

2018 Genel Seçimler Öncesi AK Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın Seçmen Nezdindeki Toplumsal Algısı¹

The Social Perception of Electors Regarding People's Alliance Between AK Party and MHP Before the 2018 General Elections

Gönderilme tarihi/received: 22.02. 2019

Kabul tarihi/accepted: 02.05.2019

İsmail Uğur AKSOY²

Öz

Bu çalışma Türkiye siyasal hayatında önemli bir eşik olarak görülen 2018 genel seçimleri öncesi AK Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın seçmen nezdindeki toplumsal algısını anlamaya yönelik bir araştırmayı içermektedir. Çalışmanın kuramsal çerçevesini yönetici sınıfları seçme gücünü elinde bulunduran ve bu bakımdan demokratik sistemlere meşruluk kazandıran seçmen davranışı oluşturmaktadır. Seçmen davranışının doğası gereği karmaşık yapısı göz önüne alındığında oy verme tercihinin şekillenmesinde, medya ve siyaset kurumları arasındaki diyalektik ilişkiye de değinme ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın metodolojisini nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan derinlemesine görüşme tekniği oluşturmaktadır. Bu kapsamda tamamı AK Parti, MHP ve CHP seçmeni olan farklı yaş, cinsiyet, eğitim ve siyasal görüşlere sahip on beş katılımcıyla derinlemesine görüşme yapılmıştır. Katılımcıların ittifakla ilgili toplumsal algısını anlamak için daha önceden hazırlanan beşi demografik özellikler olmak üzere on sekiz soru yöneltilmiş, yaptıkları değerlendirmeler üzerinden ittifaka yönelik seçmenin toplumsal algısı analiz edilmiştir. Katılımcılar kendi siyasal ve kültürel özellikleri çerçevesinde ittifaka yönelik farklı değerlendirmelerde bulunmuş olup Cumhur İttifakı'na yönelik algılarında medyanın belirleyici bir etmen olduğu görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Seçmen davranışı, medya, AK Parti, MHP, Cumhur İttifakı

Abstract

This study embodies an investigation aimed at an understanding of the social perception of electors regarding the people's alliance between AK Party and MHP before the 2018 general elections, which is considered as an important threshold within the Turkish political life. Theoretical framework of this study is based on the voting behavior, a notion that provides legitimacy to democratic systems since people have right to choose their ruling elite in democracies. Considering the complex nature of voting behavior, there is also a necessity to focus on the effect of the dialectical relationship between media and political institutions. The methodology used in the study is in-depth interview technique which is

¹ İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalında 13.02.2019 tarihinde jüri heyeti tarafından onaylanarak kabul edilmiş tezden türetilmiştir.

² İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Mezunudur. E-posta: uaraksoy@hotmail.com. Fuzuli Cad. Şeker Sok. Belde Apt. No:4 Kat:3 Malatya/Merkez.

among the qualitative research methods. Within this framework, in-depth interviews are conducted with fifteen participants of different ages, genders, levels of education and political views, all of whom are AK Party, MHP and CHP electors. In order to gain insight into the social perception of participants regarding the alliance, eighteen pre-prepared questions, five of which is on demographic characteristics, have been addressed and electors' social perception on the alliance is analyzed based on the participants' evaluations. While participants made differing evaluations on the alliance within the framework of their political and cultural characteristics, it is seen that media is a determinant in their perception regarding the people's alliance.

Keywords: Elector behavior, media, AK Party, MHP, People's Alliance

Giriş

Günümüzün demokratik katılımcı toplumlarında siyasal sisteme meşruluk sağlayan ve sistemin devamlılığını garanti eden en temel unsur seçimlerdir. Bu doğrultuda dünyada yönetim sistemlerinin zaman içerisinde monarşiden demokrasiye evirildiği göz önüne alındığında kitlelerin genel oy hakkına erişmesiyle birlikte seçmenler siyasal iktidara talip olanlar için önem teşkil etmeye başlamıştır. Demokratik rejimlerde belirli aralıklarla gerçekleştirilen seçimlere, oy verme hakkını kazanmış olan seçmenin katılımı sistemin meşruluğu açısından önemlidir.

Bu bakımdan seçmenlerin siyasal süreçlere katılımı ve oy verme davranışı günümüzde siyaset bilimcilerin ve siyasal iletişimcilerin ilgi alanını oluşturmaya devam etmektedir. Kuşkusuz ki seçmen homojen bir yapıya sahip değildir. Toplumsal yaşam içerisinde seçmenlerin farklı çıkar ve beklentileri göz önüne alındığında seçmenin oy verme davranışının da doğası gereği karmaşık ve çok boyutlu olduğu görülmektedir. Seçmenlerin beklentileri, ülkelerin siyasi kültürlerine göre farklılık gösterse de seçmenin siyasal süreçlere dair algısı bu çalışmada medya ve siyaset kurumları üzerinden değerlendirilmiştir.

Siyaset, doğası gereği toplumda farklı çıkar ve beklentileri olan insan grupları arasındaki uzlaşma ve çatışmanın aynı anda yaşandığı bir arena olarak tanımlanmaktadır. Toplumsal yapı içerisinde bireylerin farklı sosyal sınıflara üye olduğu, değişen istek ve ihtiyaçlarının bulunduğu göz önüne alınacak olunursa politikanın aslında bir mücadele alanı olduğu görülmektedir. Bu bakımdan aslında siyaset biraz da insan doğasına bakılarak tanımlanmayı gerektirmektedir. Toplumsal yaşamda bireylerin kendi çıkarlarını maksimize etme isteği siyaseti, tarih boyunca insanlık için değerli kılmıştır. Siyasette demokratik yönetim şekillerinin yaygınlaşmasıyla birlikte medya da toplumsal yaşam için vazgeçilmez bir unsur olmaya başlamıştır. Liberal kuramın atfettiği dördüncü güç olma özelliğiyle medya demokratik toplumlarda siyaset kurumunu kamu adına denetleme görevini üstlenmektedir. Medyanın toplum için önemi elbette ki kamu denetçiliği ile sınırlı değildir. Aynı zamanda medya, siyasal konulara dair halkın önemli bir haber alma kaynağıdır. Tüm bu parametreler birlikte değerlendirildiğinde günümüzün katılımcı demokrasilerinde medya ve siyaset kurumlarını birbirlerinden bağımsız şekilde ele almak mümkün gözükmemektedir. Medya ve siyaset kurumlarının karşılıklı bağımlılığı siyasal katılımı gerçekleştirecek olan seçmenin oy verme tercihini de kaçınılmaz olarak etkilemektedir. Tüm bu etkenler göz önüne alındığında bu çalışmanın en temel amacı, seçmenin Cumhuriyet İttifakı'na dair toplumsal algısını anlamlandırmak ve bu algının inşasında medyanın belirleyici bir rol oynayıp oynamadığını ortaya çıkarmaktır.

1. Seçmen Davranışına Yönelik Kuramsal Yaklaşımlar

Demokrasinin en önemli kurumu olarak seçimler, siyasal iktidara talip olanların seçmenler tarafından seçilerek belirli bir süre için yetkilendirilmesine olanak tanımaktadır (Avcı ve Hülür, 2016, s.1638).

Siyasal iktidara talip olanlar seçmenlerden demokrasinin bir gereği olarak oy vermesini beklerken, seçmen de politik görüşüne uygun, vaatlerini tatmin edici bulduğu ve liderinden emin olduğu siyasi partilere oy vermektedir (Akay, 2012, s.45). Dünyada yönetim sistemlerinin yıllar içerisinde monarşiden demokrasiye evrilmesiyle birlikte günümüzde kitlelerin elde ettiği oy hakkı seçmenleri ve seçimleri demokrasinin vazgeçilmezi haline getirmiştir. Bu bakımdan seçimler siyaset biliminin temel konularından birini oluşturmaktadır (Yıldırım, 2014, s.15).

Demokrasinin kilit bir unsuru olan seçimler, antik Yunan kent devletlerinden günümüze kadar her dönemin kendine özgü şartları içerisinde farklılaşarak yeni formlar kazanmıştır (Beren, 2013, s.193). Egemenliğin teokratik kaynaklarda görüldüğü düşünce akımlarının zaman içerisinde yerini yönetilen kesimlerin rızasına devretmesi, politik bir değişimi de beraberinde getirmiştir (Turan, 1986, s.67). Bu bakımdan iktidar mücadelesinin imtiyazlı azınlıkların tekelinden alınmasını sağlayan genel oy hakkı, siyasi iktidara talip olan kesimlerin vatandaşları ikna etmesini gerekli kılmaktadır (Kahraman,2014, s.39). Bu doğrultuda düşünülecek olunursa kitlelerin oy hakkı elde etmesiyle birlikte artık seçmenler siyasi iktidarı elde etmek isteyen tüm politik aktörler için önemli hale gelmiştir. Dolayısıyla modern temsili demokrasinin en çarpıcı özelliği yurttaşların, belirli aralıklarla gerçekleştirilen seçimler aracılığıyla siyasi iktidarı yönetime getirmesi ve memnun olmadığı takdirde görevden uzaklaştırmasıdır (Akgün, 2000, s.75). Tüm bu gelişmelerin ışığında seçmenin oy verme davranışının kuramsal düzeyde hangi parametreler üzerinden ele alındığını açıklama ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Demokratik çoğulcu toplumlarda seçmen davranışını analiz etmek için birçok faktör değerlendirme kapsamına alınmaktadır. Seçmenlerin tıpkı tüketici grupları gibi karar alıcı olarak işlev gördükleri düşünüldüğünde seçmen davranışları içinde yer aldığı kültürel ve sosyal sınıfları çözümleyecek ayrıntılı araştırmaları gerektirmektedir (Eroğlu ve Bayraktar, 2010, s.190).

Bu durum dikkate alındığında farklı bireysel ve toplumsal özellikler sergilemeye açık bir seçmen kitlesi bulunmaktadır. O halde seçmenin oy verme davranışının tarihsel süreç içerisinde nasıl anlamlandırıldığına yakından bakmak gerekmektedir. Batı’da seçmenin oy verme davranışına yönelik araştırmalar 1940’larda başlamış olup İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra hız kazanmıştır (Akgün, 2002, s.24). Literatüre bakıldığında seçmenin oy verme davranışını açıklamaya çalışan üç kuramsal model söz konusudur; bunlar sosyolojik yaklaşım, psikolojik yaklaşım ve rasyonel tercih modelidir. (Teyyare ve Avcı, 2016, s.52). Seçmenin oy verme davranışına sosyolojik açıdan bakanlar bireyin kişisel tutum ve değer yargılarına önem vermemektedir (Özkan, 2004, s.111).

