T.C.
ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SEÇİM KAMPANYALARINDA MİLLİYETÇİLİK SÖYLEMİ: 14 MAYIS 2023 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

NURGÜL EKİNCİ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

ANKARA 2025

T.C.
ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SEÇİM KAMPANYALARINDA MİLLİYETÇİLİK SÖYLEMİ: 14 MAYIS 2023 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

NURGÜL EKİNCİ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

TEZ DANIŞMANI
BAHATTİN CİZRELİ

ANKARA,2025

ONAY SAYFASI

Nurgül EKİNCİ tarafından hazırlanan "Seçim Kampanyalarında Milliyetçilik Söylemi: 14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimi" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyesi	**Kabul / Red**	**Kurumu**	**İmza**
Dr. Öğr. Üyesi – Bahattin Cizreli		Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	
Dr. Öğr. Üyesi – Feyza Korkmaz Sağlam		Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	
Doç. Dr. – Alkan Üstün		Bartın Üniversitesi	

Tez Savunma Tarihi: 29.01.2025

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Doç. Dr. Muhammet Enes KALA
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü V.

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün aşamalarda patent ve telif haklarını ihlal edici etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tezde kullanılmış olan tüm bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi beyan ederim. 29.01.2025

İmza

Nurgül EKİNCİ

TEŞEKKÜR

Tez sürecim boyunca bilgi, rehberlik ve değerli katkılarıyla bana yol gösteren danışmanım Bahattin Cizreli ’ye en derin şükranlarımı sunarım. Kendisi, akademik gelişimime büyük katkı sağlamış, her aşamada yönlendirmeleri, eleştirileri ve teşvik edici yaklaşımıyla bana ışık tutmuştur. Bilimsel bakış açımı genişleten, araştırma yöntemleri konusundaki engin bilgisi ve sabrı sayesinde, bu çalışmayı daha sağlam temellere oturtma fırsatı buldum.

Danışmanımın titizlikle yaptığı geri bildirimler, yol gösterici tavsiyeleri ve süreç boyunca gösterdiği anlayış, karşılaştığım zorlukların üstesinden gelmemde büyük bir rol oynamıştır. Bu süreçte verdiği destek, zaman ayırarak sağladığı kıymetli geri bildirimler ve teşvik edici tutumu için kendisine sonsuz teşekkür ediyorum.

Ayrıca, araştırma sürecinde görüşleri, katkıları ve eleştirileriyle çalışmama değer katan jüri üyelerim Alkan Üstün ve Feyza Korkmaz Sağlam’a minnettarım. Destekleri, bilimsel bakış açımı geliştirmemde büyük bir rol oynamıştır. Lisans ve yüksek lisan süresi boyunca katkılarıyla sosyolojide derinleşmeme imkân tanıyan Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyoloji bölümü hocalarıma şükranlarımı sunuyorum.

Hayatımın her aşamasında özellikle okuma konusunda desteklerini daim yanımda hissettiğim annem Zelife ve babam Gafur Öksüzali’ye verdikleri emek, sevgi ve destek için minnettarım. Onların rehberliği ve duaları, bu başarıya ulaşmamda en büyük güç kaynaklarımdan biri olmuştur.

Hayatımın her anında yanımda olan, sabır ve anlayışıyla beni destekleyen değerli eşim Ahmet Ekinci’ye bu zorlu süreçte gösterdiği fedakârlık ve desteği için gönülden teşekkür ederim. Onun varlığı, bana her zaman güç verdi.

Hayatımın huzuru olan sevgili çocuklarım Mecide Nur, Meryem Ravza ve Muhammed’e sabırları ve sevgileriyle bana ilham kaynağı oldukları için teşekkür ediyorum. Onların varlığı, bu süreci daha anlamlı ve değerli kıldı.

Son olarak, çalışmanın ilerlemesinde işimi kolaylaştıran Sevilay Karaman ve çalışma arkadaşlarıma içtenlikle teşekkür ederim.

Bu tezin, çalışmalarıma ve akademik yolculuğuma önemli bir katkı sunmasını diliyor

ÖZET

Seçim Kampanyalarında Milliyetçilik Söylemi: 14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimi

Küreselleşmenin yarattığı toplumsal, ekonomik ve politik dinamikler, milliyetçi söylemin giderek daha belirgin hale gelmesine neden olmaktadır. Savaşlar ve göçler toplumların güvenlik ve kimlik endişelerini arttırırken Avrupa'da milliyetçi partilerin oyları da artmaktadır. Günümüz siyasetinde milliyetçilik, seçim kampanyalarının vaz geçilmez bir söylemidir.

Milliyetçilik teorileri, milletin ve milliyetçiliğin kökenini farklı yaklaşımlar üzerinden ele almaktadır. İlkçi yaklaşım, milliyetçiliğin tarih boyunca var olduğunu savunurken, modernistler onu Sanayi Devrimi ve Fransız İhtilali gibi modern süreçlere dayandırmaktadır. Etno-sembolistler ise milletlerin tarihsel hafıza biriktirdiğini ve bu kimliğin semboller ve simgeler aracılığıyla sürdüğünü öne sürmektedir.

Bu çalışma, 14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Cumhur İttifakı adayı Recep Tayyip Erdoğan ve Millet İttifakı adayı Kemal Kılıçdaroğlu'nun miting konuşmalarında milliyetçi söylemin nasıl inşa edildiğini ve seçmen nezdinde nasıl konumlandırıldığını analiz etmektedir. Çalışma kapsamında, milliyetçi söylemin miting konuşmalarındaki kullanımı içerik ve söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmada nicel verilerden yararlanarak nitel yönelimli bir araştırma tasarımı ile yürütülmüştür. Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun altı farklı ilde (İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Samsun, Van) gerçekleştirdiği mitinglerde kullandıkları söylemler karşılaştırmalı olarak ele alınmış ve veriler kimlik, semboller ve ülke tasavvuru temalarında betimsel olarak analiz edilmiştir.

Liderler, milliyetçi söylemi kullanma sıklıkları ve bağlamları açısından farklılık göstermektedir. Erdoğan, söyleminde tarihsel referanslar, milli kimlik ve "Türkiye Yüzyılı" gibi temaları öne çıkarırken, Kılıçdaroğlu daha kapsayıcı, birlik ve beraberliği vurgulayan kolektif bir milliyetçilik anlayışı benimsemektedir. Her iki lider de "biz" ve "öteki" kimliği üzerinden seçmeni belirli bir aidiyet çerçevesine yerleştirmektedir. Erdoğan, semboller ve gelenek üzerinden modernist bir yaklaşım sunarken, Kılıçdaroğlu ulusal kimlik inşasına dayalı bir modernist perspektif benimsemektedir.

Türkiye'de liderler, milliyetçi söylemi hem birleştirici hem de ayrıştırıcı bir araç olarak kullanmaktadır. Bu çalışma, seçim dönemlerinde milliyetçi söylemin siyasal iletişimdeki işlevini, liderlerin söylemlerini nasıl şekillendirdiğini ve seçmen üzerindeki

etkisini analiz ederek siyaset bilimi, iletişim çalışmaları ve sosyoloji alanlarına katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *14 Mayıs 2023 seçimleri, milliyetçi söylem, kimlik, semboller, ülke tasavvuru*

ABSTRACT

Nationalist Discourse in Election Campaigns: Presidential Elections of May 14, 2023

The social, economic, and political dynamics generated by globalization have led to the increasing prominence of nationalist discourse. As wars and migration heighten societies' concerns about security and identity, the support for nationalist parties in Europe has also been rising. In contemporary politics, nationalism has become an indispensable element of election campaigns.

Nationalism theories examine the origins of nations and nationalism through different approaches. The primordialist perspective argues that nationalism has existed throughout history, whereas modernists associate it with modern processes such as the Industrial Revolution and the French Revolution. Ethno-symbolists, on the other hand, claim that nations accumulate historical memory over time, and this identity is sustained through symbols and emblems.

This study analyzes how nationalist discourse was constructed and positioned in the eyes of voters during the May 14, 2023, Turkish presidential elections, focusing on the campaign speeches of Recep Tayyip Erdoğan, the candidate of the People's Alliance, and Kemal Kılıçdaroğlu, the candidate of the Nation Alliance. The study employs content and discourse analysis to examine the use of nationalist discourse in campaign speeches. A qualitative research design, supported by quantitative data, was adopted. The speeches delivered by Erdoğan and Kılıçdaroğlu in six different cities (Istanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Samsun, and Van) were analyzed comparatively, and the data were examined descriptively through the themes of identity, symbols, and national vision.

The frequency and contextual use of nationalist discourse differ between the two leaders. While Erdoğan's rhetoric emphasizes historical references, national identity, and the "Century of Türkiye" vision, Kılıçdaroğlu adopts a more inclusive approach, emphasizing unity and collective nationalism. Both leaders construct their narratives around the "we" and "other" identities, shaping voter perceptions through a sense of belonging. Erdoğan integrates symbols and traditions into his discourse, reflecting a modernist approach in nation-building, while Kılıçdaroğlu applies a modernist perspective focusing on national identity construction.

In Türkiye, leaders use nationalist discourse both as a unifying force and as a divisive tool against their opponents. This study aims to contribute to the fields of political science, communication studies, and sociology by examining the role of nationalist discourse in political communication during election periods, how leaders shape their rhetoric, and the impact of these narratives on voters.

Keywords: *May 14, 2023 elections, nationalist discourse, identity, symbols, national vision*

İÇİNDEKİLER

ÖZET I
ABSTRACT III
İÇİNDEKİLER V
ŞEKİLLER DİZİNİ VII
TABLOLAR DİZİNİ VIII
KISALTMALAR DİZİNİ IX
GİRİŞ 1
1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE 7
1.1. Kavramsal Çerçeve 7
1.1.1. Milliyetçilik 8
1.1.2. Kimlik 21
1.1.3. Simgeler 28
1.1.4. Türkiye Tasavvuru 31
1.2. Kuramsal Çerçeve 33
1.2.1. Milliyetçilik Teorileri 35
1.2.1.1. İlkçi Yaklaşımlar 39
1.2.1.2. Modernist Yaklaşımlar 40
1.2.1.3. Etno-Sembolik Yaklaşımlar 43
1.2.1.4. Yeni Yaklaşımlar 46
1.3. Siyasal İletişim 49
1.3.1. Siyasal İletişim Nedir 49
1.3.2. Siyasi Kampanyaları ve Mitingler 53
1.3.3. Söylemlerde Milliyetçilik 59
1.4. Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinin Siyasal Bağlamı 61
Türkiye Tarihinde Cumhurbaşkanlığı Seçimleri 62
1.4.1. Cumhurbaşkanlığı Yönetim Sistemi ve İttifaklar 66
1.4.2. 2023 Seçimlerine Giderken Türkiye'nin Problemleri 71
2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ 75
2.1. Amaç ve Yöntem 75
2.2. Veri Analiz Tekniği ve Veri Kaynağı 79
2.2.1. İçerik Analizi 81
2.2.2. Söylem Analizi 82
2.3. Sınırlılıklar 88

3. VERİLER VE BULGULAR 89
3.1. Kimlik 107
3.2. Simgelerin Kullanımı 121
3.3. Türkiye Tasavvuru 135
SONUÇ 143
KAYNAKÇA 153

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil-3 1:Türkiye Yüzyılı logosu 91
Şekil 3 2: Erdoğan'ın seçim reklam panosu..... 92
Şekil 3 3: Kılıçdaroğlu seçim afişleri 92
Şekil 3 4:Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarının akış diyagramı 96
Şekil 3 5:Erdoğan'ın konuşmalarının akış diyagramı 99
Şekil 3 6: Erdoğan'ın T1.1: biz kimliği veT1.2.: öteki kimliği dağılımı iller bazında dağılımı..... 103
Şekil 3 7: Erdoğan'ınTürkiye Yüzyılı sloganının illerde kullanım sayıları 1044
Şekil 3 8:Kılıçdaroğlu'nun en çok kullandığı 5 kelime 1055
Şekil 3 9:Erdoğan'ın en çok kullandığı kelimeler..... 1066
Şekil 3 10: Erdoğan'ın mitinglerde en çok kullandığı milliyetçi kelimeler..... 1077
Şekil 3 11: Kılıçdaroğlu ve Erdoğan'ın biz ve öteki kimliği için kullandıkları kelimeler küme diyagramı 1200
Şekil 3 12:Simgelerin kategorileri ve temsili kelime ve kavramları 1222
Şekil 3 13: Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarında simgelerin kullanım dağılımı 1244

Şekil 3 14: Erdoğan'ın somut milliyetçi ve kutsal simgeleri kullanımı..... 12929
Şekil 3 15:Erdoğan'ın kollektif simgeleri kullanımı 1300
Şekil 3 16: Türkiye tasavvuruna ait bazı kelimeler 1366
Şekil 3 17: Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun Türkiye Tasavvuru için kullandıkları kelimelerin kesişim ve fark kümeleri..... 13838

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo2. 1:Adayların verilerini analiz modeli 87
Tablo3. 1:Kılıçdaroğlu'nun miting konuşmalarının gelişme bölümünün konuları 95
Tablo3. 2: Erdoğan'ın altı il konuşmasında ki ortak kelimeler ve sayıları 102
Tablo3. 3:Erdoğan'ın T1.1: biz kimliği ve T1.2.: öteki kimliği dağılımı iller bazında kelime sayıları……103
Tablo3. 4:Kılıçdaroğlu ve Erdoğan'ın altı il konuşmalarında ki ortak kelimelerin frekansı 1055
Tablo3. 5: Kılıçdaroğlu'nun miting konuşmalarında kullandığı illere göre biz ve onlar kelime sayıları..... 11818
Tablo3. 6:Kılıçdaroğlu ve Erdoğan'ın biz ve öteki kimliği için kullandıkları kelimeler tablosu..... 120
Tablo3. 7:Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarında somut ve kutsal simgelerin kullanım sayıları 1233
Tablo3. 8:Kılıçdaroğlu'nun kollektif simge olarak kullandığı kelimeler 1244
Tablo3. 9:Erdoğan'ın somut milliyetçi ve kutsal simgeleri kullanım sayıları……...12828
Tablo3. 10:Erdoğan'ın illere göre kollektif simgelerin kullanım sayıları..... 1311
Tablo3. 11: Erdoğan'ın Kürt kelimesini illere göre kullanma sayısı 1311
Tablo3. 12:Erdoğan'ın İstanbul ve Van konuşmasındaki 10 ve üstü sayıda kullandığı kelimeler..... 1333
Tablo3. 13: Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun kollektif simgeleri kullanım sayıları..... 1333
Tablo3. 14:Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun milli somut ve kutsal sembolleri kullanımı... 1344
Tablo3. 15: Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun Türkiye Tasavvuru temasında en çok kullandıkları kelimeler..... 1377
Tablo 4. 1: İki liderin temaları tasarlama şekli……..146

KISALTMALAR DİZİNİ

AK Parti: Adalet ve Kalkınma Partisi

ANAP: Anavatan Partisi

BBP: Büyük Birlik Partisi

CHF: Cumhuriyet Halk Fıkrası

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

DEVA: Demokrasi ve Atılım Partisi

DP: Demokrat Parti

FETÖ: Fethullahçı Terör Örgütü

GELECEK: Gelecek Partisi

HDP: Halkların Demokrat Partisi

HÜDA PAR: Hür Dava Partisi

KHK: Kanun Hükmünde Kararname

LGBT: Lezbiyen Gey Biseksüel Trans

MHP: Milliyetçi Hareket Partisi

OHAL: Olağanüstü Hal

SAADET: Saadet Partisi

SSCB: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

TAMP: Türkiye Afetle Mücadele Planı

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

YRP: Yeniden Refah Partisi

GİRİŞ

Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin yıkılması, dünyada liberalizmin komünizmi yenmesi olarak yorumlanmıştır. Liberalizmin küreselleşerek dünyayı etkisi altına aldığı bir dönemde, dünya vatandaşlığından bahsedenlerin sayısı da artmıştır. Ancak, küreselleşmenin sınırları aşarak insanlığı Batı merkezli tek tipleşmeye doğru yönlendirmesi ve milliyetçiliğin aynı zamanda yükselişe geçmesi zıt ve gerilimli bir durum yaratmaktadır.

Küreselleşme, dünya genelinde etkisini gösterirken, toplumlar aynı anda göç, terör, radikalleşme, eşitsizlik ve yoksulluk gibi sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Mevcut sistemin bu sorunları çözemediğini düşünen toplumlar, millet kimliğine vurgu yapan liderlerin etrafında toplanma eğilimi göstermektedir. İtalya ve İsviçre'de aşırı sağ partilerin seçim başarıları, Almanya, Fransa ve İspanya ve Portekiz gibi ülkelerde sağın yükselişi bu eğilime örnek teşkil etmektedir. Aynı durumun Türkiye için de geçerli olduğu sıklıkla dile getirilmektedir.

Avrupa'da milliyetçilik, ulus-devlet temelli bir şekilde ilerlerken, Orta Doğu'da ise mikro milliyetçilik biçimlerine dönüşme eğilimindedir. Bitmesi beklenen milliyetçiliğin neden yeniden yükselişe geçtiği sorusu, dünya genelinde tartışma konusu olmaya devam etmektedir. Modernitenin inşa ettiği bir olgu olarak görülen milliyetçilik, post-modern dünyada modernlikten koparak kendini yeniden tasarlamaktadır. Anderson'un "hayali" olarak tanımladığı milliyetçilik, yeni dünyaya kurgusal bir gerçeklik olarak eklemlenmektedir.

Bu noktada milliyetçiliği insanlık tarihi kadar eskiye dayandıran ilkçi yaklaşımlar ile ulus-devletin bir parçası olarak gören modernist yaklaşımlar arasındaki ayrımın kısmen anlamsızlaştığı söylenebilir. Milliyetçilik, kapitalizm gibi dönüşerek toplumlarda varlığını sürdürmeyi başarmaktadır.

Bu başarının sürekliliğinde siyasetçiler ve seçim kampanyaları önemli bir yer tutmaktadır. Seçim kampanyalarının bir pazara dönüştüğü günümüzde, seçmenlerin kaygı ve endişelerini anlamak ve yanıtlamak büyük önem taşımaktadır. Ulus-devletlerle oluşturulmuş birlik, bütünlük ve aidiyeti temsil eden milli kimliklerin ekonomik, siyasi ve kültürel olarak korunması, bağımsızlık ve egemenlik için vazgeçilmez unsurlar arasında yer almaktadır. Seçmenlere güvenlik, gurur ve onur duygusunu hissettiren milliyetçi söylem,

doğal olarak seçim kampanyalarının omurgasını oluşturmaktadır. Bu söylem, yazılı ve sözlü seçim envanterleriyle seçmene ulaştırılmaktadır.

Bu noktadan hareketle, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde adayların milliyetçi söylemi benimsemiş ve kullanmış olması beklenmektedir. Bu çalışmada, Millet İttifakı adayı Kemal Kılıçdaroğlu ve Cumhur İttifakı adayı Recep Tayyip Erdoğan'ın miting konuşmalarında milliyetçi söylemi nasıl inşa ettikleri ve kullandıkları incelenmiştir. Çalışma, anlayıcı sosyolojik yönteme dayalı olarak içerik ve söylem analiziyle gerçekleştirilmiştir.

Nicel veriler kullanılarak nitel yönelimli bir araştırma olan çalışmada, içerik ve söylem analiz yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler kategorilendirildikten sonra, nitel araştırmanın karşılaştırma yöntemiyle iki adayın karşılaştırılması sağlanmıştır. Bu araştırma, örneği bağlamında seçim dönemlerinde liderlerin milliyetçi söylemi nasıl ürettiklerini, nasıl kullandıklarını ve benzerlik ile farklılıkların nasıl gerçekleştiğini tespit ederek sosyal bilimler alanında, özelde ise siyaset sosyolojisi üzerinden tartışma yürütmektedir.

Çalışma, milliyetçi söylemin liderler tarafından 14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde nasıl bir araç olarak kullanıldığını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Liderin söylemleri üzerinden şekillenen bu analiz, milliyetçiliğin seçim kampanyalarındaki kimlik inşası, sembollerin kullanımı ve Türkiye tasavvurunun nasıl kurulduğuna odaklanmaktadır. Bu tartışma yürütülürken, milliyetçilik ve siyasal iletişime ait kavramsal ve kuramsal bir çerçeve sunulmaktadır. Kavramsal ve kuramsal çerçeve, 2018 yılında referandum ile değişen cumhurbaşkanlığı sistemi nedeniyle zorunlu hale gelen ittifakları da ele almaktadır.

Milliyetçiliği baştan beri var olan ve değişmez bir olgu olarak ele alan ilkçi yaklaşımlar, milletlerin tarih boyunca var olduğu görüşünü savunmaktadır. Bu yaklaşım, milliyetçiliğin erken dönemlerden itibaren var olduğunu ve modernleşme ile genişleyip yayıldığını öne sürerek, milletin varlığını etnik kökene ve kültüre dayandırmaktadır. İnsanın sosyal bir varlık olarak içerisine doğduğu toplumun etnik kimliğini benimsediği savıyla, milletin doğal olarak verildiğini savunmaktadırlar. Özkırımlı (2020) bu yaklaşımın milletlerin varlığının kan ve soy bağı gibi biyolojik bağlara dil, din, gelenek gibi ortak kültürel unsurlara dayandıran bir anlayış olduğunu ifade etmektedir.

Milliyetçiliği modernleşme veya kapitalizmin doğurmadığı aksine milliyetçiliğin toplumun doğal bir sonucu olarak tarih boyunca var olduğunu savunan ilkçi yaklaşımlar, toplumu değişmez bir yapı olarak kabul etmektedir. Bu yaklaşım, modernleşmenin toplumun

değerleri ve yapısı üzerindeki etkisi hakkında bir görüş ortaya koymaksızın, yalnızca milletin ve milliyetçiliğin kökenlerine odaklanmaktadır. İlkçi yaklaşım, etno-sembolik yaklaşımla milliyetçiliğin kökenleri konusunda benzerlik gösterirken, kültürel değişim konusundaki görüşlerinde ayrışmaktadır.

Milliyetçiliğin farklı toplumlarda, farklı zamanlarda ve biçimlerde ortaya çıkması, ideolojinin kökenleri üzerine tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Milliyetçiliğin ne zaman ortaya çıktığına dair tartışmalarda modernistler; Smith, Kedourie, Nairn ve Hobsbawm gibi düşünürler Fransız Devrimi'ni temel alırken, sanayi devrimi ve kapitalizmi merkeze alan düşünürler de bulunmaktadır. Modernistlerden Benedict Anderson (1995), milletlerin birbirlerini tanımadığı hâlde, millet duygusu etrafında birleşmelerinin gerçek bir olgudan ziyade yaratılmış bir hayali durum olduğunu ifade etmektedir.

Kapitalizm, ekonomiyi şekillendirirken siyaset ve kültürde bu dönüşümden etkilenmektedir. Toplum, bütünlüklü bir yapı olarak ekonomik, siyasal ve kültürel değişimlere maruz kalırken, ulus-devletler tarafından inşa edilen milletler ve bu milletlere biçilen kimlikler bu bağlamda şekillenmektedir. Nairn (2015), milliyetçiliği sanayileşme sonrası ortaya çıkan bir durum olduğunu belirtmekte ve kalkınma ekseninde bir söylem geliştirmektedir. Nairn, dünya genelindeki ekonomik ve kalkınma dengesizliklerini gidermek adına kalkınmamış ülkelerin kendi devletleşme süreçlerini gerçekleştirmek zorunda olduklarını savunmaktadır.

Modernistler, milletlerin kökenleri ve ortaya çıkışı konusunda ilkçiler ve etno-sembolcülerle önemli farklılıklar göstermektedir. Ernest Gellner (2012) ve Benedict Anderson (1995), milliyetçiliği sanayi devrimine dayandırarak, kültürel değişimler üzerinden yorumlamaktadır. Modernleşmeyle birlikte toplumsal bütünlüğü sağlayan milli kimliklerin oluştuğu ileri sürülmektedir. Milliyetçiliği modern bir ideoloji olarak gören Eric Hobsbawm (1995), ulus-devletlerin inşasında eski geleneklerin yerine yeni milliyetçi geleneklerin oluşturulduğuna dikkat çekmektedir. Bu anlayışa göre milliyetçilik, inşa edilmiş milletleri bir arada tutan bir tutkal işlevi görmektedir.

Etno-sembolik yaklaşım ise ilkçi ve modernist yaklaşımların bir sentezi olarak konumlanmaktadır. Bu yaklaşım, milletlerin ve milliyetçiliğin kökenlerinin tarih boyunca birikmiş mitler, semboller ve kültür ile açıklanabileceğini savunmaktadır. Milletler, tarih boyunca bir hafıza biriktirir ve bu ortak tarih, semboller ve simgeler aracılığıyla devam

ettirilebilme kabiliyetine sahiptir. Bu yaklaşımın önde gelen temsilcilerinden Anthony D. Smith (1995), milliyetçiliğin tarihsel ve kültürel bir bağlam içinde incelenmesi gerektiğini ileri sürmektedir.

Yaklaşımın isminden de anlaşıldığı üzere, milletleri etnik kökenlerin devamlılığına dayandırmaktadır. Milletler, hafızalarında biriktirdikleri sembolleri tekrar tekrar üreterek devamlılıklarını sağlamaktadır. Bu bağlamda, milliyetçiliği yalnızca sanayi, kapitalizm gibi modern süreçlerle açıklamanın yetersiz olduğu belirtilmekte ve toplumun dinamik bir yapı olduğuna vurgu yapılmaktadır. Toplumun dinamikliği, milliyetçiliğin temelini oluşturan bir unsurdur.

Kadın, çevre ve iklim gibi konular, post-modern dönemde ortaya çıkan yeni milliyetçi yaklaşımlar konuları arasında yer almaktadır. Mikro kimliklere odaklanan bu yaklaşımlar, milliyetçiliğin çok katmanlı bir yapıya sahip olduğunu ileri sürmektedir.

Milliyetçiliğin kendini devam ettirme yollarından biri de siyasi söylemlerdir. Mutlu (1994) siyasal iletişimi mesaj iletmekten ziyade seçmenin algı ve beklentilerini anlamaya dayalı bir süreç olduğu belirtmektedir. Siyasal iletişim hem bir propaganda aracı hem de demokratik bir diyalog süreci olarak da değerlendirilebilir. Siyasal iletişimin başarılı olması için propaganda, reklam ve halkla ilişkiler çalışmasının birlikte yürütülmesi gerekmektedir. Dönemin ve konjonktürün gereği olarak da kampanyanın seçmen nezdinde başarıya ulaşabilmesi için milliyetçi söylemin etkili şekilde kullanılması gerekmektedir.

Seçim kampanyalarının bir pazar hâline dönüşmesiyle birlikte, seçmen tercihleri ve duyguları önem kazanmıştır. Siyasal iletişim, liderlerin ve partilerin doğrudan veya dolaylı olarak seçmenle bağ kurarak onları ikna etmesi süreci olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda, seçim kampanyalarının, hedef kitlenin ihtiyaçlarına uygun şekilde planlanması büyük önem taşımaktadır. Seçmenle doğrudan iletişim kurmanın bir aracı olarak kabul edilen mitingler, bu süreçte önemli bir rol üstlenmektedir. Mitingler, kararsız seçmenlerin onayını kazanmayı hedeflerken, partili seçmenlerin aidiyet duygusunu pekiştirmektedir.

Milliyetçi söylem çeşitli başlıklar altında karşımıza çıkmaktadır. Bazılarını şöyle sıralayabiliriz; ulusal egemenlik ve bağımsızlık, sınır güvenliği, milli kimlik, kültürel değerlerin korunması, terör ve iç güvenlik, toplumsal birlik ve beraberlik, ortak geçmiş, eğitim, gençlik vb. bu konular birbiriyle iç-içe girmiş bağlantılı konulardır. Çalışmada bu

konular kimlik, simgelerin ve Türkiye tasavvuru şeklinde üç ana tema altında toplanmıştır. Konuyla ilgili ayrıntı ikinci bölümde ele alınmaktadır.

Milli kimlik, ortak değerler ve semboller üzerinden bir bütünlük sağlayarak inşa edilmektedir. Bununla birlikte tarihi olaylar, kahramanlar ve ortak değerler milli kimliğin oluşturulmasında kritik bir öneme sahiptir. Tarihsel, kültürel ve inanç değerleri üzerinden seçmenle "biz" kimliği oluşturularak duygusal bir bağ inşa edilmektedir. Bu bağ, seçim dönemlerinde seçmenin onayına dönüşme potansiyeli taşımaktadır. Seçim kampanyalarında, milli kimliği destekleyecek müzikler, sloganlar ve görsellere özenle yer verilmektedir.

2023 seçimlerinin, neden ittifakların ve milliyetçiliğin gündemden düşmediği bir seçim olduğu sorusuna yanıt aramak, adayların neden milliyetçi söylemi tercih ettiklerine de ışık tutmaktadır. 2017 yılında referandum ile hayata geçirilen Cumhurbaşkanlığı Yönetim Sistemi'nin ilk seçimi 2018'de yapmıştır. Bu süreçte, cumhurbaşkanını halkın seçmesi kuralının %50+1 oranına bağlanması, ittifakların oluşumunu zorunlu hâle getirmiştir. Temelleri 2017 yılındaki referandumda atılan ittifaklar, 2023 seçimlerinde genişleyerek devam etmiştir. Bu seçimde dikkat çeken iki ittifak, Millet İttifakı ve Cumhur İttifakı olmuştur. Millet İttifakı'nın adayı CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, Cumhur İttifakı'nın adayı ise AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'dır. Sıkı bir rekabet içerisinde geçen seçimlerde, birinci turda yeterli oy sağlanamadığı için 28 Mayıs'ta ikinci tur seçimleri gerçekleştirilmiş ve Erdoğan, %52,16 oy alarak tekrar cumhurbaşkanı seçilmiştir.

Farklı ideoloji ve yönelimler sahip partilerin bir araya gelmesiyle oluşan ittifaklar toplumsal desteği almak için güvenlik, milli duygular ve yükselen popülist milliyetçilik kampanyaların temel argüman olarak kullanılmasına neden olmuştur.

Bu doğrultuda, Millet İttifakı adayı Kılıçdaroğlu ve Cumhur İttifakı adayı Erdoğan'ın altı ilde (İstanbul, Ankara, İzmir, Samsun, Antalya, Van) gerçekleştirdiği miting konuşmaları, milliyetçi söylem bağlamında içerik ve söylem analizine tabi tutulmaktadır. Sosyolojik anlayıcı yöntemle yapılacak bu analizde, veriler kimlik, simgelerin kullanımı ve Türkiye tasavvuru temalarına tekabül edecek şekilde alt kategorilere ayrılmaktadır. Konuşmaların genel ruhunu ve söylemlerin bağlamını ortaya koymak amacıyla, her iki adayın durumu bu temalar üzerinden değerlendirilmektedir. Adayların benzerlik ve farklılıkları üzerinden milliyetçi söylemi nasıl kullandıkları analiz edilmektedir.

İlkçilerin kökenlerini ilk insanlara dayandırdığı milliyetçilik, modernleşme ile genişleyip değişim göstererek bugün daha da güçlenerek devam etmektedir. Çalışmada milliyetçilik teorilerinden hareketle, milliyetçi ideolojinin siyasal iletişimde kullanılan stratejileri ve söylemleri nasıl etkileyip şekillendirdiği teorik çerçevede ortaya konulmaktadır. Türkiye'de yaşanan yönetim değişikliği (Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi) ve dünyada yaşanan göç dalgalarının, seçim dönemi kampanyalarının yöntemlerini ve söylemlerini nasıl etkilediği incelenmektedir. Bu çalışma, sosyoloji, siyaset bilimi ve iletişim literatürüne katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Bu hedefler doğrultusunda elde edilen bulgular, milliyetçi söylem bağlamında sonuç kısmında yürütülen tartışma ile ortaya konulmaktadır. Tartışmalar yürütülürken, etik kurallar gereği değerlendirme bağımsızlığı ilkesi benimsenmiş ve bu doğrultuda hareket edilmiştir. Çalışma, üç tema altında gerçekleştirilmiş olup, sonuçlar yalnızca incelenen dönem ve bağlam için geçerlilik göstermektedir. Bu nedenle, buradan genel bir yaklaşım çıkarılması mümkün olmamakla birlikte 2023 cumhurbaşkanlığı seçimlerindeki söylem analizlerine yönelik yapılacak çalışmalara yardımcı olacaktır.

Milliyetçi söylem alanında, 2004 ile 2023 yılları arasında 27 adet doktora ve yüksek lisans tezi yapılmıştır. Bu tezlerin çoğunun siyaset bilimi ve iletişim alanında olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu çalışmaların yalnızca beş tanesi sosyoloji alanını kapsamaktadır ve bu durumlarda sosyolojinin genellikle birinci değil, ikinci veya üçüncü alan olduğu görülmektedir (Yöktez, 2024). Çalışmaya en yakın makale ise Halise Karaaslan Şanlı ve İnan Özdemir Taştan (2015) tarafından yapılan "AK Parti Lideri Ahmet Davutoğlu'nun 7 Haziran ve 1 Kasım Seçim Konuşmalarında Milliyetçilik Söylemi" başlıklı çalışmadır.

Bu çalışmanın amacı, 14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde liderlerin milliyetçi söylemi nasıl inşa ettiklerini ve bu söylemleri seçmenlere nasıl sunduklarını analiz etmektir. Milliyetçi söylem, tarihsel, kültürel ve siyasi bağlamda liderlerin seçim kampanyalarının temel unsurlarından biri haline gelmiştir. Çalışma, Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun miting konuşmalarını kimlik inşası, sembollerin kullanımı ve Türkiye tasavvuru üzerinden ele alarak, milliyetçi söylemin nasıl inşa edildiğini anlamayı hedeflemektedir. Siyasal iletişimin önemli konularından olan söylemin milliyetçiliğin stratejik bir araç olarak nasıl şekillendirildiğini ve seçmenle duygusal bağ kurmada nasıl kullanıldığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Elde edilen bulgular, milliyetçi söylemin

siyasi kampanyalarda liderlerin mesajlarını seçmenlere iletmek için nasıl etkili bir araç olarak kullanıldığını anlamak açısından literatüre katkı sağlamaktadır.

1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Milliyetçilik, modern ulus-devletlerin inşasında merkezi bir rol oynayan ve toplumsal, siyasal ve kültürel alanlarda etkili bir ideoloji olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bölümde, milliyetçiliğin kavramsal ve kuramsal boyutu ele alınmaktadır. Ardından siyasal iletişim ve cumhurbaşkanlığı seçimlerinin siyasal bağlamı tartışılmaktadır. Bununla milliyetçilik konusunda ki akademik literatür konu bağlamında ortaya konularak bulgular kısmında ki analizin teorik zemini oluşturulmaktadır.

Milliyetçilik, bir topluluğun ortak bir kimlik, tarih, kültür ve değerler etrafında birleşmesini sağlayan bir ideoloji olarak tanımlandığı gibi ilk insanla birlikte var olduğunu savunanlar da mevcuttur. Bunlara ilaveten milliyetçiliğin giderek derinleştiği ve yoğunlaştığı ileri sürülmektedir. Bu tartışmaların siyasilerin konuşmalarına nasıl sirayet ettiğinin 2023 cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Millet İttifakı adayı Kemal Kılıçdaroğlu ve Cumhur İttifakı adayı Recep Tayyip Erdoğan üzerinden analiz edilmesi amaçlanmaktadır.

Liderlerin milliyetçi söylemleri nasıl kullandığı, nasıl ele aldığı ve ideolojilere göre nasıl değişiklik gösterdiği önem kazanmaktadır. Seçim dönemlerinde siyasiler bu unsurları basın ve diğer yöntemler aracılığıyla topluma aktararak seçmeni ikna etmeyi amaçlamaktadır. Seçimi kazanmak isteyen partiler seçim dönemlerindeki stratejilerini zamanın baskın söyleminden istifade etmek durumunda kalmaktadır.

Bu bölümde ele alınan kavramsal ve kuramsal çerçeve, milliyetçiliğin tarihsel, teorik ve siyasi boyutlarını anlamayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, milliyetçi söylemin toplumsal ve siyasal etkileri, kimlik inşasındaki rolü ve modernleşmeyle ilişkisi üzerinden kapsamlı bir analiz sunulmaktadır. Kuramsal çerçeve ile desteklenen analiz milliyetçilik konusunda genel bir tartışma yürüterek teorik zemini oluşturmayı amaçlamaktadır.

1.1. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde, milliyetçilik kavramı farklı yönleriyle incelenerek; tarihsel süreçten Türkiye bağlamına, ulus kimlik inşasından milliyetçi simgelerin toplumsal ve siyasi

anlamına kadar geniş bir perspektif sunulmaktadır. Ayrıca, Türkiye'nin siyasi, kültürel ve toplumsal tasavvurunun milliyetçi söylemdeki yeri de tartışılmaktadır.

Milliyetçiliğin kavramsal çerçevesi, farklı teorik yaklaşımlar ve Türkiye bağlamındaki tarihsel gelişimi ışığında ele alınarak, milliyetçi söylemin toplumsal, siyasal ve kültürel etkileri değerlendirilmektedir. Sosyolojinin temelini oluşturan kavramlar açıklanarak okuyucu ile ortak bilgi oluşturmak ve verilerin analiz bağlamının oluşturulması amaçlanmaktadır. İlk olarak milliyetçiliğin tanımı(ları) ve tarihi süreci ele alınacaktır.

1.1.1. Milliyetçilik

İdeoloji hem geçmişte hem de günümüzde tartışma konusu olan temel kavramlardan biridir. Post-modern dönemde ideolojilerin etkisinin azaldığı veya tamamen yok olduğu iddia edilirken, 19. yüzyıl "ideolojiler çağı" olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, ideolojinin ne olduğu ve nasıl ortaya çıktığı gibi sorular önem taşımakla birlikte, bu çalışmanın odak noktası, milliyetçiliğin modern bir ideoloji olup olmadığı ve bu bağlamda nasıl tanımlandığı sorusuna yanıt aramaktır.

İdeolojiler Fransız İhtilalinin bir ürünümü (Heywood, 2013) yoksa insanlık tarihi kadar eski olan ideolojilerin farklı bir sürece girerek kendisini kapitalizm üzerinden yeniden bir tanımlaması mıdır sorusu akla gelmektedir. İster modern bir düşünce olarak kabul edelin ister insanlık tarihi kadar eski olduğu savını kabul edelim, ideolojiler bireylerin hayatını etkilemekle birlikte devletlerin/yönetimleri iş yapma biçimleri başta olmak üzeri tüm siyasi süreçleri ve ilişkileri etkileyen bir unsurdur.

Modern dönemle birlikte gündelik hayatı etkileyen ideolojilerin başında milliyetçilik gelmektedir. İdeolojilerin insanlık tarihi kadar olduğu söylense de Hobsbawm (1995) milliyetçiliği 18, yy. da milletin tanımıyla ortaya çıkmış bir modern düşünce olarak kabul etmektedir. Modern ulus-devletlerin inşa sürecinde ortaya çıkmış olan milliyetçilik, toplumun şekillenmesinde ve ulus kimliğinin oluşmasında önemli bir yere sahiptir.

Milliyetçilik, tarihsel ve ideolojik olarak dinamik bir yapıya sahip olup, ulusal kimlik, egemenlik, vatan, bayrak, ortak tarih ve kahramanlar, kültür ve dil, kalkınma ve modernleşme gibi kavramları üzerinden şekillenmektedir. Modernleşme ve ulus-devlet inşa süreçlerinde önemli bir rol oynayan milliyetçilik, tarih boyunca farklı siyasal ve toplumsal bağlamlarda çeşitli biçimler almıştır. Türkiye bağlamında ise milliyetçilik hem Osmanlı'da

hem de Cumhuriyet'te modernleşmenin bir unsuru olmuş ve 21. yüzyılda küresel dinamiklere tepki olarak yeniden şekillenmektedir.

Son iki yüz yıldır insan hayatında önemli bir yere tekabül eden milliyetçilik, birinci dünya savaşından sonra (Özkırımlı, 2020) imparatorlukların yıkılıp yerine yeni ulus devletlerin kurulmasının sonra sosyal bilimlerin konusu olarak değerlendirilmeye başlandığı görülmektedir. Akademik açıdan milliyetçilik çalışmaları, sömürülmüş devletlerin bağımsızlıklarını kazandıkları üçüncü dünya milliyetçiliği olarak değerlendirilen 1960'lar ve sonrasında yoğunlaşmaktadır. Özkırım'lı durumu John Hall'den "Bunda, 1960'lardan itibaren sosyal bilimlerin birçok alanında etkisi hissedilen modernleşme ekolünün de rolü vardır. 1980'ler ise pek çok milliyetçilik uzmanı tarafından bir dönüm noktası" olup "Modern bir ideoloji olarak kabul gören milliyetçiliğin literatüre girişi ise 20. yüzyılın başlarına, özellikle 1920-1930'lara denk gelmiştir. Bununla birlikte, milliyetçilikle ilgili ilk akademik derginin yayımlanması ancak 1974 yılında *Canadian Review of Studies in Nationalism* ile mümkün olabilmiştir" (Özkırımlı, 2020, s. 12).

Milliyetçilik düşüncesi modern anlamada Fransız İhtilaline ve 1848 sanayi devrimine dayandırılmaktadır. Ayrıca Din ve hanedanlıkların kaybolup yerini akılcılığın ve pozitivizmin aldığı 17. Yüz yılda Avrupa'da başlayan rönesans ve reform hareketleri de ithaf edilmektedir. Hobsbawn (1995) kavramın ilk olarak kültürel, edebi ve folklorik içeriğe, daha sonra millet, halk ve devlet kavramlarıyla eş anlamlı olarak devrimci ve ilerici bir muhtevaya büründüğünü son olarak da 18.y.y. sonlarına doğru siyasi aksiyona dönüşerek devlet millet eşitlemesi şekline dönüştüğünü ifade etmektedir.

Milliyetçiliği Kant'a ve Rousseau'ya kadar götürmek mümkün olduğu gibi düşüncenin kökenleri 18. yy. sonları Herder ve Fichte'ye dayandırılmaktadır (Özkırımlı, 2020). Modernistler milliyetçiliğin kökenini XVIII. yüzyıldan XIX. yy. Avrupa'sında arken O'Brien gibi İlkçiler ise, antik İsrail'de aramaktadır. (Fırat ve Örs, 2018).

Spencer ve Wollman (2020) modern milliyetçilik düşüncesini benimsemeyen Susan Reynolds ve Hastings'in milliyetçiliği 18. yüzyıla değil 900'lü yıllara dayandırdıklarını ifade etmektedir. Krallıkların kollektif bir fikir ve belirli adetler ve hukuka sahip olduklarını öne sürmektedir. Buda soya dayalı milliyetçiliğin zeminini oluşturmaktadır. Vatanseverlik ile milliyetçiliği eşitleyen Hastings bu duygunun İskoçlarda, İngilizlerde, Fransızlarda güçlü olduğunu vurgularken modern milliyetçilik ile bu durumun tamamen aynı olmadığını da ifade etmektedir. Bunlara ek olarak Reynolds milliyetçiliğin harekete geçirilmesinde elitlerin

önemli bir role sahip olduğunu söylerken Hastings bu önemin yüksek olmadığını vurgulamaktadır. Leah Greenfeld'de Hastings gibi milliyetçiliğin İngiltere'de ortaya çıktığını ve milliyetçiliğin modernitenin sonucu olmadığını geri kalmış toplumların İngiltere ile rekabete tutuşması sonucunda ortaya çıktığını belirtmektedir.

> "Milliyetçilik bir kavram olarak ilk kez 1774 yılında Johann Gottfried Herder tarafından kullanılmıştır. 17. yüzyılda İngiltere'de, 18. yüzyılda ABD ve Fransa'da, 19. yüzyılda Almanya'da halkın siyasal katılımının giderek yaygınlaşması milliyetçiliğin ortaya çıkmasına katkıda bulunmuştur" (Sönmez Selçuk, 2012, s. 118).

Milliyetçiliğin ortaya çıkış noktası ABD, Fransa, İngiltere ve Almanya kabul edilirken "Lord Acton milliyetçiliğin Polonya'nın ilk taksim esnasında, Kedourie ise Fichte'nin "*Alman Milletine Sesleniş* kitabı ile doğduğunu iddia etmektedir. Azar Gat, milliyetçiliğin tarihin çok daha öncesi dönemlerde gözlenen, modern dönemle birlikte çapı genişleyen bir düşünce olduğunu savunmaktadır" (Buçukcu, 2020, s. 70).

Kelimenin kavramsal kullanımının yanı sıra, milliyetçilik ve milli kimlik kavramları, ideolojinin tarihsel süreçteki evrimini anlamak açısından önemli bir yere sahiptir. Avusturyalı Marksizmin önde gelen temsilcilerinden Otto Bauer, milliyetçiliği milli kimlik üzerinden açıklamış ve bu kimliğin tarihsel ve toplumsal evrimini üç temel aşama çerçevesinde ele almıştır. Bauer'e göre, ilk aşamada milliyet, kan bağına dayalı klanlar ve atalardan miras alınan ortak kültür aracılığıyla şekillenmiştir. Bu dönem, kültürün topluluk içerisindeki birleştirici gücünün en saf haliyle görüldüğü bir süreçtir. İkinci aşamada ise, milletin bütünlüğünü feodal ve burjuva sınıflarının oluşturduğu yönetici kültür belirlemiştir. Bu aşama, ulus-devletlerin ortaya çıktığı modern dönemin karakteristik özelliklerini yansıtmaktadır. Üçüncü ve son aşama ise Marksistler tarafından "sosyalist aşama" olarak adlandırılan dönemdir. Bu aşamada, ortak eğitim, ortak emek ve ortak sorumluluklar, milletin bütünlüğünü sağlamada temel bir rol oynamaktadır. Tüm bu aşamalar boyunca, milletleri hem birbirinden ayıran hem de bir arada tutan en önemli faktörün kültür olduğu vurgulanmaktadır (Spencer ve Wollman, 2020).

Felsefenin kaynağı olarak görülen Kant ahlakın kaynağını iç dünyaya ve iradenin özgür olmasına bağlayarak kişinin merkeze yerleşmesini sağlamıştır. Kişinin kendi kaderini tayin hakkı siyasi platforma uygulandığında milletlerin kendi kaderin tayin hakkına dönüşmüş "…kendi kaderini tayin hakkı en yüce değer, vatandaşların özerk iradesini

yansıtan cumhuriyetçilik ise en geçerli yönetim biçimi" (Özkırımlı, 2020, s. 32) olarak görülmektedir.

Ahlakın ve siyasetin temelini "kendi kaderini tayin" olarak resmeden Kant "Bir insanın iradesi yalnız manevi kanunların tesirinde kaldığı zaman gerçekten hür olarak iyi ve kötüden, ahlâk ve adaletten söz edilebilir" (Kedourie, 1971) ve bunu yalnızca özgür insan gerçekleştirebilmektedir. Bir milletin de hür olması için kendi kaderini tayin hakkının kendinde olması gerekmektedir.

Kedourie (1971) Avrupa da üretilmiş bir doktrin olarak gördüğü milliyetçiliğin ilk belirtilerini Fransız devrimi ile verdiğini, yayılmasını ise kapitalizm sonucu sanayisi gelişen merkez ülkeler ve merkez ülkelerin sömürdüğü ülkeler bağlamında olduğunu ifade etmektedir. Kedourie 'nün bu fikrini, Smith Batıdaki milletlerin gelişimi ile Latin Amerika, Asya milletlerinin gelişiminin aynı şekilde değerlendirilemeyeceğini belirterek desteklemektedir.

Milliyetçilik, modern siyasi ideolojiler arasında, tarihsel kökenleri ve etkileri açısından önemli bir yere sahiptir. Napolyon'un "milletlerin kendi kaderini tayin hakkı" şeklinde mottolaştırdığı milliyetçilik paradigması, Fransız İhtilali'nin en önemli argümanlarından biri olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak, bu durum, milliyetçilik öncesi toplumların, devletlerin veya imparatorlukların kimliklerinden azade olduğu ya da köklerine, dinlerine ve dillerine önem vermediği anlamına gelmemektedir (Üzümlü, 2019).

Fransız İhtilali'nin ardından, milliyetçilik, çok uluslu imparatorlukların yıkıcısı ve ulus-devletlerin kurucusu bir ideoloji olarak tanımlanmaktadır (Çancı, 2008). Bu bağlamda, milliyetçilik modernleşme süreçlerinin bir parçası ve ulus-devletlerin temelini oluşturan bir paradigma olarak değerlendirilmektedir. İhtilal sonrasında, milliyetçiliğin aydınlanmanın tamamlanması ve Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle birlikte gerileyeceğini öne süren görüşler olduğu gibi, tam tersine bunun milliyetçiliğin yükseliş dönemi olduğunu savunanlar da bulunmaktadır. Bu tartışmalar, milliyetçiliğin yalnızca tarihsel bir olgu değil, aynı zamanda güncel siyasi ve toplumsal süreçlere yön veren bir güç olarak varlığını sürdürdüğünü göstermektedir.

Milliyetçilik ideolojisinin inişte mi yoksa çıkışta mı olduğunu ortaya koymak için öncelikli olarak düşünsel kökenleri çerçevesinde, milliyetçiliğin anlamı, bağlantılı ve ilişkili kelimeleri tanımlamak gerekmektedir. Lakin milliyetçiliğin kökeni ile ilgili tartışmanın çokluğu tanımlamayı zorlaştırmaktadır.

Günlük yaşantıda olduğu gibi sosyal bilimlerde de kavramları tanımlamak okumanın, yazımın kısacası iletişimin temelini oluşturmaktadır. Kavramları açıklamak önem arz etmekle birlikte çoğu kavramın tek bir tanımı yoktur. Milliyetçiliğin de bunlardan biri olmasının nedenini; Özkırımlı (2020, s. 65) "sosyal bilimcilerin üzerinde anlaştıkları tek noktanın tek tanımın yapılamaması" olarak ifade etmektedir. Bu karmaşanın temel nedenlerinden biri milliyetçiliğin alt ve bağlantılı kelimelerinin ve kavramlarının çokluğudur. Özkırımlı (s. 66) bu karışıklığa nedenlerden biri olarak da "Walker Conner'dan millet ve devlet kavramlarının birbirinin yerine kullanılmasını" göstermektedir. Hatta BM (Birleşmiş Milletler) devletler topluluğu olduğu halde devlet yerine millet kullanıldığını eklemektedir. Bunlara ek olarak milliyetçilik tanımlanırken nesnelliğin ve öznelliğin kullanılması tek bir tanımda birleşmeyi imkânsız kılmaktadır.

Sadece devlet değil daha birçok sözcük, sözcük grubu; ulus, halk, vatansever yurttaşlık, yurtseverlik, milliyet, etnisite, ırk ve kültür gibi kelimelerde millet anlamında kullanılmaktadır. Millet ve milliyetçiliği sadece siyasi bir yapı veya ideoloji değil aynı zamanda kültürel bir yapıya sahip (Smith, 2022) olma durumudur. İlkçilere göre daima var olan millet, modernistlere göre sonradan yaratılmış olan millet tasarımının duygusal ve tinsel (ruhsal) olduğu gibi kültürel olduğu da ıskalanmamalıdır.

"Temeli eşit üyelerin bir egemen topluluğu" (Smith, 2022, s. 8) olan milletin var olması için ona dahil olan herkesçe var olmasının istenmesinin ya da var olduğuna dair tam bir bilinç sahibi olunmasının ve nüfusu, kültürel yapısıyla bir bütünlük (Calhoun, 2012) oluşturması gerekmektedir.

Millet bugün ki kullanıldığı anlamı nasıl kazanmıştır ya da tarih boyunca millet aynı şeyi mi ifade etmektedir? tarihi süreçlerde değişikliğe uğrayan birçok kavram gibi millet ve milliyetçilikte dönüşmüştür. Süreçlerde hangi anlamada ve kimleri kapsadığı ortaya konularak bugün ki kullanımı anlam kazanmaktadır.

Roma'da Romalı olmayan aynı coğrafi bölgeden gelen yabancılar için kullanılan *natio* Yunancada aynı anlama gelen *ethne'*ye karşılık düşmektedir. Aynı kavram Paris'te yabancı bölgelerden gelen aralarındaki bağ kuvvetli olmayan Hristiyan öğrenciler için de kullanılmaktaydı. Aşağılayıcı bir anlamı olan millet kelimesi daha sonra üniversitelerde skolastik tartışmalarda bölgelerden gelenlerin taraflarını anlatmak amaçlı kullanılmıştır. Kavram böylece aşağılayıcı anlamının yerini bir düşünceyi savunan fikir topluluğu anlamında bir konum kazanmıştır (Kedourie, 1971).

“Millet sözcüğü yeni bir anlam, politik ve kültürel otorite temsilcileri ya da bir politik, kültürel ve dolayısıyla sosyal elit tabaka anlamı kazanmış oluyordu” (Greenfeld, 2016, s. 21,22). On altıncı yy. da milletin elit anlam içerecek şekilde kullanılmasının ardından Fransız ihtilali ile özgürlüğün temeli sayılan kendi kaderini tayin hakkının halka verilmesiyle millet halk ile eşitlenmiştir.

> “Milliyetçilik öncesi "halk" sözcüğü genel olarak belli bir bölgedeki nüfusa ve özellikle de alt sınıflara işaret ediyordu ve çok büyük bir oranda "güruh" ya da "ayak takımı" anlamında kullanılıyordu. Bu iki kavramın eşitlenmesi insan nüfusunun bir elit (ilk başta spesifik olarak politik elit) statüsüne yükselmesi anlamına geliyordu” (Greenfeld, 2016, s. 24).

Millet/halk kavramının toplumsal hiyerarşideki konumunu ve anlamı milliyetçilikle birlikte nasıl bir dönüşüm geçekleştirmiştir. Genellikle toplumun alt sınıflarını, hatta küçümseyici bir şekilde "ayak takımı" ya da "güruh" anlamı zamanla yerini eşit haklara sahip vatandaşa bırakmıştır. Milliyetçilik ideolojisiyle birlikte, politik düzeyde, eşit ve değerli halkın daha kapsayıcı bir şekilde tanımlanması önem kazanmıştır.

Kılıç (2015) milliyetçilik kavramını ilk defa Larousse’un 1874 tarihli “Grand Dictionnaire Universel”inde tanımlandığını ortaya koymaktadır. Bu tanımlamada milliyetçilik; ilk olarak şovenizmle eş anlamlar taşımakta, ikincisi ise Fransız ihtilalinden sonra meydana gelen milli (ulusal) hareketlerle ilişkili olduğu vurgulanmaktadır. İlk anlamda, “mensup olunan millete özgü her şeyi körü körüne tercih etmek” iken ikincisinde “halkların, bağımsız milletler biçiminde var olması” olarak tanımlanmaktadır.

Oxford Learner’s Dictionares’de (2024) milliyetçilik; “aynı etnik grubu, kültürü, dili vb. paylaşan bir grup insanın bağımsız bir ülke kurma arzusu ve ülkenizi çok sevme ve onunla gurur duyma duygusu; ülkenizin diğerlerinden daha iyi olduğu hissi” olarak tanımlanmaktadır.

Millî Eğitim Bakanlığı (2025) milliyetçiliği; “ait olduğu milletin varlığını sürdürmesi ve yüceltmesi için diğer bireylerle birlikte çalışmaya, bu çalışmayı ve bilinci, diğer kuşaklara da yansıtmak” ve “kendilerini aynı milletin üyesi sayan kişilerin duydukları, bir arada, aynı sınırlar içerisinde, bağımsız bir hayat sürmek ve teşkil ettikleri toplumu yüceltmek isteğidir ” (Milliyetçilik , 2019) olarak tanımlanmaktadır.

> “Nesnel unsurlara dayalı milliyetçilik tanımlarının belki de en ünlüsü, Bolşevik hareketin ilk yıllarında milletler sorununda partinin en yetkili ismi olan Joseph Stalin’in tanımıdır. Stalin’e göre bir millet “ortak bir dil, toprak, ekonomik yaşam ve ortak bir kültürde cisimleşen psikolojik tertip temelinde tarihsel olarak oluşmuş, istikrarlı bir insan topluluğudur. Stalin’e göre, yukarıdaki niteliklerin hiçbiri

tek başına ele alındığında bir milleti tanımlamaya yeterli değildir ve milletin varlığının sona ermesi için bu niteliklerin tek birinin eksik olması yeterlidir." (Özkırımlı, 2010, s. 16,17).

Nesnel tanımlamalar, milleti dil, etnisite, din, tarih ve kültür gibi somut unsurlarla ayırırken, bu unsurlara sahip oldukları halde millet olma özelliği gösteremeyen oluşumların mevcudiyetini açıklayamamaktadır. Bu noktadan hareketle bu tanım milleti tanımlamak için yetersizdir. Millet olma süreci yalnızca nesnel unsurlara değil aynı zamanda bu unsurları birleştiren ve eyleme geçiren siyasi bir hareketin varlığına ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Öznel tanımlamada öteki kavramı biz yani millet olma duygusunu harekete geçiren ve birliği, bütünlüğü, kentleşmeyi sağlayan başat unsur olarak görülmektedir. Öznel millet tanımlarında kilit unsur "kendi varlığının farkında olma yani bir millet ancak söz konusu grubun üyelerinin çoğunun zihninde bir fikir veya temsil olduğu zaman hayat" (Özkırımlı, 2010, s. 17) bulmasıdır.

Milliyetçilik, yalnızca bir kimlik oluşturma aracı değil, aynı zamanda parçaları harekete geçiren bir güç olarak da işlev görmektedir. Özellikle sömürge topluluklar için, milliyetçilik hem özgürlük mücadelesinin bir aracı hem de sonrasında toplumsal düzenin sürdürülebilirliğini sağlayan bir ideoloji olarak önem kazanmaktadır.

Milliyetçilik, ulus-devletlerin temelini oluşturan, ulusal kimlik ve aidiyet duygusunu güçlendirmeyi amaçlayan bir ideoloji olarak tanımlanır. Gellner'e (2012) göre, milliyetçilik modern toplumların bir sonucu olarak ortaya çıkmış, ulusal kimliğin modernleşme ve sanayileşme süreçleriyle inşa edildiği bir sosyal yapıdır. Anderson (1995) ise milliyetçiliği, "hayali cemaatler" üzerinden bir araya gelen bireylerin ulus olarak tanımladığı bir ideoloji olarak ele alır. Bu bağlamda, milliyetçilik yalnızca siyasal bir ideoloji değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bir yapı olarak da değerlendirilmektedir.

Milliyetçiliğe bakış açıları modernist olan Smith ve Kedourie milliyetçiliğin yaratıldığını söyleyerek bir ideoloji olduğunu, düşünce ve duyguyla ilişki kurmayan Gellner ise siyasi olduğunu savunmaktadır. Greenfeld (2016) milliyetçiliği "bireysel kimliğin kaynağı aynı zamanda sadakatin merkezi öznesi, egemenliğin taşıyıcısı olarak da topluluğun, halk olarak adlandırılacak fenomenin göbeği olarak tanımlamaktadır. Gat'ın fil benzetmesinde olduğu gibi "herkes dokunduğu yerden hissettiği kadarıyla" (Buçukcu, 2020, s. 68) milliyetçiliği tanımladığını belirtmektedir.

Milliyetçiliğin çok boyutlu ve karmaşık yapısı, toplumun geleneksel, kültürel ve siyasi bağlama göre şekillenmesinden kaynaklanmaktadır. Milliyetçi söylem, bireylerin

kolektif ulusal kimliğin parçası olmasına katkıda bulunurken, aynı zamanda bu kimliği inşa eden kültürel ve siyasal unsurları yeniden üretmektedir. Bu nedenle milliyetçi söylem, bağlama özgü ve dinamik bir yapı sergilediği ve aynı zamanda insanları ve toplumları birleştiren bir ideolojik araç olarak görev yapmaktadır.

"Milliyetçilik her şeyden önce bilinci şekillendiren ve dünyayı anlamayı sağlayan bir söylem; toplu kimlikleri, günlük konuşmaları, davranış ve tutumları yönlendiren bir görme ve yorumlama, bir algılama biçimidir" (Özkırımlı, 2020, s. 15). İşlevselci bakış açısıyla milliyetçilik, dünyayı anlama ve anlamlandırma görevini üstlenmektedir. Bu, yalnızca bireysel bir olgu olarak dünyaya bakış ve algıların biçimlenmesiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda kolektif bir dayanışmanın ve toplumsal bağlılığın ifadesi olan kimliği içerir. Aynı zamanda tarihi ile kültürel olaylara ulusal bir perspektiften bakabilme yetisini de beraberinde getirir.

> "Ulus-devletin inşasında, bir etninin hâkim hale getirilmesi, bu etniyle bağlantılı olarak hegemonik bir kültürün diğer etniler üzerinde etkili hale getirilmesi süreçlerini kapsamaktadır. Bu çerçevede milliyetçilik, düşünce olarak ifade edilebilecek milliyetçilik bir ideolojidir. Bir ideoloji olarak milliyetçilik, ulusun yanı sıra toplumsal yaşamın doğal temelidir. Bununla birlikte en iyi doğal siyasal birimler, uluslar yani ulus-devletler üzerine temellenmektedir." (Yanık, 2013).

Ulus-devletin inşası bir etnik grubun diğer etnik gruplar üzerinde baskın ve hegemonik yapıya dönüşerek diğer kültürleri etkisi altına almayı ve zamanla kaybolmaları sürecini beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda bir ideoloji olarak hareket eden milliyetçilik, ulusun varlığının doğal temelini şekillendirme kapasitesine sahiptir. Milliyetçilik bu açıdan, ulus-devletin hem inşasında hem de sürdürülebilirliğinde merkezi bir rol oynar.

Ulus-devlet oluşturmanın hem kaynağı hem de sonucu olan milliyetçilik, modern dönemde kendi milletini/ulusunu yaratmış olsa da kökenleri modern öncesi dönemlere dayanmaktadır. Her toplumun geçirdiği siyasi süreçler, o toplumun düşünürlerinin, kültürel ve bilimsel altyapıya dayalı olarak ortaya koyduğu fikirler ve bir topluluğu "güruh" olmaktan çıkıp "millet" haline gelmesini sağlayan nedenler, millet ve milliyetçilik kavramlarına ilişkin farklı tanımların yapılmasına zemin hazırlamaktadır.

Bu farklılık, her bir fenomenin toplumlara göre değişkenlik göstermesi ve hiçbir sabiteye bağlı kalmamasıyla ilgilidir. Düşünce ve duygunun farklılık gösterdiği bu süreç, bir ya da birkaç tanımı beraberinde getirmekte ve bu tanımların toplamı bize milliyetçiliğin kökenleri, tanımı ve temelleri hakkında fikir sunmaktadır. Günümüzde, "duvarlar yıkılıyor"

denilirken daha yüksek duvarların dikenli tellerle çevrildiği bir dünya düzeninde, millet ve milliyetçilik kavramlarının gelecekte nasıl evrileceğini tahmin etmek zorlaşmaktadır. Ancak bu kavramların tarihsel süreçlerini anlamak, bu evrimi yorumlamayı kolaylaştıran bir işlev üstlenmektedir.

Milliyetçilik ideolojisinin nasıl yayıldığının örneklerinden biri Fransız Devrimidir. 1789'da gerçekleşen devrim, milliyetçiliğin siyasal bir ideoloji olarak yükselişinde önemli bir dönüm noktasıdır. Bu süreçte, ulusal egemenlik, halkın kendi kaderini tayin etme hakkı ve vatandaşlık kavramları milliyetçi düşüncenin temelini oluşturmuştur (Hobsbawm, 1995). Fransız Devrimi'ni takip eden Napolyon Savaşları, Avrupa'da milliyetçiliğin yayılmasını hızlandırmıştır.

