

Bölüm Xxx

SIYASAL AKTÖRLERİN 23 HAZİRAN İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ SEÇİMLERİNDE HEMŞEHRİ STRATEJİSİ DOĞRULTUSUNDA KULLANDIKLARI MESAJLARIN MEDYA ÜZERİNDEN OKUMALARI

Kamuran GÜLARSLAN DEĞER¹

Giriş

Siyasal seçimler demokratik toplumların en önemli özelliklerinden birini oluşturmaktadır. Toplumunu oluşturan bireyler seçimlerde iktidarın politikalarından ve icraatlarından memnun kalmadıkları için değişim talebinde bulunabilecekleri gibi, siyasal iktidarı destekleyerek devamlılığını da sağlayabilirler. Habermas (2017: 155), demokrasilerdeki seçme ve seçilme hakkını ‘hakların paradigması’ olarak tanımlamaktadır. Buna göre seçme seçilme hakkı, yalnızca siyasal self-determinasyon için temel oluşturduğundan değil, bireysel olarak özerk davranma ve özgün tavır alma hakkına sahip eşit vatandaşların topluma dâhil olmaları sürecine de aracılık etmektedir.

Bu demokratik sürecin işleyişine önemli katkıda bulunan siyasal kampanyaların iki temel amacı bulunmaktadır. Bunlardan birincisi siyasal partinin politikaları ve programı konusunda halkı bilgilendirmek, ikincisi ise siyasal iktidar olabilmek için seçmen kitlelerini kendi partilerini seçmeleri konusunda ikna edebilmektir. Buna göre sürecin başlangıcında hedefler doğrultusunda belirlenecek olan ana strateji siyasal kampanyaların temelini oluşturmaktadır. Siyasal kampanyalarda belirlenen stratejinin Özkan’ın ifadesiyle (2015: 18), seçmenin siyasal partiyi neden tercih etmesi gerektiği sorusunun yanıtını vermelidir. Nitekim siyasal kampanyanın teması, verilecek mesajlar, seçimlerde partiyi iktidara taşıyacak seçmen kitlesine ulaşmanın yolu ve yöntemlerinin tamamı ana stratejinin etrafında şekillenmektedir. Bu eksende ele alındığında çalışmanın ana konusunu ‘hemşehri stratejisi’ oluşturmaktadır.

CHP’nin İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayı olan Ekrem İmamoğlu’nun kazandığı 31 Mart İstanbul Büyükşehir Belediyesi Seçimleri’nin YSK ta-

¹ Dr., Esenyurt Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, kamurandeger@esenyurt.edu.tr

rilğin günümüzde önemli bir siyasal araç haline geldiği söylenebilir (Kurtoğlu, 2005). Nitekim 23 Haziran İstanbul Büyükşehir Belediyesi Seçimleri'nde MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin ifade ettiği üzere AKP'nin seçim stratejisinin hemşerilik üzerine şekillendirilirken, rakibi CHP'nin de benzer bir stratejiyi izlediği anlaşılmaktadır.

Çalışmada her iki siyasal partinin de seçimlerde benimsedikleri hemşehri stratejisi ile nasıl bir yol izlediği ve ne tür mesajlarla seçmen kitlesini ikna etme çabasına girdiğini belirlenmeye çalışılmıştır. İnceleme sonrasında elde edilen bulgular çalışmanın varsayımlarını büyük ölçüde destekler niteliktedir. Buna göre Yıldırım'ın seçim kampanyasında daha çok Doğu ve Güneydoğu Anadolu kökenli seçmen kitlesinin desteğini almaya yöneldiği yönündeki varsayım desteklenmiştir. Nitekim İstanbul'da çok sayıda hemşehri derneklerini ziyaret eden Yıldırım, Erzincan, Sivas, Diyarbakır ve Şanlı Urfa şehirlerine de bayram ziyareti düzenlemiştir.