Bu yaklaşımda seçmenler içinde buldukları toplumsal gruplar doğrultusunda oy verme tercihinde bulunurken yaş, cinsiyet, eğitim, mesleki özellikler gibi etmenlerin seçmen davranışını etkilediği görülmektedir (Özer ve Meder, 2008, s.35). Tarihsel gelişimi 1940 yılında ABD başkanlık seçimleri sırasında seçmenler üzerine yapılan bir araştırmaya dayanan sosyolojik modelde, seçmen davranışının altında toplumdaki sosyal bölünmenin yattığı savunulmaktadır (Doğan ve Göker, 2013, s.26). Seçmen tercihlerinin incelendiği bu araştırmadan çıkan genellemelere bakıldığında oy verme davranışının bir grup deneyimi olduğu, bireyin sosyal bir varlık olarak siyasallaştığı, politik eğilimlerde din, sosyoekonomik statü ve coğrafi konumun önemli olduğu ortaya çıkmıştır (Özkan, 2004, s.111). Toplum içerisindeki sosyal bölünmüşlüğün oy verme davranışını etkilediğini öne süren sosyolojik yaklaşım sınıf temelli bölünmenin öteki bölünmelere kıyasla neden oy verme tercihinde daha fazla etkili olduğunu açıklamakta zorlanmaktadır (Aydoğan Ünal, 2016, s.100).

1950’li yıllarda bireyi odak noktasına alan araştırmaların artmasıyla birlikte seçmenin oy verme davranışında psikolojik yaklaşım önem kazanmaya başlamıştır (Aydın Kılıç, 2013, s.51). Sosyolojik yaklaşım seçmeni sosyal bir varlık olarak kabul ederken psikolojik kuram toplumcu perspektifin tam aksine seçmenin siyasi davranışında partiye yönelik psikolojik tutumun ön plana çıktığını vurgulamaktadır (Doğan ve Göker, 2013, s.11). Bu modelde bilhassa tutumların yönü ve yoğunluğu

seçmen davranışını öngörmekte önem arz etmektedir; zira tutumlar bir seçmenin partiler arasında yapacağı tercihi etkilemektedir (Kalender,2005, s.47). Parti kimliğini merkezine alan psikolojik yaklaşım, seçmenin bir partiyle özdeşleşme sürecini fazla önemseydiği için 1990'lı yıllarda eleştiri almıştır (Aydoğan Ünal, 2016, s.103). Parti tutumlarının yerini aday faktörüne bıraktığı durumlarda psikolojik yaklaşım, seçmenin davranışını önceden tahmin etme konusunda yetersiz kalmaktadır (Kalender, 2005, s.66). Seçmenin oy verme davranışına yönelik bir diğer kuramsal modelde seçmenin çıkarlarını ön plana alan rasyonel yaklaşımdır (Aydın Kılıç, 2013, s.52).

Seçmenin fayda maksimizasyonu yaptığını öne süren bu teorik yaklaşım 1957'de Downs'ın *Demokrasinin Ekonomik Teorisi* adlı ünlü eserinde de belirtildiği üzere seçmenler, kendilerine diğer tüm siyasal partilerden daha fazla yarar sağlayacağını düşündüğü partiye oy vermektedir (akt. Akgün, 2002, s.27). Bu bakımdan seçmenin oy verme davranışına rasyonel açıdan bakanların temel öngörüsü, seçmenin kendi menfaatlerini iyi tanıması ve bu menfaatler doğrultusunda kendisine en iyi hizmeti sağlayabilecek aday veya siyasal partiye oy vermesidir (Kalender,2005, s.50).

Geçmişe dönük oy verme davranışı olarak da bilinen bu yaklaşımda seçmenler oy verme tercihinde bulunurken hükümetin mevcut uygulamalarıyla kendi ekonomik göstergelerini dikkate almaktadır (Akgün, 2002, s.27). Bu bakımdan seçmenin bu yaklaşımda vaatlerden ziyade ülkedeki ekonomik tabloyu değerlendirdiği görülmektedir. Rasyonel oy verme davranışına getirilen en büyük eleştiri, seçmenin fayda ve amacını maddi çıkarlara indirgeyerek ekonomi dışındaki faktörler ile siyasette önem teşkil eden sembolik değerleri ihmal etmesidir (Akgün, 2002, s.27). Hülasa seçmenin oy verme davranışı açıklamaya yönelik bütün bu kuramsal yaklaşımların geçerliliği kendi içlerinde kabul edilmekle birlikte seçmenin siyasi davranışının çok boyutlu bir süreç olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Kısacası seçmenin oy verme davranışını anlamlandırmayı amaçlayan tüm bu yaklaşımlar dışlayıcı olmaktan ziyade birbirlerini tamamlayıcı bir özellik içermektedir (Damlapınar ve Balcı, 2005, s.60).

2. Medya ve Siyaset İlişkisi

Demokratik siyasal yönetim şekillerinde medya ve siyaset kurumları toplumu temsilen faaliyette bulunan ve doğası gereği aralarında diyalektik ilişki bulunan birbirleriyle etkileşime açık alternatifsiz iki olgudur (Damlapınar, 2008, s.187). Siyasetçiler mesajlarını kitle iletişim araçlarıyla topluma aktarırken toplum da siyaset kurumundan beklentilerini medya üzerinden siyasetçilere iletmektedir (Özkan, 2004, s.72). Karşılıklılık temeline dayanan medya ve siyaset kurumları arasındaki bu ilişkide ortaya çıkan gelişmeler hem medya alanını hem de siyasetin yapısını etkilemektedir (Arslan, 2004, s.6). Bu bakımdan medya ve siyaset arasındaki çok boyutlu ilişkiyi anlamlandırmadan önce her iki kurumu da tanımlama ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Siyaset gibi önemli bir bilim dalı gerek ülkelerin gerekse de bireylerin hayatını etkileme gücüne sahip olması bakımından birçok farklı ifadeyle tanımlanmaktadır. Bostancı (1998) politikayı bir toplumda iktidar mücadelesinde yer alarak toplumsal kaynaklardan en büyük payı elde etmeyi amaçlayan ve bu doğrultuda faaliyet gösteren düşünce, ideoloji, ittifak ve meşrulaştırmanın kullanıldığı bir süreç olarak ifade etmektedir (s.158).

Kapani (2007) ise politikayı toplumdaki değerlerin paylaşımıyla ilişkili düşünce ve menfaat çatışması, diğer bir deyişle iktidar mücadelesi olarak ifade etmektedir (s.20). Şüphesiz ki politikayı anlamlandırmak için yukarıda bahsedilen bütün bu tanımlamalar siyasetin doğasına dair geniş bir perspektif sunmaktadır. Her bir tanımın kendi içerisinde doğruluk ve yanlışlık payı bulunduğunu gözden kaçırmamak gerekmektedir.

Bu bakımdan siyaset kavramı son derece dinamik bir yapıya ve insanlığın tarihsel gelişimi içerisinde yaşadığı değişim ve dönüşümlerle zenginleşen bir içeriğe sahip olmuştur. Politikaya dair genel bir bakış açısı sunulduktan sonra kavramın medyayla olan ilişkisine değinmek gerekmektedir.

Siyasi partiler ve liderler başta olmak üzere kitle iletişim araçlarının gücünden istifade etmek isteyen tüm politik aktörler için medya, vazgeçilmez bir araç konumundadır (Akay, 2012, s.47). Profesyonel bir zihniyetin hâkim olduğu politik arenada siyasal iktidara talip olanların, yönetilenlere aktaracağı iletilerden götürecekleri hizmetlere kadar geniş bir yelpazede medyaya ihtiyaç duydukları bir gerçektir (Balcı, 2008, s.210). Medyanın siyasetçiler için bu kadar fonksiyonel bir görev üstlenmesi doğası gereği siyaset kurumunun kitle iletişim araçlarını kullanmasını, etkilemesini, yönlendirmesini hatta baskılamasını meydana getirmiştir. Politikanın medya üzerinden dolaşıma girdiği günümüz toplumlarında kitle iletişim araçları, siyasi konular ve olaylar hakkında toplumsal algıyı etkilemektedir (Akdağ, 2014, s.9). Demokratik yönetim sistemlerin vazgeçilmezi olan yasama, yürütme ve yargı erklerinden sonra kendisini dördüncü güç olarak tanımlayan medya, siyasal konular hakkında halkı bilgilendirme ve gündemi saptama gücüyle adından söz ettirmektedir (Şimşek, 2009, s.125). Demokrasiyle olan yakın ilişkisi itibarıyla toplum açısından vazgeçilmez olan medya özgürlüğü; demokratik bir toplumun mevcudiyetini devam ettirebilmesi için herkesin üzerinde mutabık olduğu genel bir koşuldur (Belsey ve Chadwick, 2014, s.305). Nitekim demokratik kültürün içselleştiği ülkelerde siyaset kurumuyla medya arasındaki ilişki hukuki normlar üzerinden düzenlenmiştir (Özkan, 2004, s.73).

O halde demokratik toplum modelleri içerisinde önemli bir aktör olarak konumlanan medyanın üstlendiği rollere daha dikkatli bakma ihtiyacı gelişmektedir. Teorik açıdan incelendiğinde demokratik yönetim sistemlerinde medya, siyasal iktidarın halka karşı yükümlülüklerini yerine getirip getirmediğini kamu adına denetleyen bir güç olarak kamuoyunun gözcüsü konumundadır (Atabek, 2002, s.232). Medya organları bu görevi ifa ederken kamu yararını her şeyin üzerinde tutan bağımsız ve şeffaf bir yapıya sahip olmak zorundadır (Özkan, 2004, s.72). Demokratik yönetim sistemlerinde, ulusal veya uluslararası boyutta meydana gelen olay ve olgular hakkında halkın en önemli haber alma kaynağını kitle iletişim araçları oluşturmaktadır (Işık, 2005, s.116). Bu bakımdan medya, politika ve kamusal meseleler üzerine genel bir ilgi uyandırarak seçmenin siyasal bilgi düzeyini artırmakta ve kamusal sorunların tartışılmasına katkıda bulunmaktadır (Özkan, 2004, s.56).