Milliyetçilik 19. yüz yılda Avrupa'da ulus-devletlerin inşa sürecini önemli ölçüde şekillendirmiştir. Almanya ve İtalya'nın birleşme süreçleri, milliyetçiliğin siyasal sınırların yeniden çizilmesindeki etkisini açıkça ortaya koymuştur (Zürcher, 2004). Ancak milliyetçilik, yalnızca Avrupa ile sınırlı kalmamış; Asya, Afrika ve Latin Amerika'da sömürgecilik karşıtı hareketler bağlamında da etkili olmuştur.

20. yüzyılın ilk yarısında milliyetçilik, Faşizm ve Nazizm gibi aşırı ideolojilerle ilişkilendirilmiş ve bu durum, milliyetçiliğin bir çatışma ve ayrışma aracı olarak kullanılmasına neden olmuştur. İki dünya savaşı sırasında, milliyetçi ideolojilerin toplumsal ve siyasal etkisi daha belirgin hale gelmiştir. Soğuk Savaş dönemi ise, milliyetçiliğin yeniden yükselişe geçtiği bir dönem olmuştur. Bu süreçte bağımsızlık hareketleri ve dekolonizasyon, milliyetçiliğin anti-sömürgeci bir ideoloji olarak kullanılmasını sağlamıştır (Hobsbawm, 1995).

Küreselleşmenin etkisiyle, milliyetçilik 21. yüzyılda yeni bir boyut kazanmıştır. Küreselleşme, ulusal sınırların ve kimliklerin yeniden tartışılmasına yol açarken, birçok ülkede milliyetçi söylemler yeniden güçlenmiştir. Özellikle popülist siyasetçilerin milliyetçi söylemleri, küresel ekonomik ve toplumsal krizlere karşı bir tepki olarak öne çıkmıştır (Smith, 2022). Dünyada bu değişim ve dönüşümler yaşanırken Türkiye'de de bu dönemde milliyetçi ideolojilerin farklı şekillerde yeniden yapılandığı gözlemlenmektedir.

Türkiye'de milliyetçilik, Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde bir modernleşme aracı olarak ortaya çıkmıştır. Tanzimat Fermanı (1839) ve Islahat Fermanı (1856) gibi reformlar, Osmanlı kimliği üzerinden bir tür sivil milliyetçilik yaratmayı amaçlamıştır. 19. yüzyılın sonlarına doğru Balkanlardaki ulusal hareketlerin etkisiyle, Türk

milliyetçiliği İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin ideolojik çerçevesinde gelişmeye başlamıştır (Zürcher, 2004). Tanzimat öncesinde din eksenli bir tebaa sonrasında herkesi eşit gören bir Osmanlı milleti anlayışına dönüşmüştür. Osmanlı'da yönetim, dine dayalı millet sistemi üzerine kuruluyken, Gülhane Hatt-ı Hümayunu ile Osmanlı tebaasının tamamı millet olarak kabul edilmiştir. 1869'da çıkarılan Tabiyet-i Osmaniye Kanunu ise, Fransız hukukundan esinlenerek hazırlanmış olup vatandaşlık kavramını ve Osmanlı milletini tanımlamaktadır (Ulu, 2022).

Milliyetçiliği Tanzimat reformları ile başlatırsak, Osmanlı ve ardından Türkiye Cumhuriyeti'nde milliyetçiliği üç dönemde incelemek mümkündür. Birinci dönem, Osmanlı'nın son döneminde milli şuuru temel alan anlayış ile Kurtuluş Savaşı sürecidir. İkinci dönem, tek partili yıllar olarak adlandırılan ve devlet milliyetçiliğinin ön planda olduğu süreçtir. Bu dönemde, zaman zaman güç kullanımına dayalı, kısmen etnik ama çoğunlukla kültürel milliyetçilik öne çıkmaktadır. Üçüncü dönem ise 1950 sonrası ortaya çıkan ve dini unsurları da içeren, topluma yayılan milliyetçi-mukaddesatçı bir anlayıştır (Karakuş, 2022).

Osmanlı İmparatorluğu, toprak kayıplarını önlemek ve Avrupa'da etkili olan milliyetçilik akımlarının imparatorluğu tehdit etmesine karşı 'Osmanlıcılık' politikasını benimsemiştir. Farklı din ve milletlerden oluşan Osmanlı toplumunda, Ahmet Mithat'ın ifadesiyle "Yeni Bir Osmanlı Milleti" (Lewis, 2022, s. 459) oluşturulmaya çalışılmıştır. Ancak, Balkanlarda yaşanan ayrılık hareketleri, bu politikanın başarıya ulaşmasına engel olmuştur. Modern milliyetçilik ile Osmanlı milleti arasındaki uyum sağlanamamış ve bu durum, ayaklanmaların her geçen gün artmasına neden olmuştur.

Osmanlı'nın elinde İslam coğrafyasının kalması üzerine, II. Abdülhamit'in politikalarında karşılık bulan Panislamizm politikası uygulanmıştır. Ancak, bu politika da Arapların ayrılması ve II. Abdülhamit'in tahttan indirilmesiyle sona ermiştir. Hem toprak bütünlüğünü hem de siyasi birliği hedefleyen milliyetçilik, Osmanlı topraklarında karşılık bulması zor bir ideal olarak kalmıştır.

Fırat (2018, s. 50) İlber Ortaylı'dan Avrupa'da milletlerin özgürlüğü olarak görülen, "milliyetçiliğin Osmanlı üzerindeki yıkıcı etkilerini anlatırken benzer süreçler yaşayan Rusya ve Avusturya-Macaristan İmparatorluklarına göre Osmanlı'daki ulusalcı akımların daha aktif ve silahlı eylemlere dönüştüğüne" değinmektedir. Ortaylı'ya göre, 1804 Sırp Ayaklanması ve özerkliği, ardından 1821-1829 Yunan Ayaklanması ve bağımsızlığı bu

yönde etkilerde bulunmuştur. Yunan bağımsızlığı, o tarihe kadar kültürel bir milliyetçilik halindeki Ermeniliğin de eyleme geçmesi için örnek teşkil etmiştir. Bunun dışında Siyonizm Yahudiler için yurt kurma çabası, son güne kadar siyasi varlığı zayıf olan Kürt ve Arap ulusçuluğu gibi örnekler vardır.

Birinci Dünya Savaşı sonrası Osmanlı Devleti'nin elinde yalnızca Anadolu toprakları kalmış ve bu süreçte anayurt olarak kabul edilen Anadolu'yu kurtarma düşüncesi, İttihat ve Terakki üyeleri başta olmak üzere geniş bir kesimde karşılık bulmuştur. Bu düşünce, "Anadoluculuk" adı altında Türkçülük anlayışının Kurtuluş Savaşı ile birlikte Anadolu'ya yayılmasını sağlamıştır. Bu süreçte kurulan yeni Cumhuriyet, halkı "millet" olarak kabul etmiştir. Ancak Mustafa Kemal Atatürk "Biz millet fikrini tatbikte gecikmiş ve çok eksiklik göstermiş" (Bora, 2023, s. 195) olmakla modernleşmenin gecikmesine ve milliyetçiliğin kök salamamasına neden olmuştur.

Cumhuriyet'in modernleşme sürecinde gecikmenin önüne geçmek ve hızlanmak için "Milliyetçilik, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nde batılılaşma sürecinin gereği olarak kültür politikalarının hiç değişmeyen önemli bir unsuru olmuştur" (Vatandaş, 2021, s. 293). Osmanlı döneminde Türk milliyetçiliğinin ideoloji haline gelmesinde Kırım Türkü Yusuf Akçura'nın Rusya Türkçülüğü ve Diyarbakırlı Ziya Gökalp'in Osmanlı Türkçülüğü önemli (Bora, 2023) bir yere sahiptir.

Cumhuriyet döneminde milliyetçilik, Ziya Gökalp ve Yusuf Akçura'nın fikirlerinden izler taşısa da bu anlayış bazı farklılıklar barındırmaktadır. Ziya Gökalp, "Türkleşmek, İslamlaşmak ve Muasırlaşmak" yaklaşımıyla dini kimliği önemseyen, ancak çağdaşlaşmayı temel alan bir perspektif sunmuştur. Yusuf Akçura ise "Üç Tarz-ı Siyaset" adlı eserinde, İslam'ın ve tüm Türk boylarını kapsayan Turancılık anlayışının merkezde olduğu bir Türkçülük tanımı yapmıştır. Buna karşın Cumhuriyet milliyetçiliği hem dini hem de Turancılığı dışarıda bırakarak laiklik ve Anadolu topraklarını esas alan bir çağdaşlaşma anlayışını benimsemiştir. (Lewis, 2022; Vatandaş, 2021).

"Gerek modernleşme projesinde gerekse ulus inşasında araçsallaştırılan dinden devşirilen kutsiyetin ulusa, millete ve nihayet Türklüğe nispet edilmesi ile ilk dönemdeki dinî söyleme dayalı milliyetçilik, yerini zamanla etnik milliyetçiliğe bırakmıştır" (Karakuş, 2022, s. 135). Milliyetçilik, modernleşme projesinin bir parçası olarak toplumsal birliği ve ulusal kimliği inşa etmede önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. "Dinî kutsiyetin ulusa, millete ve Türklüğe nispet edilmesi", özellikle erken Cumhuriyet döneminde, Osmanlı'nın

çok etnikli ve çok dinli yapısından ulus-devlete geçiş sürecinde tek kimlik inşası stratejisini ifade etmektedir. Bu bağlamda, dinin milliyetçi söylemdeki rolü, Osmanlı'dan devralınan İslam merkezli toplum yapısının, Türklük ekseninde bir ulusal kimliğe dönüştürülmesi için yeniden anlamlandırıldığını göstermektedir.

Milliyetçilik ilk dönemlerinde, din ulusal kimlik inşasında birleştirici bir rol oynarken, erken Cumhuriyet döneminde bu rol "Türkleşmek, İslamlaşmak ve Muasırlaşmak" şeklinde formüle edilmiştir. Bu söylemde zamanla yerini daha çok etnik bir milliyetçiliğe bırakması, laiklik ilkesinin benimsenmesi ve ulusal kimliğin etnik bir temel üzerinden tanımlanmasıyla ilişkilidir. Dinin temel özelliklerinden olan sorumluluk, milliyetçilikte vatandaş sorumluluğuna tekabül ettirilerek vatandaşların devlete bağlılığı bu şekilde sürdürülmeye çalışılmıştır.

Cumhuriyetin kurucu kadroları, zamanla belirli milliyetçilik anlayışlarına kapılarını kapatarak, devletin tanımladığı ve izin verdiği milliyetçilik türünü benimsemiştir. Atatürk ilke ve inkılaplarının ve devlet milliyetçiliğinin sıkı bir şekilde uygulandığı tek partili dönemde, Cumhuriyet Halk Fırkası (CHF) ve daha sonraki adıyla Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ile özdeşleşen milliyetçilik anlayışı ısrarla sürdürülmüştür. Cumhuriyet'in erken döneminde milliyetçilik, Misâk-ı Millî ile sınırlı bir resmî anlayış ile Turancılık fikrinin uç milliyetçi söylemleri arasında gidip gelmiştir. Ancak zamanla resmî anlayışın üstün geldiği ve Turancılık gibi diğer ideolojilerin dışlandığı görülmüştür. 1931 yılında CHF'nin temel ilkeleri arasında kabul edilen "dil, kültür ve ulus birliği" esaslı milliyetçilik anlayışı, Anayasa'ya eklenmiş ve devletin temel ilkelerinden biri haline gelmiştir. Bu durum, resmî milliyetçilik dışında kalan tüm anlayışların dışlanmasına yol açmıştır (Karakuş, 2022).

Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti, Osmanlı'dan farklı bir anlayışla ulus inşa ederken, dil ve tarih kavramlarına büyük önem atfetmiştir. Türk ve Türkçe merkezli bir dil ve tarih anlayışı, Güneş Dil Teorisi ve Türk Tarih Tezi gibi fikirlerin doğmasına neden olmuştur. Ancak dildeki öz Türkçe anlayışı zamanla içinden çıkılamaz bir hale gelmiş ve Mustafa Kemal Atatürk, bu konuda geri adım atmak zorunda kalmıştır. "Türkçe'nin hiçbir yabancı dile ihtiyacı olmadığını söyleyenlerin iddialarını tecrübe ettik. Bir çıkmaza girdik. Dili bu çıkmazda bırakamayız. Tabi yola döneceğiz" (Vatandaş, 2021, s. 320) ifadesi, dil politikalarındaki bu dönüşümü özetlemektedir.

Cumhuriyetin modernleşme hamleleri içinde laiklik, dinin yerine kültürün konmasıyla ön plana çıkmıştır. Batı kültürü çağdaşlık olarak kabul edilmiş ve kültür,

milliyetçilik anlayışında temel bir unsur olarak benimsenmiştir. Ziya Gökalp'in kültürel milliyetçiliği, bu dönemde Cumhuriyet'in resmi milliyetçilik anlayışı haline gelmiştir. Milliyetçilik, ulus-devletin temel yapı taşlarından biri olarak kabul edilmiş ve ulus inşasından yeni rejimin dizaynına kadar etkili olmuştur (Karakuş, 2022, s. 132).

"Biz bize benzeriz" anlayışı, Türk milliyetçiliğinin ve modernleşmesinin temel paradigması olarak benimsenmiş ve milliyetçilik, halktan gelen bir talep olmaktan çok, devletin yukarıdan aşağıya uyguladığı bir politika olarak yürütülmüştür. Her ne kadar Japonya'daki etnik ve devlet milliyetçiliğiyle birebir benzer bir anlayış söz konusu olmasa da Türkiye'de daha çok kültürel temellere dayalı bir devlet milliyetçiliği benimsenmiştir (Buçukcu, 2020).

Demokrat Parti dönemi, Cumhuriyet'in erken döneminde dışlanmış hisseden, dinî hassasiyetleri yüksek kesimlerin aidiyet duygularını güçlendirmiştir. Bu dönemde "iyi yurttaş, iyi Müslüman" anlayışı, ulus-devlete bağlılık göstergesi olarak şekillenmiştir. Milliyetçi söylemler, toplumsal ve siyasal bağlamlara göre yeniden şekillenirken, Demokrat Parti'nin dinî hassasiyetleri ulusal kimliğin bir parçası olarak sunması, milliyetçiliği farklı bir düzleme taşımıştır. Bu yaklaşım, ulusal birliği güçlendirme ve dışlanmış hisseden kesimleri sisteme entegre etme amacı taşımıştır. Bu durum, milliyetçilik ideolojisinin sabit bir yapıda olmadığını, tarihsel ve toplumsal bağlamlara göre değişiklik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Demokrat Parti dönemi, milliyetçiliğin dinî unsurlarla entegre edildiği önemli bir dönemeç olarak değerlendirilebilir.

> "Milliyetçi muhafazakârların gelenekçi tutumu Batıcılıkla buluşturduğu bu enteresan durum, fazla uzun sürmemiştir. Nitekim 1960 sonrası Türk siyasal hayatına bu türden bir hümanizmin etki ettiğini söylemek güçtür. Kırklı yıllarda Komünizme karşı Batı'nın demokrat uluslarından yana olmayı savunan kesimler altmışlı yıllarda toptancı bir biçimde Komünizm ve Batı Kapitalizm 'ine aynı anda savaş açmayı tercih etmişlerdir. Bu yeni denklemde Batı karşıtlığına ve Anadoluculuğa evrilen milliyetçi muhafazakârlık, Aydınlar Ocağı, Komünizmle Mücadele Derneği ve Ülkü Ocakları gibi milliyetçi teşkilatlarda var olmaya devam etmiştir" (Türkölmez, 2014, s. 51).

1990'lar Özal'ın politikaları ve SSCB'nin (Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği) dağılmasıyla birlikte Türki Cumhuriyetler, Türkiye'nin milliyetçilik anlayışına dahil edildiği yıllar olarak değerlendirilmektedir. 1980'ler, Türkiye'de milliyetçiliğin devlet politikaları, toplumsal dinamikler ve siyasal ideolojilerle yeniden şekillendiği bir dönemdir. Türk-İslam Sentezi ile devlet eliyle güçlendirilen milliyetçilik, Kürt sorununun etkisiyle daha sert bir forma bürünmüş; küreselleşme ve ekonomik liberalizm gibi süreçler milliyetçiliğin farklı

yorumlarını ortaya çıkarmıştır. Bu sentez, milliyetçiliği, dinî değerlerle harmanlayarak, toplumu birleştirici bir araç olarak kullanmıştır. Türk-İslam Sentezi, özellikle eğitim politikalarında ve resmi söylemlerde etkili olmuştur. Aynı şekilde 82 Anayasası milliyetçi unsurların ön planda olma özelliğini taşımaktadır. (Kılıç, 2015).

1980 darbesini gerçekleştiren askeri yönetim, ideolojik olarak Türk milliyetçiliği ile İslam'ı birleştiren Türk-İslam Sentezini benimsemiştir. Bu dönemde milliyetçiliğin devlet eliyle sistematik olarak yeniden tanımlanmış ve toplumsal birleştirici bir ideoloji olarak kullanıldığı görülmektedir.

PKK tarafından 1984 yılında başlatılan silahlı ayaklanma devletin milliyetçi söylemi daha sert bir şekilde benimsemesine yol açmıştır. Kürt kimliği üzerindeki baskılar artmış ve "üniter devlet" anlayışı çerçevesinde etnik milliyetçilik güçlenmiştir. Devletin resmi söyleminde Türk milleti, homojen ve birleştirici bir kimlik olarak sunulmuş; Kürt kimliğine yönelik talepler reddedilmiştir. (Oran, 2022).

1990'lar neo-liberal politikaların dünyayı etkisi altına aldığı ve aynı zamanda kimlik siyasetinin politikaya hâkim olduğu yıllar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bouman' göre modernizmin devamı, Lyotard'a göre modernizmden kopuş dönemi olarak görülen postmodernizm olarak isimlendirilen bu dönemde milliyetçilik "farklı etnik gruplar milliyetçi duygularından vazgeçmeden ana akım topluma aidiyet duygusu geliştirme imkânı (Çağırkan, 2018, s. 387)" verdiği ifade edilmektedir.

Beyaz Türk kimliği, önceki dönemlerde olumsuz bir algıya sahipken, 2000'li yıllarda AK Parti ile ortaya çıkan yeni burjuvazi sayesinde pozitif bir algıya dönüşmüştür. Bu yeni orta sınıf, eğitimli yapısıyla topluma yayılma sürecini hızlandırmıştır (Bora, 2023). Tek parti döneminde devletin temel ideolojisi olan milliyetçilik, muhafazakâr bir kimlik kazanarak dini jargonu doğal bir şekilde kullanan bir anlayışa evrilmiştir. Bu süreçte, devlet-ezan-bayrak üçlemesi toplumun vazgeçilmez değerleri haline gelmiştir. Bu üçlü hem milli hem de manevi duyguların simgesi olarak toplumsal bütünleşmeyi güçlendiren unsurlar arasında yer almıştır.

1.1.2. Kimlik

Kimlik, bireyin "kim olduğu," "nereden geldiği," ve "atalarının kim olduğu" gibi sorulara verdiği cevaptır. Bu cevaplar, bireyin nereye ait olduğunu belirtirken, aynı zamanda

nereye ait olmadığını da ortaya koyar. İnsan, sosyal bir varlık olarak, kimliğini içinde bulunduğu toplumun değerlerinden ve düşünce yapısından ayrı bir yerde konumlandıramaz. Bu durum, bireye bir sosyal kimlik kazandırır. Bireyin kimliğinin oluşmasında toplum önemli bir yer tutuyorsa, toplumsal kimlik millet kimliğine unsurlarına bağlı olarak şekillenmektedir.

İmparatorluklar, birçok milletin, dinin ve etnik grubun bir arada yaşadığı bir yapıyken, ulus-devletlerde bu çeşitliliğin asgari düzeye indiği görülmektedir. İmparatorluk döneminde insanlar genellikle kendilerini inançları veya etnik kimlikleri üzerinden tanımlarken, ulus-devlet yapısıyla birlikte bireyler, inşa edilen milli kimlik çerçevesinde tanımlama eğilimi göstermiştir.

1648 yılında imzalanan Westphalia Antlaşması sonrası, sınırları belli, baskın bir kültür ve tarihe sahip, yalnızca aristokrasi tarafından değil, genel halk tarafından da kabul gören ulus-devletlerin hızla arttığı görülmektedir. Ortak tarih, dil, kültür, halk ve toprak gibi unsurlar üzerine inşa edilen modern ulus-devletler, eşit haklara sahip vatandaşlar oluşturmayı hedeflemiştir. Bu süreçte, kurgulanmış devletler inşa edilmiş milletlere ihtiyaç duymuştur. Bu ihtiyaç, milli kimliğin topluma ve oradan da bireye indirgenmesiyle karşılanmıştır. Bu milli kimlik, tüm vatandaşları kapsadığı düşünülen ve genellikle "vatanseverlik" adı altında sunulan bir kimlik olarak inşa edilmiş, böylece toplumsal bütünleşme ve bir arada yaşama sağlanmıştır (Tamer, 2014).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş sürecinde "ulusal kimlik," Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde başlayan modernleşme ve Batılılaşma çabalarıyla şekillenmiştir. Tanzimat Fermanı ile başlayan bu süreçte, Osmanlı toplumunun çok etnikli ve çok dinli yapısını modern bir ulus-devlete dönüştürme çabaları, üst bir kimlik inşa etmeyi hedeflemiştir. Bu dönemde İslamcı, Osmanlıcı ve Türkçü fikir akımları önemli bir rol oynamış, farklı yaklaşımlar arasında bir denge sağlanmaya çalışılmıştır. Ancak Cumhuriyet'in kurulmasıyla birlikte, laiklik ve modernleşme ilkeleri esas alınarak, daha homojen bir Türk kimliği inşa edilmesi öncelik haline gelmiştir. Bu yeni kimlik anlayışı, dinî kimlikten ziyade, ortak dil, kültür ve tarih temelinde şekillenen modern bir ulusal kimlik oluşturmayı amaçlamıştır (Kol, 2021).

Türkiye Cumhuriyeti'nin bir ulus-devlet olarak tarih sahnesindeki yerini alması kurucu kadronun gözünde salt rejim değişikliğinden ibaret bir hadise değildir aynı zamanda yeni bir ulus inşası bağlamında sıfır noktasına işaret etmektedir. Cumhuriyet rejiminin tesisi

ve siyasi otoritenin tahkim edilmesinin ardından homojen bir ulus yaratma işine girişilmiştir. Yeni ulusun ideal vatandaş kimliğinin tasarlanması ise daha ziyade kültürel dönüşüm eksenli bir planlamaya dayanmaktadır (Eskin, 2017).

Cumhuriyet rejimi, ulusal kimlik inşasında Batı'nın modernleşme modelini benimsemiş ve toplumsal yapıda köklü değişiklikler yapmıştır. Bu değişiklikler arasında, laiklik ilkesinin benimsenmesi, dini kimliğin kamusal alandan çıkarılması ve etnik çeşitliliğin "Türklük" çatısı altında birleştirilmesi çabaları öne çıkmıştır. Ancak bu durum, etnik ve kültürel çeşitliliği dışlayan ve toplumu homojenleştirmeye yönelik bir eleştiriye de yol açmıştır. Kimlik tartışmaları, bu süreçte "bireysel kimlik" ve "toplumsal kimlik" kavramları üzerinden şekillenmiş, ulusal kimlik bireyin bağlı olduğu topluma ve tarihsel bağlamlara dayanmıştır. (Kol, 2021).

Cumhuriyet dönemiyle birlikte, sivil ve etno-kültürel unsurlar bir araya getirilerek yeni bir ulusal kimlik oluşturulmuştur. Bu süreç, modernleşme, laikleşme ve Türkçülük gibi değerlerin ön planda olduğu bir ulus-devlet anlayışı üzerine inşa edilmiştir. Bu anlayışın merkezinde Cumhuriyet'in ilk yıllarında, Türk dili ve tarihi üzerine yapılan vurgularla bir etno-kültürel kimlik inşa edilmiştir. Türk Tarih Tezi ve Güneş-Dil Teorisi gibi çalışmalar, ulusal kimliği desteklemek için ideolojik araçlar olarak kullanılmıştır. Aynı zamanda sivil kimlik anlayışını da benimseyen yeni Cumhuriyet kırılgan bir zeminde ulus kimlik inşa etme sürecini yaşamıştır. Etnik kimliklerin ve farklı dini gruplar bu kimliğe uyum sağlamada sorunlar yaşamıştır. (Özdemir ve Özkan, 2020)

Aydınlanma düşüncesi, modern dünyanın şekillenmesinde temel bir role sahip olup, akıl, hukuk ve laiklik gibi ilkeler üzerine kurulmuştur. Bu düşünce, otoriteyi ruhban sınıfından ve dinden alarak insana, dolayısıyla bireye vermeyi hedeflemiştir. Aydınlanma ile birlikte bireyin fikri alanda kendi kaderini belirleme hakkı kazanması, dinin toplumsal hayattaki merkezi rolünün zayıflamasını ve egemenliğin millete geçmesini sağlamıştır. Bu süreç, modern ulus-devletin temel dayanak noktalarından biri olan "halk egemenliği" anlayışını doğurmuştur.

Fransız Devrimi, ulus-devletin modern şekline kavuştuğu dönüm noktalarından biri olarak görülmektedir. Devrim, halk egemenliği ve vatandaşlık kavramlarını ön plana çıkarırken, yeni bir toplumsal düzenin inşası için milletin, diğer topluluklardan farklı bir

kimlikle tanımlanmasını zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda, ulusal kimliğin toplumu bir arada tutan temel unsurlardan biri olduğu görülmektedir.

Kapitalizm öncesi toplumsal yapılar, ırk ve etnisite gibi unsurlar üzerinden şekillenirken, modern dönemde bu unsurların milli kimliğe dönüştüğü gözlemlenmektedir. Milli kimlik, bireyin ait olduğu ulusun değerlerini, tarihini ve kültürünü benimsemesiyle kolektif bir kimlik haline gelirken hem kapsayıcı hem de dışlayıcı iki zıt özelliği birlikte barındırmaktadır.

Biz kimliği üzerinden benzerlik ve bütünleşme oluşturulmaktadır. Bu kimlik oluşturulurken gündelik hayata sirayet eden simgeler ve söylemlerden istifade edilmektedir. Milli bayramlar ve cumhuriyet baloları buna örnek olarak gösterilebilir. Ülkeyi temsil eden bayrağın ve milli marşın her ortamda kullanılması yine biz kimliğinin oluşmasında önemli bir yere sahiptir.

Ulusal kimlik, bireyin sosyal aidiyet hissini güçlendirirken, aynı zamanda Cumhuriyet'in modernleşme projesinin meşruiyet kaynağı olarak işlev görmüştür. Ancak farklı etnik grupların ve kimliklerin bu projeye dahil edilmesindeki sınırlamalar, ulusal kimliğin kapsayıcılığı konusundaki tartışmaları da beraberinde getirmiştir.

Ulusal kimliğin oluşmasında tarihsel bir değişim/dönüşüm süreci olması hasebiyle tam da kırılma noktasında, eski bilinç formlarının unutulup yerine benimsenen çağdaş uygar kimliğin inşa edilmesi gerekmektedir. Radikal bir dönüşüm süreci olan kimlik inşasının gerçekleşmesi için heterojen bir yapıdan homojen bir yapıya dönmesi için ulus adına zor kullanmayı da beraberinde getirmektedir (Eskin, 2017).

Kendi kaderini tayin hakkına sahip milletin egemenlik hakkını koruyan devlet, ulus kimliğinin oluşması için egemenlik yetkisinin kendine bulundurarak güç kullanma hakkına sahip olmaktadır. Bu hakkı hem vatan sınırları içinde hem de biz'i ötekilerine karşı korurken kullanmaktadır. "Öyleyse ulusçuluk sorunu devletsiz toplumlarda ortaya çıkmaz. Eğer ortada devlet yoksa açıktır ki sınırların ulusun sınırlarıyla çakışıp çakışmadığı diye bir sorunda olmaz" (Buçukcu, 2020, s. 102). Aynı zamanda iç tehditlere karşıda bu gücü kullanma hakkına sahiptir. Bu güç kullanımı günümüzde sadece kolluk kuvvetleriyle gerçekleştirilen bir eylem olmaktan çıkarılmış olup seçim dönemleri öteki olarak konumlandırılan düşmanları bertaraf etmek için kullanılan bir dile dönüşmüştür.

> "Örtüşen kültürel özelliklerin tanımladığı etnik grup, kendi varlığından emin olmanın ötesinde kendine ayrıca politik bir sınır da istediği zaman, etnisite politikleşir ve milliyetçiliği doğurur. Buradaki koşul, etnisitenin sınırlarının, aynı zamanda politik birimin de sınırları olması ve yönetenlerle yönetilenlerin aynı etnik kökenden olmasıdır… Endüstri öncesi uygarlıklar için şu hipotezi öne sürmek olasıdır: Kültürel ve dolayısıyla etnik farklılıklar bakımında zengindirler, ancak politik milliyetçiliğe sık rastlanmaz. Bu toplumlarda, politik birimin kültürel bakımdan homojen olması ya da tersi bir ifadeyle, her bir kültürün kendine ait bir politik birime sahip olması zorunluluğuna çok seyrek rağbet edilmiş ve bu durum daha da seyrek biçimde uygulamaya geçirilmiştir" (Gellner, 2012, s. 59).

Ulusçuluk tarihsel bağlamda hem dönüşüm hem de bir inşa süreci olduğunu sürecidir. Milliyetçilik, modern dünyanın dinamiklerine uygun olarak eski toplumsal kimlikleri dönüştürmüş, bunun yerine ortak bir ulusal kimlik yaratmayı çalışmıştır. Ancak bu süreç hem kapsayıcı hem de dışlayıcı bir güç olarak işlev görmüştür. Ulusçuluk, tarih boyunca bireyleri birleştiren bir kimlik inşa etmekle kalmamış, aynı zamanda bireyler ve topluluklar arasında ayrışmaya da yol açmıştır. Bu ayrışma ülkeler arasında gözlemlenirken ülke içinde de özellikle seçim dönemlerinde gözlemlenmektedir.

Ulus olmanın özelliklerini Calhoun (2012, s. 6) 1- Sınırları olan bir toprak veya belirli bir nüfus ya da her ikisi 2-Bölünmezlik- ulusun bir bütün olduğu kavramı 3- Egemenlik ya da en azından egemenlik ülküsü taşımak ve böylece özerk ve kendine yeterli olduğu varsayılan bir devlet olarak diğer uluslarla şeklî eşitlik 4- 'Üstün' bir meşruiyet kavramı - örneğin hükümetin ancak halkın iradesi tarafından desteklendiği veya en azından 'halkın' ya da 'ulusun' çıkarlarına hizmet ettiği sürece adil olduğu düşüncesi 5- Halkın kolektif olaylara katılımı - ulus mensubiyeti esasına göre seferber edilen bir nüfus (ister savaşla, ister sivil yurttaşlıkla ilgili faaliyetler için) 6- Doğrudan üyelik – her bir bireyin, ulusun ivedi bir parçası oluşu ve bu bağlamda diğer üyelerle kategorik olarak eşit görülmesi 7- Dilin, paylaşılan inanç ve değerlerin, alışılmış pratiklerin bir birleşimini içerecek biçimde bir kültür 8- Zamansal derinlik - ulusun, geçmiş ve gelecek nesilleri içerdiği ve ortak bir tarihi olduğu haliyle zaman içinde var olduğu anlayışı 9- Ortak mezhep veya ırk özellikleri 10- Belli bir toprakla tarihi, hatta kutsal bir bağ olarak ifade etmektedir.

Buçukcu (2020, s. 71) "bizi biz yapan" şeylerin sadece ortak gelenekler, etnisite, ortak atalar olmadığını inancında önemli bir faktör olduğunu belirtmektedir. Renan (2016) devletlerin tarih boyunca var olduğunu ama ulusların yeni olduğunu belirtirken, ulusların modernitenin bir sonucu olduğunu ve aynı yöne bakabilen bir dizi olgunun meydana

getirdiği tarihsel bir süreç olduğunu dile getirmektedir. “Birlik bazen Fransa' da olduğu gibi bir hanedanlık tarafından; bazen Hollanda, İsviçre ve Belçika' da olduğu gibi eyaletlerin doğrudan iradeleriyle; bazen İtalya ve Almanya' da olduğu gibi sonunda feodal hevesleri yenen genel bir ruh tarafından gerçekleştirilir” (Renan, 2016, s. 38) ifade edilmektedir.

Bireysel kimliğimizi tanımlarken ben ve sen, milleti tanımlarken biz ve ötekine dönüşmektedir. Bizi tanımlayıp sınırlarını çizerken aynı zamanda bu sınırların dışında kalan öteki de tanımlanmaktadır. Biz kimliği ulusunu oluşturan bireyler arasında ne kadar yüksekse o milletin milli kimliği o kadar sağlam ve bütünleşik olduğu düşünülmektedir. Ben kimim sorusuna cevap verirken durduğumuz yer içinde yaşadığımız toplumdur. Bireysel kimliğimizde doğuştan getirdiklerimiz, ailemizden aldıklarımız, içinde yaşadığımız toplumdan aldıklarımızla birlikte oluşmaktadır. Bizi oluşturan aile ve toplumsal değerler ise milli kimlik tarafından kapsanmaktadır. Kimlik nedir ve ulusun temel unsuru olarak görülen millik kimlik nedir ve nasıl oluşmaktadır sorusuna Buçukcu (2020) kim olduğumuzu, neyin iyi neyin kötü olduğunu bilmek, neyin yapmaya değer olduğunu neyin olmadığını, sizin açınızdan neyin anlamlı ve önemli olduğunu ne neyinde önemsiz ya da ikincil olduğu konuların da sorularına verilen yanıtların toplam alanı olduğunu belirtmektedir. İnşa edilen milli kimlik bireysel kimlikle bütünleştiği zaman toplumsal dayanışma ve bütünleşme gerçekleşmektedir (Tamer, 2014) .

Biz ve öteki tanımlaması beraberinde benzerliği ve farklılığı getirmektedir. Millet kendi içinde benzerlik gösterirken diğer milletlerden farklılık göstermektedir. Milletin kendi içinde tamamen homojen olması devlet açısından olumlu görülse de farklı ulus içinde ki farklı kültürlerin ve inançların yer bulmasına olanak tanımadığından dolayı tek tipleşmeyi ve kültürel kayıpları da beraberinde getirmektedir. Her ne kadar milli kimliğin homojenliği farklı kimliklerin ve kültürlerin yok olmasına neden olsa da ulus devletleri bir arada tutan en önemli unsurlardan biri olduğu bilinmektedir

Milli kimliğin, belirli çıkar grupları tarafından halkı manipüle etmek amacıyla kurgulandığını iddia etmek, aynı şekilde milli kimliğin topluma doğrudan verili olduğunu savunmak da eksik ve yetersiz bir tanımlamadır. Bu görüşü savunanlara göre, eğer milli kimlik durağan bir yapıya sahip olsaydı, zamanla kaybolması veya yok olması kaçınılmaz olurdu. Ancak milli kimlik, temelleri sabit kalmakla birlikte dinamik bir yapıya sahiptir ve zamana, toplumsal koşullara ve değişen ihtiyaçlara göre şekillenerek varlığını

sürdürmektedir. Bu esneklik, milli kimliğin hem sürekliliğini hem de değişen koşullara uyum sağlayabilme kapasitesini göstermektedir.

Ortak tarih, dil, inanç, gelenek ve toplumsal bellek, bir toplumun milli kimliğini ve milli kültürünü inşa eden temel unsurlardır. Bu unsurlar, siyasi bir çerçevede şekillendirilirken hukuk, askerlik ve eğitim gibi araçlardan faydalanılmaktadır. Bu süreç, bireyleri ortak bir aidiyet duygusu etrafında birleştirirken, toplumsal bütünlüğü sağlamayı ve milli kimliğin sürekliliğini güvence altına almayı hedeflemektedir. "Eğitim yoluyla ulus bilinci, askerlik yoluyla vatan bilinci, siyasal katılım yoluyla vatandaşlık bilinci aşılanmaya çalışılır. Bu süreç içerisinde milli marş, bayrak, haritalar vb. ulusal övmeyi getirecek semboller kullanılır" (Akıncı A. , 2011, s. 25). "Milli kimlik hem devlet tarafından şekillendirilir hem de devlet için gerekli olan bir unsurdur. Bu durum hem milli birliği güvence altına alır, hem de tebaanın sadakatine hükmeder" (Spencer ve Wollman, 2020, s. 39). Milli kimlik toplumun iletişimi sağladığı gibi ötekine karşı kenetlenmeyi ve kendi içinde mobilizasyonu sağlamaktadır.

> "Aydın hükümdar tebaasının İktisadî faaliyetlerini düzenler, eğitimini sağlar, sağlığına ve sağlığının korunmasına bakar, yeknesak ve süratli bir adalet temin eder ve tebaası arzu etmese bile onların refahı ile bizzat ilgilenir. Zira bir devletin büyüklüğü, onun hükümdarının şan ve şerefidir ve bir devlet nüfusu ve bu nüfusun refahı nispetinde büyük devlet haline gelebilir" (Kedourie, 1971, s. 3).

Halkın kendi kaderini tayin hakkı olan cumhuriyetçilik, demokrasi ile taçlandırılmış olup bunun sonucunda da halkı halk adına yönetecek siyasi partiler hayatın bir parçası olarak belirmektedir. Halkı halka adına yönetecek partilerin halkın desteğini almak için yürüttükleri çalışmalarda, genelin oyunu almanın kestirme yolu milliyetçi sembollerin ve söylemlerin kullanılmasıdır. Avrupa'da sağ partilerin son yıllarda yükselişe geçmesi, hatta Fransa'daki son cumhurbaşkanlığı seçimlerinde sağ milliyetçi Jean-Marie Le Pen'in yüksek oy alması, milliyetçi söylemin toplum nezdinde giderek daha fazla karşılık bulduğunu göstermektedir. Benzer bir eğilim Türkiye'de de gözlemlenmekte olup, milliyetçi sağ parti Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ile muhafazakâr-sağ kimliğiyle öne çıkan Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) arasındaki iş birliği bu doğrultuda değerlendirilebilir. Nitekim son cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Cumhur İttifakı adayı Recep Tayyip Erdoğan'ın zaferi, Avrupa'daki sağ milliyetçi hareketlerin yükselişi ile benzer bir siyasi dinamiğin Türkiye'de de etkili olduğunu göstermektedir. Seçimlerin sadece milliyetçi söylem üzerinden kazanıldığını söylemek mümkün olmasa da ezan, bayrak, vatan vb. kavramların seçmende

karşılık bulduğu söylenebilir. Bu gibi simgelerin nasıl ve ne oranda kullanıldığına bulgular ve analiz bölümünde değinilecektir.

Ulus-devletler, vatandaşlarını milliyetçilik ideolojisi çerçevesinde tanımlayarak, bireylerin milli kimlik temelinde varlıklarını sürdürmelerini ve bu kimliği korumalarını sağlamaktadırlar. Milli kimlik, bireylerin alt kimliklerini ve kültürel farklılıklarını barındırsa da vatan gibi kritik konularda milli kimlik esas kabul edilmektedir.

Modern devletin aygıtları olan din, hukuk, eğitim ve siyaset, milliyetçi duyguları ve vatanseverlik ideolojisini harekete geçiren sözler ve semboller aracılığıyla bu kimliği canlı tutmaktadır. Bayrak, milli marş, anıtlar ve ulusal günler gibi semboller, bireylerin devlete olan bağlılığını güçlendiren araçlar olarak kullanılmaktadır. Bu semboller, yalnızca bireysel kimliği şekillendirmekle kalmaz, aynı zamanda milliyetçi mobilizasyonu sağlayarak devletin sürekliliğini de teminat altına alır.

Sonuç olarak, ulus-devletlerin milli kimlik oluşturma çabası, toplumsal birliği ve siyasal devamlılığı sağlama hedefiyle yakından ilişkilidir. Bu süreçte kullanılan semboller, söylemler ve ideolojik araçlar hem bireylerin kimliklerini şekillendirmekte hem de ulus-devletlerin varlığını ve otoritesini sürdürmesine katkıda bulunmaktadır.

1.1.3. Simgeler

Milliyetçilik, modernliğin bir sonucu olarak inşa edilen bir süreç şeklinde ele alındığında, ulusal kimliğin toplum tarafından benimsenmesinde semboller özel bir önem taşır. Bayraklar, marşlar, anıtlar ve ulusal ritüeller gibi semboller, bir yandan bir ulusun bağımsızlık ve egemenlik anlayışını somutlaştırırken, diğer yandan kolektif hafızayı canlı tutarak toplumsal dayanışmayı güçlendirmektedir. Milliyetçilikte semboller, ulusal hafızayı yeniden üretirken, aynı zamanda toplumu birleştirici bir araç olarak işlev görür. Ancak bu semboller, "biz" ve "öteki" ayrımı üzerinden ulusların sınırlarını da netleştirir. Bu süreç, sembollerin hem tarihsel hem de kültürel bağlamda ne denli dönüştürücü bir güce sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Bauman (2020), toplumu düzene sokmanın adı olarak nitelediği modernitenin aynı zamanda belirsizliklerinde kaynağı olduğunu belirtmektedir. Düzeni isteyen ama belirsizlikler üreten modernizm, milletleri milliyetçilik ve kullanılan simgeler aracılığı ile düzene sokmayı amaçlamaktadır. Ulus-devletlerin yapı taşı olan milliyetçilik bu süreçte

dinin tarihsel rolünden ilham alarak, bayraklar, milli marşlar ve anıtlar gibi "kutsal" sembollerle ulusal bir bağlılık yaratmaktadır. Bu bağlamda, ulus-devletler dinin geleneksel bağlayıcı rolünü modern ve seküler biçimlerde yeniden milliyetçi semboller üzerinden üretmektedir.

Anderson'a göre milliyetçilik, semboller aracılığıyla günlük yaşamın bir parçası haline gelir ve topluluklar arasında görünmez bağlar oluşturur. Semboller, milliyetçiliğin sıradan ve sürekli yeniden üretilen bir ideoloji olmasını sağlar. Bayraklar, marşlar, gazeteler ve tarihsel mitler gibi semboller, hayali cemaatin somutlaşmasını ve bireylerin bu cemaatin bir parçası olduğunu hissetmesini mümkün kılar.

Ulus-devletlerin vatandaşlarının birbirini tanımamasına rağmen aynı milletin parçası olduklarında birleşirler ki Anderson (1995) bu noktada milletleri hayali cemaatler olarak nitelemektedir. Bu bağlamda semboller, hayali bir topluluk inşa etmenin temel araçlarından biridir. Ulusal kimliğin oluşmasında "basım kapitalizmi" olarak nitelendirilen kitaplar, gazeteler ve diğer basılı materyaller, dil birliğini sağlamak ve ortak bir ulusal bilinç oluşturmak için en önemli araçlar olarak görev yapmaktadır. Gazete, dergi ve kitaplarla saplanan bilinci günlük hayatta bayraklar, marşlar, törenler aracılığı ile süreklilik oluştururken duyguları da harekete geçiren semboller olarak işlev görürler.

Milliyetçilikte semboller, ulusal kimliği görselleştirme ve anlamlandırma işlevinin yanı sıra, tarihsel hafızayı canlandırma, toplumsal dayanışmayı güçlendirme ve ulusal sınırları belirginleştirme gibi önemli roller üstlenmektedir. Bu bağlamda, semboller milliyetçiliğin ideolojik ve toplumsal gücünü somutlaştırarak, ulusun kolektif kimliğinin inşasında ve korunmasında temel bir araç olarak işlev görmektedir. "Modem tasarımlara göre devletin egemenliği, yasal olarak tespit edilmiş sınırlarının içinde kalan her santimetre kare üzerinde, aynı tamlıkta, yaygınlıkta ve şaşmazlıkla işler" (Anderson, 1995, s. 33).

Milliyetçili modern dönemi ürünü ve ulus inşasının temel ideolojisi olarak tanımlayan Hobsbawn (1995) sembollerin bunu yerine getiren önemli araçlar olduğu üzerinde durmaktadır. Bir ulus yaratma süreci sırasında semboller ve simgeler dağınık bir güruhu halk vatandaş yapma işlevi gördüğünü belirtmektedir. Bu topluluğun üyeleri kendilerini ortak şeyler, yerler, pratikler, önemli şahsiyetler, anılar, işaretler ve semboller üzerinden ulusal kimlik inşa ettiğine vurgu yapmaktadır. Semboller aracılığıyla halklar arasındaki farklılıklar bir tarafa bırakılarak ortak bir kimlik inşa edilir.

Milletin modernliğin bir ürünü olduğunu savunanların aksine, Smith, milletin tarihsel ve kültürel köklerle bir devamlılık içinde olduğunu öne sürmektedir. Bu bağlamda semboller, bu devamlılığı sağlamak adına vazgeçilmez bir rol oynar. Bayraklar, milli marşlar, anıtlar ve ritüeller gibi semboller, ulusları birleştirici ve milli kimliği pekiştirici araçlar olarak işlev görmektedir. Bu semboller, hem kolektif hafızayı canlı tutarak toplumsal dayanışmayı güçlendirmekte hem de ulusal kimliğin sürekliliğine katkıda bulunmaktadır.

Tarihsel hafıza ve kültürel köklerin devamlılığı olan millet ve milli kimlik Smith'e (2022) göre semboller hafızanın somutlaşarak devam etmesini sağlamaktadır. Bayraklar, bir ulusun bağımsızlık mücadelesini ve egemenliğini simgelerken, milli marşlar bu bağımsızlık ruhunun müzik yoluyla yeniden üretilmesidir. Bu sembollerin kolektif kimliklerin tarihsel sürekliliğini sağlayan bir unsur olarak görev yapmakta olup sadece temsil aracı değil aynı zamanda toplumsal mobilizasyonu ve bağlılığı sağlayan unsurlardır (Smith, 2014).

Milliyetçi savaş ve çatışma zamanlarında birleştirici bir unsur olarak görev yaparken günlük hayatın rutin bir parçası olarak yeniden üretilmektedir. Bu üretimin en başta gelen kaynakları sembollerdir. Bu kaynaklar gündelik hayata sızarak toplum ve birey için vaz geçilmez ve doğal bir unsura dönüşmektedir.

Milliyetçilikte semboller, günlük hayatın rutinleri olarak ulusal kimliğin farkında olmadan içselleştirilmesine ve sürekli hatırlatılmasına hizmet etmektedir. Bayrakların resmî törenlerde veya savaş sırasında kullanılmasının ötesinde, günlük hayatta binalarda, okullarda, kamu alanlarında sürekli olarak sergilenerek ulusal kimliğin doğal bir parçası haline gelmesini sağlanmaktadır. Ulusal dillerin medya, eğitim ve devlet kurumları aracılığıyla sürekli kullanılması, ulusal birliğin sessizce yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır. Günlük konuşmalarda kurulan "biz" ve "onlar" kimliği ifadeleri, toplumu "bizim milletimiz" ve "ötekiler" olarak ayıran söylemleri beslenmekte ve doğallaştırmaktadır. Yine para ve pullar üzerinde kullanılan tarihi kahramanlar ve kültürel semboller günlük hayatın sıradanlığında nesneleriyle milliyetçiliği kurar ve devam ettirir. (Billig, 2002).

Türk milliyetçiliğinin modernleşme sürecinde ulus-devlet inşa süreçte semboller merkezi bir yere sahiptir. Osmanlı geçmişinden koparılmak istenen yeni Türk milleti kimliğinin oluşturulmasında yapılan inkılaplar önemli bir yere sahiptir. Ayrıca Türk kimliğini oluşturma çalışmalarında semboller ve ritüellerin gücünden de faydalanılmıştır.

Modernleşme ve milliyetçiliğin iç içe geçtiği bir projede, Cumhuriyet Bayramı kutlamaları, resmi geçit törenleri, okullarda okutulan ant ve milli marşlar araçsallaştırılarak kolektif bir kimlik inşa ederek ulus bir arada tutulmaya çalışılmıştır.

Milliyetçilik, modern ulus-devletlerin inşa sürecinde sembollerle bütünleşen güçlü bir ideoloji olarak öne çıkmaktadır. Bayraklar, marşlar, anıtlar, törenler ve günlük hayatın içine yerleşmiş diğer semboller, sadece ulusal kimliği inşa etmekle kalmaz; aynı zamanda toplumsal dayanışmayı güçlendirir, tarihsel hafızayı yeniden üretir ve ulusal birlikteliği sürdürür. Bu semboller, ulusu "biz" kimliğiyle tanımlarken, karşıtlık yaratmak için "öteki" kimliğini de belirginleştirir. Anderson'ın "hayali cemaatler" anlayışında semboller, ulusun soyut bir kavramdan somut bir gerçekliğe dönüşmesinde kritik bir rol oynar. Smith ise bu sembollerin, tarihsel ve kültürel sürekliliği sağlayarak ulusal kimliğin bir parçası haline geldiğini vurgular.

Milliyetçi sembollerin bu güçlü işlevi, günlük hayatın en sıradan alanlarına sızarak milliyetçiliği doğal bir aidiyet biçimi haline getirir. Bayrakların ve marşların resmî törenlerde olduğu kadar sıradan mekânlarda sürekli görünür olması, kolektif kimliği pekiştirir ve ulusal bilinci farkında olmadan yeniden üretir. Billig'in "banal milliyetçilik" kavramıyla ifade ettiği üzere, milliyetçilik sadece kriz ve çatışma dönemlerinde değil, gündelik rutinde de yeniden üretilmektedir. Türk milliyetçiliği örneğinde görüldüğü gibi, modernleşme sürecinde kullanılan semboller ve ritüeller, Osmanlı geçmişinden koparılarak yeni bir ulusal kimlik inşa etmek için araçsallaştırılmıştır.

1.1.4. Türkiye Tasavvuru

Milliyetçilik, modern ulus-devletlerin inşa sürecinde sadece bir kimlik ideolojisi değil, aynı zamanda bir ülke tasavvuru oluşturma çabasındadır. Bu tasavvur bir taraftan fiziksel sınırların belirlerken bir tarafta sınırların ötesinde bir anlam dünyasının inşasını kapsamaktadır. Ulus-devlet, sınırları çizilmiş bir toprak parçası olmakla birlikte, tarihi, kültürel ve kolektif hafızanın yüklendiği "vatan" olarak yeniden tanımlanmaktadır. Milliyetçiliği ya üretilmiş ya da daima var olan olarak kabul edilse bir ülke tasavvurunu beraberinde getirmektedir. Kapitalizmle değişen ve dönüşen dünyada ülke tasavvurunun ya yeniden kurulması ya da dönüştürülmesi gerekmektedir.

Ulus-devletlerin temel unsurlarından biri, fiziksel sınırların belirgin bir şekilde tanımlanmasıdır. Bu sınırlar, yalnızca coğrafi bir gerçeklik değil, aynı zamanda ulusal

kimliğin ve egemenliğin sembolüdür. Anderson'un hayali bir topluluk olarak tanımladığı ulusun mekânsal sınırları görselleştirilerek vatan toprakları yapılması söz konusudur. Vatan toprağında yaşayanlar ortak bir geçmişe, dile, kültüre, geleneğe, değerlere ve ortak bir geleceğe sahip olarak millete dönüşmektedir.

Vatan, tarihsel mücadeleler ve kolektif fedakârlıklarla kutsallaştırılır ve bu nedenle bir ulusun bağımsızlık ve egemenlik iddiasının temel dayanağı haline gelir. Bu bağlamda milliyetçilik, vatanı yalnızca bir toprak parçası olarak değil, ulusal kimliğin temelini oluşturan kutsal bir mekân olarak görür (Yıldırım E. , 2014).

Smith (2022), milliyetçiliği modernleşme projeleriyle ilişkilendirirken, ülke tasavvurunun yalnızca geçmişe yönelik bir ideal olmadığını, aynı zamanda geleceğe yönelik bir vizyon sunduğunu belirtmektedir. Modern ulus-devletler, kalkınma ve ilerleme idealleriyle şekillenen bir ülke tasavvuru sunar. Bu bağlamda, ulus-devletler tarihsel hafızayı mobilize ederek bir yandan toplumsal dayanışmayı güçlendirir, diğer yandan geleceğe dair ortak bir tasavvur yaratır. Smith, bu süreci, "modernleşmenin mitik bir çerçeveye oturtulması" olarak değerlendirmektedir.

Milletler, toplumsal ve ekonomik ihtiyaçlar doğrultusunda modernitenin bir ürünü olarak şekillenmektedir. Sanayi toplumlarında iş bölümünün artması ve daha karmaşık bir yapıya bürünmesi, ulus-devletlerin bu karmaşıklığı düzenlemek için homojen bir kimlik yaratma ihtiyacını doğurmuştur. Bu süreçte dil, eğitim ve iletişim gibi araçlar, ulusun temel yapı taşları haline gelmiş ve bireylerin kolektif bir kimlik etrafında birleşmesine önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Bu homojenleştirici çabalar, toplumsal bütünleşmeyi sağlamayı ve ulus-devletlerin istikrarını korumayı amaçlamaktadır.

Milletlerin doğal bir varlık olmadığını, aksine modernitenin ve sanayileşmenin getirdiği sosyal ve ekonomik dönüşümlerin bir ürünü olduğunu savunan bu görüş, ulus-devletlerin milliyetçiliği bir araç olarak kullandığını ortaya koyar. Ulus-devletler, uluslaştırma sürecinde sanayileşmenin gereklerini yerine getirmekle yükümlüdür. Bu süreçte, toprağından koparılmış ve yönsüz bir halde olan köylülerin toplumsal düzene entegrasyonu önemli bir hedef haline gelmiştir. Aynı zamanda, halkın ulusal bütünlük içinde kalmasını sağlamak için gerekli sosyal, ekonomik ve kültürel şartların oluşturulması da bir gereklilik olarak görülmektedir. Bu, ulus-devletlerin yalnızca sanayileşmeye uyum sağlaması değil, aynı zamanda toplumsal dayanışmayı güçlendiren bir düzen inşa etmesi gerektiğini göstermektedir.

Ulus-devletlerin milliyetçiliği yalnızca bir ideoloji olarak değil, aynı zamanda bir toplumsal düzen aracı olarak kullanılmaktadır. Toplumun çeşitli kesimlerini birleştirerek ulusal bir kimlik etrafında bütünleştirme çabası hem sanayileşmenin gereklerini karşılamak hem de sosyal uyumu sağlamak için hayati bir rol oynamıştır. Bu bağlamda, milliyetçilik, modern toplumların inşasında hem bir hedef hem de bir araç olarak belirgin bir işlev görmektedir. Sınırları belirlenmiş ve vatan haline gelmiş topraklarda yaşayan bir milletin, ülkesini sahiplenmesi için, devletin kalkınmacı bir anlayışla hareket ederek egemenliğini, bağımsızlığını ve değerlerini koruyacak bir gelecek vizyonu sunması gerekmektedir.

Bu doğrultuda, milliyetçilik yalnızca ulus-devletlerin siyasal bir stratejisi olarak değil, aynı zamanda tarihsel süreç içerisinde şekillenen ideolojik ve toplumsal bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Milliyetçiliğin farklı kuramsal çerçeveler içinde nasıl kavramsallaştırıldığı, onun toplumsal işlevlerini ve modern ulus-devlet inşasındaki rolünü daha iyi anlamamızı sağlamaktadır. Milliyetçilik teorileri, kullanılan kavramların hangi tarihsel süreçlerde ve bağlamlarda ele alındığını ortaya koyarak, milliyetçi söylemin anlaşılmasını kolaylaştıran önemli bir çerçeve sunmaktadır.

1.2. Kuramsal Çerçeve

Milliyetçilik, modern ulus-devletlerin ideolojik temellerini şekillendiren ve toplumsal kimliklerin inşasında önemli bir rol oynayan çok boyutlu bir kavramdır. Moderniteye bağlı olarak değerlendirilen milliyetçilik ideolojisi, aynı zamanda tarihsel bir fenomen olarak da ele alınmaktadır. Bu nedenle, milliyetçilik farklı kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde incelenmektedir. İlkçi yaklaşımlar, milliyetçiliğin tarih boyunca var olduğunu savunurken, modernist yaklaşımlar, sanayi toplumunun bir ürünü olarak milliyetçiliği ele alır. Etno-sembolist yaklaşımlar ise tarihsel hafıza ve kültürel sürekliliğin önemine dikkat çekerken, post-modern teoriler milliyetçiliği söylemsel ve kültürel bir inşa süreci olarak değerlendirir. Bu bağlamda milliyetçilik çalışmaları, kimlik, kültür, tarih, ulus inşası ve semboller gibi kavramlar üzerinden çok yönlü bir tartışma alanı sunmaktadır.

Milliyetçilik, toplumsal, siyasal ve kültürel hayatı derinden etkileyen bir olgu olarak tarih boyunca farklı biçimlerde varlık göstermiştir. Ancak milliyetçiliğin sosyal bilimler tarafından bir inceleme alanı olarak ele alınması, özellikle II. Dünya Savaşı sonrasına denk gelmiştir. Bu gecikme, milliyetçiliğin üçüncü dünya ülkelerine özgü bir sorun olarak görülmesi ve yerleşik devletlerde "vatanseverlik" adı altında meşru bir değer olarak kabul

edilmesiyle ilişkilidir (Özkırımlı, 2020). Milliyetçilik, akademik anlamda sistematik bir inceleme alanı haline savaş sonrası dönemde gelmiştir.

Tarihsel süreçte milliyetçilik, Hobsbawm ve Miroslav Hrock'un ortaya koyduğu üzere, üç dönemden geçmiştir. İlk dönem, 1830-1880 yılları arasında folklor ve kültürel milliyetçilikle karakterize edilir. İkinci dönem, milliyetçiliğin siyasal bir araç olarak muhafazakârlaşmasıdır. Üçüncü dönem ise, I. Dünya Savaşı sonrası başlayan ve milliyetçiliğin kitleselleştiği bir dönemi temsil eder (Çancı, 2010). Fransız Devrimi ise milliyetçiliğin bir ideoloji olarak yükselişini hızlandıran en önemli faktörlerden biridir.

Milliyetçilik çalışmalarını üç temel dönem çerçevesinde ele alabiliriz: 1918-1945 yıllarını kapsayan birinci dönem, 1945-1990 yıllarını kapsayan ikinci dönem ve 1990 sonrası üçüncü dönem. İlk dönem, iki dünya savaşı arasında kalan süreçte, milliyetçiliğin doğal ve organik bir durum olarak kabul edildiği; ancak milletlerin tarihsel süreçlerdeki ortaya çıkışını ve normatif temellerini incelemeye odaklanıldığı bir dönemdir. Hayes ve Kohn gibi düşünürler, bu dönemde milliyetçilik tipolojileri üzerine çalışarak milliyetçiliği liberal, ekonomik ve kaynaştırıcı gibi kategorilere ayırmışlardır (Ertan ve Örs, 2018).

İkinci dönem, modernist yaklaşımın etkili olduğu, sömürge altındaki birçok devletin bağımsızlığını kazandığı bir zaman dilimini kapsar. Bu dönemde milliyetçiliğin, kültürel semboller, dil, eğitim ve iletişim teknolojileri aracılığıyla toplumsal bir bağ oluşturmadaki rolü incelenmiştir. Üçüncü dönem ise, 1990 sonrasında küreselleşmenin etkisini artırdığı bir dönemi temsil eder. Bu dönemde post-modern ve etno-sembolist yaklaşımlar, milliyetçiliğin neden hala etkili bir ideoloji olduğunu sorgulamış ve bu bağlamda yeni bir perspektif sunmuştur. Etno-sembolist yaklaşımlar, milliyetçiliğin tarihsel ve kültürel temellerini vurgulayarak, milliyetçiliği yalnızca modern bir inşa olarak değil, aynı zamanda geçmişle bağ kuran bir ideolojik araç olarak tanımlar. Smith'e göre, ulusların tarihsel hafızası ve sembolleri, kolektif kimliklerin sürekliliğini sağlamak için vazgeçilmezdir (Smith, 2022).

Klasik, modern ve post-modern dönemde milliyetçilik tanımlamaları yapanlar hatta eleştirenler milliyetçiliğin doğal olduğu kabulüyle hareket etmişlerdir. Doğal olarak kabul edilen milliyetçilik düşüncesi, duygu ve siyasi hareket olarak ele alınmaktadır. Bu üç durum kuramsal düşünce açısından aydınların söylemini, duyguyu kabul edenler kültürden milli bilince ulaşmayı, siyasi hareketi kabul edenler iktidar kavgaları üzerinden farklılıklar arz ederek yansımaktadır (Özkırımlı, 2020).

Milliyetçilik hem tarihsel hem de modern bir fenomen olarak toplumların ve devletlerin kimliklerini şekillendirmede önemli bir role sahiptir. Sanayi devriminden küreselleşme dönemine kadar çeşitli şekillerde yeniden yorumlanan milliyetçilik İlkçi, Modernist, Etno-sembolist ve yeni yaklaşımlar milliyetçiliği anlamak için önemli araçlar sunmaktadır.

1.2.1. Milliyetçilik Teorileri

Milliyetçilik, ulusun merkezde olduğu bir ideoloji olarak "siyasi ve sosyal örgütlenmenin kalbini" (Şahin, 2007, s. 5) oluşturmaktadır. Ulus, siyasi egemenliğin hem sahibi hem de meşruiyet kaynağıdır. Ulus temeli üzerine inşa edilmiş bir devletin sınırları içinde, tek ulus, tek millet ve tek dil gibi unsurlar, devletin ve milletin bekasını sağlamak için gerekli asgari temeller olarak görülmektedir.

Millet olma sürecinde Renan'ın da ifade ettiği gibi, yalnızca maddi unsurlar yeterli değildir; manevi unsurlar da gerekli görülmektedir. Milliyetçilik, doğuşundan itibaren farklı coğrafyalarda ekonomik, kültürel ve siyasi özelliklere bağlı olarak farklı biçimlerde uygulanmıştır. Örneğin, "liberal milliyetçilik, muhafazakâr milliyetçilik, kolonyal ve anti-kolonyal milliyetçilik" gibi türler, milliyetçiliğin nedenlerinden ziyade sonuçları üzerinden sınıflandırılabilir. Diğer bir bakış açısıyla, milliyetçilik "birleştirici milliyetçilik, ayrılıkçı milliyetçilik ve popülist milliyetçilik" (Karadağ ve Yaman, 2018, s. 86) olarak da ele alınabilir. Zaman açısından incelendiğinde ise modern öncesi milliyetçilik, modern milliyetçilik, küreselleşen milliyetçilik ve kimlik milliyetçiliği olmak üzere dört döneme ayrılabilir. Ayrıca Smith ve Kohn'un, milliyetçiliği coğrafi temele dayandırarak doğu ve batı milliyetçiliği şeklinde sınıflandırdığını da eklenebilir (Özkırımlı, 2020).

Milliyetçiliği kuramsal bir çerçeveye oturtmak, toplumsal değişimi anlamak, nedenlerini ve sonuçlarını çözümlemek açısından büyük kolaylık sağlamaktadır. Temel olarak, milliyetçilik dört ana yaklaşımda ele alınmaktadır: İlkçi, modernist, etno-sembolik ve yeni yaklaşımlar. "Milliyetçilik kuramları, milliyetçiliğin ortaya çıkış ve gelişim süreçlerini çeşitlendirme ve sınıflandırmaya odaklanmaktadır" (Özbek, 2019, s. 118).

