1991 GENEL SEÇİMİNDE REFAH PARTİSİ:

SİYASAL REKLAMLARDA YER ALAN İMGELER VE SÖYLEM ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Oya TOKGÖZ*

Refah Partisi ve 1991 Genel Seçimi

Refah Partisi, İslahatçı Demokrasi Partisi ve Milliyetçi Çalışma Partisi'nin, 1991 genel seçiminden kısa bir süre önce, Refah Partisi adı altında yapılan bir koalisyonla, 1991 genel seçimine katılma kararı aldıkları görüldü. Genelde bu durum, sağın sağında yer alan partilerin mevcut seçim sistemine göre oy kaybetmelerini önlemek için hazırlanmış bir plan olarak yorumlandı. Gerçekten de, Refah Partisi koalisyonu 1991 genel seçiminde atılan geçerli oyların % 16.9 unu alarak, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde 62 milletvekili ile temsil edilmeyi başardı. Türkiye Büyük Millet Meclisi toplandıktan kısa bir süre sonra ise, Refah Partisi adı altında oluşturulan koalisyonun bozulduğu, koalisyona katılan partilerin sandalyeleri aralarında pay ettikleri ortaya çıktı. Refah Partisi'ne paylaşma sonucu ise, 40 sandalye düştü.

Aslında, Refah Partisi koalisyonu olarak seçime katılma Türk siyasal yaşamında yeni bir yaklaşımın simgesini oluşturmuyor değildi. Üç partili bir koalisyonla seçime katılınsa bile, Refah Partisi ile diğer iki siyasal parti de kapsanıyordu. Belki, Refah Partisi, 1991 genel seçimi ile birlikte, artık cami derneği eşit Refah Partisi[1] kalıpyargısını değiştirmek için arayışlara girmiş gibi görünmek istiyordu. Belki de, Refah Partisi'nin yeni ve farklı imge ve söylemle değiştiği, kitle partisi olmaya yöneldiği vurgulanmak yoluna gidiliyordu.

Refah Partisi'ni bu arayışa iten nedenler nelerdi? Neden, Refah Partisi, kendini farklı ve değişik bir şekilde tanıtmak gereksinimini duyuyordu? Neden, Refah Partisi 1991 genel seçiminde, tanıtım faaliyetleri için özellikle gazete, televizyon siyasal reklamlarına, afişler, posterlere, el ilanlarına, ses ve görüntü kasetlerine, parti önderi Prof.Dr. Necmettin Erbakan'ca hazırlanan broşürlere büyük masraflar yapıyordu?[2] Bu sorulara yanıt bulabilmek için çok yönlü bir inceleme gerekiyor demek hiç de yanlış olmaz. Bu nedenle, Refah Partisi'nin

---

* Prof.Dr., Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi

1 Refah Partisi Genel Başkan Yardımcısı Şevket Kazan'la 6-1-1993 günü yapılan görüşme.

2 Refah Partisi Tanıtma Başkan Yardımcısı Hasan Hüseyin Ceylan'la 14-1-1993 günü yapılan görüşme.

1991 genel seçim öncesi yaptığı tanıtım faaliyetini gözden geçirmek, hem de Refah Partisi'nin seçmenlerce tercih edilmesinin nedenlerine bakmak ve inmek, yapılan bu çalışmanın ana çerçevesini oluşturdu. Seçmen tercihleri yönünden seçim istatistikleri, daha önce yapılmış seçim araştırmaları gözden geçirildi, değerlendirildi. Tanıtım faaliyetleri bakımından ise, Refah Partisi'nce Türk siyasal yaşamında siyasal reklamcılık yönünden ilk uygulamaları oluşturan siyasal reklamlar üzerinde ise görgül araştırma uygulandı.

Türkiye'de Köktenci Sağ Partiler İçinde Refah Partisi'nin Konumu

1960'lı yıllarda Türk siyasal yaşamında kültürel muhafazakarlık temelinde oy arayışında bulunan siyasal partilerin kurulduğu görüldü. Milliyetçi Hareket Partisi bu partiler arasında ilk kurulan oldu.[3] Milliyetçi Hareket Partisi'nin kurulmasından iki yıl sonra ise, sunni hukuk öğretisinin simge ve ideolojik kalıplarını açıklıkla kullanarak ortaya çıkan Refah Partisi'nin atası olan Milli Nizam Partisi kuruldu.[4] 1969 genel seçimleriyle birlikte, Türk siyasal yaşamı ülkedeki çeşitli siyasal eğilimleri içeren bir görünüme sahip oldu denilebilir. Sağ-sol yelpazesi kavramı hem siyasal kadrolar hem de seçmen tarafından kullanılan bir terim olarak, siyasal yaşama girdi.[5]

1970'li yıllarda ise, solda Cumhuriyet Halk Partisi, sağda Adalet Partisi, Milli Selamet Partisi[6] ile Milliyetçi Hareket Partisi koalisyon potansiyeli olan siyasal partiler olarak, dönemin belli başlı partilerini oluşturdular.[7] 1970-1980 arasındaki siyasal yaşamdaki kararsızlık, 1971 ve 1980'de iki askeri darbeyle sonuçlandı. 1980 askeri dönemi ve 1983'ten itibaren başlayan yeniden demokratikleşme süreci içinde, yeni kurulan siyasal partilerle birlikte seçmenlerin eğilimlerinde görülen kararsızlık, tek parti iktidarını beraberinde getirdi. Ancak, 1991 genel seçimiyle birlikte, hiçbir partinin tek başına iktidar olmaması şeklinde çıkan oy dağılımı, tıpkı 1970'li yılların sonunda olduğu gibi koalisyon olasılıkları üzerinde durulmasına neden oldu. (Çizelge 1). Solda Demokratik Sol Parti ve Sosyaldemokrat Halkçı Parti, sağda Anavatan Partisi, Doğru Yol Partisi, Refah Partisi ve Milliyetçi Çalışma Partisi, koalisyon potansiyeli olan partiler olarak siyasal yelpaze içinde yerlerini aldılar. Aralık 1991'de DYP-SHP koalisyon hükümeti Başbakan Süleyman Demirel tarafından kuruldu.