Seçmenler kitle iletişim araçlarının etkisinde kalarak politik süreçlere dair karar geliştirmekte ve bununla bağlantılı olarak oy verme ediminde bulunmaktadır (Akay, 2012, s.46). Toplumsal gelişmeler ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimle birlikte önemli bir politik aktör olarak kendisine yer bulan medya, insanların siyasal bilgi düzeyini artırarak geleneksel siyaset kalıbını ve oy verme davranışını değiştirerek politik yaşam üzerindeki etkisini artırmaktadır (Arklan ve Karakoç, 2013, s.329). Böylelikle siyasetin medya üzerinden yeniden inşa edildiği, politikaların ideolojik eksenden uzaklaşarak medyatikleştiği bir gösteri toplumu karşımıza çıkmaktadır. Diğer bir deyişle siyasetin medya imajları üzerinden kurgulandığı ve sembolik içeriğe büründüğü bir medya çağını yaşamaktayız. Dolayısıyla medyanın çekim alanına giren siyaset kurumu, kendi kimliğini tamamen kaybetmeksizin büyük ölçüde değişerek medyanın kurallarına uymak zorunda kalmaktadır (Meyer, 2014, s.90).

Nitekim politik aktörlerin güç kaybettiği durumlarda medya öne çıkarak siyaset kurumundan rol çalmaktadır (Akay, 2012, s.47). Bir başka ifadeyle, medya dördüncü güç görevinden uzaklaşarak politik sistemi tasarlamaya çalışmaktadır. Böyle bir durumda demokrasinin sağlıklı bir şekilde işlediğini söylemek güçleşmektedir. Özetle medya ve siyaset kurumları arasındaki ilişkide medya, liberal kuramın iddia ettiği gibi politik süreçlere dair halkın önemli bir haber alma kaynağı olarak işlev görürken aynı zamanda siyasetin sahnelendiği mecra olması bakımından günümüzün demokratik yönetim sistemlerinde önemli bir konuma sahiptir. Seçmenler de kendi düşüncelerini inşa ederken en çok medyanın onlara sunduğu bilgi ve haberleri kullanmakta ve buna bağlı olarak bu bilgilerin kamuoyu nezdinde nasıl algılandığına dikkat ederek ona göre pozisyon almaktadır (Özgül, 2017, s.213). Nitekim bu çalışma özelinde değerlendirilecek olduğunda seçmenlerin Cumhuriyet İttifakı'na yönelik çıkarımları kendi politik ideolojileri çerçevesinde farklılaşmakla birlikte ittifaka dair edindikleri bilgi ve görüşlerde

kitle iletişim araçlarının etkisi olduğu görülmektedir. Hülasa ittifaka yönelik seçmen algısında, medyanın önemli bir haber alma kaynağı olarak işlev gördüğü ortaya çıkmaktadır.

3. AK Parti ve Milliyetçi Hareket Partisi'nin Siyasi Kimliği

Siyasi kimlik günümüzde sınıf kavramı yerine kullanılsa da ondan daha farklı, çok boyutlu ve siyasi öneme sahip işlevsel bir kavramdır (Göksu, 2013, s.71). Nitekim çalışmanın temelini oluşturması bakımından Cumhur İttifakı'nın kurucuları olan Adalet ve Kalkınma Partisi'yle Milliyetçi Hareket Partisi'nin siyasi kimlikleri, onları inşa eden ideolojik bileşenler üzerinden analiz edilmiştir.

İlk olarak iktidar partisi olma özelliğini taşıyan Adalet ve Kalkınma Partisi'nin siyasal kimliğine odaklanılmıştır. Türkiye siyasal hayatı için son derece uzun soluklu olan AK Parti iktidarı, onun siyasi kimliğiyle de doğrudan ilişkilidir. AK Parti kimliğini tanımlarken içinden çıkmış olduğu Millî Görüş geleneğiyle arasına mesafe koymuş, kendisini İslamcı ve etnik kimliğe dayalı partilerden ayrı tutmak için kuruluş bildirgesine *kitle partisi* hedefi koymuştur (Doğanay, 2007, s.68). Dolayısıyla AK Parti kuruluşundan itibaren kendisini İslamcı bir parti olarak tanımlamamakta ve içinden çıkmış olduğu Millî Görüş çizgisinden ısrarla uzak durmaktadır (Çaha, 2008, s.235). Öyle ki AK Parti, Millî Görüş geleneğinden farklı bir yerde konumlandığı tezini güçlendirmek için Millî Görüş'ün değil (DP) Demokrat Parti geleneğinin bir devamı olduğunu öne sürmektedir (Erler, 2007, s.130). Bu bakımdan AK Parti, (SP) Saadet Partisi'nin aksine diğer İslamcı partilerin devamı niteliğinde değildir (Ahmad, 2014, s.187).

AK Parti'nin Millî Görüş geleneğinin temsilcisi mi olduğu yoksa merkez sağın geleneksel pozisyonunda mı yer aldığı uzun bir dönem tartışılmıştır (Başkan, 2011, s.157). Partinin genel başkanı olan Recep Tayyip Erdoğan, AK Parti'nin 1. Olağan Kongresi'nde merkez partisi olmadıklarını belirterek partisini merkezin yeni adresi olarak tanımlamıştır (Bingöl ve Akgün,2005, s.5). Bu doğrultuda kuruluş döneminde partinin siyasi kimliğini genelbaşkan Recep Tayyip Erdoğan, *muhafazakâr demokrat* olarak ifade etmiştir (Tokat, 2009, s.53). Nitekim AK Parti hem parti programlarında hem seçim beyannamelerinde ve hatta partiyi temsil eden yöneticilerin söylemlerinde kendisini muhafazakâr demokrat bir parti olarak konumlandırmaktadır (Çaha, 2008, s.241). Bu anlamda AK Parti'nin politik ve toplumsal birikimini, muhafazakâr demokrasi yansıtmaktadır (Doğanay, 2006, s.66). AK Parti'nin siyasi kimliğiyle ilgili manifesto niteliğinde *AK Parti ve Muhafazakâr Demokrasi* kitabının da var olması dikkat çekicidir (Yıldız, 2004, s.8). Bu kitap AK Parti'ye kuramsal ve ideolojik bir arka plan oluşturmanın yanı sıra partinin politik anlamda konumlanışını ve kimlik tanımını da sunmaktadır (Erler, 2007, s.130).

Akdoğan kitabında muhafazakâr demokrat kimliğin AK Parti'de nasıl karşılık bulduğunu ayrıntılı bir şekilde aktarmaktadır. Bu bakımdan AK Parti, muhafazakârlığın tarihsel kodlarına uygun ancak politika yaptığı coğrafyanın toplumsal ve kültürel geleneklerine yaslanan, yerli ve köklü değerleri muhafazakâr siyaset ile yeniden inşa etmeyi amaçlayan, statükoculuk yerine yeniliğe açık bir muhafazakârlığı savunan, devrimci değişime karşı evrimci ve tedrici toplumsal dönüşümü destekleyen bir partidir (Akdoğan, 2004, s.113).

Hülasa AK Parti'nin siyasi kimliğine bakıldığında içinden çıkmış olduğu Millî Görüş geleneğinden bir kopuşu temsil ederken aynı zamanda kitlelerden oy almayı hedefleyen ve bunu da muhafazakâr demokrat kimliğiyle yapmayı amaçlayan bir siyasal parti hüviyeti ortaya çıkmaktadır. İktidar partisi konumunda olan AK Parti'nin siyasi kimliğinden sonra ittifakın diğer ortağı olan Milliyetçi Hareket Partisi'nin politik kimliğini tanımlama ihtiyacı gelişmektedir. 1969 yılında Alparslan Türkeş tarafından kurulan Milliyetçi Hareket Partisi, Türk milliyetçiliğini ve Türk-İslam ülküsünü savunan milliyetçi ve ülkücü bir siyasal parti hüviyetindedir (Sun İpekşen, 2012, s.79). Milliyetçi Hareket Partisi'nin Turancı

çizgideki etnik Türk milliyetçiliği 1970'lerde değişmeye başlayarak Türk-İslam sentezine yakınlaşmıştır (Örmeci, 2008, s.195).

Değişim MHP'nin 1969 yılında gerçekleştirmiş olduğu Adana kurultayında Alparslan Türkeş'in "*Biz Tanrı Dağı kadar Türk, Hira Dağı kadar Müslümanız. Her iki felsefe bizim şiarımızdır*" ifadeleriyle ortaya konulmuştur (Ölçekçi, 2018, s.270). MHP'ye göre Türklük bedeni, İslamiyet ise ruhu yansıtmaktadır (Arıkan, 2008, s.7). Dolayısıyla MHP'nin milliyetçi çizgisinin en göze çarpan özelliği politik bir harekete dönüştürdüğü Türk-İslam sentezidir (Arıkan, 2008, s.7). Şüphesiz ki Milliyetçi Hareket Partisi'nin Türkçülük ekseninden uzaklaşıp İslami öğelere eklenmesi Soğuk Savaş döneminin antikomünist politikalarından soyutlanamaz. Bu bakımdan dünyada ve Türkiye'de, Amerika'nın üstlendiği antikomünist propagandanın en güçlü silahlarından birini din olgusu oluşturmaktadır. Dolayısıyla partinin Soğuk Savaş yıllarında Türkeş liderliğinde Türk-İslam sentezini benimsemesinde komünizm tehlikesi önemli bir rol oynamıştır. Zira Türkeş, partiyi Türk-İslam sentezine çekerek komünizm karşıtı mücadelede İslamcılarının desteğini almıştır (Örmeci, 2008, s.195). Milliyetçi Hareket Partisi'nin ideolojik zemini analiz edilirken 12 Eylül 1980 darbesine ayrı bir parantez açmak gerekmektedir. 12 Eylül 1980 askeri darbesinin yarattığı tahribattan etkilenen Milliyetçi Hareket Partisi, ideolojik düzlemde Türk-İslam sentezini ana eksenine almıştır (Beriş, 2014, s.10).

Kendilerini Türk-İslam ülkücüleri olarak isimlendiren bir grup sentez kavramının tez ile anti-tez arasında meydana gelebileceğini belirterek din ve milliyet olgularını birbirlerine tezat kavramlar olarak görmemiştir (Bayraktar, 2015, s.36). Dolayısıyla 12 Eylül 1980 darbesinin etkisiyle ülkücü tabanda kuvvetli bir dindarlaşma eğilimi görülmüştür (Bora, 2014, s.129). 12 Eylül'ün MHP üzerindeki etkileri, salt tabanın daha dindarlaşması ve partinin İslamcı unsurlarla anılmasıyla açıklanamaz. 12 Eylül 1980 darbesi ve 1982'ye kadar sürmüş olan askeri yönetim, ülkücü harekette büyük bir şok etkisi yaratmıştır (Bora ve Can, 1999, s.100).

