmeye ve İhanete Karşı Bizimle Yürü Türkiye' sloganlarının kullanıldığı 3 reklama yer verilmiştir. Sadece 'Çözölmeye ve İhanete Karşı Bizimle Yürü Türkiye' sloganlarının kullanıldığı reklamda metne yer verilmiş, bu metinde de terör, toplumsal huzur ve güvenlik alanlarında yapılacaklara ilişkin bir içerik sunulmuştur.

Sözcü Gazetesinde yer alan reklamlara bakıldığında 8 ilan verildiği görülmektedir. Hürriyet Gazetesinde yer alan ‘Çözölmeye ve İhanete Karşı Bizimle Yürü Türkiye’ sloganlarının kullanıldığı reklamın yanı sıra metin içeren 3 reklam daha kullanılmıştır. Bunlardan; ‘Barış İçinde Bir Hayata Bizimle Yürü Türkiye’ sloganı ile oluşturulan reklamda kamuda kadrosuz çalışanların tamamının kadroya geçirileceği, emniyet mensuplarına 3600 ek gösterge verileceği, atanmayı bekleyen öğretmenlerin tamamının kademeli olarak atanacağını, köy ve mahalle ihtiyar heyeti üyelerine her ay 150 TL huzur hakkı ödeneceği, koruyucu ve temel sağlık hizmetlerinin ücretsiz sunulacağı, imam ve müezzini olmayan cami kalmayacağı, yeterlilik belgesi alan vekil imam ve müezzinlerin kadroya geçirileceği, engelli aylıklarının yükseltileceği, bütün şehit çocuklarına iş hakkı verileceği, kamudaki engelli kadrolarının tamamına atama yapılacağı, köleliği andıran işçi düzenine son verileceği, ücret adaleti sağlanarak eşit işe eşit ücret ödeneceği, emeklilikte yaşa ve prim gün sayısına takılanların mağduriyetlerinin giderileceği vaatlerine yer verilmiştir.

‘Yolsuzluğa, Yoksulluğa Karşı Bizimle Yürü Türkiye’ sloganıyla verilen bir diğer reklamda; sosyal yardım ve destek alan hiçbir vatandaşın yardımının kesilmeyeceği, muhtaç ailelere 700 TL aile desteği verileceği, asgari ücretin 1400 Liraya yükseltileceği, muhtaç ailelere aylık temel ihtiyaçlarını karşılamak üzere Hilalkart verileceği, evi olmayan ailelere 250 TL kira yardımı yapılacağı, emeklilere her yıl mart ve eylül aylarında emekli destek ödeneği verileceği, esnaf ve sanatkarlardan emekli SGDP kesilmeyeceği, yolsuzluk yapanlardan hesap sorulacağı vaatleri sıralanmaktadır.

‘Üreten Ekonomi İçin Bizimle Yürü Türkiye’ sloganı kullanılarak yapılan reklamda; Mazotun 1.75 TL olacağı, tarımdaki temel girdiler üzerinden KDV ve ÖTV’nin kaldırılacağı, yeni işyeri açan esnafa vergi muafiyetlerinin sağlanacağı, Merkez Bankası’nın araç bağımsızlığının korunacağı, yerli üreticilerin rekabet gücünü artıracak teşviklerin ortaya konulacağını, uluslar arası rekabet gücüne sahip bir sanayi oluşturulacağı, Kobilerin yenilenme amacıyla yapacakları makine-teçhizat yatırımlarından KDV alınmayacağı vaatleri sıralanmaktadır.

Metne yer verilmeyen sadece slogan kullanılan reklamlar ise; ‘Toplumsal Onarım ve Huzurlu Gelecek Bizimle Yürü Türkiye’, doktor görselinin kullanıldığı ‘Seninle Yürüyeceğiz Geleceğimiz Sana Emanet’, kadın fotoğrafı ile birlikte ‘Seninle

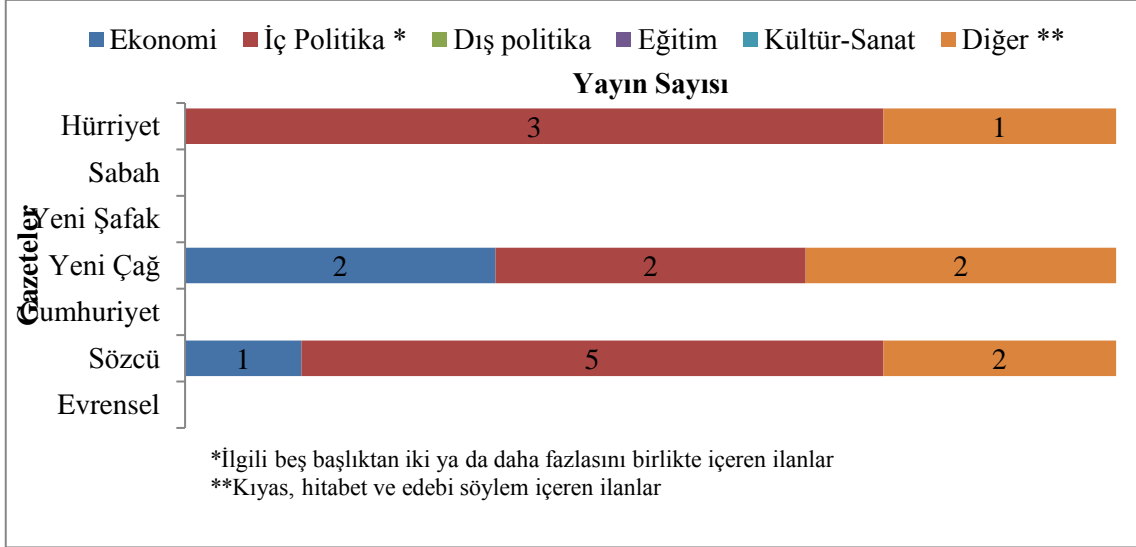
Yürüyeceğiz Geleceğimiz Sana Emanet', Genel Başkan Devlet Bahçeli'nin fotoğrafının ve 'Yolsuzluğa, Yoksulluğa Karşı Bizimle Yürü Türkiye' sloganının kullanıldığı ilanlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Haziran 2015 Genel Seçim Kampanyasında Milliyetçi çizgiye yakınlığıyla bilinen Yeniçağ Gazetesinde 6 reklama yer verilmiştir. 'Kutuplaşmaya ve Kavgaya Karşı Bizimle Yürü Türkiye' sloganının kullanıldığı ilanda; Diyanet İşleri Başkanlığının Alevi İslam inancını da temsil edecek şekilde yeniden yapılandırılacağı, Aleviliğin nitelikli eğitim ve kadro ihtiyacını karşılamak amacıyla 'Türkiye Alevilik Araştırmaları Merkezi'nin kurulacağı, 'Milli Birlik ve Bütünlük Projesi' kapsamında etnik, inanç ve mezhep temelinde ayrışma yaşanmaması için Cemevi gerçeğinin siyasal kaygılardan uzak Cami-Cemevi karşıtlığına dönüştürülmeden kabul edileceği ve Cemevlerine devlet yardımı yapılacağı, uzlaşma kültürünün geliştirileceği, toplumsal dayanışmanın güçlendirileceği, halkın güven duyduğu ve halkına güvenen bir kamu yönetiminin geliştirileceği vaatleri sıralanmaktadır. Sözcü Gazetesinde de yer alan 'Üreten Ekonomi İçin Bizimle Yürü Türkiye' sloganı kullanılarak yapılan reklam ile 'Barış İçinde Bir Hayata Bizimle Yürü Türkiye' sloganı ile oluşturulan reklamın aynı içerikle yayınlandığı görülmüştür.

'Ahlaklı Bir Kalkınmaya Bizimle Yürü Türkiye' sloganından oluşan reklamda; AVM Yasasının esnafın haklarını koruyacak şekilde yeniden düzenleneceği, şoför esnafının yenilemek için alacağı ticari araçtan vergi alınmayacağı, yük ve yolcu taşımacılığı yapan esnaftan akaryakıt vergisi alınmayacağı, firmaların harç ve damga vergisi gibi işlem vergilerinin azaltılacağı, esnafın gelirinin vergilendirilmesinde asgari geçim indiriminin uygulanacağı, girişimci kadınlara % 50 hibe olmak üzere finans desteği verileceği, imar rantının vergilendirilmesi sağlanarak peşkeş çekilmesinin önleneceği, esnaf ve sanatkarları kayıt ve tescil olmadığı gerekçesi ile hizmetine saydıramadıkları sürelerin borçlanma imkanı verilerek hizmetlerine saydırılmasının sağlanacağı vaatleri sıralanmaktadır.

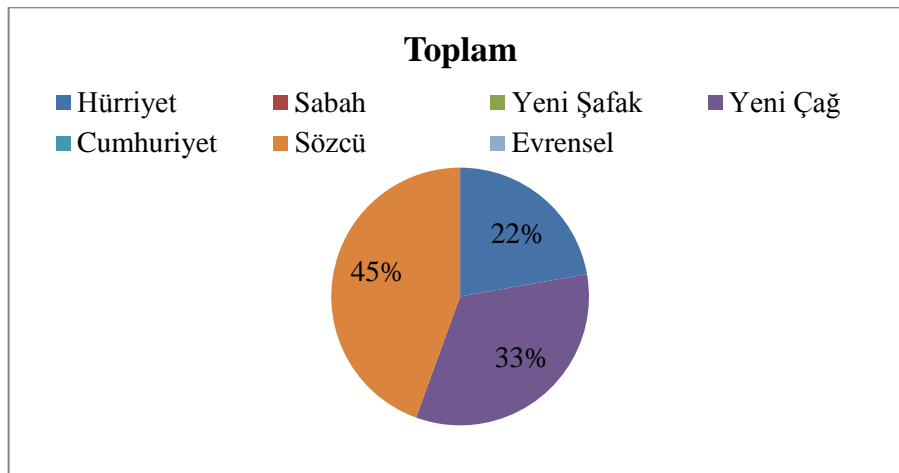
Yeniçağ Gazetesinde ayrıca esnaf fotoğrafı kullanılan ve 'Seninle Yürüyeceğiz Geleceğimiz Sana Emanet' sloganlarının kullanıldığı iki ilan yayınlanmıştır. Haziran 2015 Genel Seçim Kampanyasında çalışmaya konu olan Cumhuriyet, Evrensel, Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerinde MHP'nin herhangi bir ilanına rastlanmamıştır. Reklamların

yayınlandığı gazetelerde ise ileti konu başlığı ağırlıklı olarak iç politika ve diğer başlığı altında yoğunlaşmıştır.



Şekil 17. İleti Konuları Başlığında Haziran 2015 Seçimlerinde MHP'nin Reklam Konu Dağılımı

Haziran 2015 seçimlerinde gazetelere göre dağılıma bakıldığında MHP'nin kendisine yakın seçmen kitlesinin takip ettiği gazetede % 33 olmak üzere muhalefet özelliği öne çıkan Sözcü ve Hürriyet Gazetelerinde % 45 ve % 22'lik dağılımla bir reklam tercihinde bulunduğu görülmüştür.



Şekil 18. Haziran 2015 Seçimlerinde MHP Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı

## 5.2. Kasım 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi

MHP'nin Kasım 2015 seçim beyannamesi Haziran seçim beyannamesinden farklı olarak huzurlu ve güvenli gelecek sloganıyla başlamakta ve devamında Haziran seçimlerinde kullanılan içerikle aynı bir sunuşla devam ettirilmektedir. Sunuşun sonunda yer alan 'Ülkenin geleceğine oy ver' ve 'Ülkenin Geleceği' sloganlarının kampanyada esas alındığı görülmektedir (www.mhp.org.tr, Erişim:14.08.2018).

1 Kasım seçimlerinde İşsizlikle Mücadele başlığı altında Haziran Beyannamesinden farklı olarak askerliğini yapan gençlere yarısı hibe olmak üzere 50 Bin Liraya kadar girişimcilik kredisi verileceği vaadinin konulduğu görülmektedir. Haziran Beyannamesinde bulunan yetim ve öksüz çocuklara aylık 100 TL. verilecek vaadine ise Kasım Beyannamesinde yer verilmemiştir. Kasım 2015 Seçim Beyannamesinde Haziran Beyannamesine ek olarak; 'Yardımcı sağlık personeli istihdamı artırılacak', 'Doktor sayısının bölgelere göre dağılımındaki dengesizlik ortadan kaldırılacak', 'Tıp fakültelerinin eğitim kalitesi artırılacak', 'Büyük Bölgesel Kan Merkezleri kurulacak', 'Her ilimizde modern anlamda acil yardım ekipleri oluşturulacak ve her üniversite ve eğitim hastanesinde Acil Tıp Ana Bilim Dalı kurulması zorunlu kılınacak', 'Büyük hastanelerimizde acil müdahale ve travma ekipleri oluşturulacak', 'Her bölgemizde tam teşekküllü "kansere teşhis ve tedavi merkezleri" kurulacak, 'Yaşlı, yatalak ve engelli hastaların bakımı için büyük ve orta büyüklükteki her ilimize "özel bakım hastaneleri" kurulacak', 'Kemoterapi merkezi ve diyaliz merkezi bulunmayan il ve büyük ilçelerimizde bu merkezlerin kurulması ve aktif hizmet vermesi sağlanacak', 'Sağlık Bakanlığının kontrolünde "merkezi kalite kontrol laboratuvarı" kurulacak, 'Az görülen hastalıklar ile az bulunan ilaçlar konusunda yaşanan sıkıntılar en aza indirilecek' ve 'Sağlık turizminin geliştirilmesi amacıyla sağlıkta kalite ve standardizasyon uygulamasına öncelik verilecek' başlıkları eklenmiştir. Turizm başlığı altına Haziran Beyannamesinden farklı olarak 'Turizm sektöründe kalifiye personel sayısı artırılacak' başlığının eklendiği görülmüştür. Güvenlik başlığı terörle mücadele alt başlığı altında '“Çözüm” denen ihanet sürecinde PKK yığınak yapmış, alan hâkimiyeti kurmuştur' ve '“Çözüm” rezaletine son verilecek', "Açılım" ve "Çözüm" söylemleri altında terörist oluşumları koruyanlardan hesap sorulacak' başlıkları eklenmiştir. Bu başlıklar altında yer

alan daha az bir içerik Haziran Beyannamesinde ‘Terörle müzakereye derhal son verilecek, terörün uluslar arası desteği engellenecek’ başlığıyla yer almıştır.

MHP’nin Haziran 2015 ve Kasım 2015 seçim beyannameleri arasındaki en önemli farklılık sağlık ve güvenlik alanındaki terörle mücadele kısmına eklenen başlıklarda kendini göstermektedir. Haziran ve Kasım 2015 seçim beyannameleri arasında geri kalan tüm başlıkların aynı olduğu görülmüştür.