---

3 Milliyetçi Hareket Partisi, 9-2-1969'da kuruldu.

4 Milli Nizam Partisi, 26-1-1970'te kuruldu, 20-5-1971'de Anayasa Mahkemesi kararı ile laikliğe aykırı davranışları nedeniyle kapatıldı.

5 Ersin Kalaycıoğlu, "1960 sonrasında Türk Siyasal Hayatına Bir Bakış: Demokrasi Neo-Patriomonyalizm ve İstikrar", **Tarih ve Demokrasi: Tarık Zafer Tunaya'ya Armağan,** Üniversite Öğretim Üyeleri Derneği, İstanbul, Cem Yayınevi, 1992, s. 87-126.

6 Milli Selamet partisi, 11-10-1972'de Refah Partisi ise 19-7-1987'du kuruldu.

7 Giovanni Sartori, **Demokrasi Kuramı,** Ankara, 1978, s. 123.

Çizelge I
1983-1991 Genel Seçimlerinde Siyasal Partilerin Aldıkları Oylar

Siyasal Partiler	1983 %	1987 %	1991 %
ANAP	45.1	36.3	24.1
MDP	23.3	-	-
HP	30.5	-	-
DYP	-	19.1	27.0
SHP	-	24.8	20.75
DSP	-	8.5	10.75
RP	-	7.2	16.9
IDP	-	0.8	-
MÇP	-	2.9	-
BAĞIMSIZ	1.1	0.4	0.5

Kaynak: DİE Seçim İstatistikleri

Aslında 1991 genel seçimi sonunda ortaya çıkan bu durum, 1970'li yıllar ile 1990'lı yıllar arasında benzerlikler olduğunun bir göstergesiydi. 1980'den önce Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde mevcut bulunan siyasal partilerde ad değişikliği olsa bile, parlamentoda yerlerini korumayı 1991 seçimleriyle birlikte başarmışlardı. Adalet Partisi, Doğru Yol Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi, Sosyaldemokrat Halkçı Parti, Demokratik Sol Parti ve Cumhuriyet Halk Partisi. Milli Selamet Partisi, Refah Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi (önce Milliyetçi Çalışma Partisi sonra Milliyetçi Hareket Partisi) olarak parlamentoda halen temsil edilmektedir. Aynı şekilde 1980 öncesinin siyasal parti liderleri de parlamentodadır: Süleyman Demirel, Alparslan Türkeş, Necmettin Erbakan, Bülent Ecevit, Deniz Baykal.

1970'lerde olduğu gibi, 1991'lerde de seçmenin siyasal parti tercihleri benzerlikler içermekte, siyasal parti tercihlerinin belirli bir kararlılık kazandığı gözlemlenebilmektedir. Bununla birlikte, sağ-sol yelpazesinin solunda konumlu siyasal partiler Türk siyasal yaşamında bulunmamaktadır. Soldaki partilerin ise, köklü değişiklik arayan programlarla ve koalisyon potansiyeliyle seçmenin karşısına pek çıkmak istemedikleri görülmektedir. Sağdaki köktenci partilerin ise, şimdiki halde hükümet olamasa bile koalisyon potansiyeli en fazla olan köktenci almaşık olarak, Türk siyasal yaşamında görece önemlerinin arttığını söylemek yanlış olmaz.

Sağın sağındaki partilerin, koalisyon potansiyelleri olmakla birlikte, iktidar ortağı olabilmeleri, 1970'lerdeki olaylara seçmenlerin tepkisi nedeniyle, 1980'lerde zayıflamıştı. 29 Kasım 1991 genel seçiminden sonra, hiçbir partinin tek başına iktidar olabilecek oyu alamamasından ötürü, DYP-SHP koalisyon

hükümetleri kuruldu. Bu durumu açıklığa kavuşturabilmek için bazı sorularla işe başlamak gerekmektedir. 1991 genel seçiminden itibaren, günümüz Türkiye'sinde sağın sağındaki partiler Türk Parti sistemindeki yerlerini nasıl korumaktadırlar? Bu durumlarını neye borçludurlar? Daha öz bir deyişle, 1991 genel seçimi sonucunda ortaya çıkan görünüm nasıl sağlanabilmiştir? Bu sorulara yanıt bulabilmek için, Refah Partisi'nin 1991 genel seçimi öncesi yaptığı tanıtma faaliyetlerini dikkatli bir şekilde incelemek anlamlı görünmüştür.