İbni Haldun, milletlerin doğup geliştiğini ve belirli bir süre sonra yok olduğunu ifade ederken, Smith, millet yaratma sürecinin tekrarlanan bir eylem olduğunu vurgulamaktadır. Marx ise milletlerin tarihsel bir kategori olduğunu ve her milletin devletleşemediğini dile

getirmektedir. Milletler, milli kimlik oluşturduğunda bir bütün haline gelir ve modern anlamda millet olma yoluna girerler.

Klasik sosyolojinin kurucuları arasında yer alan Durkheim, Weber ve Marx, milliyetçiliği toplumsal yapıyı şekillendiren ve dönüştüren bir olgu olarak değerlendirmiştir. Ancak bu düşünürlerin analizleri, dönemlerinin siyasi ve toplumsal bağlamıyla sınırlıdır. Özkırımlı'ya (2020, s. 38) göre, "Weber, Durkheim, Tönnies, Mosca ve Pareto gibi sosyal bilimlerin öncü isimleri, milliyetçiliği çözümlemek yerine dönemin modasına uyarak belirli kamplara yönelmiştir." Bu nedenle klasik dönem düşünürleri milliyetçiliği doğrudan değil, dolaylı bir şekilde ele almıştır.

Klasik sosyologlar, milliyetçiliği toplumsal bir gerçeklik olarak kabul ettiklerinden, onun varlığını sorgulamaktan çok etkilerini ve işlevlerini incelemişlerdir. Durkheim, toplumsal dayanışma üzerinden milliyetçiliğin bağları güçlendirdiğini savunurken, Weber, milliyetçiliği modern devletin rasyonalizasyon süreçleri bağlamında ele almıştır. Marx ise milliyetçiliği kapitalizmin ideolojik bir aracı olarak değerlendirerek, sınıfsal yabancılaşmaya neden olduğunu ileri sürmüştür.

Weber'e göre milliyetçilik, "kendisini en yetkin şekilde kendi devletinde ifade eden, duygu ortaklığına dayalı bir topluluktur" (Özkırımlı, 2010, s. 12). Bir topluluğun millet olabilmesi için yalnızca dil ve siyasi birlik yeterli değildir; aynı zamanda kendi devletini kurma iradesine de sahip olması gereklidir. Weber, bu yaklaşımıyla, bugün birçok milletin neden bir devlete sahip olmadığını açıklamaktadır. Millet, belirli ortak özelliklere sahip bireylerin oluşturduğu bir topluluk iken, devlet, yönetme, güç kullanma, yasa koyma ve uygulama yetkilerini elinde bulunduran kurumsal bir yapıdır.

> "Millet bir devlet değildir, çünkü devlet kavramı kurumsal faaliyetle ilişkiliyken millet kavramı bir topluluk türünü ifade etmektedir. Devlet kavramı diğer kurumlardan belirli bir bölgede yasal zor kullanma ve sınır dışı etme tekeline sahip olmasıyla ayrılan bir dizi özerk kurum olarak tanımlanabilir" (Özbek, 2019, s. 21).

Aynı dili konuşmak aynı inancı ve kültürü paylaşmak dayanışmayı sağlasa da milleti millet yapan şey Weber'e göre ortak bir siyasi tarihi ve siyasi birlikteliktir. Sırplar ve Hırvatlar aynı ırka mensup olmakla birlikte aynı dine ve dile sahiptirler. Lakin aynı devlete sahip değillerdir ki Yugoslavya'nın dağılmasında Sırplar ve Hırvatlar beraber hareket etmemiştir.

Durkheim, matbaa aracılığıyla yayımlanan gazete ve dergilerin, fikirlerin yayılmasını sağlarken aynı zamanda toplumun birleşmesine ve bütünleşmesine katkıda bulunduğunu ifade etmektedir (Özbek, 2019). Gazete ve dergiler, milliyetçilik fikrinin yayılmasına olanak tanımış, bunun yanı sıra ortaya çıkan entelektüel topluluklar aracılığıyla milletin iletişim kurmasına ve milliyetçilik ideolojisinin hızla yayılmasına zemin hazırlamıştır.

Klasik dönem düşünürlerinin temel odak noktalarından biri, sanayi devrimiyle birlikte şehirlere göç eden ve geleneksel bağlarından kopan toplumun içinde bulunduğu kaostan çıkması için toplumsal çözümlemeler yapmak ve bu çözümlemeleri hayata geçirmek için öneriler sunmak olmuştur. Milliyetçilik, bu düşünürlerin çalışmalarında doğrudan ana konu olmasa da yeni oluşan milletleri bir arada tutan bir tutkal işlevi görmüştür.

Weber'in toplum anlayışında rasyonelleşme ve modernleşme süreçleri merkezi bir yer tutar. Ona göre, modern toplum, geleneksel bağlardan ve değerlerden koparak rasyonel kurallar, bürokrasi ve organizasyonlar etrafında şekillenir. Weber, toplumu tarihsel bir çerçevede ele alırken, modern toplumun oluşumunda kapitalist ekonomi sisteminin büyük bir etkisi olduğunu vurgular. Bu bağlamda, toplumu anlamanın anahtarı, toplumsal yapıların tarihsel olarak nasıl ortaya çıktığını ve bireylerin bu yapıların içinde nasıl anlam aradıklarını incelemekten geçer. Tarihsel bir çerçeveye ve aynı toprak üzerinde ortak ekonomik ve toplumsal çıkarlara sahip bireylerin aidiyet duygusuyla yönetilmesini ifade eden milliyetçilik Weber için tarihsel kökenli modern bir yaklaşımdır.

> "Durkheim'in düşünceleri de Fransız toplumunun temellerini sarsan siyasi ve askeri olayların meydana geldiği bir kriz ortamında şekillenmektedir. Bu dönemde Fransa'nın 1870 tarihinde günümüz Almanya'sının önceli olan Prusya ile yaptığı savaş, Prusya'nın üstünlüğü ile sonuçlanmıştı. Bu savaşta alınan ağır yenilgi ve bununla bağlantılı olarak büyük bir sembolik öneme sahip olan Alsace-Lorraine bölgesinin kaybedilmiş olması, Durkheim üzerinde büyük bir etki yaratarak onda derin bir milliyetçilik ve vatanseverlik duygularının uyanmasına neden olmuştur" (Düzce, 2017, s. 649).

Durkheim, toplumun bireylerden bağımsız bir gerçeklik olarak bireylerin üzerinde bir güç olarak tanımlamaktadır. Toplum, bireylerin yaşamlarını şekillendiren ve onların davranışlarına rehberlik eden normlar, değerler ve inançlar bütünüyle varlığını sürdürmektedir. Bireyleri birbirine bağlayan Kolektif bilinç, bir topluluğu bir arada tutan ortak inanç ve değerler sistemidir. Bu bağlamda, milliyetçilik toplumsal dayanışmayı sağlamaktadır. Fransa'nın Prusya karşısında aldığı yenilgi ve Alsace-Lorraine bölgesinin

kaybı gibi olaylar, Durkheim'in vatanseverlik ve milliyetçilik düşüncelerini şekillendirmiştir.

Durkheim, modern toplumlarda toplumsal dayanışmayı mekanik ve organik dayanışma olmak üzeri iki farklı şekilde açıklar. Mekanik dayanışma, bireylerin benzerlikleri üzerinden kurulan bağları ifade ederken organik dayanışma ise, iş bölümü ve farklılaşmaya dayalı bir dayanışma türü olarak modern toplumlarda görülmektedir. Milliyetçilik modern toplumlarda organik dayanışmanın bir parçası olarak işlev görür ve bireyleri farklılıklarına rağmen ortak bir ulusal kimlikte birleştirmektedir.

> "Ancak Durkheim'ın meseleye milliyet üstünlüğü gibi dışlayıcı ve dar bir perspektif açısından yaklaşmadığını belirtmekte fayda vardır. O, bu bakış açısıyla, öncelikle her toplumun kendi içinde bir birlikteliğe kavuşmasını daha sonra ise dünyanın diğer ulusları ile bir entegrasyon sürecine girmelerini öngörmektedir" (Düzce, 2017, s. 653)

Özkırımlı (2020) Durkheim ve Weber'in toplumsal olayların tüm aşamalarını açıklama peşinde olmadıklarından bir kuramsal çerçeve sunmadıklarını Durkheim'ın iş bölümünün, Weber'in ise akılcı örgütlenmeyi toplumun belirleyici özelliği olarak sunduğunu belirtmektedir.

Marx'ın milliyetçilik üzerine doğrudan ve sistematik bir görüşü olmamasına rağmen, milliyetçiliği genellikle sınıf mücadelesi bağlamında ele almaktadır. Marx'a göre, ulus, sınıfsal çıkarların üzerini örten bir ideolojik araçtır ve kapitalist toplumlarda milliyetçilik, işçi sınıfının evrensel dayanışmasını engelleyen bir "yanlış bilinç" olarak işlev görmektedir.

Dünya tarihini sınıf çatışması temelli okuyan Marx'ın milliyetçilik konusunda yaklaşımının 1853-56 Kırım savaşlarından sonrası ve öncesi olarak değişiklik arz etmektedir. 1853-56 Kırım Savaşı'nda Slav halklarının bağımsızlığını desteklerken öncesinde ise devlet kuramayan milletleri tarihsiz kabul ederek bu toplulukların millet olmadıkları için desteklenmemesi gerektiğini ileri sürmektedir. (Özkırımlı, 2020)

"Özünde olmamakla birlikte, biçiminde, proletaryanın burjuvaziye karşı mücadelesi başlangıçta ulus ölçeğinde bir mücadeledir. Her ülkenin proletaryası, elbette her şeyden önce, kendi burjuvazisiyle hesaplaşmalıdır (Marx ve Engels, 2014, s. 58)".

"Marxist yaklaşım meseleye ekonomi politiğin eşliğinde eğilmeye çalışmıştır. Buna göre milliyetçilik, iktisadi gelişimin belli bir aşamasında ortaya çıkan bir olgu olarak ele

alınmaktadır" (Çancı, 2008, s. 218). Milletlerin ekonomik araçlara sahiplik durumu milliyetçiliğin varlığına karşılık gelmektedir. Tüm bu söylemlere rağmen Marx var olan duruma ekonomi temelli bakarak ve vatan kabul etmeyerek yaklaşım geliştirirken milliyetçilik yaklaşımında tutarsızlıkların olduğu söyleyebiliriz.

Klasik dönem sosyologlarının millet ve milliyetçiliğe bakış açılarını ortaya koyduktan sonra milliyetçiliğe yaklaşımlardan ilki olan ilkçi yaklaşım ele alınacaktır. İlkçi yaklaşım isminden de anlaşıldığı gibi ilk olanı yani insanlık tarihinin başlangıcını esas almaktadır.

1.2.1.1. İlkçi Yaklaşımlar

Milliyetçi kuramlardan ilkçi İngilizce başlangıçtan beri var olan ve ilk yaratılan anlamına gelen *Primordialist* anlamında kullanılmakta olup Özkırımlı (2010) bunun bir kuram değil bir yaklaşım olduğunu belirtmektedir. Bu yaklaşım, milletlerin insanlık tarihiyle birlikte var olduğunu, doğal ve verili olduğunu belirtmektedir. Modernistler milletin verili olduğunu kabul ederken milliyetçiliğin modern dönemin bir ürünü olduğunu savunur. Buna karşılık ilkçi yaklaşım toplumsal yaşamın verili olduğunu savından hareket ederek milliyetçiliğin kökenlerinin kabilelerde olduğunu ifade eder. Dolayısıyla ilkçi yaklaşımı etnik milliyetçilik ile düşünmek gerekmektedir.

> "Milliyetçilik teorileri ana hatlarıyla özsel ve tarihselci olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Özselci yaklaşım, etnisiteyi "insanlığın doğasında bulunan bir özellik" olarak yorumlamaktadır. Tarihselci yaklaşım ise insanlığın tarih içinde ekonomilerine, kültürlerine, inançlarına ve siyasal örgütlenmelerine göre biçimlendirdikleri bir olgu olarak görmektedir" (Turan, 2011, s. 138).

İnsan doğası gereği toplumun bir parçası olan ailenin içerisine doğar. Bu aileler bir etnik grubun içerisinde toplumsal hayatın devamlılığını sağladıklarından dolayı etnik köken verili bir durumdur. Bu nedenle ilkçi yaklaşımların, etnik kimliği ve bu kimliği oluşturan bağların niteliğini inceleyen çalışmalar ile şekillendiği söylenebilir.

"Abbe Sièyès milletleri toplumsal bağın dışındaki *doğa durumu*ndaki bireyler olarak kavramamız gerektiğini, milletlerin yalnızca *doğal bir düzen* içinde var olduklarını iddia etmektedir. Bir başka deyişle, milletler zamanın en başında var olurlar, daha sonraki süreçlerin ve gelişmelerin kökeninde yatarlar" (Özbek, 2019, s. 129). Sièyès'in bu doğalcı

yaklaşımını Smith milletlerin varlığının eski çağlardan itibaren var olduğu kabulü ile yetinerek (Özkırımlı, 2020, s. 78) bu duruma *eskilcilik* adını vermektedir.

Milleti doğal sınırları ve kendine ait kültür ve yapılarının varlığıyla kabul eden hatta cinsiyet gibi doğuştan geldiğini ifade eden ilkçi yaklaşım; doğalcı, biyolojik ve kültürel olarak üç gruba ayrılmaktadır. Smith'in bu ayrımını Tilly biyolojik, kültürel ve psikolojik olarak üç grupta kategorize etmektedir. "Geçmiş, milletlerin kendi kendilerini gerçekleştirme mücadelesinin öyküsü" (s. 78)olduğunu ve insanın bir aile içinde dünyaya gelerek aslında bir etnik grubun içine de doğduğunu (Özkırımlı, 2020)iddia edilmektedir. Etnik kimlik doğal olduğu için millet ve milliyetçilikte doğaldır.

İlkçi yaklaşımlar, milliyetçiliğin insan doğasının ve toplumsal yaşamın doğal bir sonucu olduğunu savunmaktadırlar. Bu yaklaşıma göre, milliyetçilik ve milletin kökenleri, tarihsel ve kültürel bir yapı olarak verili kabul edilir. Milletin, tarih boyunca sürekliliğini koruduğu ve bu yapı, dil, din, tarih, kültür ve ortak geçmiş gibi unsurlarla şekillenmektedir. Ancak, bu görüşler, milliyetçilik ve milletin oluşumunda tarihsel bağlamın etkilerini göz ardı ettikleri gerekçesiyle eleştirilere maruz kalmaktadır.

Moderniteyle birlikte, milliyetçilik sosyal bilimlerde geniş bir tartışma alanı bulmuştur. Bu tartışmalar, milletlerin ve milliyetçiliğin doğası ile sürekliliği konusundaki farklı perspektifleri bir araya getirerek disiplinler arası bir zenginlik sunmaktadır. Milliyetçilik yalnızca tarihsel bir fenomen midir sorusunun yanı sıra, toplumsal dayanışmayı ve bireylerin aidiyet duygusunu nasıl şekillendirdiği soruları da tartışmayı derinleştirir. Bu bağlamda, milliyetçilik çalışmaları, tarihsel süreklilik ve toplumsal etkiler arasındaki ilişkiyi anlamlandırmaya yönelik önemli bir zemin sunmaktadır.

1.2.1.2. Modernist Yaklaşımlar

Milliyetçiliğin kökenlerine ve başlangıcına ilişkin sorular, farklı bakış açıları ve cevaplar doğurmuştur. Özellikle modern milliyetçiliğin hangi tarihe dayandığı sorusu, farklı araştırmacılar tarafından çeşitli şekillerde yanıtlanmıştır. Greenfeld (2016, s. 34), modern milliyetçiliğin 16. yüzyılda İngiltere'de ortaya çıktığını ve buradan Amerika'ya taşındığını belirtirken, Smith, Kedourie, Nairn ve Hobsbawn gibi araştırmacılar ise modern milliyetçiliği Fransız Devrimi sonrasında ortaya çıkan yeni bir olgu olarak değerlendirmektedir.

Modernist milliyetçilik çalışmaları, literatürde ilk olarak Karl Deutsch'un 1953 yılında yayımladığı *Nationalism and Social Communication* ve Elia Kedourie'nin 1960'ta yayımlanan *Nationalism* adlı eserleriyle temsil edilmeye başlanmıştır. 1980'lere kadar milliyetçilik literatürüne büyük ölçüde modernist yaklaşımlar hâkim olmuştur. Bu dönemde modernist kuramlar, milliyetçiliği sanayileşme, toplumsal iletişim ve devlet inşası bağlamında ele alarak belirleyici bir perspektif sunmuştur. Ancak 1980'lerden itibaren etno-sembolist yaklaşımlar ön plana çıkmış ve milliyetçilik çalışmalarında yeni bir yönelim belirleyerek literatüre farklı bir bakış açısı kazandırmıştır (Özkırımlı, 2020).

Modernizm, sanayileşme, merkezi devletler ve laiklik gibi süreçlerle birlikte ilerlediği için, milliyetçilik de ekonomi, siyaset ve kültürel yapılardaki değişimlerden etkilenmiştir. Modernist düşünürler, milliyetçiliğin modern zamanların bir ürünü olduğu konusunda hemfikir olsalar da diğer konularda görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Bu da modernist kuramın anlaşılmasını ve yorumlanmasını zorlaştırmaktadır.

Özkırımlı (2020), bu karışıklığı en aza indirmek için modernist milliyetçilik kuramını üç ana gruba ayırmıştır: ekonomik dönüşümü merkeze alanlar, siyasi dönüşümü merkeze alanlar ve kültürel-toplumsal dönüşümü merkeze alanlar. Bu bağlamda, bu çalışmada modernist yaklaşım; ekonomik dönüşümü temel alan Tom Nairn, siyasi dönüşümü baz alan Eric Hobsbawn ve kültürel değişim temelli bir çerçeve çizmeye çalışan Ernest Gellner ve Benedict Anderson üzerinden tartışılmaktadır.

Milliyetçiliğin ortaya çıkışını kapitalist gelişim süreciyle ilişkilendiren neo-Marksistler, 1960'lardan itibaren Avrupa'nın sömürgeleştirdiği ülkelerin bağımsızlık mücadeleleri ve Avrupa'da yükselen ırkçı söylem ve hareketlerin etkisiyle milliyetçiliğe yönelik artan ilgiyi açıklamaya çalışmıştır. Özkırımlı'ya (2020, s. 100) göre, "klasik Marksizmin iskeletini korumaya çalışan bu yaklaşımlar, kültür, ideoloji ve dile daha fazla önem vermeye başlamıştır."

Tom Nairn, milliyetçiliği dünyanın ekonomik ve toplumsal gelişim süreciyle birlikte açıklamış ve Marksizmin milliyetçilik kuramı üretememesini bir başarısızlık olarak görmüştür. Klasik düşünürlerin bir teori geliştirememesini ise milliyetçiliği kuramsallaştıracak koşulların o dönemde yeterince gelişmemiş olmasına bağlamıştır. Nairn, milliyetçiliği dünya tarihinin bir parçası olarak değerlendirirken, Sanayi Devrimi ve Fransız Devrimi sonrası oluşan ekonomik şartların milliyetçiliğin şekillenmesinde belirleyici olduğunu ileri sürmektedir.

> "Aslında, kapitalist uluslararasılık hem milliyetçiliği hem enternasyonalizmi doğurmuştur ve Napoleon'un Fransız Devrim İmparatorluğu'nun yükselişi ve düşüşünden bu yana, bu siyasal dünya görüşleri birbirleriyle kalıcı, huzursuz bir gerilim içerisinde var olmuşlardır. Genel sanayileşme süreci, milliyete dair (etnik, dilsel, fizyonomik ve bazen dini) bütün etkenleri tutarlı bir şekilde çok daha önemli kılmıştır. Bir bakıma, 1989'un esas ortaya çıkardığı, bunun sürmekte olduğudur: Doğu'daki planlı ekonomilerin iflası, önceki vakalarda olduğu gibi esasen milliyetçi bir formda zuhur eden gecikmiş bir tepkiyi meydana getirmiştir." (Nairm, 2015, s. 55,87)

Milliyetçilik ile sanayileşme arasındaki ilişkiye odaklanan Tom Nairn, Batı Avrupa ülkelerinin kalkınmasıyla diğer ülkelerin geri kalması arasında bir bağlantı kurmaktadır. Nairn'e göre, Batı Avrupa ülkeleri sanayileşerek merkez ülkeler konumuna gelirken, diğer ülkeler çevre olarak tanımlanmıştır. Bu dengesiz kalkınma, geri kalmış ülkelerde halkın tepkisini ortaya çıkararak, bu ülkelerin bağımsızlık mücadelelerine ve milliyetçi hareketlere yönelmesine neden olmuştur. Nairn, bu süreçte seçkinlerin halkı milliyetçi bir mücadeleye ikna ettiğini ve halkın bu mücadelede kilit bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Ona göre, milliyetçilik, kapitalist dünya düzeninin yarattığı eşitsizliklere karşı bir tepki olarak doğmuştur ve modernleşme ile sanayileşmenin gereklerine uyum sağlama çabasıdır.

Marksist düşünceden etkilenen Nairn, milliyetçiliğin yeni bir toplumsal sınıfın, yani halkın, tarih sahnesine davet edilmesi gerektiğini savunur. Halkın anlaması ve benimsemesi gereken milliyetçilik, elitlerin halkı yönetmek için geliştirdiği bir gelenek olarak ortaya çıkar. Nairn, milliyetçiliği geçmişe ve geleceğe aynı anda bakan bir kavram olarak tanımlar; bu nedenle, iyi veya kötü milliyetçilik ayrımını reddederek, her milliyetçilik hareketinin bu iki özelliği bir arada barındırdığını ileri sürer.

Eric Hobsbawm ise milliyetçiliği siyasi değişimler bağlamında ele alır. Hobsbawm (1995), milliyetçiliğin, modern devletin yaratılmasında kullanılan bir araç olduğunu ve bu sürecin sanayileşme, ulus-devletleşme ve aydınlanma değerleriyle birlikte ilerlediğini ifade eder. Ona göre, gelenekler, modern devletin sürekliliğini sağlamak için icat edilmiştir. Özellikle 1870-1914 yılları arasında Avrupa ve Amerika'da pek çok milletin yaratıldığını belirten Hobsbawm, bu dönemde yeni kurumlar, statü sistemleri ve sembollerin halkı bir arada tutma aracı olarak kullanıldığını ifade eder. Milli marşlar, bayraklar ve törenler gibi ritüeller, halkı birleştirici bir unsur olarak öne çıkmıştır.

Ernest Gellner, milliyetçiliği sanayileşme ve kültürel değişimle ilişkilendirerek sistematik bir kuram sunmaya çalışır. Gellner'e (2012)göre, milliyetçilik, sanayi

toplumlarının ihtiyaçları doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Geleneksel toplumlarda milliyetçiliğin mümkün olmadığını savunan Gellner, modern toplumların sanayileşmenin getirdiği iş bölümüne ve kültürel birliğe dayandığını belirtir. Bu bağlamda, kültür, sanayi toplumlarında bireylerin kimlik kazanmasını ve toplumsal bütünlüğü sağlamak için vazgeçilmez bir araçtır. Gellner, bu kültürel dönüşümün eğitimle sağlandığını ve eğitimin milli bilinci güçlendiren temel bir araç olduğunu vurgular.

Benedict Anderson ise milliyetçiliği kültürel bir inşa süreci olarak ele alır. Ona göre, milletler ve milliyetçilik "hayali cemaatler" olarak tanımlanabilir. Anderson, bu cemaatlerin bireyler tarafından fiziksel olarak tanınmasa da ortak bir kimlik duygusuyla bir arada olduğunu ifade eder. Modernleşme ve sanayileşme, bu hayali cemaatlerin oluşmasında önemli bir rol oynamıştır. Coğrafi keşifler ve sanayi devrimi gibi süreçlerle başlayan kültürel değişim, dini kimliklerin yerini ulusal kimliklere bırakmasına neden olmuştur.

Gellner ve Anderson'un ortak noktası, milliyetçiliği sanayi devrimi ve kapitalist sistemle ilişkilendirmeleridir. Her iki düşünür de milliyetçiliğin modern bir olgu olduğunu savunurken, bu sürecin ekonomik, kültürel ve toplumsal değişimlerin bir sonucu olduğunu belirtirler. Anderson, bu değişimlerin tarihsel süreçlerle açıklanabileceğini ifade ederken, Gellner, milliyetçiliğin modernleşme sürecinin bir gerekliliği olarak ortaya çıktığını vurgular.

Milliyetçilik, sanayileşme, modernleşme ve kültürel değişim süreçleriyle şekillenmiş çok boyutlu bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Modernist kuramcılar, milliyetçiliğin bir yandan ulusal kimlikleri inşa ettiğini, diğer yandan toplumsal bütünlüğü sağlamak için araçsallaştırıldığını ifade etmektedir. Ancak milliyetçiliğin, yalnızca modernleşme ile değil, aynı zamanda tarihsel bağlamlarla da şekillendiği unutulmamalıdır. Bu nedenle, milliyetçilik hem ekonomik hem de kültürel dönüşümlerin kesişim noktasında yer alan dinamik bir ideoloji olarak değerlendirilebilir.

1.2.1.3. Etno-Sembolik Yaklaşımlar

Etno-sembolik yaklaşımcılar, modernistlerin "millet ve milliyetçilik yoktan var edilmiştir" anlayışına karşı çıkarak, milletlerin gelişim sürecinin geniş bir zaman dilimi içinde ele alınması gerektiğini savunmaktadır. Bu yaklaşıma göre, modern milletlerin doğuşunu, onların etnik geçmişlerini dikkate almadan açıklamak mümkün değildir

(Özkırımlı, 2020). Milliyetçilik, bir anda yoktan var olmamış; aksine, önceki dönemlerde var olan etnik grupların sürekliliği ve belirli şartların olgunlaşması sonucunda ortaya çıkmıştır.

Etnik gruplar, paylaştıkları ortak değerler ve olgular sayesinde zamanla farklılaşarak ortak bir geçmiş inancı geliştirmiş ve bu geçmişi bulundukları ya da ulaştıkları topraklarla bağdaştırarak kendilerine yurt edinmişlerdir. Bu süreç, milli duyguların gelişmesini sağlamış ve sonuç olarak bir milletin oluşumuna zemin hazırlamıştır (Spencer ve Wollman, 2020).

Yaklaşımın temsilcilerinde Smith etno-sembolizmin üç avantajını şu şekilde sıralamaktadır; birincisi yeterli koşullar oluştuğunda hangi milletlerin milliyetçi hareket başlattığı ve süreç içinde nasıl bir biçime bürüneceği, ikincisi, mit, anı, sembol ve törenlerin milliyetçiliğin şekillenmesinde ki rolünü kavramaya yardımcı olduğu, üçüncüsü ise geniş halk kitlelerinin neden milliyetçiliğe sahip çıktığını ve neden yapılan bu çağrıyı kabul ettiğine dair fenomenleri ortaya koymakta başarılı olmuştur (Özkırımlı, 2020).

Etno-sembolizm sosyolojinin sorduğu soruları olgular, fenomenler olarak ortaya koyup neden ve sonuçları açıklama konusunda daha başarılı olduğu için daha yakın durmaktadır. Yaklaşımın temsilcisi olan Smith (2014) kuramsal çerçevesini ortaya koyarken kavramları açıklayarak işe başlayıp ortak bir düşünce etrafında toplanmayı sağlamaktadır. Kavramları tanımlarken ayrıntıya inerek genellemeden kaçınmış böylelikle de özel tanımlar yaptığını görmekteyiz.

Özellikle yapmış olduğu millet tanımı bunu desteklemektedir. Milleti tanımlarken maddi; ortak tarih, paylaşılan toprak, ortak ekonomi kamu kültürü ve manevi unsurlar; anılar, mitlerin yanı sıra modern toplumun getirdiği hukuk üzerinden vatandaşlık sorumluluk ve hakları olarak geniş bir tanımlama yapmaktadır (Özkırımlı, 2020).

Smith (2022) çalışmalarında milliyetçilik türlerini belirtip açıklarken aynı zamanda milletin nasıl oluştuğu sorusuna da cevap vermeye çalışmaktadır. Millet kimdir sorusuna tarihi süreç içerisinde ki etkili unsurlardan yola çıkarak nasıl bugün ki duruma geldiğini ortaya koyarak cevap vermeye çalışmıştır. Milletin doğmasına vesile olan unsurları ve bu unsurların nasıl taşındığını belirterek soruları kavramlar ve konuya yaklaşımı olan diğer araştırmacıları da kanıt göstererek ya da eleştirerek bir çerçeve çizmeye çalışmaktadır.

Etno-sembolcüler, modernistlerin dayatmalarına ve her şeyi modernite ile başlatıp, okumalarına ve geçmişi yok saymalarına karşı çıkarak bir yaklaşım ortaya koymaya çalışmaktadırlar. Etno-sembolizm milliyetçiliği açıklamada isminden de anlaşıldığı üzeri etnik kökeni temele almaktadır. Modernitenin dayatmalarını kabul etmeyen ve açıklamalarını yetersiz bulan etno-sembolcüler ilkçilerede karşı çıkmaktadırlar. Moderniteye ve ilkçiliğe karşı çıkarak yeni bir kuram değil ikisini de kapsayan yeni bir sentez ortaya koydukları görülmektedir.

Bu kuramının temsilcilerinden Anthony Smith "kendi pozisyonunu ilkçilik ile modernizm arasında tanımlamış, kaleme aldığı son eserinde ise kendini etnosemboliz veya tarihsel etnosembolizm" (Spencer ve Wollman, 2020, s. 57) paradigmasını benimseyen çalışmalar yürüttüğünü belirtmektedir.

Milli kimlik de millet gibi yoktan var edilen bir unsur değil, "geçmişten kalan mitler, değerler ve sembollerin etkisi altında şekillendikleri" (Özkırımlı, 2020, s. 190) etnik kimliklerinin tarihin aşındırmalarına dayanarak özünü koruyarak devem ettiği üzerinden bir paradigma ortaya koymaktadırlar.

Milliyetçiliğin modern bir oldu olduğunu kabul ederek ve milletin verili olduğuna atıf yapmayarak ilkçi yaklaşımlardan farklılaşırken, milliyetçiliği sadece sanayi devrimi, kapitalizm gibi süreçlerle de açıklamanın yeterli olmadığı savıyla da modernistlerden ayrılmaktadırlar.

Etno-sembolist yaklaşım, ilkçi ve modernist yaklaşımlardan ayrılarak milletlerin oluşumunu tarihsel ve kültürel bir perspektifle ele alır. Bu yaklaşımın önde gelen temsilcilerinden Anthony D. Smith, milletlerin yalnızca moderniteyle başlamadığını, aksine tarih boyunca birikmiş mitler, değerler ve semboller üzerinden şekillendiğini savunur.

Etno-sembolistlere göre, milletlerin oluşumu yalnızca ekonomik ve siyasi faktörlerle ya da din gibi fenomenlerle açıklanamaz; bunun yanında kültürel hafıza, semboller ve mitler de bu sürecin ayrılmaz bir parçasıdır. Milletler ve milliyetçilik, sürekli olarak tekrar ve tekrar üretilen bir süreçtir ve bu süreç, sadece moderniteye dayalı bir olgu olarak değil, tarihsel bir gelişim içinde değerlendirilmelidir. Bu yaklaşıma göre, milletlerin tarihsel ve kültürel unsurların kümülatif etkisiyle inşa edildiği fikri, milliyetçiliğin çok boyutlu yapısını anlamamıza olanak tanır.

1.2.1.4. Yeni Yaklaşımlar

Sosyologlar, Aydınlanma düşüncesi ve ardından gelen devrimlerle başlayan süreci "modern dönem" olarak adlandırmış, öncesine ise "klasik" ya da "geleneksel dönem" demişlerdir. Günümüzde teknoloji ve iletişimin hızla ilerlemesiyle ortaya çıkan yeni dönem, sanayiye dayalı modern dönemden farklılıklar göstermektedir. Bu nedenle, bazıları bu dönemi modernitenin üst bir yapısı olarak görürken, bazıları ise moderniteden bir kopuş olarak değerlendirmektedir. Bu yeni döneme "post-modern" ya da "postmodern" dönem denmektedir ve bu terimin yazılışı konusunda dahi tartışmalar sürmektedir. Ancak bu çalışmada bu tartışmaya girmeden, post-modern dönemin ne zaman başladığı sorusuna odaklanalım.

"Post-modern" terimi ilk kez Lyotard tarafından kullanılmıştır. Kavram, 1960'larda Amerika'da önce resim ve edebiyat alanında kendini göstermiş, 1970'lerde Avrupa'ya yayılmış ve bugün tüm dünyada etkisini hissettirmektedir. Postmodernizmin içeriği hakkında farklı görüşler bulunmaktadır; kimileri bunu yeni teknolojiyle, kimileri çevre sorunlarıyla, kimileri ise kimlikler ve çokkültürlülükle ilişkilendirmektedir (Yıldız, 2005). Bu dönem, büyük anlatıların yani ideolojilerin sona erdiği bir süreç olarak tanımlanır ve tüm dünya milletlerini kapsayan bir yönelime sahiptir. Avustralya'daki küçük topluluklardan Kanada ve İspanya'daki azınlıklara kadar geniş bir kapsamda kimliklerin tanınması bu dönemin önemli bir özelliğidir. Aynı zamanda "kimlikler çağı" olarak anılan bu dönem, akademide de disiplinler arası çalışmaların hız kazandığı bir süreç olmuştur.

Modern öncesi ve modern dönemlerde toplumsal dönüşümler ve çalışmalar genellikle Avrupa merkezli olarak gerçekleşmiştir. Hatta işçi sınıfı ve ezilenleri merkeze alan Marksizm bile Avrupa dışına yeterince çıkamamıştır. Buna karşılık, post-modern yaklaşımlar milliyetçiliğin dünya genelinde yayıldığını ve kimliklerin tanınmasıyla birlikte milliyetçi hareketlerin güçlendiğini göstermektedir. Ortadoğu ve Afrika'daki savaşlar ve kıtlıklar, bu bölgelerden batıya yönelik göç hareketlerini artırmıştır. Ayrıca, Avrupa'nın sanayileşme ve kalkınma süreçlerini desteklemek için farklı ülkelerden işçi getirdiği bilinmektedir. Örneğin, Almanya'daki Türkler ve Fransa'daki Cezayirli ve Faslı göçmenler bu duruma örnek teşkil etmektedir. Almanya'da, üçüncü ve dördüncü kuşak göçmenlerden söz edilmektedir. Bu kuşaklar hem ata yurtlarının kimlik özelliklerini hem de yaşadıkları ülkelerin kültürlerini birlikte taşımaktadır.

1980'lerden itibaren milliyetçi hareketlerde ve bu alandaki akademik literatürde önemli bir artış yaşanmıştır. Bu artışın nedenlerinden biri, birbirinden bağımsız görülen birçok çalışmanın bir arada değerlendirilmesidir (Özkırımlı, 2020). Bu dönemde, toplumsal fenomenlerin her toplumda farklı işlediği ve sabit bir doğasının olmadığı savunulmuştur. Milliyetçilik çalışmaları, modern dönemde olduğu gibi yalnızca dikey ilişkiler üzerinden değil, "enine, boyuna, diklemesine" ayrışan bir yapıya bürünmüştür (Turan, 2011, s. 144).

Özellikle Avrupa merkezli okumalar, Avrupa dışı milletlere yeterince odaklanmamış ve kadınların milliyetçilik içindeki yerini, millet ve milliyetçiliğin devamını nasıl sağladıklarını incelememiştir. Ancak yeni yaklaşımlar, toplumsal cinsiyet ve milliyetçilik ilişkisi, çevre ve milliyetçilik, ulusüstü kurumlar ile milliyetçilik, günlük hayatta banal milliyetçilik gibi konuları akademik ve toplumsal hareketlerin gündemine taşımıştır (Özkırımlı, 2020). Bu bağlamda, post-modern dönemin milliyetçilik tartışmalarına yeni bir boyut kazandırdığı söylenebilir.

> "Bu dönemdeki çalışmaların ortak hareket noktasını ise 'söylem' ve 'kimlik" kavramları oluşturmuştur. Michel Foucault'nun çalışmalarından etkilenen "söylem" kavramına, söylem dâhilinde üretilen bilginin toplumsal alanda özne ve iktidar arasındaki kurgulanışına ve söylemin şekillendirici gücüne yönelinen bu dönemde "kimlik", yeni yaklaşımları modern tezlerden ayıran bir kavram olarak çalışmalardaki yerini almıştır. Yeni dönem, post-modern yaklaşımları ortaya çıkartan; böylece milleti "tasavvur", "kurgu" ve "anlatı" olarak ele alan "söylemsel" tartışmaların sürdürüldüğü sürece denk gelerek kuramsal çalışmalar düzeyinde yeni arayışları ortaya çıkartmıştır." (Yıldırım E. , 2016, s. 137).

Klasik milliyetçilik çalışmalarında, milli duygu, milli bağlılık ve etnik köken gibi kavramlar merkezi konumlarını kaybederek yerlerini kimlikler ve söyleme bırakmıştır. Bu değişim, milliyetçilik kuramına yeni bir soluk getirirken yerel dinamiklerin ve yerelin önemini vurgulamaktadır.

18. yüzyılda Fransız İhtilali ile başladığı ileri sürülen veya ilkçi yaklaşımlara göre her zaman var olan milliyetçi politikalar, 21. yüzyılda ana politika haline gelmiştir ya da geleceği öngörülmektedir. İki dünya savaşına neden olan etnik kimlik meseleleri, artık dünya savaşları şeklinde değil, ulusların kendi içlerinde yaşanan çatışmaların temel sebebi olarak karşımıza çıkmaktadır. Marx'ın "Avrupa'daki hayaleti," 21. yüzyılda Avrupa dışına taşarak büyümüş ve bu kez milliyetçilik postuna bürünmüş bir biçimde dünyada dolaşmaktadır. Bu durum, milliyetçiliğin geçmişten günümüze uzanan etkisini ve değişen yüzünü açıkça ortaya koymaktadır.

> "Farklı mezhepler, farklı etnik unsurlar, farklı kültürel değerlere sahip yığınlar, bir meta ideoloji olarak gördükleri milliyetçi ideoloji içerisinde uzun sürelerdir bir arada yaşamaktadır. Ancak 21. yüzyıl, bu kurguları yerinden oynatacak pek çok değişkenle birlikte yeni oyunlar sahneleneceğinin ipuçlarını göstermiştir. Kitlesel azınlıkların devşirilerek, farklılıkların göz ardı edilmesi ile oluşturulmuş bir aradalıklar harç dokularını kaybetmeye başlamıştır. Ulusların yaşadığı çalkantılı durumlar sadece bölgesel siyaseti değil, çatışma ve kaos ortamlarından kaçan insanlar sayesinde, Avrupa ve Dünya siyasetini de etkilemektedir." (Karadağ ve Yaman, 2018, s. 85)

Milliyetin ve milliyetçi düşünce ile hareketlerin tarihsel süreçte aldığı farklı biçimler, bu kavramların doğru şekilde analiz edilmesini ve anlamaya yönelik bir çerçeve oluşturulmasını zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda hem kavramsal netlik sağlamak hem de bu fenomenleri bütünleştirici bir modelle ele almak, milliyetçiliğin çok yönlü yapısını daha iyi anlamaya katkı sunacaktır. (Yıldırım, 2016, s. 138)

Modernleşmenin bir ürünü olarak ya da her zaman var olan bir olgu şeklinde değerlendirilen milliyetçilik, toplumsal ve siyasal yapıların şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Post-modern dönemde ise kimlik, söylem ve yerel dinamiklere odaklanan yeni yaklaşımlar, milliyetçiliği çok katmanlı bir olgu olarak ele almaktadır. Milliyetçilik, bir ulusun sınırlarını ve kimliğini tanımlamanın ötesinde, toplumsal dayanışmayı güçlendiren ve farklı bağlamlarda kendini yeniden üreten bir meta-ideoloji olarak varlığını sürdürmektedir.

Hem yerel hem de küresel ölçekte, milliyetçi söylemler ve kimlikler, bölgesel ve uluslararası politikaların temel unsuru olmaya devam etmektedir. Bu nedenle, milliyetçiliğin tarihsel kökenlerini, geçirdiği dönüşümleri ve güncel etkilerini anlamak yalnızca akademik bir gereklilik değil, aynı zamanda toplumsal çatışmaları çözümlemede ve dayanışmayı güçlendirmede kritik bir önem taşımaktadır.

Sonuç olarak, milliyetçilik hem modernleşmenin bir ürünü olarak hem de tarihsel ve kültürel unsurların birikimiyle şekillenen çok katmanlı bir olgu olarak toplumsal, siyasal ve kültürel hayatın merkezinde yer almaktadır. Post-modern dönemde kimlik, söylem ve yerel dinamiklere odaklanan yaklaşımlar, milliyetçiliğin yalnızca geçmişin bir ideolojisi değil, aynı zamanda güncel politikaların ve toplumsal dayanışmanın şekillenmesinde etkili bir meta-ideoloji olduğunu ortaya koymaktadır. Milliyetçiliğin tarihsel süreçteki dönüşümleri ve günümüzdeki etkileri hem ulusal hem de küresel düzeyde kritik bir inceleme alanı olmayı sürdürmektedir. Bu bağlamda, milliyetçilik çalışmalarının çok yönlü bir perspektifle ele alınması, bu karmaşık fenomenin daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

1.3. Siyasal İletişim

Milliyetçi söylemin sıklıkla kullanıldığı alanlardan biri olan siyaset, bu söylemin siyasal iletişimle uyumlu bir şekilde kullanılmasıyla seçmenleri ikna etmede önemli bir araç haline gelmektedir. Bu bölümde, öncelikle "siyasal iletişim nedir?" sorusuna cevap arayacağız. Günümüzde seçim dönemlerinde profesyonelleşen ve en çok kullanılan araçlardan seçim kampanyalarının önemi her geçen gün artmaktadır.

Seçim kampanyalarının vazgeçilmez unsurlarından biri olan mitingler, liderlerin karizmalarını sergilemelerine, siyasi mesajlarını seçmenlere doğrudan ulaştırmalarına ve seçim sonuçlarını etkilemelerine büyük ölçüde katkı sağlamaktadır. Mitingler, seçmenle duygusal bağ kurmak için etkili bir araçtır ve doğru bir şekilde tasarlandığında başarı olasılığını önemli ölçüde artırmaktadır.

Bu çalışma bağlamında, mitinglerde kullanılan söylemlerde milliyetçiliğin nasıl ele alındığını incelemek de bu bölümün odak noktalarından biri olacaktır. Milliyetçiliğin mitinglerdeki yansımalarını analiz ederek siyasal iletişimdeki rolü ve etkileri üzerine bir değerlendirme sunulacaktır.

1.3.1. Siyasal İletişim Nedir

Toplumu anlamak, yönlendirmek ve yönetmek, tarih boyunca önemli konuların başında gelmiştir. Bu süreçte, toplumu bir düzen aracı olarak gören yaklaşımlar olduğu gibi, Marx gibi düşünürlerin çatışma teorisiyle toplumu anlamaya çalıştıkları da bilinmektedir. Sosyoloji, toplumu anlamaya yönelik çalışmalar yürütürken; siyaset, toplumu oluşturan bireyleri ve grupları yönetme ve onların refah seviyesini artırma amacıyla şekillenmiş bir alan olarak öne çıkmaktadır. Modernitenin bir getirisi olarak kabul edilen demokrasinin temel taşı olan siyasi partiler, toplumun desteğini alarak iktidar gücünü elde eden ve toplumu yönlendiren yapılardır. Bu gücün devamlılığı için partiler, oluşturdukları siyasi kültür ve iletişim stratejileriyle seçmenle bağ kurmaktadır.

İletişim, insanlık tarihi boyunca önemli bir araç olmuş, modern dönemde ise siyasetin merkezine yerleşmiştir. Devletlerarası ilişkilerde ve demokrasinin temeli olan siyasi partilerin seçim kampanyalarında siyasal iletişim, vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Siyasal iletişim, özellikle seçim dönemlerinde adayların ve partilerin kendilerini seçmenlere tanıtıp kabul ettirebilmesi için önemli bir araçtır. Mutlu (1994, s 199), siyasal iletişimi, "Bir siyasal

görüş ya da organın etkinlikte bulunduğu sistem içerisinde kamuoyu güvenini ve desteğini sağlamak, dolayısıyla iktidar olabilmek için zaman ve konjonktürün gereklerine uygun olarak reklam, propaganda ve halkla ilişkiler tekniklerinden yararlanarak gerçekleştirilen sürekli bir iletişim çabası" olarak tanımlamaktadır. Bostancı (2014) ise siyasal iletişimi, "Siyasi aktörlerin, toplumun tümünü ya da belirli kısımlarını etkileme amacıyla, ideolojilerini çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanarak seçmenle kurdukları iletişim" şeklinde ifade etmektedir.

Siyasal iletişim, yalnızca seçim dönemlerini kapsayan bir olgu değildir; seçmenlerin karar alma süreçlerine etkide bulunmak için sosyal, kültürel ve ekonomik unsurları da kapsayan sürekli bir süreçtir. Bu nedenle, partiler ve siyasiler, seçmenle etkili bir şekilde iletişim kurabilmek için kendilerine özgü bir dil ve jargon geliştirmekte, bu dili yazılı ve sözlü hitaplarında kullanarak iktidar mücadelesine devam etmektedir.

Tarihsel olarak, feodal yapı ve imparatorluklar döneminde halkın iknası, savaş dönemleri dışında önem taşımamışken; burjuvazinin yükselişiyle siyasal iletişim, egemen sınıfların çıkarlarını korumak için kullanılan bir araç haline gelmiştir. I. Dünya Savaşı'nda radyonun, II. Dünya Savaşı'nda ise televizyonun devreye girmesiyle siyasal iletişim rekabetin artmasına vesile olmuş ve önemli bir alan haline gelmiştir. Modern dönemde, ülkelerin egemenlik mücadelesi, silahlı mücadelelerden ziyade siyasal iletişim mücadelesine dönüşmüştür (Kılıçaslan, 2008).

Modern siyasal iletişimde toplumu etkilemek ve rakipleri alt etmek için başvurulan aktörler arasında medya başta olmak üzere, baskı grupları, sermaye çevreleri, araştırma şirketleri, sivil toplum kuruluşları ve sendikalar yer almaktadır. Bu aktörler, medya aracılığıyla etkilerini daha geniş bir kitleye ulaştırmaktadır (Kılıçaslan, 2008; Özkan, 2007). Günümüzde teknolojinin hızlı gelişimi ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte, medya hâlâ önemli bir araç olarak kalmaya devam etse de sosyal medya, siyasal iletişimde giderek ön plana çıkmaktadır.

Web 2.0 devrimi, sosyal medyayı, siyasallaşma süreçlerinde yeni bir araç haline getirmiştir. YouTube, Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya platformları, seçmenle kurulan iletişimi genişleterek zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırmıştır. Sosyal medya, yalnızca medyayı tekelinde bulunduran partilere değil, aynı zamanda diğer siyasi aktörlere de kendilerini ifade edebilecekleri bir alan sunmaktadır. Bu özellikleriyle, sosyal medya, hızla yükselen bir siyasal iletişim aracı haline gelmiştir.

Web 2.0 ile hayatımıza giren "Siyasal İletişim 2.0" (Bostancı, 2014) kavramı, siyasete ilgisi olmayan bireylerin dahi politik süreçlere dahil olmasını sağlamış ve demokratik katılımı artırmıştır. Sosyal medya, hız, erişim kolaylığı ve etkileşim imkânı sunarak, siyasal iletişimde yeni bir dönemin kapılarını açmıştır. Bu dönüşüm, siyasal iletişim stratejilerinin de yeniden şekillenmesine neden olmuş ve modern siyasal iletişim, gelenekselden dijitale evrilmiştir.

Sonuç olarak, siyasal iletişim, geçmişten günümüze siyasetin temel unsurlarından biri olmuş ve modern teknolojilerle birlikte şekillenmeye devam etmiştir. Hem geleneksel hem de dijital platformlar üzerinden yürütülen bu süreç, demokrasinin işlerliğini artırmak ve halkla bağ kurmak adına hayati bir öneme sahiptir.

> "İnternet teknolojisiyle siyasi partiler hazırladıkları web siteleri sayesinde mesajlarını internet üzerinden iletebilmekte, videolarını Youtube gibi video paylaşım sitelerinde yayınlayabilmekte, Facebook ve Twitter gibi platformlar aracılığıyla seçmenleriyle sanal ortamda buluşabilmekte, konuşup tartışabilmekte ve Google gibi diğer birçok online platforma ucuz reklam verebilmektedir." (Devran ve Özcan, 2020, s. 1989).

Siyaset, seçmenle iletişim kurmak için sosyal medya mecralarını aktif bir şekilde kullanmakta, böylece hem görüşlerini hızlıca iletmekte hem de geri bildirim alma şansı elde etmektedir. Sosyal medyanın sağladığı bu çift yönlü etkileşim, medyada sıkça gözlenen "gülümseyen siyasetçi" imajının ötesine geçerek, öfke, tartışma, karşıt görüşler ve hemfikir olunan konular gibi daha geniş bir duygusal yelpazeyi kapsayan bir iletişim ortamı yaratmaktadır. Özellikle genç seçmenler, sosyal medya platformlarını yoğun bir şekilde kullanarak siyasal süreçlere katılım sağlamaktadır (Bostancı, 2014).

Etkili bir siyasal iletişim stratejisi, yalnızca iletilen mesajın içeriğine değil, aynı zamanda bu mesajın nasıl ve ne zaman iletildiğine, hedef kitlenin ihtiyaç ve önceliklerine uygun olup olmadığına bağlıdır. Hedef kitlenin demografik ve sosyokültürel yapısını anlamak, inanç ve değerlerini dikkate alarak iletişim stratejileri geliştirmek, siyasal iletişimin başarısını artırmaktadır. Bu bağlamda, hızlı bir şekilde değişen dünyada seçmenin ihtiyaç ve duygularını anlamak, siyasal iletişimin başarısı için temel bir gereklilik haline gelmiştir.

Siyasal iletişim, genellikle iki ana yöntemle gerçekleştirilir: yüz yüze iletişim ve kitle iletişim araçları aracılığıyla uzaktan iletişim. Yüz yüze iletişim; seminerler, konferanslar ve mitingler gibi resmi yollarla ya da kahvehane ziyaretleri gibi daha enformel yollarla

gerçekleşir. Uzaktan iletişim ise mektup, telgraf, radyo, televizyon ve sosyal medya gibi teknolojik araçlar aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmayı sağlar (Merabet, 2023; Kılıçaslan, 2008). Bu iki yöntemin stratejik bir şekilde bir araya getirilmesi, siyasal iletişimin etkinliğini artırmada kritik bir rol oynamaktadır.

Durkheim'ın moderniteyle birlikte toplumsal dayanışmanın mekanik yapıdan organik yapıya geçtiğini ve bireyler arasındaki uzmanlık ve bağımlılığın arttığını ifade eden düşünceleri, küreselleşmeyle daha da yoğun bir hal almıştır. Bu doğrultuda liderler, toplumlarını ve seçmenlerini iyi tanımak ve doğru bir şekilde yönlendirmek zorundadır. Seçmenlerin tercihlerinin ve duygularının analiz edilmesi, seçim sonuçlarına doğrudan yansıdığı için önem arz etmektedir. Bu durum, seçmen analizlerini adeta bir sektör haline getirmiştir.

İnsan, rasyonel düşünce ve davranışlara sahip olmasına rağmen, duygularla hareket etme eğilimi oldukça yüksek olan bir varlıktır. İnsanlar bir grup ya da kitle haline geldiğinde, kolektif bir ruhun etkisiyle kararlar alır ve bu durum, seçim süreçlerinde de belirleyici bir rol oynar. Karizmatik liderlerin duygusal göstergeleri, seçmen üzerinde güçlü bir etki yaratmakta ve seçmenler, liderle kurdukları duygusal bağ üzerinden onay verme eğilimi göstermektedir (Avşar ve Balcı, 2021).

Bu bağlamda, siyasal iletişimde duyguların rolü büyük bir önem taşır. Seçmenler, karar verme süreçlerinde parti programları, seçim vaatleri ve liderlerin konuşmaları gibi unsurları değerlendirirken, duygusal tepkiler sergilemektedir. Sosyal medya ise bu duygusal bağların oluşmasını ve güçlenmesini sağlayan etkili bir platform olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla, siyasal iletişim stratejileri oluşturulurken seçmenlerin duygusal dinamiklerini anlamak ve buna uygun yöntemler geliştirmek, başarıya ulaşmanın kilit noktasıdır.

> "Bu anlamda oluşturulacak olan siyasal iletişim stratejilerinde seçmenin tutumu, bilişsel haritası ve inanç sistemleri duygusal mesajın kodlanmasında kullanılan temel bileşenler arasında yer almaktadır… Bireylerin tamamen rasyonel tercihlerle karar verememesinin başında yer alan; kültür, geçmiş deneyimler, çevresel koşullar, sosyo-ekonomik seviye, toplumsal norm ve kurallar, iktidar yapısı gibi temel faktörler, karar alma tercihlerinde çok fazla verinin bir arada olduğunu göstermektedir. Bu bahsedilen faktörlerin bireyin fenomen alanına etki etmesi politik karar verme süreçlerini de doğal olarak tamamen rasyonel bir halde değerlendirememesine sebep olmaktadır." (Akdağ ve Özdemir, 2021, s. 897)

Bireyler, karar alma süreçlerinde ve siyasal tercihlerini belirlerken yalnızca rasyonel temellere dayanmazlar. Kültür, geçmiş deneyimler, çevresel koşullar ve toplumsal normlar,

bireyin tercihlerine yön veren güçlü faktörlerdir. Bu bağlamda, bireylerin siyasal kararları yalnızca ekonomik ya da bilgi temelli bir süreçten ibaret değildir; daha çok psikolojik, sosyolojik ve duygusal unsurların harmanlandığı karmaşık bir yapı olarak şekillenmektedir.

Seçmenlerin duygularını etkileme konusunda medya ve sosyal medya günümüzde büyük bir rol oynamaktadır. Bu platformlarda negatif duygular olan korku, öfke ve hüzün, aynı zamanda pozitif duygular olan gurur, heyecan ve coşku sıklıkla kullanılmaktadır. Bu duygular, özellikle grup dinamikleri çerçevesinde kullanıldığında, karmaşık ve ani karar alma süreçlerinde önemli bir etkiye sahiptir (Yalın, 2006).

Siyasal iletişim, yalnızca seçim dönemleriyle sınırlı kalmayıp, siyasi partilerin ve liderlerin toplumla sürekli bir etkileşim kurmasını sağlayan hayati bir süreçtir. Yüz yüze iletişim yöntemleri ve dijital platformların sağladığı olanaklar, modern siyasal iletişim stratejilerinin çok boyutlu hale gelmesini sağlamıştır. Bu stratejilerde, seçmenlerin bilişsel ve duygusal yapısını anlamak ve etkili mesajlar oluşturmak kritik bir öneme sahiptir.

Medya ve sosyal medyanın siyasal iletişimdeki rolü, liderlerin ve siyasi partilerin seçmen duygularını harekete geçirme kabiliyetini artırırken, aynı zamanda seçmenlerin karar alma süreçlerindeki karmaşıklığı da derinleştirmektedir. Siyasal iletişim stratejilerinde, bireylerin yalnızca rasyonel tercihlerle değil, aynı zamanda kültürel, sosyolojik ve psikolojik dinamiklerle şekillenen kararlar aldığı açıktır. Bu nedenle, etkili bir siyasal iletişim stratejisi, bireylerin çok boyutlu yapısını anlamayı ve bu doğrultuda uygun mesajlar geliştirmesi gerekmektedir.

1.3.2. Siyasi Kampanyaları ve Mitingler

Seçim dönemleri, siyasal iletişimin yoğun, hızlı ve etkili bir şekilde kullanıldığı süreçlerdir. Bu dönemlerde, seçmenlerin algılarının açık ve etkilenebilir olması nedeniyle, siyasi aktörler kamuoyunun onayını almak ve seçimi kazanmak amacıyla çeşitli kampanyalar düzenlemektedir. Seçim kampanyaları, siyasal iletişimin en belirgin örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu kampanyaların temel hedefi, mevcut tabanın inancını pekiştirmek ve her bir parti mensubunu adeta birer "ayaklı reklam" haline getirmektir. Bunun yanı sıra, kararsız seçmenleri etkileyerek onları sandığa gitmeye ve olumlu oy kullanmaya yönlendirmek de seçim kampanyalarının önemli bir amacı olarak öne çıkmaktadır.

Ulus devlet modelinin demokrasi ile birleşmesi sonucunda ortaya çıkan siyasi partiler, nüfusun artması ve seçme hakkının genişlemesiyle birlikte siyasal sistemin önemli kurumlarından biri haline gelmiştir. Siyasi partilerin çoğalması rekabetin de yoğunlaşmasına ve ardından seçim dönemleri yürütülen kampanyaların profesyonelleşmesine neden olduğu görülmektedir (Taşcıoğlu, 2007). Seçim dönemlerinde, zamanın kısıtlı olması ve kaynakların etkili bir şekilde kullanılması öncelikli bir önem taşımaktadır. Bu nedenle, günümüzde siyasi partiler, seçim kampanyalarını parti ideolojisi doğrultusunda profesyonel kampanya şirketlerine yaptırmayı tercih etmektedir.

Rekabetin giderek toplum mühendisliğine dönüştüğü bu süreçte, kampanya şirketlerine kamuoyu araştırma şirketleri de destek vermektedir. Kamuoyu araştırma şirketleri, hedef kitlenin detaylı analizini yaparak, siyasi aktörlere seçimi kazanmaları için gerekli stratejik bilgileri ve araçları sağlamaktadır. Bu iş birliği, seçim kampanyalarının daha planlı ve etkili bir şekilde yürütülmesine olanak tanımaktadır.

Seçim kampanyaları, kamuoyunu etkilemek ve seçmenlerin tercihini yönlendirmek amacıyla tasarlanan stratejik süreçlerdir. Bu süreçler, propaganda, ikna yöntemleri ve çeşitli iletişim araçlarının kullanılmasıyla hedef kitleye ulaşmayı hedeflemektedir (Sandıkçı, 2021). Toplumun dinamiklerini ve bireylerin tercihlerini etkilemeyi amaçlayan bu kampanyalar, aynı zamanda sosyolojinin temel ilgi alanlarından birini oluşturmaktadır. Seçim kampanyaları, toplumsal yapıyı, normları ve bireylerin karar alma süreçlerini analiz ederek, toplumsal kimliklerin siyasi tercihler üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle, seçim kampanyaları hem sosyolojik hem de siyasi bir fenomen olarak önem taşımaktadır.

Siyasi aktörler veya partiler, seçim kampanyaları aracılığıyla görüşlerini seçmene iletirken, aynı zamanda hedef kitlenin ihtiyaç ve taleplerine karşılık verecek şekilde bu kampanyaları planlamaktadır. Bu süreçte, seçmenle etkili bir iletişim kurmak için hedef kitlenin inançları ve kültürel değerleri, kampanyanın temel söylemini oluşturmaktadır. Diğer bir ifadeyle, siyasi aktörler, seçim kampanyalarında kullanılan resmi ya da gayri resmi yazılı ve sözlü söylemlerini, belirli bir ya da birkaç değerin, düşüncenin veya duygunun üzerine inşa etmektedir (Özkan, 2007). Bu yaklaşımla, seçmenin beklenti ve duygularına hitap ederek seçim kampanyalarının etkili ve sonuç odaklı olmasını amaçlamaktadırlar.

Tan (2008, s. 101) seçim dönemlerinde yürütülen seçim kampanyalarını "… siyasi partilerin ideolojilerini, amaç ve programlarını ve adaylarını hedef kitlenin dikkatine ve dolayısıyla değerlendirmesine sunmak için yaptıkları çalışmalar olarak" tanımlamaktadır.

"Adayların amaçları ile seçmen davranışları arasında bir bağ oluşturmakta ve seçmenlerin umutları ve hayalleri ile adayların faaliyetleri arasında köprü görevi" (Özkan, 2007, s. 117) kuran seçim kampanyaları "tamamlayıcı ve açıklayıcı" (Merabet, 2023, s. 29) işleve sahiptir. Seçim kampanyaları seçmeni siyasal sisteme bağlama görevinin yanında rakip parti ya da aday hakkında şüphe uyandırarak adayın kendi ve partisinin tercih edilmesini sağlamak görevini de ifa etmektedir.

Retorik yani halkın iknası Antik Yunan'dan itibaren kullanılmış olduğu bilinmekle birlikte partilerin seçim kampanyalarında kullanmasının ilk sistemli örneği 20. Yüzyılın başında komünist devrim ve faşizm propaganda aracılığı ile yapıldığı ve yayıldığı söylenebilir. Kampanyalarda insanın düşünce ve davranış sisteminde yer alan rasyonellik ve irrasyonellik kullanılmaktadır. Bazıları sadece birini kullanırken bazıları her ikisini birlikte tercih etmektedir. Lenin'in rasyonel Hitler'in ise irrasyonel propaganda yürüttüğü ileri sürülmektedir. Hitler, Goebbels'in ifade ettiği gibi "bir şeyi söylemek için değil, belli bir etki sağlamak için" konuştuğu ileri sürülmektedir. Sadece konuşmalar değil Nazi kıyafetli insanları sokak ve mitinglerde bulundurarak, sokakları sembollerle donatarak yedi yirmi dört (7/24) propaganda yürütmüştür. Hitlerin sıkça başvurduğu propaganda türlerinden biri de milyonların yer aldığı tam bir gövde gösterisi olan mitinglerdir. (Özkan N. , 2019).

"Politik propagandada, önceleri yazılı ve basılı kitle iletişim araçları gazete, dergi, kitap, broşür ve afiş kullanılırken, 1930'lardan sonra önce ABD'de ve daha sonra tüm dünyada radyo kullanılmaya başlanmıştır. II. Dünya Savaşı'ndan sonra ise televizyon yaygınlaşmasıyla birlikte, yine önce ABD'de ve daha sonra Kıta Avrupa'sında" (Taşcıoğlu, 2007, s. 33) kullanılmıştır. Siyasi reklam ise ilk defa "1952 başkanlık seçimlerinde General Dwight Eineshower için" (Özkan N. , 2019, s. 25) siyasal reklamın babası olarak kabul edilen Rosser Reeves tarafından yapılmıştır.

Seçim kampanyaları, halkın teveccühünü kazanmak ve oy almak amacıyla zamanla görsel şovlarla desteklenen ve çoğu zaman yapay gündemler oluşturarak medyanın aracılığıyla seçmene ulaşmayı hedefleyen bir süreç haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve ardından internetin kullanımıyla seçim kampanyaları bir endüstriye dönüşmüştür.

