

Yakın Dönem Türk Siyaset Duayenlerinin Medya Kullanımı Deneyimleri Ve Propaganda

Menderes Akdağ¹

Özet

İyi yürütülmüş bir propaganda çalışması olmaksızın siyasetçilerin başarılı olması mümkün gözükmemektedir. İyi bir propagandanın ise medya araçlarının etkin kullanılmasına bağlı olduğu söylenebilir. Çalışmamızda siyaset duayenlerinin medya kullanım deneyimlerinin ne olduğu anlamak ve bunun kendi siyasi çalışmalarına etkilerini ortaya çıkarmak temel amacımız olmuştur. Buradan elde edeceğimiz kimi sonuçların pek çok politikacıya fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Seçmene bu bilgilerin aktarılması durumunda ise onun bilinç düzeyinin artırılması hedeflenmiştir, siyasi iletişim çalışması yapan araştırmacıların çalışmalarına katkı koymak gaye edinilmiştir. Siyaset duayeni pek çok kişi ile görüşülmesi, gazete ve literatür taraması yapılması, dijital kaynakların bir kısmının kontrol edilmesi yöntem olarak belirlenmiştir. Eski siyasetçilerin kendilerinin propaganda amaçlı radyo, tv, gazete gibi araçları ne biçimde ve etkinlikte kullandıkları çalışmamızda onların ifadeleri üzerinden değerlendirilmiştir. Yine kendi aleyhlerinde medya araçları tarafından yürütülen karşı ve kara propagandayı etkisizleştirmek için neler yaptıkları konusu çalışmamızda üzerinde durulmuştur. Medya ile çatışmaları veya medya ile uzlaşmaları kendileriyle yaptığımız tartışmalar üzerinden incelenmiştir. Araştırma bulgularımızdan elde ettiğimiz sonuca göre siyasette önemli yerlere gelmiş kişilerin bu başarılarında propaganda faaliyetlerini etkili bir biçimde yürüttüklerini görülmüştür. Gazete, radyo, televizyon gibi medya araçlarını kullanma becerisine sahip olduklarını anlaşılmıştır. Yaptığımız literatür taraması sonucunda benzer başlıkla ortaya konmuş bir çalışmaya rastlayamadık. Bu nedenle çalışmamızın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Medya, Propaganda, TV, Radyo, Siyasetçi, Siyaset

Media Usage Experiences in Political Staff And Propaganda

Abstract

Without a well-executed propaganda work, it seems impossible for politicians to succeed. It can be said that a good propaganda depends on the effective use of media tools. In our study, it has been our main goal to understand the experiences of political veterans in using media and to reveal their effects on their

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, menderes.akdag@adu.edu.tr.

own political work. We believe that some of the results we will get from this will benefit many politicians. In the case of transferring this information to the electorate, it is aimed to increase the level of consciousness; The aim of this study is to contribute to the work of the researchers working in the field of political communication. In our research method is determined that interviewing with many politicians, reviewing of newspapers and literatures, examining of a portion of digital resources. The way in which the former politicians used radio, TV and newspapers such as propaganda tools for their propaganda was evaluated in our study by their statements. In our study, it was emphasized what they were doing to neutralize counter-ground and black propaganda against themselves carried out by media. Their conflicts with the media or their interactions with the media were examined through discussions with them. According to the results of our research findings, we have seen that people who have come to important places in politics have carried out propaganda activities effectively in these achievements. We understood that they had the ability to use media tools such as newspapers, radio, and television. As a result of our literature review, we could not find a study with a similar title. Therefore, we think that our study will fill an important gap.

Keywords: Media, Propaganda, TV, Radio, Politician, Politic.

Giriş

Siyaset sözcüğünün Arapça kökenli bir sözcük olduğu bilinmektedir. TDK'nin elektronik sözlüğüne bakıldığında "Politika, devlet işlerini düzenleme ve yürütme sanatıyla ilgili özel görüş veya anlayış, yurt yönetimi" gibi anlamlara geldiği görülür (<http://www.tdk.gov.tr>). Duayen, Fransızca asıllı bir kelimedir. Aslı ise "*doyen*" şeklindedir. Kordiplomatikte en başta gelen kıdemli diplomat anlamına gelir. Bu kelime yerine Türkçede "*aksakal*" sözcüğü kullanılır. Bu da bilen, tecrübeli manasındadır (<http://www.tdk.gov.tr>). Duayen sözcüğü genel itibarıyla olumlu çağrışımlar bulundurur. Ancak duayenin sözcük anlamından hareketle mesele sadece işi bilmek ve tecrübeyle sınırlandırılırsa Hitler, Lenin gibi diktatörler de birer siyaset duayeni sayılabilir. Çünkü bu tip liderlerin zamanlarının medyasını çok iyi kullandıkları görülür. Medya sözcüğüne bakacak olursak "*iletişim ortamı ve iletişim araçları*" anlamına geldiği fark edilir (<http://www.tdk.gov.tr>).

İnsanlık var olduğundan beri pek çok iletişim aracı kullanmıştır. Zaman ilerledikçe bir önceki iletişim aracı ya tamamen terk edilmiş veya değişime uğramıştır. Geçmişin hiçbir döneminde tek bir iletişim aracından söz etmek doğru olmaz. Ancak her dönemde baskın bir iletişim aracından söz edilebilir. Bu durum söz konusu çağı veya dönemi diğerlerinden ayıran önemli bir kıstas olabilir. Matbaanın etkin kullanılmaya başlandığı 16.yüzyıla kadar taşın önemli bir iletişim aracı olduğu söylenebilir. Elbette burada tabletler, el yazısı metinler hatta sikkeler gibi

Akdağ

başka iletişim araçları da sayılabilir. Kitabeler çoğu kez taş oyularak oluşturulur. Yazı bir mermere bloğa kazınmışsa daha kalıcıdır. Eski çağlarda yapılan heykellerin ve mimari yapıların büyük çoğunluğu da taş malzemedendir oluşur. Matbaa çağına kadar mimari yapıların, heykellerin kendine özgü fonksiyonları olmakla birlikte bunlar toplumu kontrol amacı taşıyan ve yukarıdan aşağı mesaj ileten önemli araçlardır (Özcan, 2008: 94) .

Günümüzde ise internet, televizyon, sinema ve basın etkin olan iletişim araçlarıdır. Günümüz siyasetçilerinin bu araçları etkin kullanarak bir yerlere geldikleri gözlenir. Siyaset duayenlerinin medya kullanım deneyimlerinin incelenmesi bu araçların onlar tarafından ne biçimde, nasıl ve hangi amaçla kullandıkları sorularıyla ilgilidir. Bu sorulara cevap vermek için araştırmamızda tamamının görüşü burada değerlendirilemese de üç yüz kadar hemen her politik kanattan siyasetçi ile görüşülmüştür. Bunlar arasında Eski İçişleri ve TBMM Başkanı İsmet Sezgin, Eski Ulaştırma ve Milli Eğitim Bakanı Nahit Menteşe, Eski Dışişleri Bakanı Hikmet Çetin, Eski TBMM Başkanı ve Milli Eğitim Bakanı Köksal Toptan gibi isimler de vardır. Bu kişiler siyasette üst düzey görev aldıkları ve belli bir başarıyı yakaladıkları için tercih edilmiştir. Bunun yanında Anadolu, Demokrat İzmir, Hürriyet, Yeni Asır gibi kimi gazeteler taranmıştır. Konuyla ilgili çeşitli basılı eserler incelenmiştir. Bu alana yakın yapılmış bazı doktora tezleri değerlendirilmiştir. Kimi dijital verilerden yararlanma yoluna gidilmiştir.

1.Kısaca Eski Çağlarda Siyaset Duayenlerinin Medya Kullanım Deneyimleri

Milattan Önce XIII. Yüzyılın üçüncü çeyreğinde Mısırlılar ile Hititler arasında Suriye'nin egemenliği için Kadeş'te büyük bir harp meydana gelir. Savaş, bilinen ilk yazılı antlaşma olan Kadeş antlaşması ile sonuçlanır. Mısırlılar, kesin zafer kazanamaz. Hedeflenen biçimde Kadeş ve civarı ele geçirilemez. Ancak Firavun II. Ramses, Sina üzerinden Mısır'a dönerken askerlerine korku salarak suskunluk yemini ettirir. Ramses Mısır'da mutlak zafer sahibiymiş gibi karşılanır. Firavun, güçlü bir propaganda yaptırır. Karnak Tapınağı gibi birçok dini yapının duvarlarına Kadeş Savaşı'nı nasıl kazandıklarına dair hiyeroglifler işletir(Hawkes, 1965: 97-114). Yıllar sonra bu yazıtları okuyan arkeologlar II. Ramses'in kesin zaferinden söz ederler. Sonraları Hititler'in başkenti Çorum Hattuşaş'ta (Boğazköy) kazılar yapılır. Bu kazılardan elde edilen bulgulara göre Mısırlıların Suriye'de kontrolü tamamen yitirdikleri, Hitit egemenliğinin buralara kadar genişlediği görülür. Mısır'ın mutlak zaferi tezi çürür. Ramses, o günün önemli medyası olan duvarları etkili bir biçimde kullanarak manipülasyona başvurur. Söz konusu manipülasyon sadece Mısır halkını değil yüzlerce yıl sonra bilim adamlarının dahi yanılmasına yol açar. Manipülasyon tarih yazımını bile etkiler. Kadeş Antlaşması, bir devlet adamının

doğruları halkından gizleyebileceği gerçeğinin ilk resmi belgesidir denebilir (Can, 2005: 120-121).

Büyük İskender, kısa hayatında tarihte ilk kez Makedonya sınırlarından Hindistan İndus Vadisi'ne kadar büyük bir imparatorluk kurar. Bu nedenle Büyük İskender, Avrupa kökenli ilk dünya hükümdarı varsayabilir (Mercer, 1962:1-15). Doğu ve Batının ilk kez bir imparatorluk çatısı altında birleşmesiyle oluşan bu medeniyete Helen Uygarlığı denir. Bu açıdan Büyük İskender İlk Çağ'ın önemli siyaset duayenlerinden biri sayılabilir. Büyük İskender'in askeri gücün yanı sıra söz konusu geniş coğrafyası bir siyasi deha ile kontrol ettiği anlaşılmaktadır. Büyük İskender, egemenlik alanını genişletirken etkin bir temsil propagandası uygular. Bu temsil propagandasının iki ayağı vardır. Bunlardan ilki İskender'in "Tanrı'yı temsil ettiği", diğeri ise egemenlik altına aldığı halkların gerçek temsilcisinin kendisinin olduğudur. Temsil propagandasının temel amacı Helen coğrafyasındaki halkta böylesine bir algı oluşturmaktır. Bu algıyla halkın daha kolay kontrolü sağlanacaktır. İskender'in bunda başarı sağladığı söylenebilir. Bu başarının sebeplerini anlamak için Büyük İskender'in medya kullanım deneyimine bakmak gerekir. İskender, Pers gücünün üstüne Anadolu'ya ve İran'a hakim olur. Böylesine bir gücün gövde gösterisinden sonra İskender yapı propagandasıyla somut nesnelere üzerinden hayranlık uyandırıp aklın kontrolünü hedefler. İskender, İmparatorluk içerisinde dolaşan sikke ve paralara resmini bastırır (Taylor, 2007: 18). Anadolu insanı arasında kendisinin Tanrı Zeus'un oğlu Herkül şeklinde görülmesi çabası içine girer. Oluşturulmak istenen algı İskender'in Tanrı'nın temsili olduğudur. Algının oluşturulmasında kullanılacak medya ise sikkelerdir. İskender, önemli yollar üzerine devasa heykellerini yaptırır. Göz kamaştırıcı anıtlar inşa ettirir. İskender, Batı Anadolu'yu ele geçirdikten sonra Grekler arasında çok önemli bir yere sahip, yanmış Artemis Tapınağı'nın tamiratına büyük katkı sağlar. Bu, onun Grekler arasındaki itibarını artırır. İskender, Pergamon'da (Bergama) büyük bir kütüphane kurdurur. Burada Zeus Sunağını inşa ettirir. Bu yapı onun tanrısal gücünün bir ifadesi, Galatlara karşı mücadelesinin bir simgesi olarak karşımıza çıkar (Akurgal, 1988: 340). İskender'in okuma-yazmanın yaygın olmadığı çok geniş bir coğrafyada doğru bir medya kullandığı dillendirilebilir. Medya taşın kendisidir.