Bu etkiye partinin kapatılmış olması ve mücadelede yer alan birçok ismin 12 Eylül yönetimi tarafından tutuklanmasının etkisi büyüktür. Ancak 1980 darbesinin sonrasında adını geçici bir süreliğine MÇP Milliyetçi Çalışma Partisi olarak değiştirmek dışında parti, 1969 yılından itibaren adını, amblemini, örgütlenme yapısını ve siyasi kimliğini meydana getiren ideolojik ilkelerini büyük ölçüde korumayı başarmıştır (Arıkan, 2008, s.102). 1990'lı yıllara gelindiğinde ise Kürt meselesinin de etkisiyle Milliyetçi Hareket Partisi'nde yeniden bir Türkçülük eğilimi meydana gelmiştir (Bora, 2014, s.129). Bu dönemde MHP'deki ideolojik restorasyonun birbiriyle bağlantılı olan iki yanı bulunmaktadır. Bunlar; Türklüğün yeniden canlandırılması ve İslamcılığa karşı laik bir düşüncenin benimsenmesidir (Bora ve Can, 2004, s.159).

Özellikle 1990'lı yıllarda Türkiye'de yükselen siyasal İslamcılıktan uzak durmayı başaran MHP, devleti ve rejimi tartışmaya açan siyasal İslamcılarının aksine devleti ve rejimi savunan parti olarak konumlanmıştır (Arıkan, 2008, s.47). Tüm bu gelişmeler ışığında değerlendirilecek olunursa Milliyetçi Hareket Partisi'nin ideolojik yapılanmasında önemli bir alanı teşkil eden Türkçülük ve İslamcılığın partideki ağırlıkları dönemin şartlarına göre değişkenlik göstermektedir. O halde tüm bu gelişmeler göz önüne alındığında Milliyetçi Hareket Partisi, kırk dokuz yılı aşan siyasal ömründe ideolojik anlamda farklı kırılmalar yaşasa da Türk milliyetçiliğini ve Türk-İslam sentezini ön plana çıkaran bir siyasi kimliğe haizdir.

4. 16 Nisan 2017 Referandum ve Cumhuriyet İttifakı

Türkiye siyasal hayatı için kritik bir dönemeç olarak da kabul edilen 16 Nisan 2017 referandumu, ülkedeki yönetim modelini parlamenter sistemden Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne dönüştürmesi bakımından önem teşkil etmektedir. Bu bakımdan yüz yılı aşkın bir parlamenter

deneyimin ardından yeni bir sisteme geçilmesi elbette ki politik tartışmaların gölgesinde gerçekleşmiştir. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçilmesini savunanların ortaya sunmuş olduğu tezlere bakıldığında, çabuk dağılan ve başarısız sonuçlara yol açan koalisyon hükümetleri birincil önceliği oluşturmaktadır.

Öte yandan parlamenter demokrasinin sürekli krizlere yol açması, yasama ve yürütme erklerinin iç içe girmesi ve hükümet kurma konusundaki istikrarsızlıklar sistemin çıkmazları olarak kabul edilmektedir. Bu bakımdan Türkiye'de 2002 yılından beri kesintisiz bir şekilde iktidarda bulunan Adalet ve Kalkınma Partisi, sistemin açmazlarını öne sürerek parlamenter sisteme yönelik eleştirilerde bulunmuş olup başkanlık sistemine geçilmesi gerekliliğini vurgulamıştır. Diğer tarafta ise Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)'nin başkanlık sistemine yönelik eleştirileri söz konusudur.

Türkiye'de yönetim sisteminin tartışıldığı bir dönemde 15 Temmuz 2016'da meydana gelen darbe girişimi Türkiye'de bir kırılma anı yaratmıştır. Türkiye'nin yaşamış olduğu en acı olaylardan biri olarak kabul edilen 15 Temmuz darbe teşebbüsünden sonra iktidarda bulunan Adalet ve Kalkınma Partisi, ülkenin içinde bulunduğu durumu bir *beka* sorunu olarak nitelendirmiştir. Milliyetçi Hareket Partisi'nin de beka sorununa atıfta bulunması her iki partinin yaklaşmasına kapı aralamıştır. Beka söylemi, Türkiye'nin yaşamış olduğu darbe girişimi başta olmak üzere içeriden ve dışarıdan Türkiye'ye yönelik bir terör kuşatmasının var olduğu üzerine temellendirilmiştir.

Bu bakımdan Milliyetçi Hareket Partisi, ülkenin yaşadığı beka meselesine değinerek AK Parti'nin anayasayı değiştirmesine yönelik teklifine destek vereceğini açıklamıştır. Böylelikle Türkiye'de yeni bir hükümet modelinin kurulması için halkın önüne sandık konulmuştur. Özellikle medyada sıklıkla dile getirilen ifade şekliyle Türk tipi başkanlık sistemi, muhalefet bloğu tarafından sistem değil rejim kavramı üzerinden tartışılmıştır. Parlamenter sistemde tarafsız konumda bulunan cumhurbaşkanlığı makamının partili olmasına olanak tanıyan maddeleri muhalefetin sert eleştirilerine yol açmıştır. Dolayısıyla Türkiye'de anayasa değişikliği süreci Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ni isteyenlerin oluşturduğu *EVET* cephesiyle sisteme karşı çıkan *HAYIR* cephesi arasında meydana gelmiştir.

Nihayetinde 16 Nisan 2017 referandumunun evet ile sonuçlanmasıyla birlikte Türkiye'de Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi resmi olarak yürürlüğe girmiştir. İlk başta sadece Cumhurbaşkanı'nın partiye üye olmasına olanak tanıyan maddesi yürürlüğe konulurken sistemin tam manasıyla uygulanması genel seçimlerden sonrasına bırakılmıştır. Muhalefet bloğunun yeterince denge-denetim mekanizmasının bulunmamasıyla eleştirdiği yeni yönetim modelinin getirmiş olduğu en büyük yenilik kuşkusuz ki iktidar olmayı siyasal partiler için zorlayan yüzde elli artı bir şarttır. Zira parlamenter yönetim sisteminde bulunmayan bu şart ulaşılması zor bir çıtaı partilerin önüne koymuştur.

Dolayısıyla Cumhur İttifakı'na giden sürecin yapı taşlarını 16 Nisan 2017 referandumu döşemiştir. Sistemin iktidar olmak için partileri seçim öncesi birbirlerine yakınlaştırmasının Türkiye'deki ilk somut karşılığını, AK Parti ile MHP arasında gerçekleşen *Cumhur İttifakı* oluşturmaktadır. Bu bakımdan Cumhur İttifakı'nın kuruluş dinamikleri 16 Nisan 2017 referandumunun getirmiş olduğu yeni yönetim sisteminden bağımsız ele alınamaz.

Cumhur İttifakı'nın ortaya çıkış sürecinde 16 Nisan 2017 referandumunun önemine değinildikten sonra ittifakın kuruluş dinamiklerine göz atmak gerekmektedir. 16 Nisan 2017 referandumunun kabul edilmesiyle birlikte 2019'da yapılması planlanan genel seçimler Milliyetçi Hareket Partisi liderinin erken seçim çağrısıyla birlikte öne alınmıştır. İktidarda bulunan Adalet ve Kalkınma Partisi'nin de bu çağrıya icabet etmesi neticesinde Türkiye bir kez daha erken seçime gitmiştir. Erken seçim çağrısı muhalefet bloğunda da karşılık bulmuştur. Böyle bir politik ortamda 24 Haziran 2018 Genel Seçimlerine AK Parti ve MHP, Cumhur İttifakı çatısı altında girmiştir. Sistemin değiştirilmesi konusunda ortak bir

irade geliştiren her iki parti Cumhur İttifakı çatısı altında sistemin tam manasıyla oturması için de genel seçimlerde birlikte hareket etme kararı almıştır.

İttifakın kuruluş dinamiklerine bakıldığında iç siyasetteki gelişmelerin ittifakın meydana gelmesinde büyük rol oynadığı görülmektedir. 15 Temmuz 2016'da gerçekteşen başarısız darbe teşebbüsünden sonra her iki siyasal partide beka sorunu çerçevesinde birlikte politika yürütmüştür. Özellikle darbe girişiminin ardından gerçekteşen Yenikapı mitingi her iki partinin de ortak bir ruh geliştirmesini sağlamıştır. Tüm bu gelişmeler ışığında Cumhur İttifakı'nın ortaya çıkışında başta 15 Temmuz darbe girişimi olmak üzere Türkiye'nin maruz kaldığı iç ve dış terör tehdidi, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin tam anlamıyla işlerlik kazanması, siyasette uzlaşa geleneğinin yeniden canlanması ve nihayetinde Türkiye'nin beka sorununu aşma gayreti etkili olmuştur. Siyasetin ve medyanın gündemini teşkil etmesi bakımından önem arz eden 24 Haziran 2018 Genel Seçimleri, aynı zamanda 15 Temmuz 2016 yılındaki başarısız darbe girişiminin ardından Türkiye'nin gitmiş olduğu ilk seçim olması bakımından da büyük önem taşımaktadır.

5. Cumhur İttifakı'na Yönelik Seçmenin Algısı

Türkiye'de siyasal hayat, 16 Nisan 2017 referandumuyla birlikte farklı bir yönetim sistemine geçmiştir. Çalışma, Türkiye'deki yeni yönetim sisteminin hayata geçeceği ilk dönem olan 2018 genel seçimleri öncesi AK Parti-MHP Cumhur İttifakı'nın seçmen nezdindeki toplumsal algısını anlamayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışma kapsamında AK Parti, MHP ve CHP'ye bir önceki seçimlerde oy vermiş olan on beş kişilik hedef kitleyle görüşülmüştür. Çalışma kapsamında farklı yaş, cinsiyet, eğitim, ideolojik ve kültürel özellikleri bulunan katılımcılara daha önceden hazırlanmış olan beş demografik özellikler olmak üzere on sekiz soru yöneltilmiştir.

Katılımcıların sorulara yönelik değerlendirmeleri incelenmiş, AK Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısı ortaya konulmaya çalışılmış olup bu algının oluşumunda medyanın belirleyici bir rol oynayıp oynamadığı sorgulanmıştır.