Çalışmada AKP'nin Karadeniz kökenli olan Hazine ve Ekonomi Bakanı Berat Albayrak ve İçişleri Bakanı Süleyman Soylu'nun da özellikle Karadenizli seçmenlerin desteğini almak için seçim kampanyasında aktif olarak görev aldıkları anlaşılmaktadır. Diğer yandan yapılan incelemede İmamoğlu'nun İstanbul'da sadece Sivaslı işadamları ile görüşme yaptığı, hemşehri stratejisini yoğunluklu olarak Trabzon, Ordu ve Giresun şehirleri üzerinden gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Seçim kampanyası boyunca AKP'li siyasal aktörlerin seçmen kitlesini ikna etmek için kullandıkları iletilerin daha çok 'terör', 'din', 'milliyetçilik', 'muhafazakârlık', 'vatanseverlik', 'etnik kimlik' gibi unsurlar üzerinden verildiği belirlenmiştir. CHP'nin İstanbul Büyük Şehir Belediye Başkan Adayı Ekrem İmamoğlu'nun "temiz siyaset" üzerinde sıkça mesaj verirken, bir yandan da AKP iktidarı dönemindeki İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin politika ve uygulamalarını eleştirdiği anlaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aziz A. (2015). *Siyasal iletişim*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Bongrad, M. (1991). *Politikada pazarlama*, Çeviren: Fatoş Ersoy, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Değer Gülerslan K. (2016). *Siyasal aktörlerin iletilerinde korkunun üretimi ve yayılımında kitle medyasının etkisi* (Doktora Tezi), Kocaeli Üniversitesi.
- Habermas J. (2017). *Öteki olmak ve ötekiyle yaşamak*, İstanbul: YKY Yayınları.
- Kahraman Bülent H. (2010). *Türk siyasetinin yapısal analizi*, İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Kapani, M. (1992). *Politika bilimine giriş*, İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Köse, A. (2008). küreselleşme çağında bir aidiyet zemini ve örgütlenme biçimi olarak hemşehrilik, *Akademik İncelemeler*, 3 (1), 221-231.
- Kurtoğlu A. (2005). Mekânsal bir olgu olarak hemşehrilik ve bir hemşehrilik mekânı olarak dernekler, *European Journal of Turkish Studies*, ISSN: 1773-0546.

- Kurtoğlu A. (2012). Siyasal örgütler ve sivil toplum örgütleri bağlamında hemşerilik ve kollamacılık, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 67 (1), 141-169.
- Lilleker Darren, G. (2013). *Siyasal iletişim temel kavramlar*, İstanbul: Kaktüs İletişim,
- Oskay, Ü. (2001), *İletişimin ABC'si*, İstanbul: Der Yayınları.
- Özkan A. (2015). *Seçim kampanyaları*, İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Uztuđ, F. (2004), *Siyasal iletişim yönetimi*, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Tekeliođlu, O. (2006). *Pop yazıları: Varořtan merkeze yürüyen halk zevkleri*, İstanbul: Telos Yayınları.
- İnternet Kaynakları**
- Hürriyet Gazetesi, <http://hurriyet.com.tr>, 23 Mayıs-23 Haziran.
- Sabah Gazetesi, <http://sabah.com.tr>, 23 Mayıs-23 Haziran.
- Cumhuriyet Gazetesi, <http://cumhuriyet.com.tr>, 23 Mayıs-23 Haziran.
- Sözcü Gazetesi, <http://sozcu.com.tr>, 23 Mayıs-23 Haziran.
- Göksedef E., İstanbul Seçimi: 31 Mart'ta Sandığa Gitmeyen Seçmeler 23 Haziran'da Ne Yapacak?, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-48689720>, 10.06.2020.
- Göksedef E. ve Tatlıcı, İstanbul Seçimi: Partiler İstanbul'daki Muhafazakâr Kürt Seçmeni Kazanmak İçin Uğraşıyor, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-48710520>, 14.03.2020.
- Acat M. (2019), İstanbul Seçimleri'nin Anatomisi, <https://www.yenisafak.com/yazarlar/mehmeta-cet/istanbul-secmeninin-anatomisi-2050356>, 20.04.2019
- Sandığa Gitmeyen 1.7 Milyon Kiři Kim, 23 Haziran'da Ne Yapmayı Planlıyor?, <https://odatv4.com/sandiga-gitmeyen-1.7-milyon-kisi-kim-ve-23-haziranda-ne-yapacaklar-26051945.html>, 05.05.2019.