Seçim reklamlarının öncülerine bakıldığında, Dwight Eisenhower radyoyu etkili şekilde kullanarak tarihe geçen ilk başkan olurken, John F. Kennedy televizyonu seçim kazanan ilk başkan olarak bu alanda yeni bir çağ başlatmıştır. İnternetin ve sosyal medyanın devreye girmesiyle, Barack Obama sosyal medyayı etkili bir şekilde kullanarak genç seçmenlerin desteğini almış ve seçim dönemi boyunca gönüllü destekçilerin sayısını artırmayı başarmıştır. Sosyal medya, yaygınlaşma ve insanları etkileme konusunda önemli bir araç olmaya devam etse de Amerikan seçmeni üzerinde geleneksel medyanın etkisi halen önemli ölçüde hissedilmektedir (Bostancı, 2014).

Günümüz, "imaj çağı" olarak adlandırılmakta ve kimliklerin çeşitlenmesiyle birlikte seçim kampanyaları bir tür pazarlama faaliyetlerine dönüşmüştür. Şirketlerin ürünlerini tüketiciye ulaştırmada sayısız araç ve yöntem kullanması gibi, siyasiler de politikalarını seçmene ulaştırmak için benzer bir anlayışı benimsemek durumda kalmıştır. Seçim kampanyalarının, insan ilişkileri ve tutumlarına dayalı bir yapıya sahip olduğu göz önüne alındığında, pazarlama tekniklerinden yararlanması kaçınılmazdır (Taşcıoğlu, 2007; Özkan N., 2019). Bu durum, seçim kampanyalarının modern siyasi iletişimdeki önemini ve işlevselliğini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Türkiye'de siyasal reklam seçim çalışmalarında il defa 1977 genel seçimlerinde gayri resmi olarak kullanılmıştır. Ardından zuhur eden 12 Eylül 1980 darbesinde birçok parti kapatılıp siyasiler tutuklanmasına rağmen 1983 de seçim kampanyaları resmi bir statüye kavuşuştur. Seçmen davranışları ve yürütülen kampanyalar için bilimsel veriler kullanılarak politik stratejiler geliştirilmiştir. (Taşcıoğlu, 2007).

Seçim kampanyalarının çoğalması seçmenin iknasını güçleştiren bir etki olmakla birlikte ikna edici etkisi de azımsanamaz. Kampanalarda pazarlamanın medya ile birleşmesi süreçleri şölen havasına dönüştürmektedir. Bu şölenin iknaya dönüşmesi için politikacıların uzmanlarla iş birliği içerisinde hareket etmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Kampanya dönemlerinde, siyasal liderlerin seçmenlerle doğrudan iletişim kurabildikleri en doğal platformlardan biri açık hava mitingleridir. Bu mitingler, liderlerin siyasal davranışlarını yönlendirme amacında oldukları seçmen kitlesiyle birebir temas sağladıkları ve etkili mesajlar verdikleri bir araç olarak öne çıkmaktadır. Nitekim, "parti mitinglerindeki ifadeler ya da yaşanan anlar, ana haber bültenlerinin vazgeçilmez unsurları haline gelirken, çoğu zaman ertesi günün gazete manşetlerinde yer alır ve bazen de yıllarca hafızalardan silinmeyecek görüntüler oluşturabilir" (Şahin, 2014, s. 1014).

Açık hava mitinglerinde, partiler öne çıkarmak istedikleri unsurları liderlerinin konuşmaları aracılığıyla seçmene aktarırken, aynı zamanda alanda kullanılan simgeler ve sembollerle bu mesajlarını pekiştirmektedir. Partinin ideolojisini ve stratejisini yansıtan seçim müzikleri, bayraklar, pankartlar ve diğer görsel materyaller, partinin ideolojik kimliğini vurgulamak için etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Miting alanlarında kullanılan duygular, bölgeden bölgeye farklılık göstermekle birlikte, genel olarak partinin ana düşüncesinin mitinglere hâkim olduğu söylenebilir. Bu nedenle, mitingler yalnızca bir liderin mesajlarını ilettiği bir platform değil, aynı zamanda bir partinin ideolojik ruhunun ve stratejisinin yansıtıldığı, seçmenle duygusal bağ kurmayı hedefleyen önemli bir siyasal iletişim aracı olarak dikkat çekmektedir.

Mitinglerin başarı göstergelerinden biri seçmenin desteği anlamını taşıyan katılım sayısıdır. Katılım partiler için önem arz ettiği kadar seçmen içinde önem arz etmektedir. Seçmenin liderleri en yakın yüz-yüze diyebileceğimiz bir yöntemle dinlemesi karar sürecinde etkili olduğu gibi kararsız seçmenin kararını vermesine de etki etmektedir. Mitingler parti taraftarlarının bağlılığını güçlendirdiği gibi kararsız seçmenin de olumlu veya olumsuz kanaatte bulunmasına etki eden kampanya araçlarından biri olarak belirmektedir.

"Çeşitli konularda mesaj vermek amacıyla açık alanlarda düzenlenen ve büyük kitlelerin katıldığı" mitinglerin, seçmenlerin oy verme davranışlarında etkili olduğu ifade edilebilir (Doğan ve Göker, 2017). 2014 yerel seçimlerinde Elâzığ'da Doğan ve Göker tarafından yapılan bir saha çalışmasında, mitinglerin kararlı seçmenlerin davranışlarını %73 oranında pekiştirdiği, kararsız seçmenler üzerindeki etkisinin ise %8 olduğu belirtmektedir. Benzer şekilde, Taydaş'ın (2021) Sivas ili özelinde yaptığı çalışmada, mitinglerin seçmen üzerindeki etkisi farklı oranlarla değerlendirilmiştir. Katılımcıların %25,1'i mitinglerin "biraz etkili" olduğunu, %24,2'si "etkili" olduğunu, %19'u ise "çok etkili" olduğunu ifade etmiştir.

Bu veriler, mitinglerin seçmen tercihlerinde etkili bir araç olarak rol oynadığını göstermektedir. Kararlı seçmenlerin bağlılıklarını pekiştirme, kararsız seçmenlerin ise tercihlerini netleştirme konusunda mitinglerin önemli bir işlev gördüğü söylenebilir. Dolayısıyla, mitingler sadece bir propaganda aracı değil, aynı zamanda seçmenle doğrudan temas kurmanın ve onların duygusal bağlarını güçlendirmenin bir yolu olarak değerlendirilebilir.

Miting alanlarının tasarımında, partinin ideolojisini öne çıkarmak başarı için gerekli bir koşul olsa da tek başına yeterli değildir. Miting alanları, bir güç ve gövde gösterisi niteliğinde olmalı ve katılımcıların ilgisini çekecek müzik, simgeler ve etkinliklerle donatılmalıdır. Aynı zamanda, katılımcıların miting alanında daha uzun süre kalmalarını sağlamak için çeşitli eğlence olanaklarının da sunulması gerekmektedir. Bu bağlamda, modern mitingin başlangıcı olarak kabul edilen Nazi Almanya'sının Nürnberg mitingleri, büyüklüğü, görkemi ve sunduğu eğlence olanakları ile kalış sürelerini uzatan örnekler arasında gösterilmektedir (Çakı, 2018).

Miting alanlarında simgelerin kullanımı kadar, liderin hitabının herkes tarafından rahatlıkla duyulması da büyük bir öneme sahiptir. Mitinglerin olmazsa olmazları arasında dev ekranlar ve güçlü ses sistemleri yer almaktadır. Alanın cazibesini artırmak için müzik ve farklı simgeler kullanılırken, seçmenlerin sürece dahil edilmesi amacıyla zaman zaman sloganlar atılmakta ve mitingler genellikle yemin ya da ortak bir slogan ile sona ermektedir. Hem liderin hem de seçmenlerin tekrarladığı kelime grupları, ritüellerin özel anlam kazanmasına katkıda bulunurken, bütünleşmeyi ve duygu birlikteliğini de sağlamaktadır.

Siyasetin, ikna üzerine kurulu bir süreç haline gelmesi ve kitle iletişim araçlarının artıp yaygınlaşması, zamanla parti örgütlerinin etkinliğini azaltmıştır. Seçim dönemlerinde, parti örgütleri ve liderler genellikle profesyonel danışmanlar tarafından yönlendirilmekte ve kampanyalar bu uzmanların rehberliğinde yürütülmektedir. Danışmanlık şirketleri, seçmeni daha iyi tanımak ve pazarlama tekniklerini etkin bir şekilde kullanarak kampanyaları stratejik bir şekilde planlamaktadır. Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte bu süreç daha geniş ve çeşitli bir hale gelmiştir.

Seçim kampanyalarının önemli araçlarından biri olan mitingler, yarı yüz yüze iletişim niteliği taşımasının yanı sıra gövde gösterisi işlevi de görmektedir. Mitingler, parti destekçilerinin bağlılıklarını pekiştirirken, kararsız seçmenleri etkileyerek tercihlerini netleştirmeyi de hedeflemektedir. Büyük kalabalıklar eşliğinde gerçekleştirilen bu etkinlikler, seçmenle doğrudan iletişim kurma fırsatı sunması ve seçmen kararını şekillendirme potansiyeliyle kampanyaların temel unsurlarından biri olmaya devam etmektedir.

1.3.3. Söylemlerde Milliyetçilik

Milliyetçilik modern dönemin bir ideolojisi ve ulus devletin ana paradigması olmakla birlikte savaş ve göçlerin artmasıyla birlikte ülkelerin güvenliklerini sağlamak adına baş vurdukları baskın ideoloji olarak varlığını devam ettirmektedir.

Özkırımlı (2010), milliyetçiliğin siyasi ve kültürel unsurları bir araya getirme yeteneğinin, bireyin dünyayı ve kendi milletini algılama biçimini şekillendirdiğini ifade etmektedir. Milliyetçilik, nostaljik argümanlarla tarihe ve atalara duyulan özlemi birleştirerek, geçmiş, bugün ve gelecek arasındaki bağlantıyı kurmakta ve bu söylem aracılığıyla milliyetçi kitlenin zihnini canlı tutmaktadır. Bu canlılık, özellikle seçim dönemlerinde siyasiler tarafından yoğun bir şekilde kullanılarak seçmen desteğini kazanmanın önemli bir yolu olarak değerlendirilmektedir.

Güç ve iktidar sahibi olan ya da bu hedefe ulaşmak isteyen kişi ve kurumların söylemleri, ideolojinin etkisiyle şekillenmekte ve bireylerin geçmiş deneyimlerine dayalı seçimler yapmasına olanak sağlamaktadır. Söylem ve ideoloji arasındaki bu bağ, dilsel pratikler üzerinden işleyerek siyasilerin seçmeni ikna etmesini mümkün kılan bir araç haline gelmektedir. Kantar (2016), konuşma metinlerinde iletişim olgusunun hangi yapılar, stratejiler ve edimler üzerinden gerçekleştiğini ve bunların iktidarı nasıl sağladığını ideoloji ve söylem bağlamında ele almanın önemli olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda, seçim kampanyaları döneminde yapılan mitingler, bu söylemlerin vücut bulduğu alanlardan biri olarak öne çıkmaktadır.

Seçim dönemleri bir ikna süreci olarak değerlendirilmektedir ve bu süreçte hedef kitle, farklı kanallar üzerinden etkilenmeye çalışılmaktadır. Milliyetçilik ideolojisi, bu ikna sürecinde önemli bir araç olarak, bir milleti millet yapan ve onu diğerlerinden ayıran milli kimlik algısını güçlendirmek amacıyla simgeler, semboller ve söylemler üzerinden yürütülmektedir. Seçim kampanyalarının bir parçası olan mitingler, bu söylemlerin dile getirildiği ve görselleştirildiği etkinliklerdir. Mitingler, sadece söylemleri seçmene ulaştırma aracı değil, aynı zamanda alanın düzenlemesi, kullanılan simgeler, müzikler ve sloganlarla bu söylemleri destekleyen unsurları barındıran bütünleşik bir kampanya niteliğindedir.

Seçim dönemlerinin birer ikna süreci olması, bu süreçlerin zamanla profesyonelleşmesine ve pazarlama tekniklerinin kullanılmasına yol açmıştır. Siyasi pazarlama teknikleri, seçmen davranışlarını anlamak için bilimsel çalışmalar yürütmektedir. Seçmenlerin yalnızca bilişsel değil, aynı zamanda duygusal tercihlerde bulunduğu ve çoğu

zaman her iki süreci birlikte işlettikleri ifade edilmektedir. Bu duygular arasında coşku ve kaygı, en çok kullanılan iki temel duygu olarak öne çıkmaktadır. Coşku, kime oy verileceğine dair karar almayı etkilerken, kaygı, alışkanlıklara dayalı olarak nasıl oy verileceğini yönlendirmektedir. Marcus ve MacKuen, 1980, 1984, 1988, 1992 ve 1996 yıllarındaki Amerikan başkanlık seçim kampanyaları sırasında gerçekleştirdikleri mülakatlarla, seçmenlerin duygusal tercihlerde bulunduğunu ortaya koymuşlardır (Cottom, Mastors ve Dietz, 2017).

İnsanların zekâsı, son yirmi yıla kadar yalnızca bilişsel zekâ üzerinden değerlendirilirken, artık duygusal zekânın da büyük bir öneme sahip olduğu kabul edilmektedir. İnsanın rasyonel yönünü temsil ettiği düşünülen ideoloji, bireyin düşüncelerine duygular, özellikle "biz" duygusu aracılığıyla nüfuz etmektedir. Milliyetçilik, önce "biz" kavramıyla milli kimliği tanımlar ve bu kimlik üzerinden ideolojik söylemini şekillendirir. Bu söylem, bireyi bir gruba, özellikle ulus-devlet ile somutlaşan millete, dahil olma duygusuyla harekete geçirir. Böylece, bireylerin duygusal ve bilişsel yönleri bir araya gelerek milliyetçilik ideolojisinin güç kazanmasını sağlar.

Siyasi kampanya yöneticileri bu nedenle "seçmenin tutumu, bilişsel haritası ve inanç sistemleri duygusal mesajın kodlanmasında kullanılan temel bileşenleri" (Akdağ ve Özdemir, 2021, s. 897) tanımlamak ve buna göre kampanya yürütmektedirler. Kampanyada kullanılan tüm reklamlar, afişler, mitingler, billboardlar, TV ve radyo programları, seçmen davranışını etkilemek ve onları ikna etmek amacıyla tasarlanmaktadır. Bu unsurlar, seçmenlere belirli mesajlar iletmek, parti veya adayların ideolojilerini tanıtmak ve halkın desteğini kazanmak için stratejik bir şekilde kullanılmaktadır.

Milli kimlik oluşturulurken "biz" kimliğini pekiştirmek amacıyla tarihe, tarihi şahsiyetlere ve dini figürlere sıkça atıflar yapılır. Kimliğin devamlılığını sağlamak için milliyetçi semboller yoğun bir şekilde kullanılırken, aynı zamanda oluşturulan "öteki kimliği" üzerinden "biz kimliği" güçlendirilir.

Millete karşı yerine getirilmesi gereken ödevler, vatandaşlığın temel sorumluluklarından biridir. Bu ödevlerin en önemlisi, milletin birliğine olan sadakati gerektiğinde açıkça gösterebilmektir. Vatandaşların kararlara uymasını sağlamak için ordu ve polis gibi zorlayıcı araçlar devreye girerken, milliyetçi semboller ise bireyleri gönüllü olarak harekete geçiren etkili araçlar olarak görev yapar. Özellikle sınır güvenliği veya devletin bütünlüğü gibi konular gündeme geldiğinde milli duygular çok daha hızlı bir şekilde

harekete geçirilir. Bu duyguları canlandırmak için milli marşlar, halk türküleri, bayrak, tarihi şahsiyetler, kahramanlık hikayeleri ve "anavatan" gibi güçlü semboller sıklıkla kullanılır.

Milliyetçi duygular olumlu duygular olarak kodlandığından dolayı bunların harekete geçirilmesi insana coşku veren bir durum meydana getirmektedir. Bundan dolayı milliyetçi duygular sağ veya sol partiler tarafından seçim çalışmalarında sıklıkla kullanılmaktadır. "2007 de AK Parti'nin seçim afiş ve ilanlarına ideolojiler esas alınarak bakıldığında ise ilk göze çarpan gerek tasarım ve gerek sloganlar bağlamında milliyetçi bir etkinin varlığı olmaktadır" (Şahin, 2014, s. 1011).

Tokatlı ve Akyol (2018) reklamlar üzerinden milliyetçi söylem tahlilinin de müzik, biz vurgusunun yöresel kıyafetler, milli takım, birlik, vatan, Albayrak, millet, tarih, tarihi kişiler, Türkiye, toplum yararı ulusal gurur, canım ülkem, güzel vatanım, öncü ve lider Türkiye, güvenlik, milli yazar ve şairler, Türk askeri, şehit ve gaziler, evim, ocağım, aşım, toprağım, atasözü ve deyimlerin ile desteklenen milliyetçi söyleme sahip olunduğunu ortaya koymaktadır.

Milliyetçi söylemin siyasi arenada etkili olduğunu savunanlar kadar bu etkinin yeni başlamadığını, bu etkiyi tek başına okumanın yeterli olmadığını savunanlar da mevcuttur. (Laleoğlu, 2023). 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde, salt bir ideoloji olmanın ötesinde milliyetçi anlayış, yaklaşım ve hassasiyetin Türkiye'deki en güçlü siyasi eğilim haline geldiği belirtirken Ete ise BBC'ye verdiği röportajda (2023) son seçim sonuçlarını milliyetçiliğin yükselişi üzerinden okumayı yanlış bulduğunu belirtmektedir.

1.4. Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinin Siyasal Bağlamı

Bu bölümde, 16 Nisan 2017'de halk oylamasıyla onaylanan ve Temmuz 2018'de yürürlüğe giren "Cumhurbaşkanlığı Yönetim Sistemi" tartışılacaktır. Bu tartışmayı derinlemesine anlayabilmek için 1923'ten itibaren Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin tarihsel süreci ele alınacak ve bu süreçteki önemli gelişmelere ışık tutulacaktır. Ayrıca, 2023 seçimlerine giden süreçte Cumhurbaşkanı adaylarının yalnızca kendi partilerini değil, aynı zamanda içinde bulundukları ittifakları da temsil etmeleri dikkate alınacaktır. Bu bağlamda, ittifakların nasıl kurulduğu ve seçim sürecindeki rolleri de analiz edilecek önemli konular arasında yer almaktadır. Buna ek olarak, Türkiye'nin 2023 seçimlerine giderken karşı karşıya kaldığı sosyal, ekonomik ve siyasi sorunlar değerlendirilerek bu bölüm sonuçlandırılacaktır.

Türkiye, 14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı ve Genel Seçimlerine doğru ilerlerken, toplumsal dinamikler ve siyasal atmosfer açısından kritik bir dönemden geçmiştir. Bu süreçte yaşanan sosyal, ekonomik ve siyasi zorluklar, yalnızca seçim sürecini değil, aynı zamanda seçmen davranışlarını ve tercihlerini de büyük ölçüde etkilemiştir. Bu durum, seçimlerin yönetimi ve sonuçları açısından olduğu kadar, ülkenin gelecekteki yönetim yapısı üzerinde de belirleyici olmuştur.

Türkiye'de Cumhurbaşkanlığı makamı, uzun süre meclis tarafından seçilen ve daha ziyade sembolik bir konuma sahip bir yönetim merci olarak görülmüştür. Ancak parlamenter sistemden Cumhurbaşkanlığı Yönetim Sistemi'ne geçişle birlikte, Cumhurbaşkanlığı seçimleri genel ve yerel seçimlerle eşdeğer bir öneme kavuşmuştur. Yeni sistemde Cumhurbaşkanı, yasama, yürütme ve yargı erklerinin temsil edildiği en üst makam olarak konumlanmış ve bu durum seçimlerin ülke siyasetindeki yerini kökten değiştirmiştir. Seçim süreci, adayların kişisel performanslarının yanı sıra içinde bulundukları ittifakların gücüne ve seçmenin karşılaştığı mevcut sorunlara karşı sundukları çözümlere bağlı olarak şekillenmiştir.

1.4.1. Türkiye Tarihinde Cumhurbaşkanlığı Seçimleri

Fransız İhtilali'nin ürünü olan Cumhuriyet rejimi 29 Ekim 1923 de Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte benimsenmiştir. Cumhuriyet rejimi beraberinde demokrasinin göstergesi olan parlamenter sistemi getirmiş olmasına rağmen tek partili siyasi hayatta sistem uygulanamamış olup, "Demokrat Parti'nin 1950'lerde iktidara gelmesiyle Avrupa'da uygulanan haliyle" (Kalkar ve Yemen Öcal, 2020, s. 3) parlamenter sistem uygulamaya başlanmıştır.

Parlamenter sistemde yasama, yürütme ve yargı erklerinin birbirinden ayrılması esas alınmış olsa da bu ilkenin uygulanması zaman zaman çeşitli sebeplerle sekteye uğramıştır. Özellikle darbe ve muhtıra dönemleri, parlamenter sistemin işleyişini ciddi şekilde aksatırken, koalisyon dönemlerindeki istikrarsızlıklar da sistemi tartışmalı hale getirmiştir.

Parlamenter sistemde yürütme yetkisi, Cumhurbaşkanı ve Bakanlar Kurulu tarafından kullanılmaktadır. Ancak, Cumhurbaşkanı genellikle siyasi bakımdan sembolik bir konuma sahiptir ve Bakanlar Kurulu, yasamaya karşı sorumlu bir yapıdadır. Buna rağmen, Cumhurbaşkanlığı makamının önem kazanmasında, 1982 Anayasası'nın Cumhurbaşkanına geniş yetkiler tanımasının etkili olduğunu söyleyebiliriz (Acar ve Çelebi, 2012). Türkiye'de

Cumhurbaşkanlığı makamı, genellikle askeriyenin istediği veya onayladığı kişilerin meclis tarafından seçilmesiyle şekillenmiştir.

1924 Anayasası, Cumhurbaşkanının kaç oyla ve nasıl seçileceği konusunda herhangi bir hüküm içermemektedir. Ancak, 1961 Anayasası'nın 95. maddesi, Cumhurbaşkanlığı seçimiyle ilgili daha detaylı düzenlemelere yer vererek bu konuyu ele almıştır. Bu düzenlemeler, Cumhurbaşkanlığı seçiminin süreç ve prosedür açısından daha net bir çerçeveye oturtulmasını sağlamıştır.

> "Cumhurbaşkanı, Türkiye Büyük Millet Meclisince, kırk yaşını doldurmuş ve yüksek öğrenim yapmış kendi üyeleri arasından, üye tamsayısının üçte iki çoğunluğu ile ve gizli oyla yedi yıllık bir süre için seçilir; ilk iki oylamada bu çoğunluk sağlanamazsa, salt çoğunlukla yetinilir. Bir kimse arka arkaya iki defa Cumhurbaşkanı seçilemez. Cumhurbaşkanı seçilenin partisi ile ilişiği kesilir ve Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeliği sıfatı sona erer." (T.C. Resmi Gazete, 1961).

1950 yılına kadar süren tek partili dönemde Cumhurbaşkanlığı seçimleri tek adayla gerçekleştirilmiş ve bu süreçte sırasıyla Mustafa Kemal Atatürk ve İsmet İnönü Cumhurbaşkanlığı yapmıştır. Ancak 1950'de çok partili siyasi hayata geçilmesiyle birlikte, parlamentoda çoğunluğu elinde bulunduran Demokrat Parti'nin adayı Celal Bayar, 1950, 1954 ve 1957 yıllarında arka arkaya üç kez Cumhurbaşkanı seçilmiştir.

1960 yılında Milli Birlik Komitesi'nin darbe ile yönetime el koymasının ardından, yeni anayasa hazırlanmış ve bu anayasa 9 Temmuz 1961'de halk oylamasıyla kabul edilmiştir. Bu anayasanın 95. maddesi, Cumhurbaşkanlığı seçimine ilişkin düzenlemeleri içermiş ve 1982 Anayasası'na kadar yürürlükte kalmıştır. Bu dönemde, asker kökenli Cemal Gürsel, Cevdet Sunay ve Fahri Korutürk ardı ardına Cumhurbaşkanı olarak seçilmiştir (Acar ve Çelebi, 2012).

> "Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nde 29 Ekim 1923 tarihinden 1980 yılına kadar 14 Cumhurbaşkanı seçimi yapılmıştır. Söz konusu dönemde 6 Cumhurbaşkanı göreve gelmiştir. Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk 1923, 1927, 1931 ve 1935 yıllarında olmak üzere üst üste 4 kez Cumhurbaşkanı seçilmiştir. Atatürk'ün ardılı M. İsmet İnönü de 1938, 1939, 1943 ve 1946 yıllarında olmak üzere üst üste dört kez Cumhurbaşkanı seçilirken, M. Celal Bayar 1950, 1954 ve 1957 yıllarında üst üste üç kez Cumhurbaşkanı seçilmiştir. Ardından 27 Mayıs 1960 askeri müdahalesiyle Türk Silahlı Kuvvetleri yönetime el koymuş ve 1961 yılında yapılan genel seçimler sonrasında Genelkurmay Başkanlığından emekli olan ve senatör olarak TBMM'ye giren Cemal Gürsel 4. Cumhurbaşkanı olarak seçilmiştir ve göreve gelmiştir. Cemal Gürsel görevini yerine getiremeyecek duruma gelince ordunun adayı olarak CHP ve AP'lilerce de desteklenmek suretiyle 1966 yılında Cevdet Sunay 5. Cumhurbaşkanı olarak seçilmiştir. 1973 yılına gelindiğinde Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay'ın görev süresi dolmasına yakın bir sürede başlayan ancak 15. Tur'da

sonuçlanan uzun bir sürecin ardından uzlaşı adayı olan Emekli Oramiral Fahri S. Korutürk Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin 6.Cumhurbaşkanı seçilmiştir. Ve 12 Eylül 1980 yılındaki askeri darbeye kadar görevini sürdürmüştür." (Feridunoğlu, 2019, s. 2007).

Fahri Korutürk'ün görev süresinin dolması ve yapılan 4. tur oylamada dahi yeni bir cumhurbaşkanının seçilememesi, ülke genelinde ciddi bir krize neden olmuştur. Adalet Partisi ile Cumhuriyet Halk Partisi'nin uzlaşamaması nedeniyle, Cumhurbaşkanlığı makamına Cumhuriyet Senatosu'nun Adalet Partili başkanı İhsan Sabri Çağlayangil vekalet etmiştir. 12 Eylül 1980 askeri darbesi sonrasında, darbenin lideri Kenan Evren, Turgut Özal'ın göreve gelmesine kadar 7. Cumhurbaşkanı olarak görev yapmıştır.

1982 Anayasası, halk oylamasıyla kabul edilirken, ek bir maddeyle Kenan Evren'in cumhurbaşkanı seçilmesi sağlanmıştır. Bu anayasa, cumhurbaşkanının partisiyle ilişiğinin kesilmesini öngören hükmü de devam ettirmiştir (Savut, 2022).

1989 yılında yapılan cumhurbaşkanlığı seçimlerinde, Genelkurmay'ın aday gösterdiği isme generallerin karşı çıktığı bir ortamda, 1983 seçimlerinde %45 oy alarak Anavatan Partisi'nin genel başkanı olan Turgut Özal, 8. Cumhurbaşkanı olarak seçilmiştir (Akıncı, 2013). Ancak Turgut Özal, görev süresi dolmadan hayatını kaybetmiş ve bu durum yeni bir seçim sürecini beraberinde getirmiştir.

Turgut Özal'ın vefatının ardından, mecliste yapılan iki tur oylamada yeterli çoğunluk sağlanamamış, üçüncü tur oylama 16 Mayıs 1993 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Oylama sonucunda, Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanvekili Yılmaz Hacıoğlu, "Sayın Süleyman Demirel, 244 oyla Türkiye Cumhuriyeti'nin 9. Cumhurbaşkanı seçilmiştir" diyerek sonucu duyurmuştur. Süleyman Demirel, altı dönem Isparta milletvekilliği yapmış, yedi yıl siyasi yasaklı kalmış ve altı kez hükümetten gitmiş, yedi kez hükümet kurmuş bir siyasi figür olarak tanımlanmaktadır.

Demirel'in görev süresi 16 Mayıs 2000 tarihinde sona ermiş ve bu dönemde beş partinin ortak adayı olan Ahmet Necdet Sezer, üçüncü tur oylamada 330 oy alarak Türkiye'nin 10. Cumhurbaşkanı seçilmiştir ve 2007'ye kadar görevini sürdürmüştür (Demirdöğen, 2007). Sezer'in görev süresi, 2002'ye kadar süren koalisyonlar dönemini ve Adalet ve Kalkınma Partisi'nin tek başına iktidar olduğu bir dönemi kapsamaktadır.

2007 yılına gelindiğinde, Abdullah Gül'ün cumhurbaşkanlığı adaylığı gündeme gelmiş ve tartışmalar başlamıştır. 2002 seçimlerinde %34,28 oy alarak iktidar olan AK Parti, 2007 seçimlerinde oy oranını %46,52'ye yükselterek 341 milletvekili çıkarmış ve bu durum

cumhurbaşkanlığı seçimlerinde belirleyici bir rol oynamıştır. 28 Ağustos 2007 tarihinde yapılan üçüncü tur oylamada Abdullah Gül, 339 oy alarak Türkiye Cumhuriyeti'nin 11. Cumhurbaşkanı olmuştur (Atilla, 2022; Ekiz ve Çimen, 2023; Yılmaz, 2021).

24 Nisan 2007 tarihinde, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, AK Parti Grup toplantısında Abdullah Gül'ün cumhurbaşkanı adayı olduğunu açıklamıştır. Ancak bu açıklama, laikliği savunan kesimler ve özellikle ordu tarafından tepkiyle karşılanmıştır. 27 Nisan 2007 gecesi, Genelkurmay Başkanlığı internet sitesinden yayımlanan ve "e-muhtıra" olarak bilinen bildiriyle, ordunun bu duruma karşı tutumu açıkça ifade edilmiştir (Aytan, 2022). Bu muhtıraya rağmen, hükümet sert bir yanıt vermiş ve muhtırayı dikkate almadığını açıklamıştır. Aynı gün, Cumhuriyet Halk Partisi cumhurbaşkanlığı seçimlerinin iptali için Anayasa Mahkemesi'ne başvuruda bulunmuştur (Yılmaz, 2021).

2010 yılında, 6271 sayılı Cumhurbaşkanı Seçimi Kanunu'nun bazı maddelerinin iptali ve yürürlüğünün durdurulması istemiyle CHP, Anayasa Mahkemesi'ne başvuruda bulunmuştur. Bu süreçte, anayasada yer alan cumhurbaşkanlığı süresinin 5+5 yıl olarak belirlenmesi hükmünün Abdullah Gül için geçerli olup olmadığı tartışılmıştır. Anayasa Mahkemesi, "2007 yılında yapılan seçimlerde bir kereye mahsus 7 yıllığına seçilmiştir" (NTV Haber, 2012) kararıyla bu tartışmaya son noktayı koymuş ve Gül'ün görev süresinin 2014'te sona ereceğini ilan etmiştir. Abdullah Gül, 2014 yılında tekrar cumhurbaşkanlığına aday olmamıştır.

31 Mayıs 2007 tarihli ve 5678 sayılı Kanun ile Anayasa'nın özellikle 79., 101. ve 102. maddelerinde yapılan değişikliklerle, cumhurbaşkanının halk tarafından seçilmesi kabul edilmiştir. Ayrıca, adaylarda yükseköğrenim mezunu olma ve 40 yaşını doldurmuş olma şartları korunmuş, görev süresi ise en fazla 5+5 olmak üzere iki dönem olarak sınırlandırılmıştır (Kahraman M., 2012).

2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleri Recep Tayyip Erdoğan, Ekmeleddin İhsanoğlu ve Selahattin Demirtaş arasında gerçekleşmiştir. Bu seçim, Erdoğan'ın cumhurbaşkanı olarak seçilmesiyle sonuçlanmıştır. Ancak bu dönemde, uzun zamandır araları açık olan Recep Tayyip Erdoğan ve Fetullah Gülen arasındaki mücadele, 15 Temmuz 2016'daki başarısız darbe girişimiyle zirveye ulaşmıştır. Darbe girişiminin ardından Olağanüstü Hal (OHAL) ilan eden Erdoğan, 2017 yılında Anayasa değişikliği teklifini referanduma götürmüştür. Bu değişiklikle, "Cumhurbaşkanının ikinci döneminde Meclis tarafından seçimlerin

yenilenmesine karar verilmesi halinde Cumhurbaşkanı bir defa daha aday olabilir" (md. 116/2) hükmü getirilerek, 2023 adaylığına kapı aralanmıştır (Elmas, 2022, s. 528).

Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimleri, Cumhur İttifakı adayı Recep Tayyip Erdoğan ve Millet İttifakı adayı Kemal Kılıçdaroğlu arasında geçmiştir. 14 Mayıs'ta yapılan ilk turda hiçbir aday %50+1 oy oranına ulaşamadığı için seçim ikinci tura kalmıştır. 28 Mayıs'ta gerçekleştirilen ikinci turda Erdoğan, %52,16 oy alarak yeniden Cumhurbaşkanı seçilmiştir.

1.4.2. Cumhurbaşkanlığı Yönetim Sistemi ve İttifaklar

Ülkelerin ekonomik, siyasi ve toplumsal istikrarı, küresel düzeyde sürdürülebilir kalkınma için kritik bir öneme sahiptir. Bu istikrarın sağlanması ve devam ettirilmesi, hem kısa vadeli sorunlara odaklanan çözümler geliştirilmesi hem de uzun vadeli sürdürülebilir politikaların oluşturulmasıyla mümkündür. Bu çerçevede, siyasi istikrarın da istikrarın bir diğer önemli unsuru olduğu açıktır. Türk siyasi tarihinde, sıkça değişen hükümetler ve alınamayan kararlar, siyasi istikrarı olumsuz etkileyen başlıca nedenler arasında sayılmıştır. Bunun yanı sıra, çok partili demokratik hayatın darbe ve muhtıralarla kesintiye uğraması da istikrarsızlığa zemin hazırlayan unsurlar arasında yer almıştır.

Parlamenter sistemle yönetilen bir ülkede, cumhurbaşkanlığı seçimleri ister halk ister parlamento tarafından yapılsın, demokratik sistemin bir gereği olarak genellikle eşitlikçi bir yaklaşımla ve toplumu kutuplaştırmadan yürütülmektedir. Ancak, Türkiye gibi siyasi geçmişinde askeri müdahaleler ve vesayetçi sistemler barındıran ülkelerde, cumhurbaşkanlığı makamı sembolik bir pozisyondan öte, siyasi tartışmaların merkezinde yer almıştır. Bu süreçlerde, cumhuriyetin ve ülkenin "sahipleri" olduklarını iddia eden bazı elit kesimler ve gruplar, cumhurbaşkanlığı seçimlerinde kimin seçileceğinden ziyade kimin seçilmeyeceği üzerinden strateji yürütmüşlerdir.

Türkiye'de cumhurbaşkanlığı seçimlerinde vesayet unsurlarının etkisini azaltma ve seçim süreçlerini daha demokratik bir zemine taşıma yönündeki reformlar, siyasi ve yapısal tartışmaların merkezinde yer almıştır. 2014 yılından itibaren cumhurbaşkanının halk tarafından doğrudan seçilmesi, bu dönüşüm sürecinin önemli bir adımı olarak kabul edilmektedir. Ancak bu değişiklik, beraberinde yeni tartışmaları ve sistemsel dönüşüm ihtiyacını da gündeme getirmiştir (Ataay, 2017). Bu bağlamda, Türkiye'nin

cumhurbaşkanlığı seçim sistemi hem demokratik normlar hem de toplumsal uzlaşı açısından değerlendirilmesi gereken bir süreç olarak varlığını sürdürmektedir.

> "Yapılan anayasal değişikliklerle kimi zaman yasama ve yürütme organları arasındaki ilişkiler yeniden dizayn edilmiş kimi zaman da münferiden yürütme organını güçlendiren düzenlemelerle istikrarlı hükümet modeli oluşturmak istenmiştir. Ancak süreç içerisinde yürürlüğe konulan palyatif yasal değişikliklerle Türkiye'nin önünde duran sorunlara çözüm olunamamış, istikrarlı bir yönetim modeli ile devletin erkleri arasında arzulanan manada uyum yakalanamamıştır." (Dinç ve Yılmaz, 2022).

1982 Anayasası, 1961 Anayasası gibi doğrudan ordu tarafından hazırlanmasa da bir askeri müdahale sürecinin ürünü olarak ortaya çıkmıştır. 1961'den 2002 yılına kadar birçok kısa süreli koalisyon hükümeti, Türkiye'de siyasi istikrarsızlık süreçlerine neden olmuştur. Tek partili iktidarın dışında, cumhurbaşkanlığı seçimlerinde "Cumhurbaşkanı kim olacak?" sorusu, cumhurbaşkanı-hükümet uyumsuzlukları ve buna bağlı olarak istikrarsızlıklar, müdahale süreçlerini de beraberinde getirmiştir. Bu nedenle, Türkiye'de hükümet sistemlerine yönelik tartışmalar sıkça gündeme gelmiştir (Kalkar ve Yemen Öcal, 2020, s. 3).

1990'ların başında Turgut Özal'ın ölümüyle başlayan ılımlı çok partili hükümetler dönemi, 2002 yılında AK Parti'nin tek başına iktidara gelmesiyle sona ermiş ve hâkim parti sistemine geçilmiştir. Bu durum, 2007 yılında yapılacak cumhurbaşkanlığı seçimlerini tartışmalı bir hale getiren önemli bir etken olmuştur (Nişancı ve Doğan, 2022). 2006'nın sonlarında başlayan bu tartışmalar, 28 Ağustos 2007'de Abdullah Gül'ün cumhurbaşkanı seçilmesiyle görünürde sona ermiştir. Ancak bu tartışmalar, 2018 ve 2023 cumhurbaşkanlığı seçimlerinde de sıcaklığını koruyarak devam etmiştir. 11. Cumhurbaşkanı seçimi sürecinde Genelkurmay Başkanlığı'nın internet sitesi üzerinden 27 Nisan 2007'de yayımladığı e-muhtıra ve CHP'nin 367 kararıyla Anayasa Mahkemesi'ne başvurusu gibi olaylar, demokratik seçim süreçlerine gölge düşüren post-modern bir vesayetin örnekleri olarak görülmüştür (Kalkar ve Yemen Öcal, 2020).

2007 yılında yapılan erken genel seçimlerde, AK Parti'nin oylarını artırması ve MHP'nin meclise girmesiyle birlikte cumhurbaşkanlığı seçimindeki kriz çözülmüş ve Abdullah Gül, AK Parti'nin adayı olarak cumhurbaşkanı seçilmiştir. 21 Ekim 2007'de yapılan referandum ile anayasanın 79., 101. ve 102. maddelerinde yapılan değişiklikle cumhurbaşkanının halk tarafından seçilmesinin önü açılmıştır (Kahraman, 2012).

2007 Anayasa değişikliklerinden sonra, Türkiye'de hükümet sisteminin parlamenter sistemden uzaklaşarak, güçlü yürütmeye dayalı Fransız yarı başkanlık sistemine benzer bir

yapıya evrildiği gözlemlenmiştir (Acar ve Çelebi, 2012, s. 5). Bu süreç, 2017 referandumuyla birlikte "Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi"ne geçişle tamamlanmıştır (Nişancı ve Doğan, 2022). 6771 sayılı kanunla gerçekleştirilen bu değişiklikle parlamenter hükümet sisteminden, "Türk tipi" olarak adlandırılan cumhurbaşkanlığı sistemine geçilmiş ve tarafsız, yetkisiz bir cumhurbaşkanı yerine partili ve yetkileri genişletilmiş bir başkanlık sistemine geçiş sağlanmıştır (Elmas, 2022).

2017 referandumunda başlayan parti ittifakları, 2018 cumhurbaşkanlığı seçimlerinde resmi bir kimlik kazanmış ve Cumhur İttifakı ile Millet İttifakı olarak iki ana grup oluşmuştur. 2018 seçimlerinde, AK Parti ve MHP'nin oluşturduğu Cumhur İttifakı Recep Tayyip Erdoğan'ı aday gösterirken, Millet İttifakı'nın bileşenleri olan CHP, İYİ Parti ve Saadet Partisi farklı adaylarla seçime katılmıştır. Bu seçimleri birinci turda %52,59 oy oranıyla Recep Tayyip Erdoğan kazanarak tekrar cumhurbaşkanı olmuştur.

Recep Tayyip Erdoğan, parlamenter sistemde cumhurbaşkanının yetkisiz olduğunu, ancak halk tarafından seçilmesiyle siyasi meşruiyet kazandığını ifade ederken (2016), bazı uzmanlar bu durumun tarafsızlık ilkesine gölge düşürebileceğini öne sürmüştür (Kahraman, 2012). Erdoğan, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin bürokratik oligarşinin neden olduğu engelleri kaldırmayı hedeflediğini, sorun çözen ve sonuç odaklı bir devlet yapısı inşa etmeyi amaçladığını belirtmiştir (Anadolu Ajansı, 2018).

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile yürürlüğe giren yeni düzenlemeler, yasama, yürütme ve yargı arasındaki sınırların tartışılmasına yol açmıştır. Cumhurbaşkanı, kanun hükmünde kararname çıkarma yetkisi ile yasama yetkisini kısmen üstlenmiş; yasama ise meclisin sorumluluğuna bırakılmıştır. Ayrıca, cumhurbaşkanlığı seçimlerine aday gösterme kriterleri genişletilmiş ve parti grupları, %5 oy almış partiler veya 100.000 imza ile aday gösterme imkânı tanınmıştır. Bu sistem, Türkiye'de siyasi tartışmaların ve sistemsel dönüşümlerin devam edeceğini göstermektedir.

Parlamenter sistem ve Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin avantaj ve dezavantajları, Türkiye siyasetinde uzun süre tartışılmış ve tartışılmaya devam etmektedir. Bu tartışmaların en temel itiraz noktası, yasama, yürütme ve yargının ayrılığı ve bağımsızlığı konusundaki endişeler olmuştur. Ancak, bu metin bağlamında bu tartışmalara derinlemesine yer vermeyeceğiz. Bunun yerine, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Millet İttifakı'nın kampanyasının temel argümanının, parlamenter sisteme dönüş hedefi olduğunu vurgulamak gerekmektedir.

2018 yılından itibaren uygulanan Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi, "Türk tipi başkanlık sistemi" olarak adlandırılmakta ve kabine, bir cumhurbaşkanı yardımcısı ve 17 bakandan oluşmaktadır. Bakanlar kurulu, Cumhurbaşkanı başkanlığında toplanmakta ve kararlarını yürütmektedir. Anayasa'nın ilgili maddeleri Cumhurbaşkanı'nın görev, yetki ve sorumluluklarını belirlemektedir.

- Anayasa'nın 8. Maddesi: Yürütme yetkisi ve görevini düzenler.
- 101. Madde: Cumhurbaşkanı adaylığı ve seçim süreçlerini açıklar.
- 103. Madde: Cumhurbaşkanının göreve başlarken yaptığı ant içme törenine ilişkin düzenlemeler içerir.
- 104. Madde: Cumhurbaşkanının görev ve yetkilerini detaylandırır.
- 105. Madde: Cumhurbaşkanının cezai sorumluluğunu ele alır.
- 106. Madde: Cumhurbaşkanı yardımcıları, Cumhurbaşkanına vekâlet durumu ve Bakanlar Kurulu'nun çalışma esaslarını düzenler.

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne yönelik eleştirilerin odak noktalarından biri, %50+1 oy şartının ittifakları zorunlu hale getirmesidir. Bu düzenleme, siyasi partiler arasında yeni koalisyonların ve blokların oluşumuna zemin hazırlamış, siyasette yeni bir ittifaklar dönemini başlatmıştır. Parlamenter sisteme dönüşü savunan partilerin bir araya gelerek oluşturduğu "Millet İttifakı" ile Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ni destekleyen partilerin oluşturduğu "Cumhur İttifakı," bu yeni dönemin en belirgin ittifak yapıları olarak öne çıkmıştır.

Bu ittifaklar, seçim süreçlerini derinden etkileyerek partilerin stratejilerinde ve kampanya söylemlerinde köklü değişikliklere neden olmuştur. Özellikle 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimleri, ittifakların seçmen tercihleri üzerindeki etkisini ve bu sistemsel farklılıkların seçim kampanyalarına nasıl yansıdığını açık bir şekilde ortaya koymuştur. Bu durum, siyasi rekabetin yalnızca partiler arasında değil, aynı zamanda ittifaklar düzeyinde de yeni bir boyut kazandığını göstermiştir.

> "Secimi Kanununun 33. maddesinin secim ittifakının elde ettiği oy oranının ülke secim barajını geçmesi halinde ittifaka dahil tüm partilerin barajı geçmiş kabul edileceğine ilişkin hükmünün bir sonucudur. Çünkü bu sayede ittifaklara dahil olmasalardı milletvekilliği kazanamayacak olan siyasi partilerde temsil imkânı elde edebilmektedirler" (Nişancı ve Doğan, 2022, s. 189).

Cumhurbaşkanlığı yönetim sistemine karşı çıkma ile başlayan Millet İttifakı süreci, sistemin getirdiği %50+1 ve ittifakın Türkiye barajının partiler içinde geçerli olması durumu ittifakları mecbur koşmaktadır. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne karşı çıkmak, parlamenter demokrasiyi yeniden tesis etmek ve geniş bir seçmen kitlesini kapsamak için farklı ideolojik görüşlerden gelen İyi Parti, CHP, Saadet ve DP 5 Mayıs 2018 tarihinde (Sözcü Gazetesi Haber Merkezi, 2018) resmen kurulmuştur.

Devlet Bahçeli'nin erken seçim çağrısı ile 24 Haziran 2018tarihinde yapılan seçimlerle sistem değişikliği uygulanmaya başlamıştır. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminin AK Parti ve MHP yeni sistemin hem mimarları hem de aktörleri olmakla birlikte Cumhur İttifakı'nın kurucuları olmuşturlar (Kalkar ve Yemen Öcal, 2020).

İki ya da daha fazla partinin belirledikleri stratejiler doğrultusunda bir araya gelmeleri siyasi ittifak olarak adlandırılmaktadır. Bu doğrultuda bir araya gelen partiler secim iş birliklerinin çeşitli şekillerde gerçekleştirmektedir. Bunlardan biri seçimde başarılı olmaları halinde birlikte hükûmet kurma modelidir. Yine seçime tek aday ortak liste ile gitme yöntemi de tercih edilmektedir. Bu doğrultuda en önemli amaç seçime katılan partilerin kazanımlarını en üst seviyede tutmaktır. (Nişancı ve Doğan, 2022).

2018 de kurulan ittifaklar 2023 seçimlerinde genişleyerek ve önemi artarak devam etmiştir. Hem cumhur İttifakı hem de Millet İttifakı içerisine yeni partiler dahil ederek seçime girmişlerdir. Bunlara ilaveten Emek ve Özgürlük İttifakı, Ata İttifakı (cumhurbaşkanı adayı Sinan Oğan), Sosyalist Güç Birliği ve Memleket Partisi (cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce) ittifakları da kurulmuştur (Euronews, 2023).

"6'lı masa ilk olarak 12 Şubat 2022 tarihinde bir araya gelmiştir. Yapılan ilk toplantıdan sonra seçim sürecine ittifak olunduğu kamuoyuyla paylaşılmıştır. Altılı Masa 11. toplantı sonrasında kendilerini 'Millet İttifakı' olarak tanımlamıştır. Altılı masa üyeleri ilk kez 28 Şubat 2022 tarihinde 'güçlendirilmiş parlamenter sisteme' geçiş için bir mutabakat imzalamışlardır" (Bağcı, 2023). Geçmişi 2018'e dayanan Millet İttifakına Deva ve Gelecek Partilerinin de katılmasıyla 2023 seçimlerine ortak Cumhurbaşkanı adayı Kemal Kılıçdaroğlu ile girmişlerdir. Millet ittifakının en bariz özelliği sağ ve sol partilerin bir arada ittifak oluşturması sayılabilir.

21 Şubat 2018 tarihinde resmi olarak kurulan Cumhur İttifakı, 2023 seçimlerine giderken Büyük Birlik Partisi (BBP), Hür Dava Partisi (HÜDA PAR) ve Yeniden Refah Partisi'ni (YRP) bünyesine dahil etmiştir (Euronews, 2023). Millet İttifakı'ndan farklı olarak

Cumhur İttifakı, sağ ve milliyetçi partilerden oluşmaktadır. Türk milliyetçisi olan MHP ve BBP ile Kürt milliyetçisi HÜDA PAR, Millî Görüş geleneğinden gelen YRP ve AK Parti'nin oluşturduğu bu ittifak, farklı ideolojik eğilimlere sahip olsalar da sağ seçmen tabanına hitap etmeleri noktasında birleşmişlerdir. Bu yapı, Cumhur İttifakı'nın seçim sürecindeki stratejilerini ve söylemlerini sağ seçmene odaklı bir şekilde şekillendirdiğini göstermektedir.

> "15 Temmuz 2016 tarihinde gerçekleşen darbe girişiminden sonra AK Parti tarafından daha milliyetçi bir söylemin tercih edilmesiyle daha da arttığını ve zaman içerisinde birlikte hareket etme eğilimine dönüştüğünü ifade etmek mümkündür. Bu süreçte "Cumhur İttifakı'na dahil olan partilerin 2017 yılında yapılan referandumda "evet" bloğunda yer almalarını ise bu eğilimin seçimlerden önce ulaştığı zirve noktası olarak değerlendirmek mümkündür" (Ete, 2023)

Türkiye'de her geçen gün ittifakların önemi artmaktadır. 2018 yılında başlayan parti ittifakları 2023 seçimlerinde hatta 2024 yılın da yapılan yerel seçimlerde de devam etmiştir. Cumhurbaşkanı seçilme şartının %50+1'e bağlanması ittifakları zorunlu kılarken 2023 seçimlerinde partilerin güçlerini birleştirerek daha geniş seçmen kitlelerine ulaşmayı sağlamak amacıyla genişletilmiştir. İttifaklar aynı zamanda seçim barajından dolayı mecliste temsil edilemeyen küçük partilere parlamentoda temsil şansı sunmuştur. Bu ittifaklar, Türkiye'nin demokratik dönüşümü ve siyasi rekabetin dinamiklerini belirlemede kritik bir rol oynamaktadır.

1.4.3. 2023 Seçimlerine Giderken Türkiye'nin Problemleri

2023 seçimlerine giderken Türkiye, siyasi, ekonomik ve toplumsal açılardan oldukça kritik bir dönemden geçmiştir. Ülke, ekonomik istikrarsızlık, toplumsal kutuplaşma, Suriyeli göçmen meselesi, demokratikleşme tartışmaları ve dış politika gibi bir dizi çözüm bekleyen sorunla karşı karşıyaydı. Bu problemler, seçim sürecinde siyasi partilerin vaatlerini ve stratejilerini belirleyen temel unsurlar haline gelmiştir.

Ekonomik sıkıntılar, 2023 seçimlerinin en belirgin gündem maddelerinden biri olmuştur. Türkiye, küresel etkilerle birleşen iç ekonomik sorunlarla mücadele etmekteydi. Pandemi, ekonomik yapıyı zayıflatmış, 120 milyondan fazla insanı küresel ölçekte yoksulluk sınırının altına itmiş ve Türkiye'de işsizlik oranlarının yükselmesine neden olmuştur. 2022 yılında başlayan Ukrayna Savaşı ise enerji, gıda ve tedarik zincirlerinde ciddi sorunlara yol açmış; gelişmiş ülkeler enerji kriziyle mücadele ederken, gelişmekte olan ülkeler yüksek gıda fiyatlarıyla baş etmek zorunda kalmıştır. Türkiye'nin bu süreçte

uygulamaya koyduğu "Türkiye Ekonomi Modeli," üretim, istihdam ve ihracat odaklı politikalar vaat etse de ekonomik sorunları daha da derinleştirmiştir (İstikbal, 2023).

Seçim sürecinde, seçmen davranışlarının ekonomik temellere dayandığı düşüncesi ağırlık kazanmıştır. Ekonomik oy verme davranışı teorisine göre, seçmenler kendi çıkarlarına en uygun partiyi tercih etmektedir. Ancak bu görüş, seçmenlerin yalnızca rasyonel değil, aynı zamanda duygusal yönleriyle hareket ettiğini göz ardı etmektedir. Maddi çıkar kadar, kimlik, aidiyet ve ideolojik unsurlar da seçmen tercihlerini şekillendiren önemli faktörlerdir (Ezikoğlu, 2024).

Türkiye'nin ekonomik zorluklarının yanı sıra, toplumsal ve siyasi kutuplaşmanın derinleştiği, göçmen meselesinin çözüme kavuşturulamadığı ve doğal afetlerin (özellikle deprem gibi) toplum üzerinde büyük bir etki bıraktığı bir dönemde gerçekleşen seçimler, bu sorunların gölgesinde şekillenmiştir. Bu durum, siyasi partiler için hem vaatlerini hem de seçmenle kurdukları iletişimi dikkatle yönetmeleri gereken bir süreç doğurmuştur.

> "Liderler veya siyasi partiler, hayatta kalmalarına yönelik tehditlere karşı kazanan koalisyonlarını en aza indirerek güçlerini pekiştirmişlerdir. AKP iki önemli tehditle karşı karşıya kalmıştır: 2007 askeri darbe girişimi ve 2008 kapatma davası. AKP bu tehditleri atlattıktan sonra laik Kemalist elitlere karşı mücadele ederek gücünü pekiştirmeyi seçmiştir. Bu olgu 2007 seçimlerini etkilemiş ve AKP bu seçimlerde oylarını yüzde 47'ye kadar yükseltmiştir." (Ezikoğlu, 2024).

AK Parti, 2002 yılında Türk siyasi hayatına girişinden itibaren seçmen davranışını büyük ölçüde değiştirmiştir. Karşılaştığı çeşitli tehlikelere rağmen halkı yanına çekmeyi başaran Recep Tayyip Erdoğan, liderliğini pekiştirerek rasyonel seçmen kitlesini duygusal bağlarla partisine bağlamayı başarmıştır. Bu durum, muhalefet partilerinin, ekonomik vaatlere dayalı stratejilerle seçmen üzerinde etkili olamamalarına neden olmuştur.

Türkiye'deki 3,5 milyondan fazla Suriyeli mülteci ve diğer düzensiz göçmen, seçim sürecinde hem medya hem de halkın gündemindeki ana konulardan biri olmuştur (Hürriyet Gazetesi, 2024). AK Parti, bu durumu "misafirlik" anlayışıyla ele alırken, muhalefet partileri göçmenleri ekonomik yük ve sosyal uyum problemi olarak değerlendirerek, mültecilerin ülkelerine geri gönderilmesi gerektiğini savunmuştur. Bu tartışmalar, göç politikalarının seçim kampanyalarında merkezi bir rol oynamasına yol açmıştır.

6 Şubat 2023'te Kahramanmaraş'ta meydana gelen ve 10 ili etkileyen depremler, Türkiye tarihinin en yıkıcı doğal afetlerinden biri olmuştur. 50.000'den fazla kişinin hayatını kaybettiği, yüz binlerce kişinin yaralandığı bu felaket, ülkenin zaten zayıf olan ekonomisine

ağır bir darbe daha vurmuştur. Strateji ve Bütçe Başkanlığı'nın (SBB) yayımladığı rapora göre, depremlerin maliyeti yaklaşık 104 milyar dolar olarak belirtilmiştir (Bloomberg, 2024).

Deprem sonrası, milyonlarca insanın afet bölgelerini terk ederek büyükşehirlere göç etmesi hem göç edenler hem de göç edilen bölgeler üzerinde sosyal ve ekonomik baskılar yaratmıştır. Afet bölgelerinde ekonomik faaliyetler durma noktasına gelirken, büyükşehirlerde kira fiyatlarının yıllık artış oranı yüzde 189,5 olarak kaydedilmiştir (Emsal, 2023). Ayrıca, devletin afet yönetiminde koordinasyon eksikliği ve müdahale süreçlerindeki gecikmeler, hükümetin performansının eleştirilmesine neden olmuştur.

Türkiye, seçim sürecine ekonomik istikrarsızlık, kutuplaşma ve artan yaşam maliyeti gibi ciddi sorunlarla girmiştir. Küresel pandemi, Ukrayna Savaşı ve enflasyonist baskılar, seçmen davranışını etkileyen başlıca faktörler olmuştur. Bunun yanı sıra, göçmen sorunu ve güvenlik politikaları, milliyetçi söylemlerin yoğunlaşmasına zemin hazırlamıştır.

2023 seçimleri, milliyetçi söylemin siyasal iletişim stratejilerindeki rolünü anlamak için önemli bir dönüm noktası olmuştur. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin %50+1 oy şartı, partiler arası ittifakların zorunlu hale gelmesine yol açmış ve bu durum, seçim kampanyalarının milliyetçi temalar etrafında şekillenmesine neden olmuştur. Göçmen krizi, Suriye politikaları ve deprem gibi sorunlar, milliyetçi dilin hem seçmenlerin duygusal bağlarını harekete geçirmesinde hem de seçmen davranışlarını yönlendirmesinde etkili olmuştur.

2023 Cumhurbaşkanlığı seçimleri, Türkiye'nin siyasi, ekonomik ve toplumsal dinamiklerinin yeniden şekillendiği kritik bir döneme denk gelmiştir. Seçim sürecinde ekonomik kriz, göçmen sorunu, kutuplaşma ve doğal afetlerin etkileri, siyasal iletişim stratejilerinin belirlenmesinde ve milliyetçi söylemin ön plana çıkmasında önemli bir rol oynamıştır. Özellikle Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin getirdiği ittifak zorunluluğu, partiler arası yeni dengelerin oluşmasına ve seçim kampanyalarının milliyetçi temalarla güçlendirilmesine yol açmıştır. Bu durum, milliyetçiliğin bir ideoloji olmanın ötesinde, seçmenle kurulan duygusal bağları harekete geçiren etkili bir araç olarak konumlandığını göstermektedir. Sonuç itibarıyla, 2023 seçimleri, yalnızca Türkiye'nin siyasi sistemini değil, aynı zamanda seçmen davranışını yönlendiren temel dinamikleri anlamak açısından da önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu süreç, milliyetçi söylemin siyasal iletişimdeki

etkisini ve gelecekteki politik stratejilere yön veren bir güç olmaya devam edeceğini açıkça ortaya koymaktadır.

2023 Cumhurbaşkanlığı seçimleri, milliyetçiliğin yalnızca ideolojik bir tercih değil, aynı zamanda seçmenle güçlü bir iletişim aracı olarak kullanıldığını göstermiştir. Bu süreç, milliyetçiliğin Türkiye siyasi tarihinde ne kadar etkili bir rol oynadığını bir kez daha ortaya koymuştur.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu bölümde, araştırmanın amacı, metodolojisi, veri kaynakları, veri analizi teknikleri ve sınırlılıkları ele alınmaktadır. Araştırmanın konusu, 14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Millet İttifakı adayı Kemal Kılıçdaroğlu ve Cumhur İttifakı adayı Recep Tayyip Erdoğan'ın seçim çalışmaları kapsamında gittikleri illerde gerçekleştirdikleri miting konuşmalarında kullandıkları milliyetçi söylemin analiz edilmesidir. Bu doğrultuda, çalışmanın temel amacı, adayların milliyetçi söylemlerini içerik ve söylem analizi yöntemleriyle inceleyerek benzerlik ve farklılıklarını ortaya koymaktır.

Araştırmada kullanılan yöntem ve teknikler ile miting konuşmalarında yer alan milliyetçi unsurların kapsamını anlamayı hedeflemektedir. Araştırmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesi, önceki bölümde detaylı bir şekilde ele alınmış olup, bu bölümde kullanılan yöntem ve tekniklerin aktarımı yapılmaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler, içerik ve söylem analizi yöntemiyle işlenmiş ve bir sonraki bölümde bulgular detaylı bir şekilde incelenmektedir. Böylece adayların söylem stratejileri, milliyetçi unsurların kullanımı bağlamında değerlendirilmektedir.

Bu çerçevede, çalışmanın sınırlılıkları da göz önünde bulundurulmuştur. Araştırma, sadece iki adayın altı ildeki (Ankara, İstanbul, İzmir, Antalya, Van ve Samsun) miting konuşmalarıyla sınırlandırılmış olup, analiz edilen veriler, adayların mitinglerdeki milliyetçi söylemleriyle sınırlıdır. Bu durum, çalışmanın genel seçim süreci boyunca kullanılan diğer propaganda araçlarını kapsamamasına neden olmaktadır. Ancak, miting konuşmaları, liderlerin seçmenlerle doğrudan iletişim kurduğu temel alanlardan biri olduğu için önemli bir analiz alanı sunmaktadır.

2.1. Amaç ve Yöntem

Bu araştırma, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Cumhur İttifakı adayı Recep Tayyip Erdoğan ve Millet İttifakı adayı Kemal Kılıçdaroğlu'nun, 14 Mayıs'ta gerçekleştirilen ilk tur seçimleri öncesinde yaptıkları miting konuşmalarındaki milliyetçi söylemi analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma, liderlerin söylemlerinde milliyetçiliğin nasıl inşa edildiğini ortaya koyarken, benzerlikler ve farklılıklar bağlamında bir karşılaştırma sunmayı hedeflemektedir.

İlk bölümde milliyetçilik üzerine kavramsal ve kuramsal tartışma hem ulusal boyutta hem de global boyutta ortaya konuldu. Buna ilaveten milliyetçi söylemi analiz etmek için oluşturulan temalar tartışıldı. Araştırmanın konusunu ilgilendiren siyasal iletişimi ve 2018'de yürürlüğe giren cumhurbaşkanlığı seçim sistemiyle ilgili konularda ele alındı.

Bu bölümde neden bu araştırmayı yaptığımızı, araştırmayı yaparken kullanılan yöntem ve veri analizinin hangi teknikle ortaya koyacağımızı tartışmaktadır. Araştırma sadece iki adayın altı ilde ki mitin konuşmalarıyla sınırlı olduğu için bunun getirdiği sınırlılıklarda ifade edilmektedir.

Gündelik hayatta, değerlerle bezeli olan toplumsal fenomenlerden olumlu ya da olumsuz yönde etkilenerek tercihlerde bulunuruz. Siyasi tercihler ortaya konulurken bireylerin değer yargıları önem arz etmekle birlikte, ülkenin içinde bulunduğu şartlar doğrultusunda beliren ideolojiler karar vermede etkili olmaktadır. Savaşların ve göçlerin arttığı dönemlerde ülkeler güvenlikçi politikalarını düşman üzerinden oluştururken vatandaşlarına karşı birlik ve bütünlüğü sağlamak amacıyla milli duygu ve düşüncelerin ifadesi olan söylemlere baş vurmaktadır. Siyasi olaylar toplumsal davranışlara yön verirken (Aron, 2010) siyasi tercihleri de etkileme kapasitesine sahiptir.

Arap Baharı'nın ardından Ortadoğu coğrafyasında patlak veren savaşlar, yalnızca göç dinamiklerini değil, aynı zamanda bölge ülkelerinin güvenlikçi politikalarını ve milliyetçi söylemlerini de derinden etkilemiştir. Bu süreçte, bölge ülkelerinin savaş durumuna karşılık olarak güvenlikçi milliyetçi söylemleri ve eylemleri yoğunlaştırdığı gözlemlenmektedir. Türkiye bağlamında da bu durumun, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde milliyetçi söylemin seçmen tercihlerinde etkili olduğu iddiasını gündeme getirmektedir.