### 5.2.1. Broşürler

MHP Kasım 2015 Genel Seçimlerine ‘Kampanya Tasarım Kılavuzu 2015 Erken Seçim’ başlığını taşıyan bir çalışmayla hazırlanmıştır. Ana sloganın ‘Ülkenin geleceğine oy ver’ olduğu üst sloganların ise Milliyetçi Hareket Partisi’nin internet sitesinden yayınlanacağı belirtilerek tasarımlarda hiçbir değişiklik yapılmayacağı ifade edilmiştir. Kampanya renkleri olarak kullanılacak renkler tüm adaylara ve teşkilata ilgili kılavuzla bildirilmiştir. Broşürlerle ilgili olarak ana slogan veya üst sloganlı iki form planlanmıştır. Broşürde Genel Başkan Devlet Bahçeli’nin kullanılacak fotoğrafı ile aday fotoğraflarının kullanım şekli, logoların kullanım yerleri ile metnin adaylara ya da seçim bölgelerine bırakıldığı bir yöntem belirlenmiştir. Örnek broşür formu aşağıda yer almaktadır.

Görsel 11. Kasım 2015 Seçim Broşürü Formatı



Kaynak: MHP Genel Merkezi, Bilgi İşlem Daire Başkanlığı

### 5.2.2. Afişler

MHP Kasım 2015 Genel Seçimlerine kampanya tasarım kılavuzunda da belirtilen kırmızı ve siyah renklerden oluşan afişlerle katılmıştır. Kampanya dönemi içerisinde 3 haftalık planlamalar yapan MHP'nin ilk hafta afişlerinde üst slogan, yalan ve MHP Ülkenin Geleceği sloganlarından oluşan bir tasarım söz konusudur. “Artık Analar Ağlamayacak” Dediler-Yalan, “Hukukun Üstünlüğü” Dediler-Yalan, “İşçi Ölümünde İhmal Yok” Dediler-Yalan, “Kadına Şiddet Son Bulacak” Dediler-Yalan, “Komşularla Sıfır Sorun” Dediler-Yalan, “Terör Örgütü İle Görüşmedik” Dediler-Yalan, “Yeni Türkiye İleri Demokrasi” Dediler-Yalan ve “Tüyü Bitmedik Yetimin Hakkını Yedirmeyiz” Dediler-Yalan sloganlarından oluşan 8 afiş kullanılmıştır.

Görsel 12. Kasım 2015 Örnek Afiş Çalışması



İkinci hafta afişleri olarak ‘Asgari Ücret 1400 TL Olacak’, ‘Emekliye Yılda 2800 TL Destek Ödeneği Verilecek’, ‘Kadına Şiddet ve Ayrımcılık Önlenecek’, ‘Vatandaşlarımız Kredi Borcu ve Faiz Sarmalından Kurtarılacak’, ‘Mazot Çiftçiye 1.75 TL Olacak’, ‘Öğrencilere 10000 TL Yükseköğrenim Desteği Verilecek’, ‘Taşeron İşçiler, 4/C’liler, Sözleşmeli, Vekil ve Fahri Çalışanlar Kadroya Alınacak’, ‘Terörün kökü Kazınacak’, ‘17/25 Aralık’ın Hesabı Sorulacak’ sloganları ve ‘Ülkenin geleceğine oy ver ana sloganının kullanıldığı 9 afiş kullanılmıştır.

Üçüncü hafta afişlerinde ikinci hafta ayrı mesajlar olarak kullanılan ve yukarıda yer verilen vaatler ‘Ülkenin geleceğine oy ver’ üst sloganı altında ilk afişte tümüyle yer almaktadır. İkinci afişte siyah beyaz bir fonda ‘fark göremiyorum ya sen Yüce Türk Milleti!’ sloganı altında “1 Kasım 2015’te Türkiye Seçime Gidiyor. Ülkenin en zor

zamanlarında, birlik ve beraberliğe en çok ihtiyacımızın olduğu bu dönemde ne tek adamlık rüyalarına kapıldık, ne sahte demokrasi havariliğine soyunduk, ne de yalancı demokratiğe izin verdik. Bize göre **onların** arasında fark yok. Dikkatli bakarsan sen de fark göremeyeceksin. **Onlar** karşı tarafta **biz Türk Milletinin yanındayız**” cümleleri eklenmiş ve ilan kırmızı fon üzerine beyaz karakterle ‘**SEN, BİLİRSİN TÜRKİYE**’ sloganıyla sonlandırılmıştır.

Üçüncü afişte ‘Onlar bir arada...Yüce Türk Milleti’ sloganı altında; “Ardı ardına şehit haberleri gelirken, milleti kandırmak için, mevki, makam, başbakanlık, başkanlık için itişen, kavga eden, çekişen, günlerce uğraşan siyasi partilere dikkat edin!. Biz bu oyunlara karşıyız! Onun için onlar karşıda **“hepsi bir arada” Biz TÜRK MİLLETİ’NİN yanındayız.**’ cümleleri eklenmiş aynı şekilde ilan kırmızı fon üzerine beyaz karakterle ‘**SEN, BİLİRSİN TÜRKİYE**’ sloganıyla sonlandırılmıştır.

Dördüncü afişte ‘Türkiye’de Ağlamayan Ana Kaldı Mı Yüce Türk Milleti’ sloganı altında; “1 Kasım 2015 günü Türkiye seçime gidiyor. Koalisyon yapmak için zahmet etmeyenler, Dolmabahçe’de bölücü unsurlara ne söz verdilerse, 20 Temmuzdan bu yana ülkemiz yangın yerine döndü. Şehitlerimizin ardı arkası kesilmiyor. Analar ağlamasın diye başlatılan açılım, ülkemizde ağlamadık ana, yakmadık ocak bırakmadı. Bu terör belasını biz bitiririz. Çünkü **onlar** karşı tarafta, **Biz Türk Milletinin yanındayız.**” cümleleri eklenmiş, ilan kırmızı fon üzerine beyaz karakterle ‘**SEN, BİLİRSİN TÜRKİYE**’ sloganıyla sonlandırılmıştır.

Beşinci afişte herhangi bir metne yer verilmemiş, Genel Başkan Bahçeli’nin fotoğrafı ile birlikte ‘Biz Türk Milleti’nin Yanındayız’ sloganı ve kırmızı fon üzerine beyaz karakterle ‘**SEN, BİLİRSİN TÜRKİYE**’ sloganının birlikte kullanıldığı afiş çalışması kullanılmıştır.

Altıncı afiş ‘Ülkenin geleceğine oy ver’ sloganı altında “Bizi var kılan, vatan ve millet sevdasıdır. Koltuk merakıyla ne ilkelerimizden cayarız, ne de makam-mevki tutkusuyla inançlarımızı pazarlık konusu yaparız. Çünkü Biz Türk Milletiyiz” mesajının Devlet Bahçeli fotoğrafıyla vurgulandığı bir çalışma olarak tasarlanmıştır.



Yedinci afişle birinci afiş aynı olup üçüncü hafta afişleri içerisinde vaatler içeren afiş tekrar yayınlanmıştır. Sekizinci afiş sadece Genel Başkan Bahçeli'nin fotoğrafı ve 'Ülkenin geleceğine oy ver' sloganının kullanıldığı bir çalışma olarak sunulmuştur.

Üç haftalık afiş programı değerlendirildiğinde; ilk hafta afişlerinde iktidarı hedef alan verilen sözlerin yalan olduğunu vurgulayan bir çalışmanın takip edildiği görülmektedir. İkinci hafta afişlerinde önemli bir bölümü ekonomik vaatler içeren tek tek mesajlarla kurgulanan bir çalışma yapılmıştır. Üçüncü hafta afişleri ise biz-onlar ayrımının vurgulandığı bir çalışma olarak yürütülmüştür. Ekonomik vaatler birinci ve üçüncü hafta mesajları arasında kalmıştır.

### **5.2.3. 1 Kasım Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde MHP**

1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde MHP daha önce kullanmadığı yayın organlarından Cumhuriyet, Evrensel, Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerinden Cumhuriyet Gazetesini tekrarlanan seçimlerde bir araç olarak tercih etmiştir. Yine Haziran seçimlerinde olduğu gibi Evrensel, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinde MHP'nin herhangi bir ilanına rastlanmamıştır.

Cumhuriyet Gazetesinde biri 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlaması da içeren üç ilan yayınlanmıştır. 'Ülkenin geleceğine oy ver' üst sloganının kullanıldığı ve "1000 yıllık kardeşliğin sahibiyiz. Bir arada yaşama iradesiyiz. Çanakkale'de Seyit Onbaşı, Erzurum'da Nene Hatun, İzmir'de Hasan Tahsin'iz. Şehidiz, Gaziyiz! Biz, Yavrusunu Vatana kurban etmiş ana, Biz, tek oğlunu kaybetmiş, ayakkabısı yırtık babayız, Biz hiç gelmeyecek yavuklusunu bekleyeniz. Biz Türk Milletiyiz, Biz Milliyetçi Hareketiz, Biz Geleceğiz, Gelecek Biziz." cümlelerinin yer aldığı ve Cumhuriyet Bayramı kutlamasının bulunduğu bir ilan yayınlanmıştır. Üçüncü hafta afişleri içerisinde yer alan; 'Onlar bir arada...Yüce Türk Milleti' sloganı altında; "Ardı ardına şehit haberleri gelirken, milleti kandırmak için, mevki, makam, başbakanlık, başkanlık için itişen, kavga eden, çekişen, günlerce uğraşan siyasi partilere dikkat edin!. Biz bu oyunlara karşıyız! Onun için onlar karşıda **"hepsi bir arada" Biz TÜRK MİLLETİ'NİN yanındayız.**" mesajını içeren görsel bir başka reklam olarak kullanılmıştır. 'Ülkenin geleceğine oy ver' sloganının kullanıldığı üçüncü reklamda ise; vatandaşın aldığı sosyal yardım ve desteklerin devam edeceği, emeklilere mart ve eylül aylarında 1400 Lira emekli destek ödeneği verileceği, kadınlara sigortalılık öncesi doğumlar için borçlanma hakkı verileceği, her ailenin en az

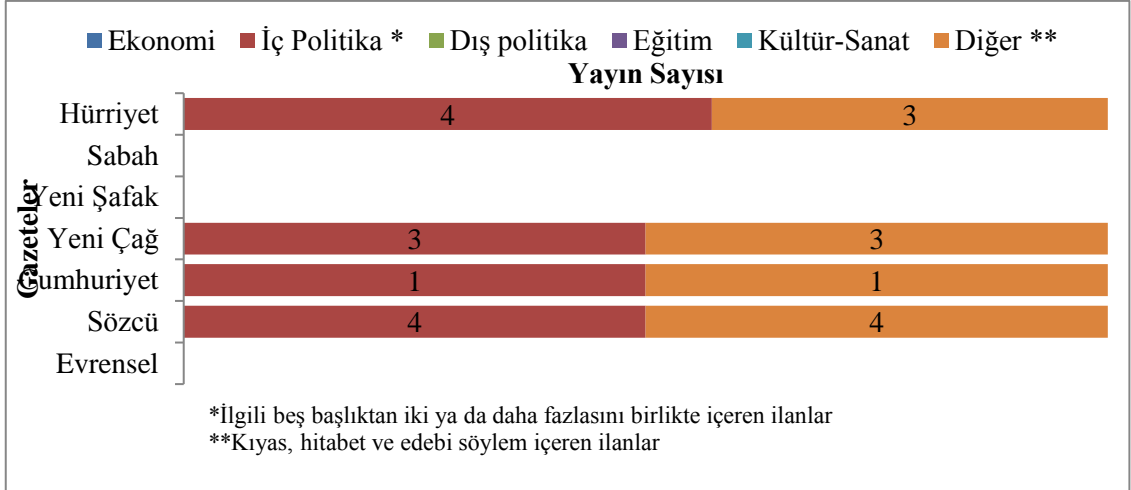
bir ferdine iş imkanı sağlanacağı ve iş imkanı sağlanana kadar 700 Lira aile desteği verileceği, kamuda çalışan taşeron ve diğer personelin kadroya geçirileceği, ihtiyar heyeti üyelerine her ay 150 Lira huzur hakkı ödeneceği, aylık 200 kilovatsaatin altında elektrik tüketen ailelere % 75 indirim yapılacağı, sığınmacıların süratle vatanlarına kavuşturulmaları için uluslar arası girişimlere başlanılacağı, şoför esnafının yenilemek için alacağı araçtan vergi alınmayacağı, et ve sütte garanti fiyat uygulamasına geçileceği, gazilere 3600 günde emekli oma hakkının verileceği ve sağlık hizmetinde alınan ek ücret ve katılım payının kaldırılacağı vaatlerine yer verilmiştir.

Hürriyet Gazetesinde 1 Kasım seçim sürecinde 7 ilana yer verilmiştir. Cumhuriyet Bayramı kutlamasının yer aldığı ilanın yanı sıra net asgari ücretin 1400 Liraya çıkarılacağı vaadiyle başlayan ilan, mazotun 1.75 TL yapılacağı vaadiyle başlayan ilan, anayasanın ilk dört maddesinin korunacağı vaadiyle başlayan ilan, vatandaşların aldığı yardım ve desteklerin devam ettirileceği vaadiyle başlayan ilanlar yer almıştır. Bu ilanlarda beyannamede ve broşürde yer alan vaatlerden on iki tanesi sıralanmaktadır. Aynı zamanda vaat içermeyen biz-onlar ayrımının yer aldığı metinlerin kullanıldığı ilanlara da yer verilmiştir.

Sözcü Gazetesinde de 1 Kasım seçim sürecinde 8 ilanın yer aldığı görülmektedir. Hürriyet Gazetesine verilen 7 ilanla Sözcü Gazetesinde yer alan ilanların aynı ilanlar olduğu görülmüştür.

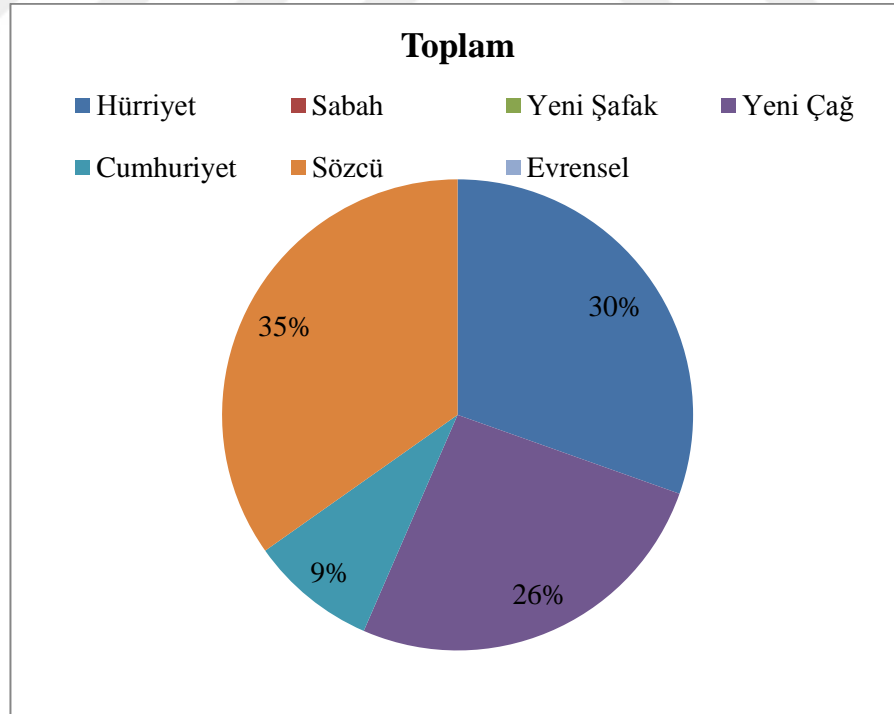
Yeniçağ Gazetesinde; Anayasanın ilk dört maddesinin korunacağı vaadiyle başlayan ilan hariç olmak üzere Hürriyet ve Sözcü gazetelerinde yayınlanan yedi ilan yer almıştır.