5.1. Çalışmanın amacı ve yöntemi

2018 genel seçimleri öncesi kurulmuş olan AK Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısını anlamak ve bu algının inşasında medyanın belirleyici bir rol oynayıp oynamadığını sorgulamak bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın metodolojisini ise nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan derinlemesine görüşme tekniği oluşturmaktadır. Bu doğrultuda tamamı seçmen olan on beş kişilik bir hedef kitleyle yüz yüze iletişim tekniğiyle İstanbul, Ankara ve Malatya illerinde görüşülmüştür. Hedef kitlenin tercih edilmesinde seçmen duyarlılığına dikkat edilmiş olup, Cumhur İttifakı'nı oluşturan AK Parti ve MHP seçmenin yanı sıra ana muhalefet partisi olması hasebiyle CHP seçmeni de çalışma kapsamında yer almıştır. Farklı yaş, cinsiyet, eğitim, meslek, sosyo-ekonomik, özelliklere sahip olan bu hedef kitlenin siyasal ve kültürel yaklaşımları da çeşitlilik arz etmektedir. Cumhur İttifakı'nı konu edinen ve daha önceden hazırlanmış olan beş demografik özellikler olmak üzere on sekiz soru katılımcılara yöneltilmiştir. Çalışmada Cumhur İttifakı'nın bütünselliğini gözetken sorular hazırlanmıştır. Çalışmaya dair elde edilen sonuçlar genelleme yapmaya olanak tanımaz. Farklı bir hedef kitleyle yapılacak başka bir çalışmada apayrı sonuçlara ulaşılması mümkündür. Cumhur İttifakı'na yönelik seçmen algısında siyasal ideolojilerin ve medyanın belirleyici bir rol oynadığı iddiası çalışmanın temel varsayımını meydana getirmektedir.

5.2. Çalışmanın bulguları

2018 genel seçimleri öncesi AK Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısını anlamayı amaçlayan bu çalışmada elde edilen bulgular dört başlık altında sınıflandırılmıştır. Bu başlıkların oluşturulmasında Cumhur İttifakı'na yönelik katılımcıların geliştirmiş oldukları yorumlar belirleyici olmuştur. Bu doğrultuda ilk başlık altında Cumhur İttifakı'nın sağ seçmeni temsil edip etmeyeceği, Cumhur İttifakı'na dair seçmenin zihninde hangi ortak paydaların yer aldığı, ittifakın kuruluşuna etki eden politik ve iktisadi gelişmelerin neler olduğu, ittifakın ortaya çıkmasında lider kültürünün belirleyici olup olmadığı ve nihayetinde ittifakın kuruluş mantığı sorgulanmıştır. İkinci başlıkta ittifakın, koalisyonlar ve seçim barajıyla ilişkisi, üçüncü başlıkta ise ittifakın cumhurbaşkanlığı yönetim sistemiyle olan bağlantısı ele alınmıştır. Dördüncü ve son başlıkta ise seçmenlerin Cumhur İttifakı'na yönelik algılarında medyanın belirleyici bir rol oynayıp oynamadığı, seçmen çıkarımları üzerinden incelenmiştir.

5.3. Katılımcıların değerlendirmeleri

Çalışmada öncelikli olarak katılımcıların siyasal ideolojilerine yönelik bir soru hazırlanmıştır. Buradaki en temel amaç katılımcıların Cumhur İttifakı'na yönelik değerlendirmelerinin siyasal tercihleriyle bağlantılı olup olmadığını ortaya çıkarmaktır. Bu doğrultuda tamamı seçmen olan katılımcılara “Kendinizi Türkiye siyasal hayatı bağlamında değerlendirdiğinizde siyasi yelpazenin neresinde görüyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya yönelik yorumları farklı şekillerde gelişmiştir. Bir önceki seçimde AK Parti ve MHP'ye oy vermiş katılımcılar kendilerini milliyetçi veya muhafazakâr görüşlere yakın hissederken CHP'ye oy vermiş olan katılımcılar ise sol ve sosyal demokrat çizgiye yakın oldukları yönünde değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Genel anlamda değerlendirmeler şu şekildedir:

K1(41):“*Milli ve manevi değerlere bağlı biri olarak kendimi geleneksel muhafazakâr kanada yakın hissediyorum.*”

K2(26):“*Kendimi bildim bileli milliyetçiyimdir.*”

K5(39):“*Türkiye siyasal hayatı bağlamında ele alacak olursak kendimi aşırı Türk milliyetçisi olarak görüyorum.*”

K6(60):“*Siyasi yelpazenin solundayım; fakat en uçta değilim.*”

Çalışmada ilk olarak ittifakın ortaya çıkmasına zemin hazırlayan gelişmelerin neler olduğu seçmenlerin çıkarımları üzerinden ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda katılımcılara “AK Parti-MHP Cumhur İttifakı'nı ortaya çıkaran siyasal ve ekonomik gelişmeler sizce nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların soruya yönelik değerlendirmeleri politik görüşleri çerçevesinde farklılaşmıştır. Bu bakımdan AK Parti ve MHP seçmeni ittifakı ortaya çıkaran gelişmelerde 15 Temmuz darbe girişimini ve terör sorununu ön plana çıkarmıştır. CHP seçmeni ise bu ittifakı ortaya çıkaran politik gelişmeleri yeni sistem ve seçim barajı üzerinden temellendirmiştir.

Bu bağlamda CHP seçmeninin söylemlerine bakıldığında MHP'nin baraj kaygısı taşıdığı, AK Parti'nin ise yeni sistemde iktidar olmak için MHP'nin desteğine ihtiyaç duyduğuna dair ifadeler görülmektedir. Soruya yönelik dikkat çeken bir diğer unsur da ideolojik farklılıklar taşısa da seçmenlerin büyük çoğunluğu Cumhur İttifakı'nı ortaya çıkaran gelişmelerde politik faktörleri öne çıkarmıştır. Bu anlamda Cumhur İttifakı'nın kurulmasında ekonomik unsurların seçmen nezdinde çok etkili olmadığı gözlemlenmiştir. Tüm bu gelişmeler ışığında katılımcıların soruya yönelik anlatımları şu şekilde olmuştur:

K1(41):“*Terör örgütlerinin ülkemizdeki yıkıcı faaliyetlerini göz önüne alacak olursak bu ittifakın kurulmasındaki en büyük etmenin milletin güvenliği olduğunu düşünüyorum.*”

K9(35): “Bence kesinlikle 15 Temmuz darbe girişimi etkili olmuştur; zira ülkenin bütünlüğünü tehlikeye atan böyle büyük bir darbe teşebbüsünden sonra sayın Bahçeli’nin de inisiyatif almasıyla ittifak kurulmuştur.”

K14(26): “Herhangi bir ekonomik gelişmenin rol oynadığını düşünmüyorum. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’nin iktidar olmayı zorlaştıran yapısı iki partiyi ittifak kurmaya itmiştir.”

K8(26): “En önemli siyasi gelişme olarak 15 Temmuz süreci gösterilse de bence Milliyetçi Hareket Partisi’nde yaşanan parti içi hizipleşmeler daha etkili olmuştur.”

Katılımcılara ikinci olarak ittifakın bütünselliğini gözeten bir soru aksettirilmiştir. Bu doğrultuda “2018 genel seçimleri öncesi AK Parti-MHP Cumhur İttifakı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar kendi siyasi ve kültürel koşulları çerçevesinde bu soruya yönelik farklı çıkarımlarda bulunmuştur. AK Parti ve MHP seçmeni her iki siyasal partinin de birbirlerine yakın çizgide olduklarını ve bu yönden ülkenin menfaatleri doğrultusunda Cumhur İttifakı’nın siyasete olumlu bir yansımaya olacağı yönünde değerlendirmelerde bulunmuştur. CHP seçmeni ise ittifaka yönelik olumsuz bir tutum takınarak bu ittifakı her iki siyasal partinin “sol”a karşı bir politikası olarak görmüştür. Katılımcıların soruya yönelik değerlendirmeleri şu şekildedir:

K5(39): “Dış politika ve terör sorununda ülkenin yaşadığı zorluklar göz önüne alındığında bu ittifakın ülkenin menfaatleri açısından olumlu yönde seyredeceğini düşünmekteyim.”

K12(28): “Türkiye siyasetinde sağ ideolojiye yakın olan bu iki partinin ittifakını 15 Temmuz sonrası süreçte ülkemizin yaşamış olduğu zorlukların üstesinden gelmeyi amaçlayan yeni bir siyaset modeli olarak ele alıyorum.”

K11(26): “Kurulmuş olan bu ittifakı milliyetçi ve muhafazakâr görüşleri benimseyen iki partinin sola karşı geliştirmiş olduğu bir politika olarak görüyorum.”

K6(60): “Cumhur demek halk demektir. Bu iki partinin kurduğu ittifak halkın çoğunluğunu temsil edecek bir ittifak değildir. Aksine iki siyasal partinin çıkar odaklı siyasetinin bir yansımasıdır.”

Katılımcılara üçüncü olarak “AK Parti-MHP Cumhur İttifakı’nın Türkiye’deki milliyetçi, muhafazakâr seçmeni temsil edebileceğini düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. AK Parti’yle MHP’nin siyasi kimlikleri göz önüne alındığında iki partinin de milliyetçi, muhafazakâr görüşleri benimsediği görülmektedir. Bu doğrultuda katılımcılardan AK Parti ve MHP’ye oy vermiş olanlar Cumhur İttifakı’nın milliyetçi-muhafazakâr seçmeni temsil edebileceği yönünde değerlendirmelerde bulunmuştur.

Bir önceki seçimde CHP’ye oy vermiş olan hedef kitlenin yorumları ise milliyetçilerin bu ittifaka destek vermeyeceği yönündedir. Bu doğrultuda katılımcıların yorumları şu minvalde oluşmuştur:

K1(41): “AK Parti ve MHP’nin yanı sıra sağ cemahta yer alan diğer partilerin tabanının da bu ittifaka destek vereceğini düşünüyorum; zira Cumhur İttifakı milli ve manevi değerlerin güçlü bir temsilini hayata geçirecektir.”

K12(28): “İttifakı kurmuş olan iki partinin mevcut söylem ve politikaları milliyetçi kesimi hem tatmin hem de temsil etmektedir.”

K14(26): “Hepsini temsil edeceğine inanmıyorum. Belki bir kısmını temsil edecektir.”

K11(26): “Bu ittifakın milliyetçi seçmenin tamamını temsil edebileceğini söylemek bence çok zor; çünkü milliyetçiler AK Parti’nin daha önceki söylemlerini unutmayacaktır.”

Katılımcılara “Sizce AK Parti-MHP Cumhur İttifakı hangi ortak paydaları kendi içinde barındırıyor?” sorusu yöneltilmiştir. Bu sorunun sorulmasındaki en temel amaç katılımcıların Cumhur İttifakına yönelik toplumsal algısının hangi parametrelere yaslandığını anlamaya çalışmaktır.