Resim 1: Ölüm Döşesindeki Büyük İskender ve Onu Tedaviye Çalışan Persli Hekimler (Mercer, 1962: 6).

Helen İmparatorluğunun dağılmasından kısa bir süre sonra Helenlerin hakim olduğu coğrafyanın büyük bir kesiminde Roma egemenliği başlar. Roma’da etkili olan siyasetçilerden birisi Jul Sezar’dır. Sezar, Roma’yı Cumhuriyet’ten İmparatorluğa (diktatörlüğe) dönüştüren bir siyasetçidir. İskender’den yaklaşık 250 yıl sonra Sezar ona benzer biçimde medya kullanım tecrübesine sahip olur. Sezar, kendisini Tanrıça Venüs’ün soyundan geldiğine dair bir inancı halkın arasında yaymaya çalışır. Bu inanç, kendisine bir koruyucu zırh sağlayacaktır. Roma’daki taş propagandasını başlatan Sezar kabul edilebilir. Kendisinin devasa heykellerini yaptırır. Amfi tiyatrolar, tapınaklar inşa ettirir. Sezar, sikkelerin üzerine kendi resmini kazdırarak halkı tesir etmeye amaçlar.

İlk Çağ’ın siyaset duayenlerinin medya kullanımındaki temel amacı kutsallaştırılmış kişiliklerinin nezdinde temsil ettikleri devletin gücünün yüceliğini ve ulaşılmazlığını ortaya koymaktır. Örneğin devasa şehir takları, hamamlar, su kanalları, amfi tiyatrolar Roma hakkında bir imaj oluşturur. Söz konusu imaj aslında Roma’nın varlığını ve gücünün devamını garanti altına almak isteyen yapı propagandasının istendik sonucudur. Bu yapılar dönemin kitlesel propaganda araçları olarak kabul edilebilir (Bektaş, 1996: 70-72). Gerek Helenler gerek Romalılar, çok geniş bir coğrafyaya hükmetmektedir. Milliyetçi fikirler elbette o dönemde yoktur. Ancak Helenlerin ve Romanın egemenlik sahasında topraklar uçsuz bucaksız olduğu için yüzey şekilleri, iklim, bitki örtüsü, halklar, kültürler, diller açısından birbirinden çok farklıdır. Halkın çoğunluğunun okuma-yazması yoktur. Bu bakımdan görsel medya önem kazanmaktadır (Özcan, 2008: 97).

2.Ortaçağ'da ve İslam Dünyası'nda Siyaset Duayenleri ve Medya

Ortaçağ, Kavimler Göçü sonucu Roma İmparatorluğu'nun parçalanmasıyla başlar. Bu çağ ilginç bir dönemdir. Batı kaos dönemine girerken İslam'ın yükselişine de şahit olunur. Aynı dönemin sonlarına doğru Haçlı Seferleri sonucunda modern çağlar başlar. Pusula, kâğıt, barut gibi buluşların batıya geçmesiyle batı üstünlüğünün ilk çekirdeği bu dönemde atılır. Ortaçağ Avrupa'sında halkın genelinin okuma-yazma bilmediği ve sefalet içinde olduğu bilinmektedir. Kitap, önemli bir propaganda aracıdır. Ortaçağ'da İslam'ın yükselişi ve batının skolastik düşünce girdabında bulunması bir sürü diğer etkinin yanında siyaset duayenlerinin bu medyayı kullanma biçimine de bağlı olmuştur denebilir. Ortaçağ'da kilise İncil'i kutsal diyerek halka kapatır. İncil Latince'dir. İncil'in (scriptura) yazılıp çoğaltılması ve doğrudan okunması sadece papazların imtiyazındadır. İncil ile halk arasında papalar aracıdır. Otorite ve kontrol adına kitapta kilise tekeli başlar(Kishlansky ve diğerleri, 2006:259-270). Oysaki Kuran-ı Kerim Hz. Ömer'den itibaren çoğaltılır. Sadece kutsal kitap bağlamında değil İbn-i Rüşd, Farabi, İbn-i Haldun, Hacı Bektaş Veli gibi düşünür veya bilim adamlarının el yazması kitapları rahatça medreseler arasında dolaşır. Sonuç olarak Ortaçağ'da medyayı kullanma konusunda doğu ile batı arasında ciddi farklılık vardır denebilir.

3.Keşifler ve Endüstri Çağında Siyaset Duayenlerinin Medya Kullanımı

İlkçağ 'da Batlamyus başlangıç meridyeninin yerini net tespit edemediği için yaptığı haritalar hatalarla doludur. Batlamyus'un haritası sadece Afrika, Asya ve Avrupa kıtalarını gösterir. Ancak dünyanın şeklini temel alarak enlem-boylam bilgisini haritasında işlemesi ilginçtir. Bu harita Yeni Çağa doğru Avrupa'da yayımlanır. Harita, kâşifleri cesaretlendirir. Kristof Kolomb Hindistan'a ulaşma ümidiyle sürekli batıya giderek Amerika'ya ulaşır. Aynı dönemde Piri Reis'in Dünya haritası 1513'te yayımlar. Bu haritada Amerika ile Afrika arasındaki uzaklık neredeyse günümüzdeki ölçümle aynıdır. Sadece yarım mil hata vardır. Piri Reis'in idamı onu gözden düşürür. Çalışması ise 250 yıl kadar Osmanlı'da medyada yer almaz. Yine 17. ve 18. Yüzyılı içine alan 200 yıl boyunca Osmanlı'da bir çalışma yapılmaz(Tarkan, 2010: 11-14). Bireysel çabalar medya tarafından desteklenmezse ve pek faydaya dönüşmediği söylenebilir.

Endüstri Çağı 19. Yüzyılın ilk çeyreğinde başlar. Bu dönemin en önemli medyası telgraftır. İlerleyen süreçte Abdülmecit Osmanlı padişahı olur. 1855'te Kırım Savaşı sırasında Avrupa'yla yakınlaşılması sonucu oradan Osmanlı'ya lojistik destek sağlanır. Osmanlı'da dönemin en önemli medyası telgraf hatları döşenir. Telgraf hatlarının Osmanlı adına istihbarat alma, lojistik

Akdağ

destek sağlama gibi işlerde önemli faydası dokunur. Kırım Savaşı sırasında Osmanlıların Rus Çarlığı karşısında mutlak yenilgisini önleyen nedenlerden birisi budur.

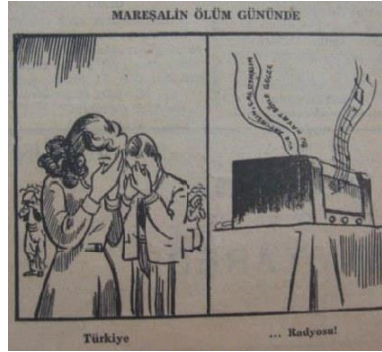
1918 Mondros Ateşkes Antlaşması'nda İtilaf Devletlerince Osmanlı'ya telgraf hatlarının kendilerine bırakılması hususunda baskı yapılması bu medya aracının ne denli önemli olduğunu bize gösterir. Osmanlı buna boyun eğdi. Bir siyaset duayeni olan Mustafa Kemal Atatürk de telgraf hatlarının Milli Müdafaa Cemiyetlerinin kontrolünde kalması için Mondros'a rağmen büyük çaba harcar. Milli Mücadele'nin bir ilanı niteliğindeki Amasya Genelgesinden Anadolu çok hızlı bir biçimde telgrafla haberdar edilir (Atatürk, 2007: 22). TBMM'nin açılması arifesinde, 21.04.1920 tarihinde Mustafa Kemal Atatürk TBMM'nin açılmasıyla ilgili neler yapılacağına dair bir genelge yayımlar. Bu genelge TBMM'nin açılmasıyla ilgili hangi propaganda yöntemleri veya türlerinin kullanılacağına dair önemli ipuçları verir (Atatürk, 207: 293-294). Ancak İki günde ülke genelinde hem Meclis'in açılacağı duyurulması ve bununla ilgili çalışmaların hazırlanması ve bu hazırlıkların tamamlanması hayrete düşürecek vaziyettedir. Bunda telgrafın kullanılması etkili olur.

4. Tek Partili Yıllarda Medya Kullanımı

Türkiye'de Tek Parti İktidarı Dönemi 1923-1950 yılları arası sayılabilir. Bunun son 4 yılını çok partili yaşama geçiş süreci olarak adlandıran bilim insanları mevcuttur. Radyo, sinema, gazeteler, kitaplar, afişler, heykel ve resimler gibi unsurlar dönemin medyası varsayabilir. Cumhuriyetin banisi Mustafa Kemal Atatürk'ün bir siyaset duayeni olarak söz konusu medya unsurlarının tamamından etkili bir biçimde yararlanmaya çalıştığı söylenebilir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında ülkede nüfusun ezici çoğunluğu okuma yazma bilmemektedir. Savaştan çıkmış olmanın getirdiği güçlükler nedeniyle pek çok yeri teknik imkânlarla buluşturmak zor olmaktadır. Atatürk ve ekibi bu nedenle görsel medyaya önem verir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında pek çok yere askeri üniforması içerisinde at üzerinde Mustafa Kemal Atatürk'ün heykellerinin yapılması bu bakımdan önemlidir.

Radyo söz konusu dönemde etkili olmaya başlar. Nüfusun büyük çoğunluğunun okuma-yazma bilmediği bir toplumda radyonun ciddi etkisinden söz etmek mümkündür. Türkiye'de başlangıçtan 1990'lara kadar radyo yayınları devlet eliyle yürütülür. Bu nedenle 1946'ya geldiğimizde muhalefetin de radyodan yararlanması hususunda ciddi tartışmalar yaşanır (Demokrat İzmir, 10 Aralık 1947. Demokrat İzmir, 13 Kasım 1947. Demokrat İzmir, 14 Aralık 1947. Demokrat İzmir, 31 Aralık 1947). Celal Bayar ve diğer Demokrat Parti kurucusu siyasiler radyonun halka ulaşmada etkili bir araç olduğunun farkındadır. DP kurmayları

radyodan muhalefete propaganda yapma fırsatı verilmesi konusunda hükümete baskı yapmaya başlarlar. 20 Haziran 1949'da DP'nin II. Büyük Kongresi sonucunda Milli Ant (Milli Husumet Andı) verilen bir bildiri yayımlanır. Hükümet ve muhalefet ilişkilerini sıkıntıya sokacak bu bildiri sonucunda iktidar partisi CHP geri adım atar. Diğer pek çok hakla birlikte muhalefete radyodan propaganda yapma hakkı tanınır (Ağaoğlu, 1992: 334-335). Daha önce radyo konusunda iktidar ve muhalefet taraftarları defalarca karşı karşıya gelir. Hoparlörlerin devreye girmesiyle Halkevleri radyo yayınlarını bu teçhizatla neredeyse tüm beldede duyulacak şekilde yüksek sesle vermeye başlar. Özellikle DP mitingleri sırasında bu şekilde radyo yayını yapılması kavgaya neden olur. Taraftarların pek çoğu mahkemelerde yargılanır (Anadolu, 17 Ekim 1948, Demokrat İzmir, 17 Ekim 1948). Öte yandan muhalefet radyo içerikleri konusunda iktidarı eleştirir. İktidar partisi kimi zaman muhalefete kendi aleyhlerinde karşı propaganda yapma fırsatı verecek şekilde radyoyu yanlış kullandıkları görülür. 1950 Genel Seçimlerine az bir süre kala Eski Genelkurmay Başkanı, Kurtuluş Savaşı Kahramanı Mareşal Fevzi Çakmak'ın ölümü üzerine radyodan müzik yayınının kesilmemesi muhalefeti kızdırır. Muhalefetin harekete geçirmesiyle ülkede pek çok yerde protesto gösterileri tertip edilir. (Burçak, 1979: 219) Bu durumun iktidarı nispeten yıpratmış düşünebilir.