1 Kasım seçim sürecinde Cumhuriyet, Hürriyet, Sözcü ve Yeniçağ gazetelerinde toplamda 23 ilanın yayımlandığı görülmüştür. Anayasa, terör, yolsuzluk vb. siyasi konuların yanında kadınları, emeklileri, asgari ücretlileri, kamu görevlilerini de hedef alan sosyal ve ekonomik haklara yönelik çok sayıda vaadi içeren reklamlar kullanılmıştır. MHP 1 Kasım seçim sürecinde Haziran kampanyasına göre ilan verdiği medya organı sayısını artırarak Cumhuriyet Gazetesinde de ilan vermiştir. MHP, Ana akım medya, muhalif medya ve kendi seçmen tabanını yakalayacak medya seçimiyle hedef kitleyi genişletmeyi amaçlamıştır.



Şekil 19. İletişim Konuları Başlığında Kasım 2015 Seçimlerinde MHP'nin Reklam Konu Dağılımı

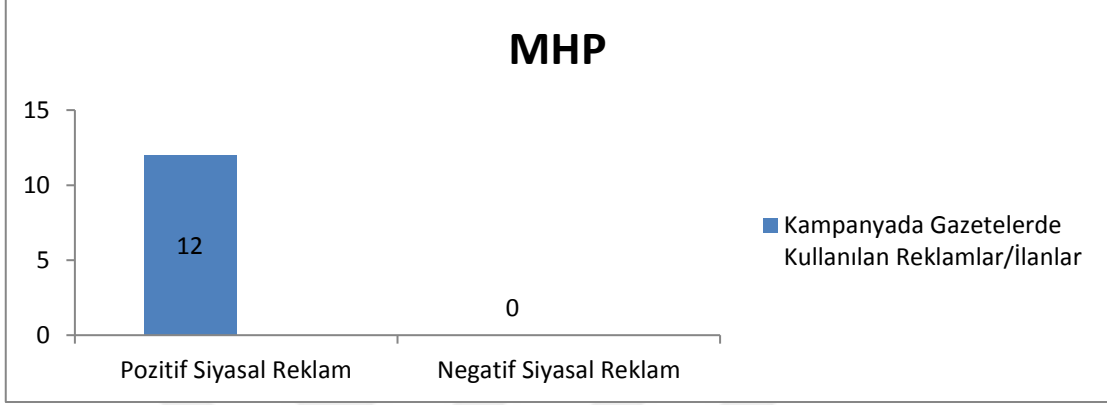
Kasım 2015 seçim kampanyası çalışmaları kapsamında incelenen gazeteler arasında Cumhuriyet Gazetesinin de dahil edildiği görülmüş, MHP'nin gazetelere göre reklam dağılımı; % 35 Sözcü, % 30 Hürriyet, % 26 Yeni Çağ ve % 9 Cumhuriyet Gazetesi şeklinde bir oransal dağılım ortaya çıkmıştır.



Şekil 20. Kasım 2015 Seçimlerinde MHP Reklamlarının Gazetelere Göre Dağılımı

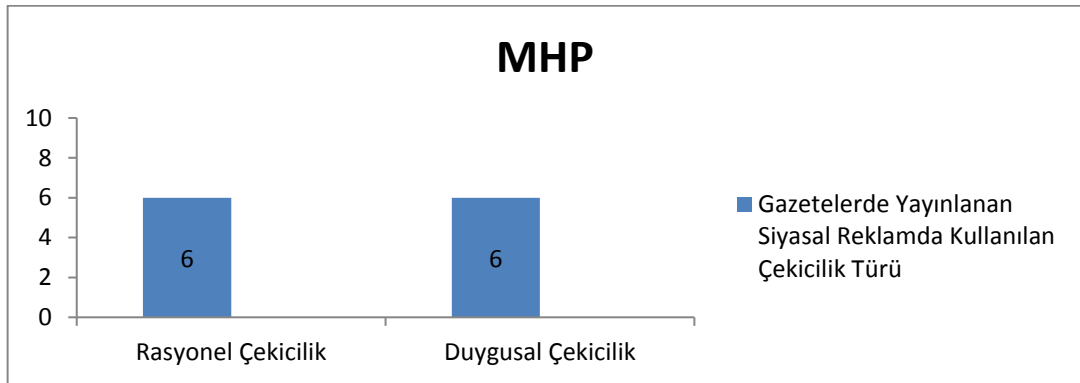
### 5.3. Haziran ve Kasım 2015 Genel Seçimlerinde Kullanılan MHP İlanlarının Reklam Türleri Açısından Karşılaştırılması

Haziran 2015 Genel Seçimlerinde kullanılan ilanlar pozitif siyasal reklam ve negatif siyasal reklam ayrımına göre incelendiğinde MHP'nin 12 ilan kullandığı ve bunların tamamının pozitif siyasal reklam olduğu görülmüştür.



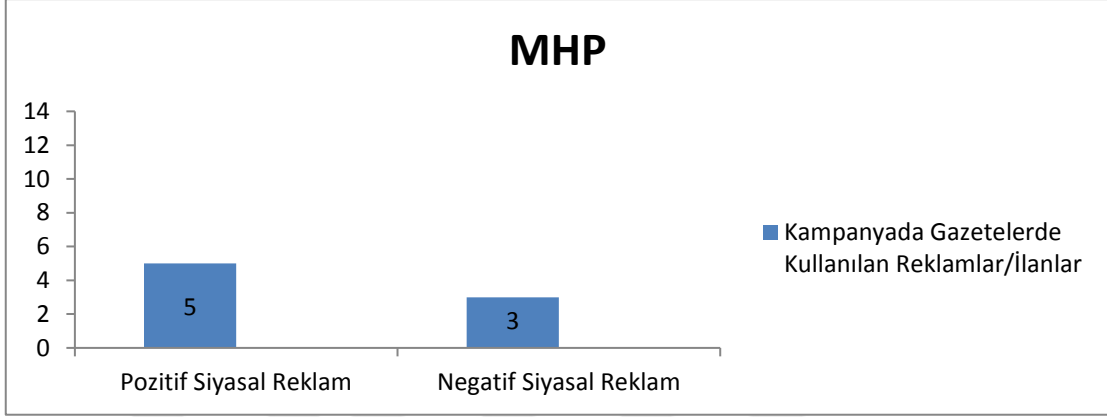
Şekil 21. MHP'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı İlanların Pozitif/Negatif Siyasal Reklam Dağılımı

Haziran 2015 Genel seçimlerinde kullanılan ilanlar çekicilik türü açısından incelendiğinde 6 ilanın rasyonel çekicilik türünde, 6 ilanın ise duygusal çekicilik türünde kurgulandığı görülmüştür.



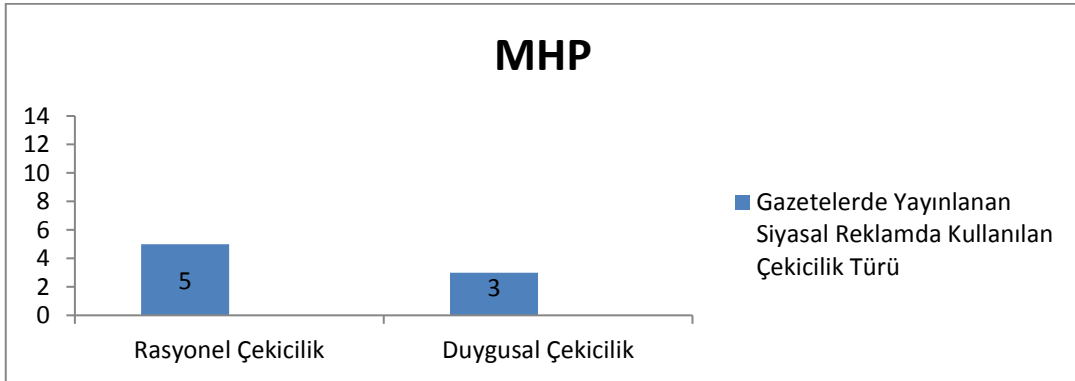
Şekil 22. MHP'nin Haziran 2015 Seçimlerinde Kullandığı Siyasal Reklamların Çekicilik Türü Dağılımı

Kasım 2015 Genel Seçimlerinde MHP gazetelere 8 farklı ilan vermiş, bunların beşi pozitif siyasal reklam, üçü ise negatif siyasal reklam olarak kurgulanmıştır. Negatif siyasal reklamlar imalı karşılaştırma türünde kurgulanmıştır.



Şekil 23. MHP'nin Kasım 2015 Seçimlerinde Kullandığı İlanların Pozitif/Negatif Siyasal Reklam Dağılımı

Rasyonel çekicilik/duygusal çekicilik türünde de pozitif siyasal reklam/negatif siyasal reklam ayırımındaki gibi bir sonuç çıkmıştır.



Şekil 24. MHP'nin Kasım 2015 Seçimlerinde Kullandığı Siyasal Reklamların Çekicilik Türü Dağılımı

## **6. HAZİRAN VE KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİNDE HDP SEÇİM KAMPANYASI**

### **6.1. Haziran 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi**

Haziran 2015 Genel Seçimlerinde HDP'nin 12 bölümden oluşan bir seçim bildirgesini hedef kitleyle paylaştığı görülmektedir. Büyük İnsanlık Çağrısı sloganıyla başlayan bildirmede; “Biz’ler Kadınız”, “Biz’ler Genciz”, “Biz’ler Gökkuşağıyız”, “Biz’ler Çocuğuz”, “Biz’ler Demokrasiye İnananlarız”, “Biz’ler İnsan Hakları Savunucularıyız”, “Biz’ler Her Kimlikteniz”, “Biz’ler Özgür Dünyayı Savunanlarız”, “Biz’ler Doğanın Koruyucusuz”, “Biz’ler Güvenceli Yaşam Ekonomisini Kuracak Olanlarız”, “Biz’ler İşçiyiz, Emekçiyiz”, “Biz’ler Sosyal Hakların Güvencesiyiz”, başlıkları yer almaktadır. Biz’ler’le başlayan ve tüm toplum kesimlerine vaatler içeren bir kampanya stratejisi oluşturan HDP yukarıda ifade edilen başlıklar altında seçmenlere seçim vaatlerini sıralamaktadır (www.hdp.org.tr, Erişim: 05.06.2017).

#### **a) Biz’ler Kadınız**

Biz’ler yüzde elliyiz ile başlayan bu bölümde HDP, kadına yönelik her türlü şiddetin en ağır şekilde cezalandırılmasının sağlanacağı, eşitliğin her alanda hayata geçirileceği, Kadın Bakanlığının kurulacağı, milletvekili adaylarının yarısının kadın olarak belirlendiğinden hareketle Meclis’te % 50’lilik kadın temsiline sağlanacağı, ev içi emeğin sosyal güvenlik kapsamına alınacağı, tüm mahallelerde anadilde hizmet verecek kreşlerin açılacağı, yaşlı ve engelli bakım merkezlerinin hayata geçirileceği ve 8 Mart Dünya Kadınlar gününün resmi tatil ilan edileceği bir vaatler dizisi sunmaktadır.

#### **b) Biz’ler Genciz**

Gençlik politikalarının gençler tarafından belirlenmesi savunusunun yer aldığı bölümde HDP, Gençlik Bakanlığı kurulacağını, 15-25 yaş arası istisnasız tüm gençlere, her ay 200 TL iletişim ve ulaşım desteği sağlayacak “Genç Yaşam Kartı” uygulamasının hayata geçirileceği, oy verme yaşının 16 seçilme yaşının 18’e çekileceği, özerk ve demokratik üniversitenin gerçekleştirileceği, cinsiyet eşitlikçi, engelsiz kampüsler kurulacağı, eşitlikçi, parasız, nitelikli, özgürlükçü, laik, anadilinde ve bilimsel eğitim savunusuyla adaletsiz sınav sisteminin kaldırılacağı, YÖK’ün kaldırılacağı, burs ve katkı payı ödemelerinin tüm öğrencilere karşılıksız verilmesi ve burs miktarlarının artırılması,

ikinci öğretimdeki katkı payları ve öğrenim ücretlerinin kaldırılması için merkezi ve yerel düzeyde gerekli bütçenin hayata geçirileceği, yurt, çamaşırhane, kütüphane, kültür merkezi, spor salonu gibi yaşam alanlarının üniversite yaşayanları için ücretsiz oluşturulacağı, tüm gençlerin temel bir hak olarak sosyal güvenceye kavuşmasının sağlanacağı ve vicdani ret hakkının tanınacağı vaatleri yer almaktadır.

#### **c) Biz'ler Gökkuşayıyız**

LGBTİ'lerin eşit, onurlu, insanca yaşam sürdürebilmelerinin sağlanacağı, ayrımcı zihniyetten arınmış kampüsler kurulacağı, cinsiyetçi bakışa son vermek için toplumsal eğitim süreci başlatılacağı, her türlü ayrımcılık ve şiddete karşı ulaşılabilir, sonuç alıcı mekanizmalar oluşturulacağı vaatleri yer almaktadır.

#### **d) Biz'ler Çocuğuz**

Biz'ler insanlığın ilk şartının çocukların mutluluğu olduğuna inanıyoruz vurgusuyla başlayan bölümde çocuklarla ilgili olarak; yerelerde belediyelere bağlı olarak “Çocuk Hakları İzleme ve Değerlendirme Komisyonları” kurulacağı, çocuk işçiliğine izin verilmeyeceği, çocuk cezaevlerinin kapatılacağı, suça itilmiş çocuklar için “Çocuk Eğitim ve Destek Merkezleri” kurulacağı vaatleri yer almaktadır.