Refah Partisi Siyasal Reklamları Üzerinde Yapılan Araştırma

Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi

Türk seçmeninin 1970'li yıllarda olduğu gibi, 1990'lı yıllarda da benzer siyasal parti tercihlerinde bulunduğu gözleminden hareketle, seçmenin siyasal parti tercihini belirleyen koşulların nasıl açıklanabileceği, Refah Partisi siyasal reklamları üzerinde yapılan araştırmanın temel çıkış noktasını oluşturmuştur. Bu nedenle, 1980'li yıllarda yapılmış seçim araştırmaları ile siyasal davranış konusunda genel anlamda yazılmış kuramsal kaynaklar gözden geçirilmiştir. Refah Partisi üzerinde yapılacak araştırma için iki temel kuramsal çerçeveden yararlanılması uygun görülmüştür. Bunları merkez-kenar ve toplumsal hareketlilik modelleri olarak tanımlamak mümkündür. Şerif Mardin'in önermiş olduğu merkez-kenar modeli, Osmanlı İmparatorluğundan devralınmış bir siyasal fay hattını siyasal sistemin yapılanışı, işleyişi ve siyasal eylemin oluşumunu belirten bir etki kaynağı olarak değerlendirmektedir.[8] Toplumsal hareketlilik, gelir dağılımı, kentleşmenin siyasal parti tercihindeki etkilerini irdeleyen Ergun Özbudun, siyasal eylemin ve parti tercihlerinin sosyo-ekonomik ve demografik değişme tarafından etkilenmesi varsayımından hareket etmektedir.[9]

Osmanlı siyasal yapısı güçlü bir merkez ve onun kurumlarıyla, onların karşısında yer alan ayrışmamış, türdeş olmaktan uzak kenardan oluşan bir sosyo-politik yapıya sahiptir.[10] 19. yüzyılda bu yapı değişiklik geçirerek, merkezin temsilcisi bürokratla, kenarın temsilcisi eşrafın ilişkilerinden oluşan siyasal ilişkiler ağı ortaya çıkmıştır. Cumhuriyet döneminde süren siyasal yapının ekseni merkezi temsil eden bürokrat ile kenarı temsil eden eşrafın ilişkilerinden oluşan alandır.[11]

---

8 Şerif Mardin, "Center Periphery Relations: A Key to Turkish Politics", Engin Akarlı, Gabriel Ben-Dor (der.) Political Participation in Turkey: Historical Background and Present Problems" İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayını, 1975, s. 7-32.

9 Ergun Özbudun, **Türkiye'de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma**, A.Ü. Hukuk Fakültesi Yayını, 1975.

10 Mardin, a.g.e., s. 75-78.

11 İlkay Sunar, Sabri Sayar, (1986) **Democracy in Turkey: Problems and Prospects**, Guillermo O'Donnell, Phillippe C. Schmitter ve Laurence Whitehead (der.) Transitions from Authoritarian Rule: Southern Europe, (Baltiomore and London, The John Hopkins University Press) s. 171; Mardin, a.g.e., s. 22-25.

Çok partili yaşamla birlikte, özellikle 1950'lilerde çatışma ekseni, bürokrat merkez ile demokrat kenar arasındadır. Kenar 1960 askeri darbesiyle geriletilmiştir. Bu nedenle, 1961 Anayasası, kenarın gözünde Kemalist aydınlarla merkezin ayrıcalıklı güçlerine dokunulmaz egemenlik hakları sağlayan hukuki-siyasal bir denklemden başka bir şey değildir.[12] 1961 Anayasası adil, haklı ve Türkiye'ye uygun bir nitelikte değildir görüşünde olanların seçim kazanma kararları, anayasayı engel görerek, seçmen desteğinden ne anlıyorlarsa ülkeyi ona göre yönetmek istekleri, 1960-1980 arasının temel özelliğidir denilebilir. Çıkan meşruluk bunalımı yanında artan kentleşme, endüstrileşme ile siyasal katılma, siyasal protesto eylemleri şekline dönüşen bir nitelik kazanmıştır.

1970'li yılların ortasından itibaren de siyasal katılma, terörle birlikte gelişen bir çizgide ilerlemiştir.[13] Türkiye'deki 1970'lerden sonraki siyasal eylem ve partilerin durumunu açıklamak için geliştirilmiş toplumsal hareketlilik modeli, Ergun Özbudun'un çalışmasında yer almaktadır. Sosyo-ekonomik eşitsizlik ile siyasal katılma ilişkisini inceleyen Özbudun, sosyo-ekonomik eşitsizliğin 1960 ve 1970'lerde artarken, siyasal katılmanın azaldığını saptamıştır.[14] Siyasal parti tercihleri ile toplumsal hareketlilik üzerinde yaptığı çalışmada, sanayileşmeden olumsuz yönde etkilenen esnaf ve zanaatkarların MNP ve MSP'yi en çok destekleyenler olduğunu ortaya çıkarmıştır.[15] Özbudun'un yaptığı çalışmada öne sürdüğü diğer bir nokta ise, özgül çıkara dayalı lider-kitle ilişkisinin oluşmasıdır. Zamanla ise, Özbudun'a göre siyasal katılma toplum sınıflarının ayrışmasına dayalı bir biçimde doğru evrim gösterecektir.[16]

İlk kuramsal modeli anlatan çalışmaların incelenmesi, seçmenin siyasal parti tercihlerini belirleyen iki genel etken kümesi olduğuna bizi götürmektedir. Bunlardan ilki, merkez-kenar çatışmasıdır. Diğeri ise toplumsal hareketlilik ile birlikte oluşan sosyo-ekonomik ve demografik değişmelerin oluşturduğu siyasal sonuçlardır. Laiklik/din içerikli görüşler, merkez-kenar çatışmasının odak noktasını oluştururken,[17] dünya görüşlerinin "iyi toplum"la tanımlanan özel ideolojik bir içeriği de bulunmaktadır. Bu nedenle, seçmen kümelerinde dindarlık arttığı ölçüde, dinsel kalıplı "iyi toplum" ideallerine yönelen siyasal partilerin destek göreceğini söylemek mümkün olduğu kadar yanlış da değildir.