Bu çalışmada, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde adayların milliyetçi söylemleri ne sıklıkta ve hangi bağlamda kullandığı tespit edilmeye çalışılmaktadır. Milliyetçi söylemin, adayların stratejilerinde nasıl bir yer tuttuğu ve hangi bağlamda kullandıkları ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır. Çalışmanın amacı milliyetçi söylemin belirlenen tema ve kategorilerde nasıl kullanıldığını ortaya çıkararak iki adayın benzerlik ve farklılıkları nasıl inşa ettiğini çözümlemektir. Milliyetçi söylemin mitinglerde nasıl inşa edildiğini incelerken aynı zamanda uygulama araştırması üzerinden pratik bilgilere katkı sağlayarak akademik bilgiye katkı sunmaktır.

Araştırma yöntemi ve veri analiz tekniğinin belirlenmesinde sosyolojik yorumlayıcı yöntemin en önemli temsilcilerinden olan Weber'in anlama/anlayıcı temel alınmıştır. Bu yaklaşıma göre "toplumsal hayat, insan onu deneyimledikçe ve ona anlam verdikçe" (Neuman, 2016) gelişen ve insanın hem özne hem de toplumsallığın bir parçası (Cizreli, 2021) olarak hareket ettiği kabulünden hareket etmektedir. Doğan (2016) toplumsal âlemin sonsuz sayıda olay ve nedenden oluştuğunu belirterek, bu olayları ve nedenleri anlamanın ancak toplumsal olayların gerçekleştiği bağlamda ve değerlerle birlikte analiz edilmesiyle mümkün olacağını ifade etmektedir. Bu bağlamsal yaklaşım, toplumsal gerçekliğin daha derin ve bütüncül bir şekilde kavranmasına olanak tanımaktadır. Toplumsal anlamın üretildiği ve aktarıldığı gündelik hayatta, ilişkiler ve bilgi aktarımı büyük ölçüde simgeler aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Bu aktarım sürecinde, simgelerin en önemlisi olan dil, toplumsal ilişkiyi devam ettirici bir rol üstlenmektedir. Dil, iletişim aracı olmanın ötesinde, tercihlerin ve yönelimlerin şekillenmesinde önemli bir araç olarak işlev görmektedir. Aynı zamanda, toplumsal fenomenler içinde ortak bilgi ve söylemi oluşturma sürecinde de merkezi bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, dilin ve diğer simgelerin toplumsal yapıdaki düzenleyici ve birleştirici işlevi, toplumsal anlamın üretilmesinde kritik bir rol oynamaktadır.

Mitinglerde yapılan konuşmaların analizinde, sosyal bilimlerin geleneksel üç yönteminden biri olan Weber'in yorumlayıcı teorik yaklaşımı temel alınmıştır. Araştırma, bu teorik çerçeveye dayalı olarak hem nicel hem de nitel araştırma tasarımını içeren bir yöntem benimsemektedir. Nicel boyut, konuşma metinlerinin içerik analizini kapsamakta ve elde edilen veriler istatistiki olarak ifade edilmektedir. Nitel boyut ise söylem analizi yöntemiyle gerçekleştirilmekte, böylece metinlerin bağlamsal ve anlamları derinlemesine analiz edilip değerlendirilmektedir.

Bu yöntemsel yaklaşım, konuşmalarda yer alan milliyetçi söylemleri ve bu söylemlerin hangi bağlamlarda nasıl kullanıldığını anlamayı amaçlamaktadır. Nicel analiz, konuşmalarda kullanılan semboller ve temaların frekansını ve dağılımını ortaya koyarken; nitel analiz, bu sembollerin ve temaların bağlamdaki anlamlarını ve etkilerini derinlemesine incelemeyi sağlamaktadır. Bu şekilde, araştırma hem betimleyici hem de yorumlayıcı bir çerçevede yürütülmektedir.

Yorumlayıcı sosyal bilimlerin kurucularından olan Max Weber, toplumsal davranışları ve fenomenleri anlamak için yorumlamayı temel bir yöntem olarak

benimsemiştir. Weber, dış dünyaya fenomenler aracılığıyla nasıl anlam yüklendiğine, bu anlamın nasıl kullanıldığına ve sembollerle nasıl ifade edildiğine odaklanmaktadır. Aynı zamanda, bu süreçlerin bireyler ve toplumlar arasındaki ilişkileri nasıl şekillendirdiğini de analiz etmektedir.

Weber, insanı ve toplumu yalnızca nesne olarak görmekle yetinmenin, toplumsal gerçekliği anlamada yetersiz kalacağını vurgular. Ona göre, toplumsal gerçeklik, değerlere dayalı ve anlamlarla yüklü bir şekilde inşa edilir. Bu bağlamda, her toplumsal fenomenin ve bireysel davranışın kendine özgü, biricik bir anlam taşıdığına işaret eder. Weber'in yaklaşımı, toplumsal olayların ve ilişkilerin yalnızca nesnel bir bakış açısıyla değil, aynı zamanda bireylerin ve toplumların bu olaylara yükledikleri anlamlar üzerinden anlaşılması gerektiğini savunur. Böylece, Weber'in yorumlayıcı yaklaşımı, toplumsal gerçekliği daha derin ve kapsamlı bir şekilde kavrama olanağı sunar.

Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan karşılaştırma yöntemi, iki adayın milliyetçi söylemi nasıl, ne kadar ve hangi değerler ile kullandığı ve Türk milliyetçiliğinde hangi ideolojiye karşılık geldiği ya da gelmediği karşılaştırılması bir üst yöntem olarak uygulanacaktır (Cizreli, 2021).

Örneklem olarak Türkiye coğrafyasının siyasi olarak bölünmüş olduğu yedi bölge de ki birer şehir temel alınarak toplamda yedi miting konuşması veri olarak kabul edilmektedir. Lakin veri kısmında ifade edildiği gibi her iki adayın 14 Mayıs seçimlerinden önce güney-doğu Anadolu bölgesinde aynı ilde miting yapmadıkları tespit edilmiştir. Bundan dolayı altı bölgeden altı il seçilmiştir. Bu sayede adayların konuşmalarında farklılıklar ve benzerlikler üzerinden liderlerin söylemlerinin bölgesel farklılıkları ortaya konulurken milliyetçi söylemde ortaklıklarda ortaya çıkarılmaktadır.

Araştırmada elde edilen bulgular, sosyoloji ve siyasal iletişim disiplinlerinden yararlanılarak analiz edilerek ve milliyetçi söylemin göstergeleri olan "kimlik", "simgelerin kullanımı" ve "Türkiye tasavvuru" olmak üzere üç ana tema başlığı altında detaylandırılacaktır. Bu tematik çerçeve, liderlerin milliyetçi söylemleriyle seçmenle kurdukları ilişkilerin daha derin bir şekilde anlaşılmasını sağlamayı hedeflemektedir.

Bulgular kısmında, "kimlik" başlığı altında liderlerin toplumdaki "biz" ve "öteki" ayrımını nasıl inşa ettiği incelenecektir. "Simgelerin kullanımı" temasında, konuşmalarda kullanılan milli semboller (bayrak, vatan, millet, şehitlik gibi), kutsal simgeler (ezan, zafer, şehit, gazi, vb.) ve toplumsal bütünleşmeyi ifade eden kollektif sembollerin anlamlandırılma

biçimleri değerlendirilecektir. Son olarak, "Türkiye tasavvuru" başlığında, liderlerin geleceğe yönelik vizyonlarının ve söylemlerinde öne çıkan kalkınma, istikrar, birlik gibi kavramların nasıl işlendiği analiz edilecektir.

2.2. Veri Analiz Tekniği ve Veri Kaynağı

Dil, bireylerin düşüncelerini ve kimliklerini inşa eden güçlü bir araçtır. Sosyal bir pratik olarak dilin kullanımı, yalnızca söylenen kelimelerle sınırlı kalmayıp, toplumun değerleri, ideolojileri ve güç ilişkileriyle şekillenmektedir. Bu bağlamda, söylem analizi ve içerik analizi, toplumsal yapılar ile dil arasındaki ilişkiyi anlamak için kullanılan temel analiz teknikleridir. Söylem analizi, dilin sosyal bir bağlamda nasıl üretildiğini ve hangi anlamları taşıdığını anlamaya odaklanırken, içerik analizi, metinlerin ve ifadelerin sayısallaştırılarak somut verilere dönüştürülmesini sağlar. Bu araştırmada, iki yöntemin bir arada kullanımı, adayların seçim kampanyalarındaki milliyetçi söylemlerinin toplumsal ve siyasal bağlamlarını derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Söylemlerde kullanılan kelime ve kavramların sıklığı ile bu öğelerin bağlamları, adayların ideolojik yaklaşımlarını ve topluma sundukları mesajların doğasını ortaya koymaktadır.

> "Söylem analizi, belirli şartlar altındaki kişilerin dili nasıl kullandığıyla ilgilenir; konuşma veya metindeki yapılara odaklanır. Sosyal bir pratik olarak dil, sürekli yaratım halindedir. Söylem analizi yoluyla insan düşüncesini şekillendiren dil, bir veri kaynağına dönüştürülür. Kimin konuştuğu, nasıl konuşulduğu, konuşmada hangi mesajların verildiği, nelerin işaret edildiği ve bu konuşmaların anlamsal bütünlük içerisinde nasıl bir yer tuttuğu bu araştırma analiz tekniğinin sorduğu önemli sorulardandır." (Cizreli, 2021, s. 99).

İçerik analizi, yazılı metinleri ve sözlü ifadeleri kısaca sayısallaştırma ve istatistiki veriye dökme olarak ifade edilebilir. Yazılan ve söylenenlerin belirli kategoriler altında sayılarak sıklık ve yüzde tablolarına dönüştürülmesi ve bunun üzerinden metinde araştırılan durumun ne ölçüde bulunduğunun tespitine dayanmaktadır. İçerik analizi tekniğiyle veriler saptanabilmekte, özetlenebilmekte ve standardize edilerek ve başka verilerle karşılaştırarak topluma dair genel geçer kurallar elde edilebilmektedir (Alanka, 2024).

Bu araştırmada elde edilen veriler hem nicel verilerden yararlanarak nitel yönelimlerin bir yaklaşımla ele alınmaktadır. Veri analizinde içerik analizi ve söylem analizi teknikleri uygulanmaktadır. Söylem, dilin yazılı veya sözlü biçimde gerçekleşmesi yoluyla öznenin inşa ettiği anlamın, semboller aracılığıyla somut bir hale dönüştürülmesiyle analiz birimi haline gelmektedir. Weber'in yorumlayıcı yaklaşımı gibi, bu çalışmada da adayların

miting konuşmaları, söylem analizine tabi tutularak sosyolojik bir incelemenin konusu haline getirilmektedir.

Verilerden elde edilen istatistiki değerler bize kelimelerin ve kavramların metin içerisindeki sıklık ve yüzdeleri ve metindeki genel oranı da metnin genel ideolojisi hakkında bilgi sunmaktadır. Bu bilgiyi söylem analizi ile derinleştirerek kullanılan kelime ve kavramların anlamı ve bağlamı bize adayların söyleminin bağlamını ve yaklaşımını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda konuşmalarda ki kelimeler ve kavramlar tek tek Excel'e veri olarak girilmiştir. Bu açık veriler önce kategorilerde ardından temalarda birleştirilerek nicel verinin temelini teşkil etmektedir. Ayrıca bu nicel verilerden yola çıkarak kelimelerin ve kavramların kullanıldıkları cümle ve paragraf da ki bağlamı yorumlanarak analiz edilmektedir.

Söylem analizi, dilin sosyal bir pratik olarak nasıl bir yaratım süreci içinde olduğunu incelemektedir. Bu bağlamda, dilin bir veri kaynağına dönüştürülmesi, kişilerin belirli şartlar altında dili nasıl kullandıklarını anlamayı mümkün kılar. Söylem analizi, kimin konuştuğu, nasıl konuşulduğu, hangi mesajların verildiği, hangi konuların vurgulandığı ve bu konuşmaların anlamsal bütünlük içinde nasıl bir yapı oluşturduğu gibi soruları cevaplamayı hedefler (Cizreli, 2021). Bu yöntem, adayların konuşmalarında kullandıkları kelime ve kavramların anlamlarını ve bağlamlarını derinlemesine analiz ederek, milliyetçi söylemin toplumsal ve siyasal pratiklerdeki etkisini ortaya koymaktadır.

İçerik analizi ise metinleri ve sözlü ifadeleri sayısallaştırarak, istatistiki veriye dönüştürme sürecidir. Yazılı veya sözlü ifadeler belirli kategoriler altında sınıflandırılarak sıklık ve yüzdelik tablolar oluşturulur. Bu yöntemle metinlerde aranan durumların ne ölçüde bulunduğu tespit edilebilir. İçerik analiziyle, veriler saptanabilir, özetlenebilir ve standardize edilerek diğer verilerle karşılaştırılabilir. Bu süreç, toplum hakkında genellenebilir sonuçların elde edilmesine olanak tanır (Alanka, 2024). Araştırmada kullanılan bu iki yöntem, adayların konuşmalarında kullandıkları milliyetçi söylemi hem genel durumu hem de temaların bağlamını değerlendirme imkânı sunmaktadır.

Bu çerçevede, içerik analizi adayların konuşmalarında kullanılan kelimelerin ve kavramların sıklığını ve yüzdelerini belirlerken, söylem analizi bu verileri bağlamlına odaklanarak söylemi anlayıp yorumlamayı sağlamaktadır. Bu iki yöntem, adayların konuşmalarında yer alan milliyetçi söylemleri hem sayısal hem de bağlamsal olarak analiz eder. İçerik analizi, hangi kelimelerin daha sık kullanıldığını tespit ederek metnin genel

ideolojisini belirlerken, söylem analizi bu kelimelerin anlamlarını, bağlamlarını ve toplumsal etkilerini detaylandırır. Böylece, milliyetçi söylemin sadece ne kadar kullanıldığı değil, aynı zamanda hangi bağlamlarda ve nasıl kullanıldığı anlaşılmaktadır.

2.2.1. İçerik Analizi

Sosyal bilimciler, toplumu anlamak için belirli ölçütler çerçevesinde araştırmalar yaparak genelleştirilebilir sonuçlara ulaşmayı hedeflemekte, aynı zamanda bu genel durumların bağlamını ve toplumsal değerleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, araştırmacılar güvenilir ölçümler ve ölçekler geliştirerek, toplumsal olguları analiz etmektedir. Pozitivist araştırma yöntemi, verileri ve bulguları doğa bilimlerindeki nesneler gibi ele alarak, toplumsal olguları objektif bir şekilde incelemeyi amaçlamaktadır (Alanka, 2024).

Bu çalışmada, milliyetçi söylemin kelime ve kavramlarının metin üzerindeki sıklığı sayısal olarak belirlenmiştir. Metindeki kelimeler ve kavramlar üç ana kategori altında incelenmiştir: kimlik oluşturma, simgeler ve Türkiye tasavvuru. Her bir kategori, miting konuşmalarının milliyetçi söylemle ne ölçüde kullanıldığı ortaya koymak amaçlanmaktadır. Ayrıca, iki adayın söylemleri bu bağlamda karşılaştırılarak benzerlik ve farklılıkları hem genel olarak hem de iller bazında analiz edilecektir.

Pozitivizmin önde gelen temsilcilerinden Durkheim, sosyolojiyi özünde toplumsal olguların incelenmesi ve bu olguların nesne gibi ele alınarak sosyolojik biçimde açıklanması olarak tanımlamaktadır (Aron, 2010). Bu yaklaşım doğrultusunda, çalışmada içerik analizi yöntemi benimsenmiştir. İçerik analizi, verileri belirli temalar, kategoriler ve kavramlar altında gruplandırarak bu verilerin düzenlenmesi ve okuyucunun anlayabileceği bir formatta sunulmasını sağlar. Bu yöntem, araştırmacılara veri setlerini derinlemesine inceleme ve anlamlı sonuçlar çıkarma fırsatı sunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2021).

Araştırma sürecinde, öncelikle metin bütüncül olarak okunmuş ve milliyetçiliği tanımlayan ya da çağrıştıran paragraflar belirlenmiştir. Daha sonra, bu paragraflardaki kelimeler işaretlenmiş ve toplam paragraf ve kelime sayıları üzerinden genel söylem ve milliyetçilik ortaya konulmuştur. Excel' açık veri olarak kodlanan kelime ve kavramlar milliyetçi söylemin üç ana kategorideki durumunu göstermek amacıyla önce gruplandırılmış ardından grafikler ve tablolar aracılığıyla sunulmaktadır.

İçerik analizi, "iletişimin yazılı veya açık içeriğinin objektif, sistematik ve sayısal (kantitatif) tanımlarını yapan bir araştırma tekniği" olarak tanımlanmaktadır (Zeybek, 2020, s. 197). Nitel içerik analizinde ise veriler kodlanarak, temalar oluşturulmuş ve bunlar konuya göre düzenlenmiştir. Nitel içerik analizi, metin veya veri setindeki anlamlı birimleri (örneğin kelimeler, ifadeler, cümleler) belirleyip bunları anlamlarına göre kategorize eden bir yöntemdir. Bu yöntemde, veriler dört aşamalı bir süreçle analiz edilir:

1-Verilerin Kodlanması: Ham verideki anlamlı ifadeler (örneğin belirli bir tema veya kavramla ilişkili kelimeler) belirlenir ve bu ifadelere kısa tanımlayıcı etiketler (kodlar) atanır. 2-Temaların Bulunması: Kodlar incelenerek benzerlik ve ilişkiler temelinde gruplandırılır ve daha geniş kavramsal temalar oluşturulur. 3-Kodların ve Temaların Düzenlenmesi: Bulunan temalar, çalışmanın amacına uygun bir şekilde sıralanır ve düzenlenir. 4-Bulguların Tanımlanıp Yorumlanması: Temalar üzerinden elde edilen bulgular, çalışmanın araştırma sorularını yanıtlamak üzere detaylı bir şekilde açıklanır ve yorumlanır (Zeybek, 2020).

Bu süreç, verinin anlamlı bir şekilde organize edilmesini ve toplumsal, psikolojik veya politik bir bağlamda daha derinlemesine incelenmesini sağlar. Nitel içerik analizi, yalnızca veriyi organize etmekle kalmaz, aynı zamanda verilerden anlamlı çıkarımlar yapılmasına da olanak tanımaktadır.

Bu çalışmada, içerik analizi araştırmanın yalnızca küçük bir kısmını oluşturmaktadır. Araştırmanın asıl kısmı, söylem analizi yöntemiyle iki adayın milliyetçi söylemlerini anlamlandırmayı ve bu söylemlerin bağlamlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Söylem analizi, dilin sosyal bir pratik olarak nasıl kullanıldığını inceleyerek, liderlerin kullandıkları kelime ve kavramların anlamını ve etkisini derinlemesine analiz etmeyi sağlamaktadır.

2.2.2. Söylem Analizi

İçerik analizi ile metnin genel ve üç başlıktaki milliyetçi söylemin istatistiksel analizi yapıldıktan sonra çalışmanın ana yöntemi olarak sosyal bilimlerde de sıklıkla kullanılan ve bize toplumsal bilginin nasıl oluştuğu hakkında bilgi veren söyle analizinin ne olduğuna değinilmektedir. Bu başlık altında; söylem analizinin bu çalışmada nasıl ve ne şekilde kullanılacağına değindikten sonra milliyetçi söylemin göstergelerinden neden üç başlığın seçildiğine değinilecektir.

"Bir ya da birçok tümceden oluşan, başı ve sonu olan" (TDK, 2024) ve bir yaklaşımı ortaya koyan cümleciklerden oluşmuş yazılı veya sözlü ifadeler, söylem olarak tanımlanmaktadır. Söylem bulunduğu bağlam içerisinde ve kullanıldığı kültürde kimin neyi nasıl söylediğine bağlı olarak farklı anlamaya ve algılamaya neden olabilmektedir. Kültürlerin dil üzerinden hızlıca değiştiği günümüzde doğal olarak söylem ve söylemin anlamı da değişmektedir. Lakin dünyada yaşanan değişiklikler kitlesel olsa da her milletin algılama ve tecrübe etme durumu değişiklik göstermektedir.

Ülkenin ve dünyanın politikalar üzerinden kontrolü siyaset mekanizması ile gerçekleşmektedir. Güç ilişkilerinin tanzimi olan siyaset toplumsal düzlemde söylem ile meşruluk kazandığı gibi, yönetim erkine elde etmek ve kitleyi ikna etmek için bulundukları konuma, hitap ettikleri kitleye ve içinde bulundukları ülkenin durumuna göre algıyı yönetecek söylem geliştirmektedir.

Aristo, siyasetçilerin toplumu inandırma yollarını kullanma olarak gördüğü retorik yani söylemin gerçek anlamı ve yan anlamıyla birlikte ilk amacı inandırma yani seçmeni kendisine oy vermeye ikna etmektir. İnandırmak siyasetçinin karakteriyle başlayıp dinleyicinin kendi ruh hali ve istenen ruh haline sokulmasıyla devam eden ve ifade edilen ideolojinin, düşüncenin ya da kanaatin inandırıcı kanıtlarının sunulmasıyla devam etmektedir. ikna ve oy verme koşullara bağlı olarak gelişen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Siyasi aktörün inandırıcı olmasının en önemli koşulu güvenilir olmasıdır ve seçmenin duyguları üzerinden ortak kimlik inşa ederek benzerlik kurmaktır (Zeybek, 2020).

Söylemin etkili olabilmesi için anlamı ve bilişsel etkileri yanı sıra zihinsel temsiller ve diğer bağlamlar da önem arz etmektedir. Söylemin etkisi söyleyenin ve dinleyenin zihinsel süreçlerine bağlı olduğu gibi, dinleyicinin konuşmayı ya da yazıyı modellemesinin yanında inancı da etkili olmaktadır. İnsanı iknadan bahsettiğimiz yerde tek bir ikna yönteminden bahsetmek mümkün değildir (Dijk, 2019).

"Siyasal retorik açısından; üslup, sadelik, kendini analiz etme, hedef kitlenin özelliklerine uygun konuşma, geniş kelime hazinesine sahip olma, yineleme, devamlılık, irreal senaryo üretimi, haklılaştırma, nedenselleştirme ve rıza üretimi önem arz etmektedir" (Zeybek, 2020, s. 196). Bu süreçler kurulurken seçmenin siyasi ile ilişki kurması sağlanmaktadır. Bu ilişki hem duygusal hem de bilişsel olarak gerçekleşmektedir.

Seçmen ile yüz-yüze iletişim türü olan mitinglerde siyasilerin kitleyi ikna etmek için retoriği kullanmaktadırlar. Retoriğin iknaya dönüşmesi için hitabın "akıl ve duyguları bir

arada tutan" (Zeybek, 2020, s. 197) özelliğe sahip olası gerekmektedir. Akıl ve duyguların bir arada kullanıldığı hitabetin parti üye ve sempatizanlarının davranışını pekiştirirken, kararsız seçmenin karar vermesinde de etki göstermektedir.

Siyasi aktörlerin etkileyiciliğini artırmak için söylemin yanı sıra, konuşmanın sade, anlaşılır ve kitlenin sosyo-kültürel seviyelerine uygun olması önemlidir. Doğru telaffuz ve bölgenin tarihi, kültürel ve insani değerlerine yapılan vurgular, kitleye değerli hissettirmekte ve bütünleşmeyi sağlamaktadır. Bilişsel ve duygusal bütünlük, seçmeni harekete geçiren etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır.

Söylem analizi nitel araştırma türü olup, metinler aracılığı ile oluşan konuşmanın "ürünleri ile ilgilenen geniş kapsamlı sosyal ve kültürel araştırmalar içinde kullanılan bir araştırma yöntem" (Kantar, 2016, s. 60) olarak görülmektedir.

Söylem analizi metnim dilbilimsel olarak incelenmesinden ziyade metnin içerik analizinin yanında sosyal yapılar ile ilişkisini içeren sosyal bir analiz türüdür. Söylemin bağlamı ve anlamı kişiden- kişiye, kültürden-kültüre değişiklik arz ettiği için bağımlı değişkeni olmayan bir analiz modelidir. Toplumun, siyasetin ve söylemin değiştiği yerde değişkenlik söylem analizinin temelini oluşturmaktadır.

> "Açıkça söylem üretme yolları olan söylem analizleri, her sosyal araştırma gibi "Verilere", "Analiz" ve "Sonuçlara" dayanır. Bazı söylem analizlerin de sosyal teoriler kullanılırken bazılarında kullanılmamaktadır. Sosyal teori kullanmayan analizler salt dilbilim, sosyoloji ya da sosyal psikolojiden etkilenerek klasik nitelik analizlerine daha yakın bir yerde konumlanırken; sosyal teorileri kullanan analizler ise metin analizleri ya da linguistik analizleri olmak durumundadırlar." (Sözen, 2014, s. 79).

Sözen (2014) söylem analizini, dilsel kullanım, analizi dilin, açıklama, anlama ve anlamlandırmaya ilişkin işlevi ve üçüncü olarak da dili kullanan insanların ne yaptıkları olmak üzeri üç farklı düzlemde ilerlediğini ifade etmektedir. Dolayısıyla siyasilerin konuşmaları yazılı beyanları söylem analizine tabi tutulurken dil kullanımına önem verildiği gibi kullanılan dilin anlamı ve açıklaması da yapılırken iletişimin gerçekleştiği bağlam ve bağlamın içindeki kişilerin anlama ve algıla biçimleri de önem kazandığı görülmektedir.

İçerik analizi sayıların ve örneklemin büyüklüğüne odaklanan bir nicel araştırma iken söylem analizi dilin kullanımdaki bağlam ve anlamı temel almaktadır. Temel iki veri kaynağı mülakatlar ve belgeler söylem analizinin kaynaklarıdır (Cizreli, 2021).

Açıklayıcı ve anlayıcı olan söylem analizi ve süreci şu aşamalardan geçmektedir. Metnin kendisi söylem olarak görülür ve bu nedenle metnin bizzat kendisi değil, bağlamla

ilişkisi ön planda olduğu analiz nesnesi, ikinci olarak odağı olarak tanımladığı metni içsel bir bakışla ele alarak oluşum ve anlam üzerine odaklanma ile ilerler. Üçüncü aşamada kim, neyi, neden, nasıl ve hangi amaçla söylediğine odaklandığı analizin amacı sorusuna verilecek cevabı analizin sonuçlarının farklılık, benzerlik ve bağlam üzerinden yorumlandığı durum takip etmektedir. Sonuç sunumu, analize tabi tutulan metinlerin özgüllüklerini ve biricik özelliklerini ortaya koyup koymadığına bakar ve son noktada nesnelliğin sağlanıp sağlanmadığını kontrol ederek analiz tamamlanmaktadır. (Zeybek, 2020)

Çalışmada belge olarak kabul edilen miting konuşmaları yukarıda ifade edilen aşamaları takip ederek mitingler analiz edilmektedir. Siyasilerin söylemlerinin hangi düşünce(ler) ve duygu(lar) üzerine bina edildiğinin göstermektedir.

Siyasi söylemin göstergelerinden olan miting konuşmaları belge olarak kabul edilerek genel bir okuma sürecine tabi tutulduktan sonra milliyetçi söyleme denk gelen açık ve örtük metinler belirlenmiştir. Çalışmamızda Cumhur İttifakı adayı Recep Tayyip Erdoğan ve Millet İttifakı adayı Kemal Kılıçdaroğlu'nun milliyetçi söylemi ne kadar kullandığını araştırırken aynı zamanda neyi nasıl ve niçin kullandığına ve kullanımın arka planına temalar ve kategoriler odaklı açıklayıcı ve anlayıcı bir yöntemle bulguları tahlil edilecektir.

Nicel araştırma da araştırma sorusu ve ilgilenilen kavramlar önceden belirlendiği için kodlama baştan belli olarak yürütülen bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna karşılık nitel çalışmada aradığımız sorunun cevabının nasıl ortaya konulacağı katılımcıya ve onun kavram dünyasına bağlı olarak yürütüldüğünden dolayı kodlama çalışma yürütüldükten sonra ortaya çıkmaktadır. Verilerden elde edilen kodların benzerlikleri üzerinden kategoriler ve temalar oluşturulmaktadır.

> "Nitel araştırmada veri analizi analiz için verilerin hazırlanmasını ve organizasyonunu (yani transkriptte olduğu gibi metin verilerinin veya fotoğraflarda olduğu gibi görsel verilerin), sonra verileri kodlamayı ve kodların bir araya getirmesiyle temalara indirgemeyi ve son olarak veriyi şekiller, tablolar veya bir tartışma halinde sunmayı içermektedir." (Creswell, 2013, s. 180).

Genel okuma sonucu milliyetçi söyleme denk gelen paragraflar belirlendikten sonra bu paragraflarda ki kelimeler işaretlenmektedir. Kelimeler ve kavramlar artık bizim için bir veriye dönüşmüş, verilerin kodlanması, dağ gibi ham verilerin küçük, işlenebilir kümeler indirgenmesi şeklindeki zor iştir. Açık verilerin üzerinden geçilerek kategoriler ve tema için kod etiketlemesi olan eksensel kodlara dönüştürüldükten sonra çalışmanın temaları belirlenmektedir (Neuman, 2016).

Çalışmada, Kılıçdaroğlu ve Erdoğan'ın İstanbul, İzmir, Antalya, Ankara, Samsun ve Van mitinglerinin videoları izlenip ve CHP ve AK Parti'nin adayların konuşmalarına dair yayınladığı metinler ile uyumluluğu tespit edilip veri seti olarak kullanılmıştır. Veriler ham olarak okunduğunda fazla kategori ve tema ortaya çıkmaktadır. Fazla tema verileri, bulguları analiz etmeyi zorlaştırdığı için benzerlik üzerinden kategoriler birleştirilmiştir. Yine kategoriler benzerlik üzerinden birleştirilerek üç temada çalışma yürütülmüştür.

Milliyetçi söylem bazında "biz" kimliğinin ortak tarih, kahramanlar ve kutsallar üzerinden kurulurken, "öteki" iç ve dış tehdit unsurları ve kişileri üzerinden kurulmaktadır. Biz benzerlik üzerinden aidiyeti oluştururken, öteki farklılık üzerinden inşa edilmektedir. Bunun sonucunda kimlik teması "biz" ve "öteki" kategorilerinde ele alınmaktadır.

Simgelerin kullanımı somut, kutsal ve kollektif olarak üç kategoride incelenmiştir. Bayrak ve vatan gibi benzer simgeler somut milliyetçi simgeleri oluştururken, şehitlik, kahramanlar, dini ve manevi değerler kutsal simgelere altında toplanmıştır. Toplumsal dayanışma ve birliğe tekabül eden veriler kollektif simgeler kategorisinde toplanmıştır. Milliyetçi söylemde kullanılan bu kelimeler, millî sembollerin (bayrak, vatan, ezan) kutsal, sorgulanamaz ve birleştirici özellikleri öne çıkararak ve tarihî ve kültürel bağa vurgu yaparak güçlü bir geçmişin gurur ve umut kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu güç dış tehditlere karşı birleştirici ve ötekini dışlayıcı bir etkiye sahiptir.

Çalışmada Türkiye siyasi bölgeleri temel alınarak 6 bölgeden 6 il seçilmiş ve bu illerde ki Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun miting konuşmaları temel veri kabul edilerek yukarıda ifade ettiğimiz şekilde önce genel okumalar yapılmış ardından açık kodlar, eksensel kodlar ve temalar oluşturulmuştur.

Altı bölgeden Marmara'dan İstanbul, Karadeniz'den Samsun, Ege'den İzmir, İç Anadolu'dan Ankara, Akdeniz'den Antalya ve Doğu Anadolu'dan Elâzığ ileri seçilmiştir. İstanbul bölgenin akla gelen ilk ili olmakla birlikte nüfus çeşitliliği, ekonomik durum ve göç merkezi olma durumu seçimi kuvvetlendirmektedir. Ankara başkent olmakla birlikte bölgenin siyasi, ekonomik, merkez olmakla birlikte göç yolu üzerinde bulunması da nüfus çeşitliliği acısından şehri öne çıkarmaktadır. İzmir de bölge için ekonomik açıdan önemli bir yere sahip olmakla birlikte göç alan illerimizin başında gelmektedir. Karadeniz bölgesinde öne çıkan şehirlerden Trabzon'da Kılıçdaroğlu miting yapmadığı için bölgenin diğer önemli şehri olan Samsun ekonomik imkanları yanı sıra nüfus çeşitliliği açısından önem arz etmektedir.

Doğu Anadolu bölgesinde coğrafyanın genişliği ve kültürel farklılıkların çokluğu il seçmeyi zorlaştırıcı etmek olarak belirmektedir. Bu bölgede, bölgenin yeni yükselen ekonomik değeri ve son dönemlerde göç geçiş merkezi olması dolayısıyla Van seçilmiştir. Akdeniz bölgesinden Adana deprem bölgesine dahil olduğu için bölgeyi temsilen Antalya seçilmiştir. Antalya dört mevsim canlılığı, demografik çeşitliliği yanı sıra ekonominin merkezi olması nedeniyle seçilmiştir.

Güneydoğu Anadolu'da akla gelen ilk il Diyarbakır olmasına rağmen Kılıçdaroğlu 14 Mayıs öncesi Diyarbakır ve diğer illerde miting yapmamıştır. Kılıçdaroğlu Diyarbakır'a gitmiş lakin basına kapalı grup toplantıları ve görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Güneydoğu Anadolu bölgesinde miting yapılan ortak il olmaması ve depremden etkilenen illerde veri olarak kabul edilmediği için bölge çalışma dışında bırakılmak durumda kalınmıştır.

Çalışmamızda, "inşa süreci olarak tanımladığımız milliyetçilikle ilişkili söylemin kavramları ve kelimelerin kullanım sıklığına bakıp bu kelimelerin üst kavramlar ile ilişkisinin nasıl kurulduğunu ortaya çıkarmaya çalışacağız. Söylemleri, biz ve onlar tanımlamaları üzerinden kimlik inşasının ve birlikteliğin ortak tarih üzerinden nasıl sağlandığını ve simgelerin kullanımını incelenirken aynı zamanda Türkiye tasavvurunun nasıl kurulduğuna iki adayın miting konuşmaları üzerinden tahlil edilmeye çalışılmaktadır.

***Tablo2. 1**:Adayların verilerini analiz modeli*

Erdoğan		Kılıçdaroğlu		Değerlendirme
Kimlik	İçerik Analizi Söylem Analizi	Kimlik	İçerik Analizi Söylem Analizi	Benzerlik ve Farklılıklar
Semboller	İçerik Analizi Söylem Analizi	Semboller	İçerik Analizi Söylem Analizi	Benzerlik ve Farklılıklar
Türkiye Tasavvuru	İçerik Analizi Söylem Analizi	Türkiye Tasavvuru	İçerik Analizi Söylem Analizi	Benzerlik ve Farklılıklar

2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde aday olan Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun milliyetçi söylemlerini üç temada; kimlik, semboller ve Türkiye tasavvuru kullanmaktadır. Her iki liderin söylemleri, içerik analizi ve söylem analizi perspektifinden ele alınmış ve bulgular benzerlikler ve farklılıklar açısından analiz edilecektir. Sonraki bölümde Tablo2.1'de belirtildiği şekilde veriler ve bulgular analiz edilecektir.

2.3. Sınırlılıklar

Bu çalışmada, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde milliyetçi söylemin seçim sonuçları üzerindeki etkisini değerlendirmek amacıyla iki adayın altı miting konuşması incelenmiştir. Ancak, yalnızca altı konuşmanın analiz edilmesiyle bu söylemlerin seçim sonuçları üzerindeki etkisinin adayların milliyetçi ideolojiyi benimsediğini ve genel söyleminde bu şekilde kurulduğunu sonucuna ulaşmak mümkün görünmüyor. Çalışmanın kapsamı, altı siyasi bölgeden seçilen altı şehirle sınırlı tutulmuştur. Bu nedenle, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde her iki adayın tüm miting konuşmaları hakkında genel bir değerlendirme yapılması mümkün olmamıştır.

İllerin seçimi, bölgeleri temsil etme niteliği dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Seçim, nüfus büyüklüğü, ekonomik göstergeler, göç dinamikleri ve siyasi merkez olma gibi kriterler göz önüne alınarak bir seçim yapılmamıştır. Seçim, bölgeleri çağrıştıran öncelikli iller üzerinden gerçekleştirilmiş olup, bu illerin bölgeyi tamamen temsil etmemesi, çalışmanın sınırlılıklarından biri olarak değerlendirilmektedir. İllerin belirlenmesinde her iki adayın da miting yaptığı yerlerin esas alınması bir ön koşul olarak kabul edilmiştir. Örneğin, Karadeniz Bölgesi'nde Trabzon'da ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde Diyarbakır'da Kılıçdaroğlu'nun miting yapmadığı tespit edilmiştir. Bu tür faktörler, örneklem seçiminde sınırlılıklara yol açmıştır.

Çalışmada, milliyetçi söylemin tüm temaları ele alınmamış, yalnızca "kimlik oluşturma", "simgelerin kullanımı" ve "Türkiye tasavvuru" başlıkları üzerinden içerik ve söylem analizi yapılmıştır. Bu durum, analiz kapsamını belirli ölçüde kısıtlamaktadır.

Ayrıca, araştırmanın amacı ve sınırlılıkları göz önünde bulundurularak, her iki adayın seçmen tabanını rahatsız etmemek temel alındığı için yorumlamalar sınırlı kalmaktadır.

Bu bölümde, çalışmanın yöntemi ve nitel-nicel yönelim yaklaşımı detaylı bir şekilde ortaya konulmaktadır. Nicel ve nitel yönelimlerin teknikleri olan içerik analizi ve söylem analizi yöntemleri açıklanmış, ardından kodlama sürecinin nasıl gerçekleştirileceği ele alınmıştır. Kodlama süreci sonunda, "kimlik oluşturma", "simgelerin kullanımı" ve "Türkiye tasavvuru" temalarına nasıl ulaşıldığı detaylandırılmıştır. Araştırmanın verileri ve bulguları bir sonraki bölümde sunularak yorumlanacaktır.

3. VERİLER VE BULGULAR

Siyasi kampanyalar bir seçimden diğer seçime kadar olan süreci kapsamakla birlikte, seçim kurulunun belirlediği resmi seçim dönemi seçmenler ve partiler açısından daha dinamik ve dikkat çekici bir dönem olarak öne çıkmaktadır. Bu dönemde kampanyalar yoğun bir şekilde yürütülmekte ve iki seçim arasında ki gerçekleştirilen ya da gerçekleştirilemeyen faaliyetler hem muhalefet hem de iktidar partileri için kritik bir rol oynamaktadır.

Resmi seçim döneminde kampanyalar, çalışılmış sloganlar, afişler, tanıtım toplantıları, mitingler, radyo ve televizyon programları ile reklam videoları gibi çeşitli destekleyici unsurlarla zenginleştirilmektedir. Bu unsurlar, kararlı seçmenlerin kararlarını pekiştirmek ve kararsız seçmenlerin tercihlerinde netlik kazanmalarını sağlamak açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu bağlamda, kampanyalarda kullanılan tüm araçlar, önceden belirlenmiş bir strateji çerçevesinde planlanarak uygulanmaktadır. Kampanya stratejileri, seçmen algısı ve öncelikleri göz önünde bulundurularak, toplumun sosyo-psikolojik dinamiklerine uygun bir şekilde oluşturulmalıdır. Bu şekilde tasarlanan kampanyalar, seçmen davranışlarını etkilemede ve siyasi partilerin seçim başarısını artırmada etkili bir araç olarak işlev görmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde cumhurbaşkanlığı seçimlerinde iki aday olan Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun seçim kampanyalarını genel olarak değinip, seçilen illerdeki konuşmaları adaylar bazında selamlama, konular, mesaj (bitiriş) başlıklarında ortaklıklar ve farklılıklar açısından ele aldıktan sonra adaylar arasında benzerlik ve farklılıklar önceki bölümde belirtiğimiz üç tema başlığında analiz edilmektedir.

Dönemin mevcut Cumhurbaşkanı ve Cumhurbaşkanı adayı Recep Tayyip Erdoğan, seçim sürecine girmeden önce gerçekleştirdiği projeleri kamuoyuyla paylaşmak amacıyla videolar ve il programları düzenlemiştir. Bu sürecin devamında, "Türkiye Yüzyılı" vizyonuna yönelik projeleri, 28 Ekim 2022 tarihinde, (resmi seçim tarihi 10 Mart 2023'te ilan edildi) Cumhuriyet Bayramı'nın bir gün öncesinde Ankara'da gerçekleştirilen bir programda kamuoyuna sunarak daha da pekiştirmiştir. Bu yaklaşım, Erdoğan'ın seçim stratejisinde, geçmiş başarılarını vurgularken geleceğe yönelik planlarını da öne çıkarmayı hedeflediğini göstermektedir.

> "AK Parti'nin bu süreçte bitirdiği ve açılışını yaptığı icraatlar özetle şunlardır: TOGG, TCG Anadolu gemisi, Altay Tankı, Hürjet ve Milli Muharip Uçak Kaan, İstanbul Finans Merkezi, Ankara Sivas hızlı tren hattı, Akkuyu Nükleer Güç Santrali, Karadeniz Doğalgazının sisteme verilmesi, Başakşehir-Çam Sakura Hastanesi, Kayaşehir Metro Hattı, Avrupa'nın en uzun kara yolu tüneli olan Zigana Tüneli, Kentsel Dönüşümde Yarısı Bizden Projesi, Cudi Gabar dağında günlük 100 bin varil kapasiteli petrol keşfi gibi. Peş peşe devreye sokulan bu projeler sadece ülke içinde değil dünya kamuoyunda da büyük yankı uyandırdı. Hatta TCG Anadolu gemisi İstanbul ve İzmir'de halkın ziyaretine açıldı ve gemiyi görmeye giden on binlerce kişinin izlenimlerine medyada sürekli yer verildi." (Devran, 2023).

Türkiye'nin ikinci yüzyılını "şahlanış dönemi" olarak tanımlayan Erdoğan'ın 2023 cumhurbaşkanlığı seçim kampanyası, 2012-2014 yılları arasında cumhurbaşkanı danışmanlığı yapan Prof. Dr. Ertan Aydın tarafından yürütülmüştür (Pirinççi, 2022). Erdoğan'ın liderliğinde Türkiye'nin 21. yüzyıldaki konumunu güçlendirmeyi hedefleyen "Türkiye Yüzyılı" vizyonu, çok boyutlu bir çalışma olarak tasarlanmış ve toplumun geniş kesimlerini etkileyebilecek bir stratejiye dayandırılmıştır. Bu vizyon, geleceğe yönelik bir yol haritası çizerken aynı zamanda AK Parti'nin geçmişte gerçekleştirdiği icraatları bir başarı hikayesi olarak sunma amacı taşımaktadır.

> "Anadolu'daki üçüncü büyük devletimiz olan Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun ilanıyla kendi içinde pek çok merhaleyi ve mücadeleyi barındıran yeni bir döneme adım attık. Tüm sıkıntıları ve kazanımlarıyla ilk yüzyılımızı geride bırakırken, önce Milli Mücadele'deki destansı meydan okumanın ve küllerinden yeniden doğuşun öncülerini selamlamak istiyoruz. İstiklal Harbi'mizin Başkomutanı, Cumhuriyet'imizin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk başta olmak üzere bizlere üzerinde özgürce nefes aldığımız bu vatanı armağan eden tüm kahramanlarımızı rahmetle, şükranla, minnetle yad ediyorum" (Anadolu Ajansı, 2022).

Erdoğan Türkiye Cumhuriyeti'ni Osmanlı ve Selçukludan sonra Anadolu'daki üçüncü büyük devlet olarak tanımlayarak mirasın devamlılığı ve süreklilik vurgusu yapmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yüz yılının sıkıntılı bir süreç yaşadığını 2023'ün dönüm noktası olduğu ortaya konularak kazanımların devam etmesi gerekliliği vurgusu yapılmaktadır. Tarihi birikimi gelecekle ilişkilendiren söylem, milli birliğin korunması ve yeni hedeflere yönelik bir vizyon oluşturulması amacı taşımaktadır.

Seçim boyunca kullanılan "Türkiye Yüzyılı" vizyonun logosundaki 16 yıldız, iç kısımda ki tek yıldız, hilal ve hilal etrafında ki 100 güneş ışını milliyetçi söylem ve simgelerin iç-içe kullanıldığı bir anlam bütününü ifade etmektedir.



Şekil-3 1:*Türkiye Yüzyılı logosu*

"Türkiye Yüzyılı vizyon yaklaşımının logo çalışması, Cumhurbaşkanlığı forsundaki görsel form ve anlamsal çerçeveden esinlenerek oluşturulmuştur. Logodaki 16 yıldız, kadim Türk tarihinin asli unsurlarını sembolleştirirken Türk bayrağının tamamlayıcısı tek yıldız ise ortak mirası temsil etmektedir. Türkiye Yüzyılı vizyonunun küresel karakteri, logonun dairesel konturu ile vurgulanırken, hilal etrafından yayılan 100 güneş ışınının her biri Cumhuriyetin her bir yılını simgelemektedir. Dairesel form ve altın efektli özel renkle ise dünyada Türkiye Yüzyılının bir güneş gibi doğduğu ilişkisi kurulmaktadır. Özgün olarak geliştirilen yazı karakteri, Türkiye Yüzyılı İddiasını ve arkasındaki gücü temsil edecek kararlılığı hissettirirken, bu tipografik anatomiyle logonun her mecrada iletişim ve etkileşim gücünün korunması sağlanmıştır" (Türkiye Yüzyılı, tarih yok).

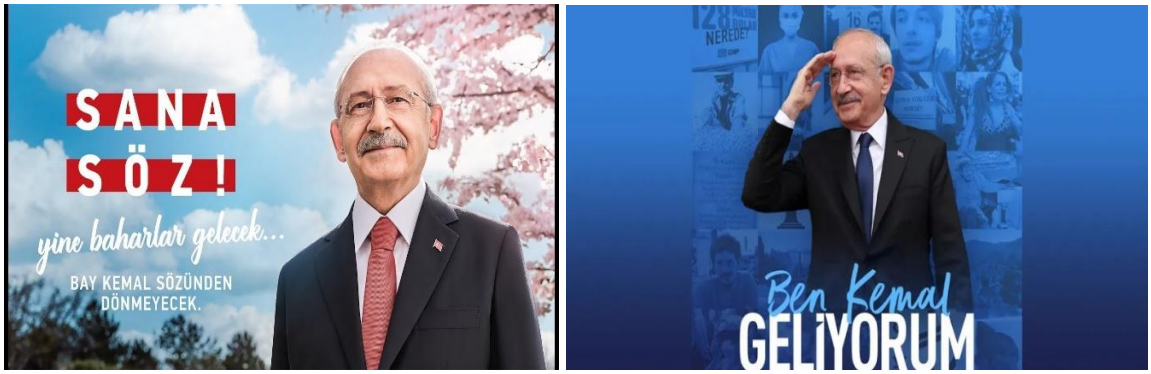
"Türkiye Yüzyılı" üst başlığının altında "Türkiye İçin Hemen Şimdi, "Başlasın Türkiye Yüzyılı", Doğru Zaman Doğru Adam" ve Doğru Adımlarla Yola Devam" sloganları da üst başlıkta olduğu gibi milliyetçi söylemler ülke, lider ve zaman ekseninde kullanılırken doğruluk kelimesinin baskınlığı dikkat çekmektedir. Kampanya boyunca Türkiye Yüzyılı logosu ve AK Parti logolarının birlikte kullanıldığı da görülmektedir.



Şekil 3 2: *Erdoğan'ın seçim reklam panosu*

Millet ittifakını oluşturan 6 parti farklı zamanlarda partilerin ev sahipliğinde genel başkanlar bazında toplanırken aynı zamanda oluşturulan komisyon toplantılarında Ortak Mutabakat Metnini oluşturmuşlardır. 6 Mart 2023'te Saadet Partisinde yapılan toplantının sonunda Kemal Kılıçdaroğlu Millet İttifakı'nın cumhurbaşkanı adayı olarak ilan edilmiştir. CHP'nin helalleşme ve yıllar boyunca getirmiş olduğu bagajdan kurtulmasını temsilen bu açıklamanın Saadet Partisinin önünde yapılmış olması sembolik anlamıyla birlikte seçim sürecinde farklı kesimler ile kucaklaşma olabileceğinin işareti olarak gösterilmiştir (Göksun, 2023).

Millet ittifakının adayı Kılıçdaroğlu 27 Mart 2023 de sosyal medya hesapları üzerinden "#SanaSöz Yine Baharlar Gelecek… ve Bay Kemal Sözünden Dönmeyecek..." başlığıyla iki video yayınlayarak kampanyasını başlatmıştır.



Şekil 3 3*: Kılıçdaroğlu seçim afişleri*

Cumhur İttifakının aksine Kılıçdaroğlu'nun kampanya afişlerinde CHP amblemi ya da başka bir amblem kullanılmamıştır. Kılıçdaroğlu farklı zamanlarda "Haydi Türkiye",

“Haydi Kazanalım Haydi” ve “İlk Turda Bitirelim” sloganları ve videolar ile seçmene ulaşmaya çalıştığı tespit edilmiştir.

Cumhur İttifakı adayı Erdoğan’ın “Türkiye Yüzyılı” vizyonun web sayfası üzerinden projelerini seçmenle paylaştığı görülürken, güçlendirilmiş parlamenter sistem için bir araya gelen ve Millet İttifakının seçim beyannamesi olan “Ortak Mutabakat Metni” için müstakil bir web sayfası olmadığı, CHP’nin www.chp.org.tr web sayfası yayınlar başlığı altında pdf olarak yayınlandığı tespit edilmiştir.

Altılı masa, "Hükümet Programı" ve Ortak Cumhurbaşkanı adayının seçim beyannamesi, olarak nitelenen “Ortak Politikalar Mutabakat Metni” 9 ana başlık altındaki 75 alt başlıkta 2 bin 300’den fazla hedef, politika ve projeleri ortaya koymaktadır. Bu metin parti temsilci ve üyelerini katılımıyla 30 Ocak 2023 de Ankara’da kamuoyuyla paylaşmıştır (Millet İttifakı'nın Açıkladığı Ortak Politikalar Mutabakatı'nın Tam Metni, 2023).

> “Bugün ülkemizin önemli temel politika alanlarında milletimizin menfaatleri doğrultusunda belirlediğimiz hedef, politika ve projeleri içeren “Ortak Politikalar Mutabakat Metni”mizi kamuoyuna açıklıyoruz. “Ortak Politikalar Mutabakat Metni”nde yer alan somut hedef, politika ve projeler milletimize karşı ortak taahhüdümüzdür. “Ortak Politikalar Mutabakat Metni”miz altı siyasi parti olarak destekleyeceğimiz Ortak Cumhurbaşkanı Aday’ının Seçim Beyannamesinin ve seçimlerden sonra uygulanacak Hükümet Programının ana omurgasını oluşturacaktır (Ortak Politikalar Mutabakat Metni, 2023, s. 11).

Erdoğan projelerini video ve görseller halinde mitinglerde ve basında “yaptıklarımız ve yapacaklarımız” olarak paylaşırken Kılıçdaroğlu’nun projeleri ile ilgili bir video kullanmadığı görülmektedir. Erdoğan mitinglerinde rakibinin zayıf yönlerini ortaya koymak amacıyla da bir video kullanmaktadır. Buna ek olarak, Kemal Kılıçdaroğlu’nun yedi cumhurbaşkanı yardımcısı olarak belirlediği beş siyasi partinin genel başkanı ile Ankara ve İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlarıyla birlikte çektiği video, montajlanarak manipüle edilmiştir. Videonun arka planına PKK yöneticilerinin görüntüleri eklenmiş ve bu haliyle önce miting alanlarında gösterilmiş, ardından montaj olduğu ortaya çıktıktan sonra da çeşitli medya mecraları aracılığıyla yayılmaya devam edilmiştir. Erdoğan başarılarını somut olarak sunma çabasıyla seçmen algısını olumlu yönde etkilemeye çalışırken, montaj videolar aracılığı ile rakibi Kılıçdaroğlu hakkında görsel destekli algı yürüttü gözlemlenmektedir.

Çalışmanın ana başlığı miting konuşmalarının içerik ve söylem analizi olduğu için iki adayın genel seçim kampanyasına yönelik bilgilendirme bu kadarla sınırlı tutulmuştur.

Adayların konuşma metinleri akış diyagramları üzerinden incelenerek ana temaları ve alt başlıkları üzerinden benzerlik ve farklılıkları analiz edilecektir.

Çalışmanın veri seti olarak, Kılıçdaroğlu ve Erdoğan'ın İstanbul, İzmir, Antalya, Ankara, Samsun ve Van mitinglerinin videoları izlenip ve CHP ve AK Parti'nin adayların konuşmalarına dair yayınladığı metinler ile uyumluluğu tespit edilmiştir.

Kılıçdaroğlu'nun mitinglere diğer genel başkanlar ve büyükşehir belediye başkanlarıyla birlikte katıldığı ve kendisinden önce diğer katılımcıların ana konuşmacı olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun, konuşmacı sayısının fazlalığı ve zaman sıkıntısı nedeniyle, Kılıçdaroğlu'nun miting konuşma sürelerinin rakibi Erdoğan'a kıyasla çok daha kısa olmasına neden olduğu gözlemlenmiştir.

Erdoğan da mitinglere kendine destek veren genel başkanlar ile gelmiş olmasına rağmen ana konuşmacı olarak sadece kendi konuşmuştur. Erdoğan alana gelene kadar ilin milletvekili, belediye başkanları ve bakanların kısa konuşmalar yaptığı tespit edilmiştir. Ancak Erdoğan'ın alana gelmesiyle birlikte mikrofon, "Biz Onu Çok Seviyoruz" şarkısıyla kendisine teslim edildiği yaklaşık bir ila bir buçuk saat süren videolarla desteklenmiş konuşma yaptığı görülmektedir.

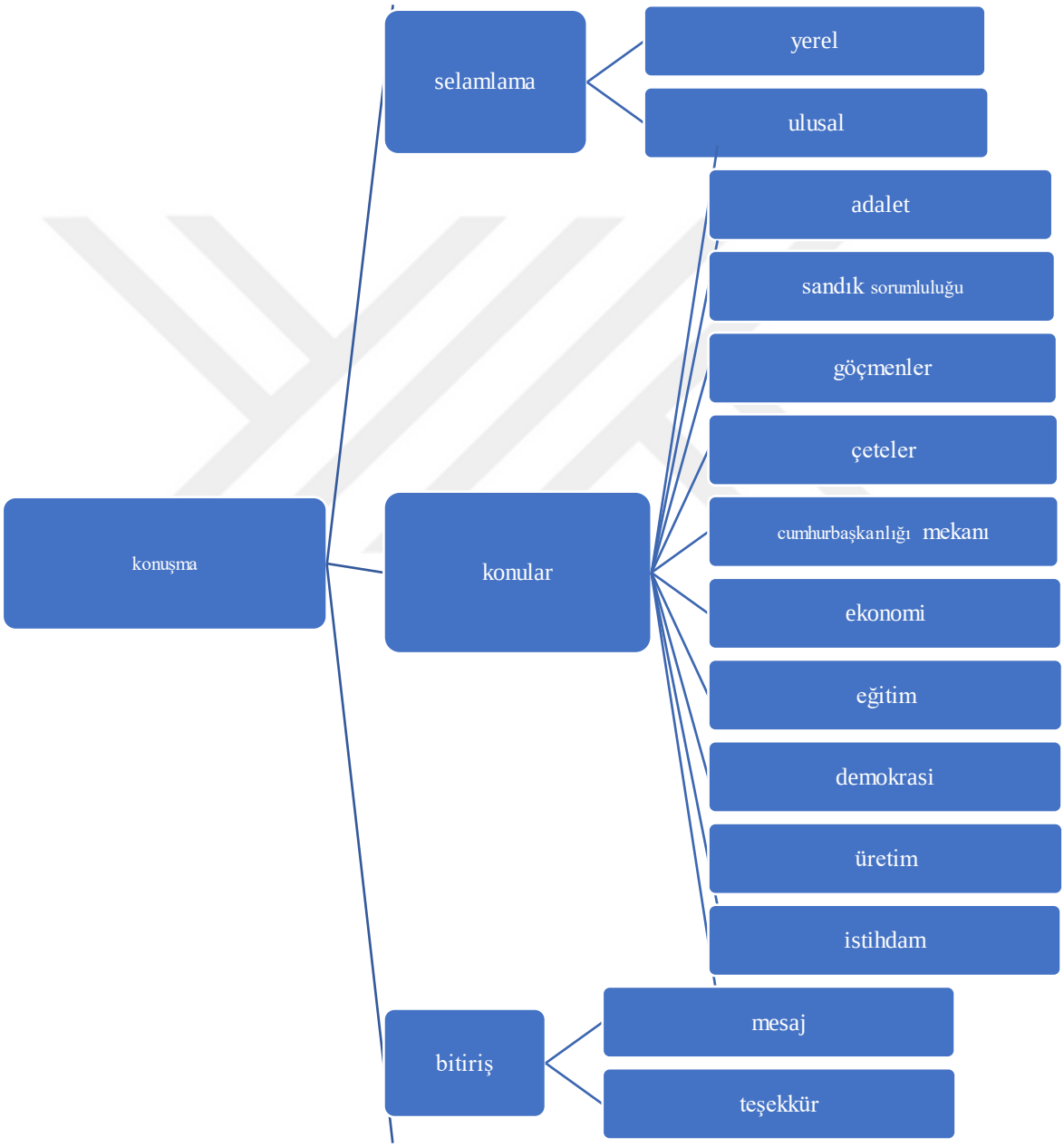
Tablo3. 1:*Kılıçdaroğlu'nun miting konuşmalarının gelişme bölümünün konuları*

Ankara	Antalya	İzmir	İstanbul	Samsun	Van
Sandığa Gitme Sorumluluğu	Göçmenler	Adalet	Adalet	Ekonomi	Adalet
Sandık Güvenliği	Yerel Turizm	Demokrasi	Yoksulluk	Demokrasi	Birliktelik
Göçmenler	Sosyal Yardım	Ekonomi	Göçmenler	Sosyal Politika	**Çeteler**
Adalet	Güvenlik	Eğitim	Birliktelik	Ulusal Güvenlik	Demokrasi
Çeteler	Demokrasi	İstihdam ve Üretim	Demokrasi	Birlik Çağrısı	Yerel Turizm
Cumhurbaşkanlığı Mekanı	İklim Değişikliği	Doğal Kaynaklar	Cumhurbaşkanlığı Mekanı	Üretim	Yerel Kalkınma
	İşçi Hakları	Sandığa Gitme Sorumluluğu	İstihdam	Altyapı	Sandık Sorumluluğu
	Adalet	Birliktelik	**Çeteler**	Sandık Sorumluluğu	Deprem
	Erzurum'da Kılıçdaroğlu'nun Taşlanması	Gençler Ve Kadınlar	Kaçırılan Kaynaklar	Göçmenler	Sosyal Adalet
	Sandığa Gitme Sorumluluğu	İklim Değişikliği	Sandığa Gitme Sorumluluğu	Yerel Yatırımlar	Ekonomi
	Yoksulluk	Cumhurbaşkanlığı Mekanı	Cumhurbaşkanlığı Vizyonu	**Çeteler**	Cumhurbaşkanlığı Mekanı
	Cumhurbaşkanlığı Mekanı	**Çeteler**	Ortak Akıl		Ekonomi
	Çeteler	Refah			İşçi Hakları
	Birliktelik				Eğitim

Tablo3.1 de illerde yapılan konuşmaların başlıklarında aynı renkle işaretlenenler ortak başlıklardır. Bu doğrultuda çeteler, cumhurbaşkanlığı mekânı, sandığa gitme sorumluluğu ve göçmenler konusu miting konuşmaların vaz geçilmez konuları olarak karşımıza çıkmaktadır. Antalya, İzmir ve Van konuşmaları en fazla çeşit konu barındıran illerdir. Ankara ve İstanbul konuşmanın en kısa sürdüğü illerdir.

Kemal Kılıçdaroğlu'nun altı ilde gerçekleştirdiği konuşmalar, giriş, gelişme ve sonuç bölümleri bağlamında ele alındığında, standart bir selamlama konuşması olmamakla birlikte kısa bir selamlama ile başladığı gözlemlenmektedir. Gelişme bölümünde, ülkenin ve

vatandaşların mevcut sorunlarına değinmekte; bu problemlerin birlik, beraberlik ve kardeşlik içerisinde çözülebileceğini vurgulamaktadır. Sonuç bölümünde ise genellikle Ekrem İmamoğlu'nun "Her Şey Güzel Olacak" ifadelerine atıfta bulunarak, alandaki seçmenlerle birlikte tekrar edilen bir kapanış yapılmaktadır.



Şekil 3 4:*Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarının akış diyagramı*

Kılıçdaroğlu'nun mitinglerde gerçekleştirdiği konuşmaların süresi genellikle yukarıda da belirtildiği gibi kısa olması selamlamanın da kısa olmasına neden olmuştur. Süre kısa olmasına rağmen gelişme kısmında birçok farklı konuya kısa bir şekilde değindiği tablo ve grafiklerde açıkça görülmektedir (Tablo 3.1 ve Şekil 3 4). Bu bölümde istihdam, üretim, demokrasi, eğitim, cumhurbaşkanlığı makamı, çeteler, göçmenler, sandık sorumluluğu ve adalet gibi konular ele alınmıştır. Bu durum, konuşmaların içeriğinin geniş bir tematik yelpazeye yayıldığını ve farklı toplumsal meselelere temas edildiğini göstermektedir.

Selamlama kısmında Kılıçdaroğlu'nun hem yerel hem de ulusal unsurlara hitap ettiği dikkat çekmektedir. Selamlama, genellikle mitingin gerçekleştirildiği ilin özelliklerine ve ulusal tarih bağlamına vurgu yaparak gerçekleştirilmektedir. Örneğin, İzmir'de yaptığı konuşmada, "Kuruluşun ve kurtuluşun kentindeyiz. Hasan Tahsin'lerin kentindeyiz" ifadesiyle İzmir'in Millî Mücadele'deki önemli konumuna ve Millî Mücadele kahramanlarından Hasan Tahsin'e atıfta bulunmaktadır. Benzer şekilde, Samsun'da "19 Mayıs gibi yürekli bir şekilde" ifadesiyle 19 Mayıs 1919'un tarihsel önemine dikkat çekmiş ve Samsun'un milli mücadeledeki rolünü vurgulamaktadır. Ankara'daki konuşmasında ise "Mustafa Kemal'in başkentindeyiz. Şimdi bütün Türkiye'yi, Mustafa Kemal'in Türkiye'si yapacağız" ifadesiyle kurucu lider Mustafa Kemal Atatürk'e atıfta bulunmuş hem yerel hem de ulusal tarihle duygusal bir bağ kurduğu gözlemlenmektedir.

> "Dünyanın en güzel kentlerinden birisinde yaşıyorsunuz. Antalya'da yaşıyorsunuz. Allah aşkına söyler misiniz, dünyada kaç tane Antalya var? Bir Antalya var. Olağanüstü güzel bir Antalya ve olağanüstü güzel Antalya'nın, güzel insanları. Olağanüstü güzel bir Antalya'da yaşıyorsunuz. Olağanüstü güzel bir doğa. Dağları var, ovaları var, güzel insanları var, tarihi var, sanayisi var, her şeyi var" (Kılıçdaroğlu, Antalya Mitingi).

> Samsun olağanüstü güzel bir kent. Kadim bir kentimiz aynı zamanda. Güzel ovaları var, yaylaları var, dağları var. En önemlisi de çok güzel insanları var. Sizlerle beraber olmak, sizlere hitap etmek, dolayısıyla en azından karşılıklı gülümsemek benim için dünyanın en güzel onurlarından birisi. O nedenle hepinizi sevgiyle, saygıyla selamlıyorum. Sağ olun, var olun diyorum" (Kılıçdaroğlu, Samsun Mitingi).