Resim 2: Türkiye Mareşal'e ağlarken radyo müzik yayını devam ettiğini gösterir karikatür (Demokrat İzmir, 11 Nisan 1950).

5. Demokrat Parti İktidarından Günümüze Siyaset Duayenlerinin Medya Kullanım Deneyimleri

5.1. Demokrat Parti İktidarında Medya Kullanımı

Eski Başbakan Yardımcısı, İçişleri, Maliye, Gençlik ve Spor Bakanı, TBMM Başkanı İsmet Sezgin Demokrat Parti(DP) iktidarı yıllarında Başbakan Adnan Menderes'in memleketi olan Aydın'da 1955-1960 arasında belediye başkanıdır. İsmet Sezgin'in anlattıklarından Adnan Menderes'in medya kullanım deneyimine dair pek çok bilgi edinebilir. Sezgin'e göre

Akdağ

Menderes, Serbest Fırka Aydın İl Başkanlığı, CHP Milletvekilliği ve Halkevleri müfettişliği yapsa da Celal Bayar kadar halk arasında pek tanınmamaktadır. DP iktidara geldikten sonra daha köylere elektrik götürülmeden önce transitörlü (bataryalı) radyo temin edilir. Sezgin şöyle der: “*“Benim siyasete başladığım ilk yıllarda mesela Aydın’ın Koçarlı kazasında 5 veya 10 tane radyo vardı. DP iktidarının sonlarına doğru köylerde 5000-6000 tane transistörlü radyo sayısına ulaşıldı.”* Menderes’in iktidar yıllarında sürekli radyo konuşması yapması onun halk nezdinde tanınmasına önemli ölçüde katkı sağlar. Demokrat Parti, genel anlamda bir köylü hareketi olarak ortaya çıkar. Adnan Menderes’in yumuşak bir ses tonu ve naif bir lisanla konuşması halkın Menderes’i sevmesini sağlar (Sezgin, Görüşme Tarihi: 22.03.2016). 10 yıl boyunca halkın büyük çoğunluğu radyodan Adnan Menderes’in naif sesini dinler.

DP iktidarı döneminde Menderes’in portre fotoğrafları dağıtılır. Menderes’in radyo konuşmaları ve portre fotoğrafları Adnan Menderes’in halkına karşı saygılı bir lider olduğu algısının yerleşmesine katkı sağlar. Pek çok fotoğrafta Menderes’in boynunun hafif bükük olduğu fark edilir. Menderes, portre fotoğraflarında hafif yere bakar, objektifle doğrudan göz teması kurmaz. Menderes fotoğrafta sanki uzaklara bakmaktadır, dalgındır. Mütevazı bir görünümü vardır. Sadece Menderes’in 1961’de idam edilmesi değil bundan önce Menderes’in radyo konuşmaları ve söz konusu fotoğrafları onun hakkında “mazlum başbakan” algısının oluşumuna yardım ettiği düşünülebilir (Akdağ, 2018: 65-67). Yassıada yargılamalarında bebek davası gibi pek çok örnekte olduğu gibi Menderes’i itibarsızlaştırma çabaları bu algının yıkılmasına gücü yetmez. Adnan Menderes, ne kadar bir siyaset duayeni ise bu etkiyle radyoyu başarılı bir biçimde kullandıysa 27 Mayıs İhtilalcileri, bir o kadar siyaset duayeni sayılamazlar. Radyoyu kullanma konusunda da başarısızlık sergiledikleri söylenebilir. İhtilalciler, Menderes’i itibarsızlaştırma konusunda o kadar ileri gittiler ki pek çok kişinin onların propaganda çalışmalarını tersten okuyabileceğini fark edememiş olmalıdırlar. Bu ters okumayla itibarsızlaştırma çabaları Menderes’in mazlum bir başbakan algısını daha da pekiştirmiştir denebilir. Uzun yıllar kendisi siyasette hizmet vermiş olan Nabi Sabuncu bu durumu şu şekilde açıklar: “*“1960 İhtilali’nde çok gençtim. O vakte kadar da solcuydum. Yassıada’da Celal Bayar, Adnan Menderes’e yapılan muameleler nedeniyle sağcı oldum. O zamanlar TV yok. Sadece radyo var. Yayınlar kısıtlıydı. Akşam saat 22.00’de radyoda Yassıada saati olurdu. Bir yaz günü böyle bir yayında Celal Bayar’ın müdafaası (savunması) yayımlanmaktaydı. Hukukta temel ilke son söz savunmanın olmasına rağmen Celal Bayar, müdafaasını yaparken spiker yayını kesip “Ne kadar komik değil mi, sayın dinleyiciler!” dedi. Ben de bu tip gelişmeler karşısında içinde bulunduğum düşünce tarzını sorgulamaya başladım”*(Sabuncu, Görüşme

Tarihi: 05.12.2015). Sol cemahta siyaset yapmış olan Hürrem Şahinci'nin de benzer görüşleri sürmesi ilginçtir. Şahinci özetle şunları söyler: *“Radyoda Yassıada Saati vardı. Bu durum sanki bir dizi haline getirildi. Temel meselelerden uzaklaşıldı. Dizinin sonucu idamla bitince Menderes'e sevgi seli aktı. Sorumlu, CHP gibi gösterildi. Hâlbuki vatan cephesi uygulamaları unutuldu. Halk önce yapılanları değil dizinin sonu hatırladı. Dizinin sonunu unutturmamışlar da... CHP'yi idamlardan sorumlu tuttular. CHP'ye karşı, propaganda malzemesi yaptılar. Sağ anlayışın sürekli iktidarda bulunmasının sebeplerinden biri de budur”* (Şahinci, Görüşme Tarihi:19.12.2015).

Demokrat Parti iktidarı yılları sesli sinema dönemidir. Sinema, Muhsin Ertuğrul tekelinden kurtulur. Ömer Lütfü Akad, Atıf Yılmaz, Orhon M. Arıburnu gibi yeni yönetmenler dönemi başlar. Bu yönetmenler hem teknik hem konu olarak filmleri popüler hale getirirler ve sinemanın daha tabana yayılmasına katkı sağlarlar (Scognamillo, 2003: 111-112). Demokrat Parti iktidarı yıllarında sinema yaygınlaşır. Adnan Menderes ve DP ileri gelenleri sinemanın bu gücünden yararlanmak isterler. 1960 yılına doğru iktidarla-muhalefet arasında gerginlik iyice tırmanır. Menderes, yurt gezilerine ağırlık vererek tabanını güçlendirmeye çalışır. Menderes'in yurt gezilerinden derlenmiş görüntülerden oluşan siyasi filmler sinemalarda gösterilir. Bu filmlerde Menderes'in güçlü bir temsil propagandası yaptığı görülür. Filmlerde, yüzlerce kişi Menderes'in arabasını karşıladığı görülür. Menderes kalabalıkların arasında yürümektedir. Meydanlara doldurmuş binlerce kişiye Başbakan Menderes'in hitap ettiği görülür. Filmi sunanın çok kibar bir dil kullandığı hissedilir. Başbakan'ın hizmetlerinden söz edilir. Film metninde yer alan sözlerden bazıları şöyledir: *“Kırşehir büyük bir bayramın sevinci içerisinde Başvekilimiz Adnan Menderes'in ziyaretleri ile Kırşehir bugün en sevinçli gününü yaşamaktadır. Şehri girişinden itibaren Hükümet Meydanına kadar uzanan Ankara Caddesi'ni iki taraflı ve kesif bir şekilde dolduran ve civar kazalardan gelmiş olan vatandaşlarla yekûnu elli bine ulaşan Kırşehirliler en büyük heyecan içinde başvekilimizi selamlıyor ve bağrına basıyor. Şehrin girişinden Hükümet Meydanına kadar olan kısa yolu ancak yarım saatte geçebilen başvekilimiz halkın emsalsiz muhabbet tezahürlerine aynı derecede bir sevgiyi belirten tebessümüyle vatandaşları selamlayarak mukabele ediyor.* Filmin devamında Menderes'in miting ve davası kalabalıkların görüntüsü eşliğinde DP'nin hizmetlerinden söz edilir. Menderes'in Nevşehir gibi diğer vilayetleri ziyareti söz konusudur. Hacı Bektaş Veli'nin Türbesi'ne Adnan Menderes'in ziyaret edişi gösterilir. Bu türbenin DP iktidarı döneminde restore edildiği vurgusu yapılır(<https://www.youtube.com>).

Akdağ

27 Mayıs 1960 Darbesi'nden sonra Milli Birlik Komitesi (MBK), Yassıada tutuklu olan Menderes, Bayar ve diğer DP'liler hakkında sinemalarda gösterilmek üzere "Düşükler" adıyla bir film yaptırır. Filmde halktan oluşan kalabalıklar yoktur. Sadece rol yaptırılan DP'liler vardır. Aynı zamanda onları aşağılayan ve itici bir dil kullanılır. Bu çalışma MBK'nin beklediğinin aksine bir sonuç doğurduğu söylenebilir. Menderes'i itibarsızlaştırma yerine halkın genelinde var olan olumlu Menderes algısının pekişmesini sağlar. Menderes de MBK de dönemin medyası sinemanın önemini kavramış gözükmektedir. Ancak Adnan Menderes ile MBK arasındaki fark bu medyayı ne biçimde kullanıldığı konusunda ortaya çıkar.

DP muhalefet yıllarındayken radyodan kendilerine propaganda imkânı tanınmamasına şiddetle eleştirmesine rağmen (Demokrat İzmir, 10 Aralık 1947) kendi iktidarında tüm partilerin radyodan yararlanmasını yasaklar. 1950 Genel seçimlerine yaklaşırken iktidar partisi CHP'nin muhalefete de propaganda hakkı tanıma uygulaması kaldırılır. Verilen kararda bütün partilerin radyodan propaganda hakkı kaldırıldığı ve bu durum iktidar partisi DP'yi de kapsadığı için uygulama adil gibi durmaktadır. Ancak hükümet icraatlarının bu durumdan istisna tutulması iktidar partisi DP'ye ayrıcalık sağlar. Radyo yasağı CHP ile halk arasındaki iletişimin kısmen kopmasına neden olabilecektir. CHP-DP arasında tırmanan gerginliğin nedenlerinden birisi de budur. 27 Mayıs 1960 Darbesi sonucu iktidardan düşürülen DP ileri gelenlerinin Yassıada yargulamalarında aleyhlerinde açılan davalardan birisi de bu minvalde radyo davası olur (Kaya, 2008: 81).

5.2.İki Darbe Arasında Medya Kullanımı (1960-1980)

İki darbe arası denen dönem 27 Mayıs 1960 Darbesi ile 12 Eylül 1980 Darbesi arasındaki zamandır. Bu dönem Türk siyasi yaşamı adına oldukça ilginçtir. Bu dönemde 1960'ların başında Türk siyaseti ilk kez koalisyon kavramıyla karşılaşır (<https://www.basbakanlik.gov.tr>). 1960'ların ortasında ise Adalet Partisi'nin tek başına iktidara gelmesiyle siyasi istikrarın tekrar sağlandığı görülür. Ancak bu istikrar 12 Mart 1971 Muhtırası ile bozulur. Süleyman Demirel hükümeti düşer (Hürriyet, 12 Mart 1971, Hürriyet, 13 Mart 1971). Kısa süreli ara dönem hükümetleri kurulur. 1973 Genel Seçimleri de 1977 Genel Seçimleri de siyasi istikrarın sağlanmasında yetersiz kalır. Kısa ömürlü koalisyon hükümetleri veya azınlık hükümetleri teşkil edilir. Sokak olaylarının ve anarşinin tırmanmasıyla 12 Eylül 1980 Darbesiyle dönem sona erer. 1960'ların ikinci yarısından itibaren Türkiye'de solun yükselişi yaşanır. 6 Mayıs 1972 günü CHP Kurultayı'nda onca gerginlik ve restleşme içerisinde Bülent Ecevit'in İsmet İnönü'yü parti genel başkanlığından ederek CHP'nin başına gelmesi ve onun bir umut olarak

ortaya çıkması diğer etkenlerle birleşerek CHP’de ciddi bir oy artışına neden olur (Kıratlıoğlu, Görüşme Tarihi: 09.10.2016). Öte yanda Türkiye İşçi Partisi’nin yükselişi de söz konusudur.