Toplumsal hareketlilikten kaynaklanan etkenler de kentleşme, dikey toplumsal hareketlilik dolayısıyla değişen sosyo-ekonomik statü ve meslek kümeleri farkları, kişisel ekonomik tatmin, gençler ve yaşlılar arasındaki farklılıklardan kaynaklanan etkiler olarak ifade edilebilir. Özellikle, 1980'lerde

---

12 Mardin, a.g.e., s. 30.

13 İlkay Sunar, State and Society in the Politics of Turkey's Development, Ankara, 1975, AÜ SBF Yayını; Kalaycıoğlu, a.g.e.

14 Özbudun, a.g.e., s.77.

15 a.k., s. 78.

16 a.k., s. 199-200.

17 Ersin Kalaycıoğlu, "Türkiye'de Köktenci Sağ Partiler ve Seçmen Tercihleri" 3. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi, 21-23 Ekim 1992, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara, sunulan tebliğ, s. 108-115.

yapılan bazı araştırmalarda, gecekondu bölgelerinde yığılan genç ve niteliksiz emek arasında, umutsuzlukla birlikte bir muhalefet biçimi olarak İslamcılık olgusunun yayıldığı ileri sürülmüştür.[18] Bu nedenle, kentlerin ve metropollerin hem sol hem de radikal sağ oylara kaynak oluşturduğunu söylemek mümkün görünmektedir. Aynı şekilde, sol almaşığın son derecede zayıfladığı 1990'larda ise, siyasal radikal oyların en kolay akacağı sağ radikal partilerin, aynı kökenden seçmenlere cazip geleceğini de söylemek hatalı değildir.[19] Ayrıca, aşağı doğru dikey hareketlilikten etkilenenler arasında, gençlerin radikal siyasal partilere olan yöneliminin yaşlılara oranla fazla olacağını söylemek de yanlış olmayacaktır. Üzerinde önemle durulması gereken ise, hem merkez-kenar hem de toplumsal hareketlilik modellerinin kuramsal çerçevesini yakından etkileyen eğitim düzeyinin etkisidir. Bu nedenle, eğitim düzeyi ilkokuldan, üniversite ve sonrasına doğru yükseldikçe, radikal sağ oylar ve özellikle sağ radikal oyların azalma eğilimine girebilecekleri düşünülebilir.

Araştırmanın Yöntemi

Refah Partisi yetkililerinin açıkça ifade ettiği gibi, Refah Partisi 1991 genel seçiminden önce girdiği bütün seçimlerde, kendisini seçmenine tanıtmak yönünden güçlükler içinde bulunuyordu.[20] 1991 genel seçiminde ise Refah Partisi'nin kendisini seçmenine tanıtma yönündeki sıkıntılardan kurtulmak için, yeni bir tanıtma stratejisi ile seçmene ulaşmaya yöneldiğini söylemek hatalı olmaz. Refah Partisi, benimsediği tanıtma stratejisi ile bir yandan 1983 genel seçiminden itibaren Türk siyasal yaşamında pek çok örneği görülen siyasal reklamları kullanmağa yönelmiş, diğer yandan ise, siyasal reklamcılık alanında yeni bir yaklaşım biçimi kullanmıştır. Benimsenen yeni yaklaşımda, siyasal reklamlarda çeşitli insan tipleri için siyah-beyaz fotoğraflar kullanılması, fotoğraflarla imgeler yaratılarak seçmene ulaşılmak istenmesidir. Refah Partisi'nin kullandığı insan tipleri için geliştirilen söylem ise, ülkedeki sorunlar için Refah Partisi Genel Başkanı Necmettin Erbakan'ın sözleriyle "Teşhis ve Tedavi" yollarını içermektedir.

Hiç kuşkusuz, Refah Partisi siyasal reklamlarda yer verilen toplumun çeşitli kesimlerinden insan tipleri ve bunlara uygun söylem ile seçmene yaklaşmak, onunla özdeşmek yolunu aramıştır. Bu yönden, Refah Partisi ne kadar başarılıdır? sorusunun yanıtını vermek ise, etki araştırması yapılmadan, gerçekten güçtür. Yalnızca, şu bir gerçektir ki: Refah Partisi, 1991 genel seçiminde kullandığı yeni yaklaşım biçimi ile seçmenden % 16.9 oranında oy

---

18 Nihal Kara ve Sema Köksal "İstanbul'da Yerel Politika ve Büyük Şehir Yönetimi", **Cumhuriyet Gazetesinde** 19-23 Mart 1989'da yayınlanmış yazı dizisi.

19 Ergun Özbudun "The Turkish Party System: Institutionalization, Polarization, Franctionalization" **Middle Eastern Studies**, 1981, 17, s. 228-240; Üstün Ergüder "Changing Patterns of Electoral Behavior in Turkey", **Boğaziçi Üniversitesi Dergisi** (Sosyal Bilimler), 1980-81, s. 8-69.

20 Şevket Kazan ve Hasan Hüseyin Ceylan'la yapılan görüşmelerde söylenenlerden çıkanlar..

toplayabilmiştir. Başarısında ise, medyanın eklektik yapısının etkisi büyüktür demek hatalı olmaz.