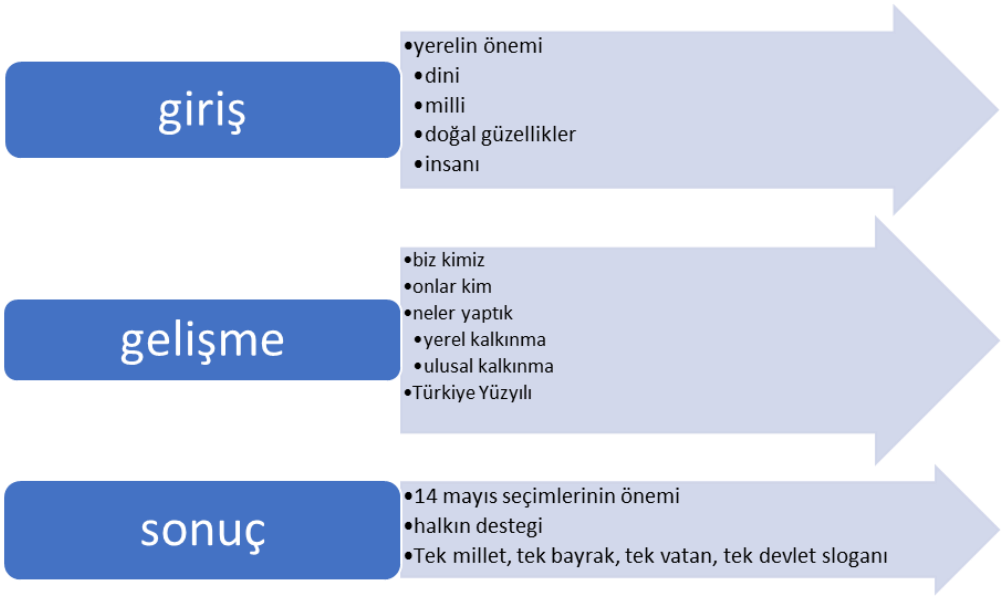
Kılıçdaroğlu'nun Ankara, Van ve İzmir'e göre Antalya ve Samsun'da daha uzun bir selamlama yaptığı görülmektedir. Antalya ve Samsun'da yerelin güzellikleri ve kadim şehir olmasına vurgu yapılmaktadır. Antalya ve Samsun'un güzellikleri ve tarihi özellikleri üzerinden seçmenle duygusal yakınlık kurarak yerel kimliği öne çıkaran bir strateji benimsediği gözlemlenmektedir.

Kılıçdaroğlu'nun konuşmaları, yerel ve ulusal tarihsel bağlamlar arasında bir köprü kurmayı hedeflemiş ve toplumsal meseleleri kısa bir şekilde ele almıştır. Özellikle selamlama kısmında, bulunduğu ilin tarihi ve kültürel özelliklerini ön plana çıkararak yerel dinamiklere vurgu yaparken, ulusal birliği ve ortak geçmişi de hatırlatma yakınlık ve benzerlik kurma amacı güttüğü anlaşılmaktadır.

Erdoğan'ın mitinglerde gerçekleştirdiği konuşmalar, genel olarak giriş, gelişme ve sonuç olmak üzere üç temel bölümde incelenebilir. Giriş kısmında, dini, milli ve doğal unsurlara vurgu yapılarak yerelin önemine dikkat çekildiği görülmektedir. Bu bağlamda, yerel halkın özelliklerine yönelik övgü ve bölgenin değerleri, konuşmanın bu bölümünün temel bir unsuru olarak öne çıkmaktadır.

Gelişme kısmında ise belirgin bir yapı izlenmiştir. İlk olarak, **"**Biz Kimiz, Onlar Kim**"** teması işlenmekte ve muhalefet ile yapılan kıyaslamalar üzerinden karşı tarafın terör örgütleriyle ilişkilendirilmesi, önceki dönemlerdeki başarısızlıkları ve yerel yönetimlerdeki eksiklikleri ele alınmaktadır. Ardından, **"**Neler Yaptık**"** başlığı altında hem yerel kalkınmaya hem de ulusal düzeydeki başarılara dikkat çekilmiştir. Bu kısımda, sözlü anlatımların yanı sıra görseller ve videolar da kullanılarak anlatım desteklenmiştir. Özellikle, "Türkiye Yüzyılı Vizyonu", bir video gösterimi eşliğinde aktarılmış ve geleceğe yönelik hedefler somutlaştırıldığı gözlemlenmiştir.

Sonuç kısmında ise hemen hemen her ilde benzer bir ritüel ile konuşmaların sona erdiği tespit edilmiştir. Bu bölümde, 14 Mayıs seçimlerinin önemi vurgulanmış, halkın desteğine ve kararlılığına olan güven dile getirilmiştir. Erdoğan, konuşmasını genellikle **"**Tek millet, tek bayrak, tek vatan, tek devlet" sloganını tekrar ettirerek tamamlamaktadır. Bu ritüel, Erdoğan'ın konuşmalarında bir standart haline gelmiştir. Benzer bir uygulamanın, Kılıçdaroğlu'nun mitinglerinde de **"**Her şey çok güzel olacak**"** ifadesinin kalabalıkla birlikte tekrar edilmesi şeklinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir.



***Şekil 3 5**: Erdoğan'ın konuşmalarının akış diyagramı*

Erdoğan'ın il miting konuşmalarının yaklaşık bir bir-buçuk saat aralığında sürdüğünü ve cumhur ittifakı bileşenlerinden olan partilerin genel başkanlarının sadece konuşmanın sonunda selamlama kısmında adaya eşlik ettiğini görülmektedir. Erdoğan konuşmadan önce seçim şarkıları sanatçılar tarafından örneğin İstanbul'da canlı icra edilirken diğer illerde ses yayını olarak gerçekleşmiştir. Konuşmalar (Şekil 3 5) bütün illerde yerelin selamlanmasıyla başlanmış olup gelişme kısmında kendinin, AK Parti'nin ve cumhur İttifakının kimler olduğunu ve nasıl özelliklere sahip olduğu ortaya konulduktan sonra "onlar" rakip kişi, parti ve ittifak, terör ve başarısızlık üzerinden resmedilmektedir. Onları tanımlamak için Kılıçdaroğlu'nun SGK dönemindeki iddia edilen başarısızlıklarını ortaya koyan video ile konuşma desteklenmiştir. Bazı illerde bu videoya ek olarak ilişkili olduğunu belirttiği HDP ve PKK üzerinden oluşturulan video ile rakibin kötüleme propagandasının desteklendiği görülmektedir.

Erdoğan'ın konuşmaların başlangıcı standart bir şekilde, ilin kahramanlık vurgusu ile başlayıp, Samsun'da "Millî Mücadele'nin şehri, Gazi'nin istiklal meşalesini yaktığı, tarımın, sanayinin, turizmin ve sporun şehri Samsun'u muhabbetle selamlıyorum" şehrin ülke içindeki yerini ortaya koyarak devam etmektedir.

İzmir'i "efeleriyle, efsaneleriyle, Çaka Bey'den Gazi Mustafa Kemal'e gazileri, yiğitleri, şehitleriyle maruf İzmir'in tüm hanelerindeki vatandaşlara selamlıyorum" (İzmir Mitingi). Erdoğan şehrin tarihini geçmişten gelen kahramanlık hikayeleriyle öne çıkarırken,

kültürel ve milli ve yerel kimliğine yapılan güçlü bir vurgu ile seçmenle bağ kurma çabasını göstermektedir. Tarihi kahramanların hikayelerine yer verilerek halkın aidiyet duygusu harekete geçirilmektedir.

> "Deniz kenarında kar mı olurmuş? Meydana çıkmayan er mi olurmuş? Deli gönül başka güzel arama, Antalya'dan güzel yar mı olurmuş? Bize, Antalya'dan güzel yar olmayacağını bilerek bu şehri hep gönülden sevdik. Bu aşkla başı Toroslara dayanan ayağı Akdeniz'in en zenginliklerini uzanan Antalya'yı turizmiyle tarımı ve ticaretiyle geliştirmek, zenginleştirmek için gece gündüz çalıştık." (Antalya Mitingi).

Antalya'nın doğal güzelliklerini ve tarihi özelliklerini şiir üzerinden ortaya koyan Erdoğan yerel vurgusuyla seçmenle yakınlık ilişkisi geliştirmektedir. Antalya halkına yönelik güçlü bir aidiyet ve sevgi mesajıyla birlikte yerel değerlerle ulusal kalkınma hedeflerini birleştirerek lider özelliğini öne çıkarırken yerel ile bağ kurma durumunu da ortaya koymaktadır.

> "Ata ocağım Rize, doğup büyüdüğüm şehrin İstanbul, ülkeme ve milletime şanla, şerefle, gururla, aşkla hizmet ettiği yer ise Ankara. Ankara'nın havasını soluyan, suyunu içen, ekmeğini yiyen, şehrine ve ülkesine buradan hizmet eden herkesin başımızın üstünde yeri vardır. Bu şehir ki gönül sultanının ifadesiyle fiziki yapısını oluşturan taş ve toprak arasında ruhunu oluşturan insanın da şekillendiği medeniyet pınarının membası olan yerdir" (Ankara Mitingi).

Erdoğan tarihi kahramanlara, ilin doğal güzelliklerine, önemli yerlerine hem milliyetçi bağlamda hem de dini bağlamda atıflarda bulunarak alandaki seçmeni selamlamaktadır. Erdoğan selamlama kısmını uzun tutup ilin tarihi, kültürel, turistik özelliklerini öne çıkarmaktadır. Bu şekilde yerelle benzerlik kurarken duygusal yakınlığında gerçekleşmesi beklenmektedir.

Erdoğan'ın selamlama kısmının Kılıçdaroğlu'na göre yerele çok daha vurgu yaptığı ve uzun-uzun yerel nitelikleri övdüğü görülmektedir. Ayrıca ortak tarih ve kültürü fazlaca kullanarak milliyetçi bir söylem inşa etmektedir. Buna karşılık Kılıçdaroğlu selamlama kısmında kısa bir yerel vurgusu ve kısa bir ulusal vurgu yaparak birbirinden farklılık göstermektedir.

Erdoğan gelişme kısmında neler yaptıklarını ve nasıl başarılı olduklarını konuşmalarında uzun bir yer ayırmakla birlikte gösterilen 4,20 dakikalık "Yüz Yılın İşini 20 Yılda Yaptık" videosuyla desteklenmektedir. Videolar seyredilirken bazen seyredildikten sonra rakibi CHP'nin geçmiş dönem başarısızlıkları ve bugünkü belediyelerin yapamadıkları üzerinden ötekiler olumsuzlaması gerçekleştirmektedir. Neler yapacağız konuşmanın önemli

bir kısmını oluşturmakta olup bu bölüm "Nereden Nereye Geldik" videosuyla desteklendiği tespit edilmiştir. Altı ilde toplamda dört farklı video kullanan Erdoğan'ın İstanbul mitinginde 3 video diğer illerde iki veya üç video kullanıldığı gözlemlenmiştir.

Bitiriş kısmında halkın desteğinin kararlı bir şekilde sürmesinin önemi vurgulanıp, özellikle kadınlara, gençlere ve ana kademeye seslenerek yapılması gerekenler ortaya konulmaktadır. Bütün mitingler "tek bayrak, tek vatan, tek millet, tek devlet" sloganı katılımcılarla birlikte söylenerek bitirilmektedir.

Sonuç olarak, Erdoğan'ın konuşmaları, yerel ve ulusal değerlerin vurgulandığı bir girişle başlayıp, muhalefetle kıyaslamalar ve geçmiş başarıların altının çizildiği bir gelişme bölümüyle devam etmekte; seçimlere yönelik güven ve motivasyon mesajlarının yoğunlaştığı bir sonuç bölümüyle tamamlanmaktadır. Bu yapı, hem içeriğin sistematik bir şekilde sunulmasına hem de topluluk üzerinde güçlü bir etki bırakılmasına hizmet etmektedir.

Erdoğan'ın konuşmalarına genel çerçeveden baktığımızda kimlik oluşturmada milliyetçi söyleme çok sık başvurduğu görülmekte olup Tablo3.2 de bunu desteklemektedir. Tablo3.2 ve Tablo3.3'de görüldüğü üzere "biz kimiz" tanımlaması için kullanılan milliyetçi kelimenin çokluğuna karşılık "onlar kim" tanımlaması için kullanılan kelimelerin olumsuz ve daha az olması dikkat çekmektedir.

Tablo3. 2: *Erdoğan'ın altı il konuşmasında ki ortak kelimeler ve sayıları*

Van	**Sayı**	**Ankara**	**Sayı**	**İzmir**	**Sayı**	**Antalya**	**Sayı**	**İstanbul**	**Sayı**	**Samsun**	**Sayı**
Büyük	2	Büyük	7	Büyük	3	Büyük	6	Büyük	11	Büyük	5
CHP	9	CHP	7	CHP	3	CHP	8	CHP	7	CHP	1
Devlet	4	Devlet	8	Devlet	2	Devlet	5	Devlet	4	Devlet	8
Eğitim	1	Eğitim	3	Eğitim	2	Eğitim	5	Eğitim	6	Eğitim	5
FETÖ	2	FETÖ	4	FETÖ	1	FETÖ	2	FETÖ	6	FETÖ	1
Güven	10	Güven	6	Güven	4	Güven	5	Güven	4	Güven	2
Güzel	1	Güzel	4	Güzel	4	Güzel	4	Güzel	3	Güzel	6
Hak	3	Hak	6	Hak	5	Hak	6	Hak	4	Hak	7
HDP	5	HDP	2	HDP	2	HDP	4	HDP	5	HDP	1
Kandil	3	Kandil	4	Kandil	4	Kandil	3	Kandil	3	Kandil	3
Kardeş	20	Kardeş	15	Kardeş	5	Kardeş	15	Kardeş	15	Kardeş	22
Millet	14	Millet	26	Millet	13	Millet	28	Millet	39	Millet	2
Şan	3	Şan	9	Şan	2	Şan	4	Şan	9	Şan	8
Terör	11	Terör	6	Terör	10	Terör	9	Terör	4	Terör	11
Türkiye	14	Türkiye	16	Türkiye	19	Türkiye	25	Türkiye	29	Türkiye	10
Ülke	21	Ülke	18	Ülke	12	Ülke	24	Ülke	39	Ülke	11
Üretim	1	Üretim	1	Üretim	2	Üretim	1	Üretim	4	Üretim	1
Vatan	7	Vatan	8	Vatan	8	Vatan	11	Vatan	16	Vatan	10
Vatandaş	7	Vatandaş	6	Vatandaş	7	Vatandaş	6	Vatandaş	10	Vatandaş	8
Yatırım	5	Yatırım	5	Yatırım	8	Yatırım	6	Yatırım	8	Yatırım	2
Yurt	1	Yurt	3	Yurt	1	Yurt	1	Yurt	4	Yurt	4

Veriyi iller bazında analiz ettiğimizde: İstanbul: "Türkiye", "Millet" ve "Ülke" gibi ulusal birlik mesajlarının en yüksek olduğu bununla birlikte "FETÖ" gibi terörle ilişkilendirilen söylemlerde de yüksek frekans gözlemlenmektedir.

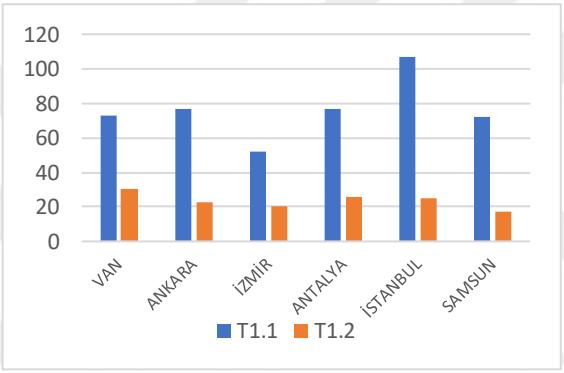
Van; "Kardeşlik" ve "Güven" vurgularının en çok yapıldığı şehirdir. Bu da bölgede birlik mesajlarının ön plana çıkarıldığını göstermektedir. Samsun'da da "kardeş" kelimesi güçlü bir şekilde işlenirken millet kullanımı düşüklük göstermektedir. Antalya ve Ankara: Ulusal kalkınma "Türkiye", "Ülke" üzerinden verilirken ve "Devlet", "Kardeş" kelimeleriyle sosyal konuların dengeli bir şekilde vurgulanmaktadır. "Türkiye" ve "Ülke" vurgusunun yüksek olduğu İzmir'de diğer şehirlerden daha düşük frekansta kelimelerle temsil edilmektedir.

Bölgenin siyasi bağlamına, toplumsal hassasiyetlerine ve stratejik önemine göre kelimelerin kullanım sıklığı değişiklik göstermektedir. İstanbul gibi büyük şehirlerde ulusal birlik ve kalkınma mesajları öne çıkarken, Van ve Samsun gibi şehirlerde kardeşlik ve güven

mesajları daha belirgin. Bu analizin sonucunda Erdoğan'ın yerel dinamiklere uygun söylem geliştirdiği ve mesajlarını bölgeye özel stratejilerle sunduğunu söylenebilinir.

***Tablo3. 3**:Erdoğan'ın T1.1: biz kimliği ve T1.2.: öteki kimliği dağılımı iller bazında kelime sayıları*

Temalar	Van	Ankara	İzmir	Antalya	İstanbul	Samsun
T1.1	73	77	52	77	107	72
T1.2	30	23	20	26	25	17



***Şekil 3 6:** Erdoğan'ın T1.1: biz kimliği veT1.2.: öteki kimliği dağılımı iller bazında dağılımı*

"Biz Kimliği"nin (T1.1) kullanımı şehirler arasında güçlü bir tutarlılık göstermektedir. Bu durum, liderlerin genel olarak birlik, beraberlik ve aidiyet duygularını öne çıkararak seçmenleri etkilemeye çalıştığını göstermektedir. "Öteki Kimliği" (T1.2) daha düşük bir frekansa sahiptir. Bu, "biz" kimliğini pekiştirmek için karşıt bir kimliğin stratejik olarak kullanıldığını, ancak bu söylemin genel olarak daha geri planda tutulduğunu göstermektedir.

Şekil 3 6 analiz edildiğinde bütün şehirlerde toplumsal bütünleşmeyi sağlamak amacıyla biz kimliği kurulurken seçmen ile ortak bir kimlik etrafında birleşmeyi hedeflemektedir. Öteki kimliği daha az kullanılarak da biz kimliği öne çıkarılmaktadır. "Biz" ve "öteki" arasındaki denge, kampanyanın temel hedeflerini ve stratejisi olarak belirmektedir.

Erdoğan'ın konuşmalarında sıkça kullandığı "Türkiye Yüzyılı Vizyonu" illerde sıkça telaffuz edildiği Şekil 3 7'de görülmektedir. Kürt kardeşlerim seslenişine ve kelimesine

Erdoğan'ın konuşmalarında rastlanırken Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarında görülmemektedir. Erdoğan Kürt kardeşlerim kelimesini en çok Van'da 21 defa Ankara ve Samsun'da 2 defa kullandığı görülmektedir.



***Şekil 3 7**: Erdoğan'ın Türkiye Yüzyılı sloganının illerde kullanım sayıları*

Her iki lider de toplumsal bağları güçlendirmeyi amaçlayan söylemler kullanmakla birlikte, odaklandıkları temalar ve söylemler arasında belirgin farklar Tablo 3.4'te görülmektedir. Erdoğan daha vizyoner ve ulusal güvenlik odaklı bir dil kullanırken, Kılıçdaroğlu sosyal adalet ve bireysel haklara vurgu yapmaktadır. Bu farklılıklar, her iki liderin hitap etmeyi amaçladığı seçmen kitlesinin öncelikleriyle uyumlu görünmektedir.

***Tablo3. 4**:Kılıçdaroğlu ve Erdoğan'ın altı il konuşmasındaki ortak kelimelerin frekansı*

Kılıçdaroğlu		Erdoğan	
Sayı	**Veri**	**Sayı**	**Veri**
42	Beraber	142	Millet
21	Çete	130	Ülke
27	Hak	113	Türkiye
32	Huzur	92	Kardeş
36	Kardeş	53	Türkiye Yüzyılı
		51	Terör
		60	Vatan
		32	Beraber
		29	Birlik
		43	Büyük

Her iki lider de toplumsal bağları güçlendirmeyi amaçlayan söylemler kullanmakla birlikte, odaklandıkları temalar ve söylemlerin arasında belirgin farklar bulunmaktadır. Erdoğan daha vizyoner ve ulusal güvenlik odaklı bir dil kullanırken, Kılıçdaroğlu sosyal adalet ve bireysel haklara vurgu yapmaktadır. Bu farklılıklar, her iki liderin hitap etmeyi amaçladığı seçmen kitlesinin öncelikleriyle uyumlu görünmektedir.



***Şekil 3 8:** Kılıçdaroğlu'nun en çok kullandığı 5 kelime*

Şekil 3.8 kelime bulutu, daha çok toplumsal barış, sosyal adalet ve bir arada yaşama çağrısını içeren bir söylem setini temsil etmektedir. "Kardeş" ve "beraber" gibi birleştirici kelimeler, toplumun bir araya getirilmesine yönelik kapsayıcı bir mesaj verirken; "hak" ve "çete" gibi kelimeler adalet ve düzenin önemine dikkat çekmektedir. Bu söylem, milliyetçi bir

yaklaşımdan ziyade, toplumsal huzuru ve bireysel hakları ön planda tutan bir politik stratejiyi yansıtmaktadır.



***Şekil 3 5**:Erdoğan'ın en çok kullandığı kelimeler*

Erdoğan, milliyetçi simgeleri (millet, vatan, ülke) yoğunlukta kullanmakta olup biz kimliğini kardeşlik üzerinden tanımlamaktadır. Buna karşılık öteki olan rakibi terör ile ilişkilendirmektedir. Ulusal kimlik, vatan sevgisi, güvenlik ve toplumsal birlik vurguları yapan Erdoğan "Türkiye Yüzyılı" gibi gelecek odaklı bir vizyon çizmektedir. Bunların toplamında milliyetçi söylemi günümüz siyasi bağlamında yenilikçi bir bakış açısıyla ele alma çabasını olduğu görülmektedir. Bu söylem, toplumsal dayanışmayı artırmayı, ulusal güvenliği ön plana çıkarmayı ve uluslararası alanda güçlü bir Türkiye imajı yaratmayı hedeflemektedir.

Şekil3 9 ve Şekil3 10'a bakıldığında Erdoğan'ın milliyetçi simgeleri daha sık ve çok kullandığını buna karşılık Kılıçdaroğlu'nun milliyetçi söylemi daha az kullandığı gözlemlenmektedir. Erdoğan'ın konuşmalarının yaklaşık bir-buçuk saat Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarının ise yaklaşık 20-25 dakika sürdüğü dikkate alındığında her iki adayında milliyetçi söylemden ziyadesiyle istifade ettiği söylenebilir.

Milliyetçi söylemden istifade eden liderlerin milliyetçi söylemi kullanırken farklılık göstermektedir. Erdoğan'ın milliyetçi söylemin simgelerinden olan ülke, vatan, millet kavramlarını kullanırken, Kılıçdaroğlu toplumsal dayanışmayı, birlik, beraberlik, kardeşlik,

huzur üzerinden ortaya koyarken, Erdoğan güvenliği öncelemektedir. Erdoğan direk gelecek ideali ortaya koyarken Kılıçdaroğlu'nda dolaylı bir gelecek tanımlaması yapılmaktadır.



Şekil 3 10: *Erdoğan'ın mitinglerde en çok kullandığı milliyetçi kelimeler*

Ortak kelime sayısını arttırdığımızda Şekil 3 10'da olduğu gibi milliyetçi söyleme ait kelimelerin de arttığını görmekteyiz. Buradan biz kimiz sorusuna cevap olan kelime sayısı çoğunlukta iken onlar kim sorusuna cevap olacak kelime sayısının daha az olduğu görülmektedir. Bir diğer dikkat çeken unsur Cumhur İttifakı adayı Erdoğan'ın Türküye ideali dair bilgileri yine milliyetçi söylem üzerinden kurmaktadır. Ülke ideali, büyük, güzel, yatırım, güven çerçevesinde sunulmaktadır.

3.1. Kimlik

Modern öncesi dönemde birey, kimliğini genellikle cinsiyeti, ailesi, kabilesi ya da dini gibi aidiyetler üzerinden tanımlamaktaydı. Ancak modern dönemin bir ürünü olan ulus-devlet yapısıyla birlikte, bireyin kimliğini bulunduğu ülkenin vatandaşlığı üzerinden tanımladığı bir anlayış ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, ulusal kimlik oluşum sürecinde vatandaş olarak kabul edilen bireyin ülke, din, etnik yapı gibi değerleri, ortak ya da kesişim kümesi olarak ifade edilebilecek bir zeminde şekillenmektedir (İkiel ve Bekleyiş, 2024).

Ulus-devletin inşası sürecinde, milli kimliğin oluşumunda milliyetçi söylemin merkezi bir rol oynadığı bilinmektedir. Bu kimlik, "biz" ve "öteki" kavramları üzerinden şekillendirilmekte ve benzerlikler ile farklılıklar bağlamında inşa edilmektedir. Bu doğrultuda, "biz" kavramı, ulusal toplumu oluşturan ortak değerleri, aidiyet duygusunu ve idealize edilen

kimliği temsil ederken, "öteki" ise bu bütünlüğün dışında kalan ve ulus, millet ya da devlet için potansiyel bir tehdit unsuru olarak algılanan grupları ifade etmektedir.

"Biz" ve "öteki" kimliği, tarihsel, siyasi ve toplumsal süreçler içerisinde sürekli olarak yeniden üretilmekte ve yeniden tanımlanmaktadır. Bu yeniden üretim süreci, ulus-devletlerin, kendi varlığını güçlendirme ve toplumsal birlikteliği sağlama hedeflerine hizmet eden bir araç olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla, ulusal kimlik ve bu kimliğin oluşumunda kullanılan "biz-öteki" ayrımı, dinamik bir yapı sergilemekte ve toplumsal değişimlere bağlı olarak evrilmektedir.

Ulusal kimliğin oluşumunda merkezi bir yere sahip olan "biz" ve "öteki" kavramları, topluma aidiyet duygusunun inşasında kritik bir rol oynamaktadır. Milletleri "hayali cemaatler" olarak tanımlayan Anderson'a (1995) göre, ulus, bireylerin benzerlikler ve ortak değerler üzerinden geliştirilmektedir. Bu bağlamda, ulus-devlet, sadece coğrafi sınırları çizmekle kalmaz, aynı zamanda "biz" kimliğinin sınırlarını da belirleyerek bu kimliği güçlendirir.

"Biz" kimliğinin sınırlarının çizilmesi, "öteki"nin bu sınırların dışında tutulmasını kolaylaştıran bir mekanizma işlevi görür. Bu süreç, "öteki"nin tehdit veya düşman olarak tanımlanmasına olanak tanır ve ulusal kimliğin kendi içinde bir birlik ve dayanışma hissi yaratmasını sağlar. Dolayısıyla, "biz" ve "öteki" ayrımı, ulusal kimliğin hem içsel bütünleşmesini hem de dışsal farklılaşmasını destekleyen bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu dinamik, ulus-devletlerin ideolojik ve siyasi hedeflerini gerçekleştirme çabalarında önemli bir işlev üstlenmektedir.

"Öteki", ulusal kimliğin oluşumunda, farklılıklar ve tehdit algısı üzerinden tanımlanan bir kavramdır. Buna karşın, "biz" kimliği, ortak tarih, kahramanlar, mitler ve semboller aracılığıyla idealize edilmektedir (Smith, 2022). Bireyler, içine doğdukları toplumla bağ kurarak bir grup kimliği oluşturur. Grup kimliği, bireyin toplumsal aidiyetini güçlendiren önemli bir unsurdur.

Modern dönemde bu grup kimliğine ek olarak ulus kimliği, bireylerin mensubu oldukları milletin değerleri üzerinden inşa edilmektedir. Ulus kimliği, bireylerin kendilerini ve gruplarını koruma altına aldığı gibi, aynı zamanda yüceltme eğilimi de taşır. Bu koruma ve üstün görme davranışı, grup içinde dayanışmayı artırırken, grup dışına karşı bir savunma mekanizması oluşturur. Ancak, bu durum, grup dışındaki bireylerin ya da "öteki" olarak tanımlanan kesimlerin olumsuz algılanmasına ve dışlanmasına yol açabilmektedir.

Bu bağlamda, ulusal kimlik, sadece bir topluluk bilinci değil, aynı zamanda toplumsal dayanışmayı güçlendiren ve grup dışındaki unsurları belirginleştirerek tehdit algısını besleyen bir yapıdır. "Biz" ve "öteki" ayrımı, ulusal kimliğin hem içsel birliği hem de dışsal farklılaşmayı destekleyen temel araç olarak görev yapmaktadır.

Türk milli kimliğinin oluşumunda 1839 Tanzimat Fermanı, önemli bir dönüm noktası olarak değerlendirilmektedir. Tanzimat Fermanı, Osmanlı tebaasını "Osmanlı kimliği" çerçevesinde eşit yurttaşlar haline getirme hedefi taşımıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nda milli kimlik, İslam milleti çerçevesinde şekillendirilmişken, Cumhuriyet'in kuruluşuyla birlikte bu yapı köklü bir dönüşüme uğramıştır. Tek parti döneminde uygulanan toplum mühendisliği, milli kimliği Türkçülük ideolojisi üzerinden inşa etmeyi hedeflemiştir.

Cumhuriyet dönemiyle birlikte, resmi dil ve tarih okumaları Türkçülük ekseninde yeniden şekillendirilmiş, Osmanlı ve İslam mirasıyla olan bağlar büyük ölçüde koparılmıştır. Bunun yerine, sınırları belirlenmiş ve net çizgilerle tanımlanmış bir milli kimlik inşa edilmiştir (Akıncı A. , 2011). Bu süreçte, Türk milli kimliği, modernleşme ve ulus-devlet inşası çerçevesinde yeniden tanımlanmış ve idealize edilmiştir.

İnsanlar tehlikeli durumlarda, ya korkuya neden olan durumu zayıflatmak ya da kabul edip ondan uzaklaşarak baş etmeye çalışmaktadırlar. Siyasal iktidar, kendi varlığını devam ettirmek, mutlaklığını, kutsallığını ve meşruluğunu devam ettirmek için “korku” oluşturma baş vurulan yöntemlerdendir. Korku iktidara karşı itaati kolaylaştırıcı görev üstlenmektedir (Kahraman İ. , 2023). İktidarı devam ettirmenin yolu olarak benimsenen korku hem yerli gruplar hem de dış düşmanlar üzerinden kurulmaktadır. Korkuyla birlikte umutta kullanılmaktadır ve bu duygular çeşitli değerler aracılığı ile yansıtılmaktadır.

Calhoun (2012) milliyetçi söylemin kuşaklar arasında ortak tarih aracılığı ile aktarıldığını söylemektedir. Geçmiş tarihte var olan işe yarayan olaylar ve kahramanlar seçilerek bugün geçmiş üzerinden kurulur ve böylece gelecek bugüne çekilir. Liderler hitap ettikleri kitle ile ortak değerleri yakalamak için konuşmalarında ortak tarih ve kahramanlara sıkça atıf yapmaktadır. Ortak tarih ve kahramanlar aracılığı ile umut oluşturulurken terör ve düşmanlar üzerinden korku oluşturulmaktadır.

Liderlerin konuşmaları hem vatandaşlar hem de ülke açısından büyük bir önem taşımaktadır. Bu önem, özellikle seçim dönemlerinde daha da belirgin hale gelmektedir. Liderlerin miting konuşmaları, yalnızca kâğıttan okunacak bir metin değil, aynı zamanda stratejik bir iletişim aracıdır. Bu konuşmalar, belirli bir format çerçevesinde ve önceden

belirlenmiş konular üzerinden gerçekleştirilerek, meydana gelebilecek risklerin en aza indirilmesi hedeflenmektedir.

Konuşmalarda, selamlama ve bitiriş bölümleri, konuşmacıya hem kolaylık sağlamakta hem de mesajın net bir şekilde aktarılmasını desteklemektedir. Bunun yanı sıra, liderlerin konuşmaları, toplumsal aidiyeti geliştirmek ve korumak amacıyla "biz" kimliğini vurgulamaktadır. Aynı zamanda, rakip ile seçmen arasında mesafe oluşturmak için "biz" ve "onlar/ötekiler" kimliği arasındaki ayrım net bir şekilde ortaya konulmaktadır. Bu süreç, liderlerin seçmenler üzerindeki etkisini artırmak ve seçmen sadakatini pekiştirmek açısından kritik bir rol oynamaktadır.

Bu çalışmada, öncelikli olarak "biz" ve "öteki" kimliğinin hangi alanlar üzerinden kurulduğu incelenmekte ve liderlerin bu kimlikleri miting konuşmalarında nasıl inşa ettikleri ortaya konulmaktadır. "Biz" kimliği, ortak tarih ve kahramanlar üzerinden olumlu bir şekilde kurgulanmakta, kutsal değerler (bayrak, ezan, vatan, millet, ata ocağı, aile, kutsiyet, namus, şeref, kul hakkı, yetim hakkı) ve simgeler bu inşa sürecine katkı sağlamaktadır.

Bu bağlamda, kolektif kimliği temsil eden birlik, beraberlik ve kardeşlik kavramlarının ("yol arkadaşı", "dava kardeşi", "bizim insanımız" gibi söylemlerle) "biz" kimliğine nasıl eklemlendiği analiz edilmektedir. Ayrıca, "biz" kimliğinin Türkiye ideali (kalkınma, büyüme, refah, huzur, istikbal, şahlanış, güven, azim, barış) ve milli kimlikle (Türk milleti, Türkiye, Türkiye Cumhuriyeti, ulusal, istikrar, necip millet) nasıl ilişkilendirildiği, liderlerin miting konuşmaları üzerinden değerlendirilecektir.

"Öteki" kimliği ise iç ve dış tehditlerle nasıl ilişkilendirildiği bağlamında analiz edilmektedir. Bu süreçte, iki lider arasındaki benzerlikler ve farklılıklar ortaya konulacak ve ikinci temaya geçilecektir. Adaylardan önce, Recep Tayyip Erdoğan'ın "biz" ve "öteki" kimliğini nasıl inşa ettiği değerlendirilecek, ardından Kemal Kılıçdaroğlu'nun söylemleri bu perspektiften incelenecektir. Bu analiz, liderlerin miting konuşmalarındaki kimlik inşasını anlamak ve "biz" ile "öteki" ayrımının toplumsal dinamikler üzerindeki etkilerini değerlendirmek için önemli bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır.

"Biz bugüne kadar sadece milletimizle yol yürüdük, biz bu millete efendi olmaya değil, hizmetkâr olma" (İstanbul Mitingi) yükümlülüğünü taşırken bunu "ilhamı tarih boyunca nice zorlukların üstesinden gelen, nice zaferler kazanan Ankara'dan aldık" ve "bizim yanımızda millet var" (Ankara Mitingi). "Biz teslim olmayı değil, mücadele etmeyi seçtiğimiz için hedefteyiz. Biz emperyalistlerin suyuna gitmeyi değil, Türkiye'nin gücünü tarihinden alan

duruşuna layık olmayı seçtiğimiz için hedefteyiz." (Antalya Mitingi), oyunları boza boza, zincirleri kıra kıra hep beraber omuz omuza zafere koşuyoruz, zafere. 85 milyon olarak emin adımlarla Türkiye Yüzyılı'na yürüyoruz, Türk'üyle, Kürt'üyle biz yaratılanı yaratandan ötürü sevdik." (Van Mitingi). Göreve geldik, ilk işimiz neydi? Dedik ki 'İzmir'e bu havalimanı olmaz.' Menderes Havalimanı'nı İzmir'e kim yaptı? (İzmir Mitingi).

Erdoğan'ın konuşmaları, milliyetçi söylemin ana unsurlarını taşıyan ve bu unsurları seçmenlerle güçlü bir bağ kurmak için etkili bir şekilde kullanan bir yapıya sahiptir. "Biz" kimliği, ortak tarih, zaferler, kutsal değerler ve ulusal hedefler üzerinden inşa edilirken, "öteki" kimliği, dış tehditler ve emperyalizme karşı mücadele bağlamında tanımlanmıştır. Bu yaklaşım, toplumsal dayanışmayı artırmayı ve seçmenler arasında bir aidiyet duygusu oluşturmayı hedeflemektedir. Milliyetçi söylem, hem seçmen motivasyonunu artırıcı bir araç hem de liderin toplumsal algısını güçlendirici bir strateji olarak öne çıkmaktadır.

Erdoğan hedefleri olan Türkiye Yüzyılı'na 85 milyonla birlikte kimseyi ayırmadan kardeşliği esas alarak kuracaklarını ifade ederek bütünleşmeyi önemsediklerini göstermektedir. Kardeşlikte ortak nokta ise tarih ve dini motifler üzerinden kurulmaktadır.

Erdoğan, konuşmalarında ırk ve din temelli ayrım yapmadıklarını vurgularken, söylemlerinin kapsamı sınırlı bir çerçevede şekillenmektedir. Etnik gruplar bağlamında yalnızca Türkler ve Kürtler dile getirilmekte, Türkiye'de yaşayan diğer etnik kökenlere yönelik bir hitap görülmemektedir. Benzer şekilde, inanç bağlamında da yalnızca Alevi ve Sünni gruplara atıfta bulunulmakta, diğer inanç gruplarına yönelik bir ifade kullanılmamaktadır.

Bu söylemler, şu ifadelerde açıkça görülmektedir: "Türk'ü, Kürt'ü, Alevi'si ve Sünni'si ile milletimizin tamamı bu ülke için kurduğumuz hayallere, belirlediğimiz hedeflere sahip çıkıyor" (Samsun Mitingi). Aynı şekilde, farklılıkların birleştirici bir çerçevede ele alındığı şu cümlede de dikkat çekmektedir: "Bu iş Türk-Kürt meselesi değil, Alevi-Sünni meselesi değil, insanlık meselesi, insanlık" (Van Mitingi).

Erdoğan biz ve öteki kimliğini selamlamadan hemen sonra açıkladığı partisinin ve kendisinin kim olduğunu ve diğer liderle ve parti olan farklarını hem tarihi vurgular üzerinden hem de milli ve kutsal simgeler üzerinden kurmaktadır. İstanbul'da "Burası Fatih'in fethiyle birlikte ebedi vatanımıza kattığımız ve bir daha asla vazgeçmeyeceğimiz şehirdir" ve "Tabii ki sorunlar da var. Ama önce nereden nereye geldiğimizi görmemiz lazım. Bir ülke düşünün, asırlardır istiklal ve istikbal mücadelesi veriyor. Bir yönetici düşünün, iş başına geldiği günden

beri hizmet üretmek için engel üstüne engel aşmak zorunda kalıyor" (Ankara Mitingi) Osmanlı ve istiklal mücadelesi üzerinden biz kimliği inşa etmektedir.

Erdoğan'ın konuşmalarında, ortak geçmişin vurgusu ve tarihsel olayların günümüzle ilişkilendirilmesi dikkat çekici bir unsurdur. Samsun Mitingi'nde dile getirilen, "İşte 19 Mayıs'ta Gazi'yi Tütün İskelesi'nde karşılayan Samsun budur. 21 yıldır bizlere yoldaşlık yapan Samsun budur" ifadesi, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş sürecinde Samsun'un tarihi önemine yapılan bir atıftır. Bu söylem, ulusun geçmişteki birlik ve direniş ruhunu hatırlatarak, güncel siyasi ve toplumsal bağlamda bu ruhun devam ettirilmesi gerektiği mesajını içermektedir.

Benzer şekilde, Ankara Mitingi'nde kullanılan, "Bunun için Ankara ne vesayete ne darbeye ne teröre teslim oldu. 15 Temmuz gecesini hatırlayın, şehrin üzerinde ölüm saçan uçaklar, helikopter gezerken, şehrin sokaklarını namlularından ateş püsküren tanklar ezerken, Ankara dimdik ayakta durdu" ifadesi, 15 Temmuz darbe girişimini ulusal bir direniş örneği olarak milli tarih yazımına dahil etmektedir. Bu bağlamda, İstiklal Harbi'nde direnen atalar ile 15 Temmuz gecesinde direnenler arasında tarihsel bir bağ kurulmuş ve ulusun tarihine yeni bir mücadele ve kahramanlık anlatısı eklenmiştir.

Geçmişteki tarihi olayların güncel toplumsal olaylarla ilişkilendirilmesi, milli tarih yazımının dinamik bir süreç olduğunu göstermektedir. Bu söylemde, geçmişin direniş ve mücadele örnekleri, ulusun kimliğini pekiştirmek ve toplumsal dayanışmayı güçlendirmek için tekrar üretilmekte ve güncellenmektedir. Böylece, tarihsel bağlam hem ulusal kimliğin inşasında hem de siyasi söylemin güçlendirilmesinde etkin bir araç olarak kullanılmaktadır.

Erdoğan (Ankara Mitingi) konuşmalarında, milliyetçilik vurgusu sadece millet, ülke üzerinden yapmakla yetinmeyip soyu önemsediğini, "Ata ocağının Rize, doğup büyüdüğüm şehrin İstanbul, ülkesine ve milletine şanla, şerefle, gururla, aşkla hizmet ettiğim yer ise Ankara" tanımlaması ile ata ocağının İstanbul ve Ankara'yla bağlantısını kurarak ortak tarih üretmektedir. Ankara vurgusunu milliyetçi söylemin yüceltici, şan, şeref, gurur kelimeleriyle desteklemektedir.

Lider konuşmalarında "onlar" ve "ötekiler" tanımlaması, çeşitli şekillerde ortaya çıkmakta ve rakipleri hedef alan bir söylem aracı olarak kullanılmaktadır. Erdoğan'ın söyleminde, "ötekiler" tanımı Millet İttifakı ve rakip lider Kılıçdaroğlu'nu içermekle birlikte, bu kimlik terörizmle ilişkilendirilerek düşmanlaştırılmaktadır. Özellikle HDP, söylemde "ötekileştirilen" bir unsur olarak yer almakta ve FETÖ, Kandil, Öcalan gibi terörle ilişkilendirilen kavramlarla birlikte anılmaktadır. Bu bağlamda, FETÖ, HDP ve Kandil

vurguları, rakibin meşruiyetini sorgulamak ve düşmanlaştırma stratejisini güçlendirmek için sıklıkla kullanılmaktadır.

Erdoğan'ın konuşmalarında terörle ilgili söylemin sıklığı dikkat çekicidir. Örneğin:

- Van konuşması: Terör, HDP, FETÖ ve Kandil gibi kavramlar 11 kez tekrarlanmıştır.
- İstanbul konuşması: 22
- Samsun konuşması: 23
- Ankara konuşması: 21
- Antalya konuşması: 21
- İzmir konuşması: 20 defa ifade edilmiştir.

Bu tekrarlar, seçmen algısında rakibin "tehdit unsuru" olarak konumlandırılmasını hedefleyen bir söylem stratejisini göstermektedir. "Onlar" ve "ötekiler" tanımlaması, milliyetçi söylemin temel dinamiklerinden biri olan iç-dış ayrımını pekiştirmekte ve ulusal güvenlik tehditleri üzerinden seçmen mobilizasyonunu artırmayı amaçlamaktadır.

Erdoğan tarafından Kılıçdaroğlu "verdiği hiçbir sözü tutmayan", "sırtını kime dayamış, Kandil'dekilere dayamış." (İstanbul Mitingi), "eski HDP Eş Genel Başkanı Selahattin Demirtaş'ı cezaevinden çıkartmak" (İzmir Mitingi) isteyen, "Pensilvanya'yla, Kandil'le iş tutan" (İstanbul Mitingi), "yalancı" (Samsun Mitingi), "FETÖ'nün 15 Temmuz darbe girişimi gecesi FETÖ'cüler tarafından tankların arasından kaçırılarak Bakırköy Belediyesi'ne" (İstanbul Mitingi) götürülen darbecilerle işbirliği yapan, "dini olmayan, diyaneti olmayan, bayrağı olmayan, ezanı olmayan" (Antalya Mitingi) desteklediği kişi olarak tanımlanmaktadır.

Kılıçdaroğlu'nun CHP'yi "Gazi Mustafa Kemal'in partisini marjinallerin, cumhuriyet düşmanlarının, LGBT savunucularının, manda ve himaye peşinde koşanların cirit attığı, millî bünyeye zararlı bir mandacı muhipler cemiyetine çevirdi" (Samsun Mitingi) belirterek tarihi atıfla birlikte güvenilmez ve toplumsal yapıyı ve ülkeyi tehdit eden unsurlarla birlikte olan rakip portresi çizmektedir.

> "Türk milletin aile kurumunun sağlam olduğunu vurgulayan Cumhurbaşkanı Erdoğan, "Bu milletten LGBT'ci çıkmaz. Biz, aile kurumumuzu lekeletmeyiz. Dimdik, adam gibi adam, ailelerimiz bizim böyle. Velhasıl her biri ayrı telden çalıyor, ayrı yöne çekiyor. Bizzat kendilerinin 'Kumar masası' dedikleri masa,

rulet masası çıktı, ha bire dönüyor, nerede duracağı belli değil. Böylesine çarpık çurpuk ayaklı bir masa olur mu? Buradan, İzmir'den tam da onların anlayacağı dilden soruyorum, siz ne ayaksınız? Ama milletimiz 14 Mayıs'ta bunlara ne ayak olduklarını hatırlatacak" (İzmir Mitingi).

Türk milletinin geleneksel aile yapısının ve ahlaki değerlerinin korunması, ulusal kimliğin bir unsuru olarak sunulmaktadır. Ailenin düşmanı olan LGBT topluluğu ve rakipleri "öteki" olarak sunulmaktadır. Bu düşmanlara 14 Mayıs'ta verilecek cevap ile belirsizliğin ortadan kaldırılacağı ortaya konulmaktadır. Milliyetçi söylem kültürel değerler ile birleştirilerek seçmen mobilizasyonu için güçlü bir araç oluşturulmaktadır.

"Bunlar Dolmabahçe'de Atik Valide Camisi'ne bira şişeleriyle girdiler mi? Bira şişeleriyle bizim mabedimizi kirlettiler mi? Loderlerle tüneller açmaya kalktılar. Bedelini ağır ödediler ve ödeyecekler. Öyle mi? Biz girdik, biraları devirdik. Bay bay Kemal istediğin kadar, fıçı dolusu iç, hiçbir şey seni iflah etmez. Benim milletim ayyaşa, sarhoşa kalkıp da meydanı bırakmaz. Yapacağımız çok iş var. Bu yolda yürüyecek çok mesafemiz var. 'Zulüm 1453'te başladı' yazanların mesajı açık değil mi? Montaj olduğunu bildikleri hâlde 17-25'te FETÖ ihanet çetesinin kaset kumpaslarına dört elle sarılanların mesajı açık değil mi? 15 Temmuz gecesi millet darbeye direnirken, tankların arasından süzülüp gidenlerin mesajı açık değil mi? Suriye'yi yerle bir eden kan ve ateş çemberini ülkemize taşımak için terör örgütleriyle kol kola girenlerin mesajı açık değil midir? Ekonomik tetikçilerin tuzaklarına, 'tüketmeyin' ülke batsın diyerek, destek olanların mesajı açık değil mi?" (İstanbul Mitingi).

Erdoğan tarafından toplumun normları dışında olarak kabul edilen içkiyi, milletin kutsal değeri olan cami ile birleştirerek dini söylemini 1453 İstanbul'un fethi ile kuvvetlendirmektedir. Tarihi buradan alarak 15 Temmuz'a ülkeyi batırmaya çalışan dış mihraklara bağlamaktadır. Ülkeyi içte ve dışta batırmak isteyen düşmanla birlikte hareket eden bir muhalefete milletin milliyetçi duygular ile sandıkta olumsuz cevap verileceği konuşmalarda baskınlık arz etmektedir.

Selo, Diyarbakır'da 51 kardeşimizin ölümüne neden oldu. Şu anda hapiste. Bay bay Kemal ne diyor? 'Selo'nun suçu yok ki.' Hâle bak. 51 tane Kürt kardeşimizin ölümüne neden oluyor, 'Selo'nun suçu yok.' diyor. Eline diline dursun. İşte 14 Mayıs bunun için çok önemli. Evlat katili Öcalan'ı da çıkaracakmış. İşte Cumhur İttifakı'nın işbaşında olması bunun için çok önemli. Bunlara kalsa ülkemizin altını üstüne getirirler ama bunlara bu fırsatı vermeyeceğiz. Samsun, gümbür-gümbür Allah'ın izniyle 9'da 9 yapıyor mu? Samsun, yapıyoruz derse yapar. Çünkü burası istiklal ve istikbal mücadelesinin ilk adım yeri. Birliğimize, beraberliğimize, kardeşliğimize sıkı sıkıya sahip çıkacağız. Aramıza fitne sokmaya çalışanlara fırsat vermeyeceğiz. İktidara gelmenin yolunu, milletin iradesi, Samsunlu kardeşlerimin rızası yerine FETÖ'cüler ve bölücülerle iş birliğinde arayanları 14 Mayıs'ta hep birlikte sandığa gömeceğiz." (Samsun Mitingi).

Erdoğan, konuşmasında Selahattin Demirtaş, Abdullah Öcalan, FETÖ ve "bölücüler" gibi figürleri, ulusal güvenliği tehdit eden unsurlar olarak tanımlamaktadır. Rakipler, doğrudan "bölücüler", "FETÖ'cüler" ve "evlat katili" gibi sert ifadelerle nitelendirilmiş ve seçmen algısında meşruiyeti sorgulanan bir pozisyona yerleştirilmiştir. Bu grupları Millet İttifakı'yla ilişkilendirerek rakiplerini meşruiyetini sorgulatmaya yönelik bir strateji benimsemiştir. "FETÖ'cüler ve bölücülerle iş birliği" ifadesi ise rakip partiyi "öteki" kimliğiyle özdeşleştirerek seçmen algısında güven kaybına yol açmayı hedeflemektedir. "Ülkemizin altını üstüne getirirler" ve "fitne sokmaya çalışanlara fırsat vermeyeceğiz" gibi ifadelerle bu tehditlerin bertaraf edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Milli tarih, birlik ve direniş ruhu, duygusal bir motivasyon aracı olarak kullanılmakta, seçmenlerin ulusal değerlere bağlılıkları güçlendirilmektedir.

> "Yine aynı tarafta bölücü emellerini gerçekleştirmek için, artık ilk asrını geride bırakmaya hazırlandığımız Cumhuriyetimizle hesaplaşmak için yanıp tutuşanlar var. Gelin bize öyle bir söz verin ki artık bunların herhangi bir umudu kalmasın. Diyarbakır'da Yasin Börü'leri şehit eden namussuzlar bunlar değil mi? Benim Kürt kardeşlerimi sokağa döküp, 51 tane Kürt kardeşimizin ölümüne sebep olan bunlar değil mi?" (Ankara Mitingi).
>
> "Şimdi Kandil'dekilerin dini var mı? Kitabı var mı? Bunların ezanı var mı? İşte bay bay Kemal, onları arkasına almış, ne diyor? 'Haydi, haydi, haydi' Bay Bay Kemal, sen onlarla beraber 'Haydi' demeye devam et. Benim milletim de size haftaya pazar ne diyecek? Ben size inanıyorum. Size güveniyorum. Sandıkları patlatacağınıza da inanıyorum" (İstanbul Mitingi).

Ankara konuşmalarında da belirdiği gibi Diyarbakır'da ölen 51 vatandaşın sorumlusu olarak rakip görülmektedir. Topluma mal olmuş Yasin Börü şehit edenler milliyetçi söylem olan namusun zıttı olan ile tanımlanması rakibin hem şehadete hem de milli olmaya karşı olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca Öcalan bebek katili olarak değil de evlat katili olarak milliyetçi söylem üzerinden tanımlanmaktadır. İstanbul konuşmasında ötekini dinsiz, bayraksız, vatansız olarak tarif ederken biz kimliğinde ise toplumun kutsal ve milli değerlerinin yerinin kıymetli olduğunu ortaya koymaktadır. Paragrafın sonunda Kürt kardeşlerim hitabıyla Kürt seçmeni yapılanların dışında tutmaktadır.

"Biz" kimliği, milli ve manevi değerler üzerinden inşa edilirken, "öteki" kimliği terör ve ihanetle ilişkilendirilmiş, bu çerçevede rakiplerin meşruiyeti sorgulanmıştır. Milli tarih ve değerlerin kullanımı, seçmenleri duygusal olarak harekete geçirirken, tehdit algısı ve kutuplaştırıcı retorik, milliyetçi söylemi güçlendiren stratejik araçlar olarak kullanılmıştır. Bu söylem, seçimi ulusal değerlerin korunması ve tehditlere karşı bir mücadele olarak sunarak seçmenin ikna edilmesi amaçlanmaktadır.

> “Masanın etrafında oturanlara ve çevresinde dönenlere bakınca her şey ayan beyan ortaya çıkıyor. Buna rağmen şunu düşünmeden de edemiyoruz. Hangi insan kendi ülkesine, kendi devletine, kendi milletine bu kadar büyük kin duyabilir. Bay bay Kemal, Amerika'da bir benzin istasyonunda, bakıyorsunuz bir restorana giriyor. Orada neler çevirdi, o da belli değil. Açıkla... Açıklayamıyor çünkü Pensilvanya'nın uzantılarıyla orada sohbetini bayağı koyulaştırıyor” (Antalya Mitingi).

"Biz" kimliği ulusal değerlere bağlılık ve vatanseverlik üzerinden inşa edilirken, "öteki" kimliği terörle ve dış unsurlarla ilişkilendirilmiştir. Rakip lideri itibarsızlaştırma ve seçmenleri "biz" kimliği etrafında toplama amacıyla kutuplaştırıcı bir dil kullanılmaktadır.

Kılıçdaroğlu’nu PKK, FETÖ gibi terör örgütleriyle ilişkilendiren Erdoğan “Önce 6'lı masaydı, sonra 7'li oldu, şimdi 9'lu masa” olarak tanımladığı masanın da aynı olduğunu ve CHP’nin arkasından giden diğer partilere seslenerek vatana ihanetin cevabını nasıl vereceklerini hatırlatmaktadır.

> “CHP'nin arkasına takılıp giden diğer partilerdeki kardeşlerimiz için de aynı durum söz konusu. Aynı ittifaka mensup birilerinin her gün millete, vatana, bayrağa, ezana, kısaca can feda edilecek değerlere yaptıkları hakaretleri, bu kardeşlerimiz daha ne kadar sineye çekecek. Hadi şimdi sineye çekiyorlar, Allah göstermesin yarın öbür gün devletin tüm kurumları bunlara teslim edildiğinde ortaya çıkacak vahim tablonun hesabını nasıl verecekler?” (Ankara Mitingi).

Erdoğan konuşmalarında biz kimliği için ayırdığı kısım öteki kimliğini tanımladığı kısımdan daha fazladır. Aynı zamanda biz ve öteki kimliğini tanımlarken milliyetçi söylemi kullanmakla birlikte biz olumlu kelime ve kavramlar ile kullanılırken öteki olumsuz düşman kelimeler üzerinden kurulmaktadır. Erdoğan bunları yaparken toplumu “biz kimliği” etrafında toplayarak seçmen mobilizasyonunu sağlarken terör ile ilişkilendirilen rakip düşmanlaştırılarak seçmenin onayının dışına itilme stratejisini benimsediği ifade edilebilir.

Erdoğan’ın konuşmaları biz ve öteki kimliği üzerinden analiz edilmeye çalışıldı. Bundan sonra ki kısımda bu başlık altında rakip aday Kılıçdaroğlu’nun biz ve öteki kimliğini nasıl konumlandırdığına bakılacaktır.

Kılıçdaroğlu’nun konuşmalarının kısa ve bu kısa konuşmaların içerisinde birçok konuya değinmesi biz kimliğinin tanımlaması için kullandığı kelime ve kavramın kısıtlı olduğu görülmektedir. Liderler milliyetçi söylemlerinde kimi dışarıda bıraktıkları kimi ya da kimlerin çizilen sınırların içerisinde kaldığını ifade ettiği cümleler aracılığı ile kimlik inşasını gerçekleştirmektedir. Kimlik inşasında "biz" ve "öteki" ayrımının doğru şekilde kurgulanması, ulus-devletlerin önemini koruduğu günümüzde seçmen davranışlarını etkilemek açısından kritik bir rol oynamaktadır. "Biz" kimliğinin oluşturulmasında, siyasi ve kültürel milliyetçiliğin

iç içe geçmiş veya kesişim noktasında bulunan kavramlarına atıfta bulunulması, bu kimliğin temel göstergesi olan ortak tarih ve kahramanlarla ilişkilendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Bu bağlamda, "biz" kimliği yalnızca tarihsel unsurlarla değil, aynı zamanda kolektivizmi önceleyen bir toplumsal bütünleşme sürecinde belirginleşmektedir. Bu süreç, ulusal kimliğin güçlü bir şekilde inşasını sağlarken, bireyleri ortak bir aidiyet duygusu etrafında birleştirerek ulus-devletin varlığını ve birliğini pekiştirmektedir.

Mustafa Kemal Atatürk, Çankaya ve Millî Mücadele vurgusunun belirgin şekilde yapılarak ortak bir geçmiş üzerinden biz kimliği temellendirilmektedir. Geçmişten bugüne gelen ülke "Şimdi bütün Türkiye'yi, Mustafa Kemal'in Türkiye'si yapacağız", huzur ve barış kök olarak kabul edilen kurucu liderin Türkiye'sine dönmekle mümkün görünmektedir (Ankara Mitingi).

"Biz Mustafa Kemal Atatürk'ün felsefesine inanmış bir insanız" (Antalya Mitingi) bu biz kimliğinin ilk basamağı olarak belirtilirken ortak aklı önemi "Biz 6 lider bir araya geldik ve bir Ortak Mutabakat Metni hazırladık " (Samsun Mitingi) ülkenin de bu ortak akılla yönetileceği biz kimliği üzerinden aktarılmaktadır. Bunu yaparken onlar gibi değil "biz hep birlikte kul hakkı yemeyeceğiz ve kul hakkını da yedirmeyeceğiz", "çalıyorlar, ama iş yapıyorlar.' Allah-Allah, çalıyor ama iş yapıyor! Yaptığı iş nasıl çaldığını gösteriyor. Biz öyle yapmayacağız, asla ve asla çaldırmayacağız ve millete hizmet edeceğiz" (Van Mitingi). "… eğer bir çocuk yatağa aç giriyorsa 85 milyon aç demektir bir çocuk eğer soğukta kaldıysa 85 milyonumu soğukta kalmış demektir dolayısıyla biz beraber ve birlikte Türkiye'yi yeniden aydınlığa çıkaracağız en büyük gücümüz sizsiniz ve kendinize güvenin" (İstanbul Mitingi). Yoksulluktan arındırılmış aydın bir ülkenin birlikte kurulacağı vurgusu toplumsal dayanışmanın kimliği oluşturmanın unsurlarından biri olarak belirmektedir.

Vatandaş temelli düşüncede bireyin sorumlulukları olduğu gibi hakları olan ve ülkenin imkanlarından ortak ve eşit paylaşımı esas almaktadır. "Yahu biz niye üretmiyoruz? Bizim insanımız niye kazanmasın? Bunu da yapacağız, bizim insanımız kazanacak, onlara her türlü desteği vereceğiz. Çiftçiye, üreticiye, alın teri dökene her türlü desteği vereceğiz. Bundan emin olmanızı isterim" (Samsun Mitingi). Vatandaş desteklenerek üretim sağlanmalı ve kalkınmanın sağladığı kaynaklardan herkes eşit oranda faydalanmalıdır. Bu anlayışa Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarında sıklıkla rastlanmaktadır.

> "Dışarıdan arpa alıyoruz, dışarıdan yulaf alıyoruz, dışarıdan buğday alıyoruz, dışarıdan et alıyoruz, dışarıdan canlı hayvan alıyoruz. Ne oluyor ya? Bunların tamamını biz Türkiye'de yapamaz mıyız? Bizim

çiftçimiz, bizim üreticimiz yapamaz mı? Yapabiliriz. Ama bir siyasi tercih var. Onları yoksulluğa mahkûm etmek, dışarıdan almak. Bu siyasi tercihi değiştireceğiz" (İzmir Mitingi).

Yoksulluğu, çocuk ve 85 milyon üzerinden dikkat çeken Kılıçdaroğlu, hükümeti israfın kaynağı olarak tanımlamaktadır. Mevcut ekonomik politikaların eleştiren Kılıçdaroğlu, tarım ve hayvancılık sektöründe yerli üretimin artırılmasını savunan bir yaklaşımı benimsemiştir. İthalata bağımlı bir ekonomik model eleştirilirken bu modelin tarım ve hayvancılık potansiyelimizi ters düştüğü ortaya konulmaktadır.

Milletin seçtiği cumhurbaşkanın mekanının israfın merkezi Cumhurbaşkanlığı Külliyesi değil, halkın mekânı olan Çankaya Köşkü olacağı ifade edilmektedir. Gazi sıfatıyla tanımlanan Mustafa Kemal'in kurduğu ve Cumhuriyetin simgesi olan Çankaya Köşkü milliyetçi söyleminde kutsal simgesidir.

"Ankara'nın Seğmenleriyle beraber, onların şarkı ve türküleriyle beraber Gazi Mustafa Kemal'in Çankaya Köşkü'ne gideceğiz. Çankaya Köşkü, halkın köşküdür" (Ankara Mitingi).

Türkiye'de yaşayan her türlü inancı, etnik kimliği ve bölgesel farklılıkları ortadan kaldıran kardeşlik vurgusu birlik ve beraberlikle sağlanacak olup ayrımcılığa müsaade edilmeyeceği sık sık dile getirilmektedir. Altı ilde ki konuşmaların hepsinde bu tema uzun ya da kısa olarak işlenmektedir. Bu tema ayrı bir başlık olarak değil de konular içerisinde dağılmış olarak bulunmaktadır.

Tablo3. 5: *Kılıçdaroğlu'nun miting konuşmalarında kullandığı illere göre biz ve onlar kelime sayıları*

Şehirler	**Onlar Kelime Sayısı**	**Biz Kelime Sayısı**
Samsun	14	9
Van	19	3
Ankara	3	1
Antalya	14	20
İstanbul	8	4
İzmir	14	7
Toplam	72	43

Tablo 3.5 de görüldüğü gibi Kılıçdaroğlu konuşmalarında kullandığı kelime sayısı üzerinden biz kimliğinden çok öteki kimliğine daha fazla vurgu yapmıştır. Biz ve onlar vurgusun en çok Antalya konuşmasında iken ötekine atfın en az olduğu il Ankara'dır. İstanbul ve İzmir konuşmasında onlar kelimesi biz kelimesinin iki katı kadar kullanılmıştır.