#### **e) Biz'ler Demokrasiye İnananlarız**

Biz'ler halkların güçlü mücadele geleneğinden geliyoruz vurgusuyla başlayan bölümde; askerî-sivil bürokratik her türlü vesayete, otoriter, katı merkezîyetçi yapılanmalara, anti-demokratik yasalara karşı demokratik reform sürecinin başlatılacağı, Türkiye'nin çok kimlikli, çok kültürlü, çok inançlı, çok dilli yapısına uygun, insanlık esaslı yeni bir anayasanın hep birlikte yapılacağı, demokratik özerkliğin hayata geçirileceği, Eş Genel Başkanlık sistemi uygulayan partilerin iktidara gelmesi halinde, Eş Başbakanlık Sistemi'nin hayata geçirileceği, hak aramak için yapılan tüm demokratik eylemlerin meşru kabul edileceği, 12 Eylül darbesinin ürünü olan Milli Güvenlik Kurulu, özel yetkilerle donatılmış mahkemeler, JİTEM, kontrgerilla vb. tüm uygulamalara son verileceği, her türden işkence ve kötü muamelenin insanlık suçu sayılacağı, başkanlık sisteminin asla olmayacağı, Siyasi Partiler Yasası'nın demokratikleştirilerek parti üyelerinin kararlara doğrudan katılabildiği düzenlemelerin getirileceği, seçim barajının

kaldırılacağı, cinsiyet kotası ile temsilde eşitlik sağlanıncaya kadar pozitif ayrımcılık yapılacağı, Kürt sorununun bütün boyutlarıyla çözümü ve demokratik bir Türkiye'nin inşasının sağlanacağı, demokratik yerinden yönetim modelleri kurulacağı, Kürt sorunu ve Türkiye'nin temel demokrasi sorunlarının çözümü adına başlayan sürecin bir aşaması olarak açıklanan Dolmabahçe Mutabakatındaki "10 Madde"nin çözümün ilkesel çerçevesi olarak kabul edildiği, koşullar ne olursa olsun, silahsız çözüm ve demokratik siyasetin savunulacağı vaatleri sıralanmakta ve bu vaatler "Bütün halkların bir arada yaşama koşullarını, gönüllü birlikteliğini, eşitliğe ve adalete dayalı yaşamını ortak vatanımızda sağlayacağız." vurgusuyla sona ermektedir.

#### **f) Biz'ler İnsan Hakları Savunucularıyız**

Adaletin hızlı, tarafsız, bağımsız, kamu vicdanını ve bireyleri tatmin edecek düzeyde gerçekleşmesi için adalet sisteminin yeniden düzenleneceği vurgusuyla başlayan bölümde; Adalet Bakanlığının HSYK üzerindeki vesayetine son verileceği, iddia ve savunma makamlarının yargı sistemi içinde eşit hale getirileceği, ev, işyeri ve üst aramalarında, gözaltına alma ve tutuklamalarda keyfi uygulamalara son verileceği, cezaevlerinin sivil denetime açılacağı, ceza ve infaz yasasının kökten değiştirileceği, hasta tutsakların serbest kalmalarının sağlanacağı, politik suçların suç kapsamından çıkarılacağı, tarihe yüzleşme kapsamında "Hakikat Komisyonları" kurulacağı, iletişim ve bilişim özgürlüğünden taviz verilmeyeceği vaatleri sıralanmaktadır.

#### **g) Biz'ler Her Kimlikteniz**

"Halklara eşitlik, inançlara özgürlük" vurgusuyla başlayan bu başlık altında; bütün inanç topluluklarının örgütlenme özgürlüğünü engelsiz yaşayacağı, başta cemevleri olmak üzere, Alevilerin bütün ibadet mekânlarının "ibadethane" olarak tanınacağı, tarihte halklara yapılan soykırım ve katliamlar karşısında, halklardan devlet adına özür dileneceği, Devlet tarafından el konulmuş vakıf mallarının iade edileceği, devletin tasarrufundan doğan maddi zararların tazmin edileceği, dini inançların gereği olarak tercih edilen kılık ve kıyafete hiçbir alanda müdahale edilmeyeceği ve tüm kimlik ve kültürlerin korunması ve geliştirilmesi için çalışılacağı vaatleri sıralanmaktadır.



## **h) Biz'ler Özgür Dünyayı Savunanlarız**

“Biz'ler mazlumdan yana ‘barışçıl dış politika’ mümkündür diyoruz” vurgusuyla başlayan bölümde; başta Ortadoğu olmak üzere, tüm dünyada halkların kendi siyasi geleceklerini özgürce belirlemeleri için çalışılacağı, Suriye'deki iç savaşın sona erdirilmesi, halkların kardeşliğine ve eşitliğine dayalı bir çözümün ortaya çıkarılması için çaba harcanacağı, İsrail hükümetlerinin katliamcı, işgalci politikalarına karşı durulacağı, Filistin'in işgaline son verilmesi ve Filistin halkının bağımsız devlet kurma hakkının tanınması için her türlü desteğin verileceği, Kıbrıslı Türk ve Rum halklarının Ada'nın bölünmüşlüğüne son vermek için ortaya koydukları çözüm önerilerinin ve çabaların destekleneceği, Ermenistan üzerinde uygulanan ekonomik ambargonun kaldırılacağı, Ermeni halkıyla dostluk köprülerinin kurulacağı, Türkiye tarafından tek taraflı kapatılan Türkiye-Ermenistan sınırının koşulsuz olarak açılacağı, Ermenistan ile Azerbaycan arasındaki Karabağ sorununda çözüm çabalarının destekleneceği, Avrupa Birliği ile müzakere ve tam üyelik çalışmalarının ilkelerimiz çerçevesinde ele alınacağı, Dünya genelinde ırkçılık, anti-semitizm, insan ticareti (kadın, çocuk, emek sömürüsü), göçmenlik sorunları, uluslararası uyuşturucu ticareti, yerinden edilme, yabancı düşmanlığı, İslamofobi ve benzeri insanlık değerlerini ilgilendiren sorunlara yönelik çözümlerin geliştirilmesi amacıyla işbirliklerinin başlatılacağı vaatleri yer almaktadır.

## **ı) Biz'ler Doğanın Koruyucusuyuz**

“Biz'ler, doğayla dost bir insanlık anlayışını savunuyoruz.” vurgusuyla başlayan bölümde; Nükleer enerji yatırımlarının durdurulacağı, tarım alanlarının, ormanların, meraların, kıyıların yağmalanmasına izin verilmeyeceği, hayvanların ticari amaçlı deneylerde, sirk ve sokak tanıtımlarında kullanılmasının önleneyeceği, hayvanların itlaf edilmelerini, kürkleri ve varlıkları ile sermaye birikiminin parçası haline getirilmelerini sağlayan düzenlemeler, yasalar ve uygulamaların iptal edileceği, hayvan toplama kamplarının kaldırılacağı vaatleri sıralanmaktadır.

## **i) Biz'ler Güvenceli Yaşam Ekonomisini Kuracak Olanlarız**

“İnsanca yaşam hakkının asgari gereklerini güvence altına alacağız.” vurgusuyla başlayan bu bölümde; temel güvence paketi ile her eve ayda 10 metreküp su, ayda 180 kW/h elektriğin ücretsiz verileceği, ısınma desteği sağlanacağı, mülkü olmayan kiracılara

250 TL kira desteği verileceği, 18 yaşına kadar olan çocuk ve gençlere, engellilere ve emeklilere toplu taşımanın ücretsiz olacağı, asgari ücretin net 1.800 TL'ye çıkarılacağı, güvenceli yaşamın finansmanının vergi adaleti ile sağlanacağı, savunma ve güvenlik harcamalarının azaltılacağı ve halkın denetimine açılacağı, kamu ihalelerinin toplumsal denetime tabi tutulacağı, yolsuzluk ekonomisinin durdurulacağı, örtülü ödeneğin kaldırılacağı, tarımın yeniden ayağa kaldırılacağı gibi vaatlere yer verilmektedir.

#### **j) Biz'ler İşçiyiz Emekçiyiz**

Bu başlık altında; taşeron işçiliğinin kademeli olarak ortadan kaldırılacağı, maden cinayetlerinin durdurulacağı, iş cinayetlerinin bitirileceği, haftalık çalışma süresinin ücret kaybı olmadan 35 saate düşürüleceği, kamu emekçilerine grevli toplu sözleşme hakkı verileceği, hak grevi, dayanışma grevi, iş yavaşlatma, genel grev gibi temel hak arama biçimlerinin yasal güvence altına alınacağı, mevsimlik işçilere yönelik düzenlemeler yapılacağı vaatleri yer almaktadır.

#### **k) Biz'ler Sosyal Hakların Güvencesiyiz**

Bu başlık altında; güvenli ve korunaklı sosyal konutlar üreterek, her yurttaşın barınma hakkının güvence altına alınacağı, en düşük emekli maaşının 1.800 TL'ye çıkarılacağı, emekliler için gerçek anlamda intibak yasası çıkarılarak ücret eşitsizliğinin giderileceği, çalışan emekliden prim kesilmeyeceği, tüm yaşlı ve engellilerin sosyal güvenceye kavuşturulacağı ve sağlık ihtiyaçlarının bedelsiz karşılanacağı, engelli örgütlerinden oluşacak bir konseyin önerileri doğrultusunda çalışılacak "Engelleri Kaldırma Bakanlığı"nın kurulacağı, okullar arası nitelik farklılıklarının ortadan kaldırılmasına öncelik verileceği, eğitimin ücretsiz olacağı ve her ne ad altında olursa olsun velilerden asla para talep edilmeyeceği, eğitim müfredatının, ders kitaplarının tekçi, cinsiyetçi, militarist ve şoven içerikten arındırılacağı, eğitim sisteminin, anadili temelinde çok dilli hale getirileceği, okulları ayrıştıran 4+4+4 uygulamasına son verileceği, öğlenci, sabahçı uygulamasına son verilerek tekli eğitime geçileceği ve öğlen yemeğinin ücretsiz sağlanacağı, eğitim sisteminin en baştan başlayarak "Çocuğun Üstün Yararı" gözetilerek yeniden yapılandırılacağı, ataması yapılmayan tüm öğretmenlerin atamasının gerçekleştirileceği, insanlık onurunu zedeleyen ücretli öğretmenlik uygulamasının lağvedileceği, tüm ücretli öğretmenlerin kadroya alınacağı, eğitim emekçilerinin insanca

ve mesleğe yakışır bir ücret almalarının sağlanacağı, eğitimin yerelden, özgün yönetiminin teşvik edileceği, tüm yurttaşların yaşadığı yerde eşit, parasız sağlık hizmetlerinden yararlanmasının sağlanacağı vaatleri yer almaktadır.

HDP Haziran 2015 Seçim Beyannamesi “Büyük İnsanlığa Evet De. Biz’ler Meclise” sloganıyla sona ermektedir. Beyannamenin tamamı incelendiğinde tüm toplumsal kesimlere ilişkin vaatlerle karşılaşılmaktadır. Ücretlere ilişkin düzenlemeler (asgari ücret, emekli ve yaşlı aylıkları, diğer ücretler), kadro ve atamalarla ilgili düzenlemeler (taşeron kadro, atama bekleyen tüm öğretmenlerin ataması vs.) sağlık, hukuk, eğitim alanında birçok vaatlerle seçmen kitlesinin tamamına yönelik bir kampanyanın organize edildiği görülmektedir.

#### **6.1.1. Broşürler**

HDP Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Türkçe, Kurmanci ve Zazaca bir broşür hazırlanmış ve bu broşürlerde “Yerinden Yönetim İçin”, “Çoğulcu Demokrasi İçin”, “Doğa Talanı Dursun Diye”, “Kadın Hakları İçin”, “Eşit Paylaşım ve İnsanca Yaşam İçin”, “Gençler Geleceğe Yön Versin Diye”, “Herkes İncasında Özgür Olsun Diye” başlıkları altında kısa metinler içeren ve “Biz’ler Meclise” sloganıyla biten bir içerikle seçmen kitlesinin karşısına çıkmıştır.

# Görsel 13. Haziran 2015 HDP Seçim Broşürü

## Broşür (Türkçe)



## Kurmancı Broşür



## Zazakî Broşür



Kaynak: <http://www.hdp.org.tr/tr/materyaller/genel-secim-7-haziran/6010>,

Erişim: 05.06.2017

Yukarıda görselleri bulunan broşürlerin yanı sıra HDP'nin "Biz'ler Aleviyiz", "Bizler Çocuğuz", "Biz'ler Doğanın Koruyucularıyız Büyük İnsanlığın Dünyasıyız", "Biz'ler Özgür Dünyayı Savunanlarız Büyük İnsanlığın Umuduyuz", "Biz'ler Emekçi Kadınlarız Büyük İnsanlığı Büyütenleriz", "Biz'ler Emekçiyiz Büyük İnsanlığın Alın Teriyiz", "Biz'ler Emekliyiz Büyük İnsanlığın Deneyimiyiz", "Biz'ler Engelliyiz Büyük İnsanlığın Yaşama Sevinciyiz", "Biz'ler Esnaf ve Sanatkarız Büyük İnsanlığın Girişimci Ruhuyuz" ve "Biz'ler Genciz Büyük İnsanlığın Baharıyız", "Biz'ler Özgür İletişimi Savunanlarız Büyük İnsanlığın Sesiyiz", "Biz'ler Demokrasi ve İnsan Hakları Savunucularıyız Büyük İnsanlığın Onuruyuz", "Biz'ler LGBTİ'leriz Büyük İnsanlığın Gökkuşağıyız", "Biz'ler Öğretmeniz Büyük İnsanlığın Yarınıyız", "Biz'ler Tarım Emekçileriyiz Büyük İnsanlığın Bereketiyiz", "Biz'ler Üniversiteliyiz Büyük İnsanlığın Heyecanıyız", "Biz'ler Zorla Yerinden Edilenleriz Büyük İnsanlığın Ayak İzleriyiz" ve "Kadınlara Sağlık Hizmetinde Büyük İnsanlık" başlıklarından ve iki sayfadan oluşan ilanlar hazırladığı görülmektedir. Seçim Bildirgesinin özeti niteliğindeki ilanlarla seçmen kitlelerine yönelik özel bir çalışma yapıldığı bu materyallerden anlaşılmaktadır.

### 6.1.2. Afişler

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde afiş olarak eş genel başkanlar Figen Yüksekdağ ve Selahattin Demirtaş'ın fotoğraflarının, HDP ambleminin ve "Biz'ler Meclise" sloganının yer aldığı afişlerin kullanıldığı görülmüştür. Aynı zamanda HDP'nin web sayfasında tüm adaylar için aday fotoğrafı ve seçim bölgesi bilgisinin olduğu bir format sunulmuş ve adaylardan bu formata uygun olarak afişlerini hazırlamaları istenmiştir.

Görsel 14. Haziran 2015 HDP Afiş Örneği



El ilanlarında da afişlerde uygulanan yöntem takip edilmiştir. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde HDP afiş ve el ilanları bağlamında tek bir uygulama benimsenmiş ve “Biz’ler Meclise” mesajı kullanılmıştır.

### **6.1.3. 7 Haziran Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde HDP**

7 Haziran seçim sürecinde HDP ’nin ulusal yazılı basında bu araştırmaya konu olan medya organları içerisinde herhangi bir ilanına rastlanmamıştır. Sadece Evrensel Gazetesinde 1 Mayıs İşçi Bayramı ile ilgili bir kutlama ilanı yayınlandığı görülmüştür. Ayrıca Evrensel Gazetesinin 22 Nisan 2015 tarihli nüshasında seçim bildirgesinin açıklaması tam sayfaya yakın bir şekilde ‘Umudunu Da Al Gel’ başlığıyla ilan gibi sunulmuştur. Biz’ler Var Başkanlık Yok vurgusuyla birlikte ‘Kadın Bakanlığı Kurulacak’, ‘YÖK Yok, Yaşam Kartı Var’, ‘Eşit Onurlu Yaşam’, ‘Çocuk Hakları Güvence Altında’, ‘Gerçek Demokrasi Eşbaşbakanlık’, ‘Gerçek Adalet’, ‘Halklara İnançlara Özgürlük’, ‘Barışçıl Dış Politika’, ‘Özgür Doğa’, ‘Asgari Ücret 1800 TL’, ‘Taşerona ve İş Cinayetlerine Son’ ve ‘Sosyal Yardım Değil Sosyal Hak’ vaatlerini içeren sunum HDP’nin 1 Mayıs kutlaması ile birlikte ulusal yazılı medyadaki iki duyurusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak haber ve 1 Mayıs kutlaması reklam kapsamında değerlendirilmeyip çözülemeye tabi tutulmayacaktır.