1960-1980 arasında medya çeşitliliği artar. Dönemin medyası arasında gazete, dergi, afiş, broşür gibi basılı materyalin yanında sinema, radyo, plaklar sayılabilir. 1970 sonrasında ise bu medya çeşitliliğine televizyon da eklenir. Manyetik şeritli kasetlerin ortaya çıkmasıyla müziğe ulaşmak ucuzlar ve müzik tabana yayılır. Bu durum diğer etkenlerle birleşerek arabesk müzik gerçeğinin ortaya çıkmasına neden olur. Siyasette ise şarkılı-sözlü propaganda dönemi başlar. 1970 sonrasında ise duvarlar önemli bir propaganda aracıdır. Duvar yazıları daha çok illegal propagandanın bir unsuru olarak ortaya çıkar. Özetle dönemde kimi siyaset duayenlerin ön plana çıkmasında onların söz konusu medya araçlarını akıllı bir biçimde kullanmasının da etkisi olur.

Bülent Ecevit, eski bir gazetecidir. O dönemin önemli medyası olan gazeteleri etkin bir biçimde kullanmaya çalışır. Ecevit, hakkında çıkarılan “*CHP veya İnönü mirasına ihanet*” etti şeklindeki söylentilere ve İnönü’nün rest çekmesini (Kıratlıoğlu Görüşme Tarihi: 02.07.2016) soğukkanlılıkla karşılar. İsmet İnönü’den hem kongrede hem kongre sonrası gazetelerde ve diğer mecralarda hep saygı ile söz eder (Çetin, Görüşme Tarihi:12.01.2018). Ecevit’in CHP genel başkanlığına gelmesiyle CHP örgütlerinde bir yenilenme yaşanır (Şahinci Görüşme Tarihi: 19.12.2015). Kimileri CHP’den ayrılarak Cumhuriyetçi Parti adında ayrı bir parti kurar. Ecevit’in İnönü ile polemige girmemesi, ondan saygı ile söz etmesi ve o günün medyası basın ve radyoda sürekli böyle görüntü vermesi Ecevit’in partinin tabanında ve halkın bir kısmında Ecevit CHP’nin köklerine sahip çıkmaktadır algısının yerleşmesine katkı sağlar. Bülent Arınç, Köksal Toptan ve Ali Rıza Gönül’e göre Ecevit oldukça saygılı bir yapıdadır (Toptan, Görüşme: 29.11.2017. Gönül, Görüşme Tarihi: 20.06.2016. Arınç, Görüşme Tarihi: 06.02.2018). Ecevit’in bu saygılı hali CHP’den kopmalarla ayrı parti teşekkülüne rağmen CHP’nin oylarının artmasına etki etmiştir şeklinde düşünülebilir.

1980’lere kadar plaklar ses kaydı için kullanılır. 1974 Kıbrıs Müdahalesi sırasında ve sonrasında kimi plaklardaki şarkılarda “*Kahraman Ecevit*” “*Aslan Ecevit*” gibi sözler işlenir. Bu da Ecevit’in ulusal kahraman şeklinde algılanmasının nedenlerinden birisi olur (Alkan, 2003: 110-130). 1970’ten sonra Türkiye’de ses kaydı manyetik şeritli kasetlerin üzerine yapılmaya başlanır. El büyüklüğünde bu kasetlere 60 veya 90 dakikalık kayıt yapılabilir. Hem kasetlerin hem kasetçalarının taşınması oldukça pratiktir. Bu nedenle bu icatlar propaganda anlamında bir devrim sayılabilir. Kasetçalarının icadı, pikaplara göre bir pratiktir.

Akdağ

Seçim arabalarından veya otobüslerinden seçim meydanlarında ve sokaklarda seçim şarkıları çalınarak propaganda yapılmaya başlanır. Seçim şarkısı denen olgu ortaya çıkar. Politikacılardan tutun toplumun tüm kesimlerine kadar kaset doldurma furyası görülür. Meşhur şarkılar partilere uyarlanır. Araba konvoyları teypten çalınan şarkılarla dolaşmaya başlar. Özetle 1970’lerdeki teknolojik gelişmeler popüler şarkıların ve diğer müziklerin propagandada kullanılmasının yolunu açar (Yeni Asır, 6 Haziran 1978).



Resim 3: Gazeteler verilmiş teyp(kasetçalar) reklamı
(Yeni Asır, 7 Haziran 1978 s:2. Yeni Asır, 6 Haziran 1978).

Siyaset duayeni Ecevit, kasetli propagandada kendi kişiliğini ön plana çıkartma ve temsil propagandası gibi teknikler kullanır. “Halkçı Ecevit” sloganına uygun olarak Ecevit ve CHP ileri gelenleri türkü şeklinde şarkılar yaptırır. Bu şarkıları elinde sazıyla ozanlar seslendirir. Şarkılar “Halk, Halkçı, Halkçı Ecevit” gibi kavramlara uygun düştüğünden şeklen dahi tam bir temsil propagandasıdır. Ecevit, bir otobüsün üzerine Türk siyasi tarihinde ilk kez bir platform inşa ettirir. Bu platformun çevresini hoparlörler döşetir. Böylece meydanlarda ayrıca platform kurma zorunluluğu ortadan kalkar. Seçim otobüsü denilen olguyla Türk halkı böylece ilk kez tanışmış olur. Seçim otobüsü sokaklarda dolaşırken, kente girerken, büyük caddelerden geçerken ve seçim meydanına yanaşırken teypten CHP için yapılmış şarkılar çalınır. Çalınan şarkılardan birinin sözleri şöyledir: “50. senenin aydın kişisi. Zaman geldi çattı, gel Karaoğlan! Bu bozuk düzenden artık usandık. Sen buna bir çare bul, Karaoğlan”²

Âşık Mahzuni yaptığı “*Karaoğlan*” (<https://www.youtube.com>) şarkısıyla Ecevit sevgisinin yayılmasına katkı sağlar. Şarkıda Mahzuni Ecevit’e “*Sevgili kardeşim canım Karaoğlan*” diye seslenir. “*Asık suratlı göbeklerden usandık*” sözüyle de Demirel’i eleştirir. Türkünün devamında “*haksızın hakkından haklılar gelir, millet verdiği geri de alır, kara bahta ak gün saracaksan gel*” der. Böylece Ecevit’in ak günler göreceğiz söylemini destekler. Sadece halk müziğinden değil solun o dönemde yükselmekte olan popüler müzikten yararlanma yoluna

² 50. seneden kasıt, Cumhuriyet’in 50. yılıdır. Bu da 1973 senesine tekabül eder. Aynı yılda Türkiye’de genel seçim yapılır. Söz konusu şarkı da 1973 Genel Seçimleri için üretilir.

gittiği görülür. Ali Rıza Binboğa'nın "*Yarınlar Bizim*" (<https://www.youtube.com>) şarkısı da bu dönemde Ecevit için üretilir. Gülgün Alanyalı tarafından Ecevit tarafından yazılmış olan "*Uyum*"(<https://www.youtube.com>) adlı şiir bestelenir ve halka sunulur. Ünlü Büyükgöneç tarafından söylenen marşa benzer "*Yeni Bir Türkiye*" şarkısı 1977 seçimlerinde CHP tarafından kullanılır. Bütün bu türkü ve şarkılarda partiden daha çok lider vurgusu vardır. Türkü ve şarkılarda "*emek, barış, aydınlık*" gibi kavramlar dillendirilmektedir (Öztürk, 2014: 203). Dönemin popüler şarkılarından Şenay'ın "*Sev Kardeşim*" ve "*Hayat Bayram Olsa*" yapıtları Ecevit tarafından seçim meydanlarında kullanılır.

Düşman var etmek ve karşı propaganda önemli birer siyasi yöntemdir. Karşı propagandada rakip aleyhine söylem geliştirilir. Rakip yıpratılmaya ve onun iddiaları çürütülmeye çalışılır. 1960-1980 arasında Türkiye solunda Amerikan karşıtlığı söz konusudur. Amerikan karşıtlığına dayalı söylemi söz konusu dönemde solun kullandığı tüm medya araçlarında görmek mümkündür. Örneğin Mahzuni'nin bu dönemde söylediği "*Katil Amerika*" ve "*Savulsun Gitsin-Ambargo*" (<https://www.turkedebiyati.org>) türküleri bu açıdan değerlendirilmelidir. Deniz Gezmiş, o dönem solunun idolü sayılabilir. Nihat Erim ise solun penceresinden Amerikan yanlısıdır. Deniz Gezmiş ve arkadaşlarının Erim Hükümeti zamanında idam edilmesi aslında bir sol-Amerikan hesaplaşmasıdır. (Germen, Görüşme Tarihi: 28.11.2015). Bu nedenle Âşık Mahsuni, Deniz Gezmiş ve arkadaşlarının idamından Nihat Erim Hükümeti'ni sorumlu tutar. Bu nedenle "*Erim Erim Eriyesin*" adlı türküyü yapar.(<https://www.youtube.com>). Bu türkü nedeniyle Başbakan'a hakaret gerekçesiyle Mahsuni hapis yatar (Irmak, 2013: 24).

Merkez sağ, solun önemli rakibidir. Adalet Partisi (AP) ve onun lideri Süleyman Demirel ile Bülent Ecevit arasındaki rekabet hep bilinir. Süleyman Demirel nezdinde AP imajını sarsmak isteyen Ecevit şarkı ve türkülerde karşı propagandaya yönelir. Bu yıllarda Ali Avaz tarafından "*Kır Atına Bin Gel Süleyman*" (<https://www.youtube.com>) adlı hiciv şarkısı yapılır. Karşı propagandaya bir örnek de Zeki Müren'in "*Unuttun Beni Zalim*" adlı sanat musikisi parçasının (<https://www.youtube.com>) Öztürk Serengil tarafından AP karşıtı şeklinde uyarlanmasıdır. Serengil, "*Unuttun bizi Süleyman!*" demektedir (<https://www.youtube.com>).

Merkez sağ lideri Süleyman Demirel'in kasetleri çok iyi bir biçimde kullandığı söylenebilir. Demirel, CHP'ye aleyhinde geliştirdiği karşı propagandada ajitasyona başvurduğu gözlenir. Ajitasyona, özelinde kadın ve çocuk ajitasyonuna Türk siyasi tarihinde onlarca örnek bulmak mümkündür. 1977 Genel Seçimlerinde Ecevit'in bir umut olarak ortaya çıkmasına karşılık AP'nin Zühdü adlı seçim şarkısının sözlerinde "*Ar namus gider Zühdü, Din iman kalmaz*

Akdağ

Zühdi” denilerek din ve kadın ajitasyonu yapılır. CHP’ye oy verilmesi durumunda dinin ve namusun elden gideceği ima edilir. O günkü toplumda namusun temsili kadın olduğu için namusun elden gideceği ifadesi kadın ajitasyonunun kendisidir denebilir (Milliyet, 16 Nisan 1977). 1973 seçimlerinde Yılmaz Türkoğlu tarafından seslendirilen “*Demirel İktidara Yine Gel*” (<https://www.youtube.com>) şarkısı AP tarafından kullanılır. Şarkıda 1971 Muhtırasıyla iktidardan uzaklaştırılan Demirel’i halkın tekrar iktidarda görmek istediği vurgusu yapılır. 1977 seçimlerine kadar AP pek çok kez bölünür. Buna rağmen 1977 seçimlerinde ciddi oy alır. Bunda halk nezdinde yerini bulan propaganda çalışmalarının etkisi olduğu söylenebilir. 1977 seçimlerinde AP’nin seçim kampanyasını ilk defa bir reklam şirketi yürütür. Şirketin adı Cen Ajans’tır. AP, yasal açıdan sıkıntı olmasına rağmen Hürriyet gibi büyük gazetelere ilan verir. AP, görülmez bir şey yapar. Ajans aracılığıyla “*Demirel Evinizde*” adıyla 20 bin tane kaset ve beş milyona varan el ilanı dağıtır (Topuz, 1977: 45). Teyp kasetleri, gazete ilanları Adalet Partisi’nin Türk demokrasi ve siyasetine kazandırdığı önemli propaganda yöntemleridir (Topuz, 1977: 180).