1991 genel seçimi öncesi, Refah Partisi adı altında kurulan bir koalisyonla, Refah Partisi, İslahatçı Demokrasi Partisi ve Milliyetçi Çalışma Partisi seçime katılma kararı alsalar bile, koalisyonun tanıtma faaliyetini yanlız Refah Partisi üstlenmiştir. Kullanılan tanıtma stratejisi ise, koalisyon oluşturulmadan önce Refah Partisi tarafından hazırlatılmıştır. Bu nedenle, Refah Partisi'nin tanıtma stratejisini çözümleyebilmek için, poster, afiş, el ilanları, gazete ve televizyon siyasal reklamları ile üç parti broşürünün dikkatlice gözden geçirilmesi gerekmiştir. Refah Partisi'nin kullandığı simge ve sloganlar da ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Yapılan ön değerlendirmelerden sonra, Refah Partisi'nin seçmene yaklaşma biçimini belirleyebilmek için araştırmanın, 1991 genel seçim kampanyasında Refah Partisi'nin kullandığı posterler ve gazete siyasal reklamları üzerinde yapılması uygun görülmüştür. Çalışmanın ise, niceliksel ve niteliksel içerik çözümlemesi şeklinde olması düşünülmüştür. İlk aşamada, posterler ile siyasal reklamlar arasındaki bağıntı dikkatle irdelenmiştir. Bu bağıntıdan, Refah Partisi'nce gazete siyasal reklamlarında kullanılan imge ve simgelerin çözümlenmesi bakımından yararlanılması uygun görülmüştür. Söylemin çözümlenmesi bakımından ise, ayrıca, Refah Partisi tarafından hazırlatılan üç ayrı broşürden yararlanılmıştır.

Araştırmanın kuramsal çerçevesi içinde anlatılan kuramsal modellerdeki kuramsal görüşler, yapılan çalışmada hiçbir zaman dikkatten uzak tutulmamıştır. Bu nedenle, seçmenle özdeşleştirilmek istenilen siyasal reklamlardaki imgeler ve söylemlerin, kuramsal çerçeve ile bütünleşmesi istenilmiştir. Betimleyici bir çalışma olarak nitelenebilecek bu araştırmada ayrıca, bazı varsayımların sınanması yoluna gidilmiştir.

1. Siyasal reklamlarda kullanılan imgeler ve söylemler Refah Partisi'nin ideolojisini yansıtmakla kalmayıp, "Adil Düzen"[21] adına kapitalizmin eleştirisini sosyalist öğretiden kavramlarla yapmaktadır.

2. Kullanılan imge ve söylemler, erkek egemen toplum yapısı içinde şekillenmiş, kadın, erkek dünyası, rolleri ve tanımlarını dışlamamaktadır.

3. Kullanılan erkek söylemi, kadın, erkek dünyası ve rollerini pekiştirme yönünde işlev görmektedir.

---

21 "Adil Düzen, hakkı üstün tutan bir düzendir, aynı zamanda adil ekonomik düzen tam ve mütekamil bir düzendir. Bu düzende kapitalizmin ve komunizmin faydalı yanları mevcuttur. Fakat mahsurlu ve zararlı yanlarına ise yer verilmemiştir." Bu görüşler ayrıntılı olarak, Prof.Dr. Necmettin Erbakan, Adil Ekonomik Düzen, Ankara 1991, s. 17-18'de yer almaktadır.

İçerik çözümlemesi, Refah Partisi'nce hazırlatılan 18 poster ve çeşitli gazetelerde farklı tarihlerde yayınlanan 19 gazete siyasal reklamı[22] üzerinde yapılmıştır. Yapılan içerik çözümlemesi, sistematik içerik çözümlemesi olmakla birlikte, yer yer izlenimci bir çözümlemenin kullanılması da gerekmiştir. Yapılan çözümlemelerde, gazete siyasal reklamlarında, ve posterlerde yer alan insan tipleri, bunlarla yaratılan kadın ve erkek imgeleri, imgelerin kullandığı söylem, Refah Partisi'nin kendi söylemi ve parti amblemi, sloganı üzerinde yoğunlaştırılarak çözümlemeler gerçekleştirilmiştir.

1991 genel seçimi öncesi, Refah Partisi'nce hazırlatılan 18 poster, siyah-beyaz çekilmiş profesyonel fotograflardan oluşmaktadır. Posterlerde yer alan ve ayrıca gazete siyasal reklamlarında da kullanılan insan tipleri, profesyonel mankenlerce canlandırılmıştır.[23] Posterlerde, Refah Partisi'nce, toplumun çeşitli kesimlerinden seçildiği söylenilen, 18 insan tipi (7 kadın, 11 erkek) yer almaktadır. Ayrıca, kesimi temsil ettiği varsayılan söylem, Refah Partisi'nin kendi söylemi, Refah Partisi'nin amblemi ve sloganı olan "Yeni Bir Dünya" da posterlerde bulunmaktadır. Gazete siyasal reklamlarında ise, posterlerde yer alan 18 insan tipi dışında bir diğer tip daha kullanılmıştır. Daha öz deyişle, reklamlarda yer alan 7 kadın, 11 erkek tipi,[24] bunların kendi söylemleri, Refah Partisi'nin kendi söylemi, amblemi ve sloganı, 1991 genel seçimi öncesi, Refah Partisi'nin seçim ve tanıtma stratejisini çizmektedir.

Gerek posterlerde, gerekse gazete siyasal reklamlarında yer alan fotoğraflarla, imgeler yaratılmıştır.[25] Siyasal reklamlarda kullanılan söylemlerden ise imgeler somut veya soyut olarak karşımıza çıkabilmektedir. İmge yaratmak için, posterlerde fotoğraf ve birkaç sloganla çağrışım yolu denenirken, reklamlarda kullanılan söylemlerle çağrıştırılan imgeler, yaratılma yoluna gidilmektedir. Yalnız, bunların anlaşılması için muhakkak, reklamlarda yer alan Refah Partisi'nin kendi söylemi ile parti sloganının ne anlama geldiğini dikkatle irdelemek gerekmektedir. Üç aşamalı olarak hazırlanan siyasal reklamların anlaşılabilmesi yönünden, yapılan içerik çözümlemelerinin birbirinden farklı, dört çözümleme şeklinde değerlendirilmesi anlamlı bulunmuştur. Yapılan çözümlemeler, biçimsel, ideolojik, cinsel kimlik ve aile içi ilişkiler şeklinde dört küme içinde toplanarak, sonuçlar çıkarılmıştır.