HDP’nin resmi web sayfası incelendiğinde seçim materyalleri ile ilgili bölümde sosyal medya malzemeleri başlıklı bir bölüme yer verdiği görülmektedir. Bu başlık ve altında sosyal medya şablonları, kapak fotoğrafları ve malzemeler alt başlıklarından seçimde sosyal medyada kullanılmak üzere detaylı bir çalışma yapıldığı anlaşılmaktadır.

### **6.2. Kasım 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi**

HDP’nin 1 Kasım 2015 Genel Seçim Bildirgesi “Büyük İnsanlık Büyük Barış” sloganıyla başlamaktadır. Beyanname; “İnadına Barış İnadına HDP”, “İnadına Eşitlik İnadına Özgürlük”, “ ‘Ortak Vatan ve Özgür Yaşam İçin’ İnadına Çoğulcu Demokrasi”, “İnadına Beraber İnadına Adalet”, “İnadına Eşitlik İnadına Sosyal Adalet”, “İnadına Doğadan Yana İnadına HDP”, “İnadına Emekten Yana İnadına HDP”, “İnadına Sosyal Haklar İnadına Barış” ve “İnadına Özgürlük İnadına Eşitlik” başlıklarından oluşmaktadır. Bu temel başlıklar altında;

-Eşitlik ve Özgürlük İçin Kadınlar Kazanacak,

- Kalıcı Barış ve Demokratik Çözümde Israrlıyız,
- Özyönetim ya da Yerinden Yönetim,
- Tekçi Değil, Demokratik Cumhuriyet,
- Barışıl Dış Politika,
- Demokratik Anayasa,
- Siyasi Partiler ve Seçim Yasası,
- Yargı Reformu,
- Basın, İletişim ve Bilişim Özgürlüğü,
- İnsan Hakları,
- Cezaevleri,
- Geçmiş ve Hakikatle Yüzleşme,
- Zorla Yerinden Edilenler ve Zorunlu Göç,
- Koruculuk Sistemi Kaldırılacak,
- Vicdani Ret Hakkı,
- Nefret Suçları,
- Halklara Eşitlik, İnançlara Özgürlük,
- Sığınmacı ve Mülteciler,
- HDP İle Güvenceli Yaşama,
- Güvenceli Yaşam Ekonomisi,
- Tarımda Kendine Yeterlilik,
- Yaşanası Kentler, Sağlıklı Konutlar, İnsan Odaklı Ulaşım,
- Ekoloji,

- Güvenli İş, Güvenceli Gelecek, İnsanca Yaşam,
- Güvencesiz Çalışmaya Son Verilecek,
- Mevsimlik İşçiler Korunacak, Göçmen İşçilerin Hakları İyileştirilecek,
- Çalışırken Ölmeye, Hastalanmaya Son Verilecek,
- Kamu Emekçileri Güvenceli Olacak, Hak Kayıpları Telafi Edilecek,
- Çocuk İşçiliği Önlenecek, Genç İşçiler Desteklenecek,
- Emekten Yana Ücret Politikası,
- İşsizlikle Mücadele,
- Kadın Emegi,
- Sendikal Hak ve Özgürlükler,
- Sosyal Yardım Değil Sosyal Hak,
- Engelliler ve Bakıma İhtiyaç Duyanlar Desteklenecek,
- Emeklilere İnsanca ve Onurlu Yaşam,
- Eğitim ve Spor
- Sağlık Haktır,
- Kültür ve Sanat,
- Eşitlik ve Özgürlüğün Yeşerdiği Yeni Bir Yaşamı GençlerKuracak,
- Gençlere Hayatın Her Alanında Eşit Söz ve Karar Hakkı,
- Uyuşturucu ve Madde Bağımlılığı İle Mücadele,
- LGBTİ'lerin Eşit, Özgür ve Onurlu Yaşam Hakkı,

başlıklarla ilgili vaatler sıralanmaktadır (www.hdp.org.tr, Erişim: 05.06.2017).



HDP'nin 1 Kasım Seçim beyannamesi incelendiğinde MHP'de olduğu gibi Haziran Genel Seçim beyannamesinden çok farklı olmayan bir içeriğin seçmen kitlesine sunulduğu görülmektedir. Haziran 2015 seçim kampanyasında 1800 TL olarak bildirilen ve kademeli olarak artacağı ifade edilen asgari ücret, Kasım 2015 seçim kampanyasında 2000 TL olarak güncellenmiştir. Aynı şekilde emekli maaşının da asgari ücretle eşitlenerek 2000 TL yapılacağı vaat edilmektedir.

İki seçim dönemine ilişkin beyannameler karşılaştırıldığında en önemli farklılığın söylem ve sloganlar üzerine olduğu karşımıza çıkmaktadır. Haziran 2015 Seçim Kampanyası “Biz’ler” vurgusu ve “Heyecanını al gel”, “Mutluluğunu al gel”, “Renklerini al gel” vs. gibi çağrılar üzerine kurulu iken Kasım 2015 seçim kampanyasının “İnadına” kavramı üzerine kurgulandığı görülmektedir. “7 Haziran’ın ortaya çıkardığı yeni Meclis’in izlemesi gereken tek doğru yol, halklarımızın demokratik değişim talepleri doğrultusunda, Türkiye’yi yeniden kuracak bir ‘toplumsal sözleşme’ için kolları sıvamak olmalıydı.” saptamasına yer verilen bildirgenin sunuş kısmında AK PARTİ’ye karşı olan Meclis çoğunluğunun bu fırsatı kaçırmak Meclisin meşruiyetini de sorgulanır hale getirdiği ifade edilmektedir. Beynamede ayrıca “Radikal Demokrasi” kavramıyla kuramsal bir çerçeve seçmen kitlesine sunulmaktadır. Radikal demokrasi kavramı Haziran 2015 Seçim Beyannamesinde bir kez yer alırken, Kasım 2015 Seçim beyannamesinde altı defa yer almaktadır. Bu anlamda seçmen kitlesini yakalamada zor bir yolun ya da kampanya stratejisinin tercih edildiği ifade edilebilir.

### **6.2.1. Broşürler**

HDP'nin 1 Kasım 2015 Genel Seçim Kampanyasında Gençler ve Kadınlara yönelik iki broşür kullandığı görülmektedir. Gençlere yönelik olarak hazırlanan “İnadına Genç İnadına HDP” sloganıyla başlayan broşürde; inadına barış, inadına demokrasi, inadına gençlik hakları başlıklı metinler yer almaktadır. Bu metinlerde yer alan vaatler 7 Haziran Genel Seçim Kampanyasında kullanılan “Biz’ler Genciz Büyük İnsanlığın Baharıyız” ilanında yer alan vaatlerin metin formatında ve yukarıda ifade edilen başlıklar altında tekrarlandığı bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır. Broşürde; İnadına özgürlük, İnadına umut, İnadına yaşam, İnadına adalet, İnadına vicdan, İnadına huzur, İnadına kahkaha, İnadına barış, İnadına çok dilli, İnadına yan yana, İnadına çoğulcu, İnadına genç, İnadına rengarenk, İnadına can cana, İnadına eşit, İnadına demokrasi, İnadına yeşil,

İnadına insanlık, İnadına dere, İnadına ağaç, İnadına emek, İnadına horon, İnadına halay, İnadına zeybek, İnadına saz ve İnadına zılgıt vurgularına “İnadına Beraber İnadına HDP” sloganıyla desteklenen bir kompozisyonun da eklendiği görülmektedir.

Kadınlara yönelik broşürde; Kadınlar Meclise logosuyla beraber “Özgürlük ve Eşitlik İçin Kadınlar Kazanacak!” sloganları kullanılmaktadır. Broşürde yeni çalışmaya başlayan kadınların gelir vergisinden muaf tutularak işe giriş desteği verileceği, sosyal güvencesi ve geliri olmayan eşi vefat etmiş kadınların maaşlarının 250 TL artırılacağı, şiddet mağduru kadınlarla eşinden ayrılmış bekar annelerin de destekleneceği vaatlerine yer verilmektedir.

1 Kasım seçimlerinde broşür tercihinin kadınlar ve gençler hedef kitle baz alınarak yapıldığı anlaşılmaktadır. 7 Haziran Genel Seçimlerinde kullanılan ve “Biz’ler Föyleri” başlığı altında verilen birçok toplumsal kesimi kapsayan çalışmalara 1 Kasım seçimlerinde yer verilmediği görülmüştür. Zaman kısıtlılığı ve maddi unsurlar göz önüne alındığında gençler ve kadınlar temelinde bir kampanya yürütme stratejisi benimsenmiştir.

### **6.2.2. Afişler**

HDP 1 Kasım 2015 seçimlerinde 7 Haziran seçimlerinden farklı olarak eşbaşkanların fotoğrafı bulunan 6 afişle seçmenlerinin karşısına çıkmıştır. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde aday tanıtımlarını afiş, el ilanı ve billboardlarla yapan parti 1 Kasım seçimlerinde “İnadına Özgürlük İnadına HDP”, “İnadına Adalet İnadına HDP”, “İnadına Barış İnadına HDP”, “İnadına Demokrasi İnadına HDP”, “İnadına Eşitlik İnadına HDP” ve Emekten Yana İnadına HDP” mesajlarını içeren afişleri kullanmıştır.

7 Haziran Genel Seçimlerine “Biz’ler” vurgusu ile çıkan HDP, 1 Kasım Genel Seçimlerinde ise özgürlük, adalet, barış, eşitlik, demokrasi ve emek kavramlarına getirdiği inadına sıfatıyla çıkmayı tercih etmiştir. Güvenlik ve istikrar kaygısını etkileyen konjonktürel ortam sonrası kampanyaya inat vurgusu etnik/kültürel temelde kendisini destekleyen seçmen kitlesine cazip gelebilecek olsa da HDP’yi bu kitle dışında destekleyen seçmen kitlesini etkileyebilmeyi başaramamış olabilir. 1 Kasım seçimlerinde yaşanan oy kaybı bu bağlamda bu çıkarımı yapmaya olanak sağlamaktadır.

### **6.2.3. 1 Kasım Seçim Sürecinde Ulusal Gazetelerde HDP**

1 Kasım seçim sürecinde Haziran seçim kampanyasında olduğu gibi incelenen ulusal yazılı basında HDP reklamına rastlanılmamıştır. Evrensel Gazetesi de dahil olmak üzere farklı toplumsal kesimlere hitap eden medya organlarında reklam olmaması, maddi gerekçelerle birlikte stratejik bir tercih olarak da değerlendirilebilir. HDP'nin 2015 genel seçim kampanyalarında tercihini yüz yüze iletişim, görsel medya ve sosyal medyadan yana kullandığı düşünülebilir. 7 Haziran Genel Seçimlerinde yer verilen sosyal medya çalışmasının 1 Kasım Genel Seçimlerinde de kullanılması bu önermeyi doğrular niteliktedir.



## 7. KARŞILAŞTIRMA VE SONUÇ

7 Haziran 2015 Genel Seçimleri ve 1 Kasım 2015 Tekrarlanan Genel Seçimleri cumhuriyet tarihinde seçimlerden sonra bir hükümet kurulamaması nedeniyle ilk defa karşılaşılan bir siyasal süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Hükümet kurma görevinin sadece çoğunluğu sağlayan partiye verilmesi, görüşmelerin başarısızlıkla sonuçlanması ve kısıtlı kalan süre öne sürülerek en fazla oyu alan ikinci partiye hükümeti kurma görevi verilmemesi Türk siyasal hayatının olağanüstü bir dönemini işaretlemektedir. Bu çalışmada yapılan seçimlerde TBMM'ye girmeyi sağlayan oyu alan dört partinin kullandığı materyaller ve seçime gidilen sürecin olayları değerlendirilerek bir karşılaştırma ve analizin yapılması amaçlanmıştır. Seçmenlere verilen mesajlar nitel veri analizi kapsamında betimsel analizle tablollaştırılmış, ayrıca seçim öncesi süreçte meydana gelen olaylarla ilgili karşılaştırmalara da yer verilmiştir.

Araştırmada ulaşılan bulgulardan birincisi seçim öncesi konjonktürün değerlendirilmesinden ve bu değerlendirmeden yola çıkarak yapılan karşılaştırmalardan elde edilmiştir. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinden önceki süreçte demokrasi ve özgürlük vurgusunun ön planda olduğu güvenlik kaygısını ortaya çıkarabilecek eylemlerin 7 Haziran 2015'te yapılan seçimlerden sonra meydana gelen olaylara kıyasla çok daha az olduğu şeklinde karşımıza çıkmaktadır. 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinden önce yaşanan terör olaylarının seçmen nezdinde bir güvenlik kaygısına yol açtığı ifade edilebilir. Hükümetin kurulamayarak tekrar seçim kararı alınması güvenlik kaygısına ek olarak istikrarsızlık endişesini de seçmen nezdinde pekiştirmiştir. AK PARTİ'nin Kasım 2015 seçim beyannamesini özgürlük-güvenlik dengesi vaadiyle güncellemesi bu bağlamda değerlendirilmelidir. Basın ilanlarındaki teröre boyun eğmeme mesajı da bu kapsamda önemli bir dayanak olarak ifade edilmelidir. Araştırmanın hipotezlerinden olan "ideolojik vurgular, güvenlik ve çatışmasızlık ortamı seçmen davranışlarını farklı seçenekleri deneme konusunda etkilemektedir" hipotezini aradaki çok kısa zaman diliminde oluşan yaklaşık yüzde 10'luk oy farkı doğrulamaktadır.

Güvenlik ve istikrar kaygısının yanı sıra seçmene sunulan mesajların da seçim sonuçlarını etkileyen bir unsur olduğu araştırmadan ve yapılan karşılaştırmalardan ortaya çıkan bulgular arasındadır. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde 13 yıllık iktidar partisi olan AK PARTİ seçmen karşısına genel bir anlatı ile çıkmıştır. Muhalefet partileri ise

özellikle CHP ve belirli bir oranda MHP seçmenlere doğrudan ekonomik mesajlarla ulaşmaya çalışmıştır. Özellikle asgari ücretin 1400/1500 TL yapılacağı ve taşeron işçilere kadro verileceği başta olmak üzere birçok ekonomik mesaj direkt olarak verilmiştir. Bu kapsamda pragmatist seçmenin sorgulama yaptığı ve oy tercihini vaatler bağlamında değiştirdiği anlaşılmaktadır. 1 Kasım Seçimlerine oranla nispeten güvenli bir konjonktürde sandığa giden seçmenin genel anlatı karşısında direkt ekonomik mesajlardan etkilendiği söylenebilir. “Ekonomik vaatlerin seçim sonuçlarını etkilediği” hipotezi bu çerçevede doğrulanmaktadır.