1970’lerdeki teknolojik gelişmeler propaganda şeklini baştan sonra değiştirirken 1950 ve 1961 yıllarında yapılan seçim kanunları radyo merkezlidir. 1970’lerde şarkılar –türküler, kasetçalarlar, televizyonlar nedeniyle geçmiş dönem seçim kanununu yetersiz kalır (Topuz, 1977: 91). Yasal boşluklardan yararlanarak partilerin büyük bir hırsla denilebilecek düzeyde müziği propaganda vasıtası yaptığı görülür. Popüler şarkılar, parti ve seçimlere uyarlanıp söylenir (Tokgöz, 2010: 176).

1960 sonrasında Türk sinemasında açıkça siyasi kamplaşma görülür. Siyaset duayenleri ise doğrudan içinde yer aldıkları siyasi film veya reklam filmi yaptırmaktan ziyade kendi görüşleri doğrultusunda mizansen edilen filmleri desteklerler. 1970’lerde çekilen “Güneş Ne Zaman Doğacak” gibi filmler Alparslan Türkeş liderliğindeki ülkücü kanat tarafından desteklenir (Aktemur, Görüşme Tarihi: 22.11.2015). Yücel Çakmaklı tarafından yönetilen Türkan Şoray’ın başrol oynadığı “*Birleşen Yollar*” adlı benzer filmler Necmettin Erbakan tarafından liderliği yapılan Siyasi İslam kanadı tarafından tasvip görür. Yılmaz Güney filmleri ise bunun ters kanadındadır. Güney’in filmlerine genelde sol kesim sahip çıkar. Bülent Ecevit’in başbakan olduğu dönemlerde televizyonda Yılmaz Güney ve Metin Erksan filmlerinin gösterildiğine şahit olunur (Yeni Asır, 30 Temmuz 1978). 1965 Genel Seçimleriyle AP çok yüksek bir oy oranıyla iş başına gelir. Ancak iktidarı dünyada ve Türkiye’de öğrenci hareketlerinin başladığı bir döneme denk gelir. Öğrenci hareketlerinin pek çoğunun başlangıçta sol tabanlı olduğu görülür. Dış gelişmelerden gençler etkilenir. Elbette tek etkinin bu olduğu düşünülemez.

Sinema sol düşünceyi besler. Beslenen hareketler büyür. O denli ki AP iktidarını yıpratır. 1968 gençlik hareketlerinin Türkiye’de başlamasına “*Gecelerin Ötesinde*”, “*Yılanların Öcü*” gibi filmlerin de kısmen etkisinin olduğu söylenebilir. Bu filmler kendi penceresinden mevcut devlet düzeninin çarpıklığına vurgu yapar. CHP’nin başına geçmesiyle Ecevit’in dillendirdiği “*bu düzen değişecek*” söylemi buralardan esinlenilmişse benzer. O filmlerin propaganda etkisi ve Ecevit’in sloganı yerini bulmuş olacak ki CHP oylarında 1970-1980 arasında ciddi bir artış olur. 1962 yapımı *Yılanların Öcü*’nde bir sahnede kötülüklerin sineye çekilmesi gerektiği hesabının öbür tarafta sorulacağı bir imam tarafından hutbede dile getirilir (<https://www.youtube.com>). Bu durum, sol düşüncenin dine karşı neden mesafeli olduğunun göstergesidir. Filmdeki din adamı temsili bütün filmlerin babası sayılan 1925 yılı Sovyet Rusya yapımı *Potemkin Zırhlısı* adlı filmdeki din adamı temsili gibidir. Buradaki temsilde din adamı itici ve işbirlikçi olarak gösterilir.

1970-1980 arası duvarlar önemli bir medya olarak kullanılır. Duvarlara yazı yazmak siyasi gurupların bir ideolojik işaretleme alanıdır. Onların hâkimiyet alanını gösterir. Bir gurubun yazısı herhangi bir duvarda uzun süre kalması o gurubun o bölgedeki hâkimiyetini gösterir. Bu anlayış çatışmayı da beraberinde getirir. Bu çatışma, 1970-1980 arasında mal sahipleri-duvarı yazanlar, duvarı yazan bir gurupla – onu engel olmak isteyen başka bir gurup, yazı yazan gurupla-emniyet güçleri arasında yaşanır. Bazen bu çatışmalarda ölenler olur(Fettah Açı, Görüşme Tarihi: 20.12.2015). Sümer Germen, o dönemde CHP Aydın-Germencik Gençlik Kolları Başkanıdır. Daha sonra belediye başkanı seçilen Ahmet Zencirci ise CHP Germencik İlçe Başkanıdır. Onlar duvar yazısı yazayım derken nasıl ölümden döndüklerini şöyle ifade ederler: “*Duvarlara genelde solcular “Bağımsız Türkiye” şeklinde yazardı. Köprülere dahi yazılar yazılırdı.*” (Germen, Görüşme Tarihi: 28.11.2015). Duvar yazılarını kimi zaman AP’li gençlerin de yazdığı görülür. Onların genelde Demirel’in bir ile geldiğinde onu karşılama mesajlarını duvarlara ve asfalt satırlarına yazdıkları görülür. “*Kır at şahlanıyor*”, “*Hoş geldin Demirel*”, “*Barajlar Kralı Geliyor*” “*Hoş geldin Başbakan’ım*” “*Demirel Aydın’da*” gibi ifadeler genelde duvarlara işlenir. Mehmet Aydınoglu’na göre bunlar meşru ve propaganda amaçlı ve kırıcı olmayan çalışmalar (Aydınoglu, Görüşme Tarihi: 28.02.2016). Duvarlara, asfalta yazmak risk içerdiği için kimi zaman AP’li gençlerin duvar yazısı konusunda epey tecrübeli ülkücü gençlerden yardım istedikleri söylenir. Onlar, kendi güvenlikleri için ülkücü gençlerle işbirliği yapar (Çamoğlu, Görüşme Tarihi: 04.02.2016). Orta’nın solundaki Ecevit için yollardaki tepelik ve dağlık alanlarda kocaman kayaların üzerine “*Karaoğlan*” yazılır.

Akdağ

Ülkücü kanadın klişeleşmiş duvar yazıları şöyledir. (Bunlardan bazıları miting ve sokak gösterisi ile yürüyüşlerde slogan şeklinde de kullanılır): “*Türkiye, komünistlere mezar olacak.*” “*Tanrı Dağı kadar Türk, Hıra kadar Müslümanız*” (Başarı, Görüşme Tarihi: 21.11.2015). “*Evvela esir Türkler, sonra Vietnam.*” “*Türk’ün ebedi düşmanı Moskof’tur.*” “*Ey Türk titre kendine gel, Kırım Türkleri nerede?*” İslamcı kanat duvar yazısı olarak genelde şunları yazar: “*Kanımız aksa da zafer İslam’ın*” “*Ya Allah Ya Bismillah, Allah-u Ekber*” “*Huzur İslam’da*” (Ertürk, Görüşme Tarihi: 21.11.2015). Sol kesim ise çoğu zaman “*Tek Yol devrim*”, “*Tam bağımsız Türkiye*” “*Kahrolsun Faşizm*” gibi şeyler yazarlar. (Ahmet Konaklı, Görüşme Tarihi: 06.12.2015).

Türkiye siyasi afiş açısından zengin bir geçmişe sahiptir. Sadece kadın üzerinden üretilmiş siyasi afişlerden söz etmek gerekirse Türkiye’de merkez sağ partilerin özellikle kadını merkeze alan propagandaları birbirine benzemektedir. 1977 seçimlerinde AP afişlerinde Süleyman Demirel’e sarılan bir köylü kadın görülmektedir. Afişin üst kısmında ise AP’nin mesajı iletilmektedir: “*Ne merde ne namerde muhtaç etmedik*”. Bu mesajda kadının sosyal statüsünü düzeltmekten daha ziyade sosyal yardımlarla kadınının desteklendiği anlamı vardır. Bu mesaj o günkü toplumda yerini bulmaktadır. İlk kez yaşlılık ve düşkünlük maaşının Demirel hükümeti döneminde çıkarıldığı hatırlamakta fayda vardır. Yine afişlerde merkez sağ daha çok yapı propagandasına başvurur. AP iktidarı döneminde yapılan veya projelendirilen barajların ve asma köprüünün vurgusu yapılır. Aynı şey gazetelerde de görülür (Menteşe, Görüşme Tarihi: 22.07.2016). Köprüyü (Boğaziçi Köprüsü-Şehitler Köprüsü) AP seçim afişlerinde kullanır. O dönemde Keban Barajı ve Boğaziçi Köprüsü’nün önünde Demirel’in portre fotoğrafının bulunduğu duvar seccadeleri veya halıları evlerin duvarlarına asılır. Kimileri bunu divanına serip onun üstünde uyur (Cerit, Görüşme Tarihi: 28.11.2016). 1970’lerin sonunda tedavüle sürülen en büyük banknotu 1000 liranın arka yüzünde dahi köprü resmi vardır. AP’nin köprü üzerinden yürüttüğü yapı propagandası o noktaya varır ki 1977 Genel Seçimleri sonucu tekrar iktidara gelen CHP lideri Ecevit, AP’den bir enkaz devraldık şeklinde karşı propaganda yapınca AP köprüyle kendisine cevap verir. AP yanlısı gazeteler mizah dolu yayınlar yaparlar.



Resim 4: Ecevit'e dair karikatür
(Yeni Asır, 25 Ağustos 1978).



Resim 5: AP seçim afişi
(<http://www.mezatpazari.com>).

1977 genel seçimlerinde CHP, sağ partilere benzer biçimde kadın kimliği bağlamında daha çok ana vurgusu yapar. Seçim afişinde “*Analar, çocuklarınızı oylarınızla koruyun*” yazan afişler bastırır. Hem CHP'nin Hem AP'nin afişlerde kadın ve çocuk ajitasyonuna yöneldiği görülür. Bunun yanında marjinal sol yada sağın bir gece bazı sokaklara baştan sona yapıştırılmış afişleri görülür. Bu afişlerde sert ifadeler yer alır. “*Faşizm Döktüğü Kanda boğulacaktır.*” “*Oy verme, Hesap Sor!*” “*İşçiler Oligarşiye Karşı*” “*Yaşasın Emperyalizme ve Faşizme Karşı Mücadelemiz.*” “*Kahrolsun Faşizm*” “*Kahrolsun Komünizm*” “*Bu Ülke Komünistlere Mezar Olacak*” (Açan, Görüşme Tarihi: 20.12.2015).

Siyasal reklamcılık Amerika'da 1952 yılında başlar. Siyasal reklamcılığın veya reklam niteliğinde propaganda çalışmalarının Türkiye'de başlayabilmesi için 1970'lere kadar beklemek gerekir (Tokgöz, 2010: 392). Bu bekleyişin ardında pek çok etken vardır. Bu etkenlerden bir tanesi teknolojik geriliktir. 1950'lilerde Amerika'da devreye giren televizyonla Türk halkı 1970'lerde tanışır. 1970'lerde müzik anlamında siyasal propagandayı değiştiren en önemli buluş teyptir (Kasetçalar – Manyetik şeritli bant). 1970'ler boyunca neredeyse tüm gazeteler bu aracın ilanlarıyla doludur.