---

22 Hasan Hüseyin Ceylan'dan alınan bilgilere göre: Refah Partisi reklamları Refah Partisi Tanıtma Başkanlığı bünyesinde oluşturulan, basın-yayın ve propaganda birimi içinde gerçekleştirildi. Bu birimde gerek partiden gerekse parti dışından pek çok kişi görev yaptı. Reklam kampanyası için teklifte bulunan ajanslar arasında An Ajansla sözleşme imzalanarak, reklam faaliyetleri düzenlendi ve An Ajans yalnızca Refah Partisine muhataptı. Gazete siyasal reklamlarının içeriği, yayınlatılmak istenilen gazeteye göre farklılaştırılarak yayınlandı.

23 Hasan Hüseyin Ceylan'dan alınan bilgilere göre, 1991 genel seçimlerinde Refah Partisi'nce 5 milyar TL televizyonda yapılan siyasal reklamlara, 3 milyar TL ise Hürriyet, Sabah, Milliyet, Cumhuriyet, Günaydın, Zaman, Milli Gazete, Türkiye ve Tercüman gazetelerinde yer alan siyasal reklamlara harcandı.

24 Kullanılan fotograflar makalenin yazarınca belirli tipler olarak karakterize edilmiştir.

25 İmge yaratma (image building) terimi, gerek ticari gerekse siyasal reklamcılıkta çok kullanılan bir terimdir.

Yapılan Araştırmadan Çıkan Sonuçlar

Biçimsel Çözümleme:
Siyasal Reklamlarda İşlenen Sorunlarla, Kullanılan Söylemin İmgelerle İlişkisi

Siyasal reklamlarda kullanılan insan tipinin imgenin kendi söylemi ile Refah Partisi'nin kendi söylemi birlikte ve ayrı ayrı değerlendirilince, Refah Partisi'nin varmak istediği hedefin ne olduğu çıkarılabilmektedir. Bu aşamada ise önce söylemlerde yoğunlaşılan sorunların ne olduğuna bakmak gerekmektedir. Reklamlarda işlenen sorunlar arasında ilk sırayı geçim sıkıntısı çekmektedir. İkinci sırada sağlık, eğitim, sosyal güvenlik yer alırken, üçüncü sırada ise haklar, özgürlüklerle birlikte işlenen ulaşılmak istenilen ideal düzen bulunmaktadır. Bu sorunları dile getirmek için, somut ve soyut imgeler kullanılmakta, soruna tanı koymak bakımından imgelerin kendi söylemi yer alırken, Refah Partisi'nin kendi söylemi ile sorunlara çözüm getirilmek istenilmektedir.

İlk iki sıradaki sorunları dile getirmek için somut olarak haksızlığa uğramış kişileri simgeleyen insan tiplerinden yararlanılmaktadır. Üçüncü sırada yer alan sorunlar ise, soyut fakat ideal düzen arayışında olanların söyleminden çıkarılabilmektedir. Kısacası, biçimsel yönden imgeleri iki kategoride toplamak anlamlı olmaktadır:

1. Haksızlığa uğramış olanlar
2. İdeal düzen (iyi toplum) arayışında olanlar.

Kadınlar ve erkekler arasında haksızlığa uğramış, toplumdaki sosyo-ekonomik eşitsizliğin kurbanı olmuş insan tipleri olarak haylice ilginç tipler kullanılmıştır. Bunlar arasında sanayici, emekli, dar gelirli memur, memur karısı, esnaf, gecekondulu kadın, işçi, işçi kızı, köylü, doğulu, başörtülü üniversiteli kız, lise mezunu delikanlı, hayat kadını yer almaktadır. Bütün sayılan imgelerin söyleminde geçim sıkıntısı, sağlık, sosyal güvenlik sorunları içiçe geçmiş olarak görülebilmektedir. Daha doğru bir deyişle, sorunlar ve ilgili konular sanki birbiri üzerine inşa edilmiş gibidir.

İdeal düzen arayışında olanlar, genelde, hak, özgürlükler arayışıyla birlikte iyi bir düzenin getirilmesini istemektedirler. Kadınlar arasında özgürlük arayışında olanları somut bir şekilde görebilmek, özellikle çağdaş kadın ve çevreci kadın imgeleri ile mümkün olabilmektedir. Özgürlük arayışında olan erkek imgeleri ise soyut bir şekilde tanımlanmışlardır. Bunları tek bir imgeye indirgeyip, "seçmen" şeklinde nitelemek, bu durumda olan dört erkek imgesinin betimlenebilmesine katkı sağlayabilmektedir.

Haksızlığa uğramış olanları gösteren imgelerin söylemleri gayet açıktır. Buna karşılık, ideal toplum arayışında olanların söylemleri irdelendiğinde ancak bir yere varılabilmektedir. Daha doğru deyişle, ideal toplum arayışında olanları

betimlemek ancak söylemleriyle mümkün olabilmektedir. Haksızlığa uğramış olanlar bakımından söylem örnekleri şöyle verilebilir: "Başkalarının Hayatının Kadınıyım... Ya Kendi Hayatım," şeklinde toplumu hayat kadını sorgularken, işçi "15 yıllık işçiyim... Hakkımı versinler", isteğinde bulunmaktadır. Haksızlığa uğramış olanlar arasında devlet memuru ile sanayicinin söylemleri daha çok ekonomi ağırlıklıdır. Sanayici, "Faiz Beni Batırdı.", diye yakınırken, devlet memuru, "Enflasyon büyüyor, maaşım küçülüyor" şeklinde şikayet etmektedir.