Katılımcılar kendi siyasi görüşleri çerçevesine bu soruya farklı değerlendirmelerde bulunmuştur. AK Parti ve MHP seçmeni ortak paydaları daha çok vatan, bayrak ve millet sevgisi üzerine temellendirirken CHP seçmeni bu ittifakın siyasette “sol”a karşı gerçekleştirildiği yönünde tespitlerde bulunmuştur. Katılımcıların soruya yönelik yorumları şu şekilde olmuştur:

K1(41): “*Tek devlet, tek millet, tek bayrak, tek vatan ülküsü bu ittifakın ortak paydalarıdır.*”

K3(39): “*15 Temmuz sonrası ortaya çıkan Yenikapı ruhunun her iki partinin de en büyük ortak paydası olduğu kanaatindeyim.*”

K6(60): “*Her iki siyasal parti de kısa zaman önce birbirleriyle kavgalıydı. Şimdi iki partinin kuracağı ittifakın en büyük ortak paydasının önümüzdeki seçimlerde solun önünü kesmek olduğunu düşünüyorum.*”

K7(27): “*AK Parti ile MHP siyasal anlamda aynı fikirleri benimsemese de her iki partinin de siyasi yelpazenin sağında konumlandığı göz önüne alınacak olunursa ittifakın en büyük ortak paydası, Türkiye’de solun iktidar olmasının yolunu tıkamaktır.*”

Cumhur İttifakı’na yönelik toplumsal algının incelendiği bu araştırmada katılımcılara “2018 genel seçimleri öncesi AK Parti-MHP Cumhur İttifakı’nın kurulmasında lider özelliklerinin etkili olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Seçmenin algısının anlamlandırılmak istendiği bu çalışmada liderler özelliklerinin ittifakın ortaya çıkışında etkili olup olmadığı analiz edilmek istenmiştir. Bu doğrultudaki değerlendirmeler incelendiğinde siyasal görüşleri fark etmeksizin katılımcıların büyük çoğunluğunun Cumhur İttifakı’nın kurulmasında liderlerin etkili olduğuna dair çıkarımları olduğu görülmektedir.

Bu noktada özellikle MHP genel başkanı sıfatıyla Devlet Bahçeli’nin politikalarının etkili olduğuna ilişkin tespitler yapılmıştır. AK Parti ve MHP seçmeni, Devlet Bahçeli’nin politikalarının yerindelğine vurgu yaparken CHP seçmeni Bahçeli’ye karşı eleştirel bir tutum takınarak daha önceki politikalarının aksine hareket etmesini siyasi tutarsızlık olarak görmüştür. AK Parti ve MHP seçmenin değerlendirmelerinde 15 Temmuz sonrası yaşanan sıkıntılı süreçte Bahçeli’nin üstlendiği siyasi pozisyona dikkat çekilmiştir. Bu gelişmelere ek olarak AK Parti seçmeni ittifakın kurulmasında Bahçeli kadar AK Parti ve cumhurbaşkanı sıfatlarını taşıyan Recep Tayyip Erdoğan’ın da büyük katkıları olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların soruya yönelik saptamaları aşağıdaki şekilde olmuştur:

K5(39): “*Erdoğan iktidar partisinin lideri olsa da Bahçeli’nin Cumhur İttifakı’nın gizli lideri olduğunu düşünüyorum.*”

K1(41): “*Sayın Bahçeli’nin ittifakın kurulması sürecinde büyük bir sağduyu örneği sergilediğini görmekteyiz. Özellikle ülkemizin yaşadığı bu zor dönemde ortak amaçlar doğrultusunda ittifakın ortaya çıkmasında Bahçeli’nin rolü inkâr edilemez.*”

K2(26): “*Bu süreçte Recep Tayyip Erdoğan’ın ikna kabiliyeti ve liderlik özellikleriyle ittifakın kuruluşunda önemli bir rolü olduğunu ifade etmek isterim.*”

K11(26): “*Daha düne kadar başkanlık sistemine karşı olduğunu her ortamda dile getiren Bahçeli’nin ani fikir değişikliği bugünkü siyasi tabloyu meydana getirmiştir.*”

Çalışma kapsamında katılımcılara “AK Parti-MHP Cumhur İttifakı’nın kurulmasında sizce araçsal pragmatik bir mantık mı yoksa vatandaş-devlet menfaati mi etkili olmuştur?” sorusu yöneltilmiştir.

İttifakın bütünselliğini gözetererek hazırlanmış bu soruda aslında katılımcıların ittifaka yönelik daha önceki okumalarının tutarlılığı izlenmeye çalışılmıştır.

Seçmenlerin soruya yönelik çıkarımları siyasal görüşleri çerçevesinde değişkenlik arz etmektedir. Bu bakımdan AK Parti ve MHP seçmeni ittifakın millet menfaatleri ve devletin bütünlüğünü çerçevesinde kurulduğunu belirtirken, CHP seçmeni ise ittifakı her iki partinin siyasal çıkarları üzerinden değerlendirmiştir. AK Parti ve MHP seçmeninin çıkarımlarında terör, dış politikadaki gelişmeler ve 15 Temmuz süreci ön plana çıkmaktadır. CHP seçmeni bu ittifakın vatandaşa bir getirisinin olmadığını vurgulamıştır. Bu noktada CHP seçmenin ittifakı pragmatist olarak yorumlamasında AK Parti'nin iktidar olma kaygısı ve MHP'nin mecliste temsil hakkı kazanma çabaları öne çıkmaktadır. Katılımcıların soruya yönelik tespitleri aşağıdaki şekilde gelişmiştir:

K5(39): “Devlet vatandaşıyla var olmaktadır. 15 Temmuz günü bu ülkede vatandaşın canına devletin ise bütünlüğüne kast edenlere en iyi cevap Cumhur İttifakı 'yla verilmiştir.”

K15(30): “Kesinlikle milletin çıkarları etkili olmuştur; çünkü hem içerden hem de dışardan ülkemize yönelen terör tehlikesine karşı bu ittifak vatandaşın güvenliğinin teminatıdır.”

K7(27): “AK Parti ve MHP cephesindeki söylem bu ittifakın vatandaşın menfaatine yönelik olduğu; ama ben böyle olduğu kanaatinde değilim. İttifak AK Parti'yi yeni sistemde iktidar yapmak için kurulmuştur.”

K11(26): “Kimse iktidar olmak için yüzde elli artı bir oy gerektiğinden, MHP'nin içerisinde yaşanan politik bölünmüşlükten bahsetmiyor. İttifakın bu iki unsur çerçevesinde pragmatist bir bakış açısıyla oluşturulduğunu düşünüyorum.”

Çalışmanın ikinci başlığında Cumhur İttifakı'nın mevcut seçim barajı ve koalisyonlar ilişkisi sorgulanmıştır. Bu bağlamda katılımcılara “Cumhur İttifakı'yla mevcut sistemdeki seçim barajı arasında bir bağlantı görüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Bilindiği üzere ülkedeki seçim kanuna göre siyasal partilerin mecliste temsil edilebilmesi için %10'luk seçim barajını aşması gerekmektedir. Yeni ittifak düzenlemesiyle birlikte artık ittifak yapacak olan partilerden biri yüzde onluk seçim barajını geçerse diğer parti de geçmiş sayılacaktır. Bu bakımdan katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında farklılıklar ortaya çıkmıştır. AK Parti ve MHP'ye oy vermiş seçmen ittifakla seçim barajı arasında bir bağlantı olmadığı yönünde değerlendirmeler yaparken CHP'ye oy veren seçmenler MHP'nin baraj kaygısı taşıdığı, o yüzden bu ittifakta yer aldığı yönüne yorumlarda bulunmuştur. Bu bakımdan katılımcıların siyasal tercihleri ittifaka yönelik farklı çıkarımlarda bulunmalarına zemin hazırlamıştır. Katılımcıların soruya yönelik tespitleri şu şekildedir:

K1(41): “AK Parti ile MHP'nin baraj kaygısı olmadığı için ittifakın seçim barajıyla bir ilişkisi olduğunu düşünmüyorum.”

K9(35): “Kurulan bu ittifak 15 Temmuz sonrası süreçte ülkenin yaşadığı beka sorununa bir çözüm amacı taşımaktadır. Bu bakımdan seçim barajı gibi siyasal çıkarlara indirgenemez.”

K14(26): “MHP bence barajı aşamayacak. Kurulan bu ittifak Milliyetçi Hareket Partisi'nin 16 Nisan referandumunda evet oyunu desteklemesinin bir karşılığıdır.”

K6(60): “Bu ittifak ile MHP bağımsız bir şekilde barajı aşamayacağı mesajını vermektedir. İttifak ile MHP'nin AK Parti potasında eriyeyeceğini düşünüyorum.”

Türkiye siyasal hayatında önemli dönemeçlerin yaşandığı koalisyonlar ile seçim ittifaklarının seçmen gözündeki toplumsal algısının aynı olup olmadığını anlamak için katılımcılara “Cumhur İttifakı'yla koalisyonlar arasında bir ayırım olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların siyasal ideolojileri fark etmeksizin tamamı seçim ittifakıyla koalisyonun farklı olduğu yönünde

değerlendirmelerde bulunmuştur. Katılımcılardan AK Parti ve MHP'ye oy vermiş olan seçmen özellikle Cumhur İttifakı'nın ülke çıkarları doğrultusunda oluşturulacağına dair değerlendirmelerde bulunmuştur. Katılımcıların genel anlamda yorumları şu doğrultudadır:

K13(35): *“Koalisyonlarda seçim sonrası oluşan siyasi tabloya göre partiler hükümet kurarken Cumhur İttifakı seçim öncesinde ülkenin menfaatleri doğrultusunda ilkeler üzerinden yürümektedir.”*

K5(39): *“Seçim ittifakları isteğe bağlı gelişirken, koalisyonlar seçim sonrasında zorunluluğudur.”*

K3(39): *“Cumhur İttifakı seçim sonrası kurulmuş olan bir koalisyon hükümeti değildir. Bu bakımdan Cumhur İttifakı'yla koalisyonlar arasında keskin bir ayrım olduğu kanaatindeyim.”*

Çalışma kapsamında üçüncü başlık olarak 2018 genel seçimleri öncesi AK Parti-MHP Cumhur İttifakı'yla Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi arasında bir bağlantı olup olmadığı seçmenin toplumsal algısı üzerinden anlamlandırılmak istenmiştir. Bilindiği üzere 16 Nisan 2017 referandumunda sandıktan evet oyunun çıkmasıyla Türkiye'nin yönetim şekli parlamenter sistemden, cumhurbaşkanlığı yönetim sistemine geçmiştir.