5.3.Günümüze Yakın Medya Kullanımı

Eski TBMM Başkanı Cemil Çiçek, Recep Tayyip Erdoğan'ın uzun yıllar iktidarda kalmasının nedenini bir mukayese yaparak açıklar. Ona göre Eski Cumhurbaşkanı Turgut Özal, bürokrasiden gelip siyasete atılır. Aynı konu Süleyman Demirel için de geçerlidir. Onlar, önce devleti ve bürokrasiyi tanır. Sonra milleti tanımaya başlar. Oysaki Erdoğan, siyasete sıfır noktasından başlar. Hep halkın içindedir. Asla bürokrasinin içinde bulunmaz ve devlette görev almaz. Belediyeleri bürokrasinin küçük bir izdüşümü veya devlet aygıtı kabul edilecek olursa Erdoğan'ın devleti ve bürokrasiyi ilk tanıdığı yer İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı'dır. Sözün özü Erdoğan önce milleti sonra devleti tanır. Bu nedenle iktidarının ilk yıllarında sıklıkla bürokrasiyle ve devletin diğer aygıtlarıyla çatışmaya düşer. Ancak milleti tanıdığı için milletten yana tavır alarak ve millet namına hareket ederek bu çatışmaların üstesinden gelir (Çiçek, Görüşme Tarihi: 18.01.2018). Geldiği taban itibariyle Erdoğan'ın medya kullanım deneyiminin tamamında millet ve milli olma vurgusu ön plana çıkar. Onun yaptığı TV konuşmalarında, onun adına basılan afişlerde ve siyasi reklam filmlerinde bu etkiyi açıkça görmek mümkündür.

Reklamların topluma ayna tutması meselesi aslında toplumun reklamdaki temsilidir. Bu açıdan siyasi reklamlarda adaylar toplumun bir temsili gibi lanse edilir. Bunun gerçekleşmesi için gazete ilanları, afişler, sosyal medya, tv (<https://www.youtube.com>) ve bunun için üretilen şarkılar kullanılır (<https://www.youtube.com>). 2014 yılında yapılacak yerel seçimler, Adalet ve Kalkınma Partisi hükümeti için bir imtihan niteliğindedir. Mevcut iddialar ve cemaat(FETÖ) gerginliği nedeniyle partinin oy kaybına tahammülü yoktur. Bayrak milleti temsil eder. Adalet ve Kalkınma Partisi, bayrakla birlikte kendini özdeşleştirir. Verilen mesaj nettir: "*partinin düşüşü milletin düşüşüdür.*" Reklamda bir kara elin sabotajıyla düşen Türk bayrağını kaldırmaya koşan Anadolu insanı işlenir. Bütün TV kanallarında reklam döner. YSK daha sonra bu reklamı yasaklar. Ancak reklamın döndüğü andan itibaren derin etki bıraktığı düşünülebilir (<https://www.youtube.com> ve <http://www.turkiyegazetesi.com.tr>).

2014 yılı Ağustos ayı içinde Cumhurbaşkanlığı seçimi yapılır. Cumhurbaşkanı ilk kez halk seçer. MHP ve CHP Ekmeleddin İhsaoğlu'nu ortak aday olarak destekler. Selahattin Demirtaş da HDP'nin adaydır. Erdoğan son yapılan yerel seçimler gibi başarılı bir propaganda süreci izler. Tıpkı yerel seçimlerdeki bayrak temalı film gibi bir tanıtım videosu hazırlatır. Videoda millet biziz mesajı verilir. Bu video içinde pek çok Anadolu ritüelini barındırır. Yaşlı bir teyze dua eder. Sonra çeyiz sandığını açar, nadide bir kumaşa sardığı bir yıldızı oradan çıkarır. Burada el işli örtülere sarılı Kuran mesajı vardır. Yaşlı kadın sonra örtüsüyle birlikte yıldızı

oğluna teslim eder. Genç adam yıldızı koşarak bir yere yetiştirmeye başlar. Videonun alt planında dramatik bir müzikle Erdoğan'ın sesi duyulmaya başlar. Erdoğan duygu yüklü bir şiir okumaktadır. Erdoğan şiirini okurken yaşlı bir gazi kilitli çekmecesini açar, örtüsüyle birlikte oradan bir yıldız çıkarır. Dede, yıldızı torununa iletir. Bir önceki videoda Doğu Anadolu'da yer betimlemesi kullanılırken, küçük torunun koşmasındaki yer betimlemesinden oranın Karadeniz olduğu anlaşılır. Takalar yıldızı ulaştırmak için yola çıkar. Çocuk gururlu ve mutlu bir biçimde yıldızı göğsüne bastırmaktadır. Orta yaşlı bir terzi örtüsünü kendisinin diktiği yıldızı oğluna emanet eder. Oğul tarihi bir mekânının içinden koşmaktadır. Bir başkası eşinden aldığı yıldızı motorunun sepetine koyar. Bozkırın ortasında bir ağaç altında bekleyen yaşlı emaneti oğluna verir. Oğul uçsuz-bucaksız bozkırı atla dörtlüyle geçer. Emaneti bozkırın diğer ucundaki atlı arkadaşlarına yerine yetiştirilmesi üzerine verir. Gelenekten modernizme geçilir. Raylar, hızlı trenin altından akmaktadır. Trende başörtülü genç kızın yıldız taşıdığı görülür. Başlı açık bir başka kadın ise kendisinin kullandığı aracıyla yıldızı götürmektedir. Uçakla geleneksel kıyafetiyle bir başka kadın yıldız getirmektedir. Film kahramanları, yıldızları Cumhurbaşkanlığı köşkündeki kapıdaki forsa tek tek elleriyle yerleştirirler. Atlıların getirdiği güneşi ise Erdoğan forsun ortasına kendisi koyar. Böylesine bir siyasi reklamda Erdoğan milletin tam bir temsilcisi olarak tanımlanır. Anadolu'nun dört yanından yıldızlar taşınır. Gelenek ve modernizm birleştirilir. Toplumun tüm kesimleri reklam filminde temsil edilir. Erdoğan herkesin Cumhurbaşkanı imajı verilir. Yıldızları yediden yetmişe halktan kişilerin forsa yerleştirilmesi, Cumhurbaşkanını halk var edecek, bu halkın cumhurbaşkanı olacak anlamı verir (<https://www.youtube.com>).

İhsanoğlu'nun isminden yola çıkarak sevgiyi ekmek için Ekmeleddin şeklinde repliklerin yer aldığı reklam filmi Anadolu kültürüne vurgu yapsa da zayıf kalır. Reklam filmi için İhsanoğlu oynamaz. Kendisinin derleme görüntüleri filme eklenir. Bunun da videoda çok hoş durmadığı söylenir. Sonuçta 3 muhalefet partisinin aldığı oy Erdoğan'ın aldığı oy etmez. Bunda temsil propagandasının önemli katkısı vardır denebilir (<https://www.youtube.com>). Ana muhalefet partisi CHP'nin 1 Kasım 2015 seçimlerinde siyasi reklam açısından temsil propagandası temelinde bir strateji uyguladığı görülür. Reklam filminde Kılıçdaroğlu miting alanına çıkarken görülür. Biz çocukken yatağa aç girerdik. Halen yüzbinlerce çocuk aç uyuyor demektir. Bu cümle hem onu halkın dertleriyle ilgilendiğini hem de halkın içinden geldiğini göstermektedir(<https://www.youtube.com>).



Resim 16: Recep Tayyip Erdoğan'ın Cumhurbaşkanlığı seçiminde kullandığı kampanya afişi
(<https://www.google.com.tr>)

İçişleri, Maliye ve Gençlik ve Spor bakanlığı yapmış olan Eski TBMM Başkanı İsmet Sezgin, internetle birlikte kendi dönemleri olan 1960'tan günümüze siyasetteki paradigmanın nasıl değiştiğini şu şekilde özetlemektedir: *“Siyasette bugün aforizmalar ya da paradigmalar değişti. Siyasete yeni ufuk geldi. Örneğin telefonlar, sosyal medya bu paradigmayı yeniden yapılandırdı. İnternette, telefonlardan istediğiniz her alandaki bilgiyi anında edinebilmekteyiz. İnternet ve sosyal medya paylaşımlarıyla bir meydanda milyon kişi toplanabilmektedir. Bilim çağının ötesini yaşamaktayız şuanda. İnsanlık yeni teknolojiye bağımlı hale geldi. Siyaseti de buna uydurmak zorunda kalıyorsunuz.* (Sezgin, Görüşme Tarihi: 22.03.2016). Sezgin'in değişen paradigma dediği post-modern süreçtir. Recep Tayyip Erdoğan'ın post-modern propaganda medyası olarak tanımlanan interneti ve sosyal medya ağlarını etkili bir biçimde kullandığı söylenebilir. 15 Temmuz 2016 darbe girişiminin engellenmesinde bu mecraanın da kullanılması etkili olur. Erdoğan, cep telefonunu kullanarak bir özel TV kanalına bağlanır. Halka çağrıda bulunur. Bunu TRT'de yapması mümkün değildir. Çünkü darbeye teşebbüs edenler eski alışkanlıklarla TRT binasını işgal ederler.

7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde iktidar partisi Ak Parti'nin oylarının düştüğü görülür. Seçim sonucunda koalisyon hükümeti kurulması zorunluluk hale gelir (<http://www.ysk.gov.tr>). Hükümet kurulamayınca 1 Kasım 2015'te tekrar genel seçim yapılır. Bu seçimde Ak Parti'nin oy kaybına tahammülü yokmuş gibi durur. 7 Haziran 2015'te ortaya konan milletvekili aday listelerinin kimisinde bu nedenle değişikliğe gidilir. Aydın'da Eski Ak Parti İl Başkanı ve Milletvekili Sadık Atay yerine tabanla ve halkla nispeten daha iyi ilişkilere sahip olduğu düşünülen Mehmet Erdem'in kendisi aday gösterilir. Mehmet Erdem eski vekildir. Aday, seçim sırasında tam bir politik propaganda silahı gibi çalıştığını iddia eder. Erdem'in söylediklerinden post-modern propaganda medyasını etkili bir biçimde kullandığı çıkarılabilir. Erdem şunları der: *“Google belli bir ücret ödeyerek, Aydın'dan internete giren herkesin hangisi olursa olsun açtığı sayfada bizim bannerımız(reklam bandı) görüldü. Bannerımızı tıklayan herkes kendi sayfamıza bağlanabildi. Tek tek internet sitelerine yüksek fiyata reklam vermekten öte, herkese*

ulaşacak ekonomik bir yönetime başvurduk. Rakiplerimizin buna benzer bir şey uygulamadıklarını gördük. 2015 seçimleri öncesinde kararsız seçmen sayısı oldukça yüksekti. Kemikleşmiş, sabit oylar değil iktidarı kararsızların oyu belirleyecekti. Bakkal, esnaf vb. aslında siyasetle fazla ilgisi bulunmayan vatandaşlar verdikleri oylarla iktidarı tayin edecekti. Bizim yaptığımız propaganda çalışmalarının bu kesimi etkilediğini düşünmekteyiz.” Erdem devamla şunları ifade eder: *“Her hafta Aydındaki hastanelerden taburcu olan hastaların listesi bana gelir. Yaklaşık her hafta Aydındaki hastanelerden taburcu olmuş 1800 kişiye geçmiş olsun mesajı gönderdim. Ziraat Odalarına bağlı Aydın’daki 61 bin çiftçiye tek tek aratarak onlara gübreden önümüzdeki dönemde KDV’nin kaldırılacağı bilgisini ilettim. Ak Parti döneminde yasası çıkarıldı. Evde bakım hizmetleri başlatıldı. Seçim süreci içerisinde Aydın’da evde bakım hizmeti alan 7500 kişiyi bir sekreter tutarak arattırdım. Bu ortalama günde 70-80 kişinin aranması demektir. Onlara bu hizmetteki memnuniyetlerini sordurdum. Bütün muhtarları ve azalarını arattım. Sorunlarını not ettirdim. Sorun iletenlerin sorunlarıyla ilgilendim. Sosyal Yardımlaşmadan hizmet alanlar vatandaşlara telefonla ulaştırdım. Çağrı merkezinden 100 bin kişiden daha fazla kişiyi arattım.”* Evde sağlık hizmetleri belediyelerin uhdesinde olan bir mevzudur. CHP’li Aydın Büyükşehir Belediye Başkanı Özlem Çercioğlu bu konu üzerinden çok derin bir propaganda faaliyeti yürütür. Belediye uygulamalarından yola çıkarak CHP, yaşlının hasta ve düşkünün yanındadır mesajı vermeye çalışır. Mehmet Erdem, evde sağlık hizmetlerinden yararlanan vatandaşları tek tek arayarak ya da aratarak ilgili yasanın Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarı tarafından çıkarıldığını anlatır. Uygulamadan sorumlu belediye başkanı evde sağlık hizmetlerinin tek paydaşı olarak kendini kamuoyuna lanse ederken Erdem yaptığı manevrayla onun elindeki en önemli silahı aldığını iddia eder (Erdem, Görüşme Tarihi: 09.10.2016).