Seçmen kategorisi içine konulabileceklerin söylemlerinden örnekler, haksızlığa uğramış olanlarınkinden çok farklıdır. Örnek vermek gerekirse, "Oyumu Amerika'ya Vermek İstemiyorum.", "Demokrasi mi?", "Bir Lider İstiyorum." "Bu Nasıl düzen Anlamıyorum" Bu örneklerde yer alan söylemlere dikkat edilirse, hem iktidarda bulunan siyasal partinin eleştrisi, yapılmakta hem de ülkenin içinde bulunduğu durumun değerlendirildiği görülebilmektedir. İdeal toplum arayışında olan erkeklerin yanında, ideal toplum arayışında olan kadınların söylemi çok daha açıktır: "Kadınım, Önce İnsan.", "Yaşanabilir Bir Çevre İstiyorum."

Biçimsel olarak, sorunların dile getirilmesi için kullanılan imgeler ve söylem yanında, içerik çözümlemelerinde sorun-parti ilişkisi ile sorun-aday-parti ilişkisine de bakmak gerekmiştir. Genelde, gazete siyasal reklamlarında sorun-parti ilişkisi belli belirsiz görülürken, sorun-parti-aday ilişkisine hiç rastlanılmamıştır. Partiyi önderiyle tanıtmak ise, ancak bir reklamda yapılmıştır. "Bir Lider İstiyorum" diyen seçmene, "İstediğiniz Lider Erbakan" şeklinde Refah Partisi'nin söylemiyle yanıt verilmektedir. Üzerinde önemle durulması gereken diğer bir nokta ise, reklamların partizanlık ölçüsüdür. Genelde eleştirilen ise, 1983'ten itibaren Anavatan Partisi'nin yaptıklarıdır. Bu nedenle bazı reklamları olumlu bazı reklamları ise olumsuz içerikle yüklü şekilde betimlemek hatalı değildir.

Bütün posterlerde ve gazete siyasal reklamlarında, Refah Partisi'nin amblemi ve 1991 genel seçimi için seçilmiş sloganı olan "Refah Partisi: Yeni Bir Dünya" yer almaktadır. Bu slogan bir yönüyle Refah Partisi'nin ne yapmak istediğinin çerçevesini çizmektedir. Aynı zamanda, Refah Partisi'nin vaadleri olduğunu, Refah Partisi iktidara gelirse gerçekleştireceklerini ima etmektedir. Yalnız, "Refah Partisi: Yeni Bir Dünya" sloganı ile betimlenen Refah Partisi iktidarının getireceklerinin neler olduğunu görebilmek için, Refah Partisi'nin ideolojisini ve reklamlarda kullandığı Refah Partisi söylemini dikkatli bir şekilde gözden geçirmek gerekmektedir.

İdeolojik Çözümleme:
İmgenin Söylemi ile Refah Partisi'nin Söylemi Arasındaki İlişki

Gerek posterlerde gerekse siyasal reklamlarında kullanılan insan tiplerinin neden seçildiğini anlayabilmek için, reklamlardaki insan tipiyle yaratılan imgenin kendi söylemi, Refah Partisi'nin söylemi ile birlikte Türkiye'nin Gerçek Durumunun Sebepleri: Teşhis broşürünü dikkatlice değerlendirmekle mümkün

olabilmektedir. Özellikle, anılan broşürde yer alanları kavrayabilmek, Refah Partisi'nin reklamlardaki söylemine anlam verebilmek yönünden hayati önem taşımaktadır. Daha öz bir deyişle, reklamlardaki imge/söylem ilişkisine, Refah Partisi'nin ideolojisi açısından bakmakta yarar bulunmaktadır.

Bu nedenle, Refah Partisi'nce hazırlanan Teşhis broşüründe yer alan, ülkede; faiz, haksız vergi, darphane, kambiyo, kredi mikropları ile fiyatlar, pahalılık, enflasyonun azdırılması, Batı taklitçisi bir köle düzeninin sürdürülmesinin ne olduğu üzerinde dikkatli bir çözümleme yapılması gerekmiştir. Bunların mantığı kavranmağa çalışılmıştır. Ayrıca, sorunlara çözüm önerilerinin getirildiği, Türkiye'nin Meseleleri ve Çözümleri ile Adil Ekonomik Düzen broşüründe yer alan, "Köle Düzeni Yerine, Adil Ekonomik Düzen", "Aldatma Düzeni Yerine, Adil Devlet düzeni", AT'a Uşak Olma Yerine, Lider Ülke Türkiye", olmayı öneren "Milli Görüşün" ve "Adil Düzenin" ne olduğunun anlaşılmasına yönelinmiştir.

Bu görüşler, Refah Partisi'nin Milli Nizam Partisi ve Milli Selamet Partisinden[26] devraldığı, görüşler olmakla kalmayıp, iktidar olabilmek yönünden seçmene sunduğu çeşitli almaşıkları da içermektedir. Siyasal yelpazede sağın sağında yer alan Refah Partisi'nin özde istedikleri kuvvetliyi üstün tutan Batı uygarlığı (Kominizm tükenmiştir - Kapitalizm de tükenecektir) yerine "hakkı üstün tutan" insana, "saadet, mutluluk getirecek olan yeni bir düzen olan Adil Düzen'dir"[27] İdeolojik olarak, posterlerin, gazete siyasal reklamlarının temel söylemi, "Yeni bir düzen olarak "Adil Düzen" anlayışı üzerine kurulmuştur. Yeni düzenle özellikle, kapitalist düzenin eleştirisi yapılmak istenmektedir. Kapitalist düzeni eleştirmek için ise sosyalist kavramlarla yüklü sınıfsal boyutlu bir söylem kullanılmaktadır.