Bu bakımdan katılımcılara “2018 genel seçimleri öncesi AK Parti-MHP Cumhur İttifakı Türkiye'deki cumhurbaşkanlığı yönetim sistemiyle birlikte ele alındığında sizce bir tercih mi yoksa zorunluluk mudur?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu siyasal görüşleri fark etmeksizin ittifakı değişen yönetim sistemiyle birlikte bir zorunluluk olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların cumhurbaşkanlığı yönetim sisteminde iktidar olmak için yüzde elli artı bir oy gerektiğini ifade ederek bu durumun ittifakı mecbur kıldığı yönünde değerlendirmeleri olmuştur. Özellikle CHP'ye oy vermiş olan katılımcıların AK Parti'nin iktidar olmak için, MHP'nin ise barajı geçebilmek için ittifakı kurduğu yönünde yorumları olmuştur. Katılımcıların soruya yönelik genel değerlendirmeleri şu şekilde gelişmiştir:

K3(39): *“Matematik ortada. İktidar olmak için yüzde elli artı bir gerektiğine göre bu ittifak kesinlikle bir zorunluluktur.”*

K6(60): *“İki siyasal partinin de tek başına yüzde elliyi aşması bugünün siyasetinde olası gözüküyor. O bakımdan Cumhur İttifakı'nı yaratan en büyük etken mevcut yeni sistemin bizi kendisidir.”*

K11(26): *“Mutlak çoğunluğu sağlayacak aritmetik yüzde elli artı biri gerektirmektedir. Sistem partileri buna sürüklerken Cumhur İttifakı'nın oluşmasına tercih gözüyle bakmak çok zor.”*

Çalışma kapsamında dördüncü ve son başlıkta seçmenlerin, Cumhur İttifakı'na yönelik algılarında medyanın belirleyici bir rol üstlenip üstlenmediğine bakılmıştır. Bu doğrultuda katılımcılara ilk olarak “AK Parti-MHP Cumhur İttifakı'na yönelik edindiğiniz bilgi ve görüşlerde medyanın etkisi nedir?” diye sorulmuştur. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu siyasal görüşleri fark etmeksizin Cumhur İttifakı'na dair edindikleri bilgilerde medyanın etkisi olduğuna yönelik değerlendirmelerde bulunmuştur. Yazılı, görsel ve sosyal medyanın Cumhur İttifakı'na yönelik seçmenlerin bilgi ve tutumlarında belirleyici bir rol üstlendiği geliştirilen söylemler üzerinden analiz edilmiştir. Üç katılımcı ise Cumhur İttifakı'na yönelik edindikleri bilgilerde medyanın rolü olmadığını; zira medya organlarını takip etmediklerini belirtmiştir. Katılımcıların soruya yanıtları şu şekilde olmuştur:

K1(41): *“Bence etkisi tartışılmaz boyutlarda büyüktür; zira seçim dönemlerinde televizyon, gazete gibi etkili medya organları hem siyasal partilerin hem de adayların hangi projelerle halkın karşısına çıktığını öğrenmemize yardımcı oluyor.”*

K5(39): *“Parti teşkilatında çalıştığım için gazeteleri ve haber programlarını aktif bir şekilde takip etmekteyim. Bu bakımdan Cumhur İttifakı'na dair edindiğim bilgilerde medyanın rolünü yadsıyamam.”*

K8(26): “Etki etmemesi mümkün değil. Bugün küreselleşen dünyada medya her konuda olduğu gibi siyasal süreçlerde de bilgi ve görüşlerimizi etkilemektedir; ama benim açımdan bu etkinin sınırlı olduğunu söyleyebilirim.”

K7(27): “Medya organlarını özellikle de televizyonu takip etmediğim için beni etkilemedi.”

Çalışmanın teorik boyutunda liberal kuramın atfettiği gibi medyanın toplumda dördüncü güç olarak konumlandığına ve politik konulara ilişkin halkı bilgilendirdiğine dair çıkarımlar yapılmıştır. Bu doğrultuda katılımcılara “2018 genel seçimleri öncesi AK Parti-MHP Cumhur İttifakı’nın medyanın gündeminde önemli bir yer teşkil ettiğini düşünüyor musunuz?” sorusu aksettirilmiştir. Seçmenlerin değerlendirmelerine odaklanılarak medyanın hakikaten gündem belirleme gücüne sahip olup olmadığı, Cumhur İttifakı özelinde incelenmiştir. Seçmenlerin söylemlerine bakıldığında, siyasal görüşleri fark etmeksizin büyük çoğunluğu Cumhur İttifakı’nın medyanın gündeminde önemli bir yer teşkil ettiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların yorumlarına bakıldığında hem yazılı hem de görsel-işitsel medyada Cumhur İttifakı’nın geniş bir içerikle ele alındığına dair aktarımları söz konusu olmuştur. Bu noktada dikkat çeken bir unsur olarak CHP seçmeni, medyaya karşı eleştirel bir tavır takınmıştır. İktidar partisinin medya kanalları üzerinde baskı kurduğuna yönelik söylemler ortaya çıkmıştır. Katılımcıların soruya yönelik değerlendirmeleri aşağıdaki doğrultuda gelişmiştir:

K1(41): “İttifakın kuruluşundan seçim sürecinin sonuna kadar medyanın konuyu aktif olarak işlediği görüşündeyim.”

K10(33): “İlk başlarda sadece siyasi tartışma programlarıyla sınırlıydı; fakat seçim kampanyalarının başlamasıyla birlikte bütün medya organlarında Cumhur İttifakı gündemin ilk sırasını almıştır.”

K8(26): “Konvansiyonel diye tabir ettiğimiz geleneksel medyada Cumhur İttifakı hem kuruluş aşamasında hem de seçim atmosferinde medyanın hâkim gündemini oluşturmuştur.”

Sonuç

2018 genel seçimleri öncesi AK Parti-MHP Cumhur İttifakı’na yönelik seçmenin toplumsal algısı bu çalışma ile ortaya konulmak istenmiştir. Katılımcıların Cumhur İttifakı’na yönelik yapmış oldukları değerlendirmeler onların siyasal ideolojilerinden bağımsız değildir. Öyle ki, Cumhur İttifakı’na yönelik tespitler incelendiğinde cinsiyet, eğitim, meslek gibi demografik özelliklerden ziyade siyasal tercihlerin belirleyici olduğu görülmüştür. İlk olarak Cumhur İttifakı’nın milliyetçi-muhafazakâr sağ seçmeni temsil edip etmeyeceği seçmenlerin değerlendirmeleri üzerinden incelenmiştir. Bu doğrultuda AK Parti ile MHP seçmenleri, milliyetçi-muhafazakâr sağ seçmenin Cumhur İttifakı’yla kuvvetli bir şekilde temsil edileceğini ifade etmiştir. CHP seçmeni ise bu ittifakın ülkedeki milliyetçi seçmeni temsil edemeyeceğine yönelik söylem geliştirmiştir.

Birinci başlık altında Cumhur İttifakı’nın hangi ortak paydalara sahip olduğu da incelenmiştir. Bu bakımdan AK Parti ve MHP seçmeni Cumhur İttifakı’nın ortak paydalarını ülkenin bekası, vatan, bayrak, milletin menfaatleri olarak sıralamıştır. CHP seçmeni bu ittifakı çıkar odaklı okumuştur. İttifakı ortaya çıkaran gelişmelerde seçmenlerin politik süreci ekonomiden daha ön planda tuttuğu görülmüştür. Bu bakımdan seçmenlerin çıkarımlarına bakıldığında AK Parti ve MHP seçmeni 15 Temmuz darbe girişimini ve terör sorununu odak noktasına alırken, CHP seçmeni ittifakın ortaya çıkma koşullarını Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’ne ve mevcut seçim barajına dayandırmıştır. İlk başlık altında ittifakın kurulmasında lider özelliklerinin etkili olup olmadığı ve ittifakın kuruluş mantığı da sorgulanmıştır. Bu bakımdan seçmenlerin çıkarımlarına bakıldığında siyasal görüşleri fark etmeksizin seçmenlerin büyük çoğunluğunun ittifakın ortaya çıkmasında liderlerin payı olduğuna dair ifadeleri

olmuştur. Burada en ön plana çıkan lider MHP genel başkanı sıfatıyla Devlet Bahçeli olmuştur. AK Parti ve MHP seçmeni, 15 Temmuz darbe girişiminden sonra ülkenin bekası adına Devlet Bahçeli'nin karar alarak bu ittifakın kuruluş sürecine etki ettiğini belirtmiştir. CHP seçmeni de ittifakın kuruluşunda Bahçeli'nin rol oynadığını ifade etse de eleştirel bir tutum geliştirerek Bahçeli'nin daha önce karşı çıktığı başkanlık sistemine neden destek verdiğini sorgulamıştır. Burada özellikle MHP içerisinde yaşanan parti içi görüş ayrılıklarına ve partinin bölünme tehlikesine dikkat çekilmiştir. Bir diğer noktada ise AK Parti seçmeni ikna kabiliyeti ve liderlik vasıflarıyla Recep Tayyip Erdoğan'ın da ittifakta yadsınmaz bir rolü olduğunu vurgulamıştır.

İttifakın kuruluş mantığında ise pragmatist bir anlayışla parti çıkarlarının mı yoksa vatandaş menfaatlerinin mi daha fazla etkili olduğu seçmenlerin çıkarımları üzerinden ele alınmıştır. Bu noktada AK Parti ve MHP seçmeni Cumhur İttifakı'nı vatandaş devlet bütünleşmesi olarak okumuştur. Yapılan değerlendirmeler incelendiğinde ittifakın kuruluş mantığında Türkiye'nin hâlihazırda yaşadığı terör ve dış politikadaki sorunlar neticesinde vatandaşın güvenliğinin ve huzurunun korunmak istendiğinin altı çizilmiştir. CHP seçmenin değerlendirmeleri ise aksi yönde gelişmiştir. İttifakın çıkar odaklı olduğunu belirten CHP seçmeni, özellikle AK Parti'nin yeni sistemde iktidar olmak için bu ittifaka ihtiyaç duyduğuna dikkat çekmiştir. İkinci olarak Cumhur İttifakı'nın seçim barajı ve koalisyonlarla arasındaki ilişki sorgulanmıştır. Bu noktada AK Parti ile MHP seçmeni Cumhur İttifakı'yla mevcut seçim barajı arasında bir bağlantı olmadığını belirtmiştir. CHP seçmeni ise Cumhur İttifakı'nın AK Parti'nin iktidar olması, MHP'nin de baraj altında kalmaması için oluşturulduğu yönünde tespitleri olmuştur. Cumhur İttifakı'yla koalisyonlar arasında siyasal tercihleri fark etmeksizin katılımcıların tamamı bir benzerlik olmadığını belirtmiştir. Katılımcılar, ittifakların seçim öncesi ilkeler çerçevesinde oluştuğunu belirtirken, koalisyonları seçim sonrası ortaya çıkan siyasal tablonun bir zorunluluğu olarak görmüşlerdir.