7 Haziran ve 1 Kasım Genel Seçimlerinde seçimin yol haritası niteliğinde olan seçim beyannameleri ya da bildirgeleri olarak ortaya çıkarılan metinlerde yapılan değişiklikler ya da güncellemeler açısından partiler değerlendirildiğinde beyannamesinde en fazla değişikliğe yer veren partiler olarak AK PARTİ ve CHP karşımıza çıkmaktadır. AK PARTİ'nin beyanname incelemelerinde özellikle ekonomi alanı başta olmak üzere birçok başlık altında eklemeler olduğu ve bu eklemelerin seçim kampanyasında kullanılan ilanlara da yansıdığı görülmüştür. Aynı şekilde CHP'nin de hem bildirge başlıkları hem de içeriklerde yer alan vaatlerde güncelleme yaptığı tespit edilmiştir. İki parti de bu güncellemeleri seçim materyallerine taşımış ancak CHP gazete ilanları kapsamında AK PARTİ'ye oranla daha az yer almıştır. TBMM'ye giren diğer partiler MHP ve HDP'de de güncellemeler olmakla birlikte doğrudan kampanya materyallerini etkileyen bir farklılığın ortaya çıkmadığı belirtilmelidir.

7 Haziran ve 1 Kasım Genel Seçimlerinde AK PARTİ tarafından kullanılan broşürler açısından bir karşılaştırma yapıldığında 7 Haziran Genel Seçimlerinde adaylara bir broşür formatı sunularak belirli ölçütler çerçevesinde broşür oluşturma sorumluluğu yüklenmiştir. Daha çok aday tanıtımı ve genel içerikler sunumu olabilecek bir çerçeveyi barındıran broşür formu tercihi 1 Kasım Genel Seçimlerinde değiştirilmiş ve AK PARTİ'nin vaatlerini içeren “İlk Günkü Aşkla Hep Birlikte” sloganıyla başlayan broşür başta olmak üzere “AK PARTİ Yurt Dışında Yaşayan Vatandaşlarımızın Yanında” sloganıyla başlayan broşür ve farklı toplumsal kesimlere ve seçmenlere seslenen el ilanları ile bir güncellemeye gitmiştir. Tüm bu broşürlerde ekonomik ve sosyal içerikli vaatlerle farklı seçmen kitlelerine partinin mesajları ulaştırılmaya çalışılmıştır. Bu

farklılığın kampanya materyali bağlamındaki eksiklikleri gidermeye yönelik yoğun bir çabayı içerdiğini ifade etmek mümkündür.

7 Haziran ve 1 Kasım Genel Seçimlerinde CHP tarafından kullanılan broşürler açısından bir karşılaştırma yapıldığında 7 Haziran Genel Seçimlerinde “İnfoğrafiklerle 2015 Seçim Bildirgesi” başlığıyla bir broşür çalışması yapılmıştır. Çalışma kapsamında; aile sigortası, emekliler, engelliler, esnaf, gençler, üniversite gençliği, kadınlar, çalışan kadınlar, kadına karşı şiddet, çocuklar, yaşlılar, çalışma yaşamı, taşeronlaşma, sendikalaşma, STK’ler, internet, tüketici hakları, kültür, sanat, spor, doğa hakları, kentler, konut planlaması ve Doğu ve Güneydoğu Anadolu başlıklarıyla AK PARTİ’nin yarattığı tablo ve CHP’nin önerileri sunulmuştur. 1 Kasım Genel Seçimlerinde de “Önce Türkiye” sloganlı iki sayfadan oluşan bir broşür ve içerik olarak gazetelerde ilan olarak da kullanılan CHP İktidarının İlk Yüz Günü ve İlk Bir Yılı” başlıklı föy çalışmasıyla seçmen kitlelerine ulaşılmaya çalışılmıştır. 1 Kasım seçimlerinde CHP ayrıca seçim bildirgesinde yer verdiği 24 başlıkla ilgili ekonomik ve sosyal vaatleri içeren föy çalışmasıyla seçmenlere ulaşmaya çalışmıştır. Her iki seçimde de CHP broşür çalışmalarını kullanarak seçim materyalleri bağlamında bir eksikliğe meydan vermemiştir.

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde MHP 5 sayfadan oluşan bir el ilanı ile 48 sayfadan oluşan bir broşür kullanmıştır. 48 sayfalık broşür beyannamenin bir özeti niteliğinde olup, 5 sayfalık el ilanı da broşürün bir özeti şeklinde tasarlanmıştır. 7 Haziran Genel Seçimlerine detaylı broşür ve el ilanları ile giren MHP’nin 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde “Ülkenin Geleceğine Oy Ver” ve MHP “Ülkenin Geleceği” sloganlarını içeren ve aday tanıtımına yönelik form niteliğinde olan bir çalışmayı teşkilatlarına sunduğu görülmüştür. AK PARTİ’nin 7 Haziran Genel Seçimlerinde kullandığı adaylara bilgi doldurmayı öneren form, 1 Kasım Genel Seçimlerinde MHP kampanyasında kullanılmıştır. MHP’nin broşür bazında 7 Haziran seçimlerine göre eksik bir çalışmayla kampanya yürüttüğü ifade edilebilir.

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde HDP Türkçe, Kurmanci ve Zazaca bir broşür hazırlamış ve bu broşürlerde “Yerinden Yönetim İçin”, “Çoğulcu Demokrasi İçin”, “Doğa Talanı Dursun Diye”, “Kadın Hakları İçin”, “Eşit Paylaşım ve İnsanca Yaşam İçin”, “Gençler Geleceğe Yön Versin Diye”, “Herkes İnancında Özgür Olsun Diye” başlıkları altında kısa metinler içeren bir tasarımla seçmenlerinin karşısına çıkmıştır.

Ayrıca f6y adı verilen 18 farklı toplumsal kesime seslenen el ilanları ile de bir kampanya y6r6t6lm6şt6r. 1 Kasım seçimlerinde ise sadece bildirgeden içerikler taşıyan kadın ve gençlik broş6r6 adı verilen iki broş6r ile çalışma yapılmıştır. HDP'nin broş6r ve el ilanları bazında 7 Haziran seçimlerine g6re çok sınırlı bir çalışma yaptığı g6r6lm6şt6r.

Afişler bazında bir karşılaştırma yapıldığında 7 Haziran Genel Seçimlerine AK PARTİ'nin seçim kılavuzunda yer verdiği beş afişle başladığı ajans faaliyeti kapsamında ise 59 çalışmayla seçmen kitlesine ulaştığı g6r6lm6şt6r. Afişlerde Yeni T6rkiye, b6y6k g6, kalkınma ve istikrar gibi kavramlara yer verilirken outdoor olarak adlandırılan ajans dış mekan çalışmalarında ise Ankara, İstanbul, İzmir'e y6nelik b6y6k yatırımların olduğu yerel ilanlar, kendi savaş uçağımızı yapıyoruz gibi genel bilgi içeren çalışmalar ve daha 6nce gerçekleştirilen d6zenlemelerle ilgili olarak "Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar" sloganının kullanıldığı muhalefeti hedef alan içerikler kullanılmıştır. 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde kullanılan afişlere ve outdoor çalışmalarına bakıldığında ise; "Sen Ben Yok T6rkiye Var" ve "Tek Başına İş Başına" sloganlarının kullanıldığı çalışmalar yanında partinin somut ekonomik ve sosyal vaatlerini içeren çalışmalar da sıklıkla kullanılmıştır. Asgari 6cretin 1300 TL olması, taşeron işçilere kadro verilmesi, çeşitli sosyal ve ekonomik yardımlar ile esnafa ve sanayiciye sağlanacak muafiyetler ve kolaylıklar başta olmak 6zere beyannamede g6ncellenen t6m ekonomik somut vaatlerin bu çalışmalarda kullanıldığı g6r6lm6şt6r. Afiş, billboard, raket vs. t6m dış mekan ilanları ile bir kampanyanın kurgulandığı ve bu kampanyanın t6m6yle ekonomik bir çerçevede gerçekleştirildiğini belirtmek gerekmektedir. 7 Haziran ile 1 Kasım seçimleri arasında afişlerdeki en 6nemli farklılık ekonomiye izah edilebilir. Ekonomiye ek olarak huzur, g6venlik ve istikrar vurguları da ekonomiye oranla daha az olsa da kampanyada yer almıştır. "Siyasal imaj çalışmaları ve seçim afişlerinin seçmen davranışlarını etkilediği" hipotezi değişen kampanya stratejisi ve bu stratejinin kampanya materyallerine yansımaları çerçevesinde doğrulanmaktadır.

CHP afişlerine bakıldığında; seçim için hazırlanan internet sitesinde 7 Haziran Genel Seçimlerine y6nelik bir afişle karşılaşılmamıştır. Ancak web taramaları sonucu miting yapılan seçim b6lgesine y6nelik adayları tanıtan, genel başkan fotoğrafı ve sloganının bulunduğu 6zel çalışmalardan s6z edilebilir. 1 Kasım Genel Seçimleri için hazırlanan internet sitesinde ise aday bilgileri, genel başkan fotoğrafı ve logo ve

sloganların yer aldığı afiş formu yer almıştır. CHP'den afiş, billboard, raket gibi dış mekân çalışmalarında vaatleri sunan bir kampanya materyali elde edilememiştir. 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerine çok yönlü ve detaylı bir ekonomik vaatler dizisiyle katılan CHP'nin bu vaatleri duyurmak için sadece gazeteleri kullanması, kitle iletişim araçları içerisinde önemli bir yer tutan raket ve billboardlardan seçimde yararlanmaması önemli bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır. 1 Kasım Genel Seçimlerinde reklam/ilan sayısında ciddi bir azalma görülen CHP'nin yine çok fazla değişikliğe gitmediği ekonomik vaatlerini duyurma anlamında kampanyasını yazılı medyada yürüttüğü, 7 Haziran seçimlerinde olduğu gibi dış mekân araçlarına da taşımadığı görülmüştür. Ayrıca partinin seçimlere girdiği adaylar arasında da yerleşim yerine göre tüm adayları billboardlara koymayarak eksik bir çalışma gerçekleştirdiği de görülmüştür. Örneğin dokuz milletvekili adayının yer aldığı Manisa'da, Kula ilçesinde kullanılan billboardlarda sadece beş milletvekili adayının yer alması, Kulalı aday Sakine Öz dahil olmak üzere diğer adaylara yer verilmemesi billboardların küçük olması gerekçe gösterilerek açıklanmıştır. Bu anlamda duyurma çalışmalarına dış mekanlarda kullanılan billboardlar/raketler özelinde özen gösterilmediği ortaya çıkmaktadır.

MHP afişleri incelendiğinde; MHP 7 Haziran Genel Seçimlerine “Bizimle Yürü Türkiye” sloganı eşliğinde dokuz farklı afişle katılmış ve demokrasi, adalet, ahlak, onarım, kalkınma vb. kelimeleri içeren genel vaatlerle seçmenine ulaşmaya çalışmıştır. 1 Kasım seçimlerinde ise hem genel vaatleri içeren ilanlar hem de beyannamede yer alan ekonomik ve sosyal içerikli vaatlerin yer aldığı ilanlar billboard ve raketler de kullanılmıştır. 7 Haziran seçimlerine oranla farklı seçmen kitlelerine yönelik ilanlar yayınlanması, 1 Kasım'da yapılan seçimlerdeki oy kaybını önlememiştir. Bu bağlamda sadece ekonomik durumun ve ekonomik vaatlerin seçim sürecindeki belirleyiciliğinden söz edilemez. Güvenlik ve istikrar kaygısının da seçim sürecini etkileyen önemli bir faktör olduğu belirtilmelidir.

HDP afişleri incelendiğinde 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Eş Genel Başkanlar Selahattin Demirtaş ile Figen Yüksekdağ'ın fotoğraflarının bulunduğu ve aynı formatta HDP adaylarının da tanıtıldığı billboardlar kullanılmıştır. 1 Kasım Seçimlerine ise HDP 'inadına' vurgulu demokrasi, adalet, barış, özgürlük, eşitlik ve emekten yana sloganlarını içeren afişlerle çıkmıştır. 7 Haziran seçimlerinde “Biz” vurgusunu öne



çıkaran HDP, 1 Kasım seçimlerine inadına vurgusu ile çıkmış ve beyannamesinde vaat ettiği, ekonomik, sosyal, kültürel alandaki vaatlerini her iki seçimde de dış mekân araçlarına taşımamıştır. Bu bağlamda güvenlik kaygısı ve istikrar endişesinin MHP gibi HDP’de de oy kaybına sebep olduğu ifade edilebilir.

7 Haziran 2015 Genel Seçimleri ile 1 Kasım 2015 genel seçimlerinde partilerin kullandığı materyaller bağlamında bir yer değiştirmenin yaşandığı görülmektedir. Süre kısıtlılığı ve maddi unsurlar göz ardı edilmeden bir değerlendirme yapmak gerektiğinde 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde seçmen karşısına özellikle ekonomik alanlarda basit mesajlarla çıkan muhalefetin yoğun mesaj içeren metinlerle seçmen karşısına çıkan AK PARTİ’nin oylarını azalttığı görülmekte, buna karşın 1 Kasım Genel Seçimlerinde muhalefetin izlediği stratejiyi takip eden AK PARTİ’nin (2011 Genel Seçimlerinde aldığı oy oranına tekrar ulaşmıştır) güvenlik-istikrar kaygısının yanı sıra seçmenlere cazip gelecek ekonomik vaat içeren mesajların da bu bağlamda kaybedilen oyları tekrar geri almaya etki ettiği ifade edilebilir. AK PARTİ, muhalefetin 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde ekonomiyi ve özlük haklarını ilgilendiren vaatlerini yakın ya da aynı içerikte doğrudan mesajlarla seçmenine sunmuştur. “Seçmen eğilimleri siyasi partileri vaatlerini değiştirme ve/veya güncelleme hususunda etkilemektedir” hipotezi AK PARTİ’nin Kasım 2015’te yapılan seçimlere birçok somut ekonomik vaatle gitmesi çerçevesinde doğrulanmıştır.

İncelenen medya organlarında yer alan ilanlar sayısal olarak karşılaştırıldığında; Haziran 2015 Genel Seçimlerinde TBMM’ye giren üç partinin 171 ilanla gazetelerde yer aldığı görülmüştür. Yüzdelerle dilimle AK PARTİ’nin toplam rakam üzerinde % 39 ilan payı yer alırken, bu oran CHP’de % 51, MHP’de ise % 10 olarak gerçekleşmiştir. CHP farklı medya organlarında mevcut iktidar partisi ve diğer muhalefet partisinin toplam ilanından daha fazla yazılı basında yer almıştır. Çalışma içerisinde detayları verildiği üzere bu ilanların önemli bir kısmı seçmen kitlesine doğrudan ekonomik ve özlük hakları içeren mesajlar olarak karşımıza çıkmaktadır. CHP, 7 Haziran seçimlerinde yaptığı kampanya ile seçmen nezdinde önemli bir beklenti olarak yer alan asgari ücretin yükseltilmesi ve taşeron işçilere kadro verilmesi vaadiyle AK PARTİ’nin kampanyasını etkilemiştir. CHP’nin 7 Haziran seçimlerinde uyguladığı kampanya stratejisini benzer bir şekilde 1 Kasım seçimlerinde AK PARTİ’nin yapması bu saptamayı doğrular niteliktedir.