Yapılar önemli bir propaganda unsurudur. Yollar, köprüler, binalar gibi unsurların propaganda malzemesi olarak kullanılma durumu “yapı propagandası” olarak tanımlanabilir. Adalet ve Kalkınma Partisi’nin yaptırmış olduğu siyasi reklam filmlerinde köprüler, yollar, hızlı trenler ve uçaklar bir şekilde gösterilir. 2015 sonrasında terör ve şiddetin artmasına rağmen mevcut iktidar partisinin gücünü korumasında iyi yönettiği yapı propagandasının katkısı olduğu söylenebilir. Marmaray, Osman Gazi İzmit Körfezi Geçişi, Yavuz Sultan Köprüsü, Avrasya Tüneli, İstanbul III. Hava Limanı, bölünmüş yolların hükümet tarafından etkili propaganda malzemesi olarak kullanıldığı görülür. Recep Tayyip Erdoğan hemen her mitinginde veya toplantısında “nereden nereye” diye başladığı konuşmasında hep adı geçen yatırımlara vurgu yapar. Hava alanı, stadyum, köprü gibi yapıların açılışları Recep Tayyip Erdoğan ve hükümet

Akdağ

üyelerinin katılımıyla devasa törenlerle yapılır. Törenleri televizyonlar canlı yayımlanır. Törene katılan tüm kabine üyelerinin paylaştığı fotoğraflar, mesajlar sosyal medyayı doldurur. Bunlar binlerce kez paylaşılır. Yapı propagandası etkisi her yere ve herkese bir şekilde ulaşmaktadır (<https://twitter.com>).³ Bütün bunların seçimde iyi izlenimler bıraktığı düşünülebilir. Olumsuz bazı gelişmelerin hükümet üzerindeki negatif etkisini azalttığı dahi iddia edilebilir.

2002 Genel Seçiminde Adalet ve Kalkınma Partisi'nin kendisinin seçilmesini sağlayan propaganda çalışması ile başlangıçta seçilmesine pek ihtimal verilmeyen Amerikan Başkanı Donald Trump'ın 2016'da yürüttüğü seçim kampanyası kısmen birbirine benzer. 2002 öncesi ekonomik kriz geçiren bir Türkiye'de Adalet ve Kalkınma Partisi bölünmüş yollar, köprüler yapmayı, kamu yatırımlarını artırmayı vadeder (AKP 2002 Seçim Bildirgesi – 2002 Hükümet Programı, www.tbmm.gov.tr). Donald Trump seçim kampanyası boyunca önce Amerika der. Yollar, tüneller, köprüler yapılacağını söyler. Sadece seçim kampanyasında değil yemin töreni sonrası ilk konuşmasında da aynı şeyleri ifade eder (NHK World TV, Trump Yemin Töreni Canlı Yayın, 20.01.2017, Türkiye Saatiyle:20:00, CNN Türk Canlı Yayın 20.01.2017. Saat: 20:30). İyi yürütülen bir yapı propagandası Adalet ve Kalkınma Partisi'ni iktidar koltuğuna oturmasının nedenlerinden bir tanesidir. Belki de en güçlü nedendir. İktidardaki aynı parti, dediklerini yapar ve yapılanların propagandasını başarılı bir biçimde yürütür. Bu da partinin iktidarda kalma nedenlerindedir. Yapı propagandası Trump'ı başkan yapar. Dediklerini yaparsa ve bunu da topluma iyi yansıtırsa ikinci kez de seçilebilir. Her iki temsilden anlaşılacağı üzere yapı propagandası iktidara gelmenin veya iktidarda kalmanın önemli bir unsurudur. Boğaziçi Köprüsü AP tarafından 1973 yılında açılması planlanan Cumhuriyetin ellinci yılı onur projesidir. Benzer bir siyaseti veya propagandayı bu olaydan yaklaşık 45 yıl sonra Adalet ve Kalkınma Partisi uygular. 2017 Anayasa değişikliğine ilişkin referandumundan hemen önce Çanakkale Boğazı üzerinde yapılacak asma köprünün temelini atılması iktidardaki Adalet ve Kalkınma Partisi tarafından planlanır. Temel atma işi Cumhurbaşkanı Tayyip Erdoğan'ın da katılacağı büyük bir törenle yapılacaktır. Hazırlıkları Çanakkale'ye kadar gelen Ulaştırma Bakanı'nın bizatihi kendisi denetler. Köprü dünyanın en uzun asma köprüsü olacaktır. 2023'te Cumhuriyet'in yüzüncü yılında açılacaktır (TRT-1 Ana Haber, 24.02.2017). Böylesine bir yapı başlı başına kendisi bir propagandadır. Referandum sonuçlarını bir nebze etkileyeceği düşünülebilir. Muhalefetin en büyük söylemi referandumdan evet çıkması durumunda rejimin değişeceği iddiasıdır. İktidar büyük bir ihtimal meydanlarda halkı ikna etmek için “*ne rejimin*

³ 19 dk.19 dakika önce “Cumhurbaşkanımız @RT_Erdogan ve Başbakanımızla Ankara/Keçiören'in trafiğini % 40 rahatlatacak Yavuz Sultan Selim Bulvarı'nın açılışındayız.”

değişmesi biz Cumhuriyet'in 100. Yılı onuruna Çanakkale 1915 adlı dünyanın en uzun asma köprüsü gibi itibar yatırımlarıyla uğraşırken muhalefet neyle uğraşmaktadır” anlamına gelecek ifadeler kullanır.

Turgut Özal döneminde İstanbul Boğazı üzerinden Asya ve Avrupa'yı ikinci kez birbirine bağlayacak olan Fatih Sultan Köprüsü açılır. Köprü, Avrupa'dan Asya'ya uzanan transit karayolu üzerinde kalır. Köprüyü ilk kez Özal kendi kullandığı arabayla geçer. Yanında eşi Semra Özal vardır. Özal eşine *“koy bakalım bir kaset”* der. Özal köprüden geçişi videoya alır. Video İcraatın İçinden programıyla TRT'de döner (<https://www.youtube.com>). Cumhuriyet'in ilk yıllarından 1980'lerin ortasına kadar 60 yılda Asya ve Avrupa iki kez bağlanabilirken Avrasya Tüneli, Marmaray, Yavuz Sultan Köprüsü gibi yatırımlarla Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarında bu iki kıta 15 yılda 3 kez birbirine bağlanmış olur. İyi yönetilen yapı propagandası sonucu Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarının uzunca yıllar devam etmesi bazı çevrelerce sürprizle karşılanır. Aslında bu durum bir sürpriz değil belli çalışmaların sonucudur. Sadece icraatlarıyla değil bu icraatlarını medya ile halka duyurabilen veya anlatabilen siyaset duayenlerinin politik arenada uzun süre varlığını sürdürdüğü görülür.

Sonuç

Neolitik Çağ öncesi topluluklarda basit bir iletişim dili kullanıldığı bilinmektedir. Bu dönemde iletişimin temel amacı avcılık ve toplayıcılık faaliyetlerini organize etmek olmalıdır. Beslenme, barınma, korunma gibi konular giderilmesi gereken temel ihtiyaçlar gibi durmaktadır. Neolitik Çağ'da tarım devrimiyle birlikte insanlığın bir kısmı yerleşik hayata geçer. Üretim faaliyetleriyle birlikte mülkiyet kavramı ortaya çıkar. Mülkiyet kavramı sınıfsal farkların oluşmasının en önemli nedenlerinden birisidir. Kentleşmeyle birlikte toplumsal kurallar belirginleşir. Devlet mekanizması ortaya çıkmaya başlar. Yönetici sınıf oluşur. Yönetici sınıf kendisinin egemenliğini kabul ettirmek için bir takım argümanlar kullanır. Bu argümanları elinde bulundurduğu medya araçlarıyla yaymaya çalışır. Reform sürecine kadar egemenliğin kaynağı ilahi kabul edilmiştir. Büyük İskender, Sezar gibi büyük imparatorların propaganda faaliyetlerinin temel amacı bu anlayışı pekiştirmek olmuştur. Toplumun iknası için sikkeler, tapınaklar gibi pek çok medya aracı kullanılmıştır. Söylence ve söylenti dönemin önemli propaganda faaliyetlerindedir. Bunun için kitabeler ve bizatihi görevli insanlar kullanılmıştır. Bu söylenceye inanan pek çok kişi farkında olmadan söylencenin daha geniş alanlara yayılmasını sağlamıştır. Tarihte kıtalar arası imparatorluk kuran ilk kişinin İskender olduğu söylenebilir. İskender, bir siyaset duayeni olarak kabul edilebilir. Çünkü Balkanlardan İndus

Vadisine kadar geniş coğrafya sadece askeri güçle idare edilemezdi. Başka gereksinimlere de ihtiyaç duyulmaktaydı. İskender'in burada başvurduğu en önemli unsurlardan bir tanesi temsil propagandasıdır. Ortaçağda kitap önemli bir propaganda aracıdır. Kıta Avrupası'nda Kilise İncil'i kendi egemenlik anlayışına hizmet etmesinden dolayı kendi tekellerinde tutar. Oysa aynı dönem içerisinde İslam dünyasında farklı bir durum ortaya çıkar. Siyaset duayeni Hz. Ömer zamanında Kuran nüshaları çoğaltılır. Abbasi halifeleri zamanında kitabın herkese ulaşması için aracılık edilir. İbn-i Sina, İbn-i Rüşd gibi bilim insanların çalışmaları Haçlı Seferleri'yle birlikte Batıyı dahi etkilemeye başlar. Buradan çıkaracağımız sonuç yönetici sınıfın anlayışı medyayı ne biçimde kullanacaklarını etkiler. Bu, Ortaçağ'da Batı ile İslam Medeniyeti arasındaki farkın oluşmasındaki önemli nedenlerden birisi kabul edilebilir. Endüstri çağında ise insanlık seri üretimle ve hızlı teknolojik değişimle karşılaşır. Bu iki unsur, toplumsal yapıların değişimine yol açar. İletişim araçları, çeşitlenir. Etki alanları artar. Bu bakımdan Kurtuluş Savaşı'nın kazanılmasında Mondros Ateşkes Antlaşmasına rağmen telgraf hatlarının bir kısmını işgalci güçlerin denetimine bırakılmasına direnen Mustafa Kemal Atatürk gibi bir dehanın politik manevraları etkili olur. Cumhuriyetin ilk yıllarında Cumhuriyet değerlerinin yayılmasında radyonun ciddi etkisi vardır denebilir. 1950 yılında Demokrat Parti'nin iktidara gelmesiyle Adnan Menderes algısını oluşturan en önemli unsurlardan birisinin Menderes'in radyo konuşmalarının etkisi yadsınamaz. İnternet, televizyon, sinema modern ve post-modern medya araçlarıdır. Çalışmamızın sonucu olarak tarihin başlangıcından günümüze kadar toplumu kendi idaresine ikna eden pek çok siyasetçinin medyayı etkin bir biçimde kullandıkları görülür. Geçmişten günümüze başarılı olmuş siyasetçilerin onların başarılarının ardındaki dinamikleri anlamanın yollarından bir tanesi medya kullanım deneyimlerine bakmaktır. Bununla ilgili daha çok çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışmamız bu önemli bir boşluğu dolduracağı kanaatindeyiz. Yöntem olarak eski siyasetçilerden pek çoğu ile görüşülmüş olması çalışmamızı daha da farklı kılmaktadır. Yaptığımız, sözlü tarih çalışmaları, gazete ve literatür taramalarının sonucu olarak şunu da söylemek mümkündür: 1960'ların ortasından 2000'lere kadar siyasette etkili olmuş Süleyman Demirel, Bülent Ecevit, Necmettin Erbakan, Alparslan Türkeş gibi isimler medyayı etkin kullanmıştır. Bu medya çalışmalarıyla düşüncelerini toplumda hızla yayabilmişlerdir. Sinema, basın, TV, duvar yazıları, broşür, kitap, afiş bu liderlerin kullandıkları önemli propaganda araçları sayılabilir. Günümüzde ise 15 yılı aşkın süredir devam eden Recep Tayyip Erdoğan etkisini anlamının yollarından birisi de onun medya kullanım deneyimine bakmaktır. Erdoğan, siyasi reklam filmi anlayışında çığır açmıştır denebilir. Siyaset duayenlerini var eden sadece onların söylemleri, politikaları, icraatları değildir. Bunları halka medya ile ne etkide ne biçimde aktarabildikleri de önemlidir.