Üçüncü başlıkta Cumhur İttifakı'yla cumhurbaşkanlığı yönetim sistemi arasındaki bağlantı ele alınmıştır. Bu bakımdan yeni değişen yönetim sistemi göz önüne alındığında katılımcılardan bir kişi hariç kurulmuş olan Cumhur İttifakı'nı bir tercih değil, bir zorunluluk olarak görmüştür. Bu yöndeki değerlendirmelerin temellendiği nokta ise yeni sistemle birlikte iktidar olmak için gereken oyun yüzde elli artı bir gibi ulaşılması kolay olmayan bir çığırda yükselmesidir.

Dördüncü ve son başlıkta ise Cumhur İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısında medyanın belirleyici bir rol üstlenip üstlenmediğine bakılmıştır. Bu anlamda siyasal görüşleri fark etmeksizin katılımcıların büyük çoğunluğu ittifaka yönelik edindikleri bilgi ve görüşlerde medyanın aktardığı haber ve içeriklerin etkisi olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların değerlendirmelerinde özellikle medyanın seçim dönemlerinde halkın en önemli haber alma kaynağı olarak görüldüğü ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda siyasal görüşleri fark etmeksizin katılımcıların büyük çoğunluğunun, Cumhur İttifakı'nın medyanın gündeminde seçim dönemi boyunca önemli bir yer teşkil ettiğine dair saptamaları olmuştur.

Özetle, Türkiye siyasetinde kritik bir eşik olarak görülen 2018 genel ve cumhurbaşkanlığı seçimleri öncesi Cumhur İttifakı'na yönelik seçmenin toplumsal algısı siyasal yaklaşımlarından bağımsız ele alınamaz. Toplumsal yaşam içerisinde farklı beklenti ve çıkarları olan seçmenlerin, Cumhur İttifakı'na dair çıkarımlarının politik görüşleri çerçevesinde farklılaştığı bu çalışma özelinde ortaya konmuştur. Keza bu araştırmada demokratik sistemlerde oy verme hakkına sahip olan ve siyasal süreçlere katılan seçmenin, ittifaka yönelik algısında medyanın belirleyici bir değişken olduğu da görülmüştür. Çalışmanın temel varsayımıyla paralellik gösterecek şekilde Cumhur İttifakı'na dair seçmenin toplumsal algısı politik tercihlerine göre farklılaşmakla birlikte medya, seçmenin ittifaka yönelik çıkarımlarında inşa edici bir rol oynamıştır.

Kaynaklar

- Ahmad, F. (2014). *Bir kimlik peşinde Türkiye* (çev. S.C. Karadeli). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Akay, A. (2012). *Türkiye 'de siyasetin iletişim profesyoneli: Siyasal iletişim danışmanı*. Ankara: Nobel.
- Akdağ, M. (2014). (24.11.2018). *Medyave siyaset üzerine*. Haziran 28, 2019 tarihinde http://mediaware.erciyes.edu.tr/tr/medya_ve_siyaset_uzerine.pdf adresinden edinilmiştir.
- Akdoğan, Y. (2004). *AK parti ve muhafazakâr demokrasi*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Akgün, B. (2002). *Türkiye 'de seçmen davranışı partiler sistemi ve siyasal güven*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Akgün, B. (2000). Türkiye'de seçmen davranışı: Partizan tutumlar, ideoloji ve ekonomik faktörlerin oy vermeye etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 75-92.
- Altındağ, N. (2016). Türk milliyetçiliğinin siyasallaşması ve batı/batılılaşma algısı. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 43-64.
- Arıkan, E. B. (2008). *Türk sağının Türk sorunu: Milliyetçi Hareket Partisi*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Arklan, Ü. ve Karakoç, E. (2015). Medyanın genel ve siyasal gündeme ilişkin bilgi edinme aracı olarak kullanımı: Görgül bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 33, 325-363.
- Arslan, A. (2004). Medya-politika ilişkisi üzerine sosyolojik bir değerlendirme. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-8.
- Atabek, N. (2002). Kamuoyu, medya ve demokrasi. *Kurgu Dergisi*, 19, 223-238.
- Avcı, K. ve Hülür, A. B. (2016). Siyasal seçim vaatlerinin seçmenin oy verme kararına etkisi: 2015 Kasım seçimleri Bolu örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 1638-1651.
- Aydın Kılıç, E. (2013). Seçmen tercihinde imaj faktörü: Siyasal parti ve aday imajı karşılaştırmasına yönelik bir alan araştırması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 47-61.
- Aydoğan Ünal, B. (2016). Oy verme davranışı modelleri. *Sosyal Bilimler Araştırmalar Dergisi*, 15, 95-119.
- Balcı, Ş. (2008). Medya ve siyaset ilişkilerinde siyasal reklam: Güncel örnekler üzerinden bir değerlendirme. Z. Damlapınar (Ed.) *Medya ve Siyaset*. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Başkan, B. (2011). Krizdeki merkez sağ- yeniden konumlanma problemi. *Liberal Düşünce Dergisi*, 16(63), 153-168.
- Bayraktar, Ö. (2015). Lider, teşkilat, doktrin'in iflası: Ülkücü harekette 1980 sonrası dönüşüm, bölünme ve iç çatışma. *Karamanoğlu Mehmet Bey Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17(28), 35-40.
- Belsey, A. ve Chadwick, R. (2014). Medyada kalitenin bir aracı olarak etik. S. İrvan (Ed.) *Medya Kültür Siyaset*. Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Beren, F. (2013). Seçmen tercihinin etki eden faktörler ve seçim güvenliği: Şanlıurfa ili örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(1), 191-214.
- Beriş, H. E. (2014). 30 Mart'a doğru Milliyetçi Hareket Partisi. *SETA Yayınları*, 84,5-29.

- Bostancı, N. (1998). *Siyaset, medya ve ötesi*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Bora, T. (2014). *Türk sağının üç hali milliyetçilik muhafazakârlık İslamcılık*. İstanbul: Birikim Yayınları.
- Bora, T. ve Can, K. (2004). *Devlet ve kuzgun 1990'lerden 2000'lere MHP*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bora, T. ve Can, K. (1999). *Devlet, ocak, dergâh*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çaha, Ö. (2008). *Türkiye 'de seçmen davranışı ve siyasi partiler*. Ankara: Orion Kitabevi.
- Damlapınar, Z. (2008). Medya ve siyasette güvenilirlik: Medya siyasetinin toplumsal algılanmasına bağlı faktörler. Z. Damlapınar (Ed.) *Medya ve Siyaset*. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Damlapınar, Z. ve Balcı, Ş. (2005). Seçmenin zihnindeki aday imajını belirleyen etkenler: 28 Mart 2014 yerel seçimleri alan araştırması. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4(1), 58-79.
- Doğanay, T. C. (2014). Adalet ve Kalkınma Partisi'nin muktedir iktidarı ve sistem meşrulaştırması. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2, 65-72.
- Doğanay, Ü. (2007). AKP'nin demokrasi söylemi ve muhafazakârlık: Muhafazakâr demokrasiye eleştirel bir bakış. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 62(1), 65-88.
- Doğan, G. ve Göker, G. (2013). *Siyasal iletişim araştırmaları*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Erler, Ö. (2007). Yeni muhafazakârlık, AKP ve muhafazakâr demokrat Kimliği. *Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 10, 126-132.
- Eroğlu, A. H. ve Bayraktar, S. (2010). Siyasal pazarlama uygulamalarının seçmen tercihi üzerindeki etkileri-İzmir-İli örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 187-207.
- Göksu, V. (2013). Siyasal kimlikler ve merkez-çevre dikotomisi bağlamında Türkiye'de merkez sağ ve merkez sol. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(2), 69-93.
- Işık, M. (2005). Medya ve demokrasi paradoksu: Medya yoluyla demokrasinin tehdit edilmesi. *Selçuk İletişim*, 3(4), 114-121.
- Kahraman, L. (2014). Medya ve siyasal iletişim: Demokratik açıdan bir inceleme. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 38-61.
- Kalender, A. (2005). *Siyasal iletişim seçmenler ve ikna stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Kapani, M. (2007). *Politika bilimine giriş*. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Meyer, T. (2014). *Medya siyaseti nasıl sömürgeleştirir* (çev. A. Fethi). İstanbul: Köprü Kitapları.
- Miş, N. ve Aslan, A. (2018). *AK Parti'nin 15 yılı siyaseti*. İstanbul: SETA Kitapları 30.
- Ölçekler, H. (2018). Siyasal iletişim bağlamında Milliyetçi Hareket Partisi'nin inşası ve Alparslan Türkeş'in iletişim stratejisi. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 261-276.
- Örmeci, O. (2008). *İttihat ve Terakki'den AKP'ye Türk siyasal tarihi*. İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Özer, İ. ve Meder, M. (2008). *Siyasal katılma ve seçmen davranışı*. İstanbul: Ege Yayınları.
- Özgül, B. (2017). Medyanın siyasi liderlik beklentilerine etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 202-229.

- Özkan, A. (2014). *Siyasal iletişim partiler, seçimler, stratejiler*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Özsoy, O. (2002). *Türkiye’de seçmen davranışları ve etkin propaganda*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Sun İpekşen, S. (2012). *2011 genel seçimlerinde siyasal iletişim faaliyetleri: AKP, CHP, MHP örneği* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Teyyare, E. ve Avcı, M. (2016). Yerel seçimlerde seçmen davranışları: 2014 yerel seçimleri ve Zonguldak ili örneği. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 51-76.
- Tokat, A. (2009). *2007 Genel seçimlerinde Adalet ve Kalkınma Partisi’nin siyasal iletişim faaliyetleri ve mesaj stratejileri* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Turan, İ. (1986). *Siyasal sistem ve siyasal davranış*. İstanbul: Der Yayınları.
- Yıldırım, M. (2014). Parti aday tercihlerinin seçmen davranışına etkisi 2009 yerel seçimleri Uşak ili örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 15-38.
- Yıldız, A. (2004). AK Parti’nin yeni muhafazakâr demokrathlığı: Türkiye siyasetinde adlandırma problemi. *Liberal Düşünce Dergisi*, 34, 5-12.