1 Kasım seçimleri ile ilgili olarak yayınlanan ilanların sayısal karşılaştırması yapıldığında incelemesi yapılan medya organlarında üç partinin toplam 122 ilanla seçmen karşısına çıktığı görülmüştür. 7 Haziran seçimlerinin aksine yüzdeler diliminde bu seçimde AK PARTİ'nin % 64, CHP'nin % 17, MHP'nin ise % 19'luk dilimle medyada yer aldığı saptanmıştır. 7 Haziran Seçimlerine ilişkin yapılan değerlendirmede CHP ile ilgili sunulan bulguya benzer biçimde 1 Kasım seçimlerinde de AK PARTİ'nin asgari ücret, taşeron işçilere kadro vd. yardım destekleri içeren doğrudan mesajlarla seçmen kitlesinin karşısına çıktığı görülmüştür. Hedef kitleye yönelik çok sayıda ekonomik ve özlük haklarına ilişkin mesaj sunan AK PARTİ'nin konjonktürel durumun yanı sıra seçmene cazip gelecek vaatlerle seçmen kitlesini etkilediği ifade edilebilir. Bu geçişkenliğin oransal saptamalarını her ne kadar tam olarak yapmak mümkün değilse de seçmenlerin ideolojik duruşu, kültürel geçmişi ile güvenlik kaygısı ve istikrar endişesinin yanı sıra ekonomik verileri de önemli bir değişken olarak ele aldığı AK PARTİ'nin kampanya stratejisinde gittiği değişiklikten anlaşılmaktadır.

Partilerin medya tercihlerine bakıldığında araştırma kapsamında farklı toplumsal kesimlere hitap eden medyalar bağlamında önemli çıktılarla karşılaşılmaktadır. AK PARTİ'nin sadece incelenen basılı medya organları arasında Sabah ve Yeni Şafak Gazetelerini kullandığı görülmektedir. İdeolojik olarak sadece belli bir hedef kitleye seslenmeyen medya organlarının da bu kapsamda tercih edilmediğini belirtmek gerekmektedir. Örneğin sosyo-kültürel olarak aralarında çok ciddi farklılıklar bulunmasa da AK PARTİ'nin Yeni Çağ ya da medyada daha orta yol olarak görülen Hürriyet Gazetesinde ilan tercihinde bulunmadığı görülmüştür. Buna karşın MHP ve CHP'nin Hürriyet, Yeniçağ, Cumhuriyet ve Sözcü Gazetelerinde ilan yayınlamaya farklı toplum kesimlerinden seçmenleri etkilemeyi amaçladığı ifade edilebilir.

7 Haziran-1 Kasım Genel Seçimlerinde kampanyalar, mesajlara ilişkin yapılan ileti konuları gruplandırılmaları bağlamında da karşılaştırılmalıdır. Örneğin 7 Haziran seçimlerinde AK PARTİ'nin otuz üç ilanının beşi ekonomi, yirmi ikisi iç politika, ikisi dış politika, biri eğitim, üçü de diğer başlığı altında gruplandırılmıştır. Tablolarda verilen ek bilgilerde iç politikanın iki ya da daha fazla konuyu içermesi sebebiyle oluşturulduğu belirtilmiş ve doğrudan ekonomi ve diğer başlıkları direkt mesajlar bağlamında değerlendirilmiştir. 1 Kasım tekrarlanan genel seçimlerinde yapılan sınıflandırmada ise

otuz dokuz başlıktan yirmi ikisi ekonomi, on ikisi iç politika ve beşi de diğer ileti konuları başlığı altında sınıflandırılmıştır. İleti konuları sınıflandırmasında tekrarlanan seçimlerde ekonomi alt başlığındaki artış önceki seçimlere oranla net bir biçimde kendini göstermekte ve kampanyanın ekonomik yönü ortaya çıkmaktadır. İç politika konuları içerisinde yer alan ekonomik içerikler de değerlendirildiğinde 1 Kasım seçimlerinin tam olarak ekonomi içerikli kampanya olduğunu söylemek mümkündür.

İleti konuları gruplandırmaları bağlamında CHP incelendiğinde; 7 Haziran Genel Seçimlerinde Hürriyet, Yeniçağ, Sözcü, Cumhuriyet ve Evrensel Gazetelerinde ekonomi ileti konusu başlığı altında 56, iç politika ileti konusu başlığı altında 21 ve diğer başlığı altında 10 ilan olmak üzere 87 ilanın yayınladığı görülmüştür. 1 Kasım Genel Seçimlerinde ise yine aynı gazetelerde iç politika ileti konusu başlığı altında 8, diğer başlığı altında 13 olmak üzere 21 ilanın yayınladığı saptanmıştır. 7 Haziran Genel Seçimlerine oranla ilan sıklığı % 75'in de üzerinde düzeyde azalmış, ekonomi mesajları da genel vaatler içerisinde toplanan ilanlar içerisinde seçmen kitlesine ulaştırılmaya çalışılmıştır. CHP 7 Haziran Genel Seçimlerini tam bir ekonomik kampanya olarak sürdürmüş iken, 1 Kasım seçimlerinde kampanya daha çok duygusal mesajlar bağlamında sürdürülmüştür. İktidar partisi ile ana muhalefet partisi arasında kampanya stratejisi açısından tam olarak bir yer değiştirme söz konusudur.

İleti konuları gruplandırmalarına bakıldığında MHP 7 Haziran Genel seçimlerinde Yeniçağ ve Sözcü Gazetelerinde ekonomi ileti konusu başlığı altında 3, iç politika ileti konusu başlığı altında Hürriyet, Yeniçağ ve Sözcü Gazetelerinde 10 ve diğer başlığı altında yine aynı gazetelerde olmak üzere 5 ilan, toplamda 18 ilanla yazılı basında yer almıştır. 1 Kasım Genel Seçimlerinde ise; iç politika ileti konusu başlığı altında Hürriyet, Yeniçağ, Cumhuriyet ve Sözcü Gazetelerinde olmak üzere 12 ilan, diğer başlığı altında yine aynı gazetelerde 11 ilan olmak üzere toplamda 23 ilanla yazılı basında yer almıştır. 7 Haziran Genel Seçimlerinden farklı olarak Cumhuriyet Gazetesinde de yer alan MHP aynı şekilde ilan sayısı olarak da daha fazla basılı yayın organlarında yer almış ancak 7 Haziran Genel Seçimlerine oranla en fazla oy kaybı yaşayan parti olmuştur. 7 Haziran Genel Seçimlerinin ardından yapılacak olan koalisyon çalışmalarına erken seçimi işaret ederek katılmayan MHP'de oy kaybının en önemli sebebi olarak bu süreçteki tavrı gösterilebilir.

Reklam türleri açısından yapılan sınıflandırmada AK PARTİ'nin Haziran 2015 Genel Seçimlerinde negatif siyasal reklam kullanımını tercih ederken Kasım 2015 Genel Seçimlerinde negatif siyasal reklam kullanmayarak tüm kampanyayı pozitif reklam türü kapsamında gerçekleştirdiği görülmektedir. Reklamların seçicilik türü bağlamında önemli bir farklılığın olmadığı söylenebilir.

Reklam türleri açısından CHP reklamları her iki seçimde karşılaştırıldığında Haziran 2015 Genel seçimlerinde 11 pozitif, 2 negatif siyasal reklam dağılımıyla CHP'nin pozitif siyasal reklamı baskın bir biçimde kullandığı, negatif siyasal reklamda ise sadece imalı karşılaştırma reklamına yer verildiği görülmektedir. Reklamın çekicilik türü sınıflandırmasında da rasyonel çekicilik türünün 10 reklamla kampanyaya hâkim olduğu belirlenmektedir. Kasım 2015 Genel seçimlerinde sadece 3 reklamın kullanılması kampanya analizini zorlaştırır da iki pozitif siyasal reklam ve bir negatif siyasal reklamla kampanyanın organize edildiği, reklamların çekicilik türü açısından ise iki duygusal çekicilik türü, bir rasyonel çekicilik türü reklamla karşılaştığı ifade edilebilir. Bu bağlamda Kasım 2015 Genel Seçimlerinde yürütülen kampanyada süre ve maddi kısıtlılıklar kaydı düşülerek vaat sunumu ve ilan sıklığı anlamında AK PARTİ'ye geniş bir alanın bırakıldığı belirtilebilir.

MHP açısından reklam türleri bağlamında her iki seçim karşılaştırıldığında; Haziran 2015 Genel Seçimlerinde 12 reklam kullanan MHP'nin bu reklamlarının tamamı pozitif siyasal reklam olarak kurgulanmıştır. Seçicilik türünde ise rasyonel seçicilik ve duygusal seçicilik bağlamında yarı yarıya bir dağılım gerçekleşmiştir. Kasım 2015 Genel Seçimlerinde ise sekiz reklamın beşinin pozitif siyasal reklam, üçünün ise negatif siyasal reklam olduğu görülmüş, rasyonel ve duygusal çekicilik türü bağlamında da beşi rasyonel çekicilik üçü de duygusal çekicilik türünde olan reklamlarla karşılaşılmıştır. Haziran 2015 Genel Seçim Kampanyasına hâkim olan pozitif siyasal reklam ve kampanyanın Kasım 2015 Genel Seçimlerinde yerini negatif mesajlar da içeren bir kampanyaya bıraktığı görülmüştür.

Hem 7 Haziran hem de 1 Kasım genel seçimleri yazılı/basılı medyanın kullanımının seçmen nezdinde etkisini HDP bağlamında yitirdiğini göstermesi açısından da önemli bulgular sunmaktadır. HDP, kendisine yakın olduğu varsayılan basılı medya organları da dahil olmak üzere yazılı/basılı medyada ilan çalışması yapmamıştır. Sadece Evrensel

Gazetesinde seçim bildirgesinin açıklanması detay haber olarak yer almış ancak muhalif yönü bilinen gazetelerin hiçbirinde de ilan yayınlanmamıştır. Bu bağlamda yazılı/basılı medyanın görsel-işitsel medya ve sosyal medya karşısında etki gücünü kaybetmeye başladığı bu tercihten yola çıkılarak ifade edilebilir. HDP özelinde yüz yüze iletişim çalışmalarının da etkin olarak kullanılmış olabileceği alınan oy oranı ve tekrarlanan seçimde de partinin baraj altında kalmayacak oranda gerilemesi kapsamında bir önerme olarak ifade edilebilir.

7 Haziran ve 1 Kasım Genel Seçimleri seçmenlerin oy verme davranışını açıklayan modeller bağlamında değerlendirildiğinde sosyolojik model, partiyle özdeşleşme veya parti kimliği modeli, rasyonel tercih modeli ve ekonomik politik oy verme modellerinin her iki seçimde de etkin modeller olarak görüldüğü ifade edilebilir. 13 yıllık iktidar dönemi sonrasında Haziran 2015 seçimlerinde AK PARTİ tarafından alınan % 40'lık oy oranı sosyolojik model ve partiyle özdeşleşme veya parti kimliği modeli kapsamında değerlendirilebilir. Haziran 2015 Genel Seçim kampanyasıyla ilgili yapılan genel anlatı tespiti ve kısa ve anlaşılır somut vaat eksikliğine rağmen elde edilen oy oranı bu modelleri işaret etmektedir. Aynı şekilde her iki seçimde CHP tarafından elde edilen oy oranı da bu modeller kapsamında değerlendirilebilir.

Seçmenin kendi şahsi çıkarları ve beklentileri doğrultusunda siyasal davranışta bulunduğunu varsayan rasyonel tercih modeli de kısa ve anlaşılır somut vaat temelinde değiştirilen kampanya stratejisi bağlamında bir değerlendirme olanağı sunmaktadır. Bir önceki genel seçime göre yaklaşık % 10'luk oy kaybı yaşayan AK PARTİ'nin tekrarlanan genel seçimde farklı toplumsal kesimleri ilgilendiren ekonomik vaatlerle bu açığı kapatması sosyolojik model, partiyle özdeşleşme veya parti kimliği modelinin yanı sıra rasyonel tercih modelinin de seçmen davranışları bağlamında önemini ortaya koymaktadır. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi teorisinde en alt basamakta yer alan fiziksel ihtiyaçlar ve güvenlik ihtiyacı tespiti seçimlerde kullanılan oylar ya da seçmen davranışını açıklayıcı bir içerikle yürütülen kampanya stratejisi bağlamında kendini göstermektedir. Güvenlik kaygısının belirginleşmediği ve fiziksel ihtiyaçlarına seslenmeyen bir kampanya döneminde oy tercihini değiştiren ya da sandığa gitmeyen bir seçmen oranı seçim sonuçları bağlamında ortaya çıkmaktadır. Aynı şekilde güvenlik kaygısı ve istikrarsızlık endişesinin hakim olmaya başladığı bir süreçte, seçmene

doğrudan hitap eden ve somut içeriklerle değiştirilen bir kampanya stratejisinin ardından yapılan seçimlerde tekrar eski oy oranına ulaşılması da rasyonel tercih modelini siyasal davranışlar bağlamında ortaya koymaktadır.

Tüm bulgular bir arada değerlendirildiğinde bir seçim sonucunu doğrudan yürütülen kampanyaların belirlediğini ifade etmek mümkün değildir. Oy verme davranışında din, etnik köken, konjonktür, geçmişten kalan bakiyenin ortaya çıkardığı algılar ve çevre gibi birçok unsur etkilidir. Ancak rasyonel bir birey olan seçmen için hipotezlerimizde vurguladığımız ekonomik kazanımlar ile ekonomik kazanımlarla bağlantılı olarak istikrar ve güvenlik vurgusu, siyasal imaj çalışmaları kapsamında hazırlanan broşürler, afişler ve el ilanları gibi unsurlar oy verme davranışını etkilemektedir.