Kaynakça

- AĞAOĞLU S. (1992), *Siyasi Günlük Demokrat Parti'nin Kuruluşu*, İstanbul.
- AKURGAL E. (1988), *Anadolu Uygarlıkları*, İstanbul.
- AKDAĞ M. (2018), *Tüm Yönleriyle Siyasi Algı ve Propaganda*, Aydın.
- ALKAN M. Ö. (2003), Tarihın Sesli Tanıkları: Plaklar, *Toplumsal Tarih Dergisi*, No:117). İstanbul.
- ATATÜRK (2007), *Nutuk*, ATAM Yay., Ankara.
- BEKTAŞ A. (1996), *Kamuoyu İletişim ve Demokrasi*, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- BURÇAK Rıfıkı S. (1979) *Türkiye'de Demokrasiye Geçiş(1945-1950)*, Olgaç Mat. Ankara.
- CAN F. (2005), *Bilgi Çağının Gündümlü Silahı: Medya*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- HAWKES J. (1965), *Pharaohs Of Egypt*, American Heritage Pub. Newyork, USA.
- KISHLANSKY M., GEARY P., O'BRIEN P. *Civilization in the Wesr*, Pearson Longman Punlishing, 2006, USA.
- MERCER C. (1962), *Alexander The Great*, Horizon Publishing, Newyork, USA.
- SCOGNAMİLLO G. (2003), *Türk Sineması*, Kabcacı Yay. İstanbul.
- TARKAN A. N. (2010), *Oseanoloji*, Muğla Üniv. Yay. Muğla.
- TAYLOR, J. E. (2007) , *Valuing the Numismatic Legacy of Alexander the Great*, University of California, Davis, USA.
- TOKGÖZ O. (2010), *Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim*, İmge Kitabevi, İstanbul.
- TOPUZ H. (1977), *Televizyon, Radyo, Basın ve Afişle Seçim Savaşları*, Milliyet Yay., İstanbul.
- IRMAK Y. (2013), "Folklorun Beş İşlevine Göre Âşık Mahzuni Şerif'in Şiirleri", *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, 19 Mayıs Ün. Samsun.
- KAYA E. (2008), *Türk Basınında 27 Mayıs İhtilali (1960-1961)*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.
- ÖZCAN A. (2008), *Psidia Bölgesi'nde Roma İmparatorluğu'nun Yapı Propagandası ve Politikası*, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Ankara Üniv, Ankara.
- AÇAN, Fettah, 1958 Aydın doğumlu, Aydın Muhasebeciler, Mali Müşavirler Odası Başkanı, Görüşme Tarihi ve Yeri: 20.12.2015, Aydın.
- AKTEMUR, Halil İbrahim, 1952 doğumlu, Eski Bakan Danışmanı ve Aydın İl Özel İdare Genel Sekreteri, Görüşme Tarihi ve Yeri: 22.11.2015, Aydın.
- ARINÇ Bülent, 1948 yılı, Bursa doğumlu, Eski TBMM Başkanı, Eski Başbakan Yardımcısı, Görüşme Yeri ve Tarihi: 06.02.2018, Ankara.

Akdağ

AYDINOĞLU, Mehmet, 1947 Aydın doğumlu, AP Eski Aydın Gençlik Kolları üyesi- Aydın Merkez İlçe İdare Kurulu Üyesi- Aydın İl Yönetim Kurulu Üyesi – İl Başkan Yardımcısı, Görüşme Tarihi ve Yeri: 28.02.2016- Aydın.

BAŞARIK, Hakkı (Dr.), 1956 doğumlu, Cerrah, Eski İl Sağlık Müdürü, Görüşme Tarihi ve Yeri: 21.11.2015, Aydın.

CERİT, Emine, 1932-Çine kargı doğumlu, Köylü, Tarım İşçisi, Görüşme Tarihi ve Yeri: 28.11.2016, Aydın.

ÇAMOĞLU, Nuri, 1955 Aydın doğumlu, Mali Müşavir, AP Aydın İl Gençlik Kolları Başkanı, AP Aydın İl İdare Kurulu Üyesi, Görüşme Tarihi ve Yeri: 04.02.2016, Aydın.

ÇİÇEK Cemil, Eski Adalet Bakanı, TBMM Başkanı, Hükümet Sözcüsü, Devlet Bakanı, Görüşme Yeri ve Tarihi:18.01.2018, Ankara.

ÇETİN, Hikmet, 1937 Diyarbakır Doğumlu, Eski Başbakan Yardımcısı, Eski Milletvekili, Eski Dışişleri Bakanı, CHP Eski Genel Başkanı, Görüşme Yeri ve Tarihi: 12.01.2018, TBMM-Ankara.

ERDEM, Mehmet, 1966 Aydın doğumlu, RP Aydın Merkez İlçe Başkanı, AKP Aydın İl Başkanı, AKP Aydın Milletvekili, Görüşme Tarihi ve Yeri: 09.10.2016, Ankara.

ERTÜRK, Ahmet, 1953 doğumlu, Avukat-Çiftçi-Eski milletvekili, Görüşme Tarihi ve Yeri: 21.11.2015, Nazilli.

GÖNÜL, Ali Rıza (Av.), 1945 Kuyucak-Aydın doğumlu, AP Kuyucak İlçe Başkanı-Eski Aydın Milletvekili-Eski Sanayi ve Ticaret Bakanı, Görüşme Tarihi ve Yeri: 20.06.2016- Kuşadası, İkinci Görüşme: 15.11.2016.

GERMEN Sümer (Av.), 1954 doğumlu, Eski Aydın Barosu Başkanı, Görüşme Tarihi ve Yeri: 28.11.2015, Aydın.

KONAKLI, Ahmet, 1947 doğumlu, Eğitimci, Eski Aydın Ticaret Odası Meclis Başkanı, İzmir'de Eski Aydın Talebe Birliği Başkanı, Görüşme Tarihi ve Yeri: 06.12.2015 Aydın.

KIRATLIOĞLU, Esat (Dr.), 1930-Nevşehir doğumlu, Eski AP ve DYP milletvekili, Genel Başkan Yardımcısı, Devlet ve Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı, Görüşme Tarihi ve Yeri: 02.07.2016, Ankara, İkinci Görüşme Tarihi: 09.10.2016.

MENTEŞE Nahit (Av.) 1932-Aydın doğumlu, Eski AP Aydın Milletvekili, Gümrük ve Tekel Bakanı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı, Milli Eğitim Bakanı, Turizm ve Tanıtma Bakanı, İçişleri Bakanı, Görüşme Tarihi ve Yeri: 22.07.2016, Kuşadası.

SABUNCU Nabi, 1943 doğumlu, Tüccar, Eski Aydın AP Merkez İlçe Başkanı, Milletvekili, Görüşme Tarihi ve Yeri: 05.12.2015, Aydın.

SEZGİN İsmet, Eski AP Genel Başkan Yardımcısı, Başbakan Yardımcısı, Maliye Bakanı, İçişleri Bakanı, Gençlik ve Spor Bakanı, Eski Aydın Belediye Başkanı, Eski Aydın Milletvekili, Görüşme Tarihi ve Yeri: 22.03.2016, Salı, Ankara.

ŞAHİNCİ, Hürrem (Av.), 1943 Aydın doğumlu, Eski Aydın Koçarlı CHP İlçe Başkanı, Görüşme Tarihi ve Yeri: 19.12.2015, Aydın.

TOPTAN, Köksal (Av.), 1943 Rize doğumlu, Eski Devlet, Eski Milli Eğitim Bakanı, Eski TBMM Başkanı, Görüşme Tarihi ve Yeri: 30.11.2017, Ankara.

ZENCİRCİ Ahmet, 1945-Germencik doğumlu, Çiftçi, CHP Germencik İlçe Başkanı-Germencik Belediye Başkanı 3 dönem, Görüşme Tarihi ve Yeri: 22.10.2016, Germencik.

NHK World TV, Trump Yemin Töreni Canlı Yayın, 20.01.2017, Türkiye Saatiyle:20:00, CNN Türk Canlı Yayın 20.01.2017. Saat: 20:30

TRT-1 Ana Haber, 24.02.2017.

İnternet ve Diğer Kaynaklar

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5ac5b609c49980.09155946 Erişim Tarihi: 05.04.2018.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5aa94b2ddc8433.59175739 Erişim Tarihi:14.03.2018.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5aa94b33649423.39727291 Erişim Tarihi: 14.03.2018.

https://www.basbakanlik.gov.tr/Forms/_Global/_Government/pg_CabinetHistory.aspx Erişim Tarihi: 29.04.2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=asAit6Zp-T8> Erişim Tarihi:28.01.2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=vz0AjOyW9y0> Erişim Tarihi:28.01.2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=GlrH4qyk7vA> Erişim Tarihi: 28.01.2018.

<https://www.turkedebiyati.org/sairler/mahzuni.html> Erişim Tarihi: 28.01.2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=53k99N6z3JQ> Erişim Tarihi: 28.01.2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=FI5eEZkNEDI&t=173s> Erişim Tarihi: 29.04.2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=bQExSzT0rBo> filmin orijinaline bu sayfadan ulaşılabilir. Erişim Tarihi: 12.11.2017.

<https://www.youtube.com/watch?v=tvj8XdL-A8M> Erişim Tarihi: 18.10.2016.

Akdağ

https://www.youtube.com/watch?v=X_pUCOyeBWE Erişim Tarihi: 18.10.2016.

<https://www.youtube.com/watch?v=80J0FCe69to> Erişim Tarihi: 18.10.2016.

<https://www.youtube.com/watch?v=tvj8XdL-A8M> Erişim Tarihi: 31.10.2016.

<https://www.youtube.com/watch?v=oQ6YCK1kVrA> Erişim Tarihi: 31.10.2016.

https://www.youtube.com/watch?v=ZcgZb_rbfek Erişim Tarihi: 18.10.2016.

<http://www.mezatpazari.com/urun/183558/siyasi-tarih> Erişim Tarihi: 11.01.2017.

<https://www.youtube.com/watch?v=UrRgasif-Uk> Erişim Tarihi: 11.01.2017.

https://www.google.com.tr/search?q=milletin+adam%C4%B1&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjS2uyxYHUAhWEvxQKHwXnCXkQ_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgrc=hWG9O7l0iKAJj: Erişim tarihi:22.05.2017.

<http://www.ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/Milletvekili/7Haziran2015/KesinSecimSonuclari/ResmiGazete/D.pdf> Erişim Tarihi: 29.04.2018.

<https://twitter.com/> Erişim Tarihi: 08.11.2016. “Nihat Zeybekci @ZeybekciNihat

Anadolu

Demokrat İzmir

Hürriyet

Milliyet

Yeni Asır