Kılıçdaroğlu ötekini yani rakibini ve rakibi ile birlikte hareket edenleri tanımlarken onlar kelimesine başvurmaktadır. Ayrıca 5'li çete, uyuşturucu baronları, haramiler ile öteki kimliğinin tanımlaması yapılmaktadır. Ayrıca "Bu beşli çeteler diyorlar ki, 'Acaba Kılıçdaroğlu'nun ayağını nasıl kaydırırız, acaba bunu nasıl bir daha aday yaptırmayız?' Onların peşindeler. Onlar yandaşlarına güveniyorlar, onlar paralarına güveniyorlar, onlar saraylara güveniyorlar; ben ise sadece ve sadece size güveniyorum, halka güveniyorum, milletime güveniyorum" (Van Mitingi) ifadesiyle öteki tanımlaması yapılırken kendisine karşı tutumlarını da ortaya koymaktadır.

> "Bu ülkede haramilere yer yok. Beşli Çetelere yer yok. Uyuşturucu çetelerine yer yok. Kökünü kazıyacağım tamamının. Vallahi de billahi de her şey çok güzel olacak. Sizin için çalışacağım, sizin için mücadele edeceğim. Hiçbir çocuğun yatağa aç girmediği bir Türkiye; hiç kimsenin elektriğinin, doğal gazının, suyunun kesilmediği bir Türkiye göreceksiniz. Şaha kalan bir Türkiye göreceksiniz." (Kılıçdaroğlu, Ankara Mitingi, 2023) . "Domuz bağıyla bağlayıp insanları öldürenler, SADAT'çılar, beşli çeteler, o çetelerin aveneleri… Bunların tamamı bir araya geldi ve bunlar olayları germek istiyorlar. Toplumu birbirine kışkırtmak istiyorlar. Ve bunların bazı adamları var" (Kılıçdaroğlu, Antalya Mitingi, 2023).

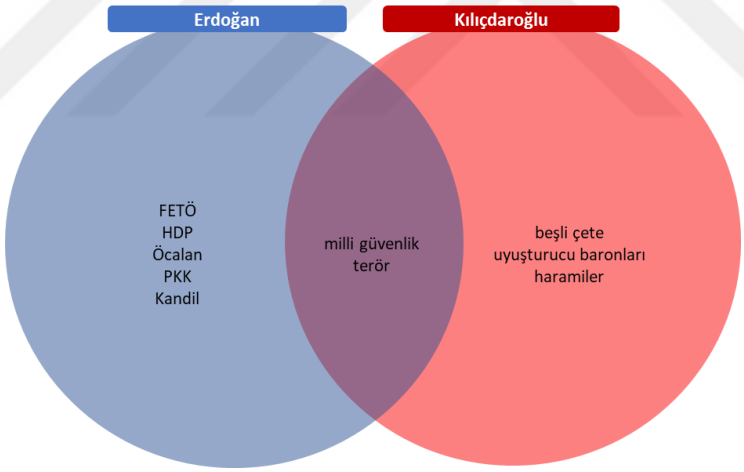
Kılıçdaroğlu, "Domuz bağıyla bağlayıp insanları öldürenler", "olayları germek istiyorlar" gibi ifadelerle, bu grupları toplumsal güvenliğe yönelik ciddi bir tehdit olarak tanımlamaktadır. Bu söylem, seçmen algısında korku ve tepki yaratmayı amaçlar ve milliyetçi söylemin tehdit algısını pekiştirme stratejisiyle örtüşmektedir. "Şaha kalkmış bir Türkiye göreceksiniz" ifadesi, güçlü bir ulusal vizyon sunarak milliyetçi söylemin "büyüme ve kalkınma" idealiyle uyumlu bir gelecek tasviri sunmaktadır.

"Biz" kimliği toplumsal dayanışma ve refah etrafında şekillenirken "Öteki" kimliği ise toplumun güvenliğini tehdit eden unsurlar ve yolsuzlukla ilişkilendirilmektedir. Kutuplaştırıcı bir strateji uygulanmıştır. Bu bağlamda, Kılıçdaroğlu'nun konuşması, kutuplaştırıcı bir stratejiye sahip olmakla birlikte milliyetçi söylemin sosyal adalet ilkesinden de faydalanmaktadır.

Bütün konuşmalarında "Öteki" tanımlamasındaki beşli çete, uyuşturucu baronları, haramiler gibi kavramlarına ek olarak Antalya konuşması "Onlar" terör örgütünden medet uman, provokatör, arka kapı pazarlığı yapan, torbacı olarak betimlenmektedir.

Tablo3. 6:*Kılıçdaroğlu ve Erdoğan'ın biz ve öteki kimliği için kullandıkları kelimeler tablosu*

Erdoğan	Kılıçdaroğlu
FETÖ	Milli Güvenlik
HDP	Terör
Öcalan	Beşli çete
PKK	Uyuşturucu Baronları
Kandil	Haramiler
Milli Güvenlik	
Terör	



Şekil 3 11: *Kılıçdaroğlu ve Erdoğan'ın biz ve öteki kimliği için kullandıkları kelimeler küme diyagramı*

Kılıçdaroğlu ve Erdoğan (Tablo3.6 ve Şekil 3 11) biz kimliğinde olumlu, öteki tanımlamasında olumsuz kavramları kullanmaktadırlar. Her iki aday ötekini milli güvenliğe tehdit olan terör üzerinden inşa etmektedir. Kılıçdaroğlu öteki için ülkenin kaynaklarını sömüren ve toplumu çökerten çete ve uyuşturucu baronları milli güvenliği sınırlar, toprak bütünlüğü yanı sıra kaynakların belirli grupların çıkarları için kullanılmasını da eklemektedir.

Erdoğan biz tanımlaması için daha uzun cümleler ve paragraflar kurarken, Kılıçdaroğlu biz ve öteki kimliğini konular içine serpiştirmektedir.

Adayların kurduğu milliyetçi söylemin diğer alt katmanlarında da simgelere başvurulmaktadır. Bu nedenle *Bulgular ve Analiz* bölümünün bir alt başlığında sıklıkla kullanılan simgeler tespit edilmekte ve bu simgelerin aralarındaki ilişkiler analiz edilerek öne çıkan konuşma temaları belirginleştirilmektedir.

3.2.Simgelerin Kullanımı

Milliyetçilik, ulus-devletin temel taşı olan ulus bilincinin toplumun tamamını kapsamasını hedefler. Bu bağlamda, topluluğun ulusal bilincini muhafaza edebilmesi için inşa edilmiş bir kimliğe ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak bu kimliğin yalnızca var olması yeterli değildir; aynı zamanda aktarılması ve gündelik hayatta yeniden üretilmesi gereklidir. Milliyetçilik, semboller, simgeler ve söylemler aracılığıyla gündelik hayatta kendine yer bulmakta ve bu şekilde sürekliliğini sağlamaktadır. Bu semboller ve simgeler, halkın alışkanlıklarına yerleşerek vazgeçilmez birer unsur haline gelir ve doğal bir biçimde varlığını sürdürür.

Gündelik hayatta yer edinen bu semboller, kitleleri olumlu ya da olumsuz yönde harekete geçirme kapasitesine sahiptir. Yanık ve Kara (2016), milliyetçiliği, bireyler için bir teori sunmaktan ziyade, "duygusal bir yönelim, kendisi gibi düşünmeyene veya olmayana karşı hissedilen aşırı duyguların bir boşalım aracı" olarak tanımlar. Bu bağlamda milliyetçilik, milli ve kutsal simgeler üzerinden kendini harekete geçirerek sürekliliğini korumaktadır.

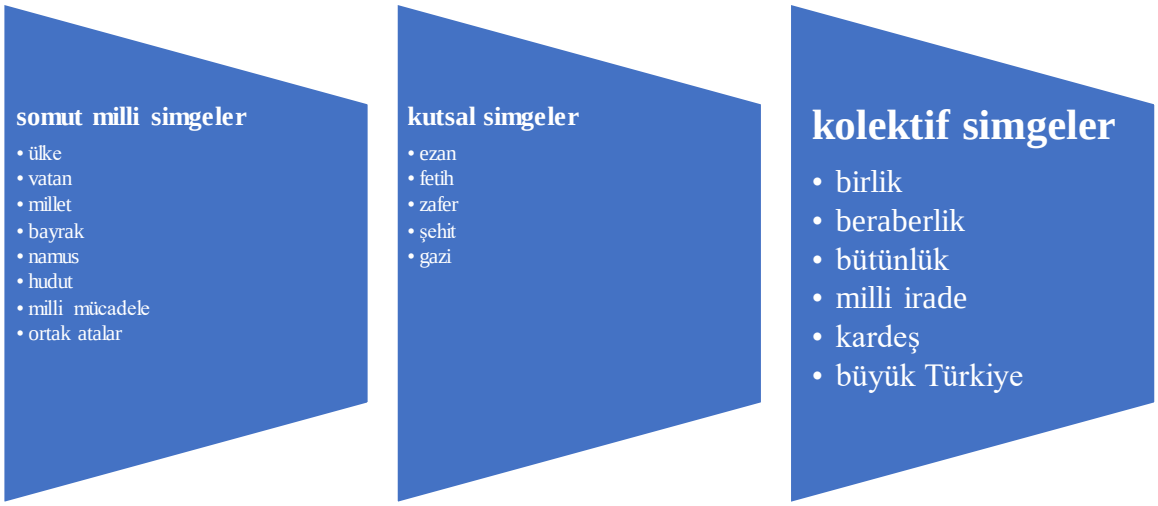
Milli semboller, milliyetçiliğin somut, kutsal ve kolektif unsurlarla topluma nüfuz etmesini sağlayan temel araçlardır. İkinci bölümde ifade edildiği gibi, bu semboller somut, kutsal ve kolektif olarak üç ana kategoride analiz edilecektir. Ancak analiz sırasında her bir kategoriye ayrı başlık açmaktan ziyade, liderlerin konuşmalarında kullanılan açık kodların bu kategorilerle ilişkisi incelenerek bir bütünlük ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Somut milli semboller, ulusal bağımsızlığı ve bütünlüğü temsil eden unsurlardır. Örneğin, ulusun bağımsızlığını ifade eden bayrak, sınırları belirli olan vatan, milletle var olan ve manevi bir aidiyeti temsil eden ülke, diğer devletlerce tanınan ve dokunulmazlığı olan hudut, bu kapsamda değerlendirilmektedir. Bu semboller, genellikle kutsal milli sembollerle bir arada kullanılarak milliyetçiliği güçlendiren bir çerçeve sunar.

Kutsal milli semboller, toplumun ortak manevi değerlerini ve inançlarını temsil etmektedir. Ortak tarihe yapılan atıfların yanı sıra, geçmiş başarıları ifade eden "fetih" ve "zafer" kavramları, gerektiğinde bu değerler için canını veren "şehit" ve bu uğurda mücadeleye hazır olan "gazi" kavramlarıyla birlikte, milli ve manevi inancın bir göstergesi olarak kullanılmaktadır. Bu söylemler genellikle ezan gibi kutsal kavramlarla bir araya getirilerek, milletin manevi bağlarını güçlendiren bir bağlam sunar. Bu sembollerin eksikliği, hatta yokluğu, toplumsal algıda ihanet olarak yorumlanabilmektedir.

Milliyetçi söylemde, kolektif milli semboller "biz" kimliğinin inşasında kritik bir rol oynar. "Biz" kimliği, farklılıkları bir araya getiren ve ortak benzerlikler üzerinden toplumsal bütünleşmeyi sağlayan bir çerçevede şekillenmektedir. Bu semboller, toplumun tamamının ulusal kimliği benimseyip korumasını ve bir arada var olmasını sağlar.

Türkiye'yi "vatan" yapan unsur, Milli Mücadele'nin, egemenliğin ve bağımsızlığın başlangıç noktası olarak kabul edilmesidir. Bu nedenle, Milli Mücadele, yalnızca tarihsel bir olay değil, aynı zamanda ulus-devletin temelini oluşturan kutsal bir değerdir. İstikbal kavramı, milli iradenin ve mücadeleye istikrarlı katkıların bir sonucu olarak kutsallık kazanmaktadır. Bu mücadele, ulus bilincini güçlendirirken, toplumun bir ulus-devlet çatısı altında birleşmesini sağlamaktadır.



***Şekil 3 12**: Simgelerin kategorileri ve temsili kelime ve kavramları*

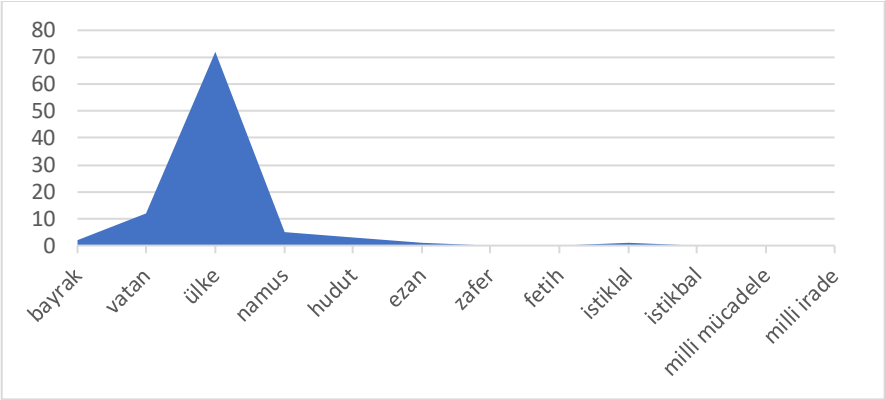
Bu kısımda önce Millet İttifakı adayı Kılıçdaroğlu'nun simgeleri kullanma sayılarına ardından bu simgeleri nasıl kullandığı analiz edilmektedir. Ardından ikinci aday Erdoğan'ın simgeler bağlamında konuşmalarının içerik analizi ve söylem analizi gerçekleştirilecektir. Son

olarak iki adayın simgeleri kullanımdaki farklılık ve benzerlikler analiz edilerek ortaya konulmaktadır.

Tablo3. *7:Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarında somut ve kutsal simgelerin kullanım sayıları*

Samsun		**Van**		**Ankara**		**Antalya**		**İstanbul**		**İzmir**		**Toplam**	
Bayrak	0	Bayrak	0	Bayrak	0	Bayrak	1	Bayrak	0	Bayrak	1	Bayrak	2
Vatan	5	Vatan	1	Vatan	0	Vatan	5	Vatan	0	Vatan	2	Vatan	12
Ülke	9	Ülke	13	Ülke	14	Ülke	20	Ülke	11	Ülke	10	Ülke	72
Namus	4	Namus	0	Namus	0	Namus	1	Namus	0	Namus	0	Namus	5
Hudut	1	Hudut	0	Hudut	0	Hudut	2	Hudut	0	Hudut	0	Hudut	3
Ezan	0	Ezan	0	Ezan	0	Ezan	0	Ezan	1	Ezan	0	Ezan	1
Zafer	0	Zafer	0	Zafer	0	Zafer	0	Zafer	0	Zafer	0	Zafer	0
Fetih	0	Fetih	0	Fetih	0	Fetih	0	Fetih	0	Fetih	0	Fetih	0
İstiklal	0	İstiklal	0	İstiklal	0	İstiklal	0	İstiklal	1	İstiklal	0	İstiklal	1
İstikbal	0	İstikbal	0	İstikbal	0	İstikbal	0	İstikbal	0	İstikbal	0	İstikbal	0
Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0
Milli İrade	0	Milli İrade	0	Milli İrade	0	Milli İrade	0	Milli İrade	0	Milli İrade	0	Milli İrade	0

Tablo 3.7 ve Şekil3 13 Kılıçdaroğlu'nun milliyetçi söylemlerinde somut sembollere (ülke, vatan, bayrak) daha fazla vurgu yaptığını, kutsal sembollerin (ezan, zafer) nispeten daha az yer bulduğunu ve kolektif sembollerin (milli mücadele, milli irade) konuşmalarda açıkça kullanılmadığını göstermektedir. Bu, milliyetçi söylemin daha çok ulusal birliğin somut ve tarihsel temsilleri üzerine inşa edildiğini ortaya koymaktadır. Şehirler arasındaki farklılıklar, tarihsel ve sosyopolitik bağlamlara göre söylem stratejilerinin değiştiğini işaret etmektedir.



***Şekil 3 13**: Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarında simgelerin kullanım dağılımı*

İnşa edilen ulus-devletin ulusunu bir arada tutmak için ortak geçmiş ve gelecek ideoloji kimlik üzerinden ortaya konulurken simge ve semboller amaca katkı sağlayan araçlar olarak görev yapmaktadır. Semboller toplumla birlikte yürüdüğü için inanç ve kültürden azade değildir. Bu bağlamda inanç sembolleri milliyetçi sembollerle birlikte kullanılmaktadır. Kılıçdaroğlu'nun milliyetçi sembolleri kullanırken inanç sembollerine çok başvurmadığı görülmektedir. En çok kullandığı simge ülke kavramıyken ezanı ve istiklali bir defa İstanbul konuşmasında kullanmıştır. İstikbal, milli mücadele, milli irade simgelerini hiç kullanmadığı görülmektedir. Ezan simgesini az kullandığı gibi bayrak simgesini de kullanmamıştır.

***Tablo3. 8:**Kılıçdaroğlu'nun kollektif simge olarak kullandığı kelimeler*

Samsun		**Van**		**Ankara**		**Antalya**		**İstanbul**		**İzmir**		**Toplam**	
Birlik	5	Birlik	0	Birlik	2	Birlik	1	Birlik	7	Birlik	14	Birlik	29
Beraber	7	Beraber	6	Beraber	6	Beraber	6	Beraber	7	Beraber	8	Beraber	40
Kardeş	10	Kardeş	6	Kardeş	2	Kardeş	6	Kardeş	4	Kardeş	8	Kardeş	36
Birleşme	0	Birleşme	0	Birleşme	0	Birleşme	0	Birleşme	0	Birleşme	0	Birleşme	0
Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0
Bütünlük	0	Bütünlük	0	Bütünlük	0	Bütünlük	0	Bütünlük	0	Bütünlük	0	Bütünlük	0

Milli ve dini simge ve sembolleri kullanmak kadar toplumsal bütünleşmeyi sağlayan kavramların kullanımı da önem arz etmektedir. Kılıçdaroğlu'nda kollektif simgelerin kullanımına daha sık rastlanmaktadır. Bunun sonucu olarak Kılıçdaroğlu'nun kollektif simgeleri tercih ederken milli ve kutsal simgeleri daha az kullandığı söylenebilir. Kolektifliğin Tablo 3.8'de ki gibi birlik, kardeşlik ve bütünlük üzerinden inşa edildiği görülmektedir.

Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarında yer alan simgesel milliyetçi söylemin içerik analizi yapıldıktan sonra, bu simgelerin konuşma içinde nasıl ve hangi bağlamlarda kullanıldığı incelenmektedir. Bu süreçte, milliyetçi simgelerin kullanım biçimleri ve işlevleri, metinlerin bağlamına dayanarak analiz edilecektir.

Yukarıda belirtildiği üzere, bu analizde kategoriler (milli somut semboller, kutsal semboller ve kolektif semboller) ayrı ayrı ele alınmayacak; bunun yerine, cümlelerin genel bağlamı ve simgelerin söylemsel işlevleri üzerinden bir değerlendirme yapılacaktır. Bu yaklaşım, milliyetçi söylemin simgesel unsurlarının, liderin mesajlarını nasıl pekiştirdiğini ve seçmen algısını nasıl etkilediğini daha iyi anlamayı amaçlamaktadır.

> "Bu ülkeye barışı, bu ülkeye huzuru getireceğim. Bu ülkeye kardeşliği getireceğim. Bu ülkede hiç kimsenin kimliği, hiç kimsenin inancı, hiç kimsenin yaşam tarzı, siyasete konu olmayacak. İnsan Allah'ın yarattığı en değerli varlıktır ve Bay Kemal'in başının üstünde yeri vardır" (Antalya Mitingi).

Kılıçdaroğlu'nun söylemlerinde "ülke" kavramı, Türkiye tasavvuruyla birlikte ele alınmakta ve barış içerisinde bir yaşam idealine vurgu yapılmaktadır. Antalya mitinginde olduğu gibi Van mitinginde de kimsenin inancına, kimliğine veya yaşam tarzına müdahale edilmediği bir ülke anlayışı öne çıkarılmıştır. Bu tasavvur, Kılıçdaroğlu'nun "İnsan Allah'ın yarattığı en değerli varlıktır" ifadesinde görüldüğü üzere, İslami bir söylemle desteklenmektedir. Bu yaklaşım, ulusal birliği sağlamak ve toplumsal dayanışmayı güçlendirmek amacıyla dini referansların milliyetçi bir söylem içerisinde kullanılmasına işaret etmektedir.

Kılıçdaroğlu'nun söylemlerinde, ulus-devletin vatandaşlık görevlerinden biri olan sandık sorumluluğu, demokrasinin temel kaynağı olarak tanımlanmaktadır. Samsun mitinginde dile getirilen "Sandığa gidilecek, oy kullanılacak ve gerçekten bu ülkeye demokrasi gelecek" ifadesi, demokrasi idealinin yalnızca seçimlere katılım yoluyla değil, aynı zamanda halkın doğrudan katkısıyla gerçekleşeceği fikrini öne çıkarmaktadır. Bu söylem, demokratik sürecin ulusal bir görev olarak kavramsallaştırılmasına ve vatandaşların siyasi sorumluluğunu vurgulamaya yöneliktir.

Bunun yanı sıra, Kılıçdaroğlu, demokrasiyi yalnızca seçimlerle sınırlı bir süreç olarak tanımlamamakta; aynı zamanda hükümetlerin hesap verebilirliği ve şeffaflık ilkelerini de demokrasi tasavvurunun bir parçası olarak değerlendirmektedir. Vatandaştan alınan vergilerin nereye harcandığını açıklama sorumluluğu, hükümetin şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerine dayalı bir yönetim anlayışını yansıtması gerektiğine işaret etmektedir. Bu çerçevede, demokrasi hem vatandaşların siyasi katılımıyla hem de hükümetin sorumluluklarını yerine getirme biçimiyle bütüncül bir ideal olarak ele alınmaktadır.

Kılıçdaroğlu İstanbul ve Ankara konuşmalarında kendisinin de sıradan vatandaşlar gibi yaşadığını ve cumhurbaşkanı seçildiğinde "yerimiz Çankaya olacak gazi Mustafa Kemal'in büyük mütevazi mekânı olacak" mekânsal simgeleri kullanmaktadır. Cumhurbaşkanlığı mekânın yeri konusunu altı il konuşmasın da dile getirdiğini Tablo 3.1 de ortaya koymuştuk. Millet ittifakının bileşenlerinin hem sağ hem sol ve bununla birlikte milliliği önemseyen bir seçmen kitlesine hitap etmesi kullanımı bu şekle büründürme kapasitesine sahip olduğu söylenebilir.

> "Askerliğini yapanlar görürler; 'Hudut namustur' diye yazar. Bizim hudutlar yolgeçen hanına döndü, önüne gelen geliyor. Kim çıkıyorsa Türkiye'ye geliyor. Resmi rakamlara göre 3 milyon 600 bin Suriyeli var. Afganların sayısını ise hiç bilmiyoruz. Ama Bay Kemal'in sözü var. Antalyalılara sözü var, Türkiye'ye sözü var, 85 milyona sözü var. En geç 2 yıl içinde, bütün Suriyeli kardeşlerimizi Suriye'ye yolcu edeceğiz, onları uğurlayacağız. Onlar bunu söyleyemiyorlar, diyemiyorlar. Geliyorsa Suriyeli, turist olarak gelebilir, eğlenebilir, yemeğini yiyebilir, düğününü yapabilir, her şey Türkiye'de mümkün, onları rahat ağırlayabiliriz. Ama Suriye'den gelip, Türkiye'de asgari ücretin yarısıyla, insan haklarına aykırı koşullarda çalışmalarını doğru bulmayız. Onları kendi ülkelerine uğurlayacağız. Kendi ülkelerinde onlara, can ve mal güvenliği dâhil her türlü imkânı da bir şekliyle sağlayacağız. Bunu da bilmenizi isterim." (Antalya ve Samsun Mitingleri).

Bu söylem, sınır güvenliği ve göçmen politikalarına dair milliyetçi duruşu ortaya koymaktadır. Milletin bağımsızlığı için hayati önem taşıyan vatan sınırlarının yani hudutların korunmasının namus olarak telakki edilirken Suriyeli ve Afgan göçmenlerin ülkelerine dönüşün onurlu bir şekilde gerçekleştirileceği belirtilmektedir.

Genellikle ahlaki sorumluluğun, dürüstlüğün ve topluma olan sadakatin ifadesi olarak namus ile şeffaflık, hesap verebilirlik ve adaletli yönetim ilişkisi kurulmaktadır. Devletin hem ulusal hem de uluslararası arenada itibarı olan vergiler noktasındaki adaletli davranışını Kılıçdaroğlu Samsun konuşmasında namus olarak telakki ettiğini belirtmektedir.

> "Her kuruşun hesabını vermek benim namus borcumdur. Bir daha söylüyorum. Ödediğiniz verginin yani her kuruşun hesabını vermek benim namus borcumdur. Biz 6 lider bir araya geldik ve bir Ortak Mutabakat

> Metni hazırladık. Onlardan birisi de kurallardan birisi de ulusal vergi konseyi kurmak. Yani ödenen her kuruş verginin hesabını bir rapor halinde yayınlayacağız Türkiye'de herkes paranın nerelere harcandığını görecek. Herkes görecek bunu. Bunu da sağlayacağız (Samsun Mitingi).

> "Açık ve net söylüyorum, CHP'nin ve Millet İttifakı'nın iki kırmızıçizgisi var, bir, bayrağımız; iki, vatanımız. Bayrak ve vatan bizim için vazgeçilmezdir. Bayrağımızı ve vatanımızı her şeyin üstünde tutarız. Bunu da herkesin bilmesini isterim. Dolayısıyla Kuvayı Milliye geleneğinden gelen bir partinin… Öyle onlar gibi gidip, arka kapıda pazarlık yapıp, öne çıktıktan sonra da CHP'yi suçlamak gibi bir zaafın içine düşmeyeceğimiz gibi, böyle bir şeyi de asla kabul etmeyiz. Halka her yerde, her ortamda, her zaman doğruları söylemek bizim görevimizdir" (Ankara Mitingi).

Bayrak ve vatan, ulusal bağımsızlık ve birliğin dokunulmaz unsurları olarak vurgulanırken, tarihsel bir kahramanlık hikâyesi üzerinden milli değerlerin savunusu güçlendirilmektedir. Kılıçdaroğlu halkın güveni ve ulusal çıkarları öne çıkararak dayanışmayı artırmayı hedeflemektedir.

Kuvayi Milliye'in başkenti olan Ankara'da o gelenekten geldiğini belirten Kılıçdaroğlu, içinde bulundukları Millet İttifakı'nın vatan ve bayrak iki vazgeçilmezi olduğunu ve bunu söylerken samimi olduklarını ve arka kapı siyaseti yapmadıklarını yukarıdaki cümleleriyle ortaya koymaktadır. Bayrak ve vatan üzerinden güçlü bir milliyetçi söylem kullanılırken aynı zamanda milliyetçi geleneğe olan bağlılık ifade edilmektedir. Erdoğan miting konuşmalarında Gazi Mustafa Kemal'in kurduğu CHP'nin rayından çıkarıldığı söylemine karşı milliyetçi geleneğe Kuvayi Milliye ile atıf yapılarak kuruluş umdelerine bağlı kalındığı da gizli ifade olarak karşımıza çıkmaktadır.

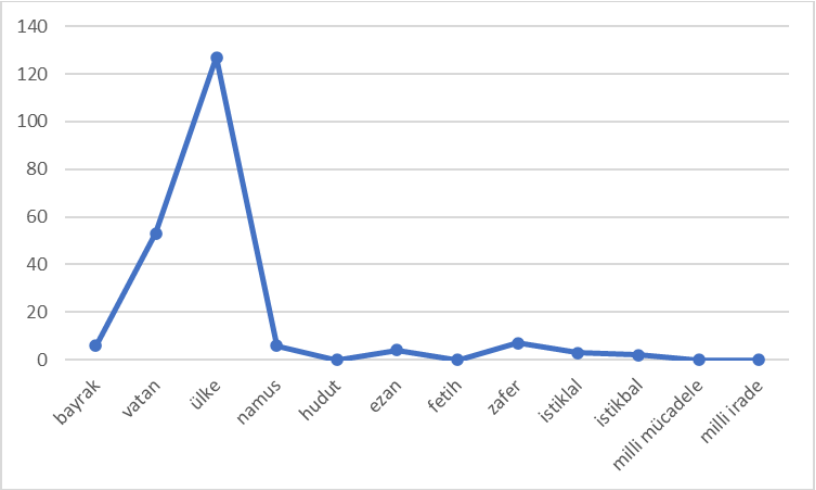
***Tablo3. 9**:Erdoğan'ın somut milliyetçi ve kutsal simgeleri kullanım sayıları*

Samsun		**Van**		**Ankara**		**Antalya**		**İstanbul**		**İzmir**		**Toplam**	
Bayrak	1	Bayrak	0	Bayrak	1	Bayrak	1	Bayrak	1	Bayrak	2	Bayrak	6
Vatan	3	Vatan	7	Vatan	8	Vatan	11	Vatan	16	Vatan	8	Vatan	53
Ülke	14	Ülke	21	Ülke	18	Ülke	24	Ülke	38	Ülke	12	Ülke	127
Namus	2	Namus	3	Namus	1	Namus	0	Namus	0	Namus	0	Namus	6
Hudut	0	Hudut	0	Hudut	0	Hudut	0	Hudut	0	Hudut	0	Hudut	0
Ezan	1	Ezan	0	Ezan	2	Ezan	0	Ezan	1	Ezan	0	Ezan	4
Fetih	0	Fetih	0	Fetih	0	Fetih	0	Fetih	0	Fetih	0	Fetih	0
Zafer	3	Zafer	1	Zafer	1	Zafer	0	Zafer	0	Zafer	2	Zafer	7
İstiklal	0	İstiklal	0	İstiklal	2	İstiklal	0	İstiklal	1	İstiklal	0	İstiklal	3
İstikbal	0	İstikbal	0	İstikbal	1	İstikbal	0	İstikbal	1	İstikbal	0	İstikbal	2
Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0	Milli Mücadele	0
Milli İrade	0	Milli İrade	0	Milli İrade	0	Milli İrade	0	Milli İrade	0	Milli İrade	0	Milli İrade	0

Muhafazakâr gelenekten gelen Erdoğan'ın kutsal simgeleri daha fazla kullanması olağan kabul edilmektedir. Bu yapıya MHP ile uzun zamandır ittifak içinde olmasından kaynaklı olarak milliyetçi simgeleri kutsal simgelerle harmanlayıp kullanması beklenmektedir.

En çok kullanılan ülke konuşmalarda kullanım yüzdesi %1 civarında (mitinglerde ki konuşmaların kelime sayıları yaklaşık olarak Ankara: 3300, İstanbul: 5100, Antalya: 3000, İzmir: 2600, Samsun: 2000, Van: 2700, konuşmaların yaklaşık %20'sinin anlamsız kelimelerdir) olduğu tespit edilmiştir. Bu da kavramın kullanımının az olduğunu göstermektedir. Vatan kelimesinin kullanımı bundan daha azdır. Diğer kelimelerin kullanımı ise yok denecek kadar azdır.

Hükümetin göçmen politikalarını yönetemediği ve göçmenlerin ekonomik ve imkân bakımından yerel halkın önüne geçtiği söylentileri 2023 seçimlerinde Zafer Partisinin patlama beklentisini arttırmıştı. Ayrıca ülkenin hudutlarına yönelen tehditlerin de artması Erdoğan'da güvenlikçi söylemin baskın olması beklentisini getirmektedir. Güvenlikçi anlayışın milliyetçi sembollerden olan hudut, namus -ki hudut namustur anlayışı yaygındır- kavramlarına atıfların yüksek olması beklenirken tam tersi olduğu tespit edilmiştir. Hudut hiç kullanılmamış, namus Samsun, Ankara, Van il konuşmalarında toplam 6 defa kullanılmıştır.



Şekil 3 14: *Erdoğan'ın somut milliyetçi ve kutsal simgeleri kullanımı*

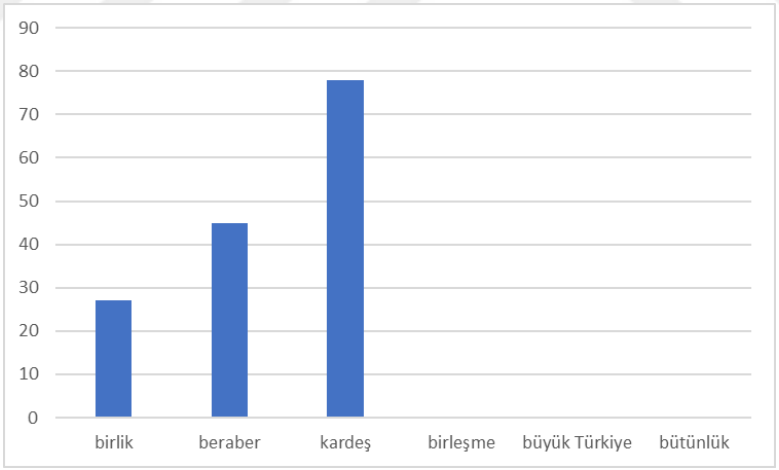
Muhafazakâr gelenekten gelen Erdoğan'ın, uzun zamandır MHP ile ittifak içinde olmasından kaynaklı olarak da milliyetçi simgeleri kutsal simgelerle harmanlayıp kullanmasının beklenen bir durum olduğunu yukarıda belirtmişti. Erdoğan'ın 2023 cumhurbaşkanlığı seçimlerinde yapmış olduğu altı il mitingi bu anlamda içerik analizine tabi tutulduğunda kutsal simgeleri (fetih, zafer, şehit, gazi, ezan) az kullandığı (Şekil 3 14) göstermektedir. Yine kullanması beklenen namus gibi hem millî hem de dinî kavramı da çok az kullanmıştır. Bunun nedenleri sonuç kısmında tartışılmaktadır.

Ritüel şeklinde gerçekleşen ve topluca tekrarı içeren "Tek millet, tek bayrak, tek vatan, tek devlet, bir olacağız, iri olacağız, diri olacağız, kardeş olacağız. Hep birlikte Türkiye olacağız." sloganında milliyetçi söylemin hâkim ideoloji olduğu görülmektedir. Buna karşılık bayrak, devlet kavramlarının konuşma içerisinde kullanımı azdır.

Konuşmaları millî somut ve kutsal simgeler açısından söylem analizine tabi tutarsak Erdoğan'ın en çok kullandığı ülke ve vatan simgelerini nasıl kullandığı şu şekilde görünmektedir. Ülke kelimesi genellikle hizmet ve ihya etme kelimeleriyle sıklıkla yan yana gelmektedir. Ülke kavramının tamamlanması ise şu şekillerde karşımıza çıkmaktadır; "şehrine ve ülkesine buradan hizmet eden" (Ankara Mitingi), "Ülkenin her karış toprağını yatırımlarla donatırken" (Antalya Mitingi). Bir taraftan ülke üzerinden yapılanları anlatılarak olumlu bir algı oluşturulurken diğer taraftan ülke üzerinden rakip yerilmektedir. Ülkenin hainlere beceriksizlere ve kumar masasına emanet edilemeyeceğinden dem vurulmaktadır. Bu olumsuz benzetmeler rakip için yapılmaktadır.

“Hiç kimsenin ülkenin 21 yıllık kazanımlarının tehlikeye girmesini, demokrasi ve kalkınma atılımlarının yarım kalmasını, evladının geleceğinin belirsizliğe gömülmesini, güvenlik endişesine kapıldığı günlere geri dönmeyi, işçinin, emeklinin, memurun ay başında maaşını alıp almayacağını bilmediği” (Ankara Mitingi) zamanları halkın yaşamak istemediği ifade edilmektedir. Milli somut semboller (kazanımlar, güvenlik), kutsal semboller (evlat ve demokrasi) ve kolektif semboller (işçi, emekli, memur) bir araya getirilerek, ulusal değerlerin korunması ve geleceğe yönelik bir dayanışma çağrısı yapılmaktadır. Bu söylem, halkın mevcut durumu tehdit olarak algılamasını yol açarak, ulusal birlik ve hareketlenme için bir motivasyon kaynağı yaratmayı amaçlamaktadır.

Erdoğan kendi kimliklerini ve yaptıklarını anlatırken ülke üzerinden olumlu cümlelerde kullanırken ötekilerin ne yapamadıklarını da olumsuz cümleler üzerinden tanımlamaktadır. “Vatan toprakları gibi ülke iktisadını da esaretten kurtaracağız.” (İzmir Mitingi), “Samsun'da vatan, millet deyip Van'da Selo'ya özgürlük isteyenlerin maskesini inşallah 14 Mayıs'ta hep beraber indireceğiz.” (Samsun Mitingi) , “Her gün millete, vatana, bayrağa, ezana, kısaca can feda edilecek değerlere yaptıkları hakaretleri.” (Ankara Mitingi).



***Şekil 3 15**: Erdoğan’ın kollektif simgeleri kullanımı*

Erdoğan’ın kollektif simgeleri kullanımına baktığımızda “birlik, beraberlik ve kardeş” kelimelerini daha çok kullanırken bütünlük, birleşme ve büyük Türkiye kullanımının hiç olmadığı tespit edilmiştir. Şekil 3 15’de milliyetçi söylemin toplumu birleştirici ve duygusal bir bağ kurmayı hedefleyen bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. "Kardeşlik" ve "beraberlik" gibi kavramlar, toplumun tüm kesimlerini ortak bir ulusal kimlik etrafında bir araya getirmek

için kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra, "büyük Türkiye" gibi vizyoner söylemler, kolektif sembollerin tamamlayıcı bir unsuru olarak öne çıkmaktadır.

***Tablo3. 10**:Erdoğan'ın illere göre kollektif simgelerin kullanım sayıları*

Samsun		**Van**		**Ankara**		**Antalya**		**İstanbul**		**İzmir**		**Toplam**	
Birlik	2	Birlik	2	Birlik	7	Birlik	4	Birlik	12	Birlik	0	Birlik	27
Beraber	16	Beraber	0	Beraber	6	Beraber	3	Beraber	17	Beraber	3	Beraber	45
Kardeş	8	Kardeş	20	Kardeş	15	Kardeş	15	Kardeş	15	Kardeş	5	Kardeş	78
Birleşme	0	Birleşme	0	Birleşme	0	Birleşme	0	Birleşme	0	Birleşme	0	Birleşme	0
Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0	Büyük Türkiye	0
Bütünlük	0	Bütünlük	0	Bütünlük	0	Bütünlük	0	Bütünlük	0	Bütünlük	0	Bütünlük	0

Tablo3. 10'u analiz ettiğimizde kardeş kavramının en az İzmir konuşmasında en çok Van konuşmasında kullanıldığı görülmektedir. Van ve İstanbul'da kardeş kelimesinin daha fazla kullanılmasının demografik farklılıkların çoğunlukta olduğu iki il olmasından kaynaklı olduğu söylenebilir. Erdoğan'ın toprak bütünlüğüne ve millî egemenliğe vurgu yaptığını lakin sınırlar konusunda bir söylem içerisinde olmadığını söyleyebiliriz. AK Parti'nin önceki seçim dönemlerinde ve siyasi olarak sıkıntılı olan durumlarda millet iradesi olarak tanımladığı "sineyi millete dönme" vurgusuna bu konuşmalarda rastlanmamaktadır. Erdoğan'ın konuşmaları birlik, beraberlik ve kardeşlik etrafında şekillenirken kardeş kelimesi insani yöne vurgunun olduğunu ortaya koymaktadır. Birlik beraberlik ve kardeşlik kullanılırken, büyük Türkiye, birleşme ve bütünlük gibi kelimelerin kullanılmaması bize duygusal vurgunun somut ve ideolojik vurgudan daha üstün olduğunu göstermektedir.

***Tablo3. 11:**Erdoğan'ın Kürt kelimesini illere göre kullanma sayısı*

Van	**Sayı**	**Ankara**	**Sayı**	**İzmir**	**Sayı**	**Antalya**	**Sayı**	**İstanbul**	**Sayı**	**Samsun**	**Sayı**
Kürt kardeşlerim	9	Kürt kardeşlerim	1	Kürt kardeşlerim	0	Kürt kardeşlerim	0	Kürt kardeşlerim	0	Kürt kardeşlerim	1

Kardeş kelimesini Erdoğan Van'da "Kürt Kardeşlerim" (Tablo3.11) olarak kullanırken, Kılıçdaroğlu ise sadece "kardeşlerim" olarak kullanmaktadır. Kürt nüfusun yoğun olarak yaşadığı Van'da Erdoğan'ın kullanımı bölge açısından normal bir durumdur. Diğer illerde ise bir üst kimlik olan kardeş kelimesin tercih edildiği görülmektedir. Büyük kelimesi Türkiye'yi nitelemek için kullanılmazken "Türkiye'nin en büyük, en modern hastaneleri" şeklinde yapılan hizmetleri nitelemek için kullanılmıştır.

Bu veriler doğrultusunda Erdoğan'ın konuşmalarını söylem analizine kardeşlik kavramını Van'da Kürt kardeşlerim ve kardeşlerim üzerinden nasıl tanımlandığına, İstanbul'da nasıl kurgulandığına bakılırken, birliktelik kelimesinin en çok kullanıldığı Samsun üzerinden ne ifade ettiği analiz edilecektir.

> "Diyarbakır Anneleri'nin acısını biliyorsunuz değil mi? Bunları Kandil'e kimler kaçırdı? 10 yaşında, 15 yaşında, 16 yaşındaki o kızlarımızı, o çocuklarımızı Kandil'e kimler kaçırdı. Bunlar ne diyorlar? 'Biz Kürt'üz' Benim Kürt kardeşlerime leke sürmeyin. Bunların Kürtlükle alakası yok. Bunlar sadece vahşet kusuyor, vahşet. İnşallah 14 Mayıs'ta bunların hesabını sormaya var mıyız? Ben sizlere inanıyorum. Sizi Allah için seviyorum. Gidip, Van'dakiler dâhil Kürt kardeşlerimize her türlü zulmü yapan, her türlü insanlık suçunu işleyen CHP'ye şimdi payanda oldu." (Van Mitingi).

Grup hikayesini toplumsallaştırmayı Diyarbakır Anneleri örnekliği üzerinden milliyetçi söylemi kuran Erdoğan Kürt toplumunu, "benim Kürt kardeşlerime leke sürmeyin" ifadesiyle düşmanlaştırdığı ötekilerden ayırarak birlikteliği sağlarken biz ve öteki kimliğini de ortaya koymaktadır. Ayrıca "10 yaşında, 15 yaşında, 16 yaşındaki o kızlarımızı, o çocuklarımızı Kandil'e kimler kaçırdı" mağduriyeti özellikle kızlar üzerinden kurarak duygusal yakınlık oluşturmaktadır. Bu sayede Kürt varlığının önemli temsilcisi sayılan PKK ve HDP'den halkı ayırarak AK Parti bağı güçlendirilmesi sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir.

Van konuşmasında Erdoğan Kandil üzerinden düşmanlaştırdığı rakibini LGBT üzerinden ötekileştirmeye devam etmektedir. Milliyetçiliğin toplumun temel taşı saydığı aileyi kendilerinin savunduğunu ve benzerlik kimliği "Benim Van'lı Kürt kardeşlerim ailenin kutsiyetine inanır" şeklinde kurarak aileyi merkeze alırken inanç ve kültürel bağ üzerinden benzerlik kurulmaktadır.

Van konuşmasında Erdoğan 20 defa kardeş kelimesini kullanırken bunun 14'ünün "Kürt kardeş(im)lerim" şeklinde olduğu tespit edilmiştir. Kürtler ile benzerlik kurulurken kardeşlerim hitabına güven, huzur kelimelerinin eşlik ettiği görülmektedir.

Van'da Kürt kardeşliği üzerinden biz kimliği kurulurken İstanbul'da bu kimlik tüm ulusal Türk hem de dünyadaki tüm Türk kimliği üzerinden kurulmaktadır. İstanbul'un kozmopolitik yapısı hem ulusal "Ülkemizin diğer 80 vilayetinin tüm ilçeleri ve köyleriyle tamamından gelip burada hayat kuran kardeşlerimiz var" hem de diğer Türk ırkları "İstanbul Balkanlar'dan Kafkaslar'a, Kırım'dan Kerkük'e, Batı Trakya'dan Türkistan'a dört bir taraftan özbeöz kardeşlerinin şehri" üzerinden kurulan yapıya dikkat çekmektedir. Kardeşlik içerisinde kurulan bu yapı, ulusal bir felaketle karşılaştığında "depremzede kardeşlerine kucak açıp

vefasını gösterdi" gerekeni yaparak kardeşliğin devamlılığını sağlamaktadır. Van'da kurulan kardeşliğe İstanbul'da uluslararası boyut kazandırılmaktadır.

***Tablo3. 12**:Erdoğan'ın İstanbul ve Van konuşmasındaki 10 ve üstü sayıda kullandığı kelimeler*

	Van	**İstanbul**
Güven	10	4
Kardeş	20	15
Millet	14	39
Terör	11	4
Türkiye	14	29
Ülke	21	39

Tablo3. 12'de ki verileri analiz ettiğimizde Erdoğan'ın Van'da güvenlik ve kardeş merkezli İstanbul'da millet ve ülke merkezli bir yapı inşa edilmektedir.

Beraberlik vurgusun en çok yapıldığı Samsun'da Türkiye'yi bugünlere beraber getirdik 14 Mayıs'ta bu birlikteliği devam ettirerek geleceğin yine birlikte kurulacağı kompozisyonun kurulduğu görülmektedir.

Erdoğan konuşmalarında somut milliyetçi sembollerden istifade ederken, kutsal ve kollektif sembolleri kullanımın daha az kullandığı tespit edilmiştir. Bu semboller üzerinden biz ve öteki kimliği tanımlanırken istifade edilmiş olup kurulan biz kimliğinin devamlılığı yapılan icraatlara bağlanarak birlik ve beraberlik teması işlenmektedir. Semboller üzerinden yapılan kurguda somut işlemlerden ziyade duygusal bağların daha çoğunlukta kurulduğu tespit edilmiştir.

***Tablo3. 13:**Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun kollektif simgeleri kullanım sayıları*

	Kılıçdaroğlu	**Erdoğan**
Birlik	29	27
Beraber	40	45
Kardeş	36	78

Tablo3.13'teki rakamlar Erdoğan'ın kollektif simgeleri daha fazla kullandığını göstermez çünkü konuşmaları Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarından çok uzundur. Her iki adayın sıralamasına bakıldığında ilk sırada kardeşlik, ikinci sırada beraberlik üçüncü sırada ise birlik vurgusunu olduğu görülmektedir.

Tablo3. 14*:Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun milli somut ve kutsal sembolleri kullanımı*

	Kılıçdaroğlu	**Erdoğan**
Bayrak	2	6
Vatan	12	53
Ülke	72	127
Namus	5	6
Hudut	3	0
Ezan	1	4
Zafer	0	7
Fetih	0	0
İstiklal	1	3
İstikbal	0	2
Milli Mücadele	0	0
Milli İrade	0	0

İki adayda somut ve kutsal sembolleri kullanmada benzerlik göstermekte olup hudut vurgusuna Kılıçdaroğlu 3 defa başvururken Erdoğan'ın kullanmadığı görülmektedir. Erdoğan'da zafer kullanımı görülürken Kılıçdaroğlu'nda kullanıma rastlanmamaktadır.

Her iki adayın kimi sembolleri kullanımında benzerlikler görünmekle birlikte kullanım bağlamlarında farklılıklar görülmektedir. Kardeşlik vurgusu temel olarak görülürken, ne olduğu konusunda farklılıklar belirginleşmektedir. Erdoğan biz kimliği içerisinde konumlandırılanları kardeş olarak tanımlarken, Kılıçdaroğlu'nun "85 milyon" ve "kutuplaştırmayacağız" vurgusuyla kapsayıcı ve genelleyici olduğu görülmektedir. Kılıçdaroğlu genellemeyi birlik ve beraberlik vurgusuyla pekiştirirken Erdoğan biz kimliği üzerinden pekiştirmeyi gerçekleştirmektedir. Her iki aday da sembolleri kullanırken somut bir boyut kazandırmazken Erdoğan simgeler üzerinden duygusal yakınlık kurabilmektedir.

Erdoğan'ın ritüel şeklinde gerçekleştirdiği konuşmalarının sonundaki "Tek millet, tek bayrak, tek vatan, tek devlet, bir olacağız, iri olacağız, kardeş olacağız, hep birlikte Türkiye olacağız" sloganı tamamen milliyetçi somut, kutsal ve kollektif simgeleri içermektedir.

Bu noktada, adayların milliyetçi söylemlerini ve sembolleri nasıl kullandıklarını değerlendirmek için yalnızca bireysel ifadeler değil, söylemlerin bağlamı ve anlam dünyası da dikkate alınmalıdır. Her iki liderin de milliyetçi söylemi farklı yaklaşımlar üzerinden inşa ettiği gözlemlenmekte olup, bu söylemler Türkiye tasavvuru, tarihsel referanslar, toplumsal normlar ve ekonomik kalkınma gibi çeşitli temalar çerçevesinde şekillenmektedir. Dolayısıyla, liderlerin söylemlerini analiz ederken, sadece sembollerin kullanımı değil, aynı zamanda bu sembollerin hangi ideolojik ve siyasi çerçevede işlendiği de önem taşımaktadır. Bu bağlamda, bir sonraki bölümde milliyetçiliğin ülke tasavvuruna nasıl yansıdığı ve bu yansımaların söylem analizine nasıl konu olduğu detaylı şekilde ele alınacaktır.

3.3. Türkiye Tasavvuru

Bu bölümde milliyetçiliğin ülke tasavvuruna akademik olarak değinmeden iki liderin konuşmaları üzerinden Milliyetçilik bağlamında Türkiye tasavvuru, tarih ve gelenek, birlik ve beraberlik, toplumsal normlar, ekonomi ve kalkınma, bağımsızlık, gelecek vizyonu şeklinde ikinci bölümde de ifade edildiği gibi altı kategoride ele alınmaktadır. Bu bölümde içerik analizinden çok söylem analizine yoğunlaşarak veriler üzerinden konuşmalar çözümlenmeye çalışılacaktır. Bunu yaparken temanın kategorilerini ayrı ayrı ele almayıp kavramların kullanımı üzerinden analiz yapılacaktır. Çünkü kategoriler hem daha önceki temalar ile hem de bu temanın içinde benzer kavramlara sahiptir. Bütünlüğü yakalamak açısından bu yol benimsenmiştir.



***Şekil 3 16**: Türkiye tasavvuruna ait bazı kelimeler*

2023 genel seçimleri ve cumhurbaşkanlığı seçimlerinde milliyetçi söylemin önemli bir etkiye sahip olacağı yönündeki kanaat oldukça yüksekti. Özellikle 2021 yılında kurulan ve Suriyelilerin ülkelerine geri gönderilmesi üzerinden siyaset yapan Zafer Partisi'nin oy oranları, yalnızca televizyon ve gazetelerde değil, aynı zamanda halk arasında da sıkça tartışılan konuların başında gelmekteydi. Ancak, 2023 seçim sonuçları bu beklentiyi destekleyecek bir tablo sunmamıştır. Seçim sonuçları, milliyetçi temaların toplumsal algıya etkisi ile bu söylemin seçim başarısına dönüşümü arasındaki ilişkiyi değerlendirme gerekliliğini işaret etmektedir.

> "14 Mayıs 2023 seçimlerinde MHP yaklaşık 1 puanlık bir düşüşle yüzde 10,07; İYİ Parti çok az bir düşüşle yüzde 9,68; Zafer Partisi ise yüzde 2,23 oy aldı. Bu da toplamda yüzde 21,98'e denk geliyor. Dolayısıyla sayısal olarak bakıldığında, 2018 seçimlerine kıyasla milliyetçi partilerin toplam oylarındaki artışın yüzde 1'in altında olduğu görülüyor" (Hamsici, 2023).

Her ne kadar sonuç beklenen şekilde gerçekleşmese de -ki seçim çok boyutlu ve çok denklemliydi- seçim çalışmalarının beklentiye hitap edecek şekilde yürütüldüğünü söyleyebiliriz. Milliyetçilik inşa edilmiş ülkenin vatandaşlarına güçlü bir aidiyet duygusuyla bağlılık isterken, kurduğu/kurmak istediği ülke tasavvuruyla bağlılığını kuvvetlendirmektedir. Seçim dönemleri özellikle seçmen, ülkenin bu duruma gelmesi için geçirdiği tarihsel sürecin zorlukları, düşmanla nasıl mücadele edildiği, bu ülkede yaşamanın artılar, sahip olduğu/olmadığı durumlar üzerinden bir ülke portresi çizilerek ikna edilmektedir.

Tablo3. 15:*Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun Türkiye Tasavvuru temasında en çok kullandıkları kelimeler*

Erdoğan		**Kılıçdaroğlu**	
49	Türkiye Yüzyılı	36	Adalet
35	Şan	13	Aile
34	Büyük	15	Bahar
34	Yatırım	10	Barış
31	Devlet	8	Bereket
31	Güven	27	Büyük
31	Hak	50	Güzel
22	Eğitim	27	Hak
22	Güzel	5	Hukuk
19	LGBT	32	Huzur
17	Aile	4	İhya
16	Huzur	6	Yatırım
14	Bütün	8	Yoksul
11	Evlat		
10	Kalkınma		
10	Üretim		

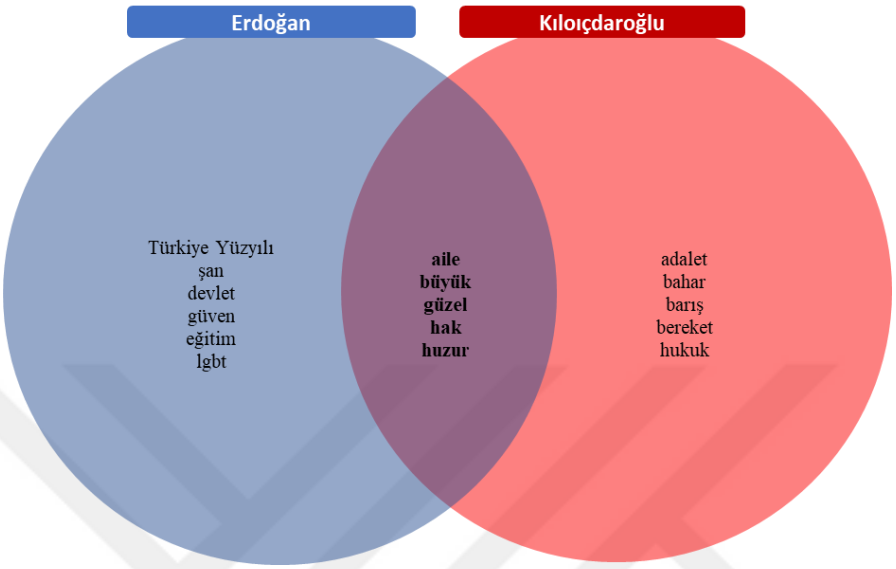
Kılıçdaroğlu hak ve adalet merkezli bir ülke portresi çizerken Erdoğan devletin merkeze alındığı güven odaklı büyük ve şan sahibi ülke ideali çizilmektedir. Kılıçdaroğlu aile ile geleneksel yapıya vurgu yaparken baharın huzur, bereket, barış temelli olması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Muhalefet partisi lideri olması hasebiyle Kılıçdaroğlu hükümet tarafından ülkenin yoksulluğa mahkûm edildiğini konuşmalarında sıklıkla "yatağa aç çocuk girmeyecek" söylemiyle vurgularken yoksul olmayan bir ülke idealinin adaletten sonraki meselelerden biri olduğunu göstermektedir.

İki adaydan Erdoğan'ın en çok kullandığı beş kelime; şan, büyük, yatırım, devlet, güven iken Kılıçdaroğlu'nun ilk beş kelimesi; güzel, adalet, huzur, büyük ve hak'tır.

Her ne kadar iki liderde aileyi toplumsal yapının temeli kabul etse de Erdoğan, LGBT üzerinden ailenin yıkılmak istendiğine ve bununda rakibi aracılığıyla yapıldığına sıklıkla vurgu yapmaktadır. "LGBT'nin AK Parti'ye, MHP'ye, Cumhur İttifakı'na giremez. "Ama CHP, LGBT'ci mi? Evet. İYİ Parti LGBT'ci mi? Evet. HDP, LGBT'ci mi? Evet" (Erdoğan R. T., Samsun Mitingi, 2023). Her iki aday olumsuz değer ve tanımlamaları rakibi için kullanmakla birlikte Erdoğan'ın özellikle toplumsal ahlaki normlar, değerler üzerinden rakibine saldırısı

daha dikkat çekicidir. Kılıçdaroğlu bu saldırıyı adalet, hak ve yolsuzluk üzerinden gerçekleştirmektedir.



Şekil 3 17: *Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun Türkiye Tasavvuru için kullandıkları kelimelerin kesişim ve fark kümeleri*

Kılıçdaroğlu'nda gelecek vurgusuna rastlanmazken Erdoğan "Türkiye Yüzyılı" üzerinden yapılacak projelere konuşmasının bir bölümünde yer vermekle birlikte gösterilen iki video ile hem yaptıklarını hem de yapacaklarını ortaya koymaktadır.

İdeal bir Türkiye tasavvuru hem somut hem de soyut temeller üzerinden oluşturulmaktadır. İdeal Türkiye tasavvuru gelecek hedeflerini belirlerken geçmişin mirası ile birleştiren, toplumu bir arada tutan, güçlü, bağımsız ve refah içinde bir ulus vizyonu inşasıdır.

Erdoğan gelecek vizyonunu geçmiş miras üzerine "Cumhur İttifakı olarak oyunları boza boza, zincirleri kıra kıra hep beraber omuz omuza zafere koşuyoruz, zafere. 85 milyon olarak emin adımlarla Türkiye Yüzyılı'na yürüyoruz" (Samsun Mitingi) milletle birlikte kurarken dayanaklarının, "Biz ilhamı tarih boyunca nice zorlukların üstesinden gelen, nice zaferler kazanan Ankara'dan aldık. Ankara'nın, Millî Mücadele'de düşman toplarının sesleri duyulurken bile asla korkmadığını, diz çökmedi" (Ankara Mitingi) kuruluş referansları olduğunu belirtmektedir.

Erdoğan'ın Türkiye tasavvurunda öne çıkan güven kavramı "bu şehirde yaşayan insanların hem buraya gelen ziyaretçilerin güven içinde, huzur içinde hayatını sürdürebileceği bir iklim tesis ettik" (Van Mitingi) şeklinde ülkenin ve bölgenin güvenliği konu edilirken aynı zamanda bu konuda güven merci "Kardeşlerim, devletinize güvenin, bize güvenin" (Van) kendileri olduğunu ortaya koymaktadır. Güven içindeki bölgenin inşa edilmesini sağlayanın kendileri olduğundan dolayı güveni hak ettiklerini ve bu güvenin karşılığının seçim tercihlerini Cumhur İttifakı'ndan yana kullanılması mesajıyla birlikte gelmektedir. Bu mesaj iki paragraf önce "14 Mayıs'a gümbür-gümbür yürüyor muyuz?" şeklinde kurulmuştur.

"Bu ülkenin, bu milletin mayasının sağlam olduğunu felaket anlarında ispatlayarak hepimizin, bilhassa da gençlerimizin geleceklerine güvenle bakabilmelerini sağladınız" (Antalya Mitingi) ifadesiyle topluma olan inanç pekiştirilirken bu inancın geleceği olan gençlerin güven içerisinde olmasını sağladı ortaya konulmaktadır.

Erdoğan, İstanbul'un geçmişte yaşadığı sorunlara "çöp, çukur, çamur" ifadesiyle atıfta bulunarak, yapılan yatırımlar sayesinde şehrin uluslararası alanda cazip bir merkez hâline geldiğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde, Ankara'yı son 21 yılda gerçekleştirilen yatırımlarla savunma sanayisinin başkenti hâline getirdiklerini ve aynı zamanda hem siyasetin hem de sanayi yatırımlarının merkezi olarak konumlandırdıklarını ifade etmektedir. Konuşmalarında, önceki CHP yönetimi döneminde yapılmayan hizmetleri öne çıkararak, hükümetin illerde gerçekleştirdiği kalkınma hamlelerini karşılaştırmalı bir söylemle sunmaktadır. Van'da yaptığı konuşmada ise, "Bununla yetinmedik, sınır ötesi harekâtlarla, yeni ekonomi programlarıyla, savunma sanayi ve enerji yatırımlarıyla Türkiye Yüzyılı'na hazırlık yaptık" diyerek, hükümetin izlediği politikaları kapsamlı bir şekilde aktarmakta ve bu bağlamda milliyetçi söylemi güçlendirmektedir.

Ülkenin kalkınması sağlanırken yatırımlar yapılırken ötekiler gibi "Türkiye'nin ekonomisini Londra tefecilerine, güvenliğini terör örgütlerine, dış siyasetini emperyalistlere teslim etmek isteyenlere karşı" milli olmanın ne demek olduğunu İzmir mitinginde hatırlatan Erdoğan milliyetçi söylemle milli olduklarını ortaya koyduğunu iddia etmektedir. Mustafa Kemal'in İzmir'de gerçekleştirdiği İktisat kongresine yapılan tarihi vurgu "ekonomik bağımsızlık hayalinin yatırım, istihdam, üretim ve ihracatla her yıl Cumhuriyet tarihinin rekoru kırılarak ete kemiğe büründüğünü" ifade edilerek geçmiş ile bugün bağlantısı kurulan bir Türkiye tasavvuru ortaya konulmaktadır.

Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarını incelediğimizde Türkiye tasavvurunu birlik ve beraberlik üzerinden kurarken toplumsal normlardan istifade ettiği tespit edilmiştir. Ekonomi konusunda yoksulluk vurgusu ön planda iken kalkınma ile ilgili somut bir örneğe rastlanmamaktadır. Konuşmaların ana omurgası hükümet eleştirisi üzerinden kurulmuş olup geleceğe yönelik somut bir projeden bahsedilmediği gözlemlenmiştir. Konuşmalarında sıklıkla toplumsal birlik, adalet ve demokrasi gibi soyut kavramlar ön plana çıkarken, gelecek soyut düşünceler üzerinden kurulmaktadır. Örneğin "hiç kimse yatağa aç girmeyecek" tanımlamalarıyla ülke idealinin ilk basamağında ekonomi olduğunu ortaya koymaktadır.

Geçmiş, gelenek ve gelecek arasında bir bağ kurulmazken ideal ülkenin adalet, hak, huzur merkezli güzel bir ülke olması gerektiği konuşmalarda sıklıkla öne çıkmaktadır. Güzel vurgusu genellikle sıfat olarak gelmiş olup güzel insanlar, güzel Antalya, güzel ovalar, güzel Türkiye şeklinde kullanılmıştır. "Hiçbir çocuğun yatağa aç girmediği" (Samsun), barış, huzur ve bereket (Antalya) olduğunda güzel Türkiye'nin inşa edileceği ortaya konulmaktadır. Kılıçdaroğlu, bireyin temel ihtiyaçlarının karşılandığı toplumsal refahın arttığı bir Türkiye vizyonu kurmaktadır. Bu vizyon "Her şey çok güzel olacak. İnanın her şey çok güzel olacak" cümleler ile umut aşılanmaktadır. Umuda ve güzelliklere ulaşmanın yolunun da 14 Mayıs'ta sandığa gitmekten geçtiği bütün konuşmalarda belirtilmektedir.