## KAYNAKÇA

- AHMAD, F., (2014), Bir Kimlik Peşinde Türkiye, (5.Baskı), çev. Sedat Cem Karadeli, AHMAD, F., (2014), Bir Kimlik Peşinde Türkiye, (5.Baskı), çev. Sedat Cem Karadeli, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- AK PARTİ, 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi, Tanıtım ve Medya Başkanlığı Yayını, Ankara.
- AK PARTİ, 7 Haziran Genel Seçimleri 2015 Milletvekili Adayları Seçim Kılavuzu, (2015), Tanıtım ve Medya Başkanlığı Yayını, Ankara.
- AKDOĞAN, Y., (2004), AK PARTİ ve Muhafazakar Demokrasi, (1.Baskı), Alfa Yayınları, İstanbul.
- AKPINAR, H., (2005), Kurtların Kardeşliği: CKMP'den MHP'ye (1965-2005), (1baskı), Bir Harf Yayınları, İstanbul.
- AKYOL, E., (2016), “Siyasal Kültür”, *Kamu Politikaları Ansiklopedisi*, ed.Hatice Altunok, Fatma Gül Gedikkaya, Nobel Yayınları, Ankara.
- ARIKAN, B., (2002), “Türkeş'ten Bahçeli'ye MHP: Değişim Nereye Kadar”, Milliyetçilik, Faşizm ve MHP, der.Seyfi Öngider, (1.baskı) Aykırı Güncel Yayıncılık, İstanbul.
- AVCI, K., (2015), Siyasal Seçim Kampanyalarında Halkla İlişkiler, (1.baskı), Literatürk Yayınları, Konya.
- AYATA, A., G., (2010), CHP (Örgüt ve İdeoloji), çev. Belkıs Tarhan, Nüvit Tarhan, (2.baskı), Gündoğan Yayınları, İstanbul.
- AYBEK, Ş., (2009), CHP Tarihi, (1.baskı), Maya Akademi Yayınları, Ankara.
- BEKİROĞLU, Onur ve E. Bal, (2014), Siyasal Reklamcılık, (1baskı), Literatürk Yayınları, Konya.
- BİLA, H., (2008), CHP: 1919-2009, (4.baskı), Doğan Kitap, İstanbul.
- BORA, T. ve K. CAN, (2009), Devlet, Ocak, Dergah 12 Eylül'den 1990'lara Ülkücü Hareket, (9.baskı), İletişim Yayınları, İstanbul.
- CAN, Kemal (2008) “Ülkücü Hareketin İdeolojisi” *Milliyetçilik*, C. IV., ed. Tanıl Bora, (2.baskı), İletişim Yayınları, İstanbul.
- CHP, Seçim Bildirgesi 2015, CHP Yayını, Ankara.
- CRESWELL, J. W., (2013), Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Araştırma ve Araştırma Deseni, çev. Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir, (2.baskı), Siyasal Kitapevi, Ankara.

- DEMİREL, A. ve S. DURGUN, (2016), “Temsiliyet ve Seçimler” *SİYASET Kavramlar, Kurumlar, Süreçler*, ed. Yüksel Taşkın, (3.baskı), İletişim Yayınları, İstanbul.
- DOĞAN, A., (2017), Türkiye’de Siyasal İletişim ve Siyasal Davranış, (1.baskı), Nobel Yayınları, Ankara.
- DURGUN, Sezgi, (2016), “Siyasi Partiler ve Parti Sistemleri” *SİYASET Kavramlar, Kurumlar, Süreçler*, ed. Yüksel Taşkın, (3.baskı), İletişim Yayınları, İstanbul.
- DUVERGER, Maurice, (1986), Siyasi Partiler, çev.Ergun Özbudun, (3.Baskı), Bilgi Yayınları, Ankara.
- EKİNCİ, N., (2008), Siyasal İletişime Giriş, (1.baskı), Gece Kitaplığı Yayınları, Ankara.
- ERTEKİN, O. G., (2008), “Cumhuriyet Döneminde Türkçülüğün Çatallanan Yolları” *Milliyetçilik, C. IV*, (2.Baskı), Edt.Tanıl Bora, İstanbul, İletişim Yayınları
- GÖKÇE, A., F., “Siyasi Partilerde Parti İçi Demokrasi ve Disiplin Algısı: Türkiye”, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 2013, (9), ss.66.
- GÜNGÖR, S., (2004), Muhalefette Cumhuriyet Halk Partisi, (1.baskı), Alternatif Yayınları, İstanbul.
- HEPER, M., (2008), Devlet ve Kürtler, (1.baskı), Doğan Kitap, İstanbul.
- HEYWOOD, A., (2011), Siyasetin Temel Kavramları, (1.baskı), Adres Yayınları, Ankara.
- HITLER, A., (2005), Kavgam, (1.baskı), Akvaryum Yayınevi, İstanbul.
- IZADY, M. R., (2004), Kürtler Bir El Kitabı, çev.Cemal Atila, (1.baskı), Doz Yayınları, İstanbul.
- KARAÇOR, S., (2013), Seçmen Siyasal Kampanyadan Ne Bekler?, (1.baskı) Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.
- KARAÇOR, S., YILMAZ, Y. K. (2017), Siyasi Parti Televizyon Reklamlarının Karşılaştırılması: 7 Haziran İle 1 Kasım 2015 Milletvekili Genel Seçimleri Üzerine İçerik Analizi. In ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies) (No. 2).
- KARATEPE, S., (2005), Örgütlerde İletişim-Güdüleme İlişkisi, (1.baskı), Siyasal Kitabevi, Ankara.
- KARADAĞ, A., (2015), Osmanlı’dan Cumhuriyete Türkiye’de Siyasal Hayat, (2.baskı), Bilsam Yayınları, Malatya.
- KARLI, İ., (2009), 1946-2007 Türk Basınında Milletvekili Genel Seçimleri, (Yayımlanmamış doktora tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.



- KARPAT, K., (2014), Türk Demokrasi Tarihi, (5.baskı), Timaş Yayınları, İstanbul.
- KESKİN, F., (2016), Politik Kampanya Teorik ve Pratik, (1.baskı), Siyasal Kitabevi, Ankara.
- KIŞLALI, A.T., (1994), Siyaset Bilimi, (4.baskı), İmge Kitabevi, Ankara.
- KİRİŞÇİ, K. ve G.M. WINROW, (2011), Kürt Sorunu Kökeni ve Gelişimi, çev.Ahmet Fethi, (6.baskı), Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- KONGAR, E., (1999), 21.Yüzyılda Türkiye 2000’li yıllarda Türkiye’nin Toplumsal Yapısı, (23.baskı), Remzi Kitabevi, İstanbul.
- KULA, S., B., ÇAKAR, “Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi Bağlamında Toplumda Bireylerin Güvenlik Algısı ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki”, Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi, 6/2015, (12), ss.191-210
- KÜÇÜKYILMAZ, M., M., (2011) Türkiye’de Siyasal Katılım, (2.baskı), Yarı Yayınları, İstanbul.
- MARCUS, A., (2009), Kan ve İnanç PKK ve Kürt Hareketi, çev. Ayten Alkan, (2.baskı), İletişim Yayınları, İstanbul.
- OKTAY, M., (2002), Politikada Halkla İlişkiler, (1.baskı), Derin Yayınları, İstanbul.
- OSKAY, Ü., (1997), İletişimin ABC’si, (1.baskı), Der Yayınları, İstanbul.
- ÖZ, Esat (1992) Tek Parti Yönetimi ve Siyasal Katılım, (1.baskı), Ankara, Gündoğan Yayınları
- ÖZBUDUN, Ergun ve W., Hale, (2010), Türkiye’de İslamcılık, Demokrasi ve Liberalizm AKP Olayı, çev. Ergun Özbudun-Kadriye Göksel, (1.baskı), Doğan Kitap, İstanbul.
- ÖZDAĞ, Ü., (2011), İkinci Tek Parti Dönemi AKP’nin Yumuşak Hegemon Parti Projesinin Anatomisi, (3.baskı), Kripto Yayınları, Ankara.
- ÖZER, A., (2012), Çözül(e)meyen Kürt Sorunu, (1.baskı), Hemen Kitap, İstanbul.
- ÖZKAN, A., (2015), “Siyasal İletişim Yönetimi; Seçim Kampanyası, Siyasal Reklam ve İletişim Stratejileri” *Siyasetin İletişim Odağı Seçim Kampanyaları*, Edt. Abdullah Özkan, (1.baskı), Eğitim Yayınevi, Konya.
- ÖZKAN, N., (2014,) Türkiye’den ve Dünyadan Örneklerle Seçim Kazandıran Kampanyalar, (4.baskı), MediaCat Yayınları, İstanbul.
- ÖZTEKİN, A., (2000), Siyaset Bilimine Giriş, (2.baskı), Siyasal Kitabevi, Ankara.
- SARIBAY, A., Y., (1998), Siyasal Sosyoloji, (4.baskı), Der Yayınları, İstanbul.
- STROHMEIER, M. ve L. YALÇIN-HECKMAN, (2014), Kürtler, Tarih, Siyaset, Kültür, çev.Atilla Dirim, (1.baskı), Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

- ŞEKER, M., (1995), Türkiye’de Seçmenin Algılama Süreci, (1.baskı), İmaj Yayıncılık, Ankara.
- ŞEN, F., (2015), Türk Siyasal Kültüründe Millet Algısı ve Milliyetçilik, (1.baskı), Yargı Yayınevi, Ankara.
- TOKGÖZ, O., (2010), Seçimler, Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim, (1.Baskı), İmge Kitabevi, Ankara.
- TOKGÖZ, O., (2014), Siyasal İletişimi Anlamak, (2.Baskı), İmge Kitabevi, Ankara.
- TOSUN, T., (2009) Türk Siyasal Hayatında Seçimler ve İzmir, (1.baskı), Orion Kitabevi, Ankara.
- TUNAYA, T., Z., (1995) Türkiye’de Siyasi Partiler 1859-1952, (1.baskı), Arba Yayınları, İstanbul.
- TUNAYA, T., Z., (2009), Türkiye’de Siyasal Partiler, C I. (3.baskı), İletişim Yayınları, İstanbul.
- TUNCEL, G., (2015) “Siyasal Partiler”, Osmanlı’dan Cumhuriyete Türkiye’de Siyasal Hayat, Edt.Ahmet Karadağ, (2.baskı), Bilsam Yayınları, Malatya.
- TUNCER, E., (2003) Osmanlı’dan Günümüze Seçimler (1877-2002), (2.baskı), TESAV Yayınları, Ankara.
- TURAN, Ş., (2000), Kökeni Ulusal Direnişe Dayanan Bir Devrim Partisi Cumhuriyet Halk Partisi, (1.baskı), Tüses Yayınları, İstanbul.
- UYAR, H., (2012), Tek Parti Dönemi ve Cumhuriyet Halk Partisi, (1.baskı), Boyut Yayınları, İstanbul.
- UYVAL, C., (2008), DP’den-AKP’ye Özgürlük ve Zenginlik Mücadelesi, (1.baskı), Yargı Yayınevi, Ankara.
- UZTUĞ, F., (2004), Siyasal İletişim Yönetimi Siyasette Marka Yaratmak, (1.baskı), MediaCat Kitapları, İstanbul.
- YATKIN, A., (2003), Halkla İlişkiler ve İletişim, (1.baskı), Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- YAVİ, E., (2006), Kürdistan Ütopyası, (1.baskı), Yazıcı Yayınevi, İzmir.
- YETİŞ, M., M., (2013), Yeni CHP, (1.baskı), Truva Yayınları, İstanbul.
- YILDIRIM, A., ve, H. ŞİMŞEK.,(2013), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, (2.baskı), çev.Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- YÜCEL, M.,S., (2006), Türkiye’nin Siyasal Partileri (1859-2005), (1.baskı), Alfa Yayınları, İstanbul.

## İNTERNET KAYNAKLARI

KOCABİYİK, Hüseyin (2011) “12 Eylül’den 12 Haziran’a Siyasi Partiler Milliyetçi Hareket Partisi, file.setav.org, Erişim: 14.08.2018

MİŞ, N., vd. (2015), 7 Haziran 2015 Seçimi ve Sonrası, www.setav.org, Erişim: 13.09.2018

<https://onedio.com/haber/2015-te-turkiye-gundeminde-iz-birakan-76-olay-633470>, Erişim: 16.08.2018

<https://www.akparti.org.tr/parti/dosya-arsivi/>, Erişim: 01.06.2017

<https://m.akparti.org.tr/site/foto/74481/onlar-konusur-ak-parti-yapar>, Erişim: 01.06.2017

<http://www.akparti.org.tr/site/foto/79020/sen-ben-yok-turkiye-var>, Erişim: 01.06.2017

[http://file.setav.org/Files/Pdf/20160126153913\\_7-haziran-ve-1-kasim-secimlerinde-siyasal-iletisim-pdf.pdf](http://file.setav.org/Files/Pdf/20160126153913_7-haziran-ve-1-kasim-secimlerinde-siyasal-iletisim-pdf.pdf), Erişim: 01.06.2017

<http://secim2015.chp.org.tr/>, Erişim: 19.06.2017

<http://www.hdp.org.tr/tr/materyaller/genel-secim-7-haziran/6010>, Erişim: 05.06.2017

<https://www.hdp.org.tr/tr/materyaller/secim-arsivi/genel-secim-1-kasim/6337>, Erişim: 05.06.2017

[http://mhp.org.tr/htmldocs/basbug/hayati/mhp/basbugumuzun\\_hayati.html](http://mhp.org.tr/htmldocs/basbug/hayati/mhp/basbugumuzun_hayati.html), Erişim: 14.08.2018

([http://www.mhp.org.tr/htmldocs/medya/mhp\\_yayinlari/mhp/yayinlar.html](http://www.mhp.org.tr/htmldocs/medya/mhp_yayinlari/mhp/yayinlar.html)), Erişim: 14.08.2018

<http://www.hurriyet.com.tr/secim2011/>, Erişim: 14.08.2018

<https://www.haberturk.com/secim/secim2015/genel-secim>, Erişim: 15.08.2018

<https://www.haberturk.com/secim/secim2011/genel-secim>, Erişim: 15.08.2018

<https://www.haberturk.com/secim/secim2015/genel-secim-1-kasim>, Erişim: 15.08.2018

[www.hurriyet.com.tr/secimsonuc/default.html](http://www.hurriyet.com.tr/secimsonuc/default.html), Erişim: 10.09.2018

<https://www.yenisafak.com/secim/genel-secim/>

[www.yenisafak.com/secim-2011/milletvekili-dagilimi](http://www.yenisafak.com/secim-2011/milletvekili-dagilimi), Erişim: 10.09.2018

<https://secim.haberler.com/7-haziran-2015-secimi/>, Erişim: 10.09.2018

<https://secim.haberler.com/2015/>, Erişim: 10.09.2018

<https://www.yenisafak.com/secim-1957>, Erişim: 12.09.2018

[www.secim-sonuclari.com/1961](http://www.secim-sonuclari.com/1961), Erişim: 12.09.2018

[https://www.tbmm.gov.tr/kutuphane/genel\\_secim.html](https://www.tbmm.gov.tr/kutuphane/genel_secim.html), Erişim: 13.09.2018

[www.secim-sonuclari.com/1969](http://www.secim-sonuclari.com/1969), Erişim: 13.09.2018

[www.secim-sonuclari.com/1973](http://www.secim-sonuclari.com/1973), Erişim: 14.09.2018

<https://secim.haberler.com/2011/>, Erişim: 14.09.2018

<https://www.yenisafak.com/secim-2011/secim-souclari>

<https://secim.haberler.com/7-haziran-2015-secimi/>, Erişim: 14.09.2018

[www.egepostasi.com/haber/iste-chp-nin-secim-sloganlari/103650](http://www.egepostasi.com/haber/iste-chp-nin-secim-sloganlari/103650), Erişim: 15.10.2018

[www.mynet.com/chp-kulada-5-adayli-tanitim-yapiyor-180101825985](http://www.mynet.com/chp-kulada-5-adayli-tanitim-yapiyor-180101825985), Erişim: 15.10.2018

<https://m.bianet.org/bianet/siyaset/117387-1990-dan-bugune-hep-ten-dtp-ye-kurtlerin-zorlu-siyaset-mucadelesi>, Erişim: 10.08.2018

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-43019313>, Erişim: 10.08.2018

[https://www.tbmm.gov.tr/kutuphane/siyasi\\_partiler.html](https://www.tbmm.gov.tr/kutuphane/siyasi_partiler.html), Erişim: 14.08.2018