> "Çünkü devletin dini adalettir. Adaletin olmadığı bir yerde huzur olmaz, adaletin olmadığı bir yerde bereket olmaz. Adaletin olmadığı bir yerde kardeşlik olmaz. Adaletin olmadığı bir yerde çocuklar yatağa aç girer. Adaletin olmadığı bir yerde milyonlar yoksul, bir avuç da varsıl olur. O varsıllara ben 'beşli çeteler' diyorum" (Van Mitingi).

Kılıçdaroğlu'nun (Van, İstanbul, Samsun) ülke tasavvurun merkezinde adalet bulunmaktadır. Toplumsal refah, huzur, eşitlik ve dayanışma gibi temel değerler etrafında şekillenen bir ülke modeli sunulmaktadır. Toplumsal ihtiyaçların başında çocukların temel ihtiyaçlarının karşılandığı sosyal sorumluluğunu yerine getiren bir devlet öngörülmektedir. Bu konuşmaların çoğunda "hukuk içinde, adalet içinde" adalet hukuk ve hak kelimeleriyle birlikte gelmektedir.

İzmir konuşmasında huzuru olumsuz anlamda rakibi ötekileştirmek için kullanan Kılıçdaroğlu aynı zamanda "Ama bugün milyonlarca evde işsiz gençlerimiz var. Ve bunların hepsi sıkıntılı. Evlerde huzur yok." İfadesiyle işsizlik ve huzur arasında bağlantı kurarak "tablonun değişmesi" ile huzurun ülkeye geleceğini belirtmektedir.

Modern dönemde vatandaşlık sorumluluğu olarak tanımlanan oy verme işlemini "Benim bir oyumun demokrasi için değeri çok büyüktür" (İzmir) şeklinde ifade eden Kılıçdaroğlu bireysel katılıma vurgu yaparken "birlikte Türkiye'yi yeniden aydınlığa çıkaracağız en büyük gücümüz sizsiniz ve kendinize güvenin" (İstanbul) umuduyla seçmeni motive etmektedir. Seçmeni motive edip yönlendirici bir yaklaşım sergileyen Kılıçdaroğlu büyük kelimesini emeklilerin, çiftçinin, mutfağı pahalılıktan yangın yerine dönen kadınların problemlerini dile getirirken kullanmaktadır.

> "Bir şey daha kısaca. Samandağ'dan başlayarak Mersin'e kadar olan havzayı, Akdeniz'in en büyük üretim bölgesi haline dönüştüreceğiz. Katma değeri yüksek ürünler orada olacak. İstanbul'un nüfusu 5 yıl içinde 2,5 milyon azalacak. O bölgede ciddi bir istihdam alanı yaratacağız. Maden rafinerisinden tutun, denizcilik konusunda en büyük yatırımları gerçekleştireceğiz. Allah nasip eder sizlerin oyuyla iktidar olduğumuzda, 5 yıl içinde 300 milyar dolar para gelecek ve bunlar yatırıma ayrılacak. Tamamı yatırıma ayrılacak, göreceksiniz" (İzmir Mitingi).

> "Bu bölge Özel Ekonomi Bölgesi olarak ilan edilecek. Hayvancılığı göreceksiniz. Sadece Ortadoğu'yu değil Kafkasları da besleyecek büyük bir ekonomik potansiyele sahip burası. Bunu yapacağız. Hepsini yapacağız göreceksiniz" (Van Mitingi).

Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarında genel anlamda Türkiye'ye dair kapsamlı bir gelecek vizyonu belirgin şekilde öne çıkmazken, İzmir ve Van mitinglerinde bölgesel kalkınmaya yönelik projelerini vurguladığı görülmektedir. Van'da yaptığı konuşmada, şehri hayvancılık alanında Orta Doğu ve Kafkasya'nın merkezi hâline getirme hedefini dile getirirken, İzmir'de ise Mersin'e kadar uzanan bölgede katma değeri yüksek tarım ürünleri yetiştirilerek hem İstanbul'un nüfus yoğunluğu azaltılacak hem de işsizlik sorununun çözüleceği ifade edilmektedir. Bu söylemler, Kılıçdaroğlu'nun bölgesel kalkınma odaklı bir yaklaşım benimsediğini göstermektedir.

Kılıçdaroğlu'nun konuşmalarında, güçlü ahlaki değerlerle yönetilen, huzur ve bereketin hâkim olduğu, sosyal devlet anlayışıyla toplumsal refahın yüksek, eşit kazanımlara sahip ekonomik olarak eşitlikçi ve adaletin temel alındığı bir ülke tasavvuruna sahip olduğu gözlemlenmektedir. Buna karşılık geçmiş ve geleneklere atıf yapılmadığı gibi gelecek vizyonu ile ilgili direk cümlelere rastlanmamaktadır.

Türkiye tasavvuru kurulurken milliyetçi söylemin nasıl kullanıldığına odaklanan bu kısımda iki aday arasında benzerlik ve farklılıklar tespit edilmiştir. Milliyetçi ülke tasavvurunun unsurlarından olan tarih ve geleneklere konusunda iki liderde de Mustafa Kemal Atatürk vurgusunun ortak olduğunu yine geleneklere vurgunun olmadığı gözlemlenmiştir. Erdoğan

geçmiş bugün bağlantısını yaptıkları projeler üzerinden kurarken Kılıçdaroğlu'nda böyle bir duruma rastlanmamıştır.

Toplumun birlikteliğe vurgu her iki aday kullanırken simgeler kısmında belirtildiği gibi Erdoğan kendi sınırları içerisinde bir birliktelik çizerken Kılıçdaroğlu 85 milyon tanımlamasıyla tüm vatandaşları kapsayan bir birliktelik ortaya koymaktadır.

Toplumsal kalkınma konusunda Erdoğan yaptıklarının ülkeyi ileriye götürdüğünü ifade ederken Kılıçdaroğlu yoksulluk ve çetelerin ortadan kalkmasıyla gerçekleşeceğini ileri sürmektedir. Toplumsal kalkınmanın unsurlarından olan toplumsal normların iki lider tarafından oldukça çok kullanıldığı tespit edilmiştir. Kılıçdaroğlu adaleti merkeze alan bir tasavvur çizerken Erdoğan ise güveni merkeze almaktadır.

Yapılan savunma sanayi yatırımları ve bölgesel yatırımlar güvencenin kaynağı olarak belirtilirken devlet vurgusunu çok kullanan Erdoğan rakibini LGBT üzerinden ötekileştirerek güvenilmez olarak nitelemektedir. Aileyi ve yapılan yatırımları yıkarak ülkenin güvensizliğe götürüleceği ileri sürülmektedir.

Kalkınmanın yerel mi, yaygın mı, özel teşebbüs mü, devlet eliyle mi, birey odaklı mı olacağı ve bunun üretim veya hizmet odaklı mı olacağı konusunda iki liderde de bir yaklaşım tespit edilememiştir. Kalkınma kelimesi neredeyse hiç kullanılmamış olmakla birlikte Erdoğan'ın konuşmalarında yapılan yatırımların ülkeyi kalkındırdığı konusuna sıkça vurgu yapıldığı videolarla desteklenerek ortaya konulmuştur.

Kılıçdaroğlu ekonomiyi yoksulluk, kaçırılan paralar ve çeteler üzerinden ortaya koyarken Erdoğan yapılan yatırımlar ile refahın yükseldiğini belirtmektedir. Güçlü kalkınmış devlet vurgusunu ekonomik kalkınma ve yerli üretim üzerinden ortaya koyan Erdoğan bunu örneklerle güçlendirmektedir. Yerli otomobil TOGG, Savunma sanayii projeleri (İHA/SİHA, TCG Anadolu, Altay tankı), yerli uygu, açılan üniversiteler, arttırılan okul ve hastane sayıları Akkuyu Nükleer Güç Santrali gibi projelerin Türkiye'nin dışa bağımlılığını azaltan ve ekonomik gücünü artıran simgeler olarak kullanıldığı gözlemlenmektedir.

Kılıçdaroğlu yanlışlıkları ortaya koyduktan sonra bunların toplumun tercihiyle değişeceği umudunu ortaya koyarken Erdoğan, güç ve güvenlik vurgusuyla devamlılığın sağlanacağını belirtmektedir. Konuşmaların sonundaki sloganlar Kılıçdaroğlu'nun "Her şey çok güzel olacak" ve Erdoğan'ın "tek bayrak, tek millet, tek vatan, tek devlet. İri olacağız, diri olacağız, hep birlikte Türkiye olacağız" söylemleri bunu destekler niteliktedir.

Recep Tayyip Erdoğan'ın konuşmalarında ve politikalarında genellikle güçlü bir devlet, ekonomik bağımsızlık, toplumsal dayanışma ve milli değerlere dayalı bir Türkiye tasavvuru çiz(il)mektedir. Bu tasavvurun başlangıcı tarihi referansları olan milli mücadele, Mustafa Kemal ile şekillendirirken geçmişi gelecek modern hedefler ile birleştirerek sunmaktadır.

1. Millet İttifakı'nın kuruluş nedenlerinden biri "Güçlendirilmiş Parlamenter Sistem" olmasına rağmen, Kılıçdaroğlu'nun bu konuya doğrudan vurgu yaptığı bir konuşmaya rastlanmamıştır. Bunun yerine, ekonomi merkezli bir anlatı benimseyerek, söylemlerini demokrasi, adalet, toplumsal eşitlik, ekonomik refah ve birlikte yönetim gibi kavramlar etrafında şekillendirdiği tespit edilmiştir. Türkiye tasavvuru, mevcut sistemin eleştirisi üzerine inşa edilmekte olup, bu bağlamda bir değişim ve dönüşüm vaadi öne çıkmaktadır. Kılıçdaroğlu, bu dönüşümün, demokrasinin yeniden tesis edilmesiyle birlikte adil ve huzurlu bir ülkenin inşa edileceğini vurgulamaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma, 14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde milliyetçi söylemin siyasal iletişimdeki stratejik önemi doğrultusunda Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun miting konuşmalarını nasıl inşa ettiklerini incelemiştir. Milliyetçi söylem, toplumsal kimliğin inşasında güçlü bir araç görevi görürken bunu seçmenle duygusal bağ kurarak ve siyasi meşruiyet sağlayarak gerçekleştirmektedir. Liderlerin "biz" ve "öteki" kimlikleri, kolektif değerler, semboller ve ülke tasavvuru üzerinden inşa ettikleri söylemler, seçmen algısını etkileme ve aidiyet duygusunu pekiştirme amacı taşımaktadır.

Bulgularla her iki liderin de milliyetçi söylemi stratejik bir araç olarak kullandığını, lakin bu söylemlerin bağlamı ve liderlerin ideolojik yönelimlerinde farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Erdoğan söylemlerini geleneksel değerler üzerinden, güvenlik kaygıları ve ulusal bütünlük üzerinden şekillendirmektedir. Buna karşılık Kılıçdaroğlu'nun söylemleri ekonomik eşitsizlikler ve sosyal adalet temalarıyla ilişkili bir milliyetçilik anlayışını yansıtmaktadır. Her iki liderin de söylemlerinde tarihsel referanslara, milli kimliğe ve sembollere yer vererek seçmen nezdinde güven ve aidiyet duygusu inşa etmeye çalıştığı görülmüştür.

Araştırmanın bulguları Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun milliyetçi söylemi, kimlik, semboller ve Türkiye tasavvuru üzerinden nasıl ortaya koyduğu tespit etmektedir. Her iki liderin de kimlik inşasında etnik kökeni kullanmadığı, geleneksel sembollere atfın yüksek olduğunu ve Erdoğan'ın yaptıkları ve yapacakları projeler ile somut ve belirgin bir Türkiye tasavvuru çizerken Kılıçdaroğlu'nun ekonomi temelli bir tasavvur ortaya koyduğu görülmüştür.

Milliyetçilik, ulus-devletlerin temel yapı taşı olan kimlik inşasının merkezinde yer alırken, liderlerin konuşmalarında bu kimlik inşasının ortak bir vurgu oluşturduğu görülmektedir. Türkiye'de milliyetçi kimliğin inşası ve sunumu, liderlerin söylemleri arasında belirgin farklılıklar göstermektedir.

Erdoğan, "biz" kimliğini Türkiye'nin bağımsızlığına ve milli iradesine bağlı bir topluluk olarak tanımlarken, "öteki" kimliğini ise genellikle dış güçler, Batı müdahaleciliği ve terör örgütleriyle ilişkilendirmiştir. Kapsayıcı bir dil kullanarak, Türkiye'nin milli birliğini vurgularken, aynı zamanda tehditlere karşı savunmacı bir duruş sergilemiştir. Erdoğan'ın kimlik inşasında, dini ve tarihsel referanslara sıklıkla atıfta bulunulmuş ve bu unsurlar milli kimliğin ayrılmaz bir parçası olarak sunulmuştur.

Kemal Kılıçdaroğlu, etnik ve dini ayrımcılığa karşı vatandaşlık temelli bir anlayışı benimseyerek, eşitlik ve sosyal adalet üzerine inşa edilmiş bir kimlik yaklaşımı ortaya koymaktadır. Milliyetçilik, bu bağlamda demokratik değerlerle birleştirilmiş; kimlik, sosyal dayanışma ve ekonomik eşitsizliklerin giderilmesi üzerinden tanımlanmıştır. Bu yaklaşım, milli birliğin güçlendirilmesini hedeflemektedir. Erdoğan'ın ve Kılıçdaroğlu'nun ulusal kimlik tanımları, Smith'in "tarih, dil, kültür ve ortak bir aidiyet duygusu etrafında şekillenen kimlik" anlayışıyla örtüşmektedir. Ancak iki liderin söylemleri farklı perspektifler taşımaktadır: Erdoğan, dini ve tarihsel bir kimlik vurgusu yaparak etno-sembolik yaklaşımı benimserken, Kılıçdaroğlu vatandaşlık temelli, laiklik ve Cumhuriyetin kazanımlarını merkeze alan bir kimlik anlayışı geliştirmiştir.

Her iki lider, seçmeni mobilize etmek, duyguları harekete geçirmek ve seçmen onayını pekiştirmek için sembollerden etkili bir şekilde faydalanmaktadır. Erdoğan, geleneksel ve dini değerleri ön planda tutarken, milli gururu simgeleyen kavramlara sıkça başvurmaktadır. Bayrak ve vatan gibi semboller, söylemlerinin temel taşlarını oluşturmaktadır. Kılıçdaroğlu ise kolektif simgelere yönelmiş, özellikle Mustafa Kemal Atatürk ve Cumhuriyet değerlerine vurgu yaparak halkçılık ilkesini ön plana çıkarmıştır. Hobsbawm'un modernleşme sürecinde sembollerin birleştirici gücüne dair vurgusu, her iki liderin söylemlerinde de kendini göstermektedir. Kılıçdaroğlu, Cumhuriyetin kazanımlarını sosyal refah projeleriyle sembolize ederken; Erdoğan, bu kazanımları milli gurur unsurları ve dini değerlerle birleştirmiştir.

Türkiye vizyonu konusunda iki liderin yaklaşımları keskin farklılıklar taşımaktadır. Erdoğan, Türkiye idealini tarihsel miras üzerinden kurarak geleceği modernlikle inşa etmeyi hedeflemektedir. Onun vizyonu, Türkiye'yi küresel bir aktör olarak bağımsız ve güçlü bir pozisyona taşımak; milli savunma sanayisi, enerji bağımsızlığı ve büyük altyapı projeleriyle somutlaştırılmıştır. Bu yaklaşım, uluslararası bağımsızlık ve milli egemenlik vurgusunu ön plana çıkarmaktadır.

Kemal Kılıçdaroğlu ise sosyal adalet ve refah merkezli bir Türkiye tasavvuru sunmaktadır. Onun vizyonu, ekonomik eşitlik, sosyal refah ve halkın yaşam standartlarının yükseltilmesi üzerine kurulmuştur. Bu tasavvur, ekonomik kalkınmayı milli gururun bir parçası olarak görürken, hukuk devleti ilkesine ve demokratik değerlere dayalı bir yapının gerekliliğini savunmaktadır.

Bu yaklaşımlar, liderlerin milliyetçiliğe ve ulusal kalkınmaya bakışını şekillendirmektedir. Nairn'in milliyetçiliği kalkınma odaklı bir ideoloji olarak değerlendiren

yaklaşımı, Kılıçdaroğlu'nun demokratik, çoğulcu ve sosyal adalet temelli vizyonuyla örtüşmektedir. Öte yandan Erdoğan'ın güçlü, bağımsız ve uluslararası arenada etkin bir Türkiye tasavvuru, Gellner'in modern ulus-devletlerin ekonomik kalkınma ve toplumsal bütünlük hedefleriyle paralellik göstermektedir. Bu bağlamda, her iki liderin Türkiye tasavvurları, farklı ideolojik temellere dayanarak geleceğe yönelik iki ayrı yönelim sunmaktadır.

***Tablo 4. 2**: İki liderin temaları tasarlama şekli*

Boyut	**Recep Tayyip Erdoğan**	**Kemal Kılıçdaroğlu**
Kimlik	Dini ve tarihi referanslarla güçlendirilmiş, savunmacı	Vatandaşlık ve eşitlik temelli, kapsayıcı
Semboller	Tarihi miras, Atatürk ve Cumhuriyet, bayrak, şehitlik, yerli sanayi	Atatürk, Cumhuriyet, sosyal dayanışma, demokrasi
Türkiye Tasavvuru	Büyük, güçlü, bağımsız ve modern Türkiye	Sosyal adalet, demokratik ve katılımcı Türkiye

Tablo 4.1'te Kılıçdaroğlu'nun milliyetçi söylemi otoriterlikten uzak iken Erdoğan'ın kimlik, semboller ve Türkiye tasavvurunda belirgin şekilde ortaya çıkan merkeziyetçilik ve tek tipleştirme nosyonunun otoriterleşmeyi tetikleyici etmen olarak belirmektedir.

Halkı "biz" ve "öteki" ayrımı üzerinden mobilize eden popülist bir milliyetçilik anlayışını benimseyen Erdoğan halkı milli iradenin sahibi homojen bir yapı olarak sunmaktadır. Dolayısıyla halkı aynılık üzerinden okuyan "popülist milliyetçilik"[1] anlayışı Erdoğan'ın halkı tehdit eden dış ve iç güçlere karşı ötekileştirme ile örtüşmektedir. Milli kimlik tarihi miraslar ve dini değerler üzerinden ortaya konularak "etno-dinsel milliyetçilik"[2] yaklaşımının benimsendiği görülmüştür. Sınırların korunması, terör, iç ve dış düşmanlara karşı mücadele "güvenlik odaklı milliyetçilik"[3] anlayışı da otoriterleşmeyi gösteren göstergelerdir.

Erdoğan'ın milliyetçi söylemi, literatürdeki farklı milliyetçilik türlerini bir araya getiren hibrit bir model olarak değerlendirilebilir. Halkın dinamikleri ve seçmen beklentilerini dikkate

[1] Liderin halkı birleştiren ve dış tehditlere karşı savunan bir figür olarak konumlandırılmasıyla açıklanmaktadır. Erdoğan'ın "Türkiye Yüzyılı" gibi kavramlarla yeni bir milli vizyon oluşturması, bu anlayışla uyumludur.
2 Etno-dinsel milliyetçilik: ulusal kimliği etnik ve dini unsurlar üzerinden tanımlayan bir milliyetçilik türüdür. Millet, ortak bir etnik köken ve dini inanç temelinde homojen bir topluluk olarak kabul edilip dini aidiyet ve mili aidiyet birbirinin ayrılmaz parçasıdır. (Şöhret, M. (2013). Etno-Dinsel Milliyetçilik Bağlamında İrlanda Sorunu. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, *2*(4), 39-76.)
3 Güvenlik odaklı milliyetçilik: ulusal kimliği ve devletin bütünlüğünü tehdit eden unsurlara karşı, güvenlik kaygılarının merkeze alındığı bir milliyetçilik anlayışıdır.

alan popülist, milli kimliği tarihsel ve dini değerlerle güçlendiren etno-dinsel ve güvenlik odaklı milliyetçilik modeli modern siyasi iletişim teknikleriyle birleştirilerek sunulmaktadır. Bu bağlamda, Erdoğan, milliyetçiliği yalnızca geçmişe dayalı romantize edilmiş bir ideoloji olarak değil, güncel siyasi süreçleri yönlendiren ve geleceği şekillendiren dinamik bir araç olarak kullanmaktadır.

Çalışmanın bulgularını dikkate aldığımızda Kemal Kılıçdaroğlu'nun milliyetçilik anlayışının merkezini ekonomi oluşturmaktadır. Ekonomik bağımsızlık, yerli üretim ve halkın refahının arttırılması bağlamında kollektif dahil edici anlayışı Renan'ın kimliği ortak değerler ve hukuk çerçevesinde tanımlamasıyla örtüşmektedir. Kılıçdaroğlu'nun bu çerçevede milliyetçiliği, bir toplumsal sözleşme olarak gördüğü söylenebilir.

Kemal Kılıçdaroğlu'nun milliyetçi söylemi, literatürde daha çok modernist ve çoğulcu yaklaşımlara dayanan bir milliyetçilik anlayışıyla örtüşmektedir. Bu söylemin literatürdeki Anderson'un "hayali cemaatler" kavramıyla paralellik taşır. Bu bağlamda, milli kimlik, kapsayıcı ve toplumun ortak geleceğine odaklanan bir inşa edilmiş topluluk olarak tanımlanmaktadır. Milliyetçiliğini ayrıştırıcı değil, birleştirici bir araç olarak kullanan Kılıçdaroğlu, Smith'in "etno-sembolik" yaklaşımı ile örtüşmektedir.

Erdoğan'ın, milliyetçi söylemlerinde güvenlik, istikrar ve geleneksel milli değerler öne çıkmaktadır. Bu bağlamda vatanın korunması, terörle mücadele ve güçlü liderlik vurguları dikkat çekmiştir. Özellikle "biz" kimliğini inşa ederken, Türkiye'nin güçlü bir ulus-devlet olduğu fikrini pekiştirmektedir. Kılıçdaroğlu, milliyetçi söylemini daha çok ekonomik eşitsizlikler ve sosyal adalet ekseninde yapılandırmıştır.

Liderlerin konuşmalarına duygusallık ve rasyonellik açısından analiz edildiğinde Erdoğan geçmiş tarihe ve atalara yaptığı atıflar ile biz kimliğiyle seçmen ile duygusal bir bağ kurmaktadır. Kılıçdaroğlu ise daha rasyonel temellere dayanmış, ekonomik kalkınma, fırsat eşitliği ve sosyal adaleti vurgulamıştır. Milliyetçi söylem, seçmenlerin duygusal ve rasyonel ihtiyaçlarını karşılamada etkili bir araçtır. Erdoğan'ın geleneksel ve güvenlik odaklı milliyetçi söylemi, geçmişe ve kolektif değerlere dayalı bir aidiyet hissi oluştururken, Kılıçdaroğlu'nun rasyonel söylemi ekonomik refah ve sosyal adalet üzerinden bir ulusal dayanışma duygusu yaratmaya çalışmıştır.

Milliyetçilik, çok boyutlu bir yapıya sahip olması nedeniyle tek bir ideolojiye indirgenememektedir. Türkiye'de farklı fraksiyonlardaki milliyetçilik anlayışları ve etnik çeşitlilik, birden fazla milliyetçi söylemin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Seçim kampanya

stratejilerinin seçmeni ikna etme üzerine inşa edilmesi, bu söylemlerin daha da çeşitlenmesine yol açmaktadır. Her iki lider de milliyetçiliği modernist bir perspektiften ele alırken, aynı zamanda etno-sembolik yaklaşımdan da yararlanmaktadır. Ancak, milliyetçiliğe dair yeni kuramsal yaklaşımlar konusunda, liderlerin konuşmalarında belirgin bir argümana rastlanmamıştır.

Erdoğan'ın gelenekselci ve güvenlik odaklı milliyetçiliği modernist kimlik inşasıyla sunulmaktadır. Ayrıca gelecek tasavvurunu rasyonel ve somut bir şekilde ortaya koyarak popülist milliyetçiliği miting konuşmalarında kullanmaktadır. Kılıçdaroğlu'nun sosyal ve ekonomik kalkınmaya dayalı milliyetçiliği söylemlerinde temel olarak kullanırken geleneksel değerleri de öne çıkarmaktadır. Milliyetçiliğin modernist, popüler ve gelenekçi argümanlarından faydalandığı çok boyutlu bir söylem inşa edilmiştir.

Cumhur ittifakının kurucusu ve büyük ortağı olarak kabul edilen MHP'nin söylemlerinin seçim dönemindeki daha baskın olması beklenen bir durum iken Erdoğan'ın konuşmalarında etnik milliyetçilik unsurlarına özellikle "Türk" vurgusuna rastlanmamaktadır. Erdoğan Van'da "Kürt kardeşlerim" hitabını kullanırken diğer illerde böyle bir hitaba pek rastlanmamaktadır.

Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun milliyetçi söylemi farklı bağlamlarda kullanmalarına karşılık bazı hususlarda benzerlik göstermektedirler. Her iki lider de milli kimlik inşasında semboller ve ortak değerleri ön plana çıkarmıştır. Türk bayrağı, vatan sevgisi ve Türkiye'nin bağımsızlık mücadelesine yapılan göndermeler, söylemlerin ortak noktalarındandır. Bu noktada beklenen Erdoğan'ın Osmanlı ve Selçuklu vurgusunun öne çıkarması iken iki liderde başlangıç noktasını Cumhuriyet ve ortak ataya Mustafa Kemal'i almıştır.

Toplumsal birlikteliği güçlendirme ve seçmeni ortak bir kimlik etrafında bir araya getirme stratejisi hem Kılıçdaroğlu'nda hem de Erdoğan'da mevcuttur. Ayrıca ulusal egemenlik ve bağımsızlık, Türkiye'nin dünya sahnesindeki gücünü koruma gerekliliği vurguları benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte her iki liderde toplumsal kaygılar ve Türkiye'nin problemlerini milliyetçi bir perspektiften ele alarak toplumsal dayanışmayı güçlendirmeyi amaçlamıştır. Lakin kaygılar ve problemler iki liderde farklılık göstermektedir. Erdoğan güvenlik kaygısın temel alırken Kılıçdaroğlu ekonomiyi Türkiye'nin temel problemi olarak görmektedir.

Recep Tayyip Erdoğan milliyetçiliği, güvenlik ve bağımsızlık odaklı, dini ve tarihsel referanslarla desteklenen, halkın gücünü ön plana çıkaran popülist bir çerçevede tanımlar. Bu

çerçevede milleti, tarihiyle güçlendirilmiş, milli iradeyi merkeze alan ve tehditlere karşı birliğin korunmasını gereken bir yapıdır. Bu anlayış, milli kimliği tehditlere karşı savunulması gereken bir değer olarak konumlandırırken ve savunmacı bir yapıya bürünürken güçlü liderlik ve merkeziyetçiliği de ön plana çıkarır.

Kemal Kılıçdaroğlu'nun millet tanımı, vatandaşlık temelinde şekillenen, etnik ve dini ayrım gözetmeksizin tüm bireyleri eşit haklarla sahip vatandaşlar olarak tanımlarken kapsayıcı bir yapı sunar. Milliyetçilik ise sosyal adalet, ekonomik eşitlik ve demokratik değerler çerçevesinde, toplumun farklı kesimlerini birleştiren bir anlayışla tanımlanır. Bu yaklaşım uzlaşma ve dayanışmayı merkeze alırken Cumhuriyetin kazanımlarını ve Atatürk'ün halkçı ilkelerini ön plana çıkarır. Renan'ın "birlikte yaşama arzusu" fikriyle ayrışmadan yaşama isteği uyum göstermektedir.

Kılıçdaroğlu, geleneksel milliyetçiliği eleştirel bir perspektifle ele almış, milliyetçiliğin tarihsel ve toplumsal bağlamını koruyarak, toplumu ekonomik ve sosyal adalet temelinde birleştirmeyi hedeflemiştir. Bu bağlamda, Kılıçdaroğlu'nun geleneksel milliyetçiliği, Türkiye'de milliyetçi söylemin modernleşmesi ve demokratikleşmesi açısından önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Buna karşılık, Erdoğan'ın söyleminde geleneksel değerler merkezi bir konumda yer almakta, ancak bu değerler modernleşmeci bir anlayışla harmanlanarak toplumun güvenlik içinde kalkınması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu yaklaşım, geleneksel milliyetçiliğin yalnızca geçmişe ait bir ideoloji olmadığını, aksine günümüz sorunlarına çözüm sunabilen dinamik bir çerçeve sunduğunu ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra Erdoğan, sol milliyetçiliğin halk odaklı retorik ve sosyal dayanışma unsurlarını sağ milliyetçilikle harmanlayarak pragmatik bir söylem geliştirmiştir.

Milliyetçilik ne liberal görüşlerin öngördüğü şekilde halk egemenliği ve ulusların kendi kaderini tayin hakkıyla uyumlu bir yapıya dönüşebildi, ne de muhafazakâr milliyetçiliğin vaat ettiği sosyal bütünlük ve kamu düzenini sağlayabildi. Modernist bakış açısına göre, kapitalizm, endüstrileşme ve bürokratikleşme gibi süreçlerle "icat edilmiş" bir olgu olan milliyetçiliğin, gelişmiş toplumlarda önemini yitireceği tezi tartışmaya açılmıştır (Karadağ ve Yaman, 2018). Milliyetçilik değişip dönüşerek zaman zaman ulus devletler bazında bazen mikro milliyetçilik perspektifinde yoluna devam etmektedir.

Bu araştırmanın bulguları Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun söylemlerinin farklı milliyetçilik ideolojileri, yaklaşımları ve uygulamalarıyla şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Erdoğan, geleneksel ve muhafazakâr bir milliyetçiliği modernleşme ve ilerlemeci bir anlayışla harmanlayarak sunmaktadır. Bu yaklaşım, dini ve tarihsel unsurları ön planda tutarak milli gururu ve bağımsızlık vurgusunu merkeze almaktadır. Kılıçdaroğlu ise kapsayıcı, eşitlikçi ve sosyal adalet temelli bir milliyetçilik söylemini, Cumhuriyetin kazanımları ve laiklik ilkesiyle birleştirerek hibrit bir milliyetçi söylem geliştirmiştir.

Bu durum, Türkiye'de milliyetçiliğin farklı bölgelerde ve toplumsal kesimlerde çeşitlenen türlerinin varlığını ortaya koymaktadır. Milliyetçilik, toplumsal dinamikler ve yerel farklılıklar doğrultusunda, liderlerin söylemleri ve stratejileriyle yeniden üretilmektedir. Erdoğan'ın geleneksel değerleri modernlikle harmanlayan yaklaşımı ile Kılıçdaroğlu'nun sosyal adaleti merkeze alan ve kapsayıcı bir vizyon sunan söylemi, Türkiye'de milliyetçiliğin çok boyutlu ve dinamik bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Bu çeşitlilik, milliyetçilik ideolojisinin toplumsal yapıya nasıl uyum sağlayarak farklı şekillerde tezahür ettiğini ortaya koymaktadır.

Çalışma, altı bölgeden altı ilde Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun miting konuşmalarını analiz ederken, örneklem darlığı nedeniyle 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde milliyetçi söylemin etkisi ve bağlamı hakkında genel bir değerlendirme yapmak mümkün değildir. Bulgular coğrafi bölgeleri temsil açısından sınırlı olmakla birlikte söylemin sosyoekonomik sınıflarda nasıl etki gösterdiği, seçmen davranışına etkisi ve ittifakların milliyetçi söyleme nasıl yön verdiği noktasında incelenmemiştir.

Çalışma milliyetçi söyleme katkı sunarken gelecekte yapılacak medya, sosyal medya, seçim beyannameleri ve bir bütün olarak seçim kampanyalarındaki milliyetçi söylemin ortaya konulmasında bir perspektif sunabilir. Bu bulgular yapılmış ve yapılacak diğer milliyetçi söylem bulgularıyla birleştirilerek Türkiye'deki mevcut siyasi, toplumsal, kültürel dinamiklerin seçmen tercihleri üzerindeki etkisini değerlendirmek açısından önem arz etmektedir. Bu bulgular ayrıca toplumun hangi değerler ve öncelikler etrafında birleştirildiğini ve hangi konularda ayrıştığını analiz etmek için temel sağlar. Çalışma milliyetçiliğin geleneksel ve modern biçimleri arasındaki geçişlerin nasıl sağlandığı noktasını anlamada literatüre katkı sağlamaktadır.

Etno-sembolik yaklaşım, sivil milliyetçilik, güvenlik odaklı milliyetçilik ve popülist milliyetçilik gibi teorilerin Türkiye bağlamında nasıl somutlaştığını açıklamada tam anlamıyla yeterli olmasa da elde edilen bulgular bu teorilerin söylemler üzerinden analiz edilmesine imkân tanımaktadır. Erdoğan'ın söylemleri, etno-dinsel ve güvenlik odaklı milliyetçilik teorilerinin

uygulamadaki yansımalarını ortaya koyarken, Kılıçdaroğlu'nun söylemleri ise sivil ve demokratik milliyetçilik teorilerinin güncel yorumlarının nasıl şekillendiğini göstermektedir. Ayrıca, Erdoğan'ın milliyetçi retoriği nasıl araçsallaştırdığı ve bu söylemin otoriterleşme ile nasıl bir ilişki kurduğu analiz edilerek, milliyetçilik ile otoriter yönetim arasındaki bağ ortaya konulabilir.

Türkiye'de milliyetçiliğin tarihsel ve güncel bağlamda nasıl dönüştüğünü zamansal ve lider bazlı ortaya konulmasa da bulgular genişletilerek dönüşümün lider söylemlerinden nasıl şekillendiği yeni çalışma alanlarından biri olabilir. Ayrıca;

- ✓ Milliyetçi söylemlerin medya ve sosyal medyada nasıl yankı bulduğu incelenebilir.
- ✓ Türkiye dışında farklı ülkelerdeki liderlerin milliyetçi söylemleriyle karşılaştırmalar yapılabilir.
- ✓ Farklı seçim dönemlerinde milliyetçi söylemlerin nasıl değiştiği ve seçmen davranışlarına etkisi incelenebilir.
- ✓ Türkiye'nin farklı bölgelerinde ve etnik gruplar arasında milliyetçi söylemlerin algılanışı araştırılabilir.
- ✓ Liderlerin milliyetçi söylemleri ile somut politikaları arasındaki ilişki daha detaylı ele alınabilir
- ✓ Türkiye'nin etnik, dini ve kültürel çeşitliliği milliyetçi söylemlerle ilişkilendirilirken daha derinlemesine analiz yapılabilir
- ✓ Milliyetçi söylemlerin yıllar içindeki değişimi, geçmiş seçimlerle karşılaştırılarak incelenebilir.

Bu çalışma, 14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun milliyetçi söylemlerini siyasal iletişimde stratejik bir araç olarak nasıl kullandıklarını incelemiştir. Milliyetçi söylemin, toplumsal kimlik inşasında güçlü bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Erdoğan, dini ve tarihsel referansları merkeze alan, güvenlik kaygıları ve ulusal bütünlük vurgusuyla desteklenen bir söylem geliştirmiştir. Bu söylem, "biz" kimliğini tarihsel olaylar ve değerler üzerinden tanımlarken, "öteki" kimliğini dış güçler ve terör tehditleri üzerinden kurgulamıştır. Kılıçdaroğlu ise vatandaşlık temelli, kapsayıcı ve eşitlikçi bir kimlik inşa ederek, sosyal adalet ve ekonomik eşitsizlikleri gidermeye odaklanmıştır. Ayrıca milliyetçiliği demokratik değerlerle birleştirmiştir. Her iki liderin de söylemlerinde milli kimlik, semboller ve ülke tasavvuru ön planda yer almıştır. Erdoğan modernleşme ve geleneksel

değerleri harmanlarken, Kılıçdaroğlu ise geleneksel ve modern değerleri ekonomik refah ve sosyal dayanışma eksenli bir yaklaşımla kullanmıştır.

Çalışmanın örneklem darlığı, medya ve sosyal medyadaki söylemleri kapsamaması, sonuçların genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalar, milliyetçi söylemlerin medya, sosyal medya ve seçim beyannamelerindeki yansımalarını da inceleyerek daha geniş bir çerçeve sunabilir. Bu bağlamda, Türkiye'de milliyetçiliğin tarihsel ve güncel dönüşümünü lider söylemleri ve seçmen davranışları üzerinden daha detaylı analiz etmek, siyasal iletişim literatürüne katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Afyon Kocatepe Üniversitesi Atatürk İlke ve İnkilapları Bölüm Başkanlığı (2019). Şubat 23, 2024 tarihinde https://aiit.aku.edu.tr/milliyetcilik adresinden alındı

TBMM Tutanak Dergisi (1993). Ankara. Ağustos 29, 2024 tarihinde https://www5.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d19/c035/tbmm19035103.pdf adresinden alındı

Acar, A., ve Çelebi, M. (2012). Türkiye Cumhuriyeti Anayasalarında Cumhurbaşkanlığı Makamının Önemi ve 2007 Yılı Anayasa Değişiklikleri Çerçevesinde Abdullah Gül'ün Görev Süresi Tartışmaları. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 12*(23), s. 1-34.

Akdağ, M., ve Özdemir, M. (2021). Seçmen Kararlarında Duyguların Rolü ve İşlevi: Duygusal İçerikli Reklamlar Üzerine Bir Analiz . *Selçuk İletişim Dergisi*, s. 895-926.

Akıncı, A. (2011). Milli Kimlik İnşa Stratejileri. *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Estitüsü Bamu Yönetimi Doktora Tezi*. Sakarya: Yöktez.

Akıncı, A. (2013). Türk Siyasal Hayatında 1980 Sonrasi Darbeler ve e-Muhtıra. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15*(2), s. 39-58.

Alanka, D. (2024). Nitel Bir Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi: Teorik Bir Çerçeve . *Kronotop İletişim Dergisi*, s. 64-84.

Anadolu Ajansı. (2022, 10 28). *Cumhurbaşkanı Erdoğan "Türkiye Yüzyılı" vizyonunu açıkladı*. 12 9, 2024 tarihinde Anadolu Ajansı: https://www.aa.com.tr/tr/politika/cumhurbaskani-erdogan-turkiye-yuzyili-vizyonunu-acikladi/2723379 adresinden alındı

Anderson, B. (1995). *Hayali Cemaatler: Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması.* (İ. Savaşır, Çev.) Metis Yayınları.

Aron, R. (2010). *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri.* (K. Alemdar, Çev.) İstanbul: Kırmızı.

Ataay, F. (2017). Türkiye'de hükümet sistemi değişikliği: Parlamenter sistemden başkanlık sistemine geçiş. *Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10*(2), s. 77-98.

Atilla, S. (2022, Kasım 3). *3 Kasım 2002'den bugüne AKP ve Erdoğan'ın 20 yıllık seçim tarihi*. Ağustos 30, 2024 tarihinde Medyascope: https://medyascope.tv/2022/11/03/3-kasim-2002den-bugune-akp-ve-erdoganin-20-yillik-secim-tarihi/ adresinden alındı

Avşar, Z., ve Balcı, A. U. (2021). Siyasal İletişim ve Kavramlar. E. Karakoç, ve O. Taydaş içinde, *Siyasal İletişim Teorik Tartışmalar.* Ankara: Nobel Yayınları.

Aytan, M. (2022, Haziran). Türkiye'de Anayasa Değişikliklerinin Siyasal Ortamı: 2010 Anayasa Değişikliği Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi Ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*. Afyonkarahisar.

Aziz, A. (2003). *Siyasal İletişim.* Ankara: Nobel Yayınları.

Bağcı, D. (2023, 03 03). *6'lı Masada Kimler Var? Altılı Masa Ne Zaman Kuruldu?* 01 10, 2025 tarihinde Onedio: https://onedio.com/haber/6-li-masada-kimler-var-altili-masa-ne-zaman-kuruldu-1131974 adresinden alındı

Bauman, Z. (2020). *Modernlik ve Müphemlik.* (İ. Türkmen, Çev.) Ayrıntı Yayınları.

Billig, M. (2002). *Banal Milliyetçilik.* (C. Şişkolar, Çev.) Gelenek Yayıncılık.

Bloomberg. (2024, 02 06). *6 Şubat depremlerinin maliyeti 104 milyar dolar*. Bloomberg: https://www.bloomberght.com/tepav-6-subat-depremlerinin-maliyeti-104-milyar-dolar-2347078#:~:text=Ayr%C4%B1ca%2C%20Strateji%20ve%20B%C3%BCt%C3%A7e%20Ba%C5%9Fkanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1,104%20milyar%20dolar%20oldu%C4%9Fu%20belirtildi. adresinden alındı

Bora, T. (2023). *Cereyanlar.* İstanbul: İletişim.

Bostancı, M. (2014). Siyasal İletişim 2.0. *Erciyes İletişim Dergisi, 3*(3), s. 84-96.

Buçukcu, Ö. (2020). *Milliyetçilik: Tarih Teori ve Temel Meseleler.* İstanbul: Ketebe.

Calhoun, C. (2012). *Milliyetçilik* (3 b.). (B. Sütçüoğlu, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cizreli, B. (2021). Anlam Sistemi Olarak Sosyalizm: Türkiye Sosyalist Solu Örneği. *Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi*. Ankara.

Cottom, M. L., Mastors, E., ve Dietz, T. P. (2017). *Siyaset Psikolojisine Giriş.* (E. Altınoğlu, Dü., ve M. Şenol, Çev.)

Creswell, J. W. (2013). *Nitel Araştırmanın Yöntemleri.* (M. Bütün, ve S. Demir, Çev.) Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çağırkan, B. (2018). Modernizm Ve Postmodernizm Bağlamında Milliyetçiliğin Aidiyet Algısı Üzerine Etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 387-392.

Çakı, C. (2018). Mitinglerin propagandadaki rolü: Nürnberg Mitingleri'ne ait fotoğrafların göstergebilimsel analizi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, s. 59-79.

Çancı, H. (2008). Değişmeyen Boyutları Bağlamında Milliyetçiliğe Teorik ve Kavramsal Bir Bakış. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, s. 217-225.

Çancı, H. (2010). Hızlı Dönüşümler Çağında Milliyetçi Düşüncenin Kökenlerinin Yeniden Gözden Geçirilmesi. *Öneri, 9*(33), s. 217-225.

Demirdöğen, İ. (2007, Nisan 7). *Sezer'li 7 Yıl*. Ağustos 28, 2024 tarihinde Radikal Gazetesi: https://web.archive.org/web/20120205102610/http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=219108 adresinden alındı

Devran, Y. (2023, 06 05). *2023 Cumhurbaşkanlığı Seçim Çalışmalarının Siyasal Kampanya Tekniği Bakımından Değerlendirilmesi*. Türkiye Araştırmalaraı Vakfı : https://turkiyearastirmalari.org/2023/06/05/yayinlar/analiz/2023-cumhurbaskanligi-secim-calismalarinin/ adresinden alındı

Devran, Y., ve Özcan, Ö. (2020). Siyasal İletişimde ‘’Araç’’Öncelliğinden ‘’Mikro Hedefe’’Uzanan Yaklaşımlar: Yapay Zeka Teknolojisinin Mikro Hedef Kitlenin Belirlenmesinde ve İletişiminde Kullanımı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4*(24), s. 1977-1992.

Dictionares, O. L. (tarih yok). *Nationalism*. mart 6, 2024 tarihinde Oxford Learner's Dictionares: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/nationalism?q=nationalism adresinden alındı

Dijk, T. A. (2019). *İdeoloji.* (A. Demir, Çev.) Hece Yayınları.

Doğan, A., ve Göker, G. (2017). Mitingler ve Seçmen Üzerinde Etkisi: 30 Mart 2014 Yerel Seçimler Elazığ Seçmeni Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, s. 146-162.

Doğan, İ. (2016). *Sosyoloji: Kavramlar ve Sorunlar.* Pegem akademi.

Düzce, M. (2017). Emile Durkheim'da Bir Sivil Din Olarak Milliyetçilik ve Vatanseverlik. *The Journal of International Social Research*, s. 645-653.

Ekiz, A., ve Çimen, İ. (2023, Mayıs 15). *Ak Partinin Seçim Karnesi*. Agustos 28, 2024 tarihinde Anadolu Ajansı: https://www.aa.com.tr/tr/politika/ak-partinin-secim-karnesi/2897999# adresinden alındı

Elmas, A. (2022). Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Üçüncü Kez Cumhurbaşkanlığı Adaylığının Değerlendirilmesi. *II. Internatıonal Sırt Scıentıfic Research Congress*, (s. 515-532). Siirt.

Emsal. (2023, 03 28). *Deprem Sonrası Konut Kiraları Ne Durumda?* Emsal.com: https://emsal.com/deprem-sonrasi-konut-kiralari-ne-durumda/#:~:text=Konut%20Say%C4%B1s%C4%B1%20Azald%C4%B1%2C%20Kira%20Fiyatlar%C4%B1%20Artt%C4%B1&text=Deprem%20sebebiyle%20ortaya%2

0%C3%A7%C4%B1kan%20bar%C4%B1nma,konut%20talebinin%20artmas%C4%B1na%20neden adresinden alındı

Erdoğan, M. (2016). *Başkanlık Sistemi, Latin Amerika Tecrübesi ve Türkiye.* Ankara: . Özgürlük Araştırmaları Derneği.

Erdoğan, R. T. (2023, 04 30). Ankara Mitingi.

Erdoğan, R. T. (2023, 05 02). Antalya Mitingi.

Erdoğan, R. T. (2023, 05 07). İstanbul Mitingi.

Erdoğan, R. T. (2023, 04 29). İzmir Mitingi.

Erdoğan, R. T. (2023, 05 04). Samsun Mitingi.

Erdoğan, R. T. (2023, 05 05). Van Mitingi.

Ertan, T. F., ve Örs, O. (2018). Milliyetçiliğin Müphemliği: Milliyetçilik Nedir? *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*(62), s. 39-84.

Eskin, M. Ş. (2017). Cumhuriyet Türkiyesinde (1923-1950) Ulusal Kimlik ve Hafıza İnşası Bağlamında Edebiyat Faaliyetleri. *T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı Doktora Tezi*.

Ete, H. (2023, 05 24). Türkiye'de milliyetçilik yükseliyor mu? (M. Hamsici, Röportaj Yapan) https://www.bbc.com/turkce/articles/cj70vy89ry0o adresinden alındı

Euronews. (2023, 03 29). *14 Mayıs seçimlerinde hangi parti hangi ittifakta yer alıyor? Kim dışarıdan destek veriyor?* 12 12, 2024 tarihinde Euronews: https://tr.euronews.com/2023/03/29/14-mayis-secimlerinde-hangi-parti-hangi-ittifakta-yer-aliyor-kim-disaridan-destek-veriyor adresinden alındı

Ezikoğlu, Ç. (2024). *Türkiye'de Ekonomik Oy Verme Davranışı ve 2023 Seçimleri*. 01 09, 2025 tarihinde İktisat ve Toplum: https://iktisatvetoplum.com/turkiyede-ekonomik-oy-verme-davranisi-ve-2023-secimleri-caglar-ezikoglu/ adresinden alındı

Feridunoğlu, İ. C. (2019). Bir Siyasal Liderlik Olgusu Olarak Karizmatik Liderlik: Cumhur İttifakı Örneği. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, s. 2006-2016.

Fırat, A. M. (2018). Milliyetçilik ve Din Etkileşimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Bilim Dalı Yüksek Lisansı*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Fırat, T. F., ve Örs, O. (2018). Milliyetçiliğin Müphemliği: Milliyetçilik Nedir? *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*(62), s. 39-84.

Gellner, E. (2012). *Milliyetçiliğe Bakmak* (4 b.). (S. Coşar, S. Özertürk, ve N. Soyarık, Çev.) İstanbul: İletişim.

Göksun, Y. (2023, 05 20). *Aşırı Sevgi'den Kontrolsüz Öfke'ye Kılıçdaroğlu'nun Söylemsel Dönüşümü*. setav: https://www.setav.org/yorum/asiri-sevgiden-kontrolsuz-ofkeye-kilicdaroglunun-soylemsel-donusumu adresinden alındı

Görev ve Yetkiler. (tarih yok). 2024 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı: https://www.tccb.gov.tr/cumhurbaskanligi/gorev_yetki/ adresinden alındı

Greenfeld, L. (2016). *Milliyetçilik: Moderniteye giden 5 Yol.* (A. Yılmaz, Çev.) Alfa Araştırma.

Hamsici, M. (2023, 05 24). *Türkiye'de milliyetçilik yükseliyor mu?* 12 25, 2024 tarihinde BBC News Türkçe: https://www.bbc.com/turkce/articles/cj70vy89ry0o adresinden alındı

Heywood, A. (2013). *Siyasi İdeolojiler* Adres Yayınları.

Hobsbawm, E. (1995). *1780'den Günümüze Milletler ve Milliyetçilik* (2 b.). (O. Akınhay, Çev.) Ayrıntı Yayınları.

Hürriyet Gazetesi. (2024, 11 11). *Bakan Yerlikaya, Türkiye'deki göçmen sayısını açıkladı*. https://www.hurriyet.com.tr/gundem/bakan-yerlikaya-turkiyedeki-gocmen-sayisini-acikladi

İkiel, A., ve Bekleyiş, M. (2024). 2023 Türkiye Cumhurbaşkanı Seçimi: İttifakların Seçim Beyannamelerinin Ulusal Kimlik Kavramı Kapsamında Değerlendirilmesi. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*(16), s. 748-770.

İstikbal, D. (2023, 03 10). *Seçim Sonrası Türkiye Ekonomisi (2023-2028)*. 01 09, 2025 tarihinde Seta: https://www.setav.org/yorum/secim-sonrasi-turkiye-ekonomisi-2023-2028 adresinden alındı

Kahraman, İ. (2023). Twitter'da Korku Söylemi Kullanımı: Siyasi Liderlere Dair Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Selçuk İletişim Dergisi, 2*(16), s. 354-386.

Kahraman, M. (2012). Cumhurbaşkanının Halk Tarafından Seçilmesi Ve Cumhurbaşkanı Seçim Kanunu. . *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, s. 263-288.

Kalkar, Ö. (2020). Bir İçerik Analizi: Cumhurbaşkanliği Hükümet Sistemi. *Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1*(2), s. 1-30.

Kantar, G. (2016). Türk Siyasetinde Politik Dil Kullanımı: Recep Tayyip Erdoğan'ın Miting Konuşmalarının Söylem Dilinin İçerik Analiziyle İncelenmesi. *İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Doktora Tezi*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karaaslan Şanlı, H., ve Özdemir Taştan, İ. (2015). Ak Parti Lideri Ahmet Davutoğlu'nun 7 Haziran ve 1 Kasım Seçim Konuşmalarında Milliyetçilik Söylemi. *İletişim Araştırma, 13*(1), s. 9-40.

Karadağ, A. (2018). Üç Farklı Milliyetçilik. *Akademik Yaklaşım Dergisi, 9*(2), s. 84-108.

Karakoç, E., ve Taydaş, O. (2021). Giriş. E. Karakoç, ve O. Taydaş içinde, *Siyasal İletişim Teorik Tartışmalar; Kavramlar, Kuramlar ve Stratejiler* (s. 1). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Karakuş, G. (2022). Türkiye'de Milliyetçiliğin Dini Temelleri. *Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, s. 131-142.

Kedourie, E. (1971). *Avrupada Milliyetçilik* (1. b.). (M. H. Timurtaş, Çev.) Ankara: Milli Eğitim Basımevi.

Kılıç, M. (2015). Milliyetçilik Algısında Yaşanan Değişim Üzerine Bir Deneme. *The Journal of Europa-Middele East of Social science Studies*, s. 49-58.

Kılıçaslan, E. Ç. (2008). *Siyasal İletişim ideoloji ve Medya İlişkisi.* İstanbul: Kriter Yayınları.

Kılıçdaroğlu, K. (2023, 05 12). Ankara Mitingi.

Kılıçdaroğlu, K. (2023, 05 07). Antalya Mitingi.

Kılıçdaroğlu, K. (2023, 05 06). İstanbul Mitingi.

Kılıçdaroğlu, K. (2023, 04 30). İzmir Mitingi.

Kılıçdaroğlu, K. (2023, 05 12). Samsun Mitingi.

Kılıçdaroğlu, K. (2023, 05 03). Van Mitingi.

Kol, M. (2021). Türkiye Cumhuriyeti'nin İnşa Sürecinde Üst Kimlik Çıkmazı. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi,*(5), s. 643-683.

Laleoğlu, B. (2023, haziran 1). *Milliyetçiliği Yönetmek: Erdoğan, Cumhur İttifakı ve Yerli-Milli Siyaset*. Temmuz 29, 2024 tarihinde Kriter Dergisi: https://kriterdergi.com/dosya-secimler/milliyetciligi-yonetmek-erdogan-cumhur-ittifaki-ve-yerli-milli-siyaset adresinden alındı

Lewis, B. (2022). *Modern Türkiye'nin Doğuşu.* (B. B. Turna, Çev.) Ankara: Arkadaş.

Marx, K., ve Engels, F. (2015). *Komünist Manifesto.* (Murat Demir, Çev) Ankara: Nilüfer Yayınları

Merabet, M. (2023). Sosyal Medyada Siyasal İletişim: 46. ABD Başkanı Jeo Biden'in Sosyal Medya Kullanımı ve ABD 2020 Dijital Seçim Kampanyasının Analizi. *İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Yüksek Lisans Programı Yüksek Lisans Tezi*

Millet İttifakı'nın Açıkladığı Ortak Politikalar Mutabakatı'nın Tam Metni. (2023, 01 30). 12 10, 2024 tarihinde Evrensel: https://www.evrensel.net/haber/480700/millet-ittifakinin-acikladigi-ortak-politikalar-mutabakatinin-tam-metni adresinden alındı

Milliyetçilik. Milli Eğitim Bakanlığı (2025) https://www.meb.gov.tr/ataturk/Ilkeleri/Milliyetcilik#:~:text=Milliyetcilik%20%2D%20Mill%C3%AE%20E%C4%9Fitim%20Bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1&text=Ait%20oldu%C4%9Fu%20milletin%20varl%C4%B1%C4%9F%C4%B1n%C4%B1%20s%C3%BCrd%C3%BCrmesi,%C3%B6nemli%20%C3%B6%C4%9Fesi% adresinden alındı

Mutlu, E. (1994). *İletişim Sözlüğü.* Ankara: Ark Yayınları.

Nairm, T. (2015). *Milliyetçiliğin Yüzleri: Janus'a Yeni Bir Bakış.* (S. Kırdar, ve M. Ratip, Çev.) İstanbul: İletişim.

Neuman, L. (2016). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri* (8 b.). (S. Özge, Çev.) Yayın Odası.

Nişancı, Ş., ve Doğan, S. (2022). Türkiye'de 2018 yılında gerçekleştirilen seçim ittifaklarının kurumsal yönden tahlili. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 2*(36), s. 183-194.

NTV Haber. (2012, 06 15). *ntv*. 08 30, 2024 tarihinde Gül'ün Görev Süresi / yıl, 2.kez Aday Olabilir: https://www.ntv.com.tr/turkiye/gulun-gorev-suresi-7-yil-2-kez-aday-olabilir,ueBhIoQ0FEqonB1hapVUiQ adresinden alındı

Oran, B. (2022). Kürt Milliyetçiliğinin Diyalektiği. T. Bora içinde, *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik* (s. 871-880). İletişim.

Ortak Politikalar Mutabakat Metni. (2023, 01 30). Ankara.

Oxford Learner's Dictionares (2024). www.oxfordlernersdictionares.com adresinden alındı

Özbek, S. (2019). Türk Milliyetçiliğinin Tarihsel Gelişimi: Milliyetçilik Kuramları Açısından Bir İnceleme. *Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Doktora Tezi*. Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özdemir, F., ve Özkan, T. (2020). Türkiye'de Ulusal Kimlik İnşasi ve Siyasi Parti Kimlikleri. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 38*(21), s. 525-563.

Özkan, A. (2007). *Siyasal İletişim Stratejileri.* İstanbul: Tasam Yayınları.

Özkan, N. (2019). *Seçim Kazandıran Kampanyalar.* İstanbul: Mediacat Yayınları.

Özkırımlı, U. (2010). *Milliyetçilik Üzerine Güncel Tartışma Eleştirel Bir Müdahale.* İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayımları.

Özkırımlı, U. (2020). *Milliyetçilik Kuramları; Eleştirel Bir Bakış.* Ankara: Doğu Batı Yayımları.

Öztan, G. G. (2020, 04 1). *Neoliberal Dönemde Türk Milliyetçilikleri Arasındaki Hegemonya Mücadelesi: 12 Eylül'den AKP Türkiye'sine*. aralık 24, 2024 tarihinde Ayrıntı Dergisi: https://ayrintidergi.com.tr/neoliberal-donemde-turk-milliyetcilikleri-arasindaki-hegemonya-mucadelesi-12-eylulden-akp-turkiyesine/?utm_source=chatgpt.com adresinden alındı

Pirinççi, F. (2022, 12 01). *Prof. Dr. Ertan Aydın "Türkiye Yüzyılı Değeri ve Doğruyu Esas Alan Bir Vizyon"*. 12 31, 2024 tarihinde Kriter Dergisi: https://kriterdergi.com/soylesi/ertan-aydin-turkiye-yuzyili-degeri-ve-dogruyu-esas-alan-bir-vizyon adresinden alındı

Renan, E. (2016). *Ulus Nedir.* (G. Yavaş, Çev.) İstanbul: Pinhan.

Sandıkçı, Y. T. (2021). Sandıkcı, Y. T. (2021). Siyasal Reklam Kampanyalarına Bir Bakış:" 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Ak Parti Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 20*(80), s. 2137-2156.

Savut, E. (2022). 1980 Sonrası Türkiye Siyasetinde Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin Bir sonucu Olarak Lider değişimi Sorunu (1989-1993 ve2014 cumhurbaşkanlığı seçimleri). M. Karataş içinde, *Türk Demokrasi Tarihi (1980'Den Günümüze) Liderler, Partiler Ve Seçimler.* İstanbul: Efeakademi.

Smith, A. D. (1995). *Küreselleşme Çağında Milliyetçilik.* İstanbul: Everest Yayınları.

Smith, A. D. (2014). *Milli Kimlik.* (B. S. Şener, Çev.)

Smith, A. D. (2022). *Milliyetçilik ve Modernizm.* (F. Bakırcı, Çev.) Fol Yayınları.

Sönmez Selçuk, Ş. (2012). Dünden Bugüne Milliyetçilik: Küresel Dünyada Yükselen Sesler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 117-136.

Sözcü Gazetesi Haber Merkezi. (2018, 05 05). *Millet ittifakı resmen kuruldu... İşte detaylar*. 12 12, 2024 tarihinde Sözcü Gazetesi: https://www.sozcu.com.tr/millet-ittifaki-resmen-kuruldu-iste-detaylar-wp2389681 adresinden alındı

Sözen, E. (2014). *Söylem. Belirsizlik, Mübadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite.* Ankara: Birleşik Yayınevi.

Spencer, P., ve Wollman, H. (2020). *Milliyetçilik.* (K. Kelebekoğlu, Çev.) İstanbul: Yeniinsan.

Şahin, K. (2007, Mayıs). Bir İdeoloji Olarak milliyetçilik. *Akademik Bakış*(12), s. 1-9.

Şahin, K. (2014). AKP, CHP ve MHP'nin 2007 Genel Seçim Kampanyalarına Yönelik İdeolojik Bir Analiz. *International of Human Science*(11), s. 1004-1022. doi:10.14687/ijhs.v11i2.3084

T.C. Resmi Gazete. (1961, Mayıs 31). Halkoyuna Sunulacak Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. *(10816)*. Ağustos 23, 2024 tarihinde chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/10816.pdf adresinden alındı

Tamer, M. G. (2014). Kimlik/lerin Seyrine Bir Keşif. *20*(77), s. 83-99.

Tan, A. (2008). *İlke ve Uygulamalarıyla Politik Pazarlama.* İstanbul: Papatya Yayınları.

Taşcıoğlu, R. (2007). Seçim Kampanyalarındaki Dönüşüm: Amerikanlaşma Bağlamında 3 Kasım 2002 Genel Seçimlerinde Genç Parti Seçim Kampanyası. *Doktora Tezi*. Ankara : Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı.

Taydaş, O. (2021). Seçmenlerin oy tercihlerinin belirlenmesinde etkili faktörler ve aday imajının bu süreçteki etkisi: 31 Mart 2019 yerel seçimleri Sivas Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, s. 129-152.

Tokatlı, M., ve Akyol, Z. (2018). Reklamlarda milliyetçilik: adalet ve kalkinma (ak parti) partisinin anayasa referandumu reklamlari üzerine bir içerik analizi., 258-274. *Erciyes İletişim Dergisi,*(5(3)), s. 258-274.

Turan, E. (2011). Milliyetçilik Teorisinin Gelişimi ve Türk Milliyetçiliği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, s. 135-149.

Türk Dil Kurumu Sözlükleri. (tarih yok). Temmuz 24, 2024 tarihinde https://sozluk.gov.tr/ adresinden alındı

Türkiye Yüzyılı. (tarih yok). 12 9, 2024 tarihinde Kurumsal Kimlik: https://turkiyeyuzyili.com/kurumsal-kimlik adresinden alındı

Türkölmez, O. (2014). Dindar Milliyetçiliği Kavramı ve Türkiye'de Dindar Milliyetçiliği. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 35-56.

Ulu, G. (2022, Nisan). Tanzimat Dönemi Hukukta Modernleşme. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, s. 235-264.

Üzümlü. (2019, Mart). Tanımların Ötesinde Milliyetçilik: Kuramlar, Tartışmalar, Paradokslar. *Journal of Academic Social Sciences · Journal of Academic Social Sciences*, s. 325-334.

Vatandaş, C. (2021). *Cumhuriyetin Tarihi* (16 b.). İstanbul: Pınar.

Yalın, B. E. (2006). Siyasal iletişimin reklam boyutuna ilişkin kuramsal bir inceleme. . *İletişim Fakültesi Dergisi*, s. 169-180.

Yanık, C. (2013). Etnisite, Kimlik ve Milliyetçilik Kavramlarının Sosyolojik Analizi. *Kaygı*, s. 225-237.

Yanık, C., ve Kara, M. (2016). Milliyetçiliğe yönelik iki kuramın değerlendirilmesi: Modern milliyetçi kuram ve etno-sembolcü milliyetçi yaklaşım. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,*(7(1)), s. 559-582.

Yeğen, C. (2016). Siyasal iletişimde bir propaganda aracı olarak ulusal kimlik: 7 haziran 2015 Türkiye genel seçimleri örneği. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (12 b.). Seçkin.

Yıldırım, E. (2014). Türkiye'de Milliyetçilik Ve Milli Kimlik: Türkçülügün Keşfi Ve Ulus-Devletleşme Sürecinde Türk Milli Kimliği. *The Journal Of Academic Social Science Studies*(28(1)), s. 73-95.

Yıldırım, E. (2016). Millet ve Milliyetçiliğe Dair Kavramlar ve Sınıflandırmanın Ötesinde Yeni Bir Model Önerisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt 12, Sayı 28, 2016, 12*(28), s. 123-141.

Yıldız, H. (2005). Postmodernizm Nedir . *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.

Yılmaz, D. D. (2021). 11. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün seçim sürecinde yaşanan gelişmeler. *Ekonomi işletme siyaset ve uluslararası ilişkiler dergisi, 7*(2), s. 244-259.

Zeybek, B. (2020). Mitinglerde Siyasal Retoriğin Kullanımı: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri. *Intermedia International e-Journal,*, s. 191-203.

Zürcher, E. J. (2004). *Modernleşen Türkiye'nin Tarihi.* İletişim.