Toplum içindeki sosyal eşitsizliği betimlemek bakımından kullanılan haksızlığa uğramış insanları simgeleyen imgeler olan "sanayici, işçi, esnaf, köylü, emekli, memur, işçi kızı, memur karısı, gecekondulu kadın, hayat kadını, temelde, geçim sıkıntısı ve genelde kötüye gidişten şikayetçidirler. Kullanılan sınıfsal yaklaşım ve eşlik eden imgeler, sermaye sahibi ile emeği ile yaşamını

---

26 Milli Görüş, Milli Nizam Partisi, Milli Selamet Partisi ve Refah Partisi'nin temel görüşüdür. Prof.Dr. Necmettin Erbakan'ın **Türkiye'nin Meseleleri ve Çözümleri: Program**, Ankara, Temmuz 1991 broşüründe, Milli Görüşün Türkiye'de mevcut bulunan taklitçilik zihniyetinin yerine yerleştirilmesi gerektiği belirtilmektedir. "Asırlar boyu süren tarihimizde olduğu gibi yakın bir gelecekte de Türkiye'nin milletler arasındaki en şerefli mevkiiye ulaşılabilmesi her şeyden önce taklitçilik hastalığından kurtulup "Milli Görüş"e dönmekle mümkündür. ... Bunun için Türkiye'nin batı taklitçiliğini bırakıp, Milli Görüşe dönmesinde en büyük etken bizzat Refah Partisi'nin iktidara gelmesi olayı olacaktır... Taklitçilik yerine Milli Görüş, Tahribat yerine Kalkınma, Köle Düzeni Yerine Adil Ekonomik Düzen, Aldatma Rejimi Yerine, Adil Devlet düzeni, AT'a Uşak Olma Yerine Lider Ülke Olma" Milli Görüşün ilkelerini oluşturmaktadır. s. 11-20.

27 Adil ekonomik düzen, hakkı üstün tutan bir düzendir. Tam ve mütekamil bir düzendir. İdeal bir düzendir. Ekonomiyi hızla geliştirir. Herkese refah getirir. Kapitalist nizamın bütün sömürü, zulüm ve felaketlerinden insanlığı korur ve kurtarır. Kapitalist nizamın problemlerini çözer. Adil düzen temeline dayanan "İslam Ortak Pazarı"nın kurulmasıyla kalkınma çok daha büyük olur, çok daha hızlı olur. Bu görüşlerin tümü, Prof.Dr. Necmettin Erbakan, Adil Ekonomik Düzen, Ankara, 1991 broşüründe yer almaktadır.

kazanan çizgisinde yer alanların söylemini pekiştirme bakımından anlamlıdır. Bunlara ayrıca, fırsat eşitsizliğinden yakınan doğulu, başörtülü üniversiteli kız, işsiz lise mezunu genci eklemek gerekir. Vurgulanması gereken ise, aynı kavramların hem sınıfsal yaklaşımla simgelenen imgelerin söyleminde hem de Refah Partisi'nin kendi söyleminde yer almasıdır.

Sermaye -emek çizgisi üzerinde Refah Partisi'nin söylemi bakımından değerlendirmeye gidilince, ilginç bir görünümle karşılaşılmaktadır. Toplum içinde var olan düzenin kötülüğü, yapılan haksızlıklar, fırsat eşitliğinin olmaması devamlı olarak vurgulanırken, getirilmek istenilen düzenin çoğu kez adı konmamaktadır. Bununla birlikte düzen değişikliğinden söz edilen bazı örnekler de bulunmaktadır. Faiz-sermaye ilişkisinin anlatıldığı sanayici reklamında, "Faiz beni batırdı" diyen sanayici", "Sanayiciyim, Daha doğrusu sanayici idim. Artık değilim, Çünkü battım. Faizden" şeklinde yakınması için, Refah Partisi'nin vaadi ilginçtir." Refah Partisi, Faizci Kapitalist Sistemi Değiştirecek. "Benzer bir yaklaşım, hayat kadını için vaadedilende mevcuttur: Kapitalist düzenden söz edilmemekle birlikte, "Refah Partisi sizi bu hayata mahkum eden düzeni değiştirecek." denilmektedir.

Bazı reklamlarda ise, kapitalist düzendeki sosyal eşitsizliği dile getirmek yönünden zaman zaman "Adil Ekonomik Düzen" anlayışından söz edilmektedir. Yalnız, hiçbir zaman "adil düzenin nasıl bir düzen olduğu anlatılmamakta, bazı bileşkelerinden söz edilmektedir. Adil düzenden söz edilen bir örnek olarak memur imgesi, söylemi ile Refah Partisi'nin söylemi verilebilir: Memur," Enflasyon büyüyor, maaşım küçülüyor" diye yakınırken, Refah Partisi", Refah'ın 'Adil Ekonomik Düzeninde' Enflasyona Yer Yok" şeklinde çözüm getirilmeye çalışılmaktadır.

Fırsat eşitliği yönünden çelişkileri dile getirmek bakımından yararlanılan diğer bir yaklaşım biçimi ise, olumsuzu olumlu hale getirmektir. Bu yaklaşım biçimine örnek olarak, "Refah Partisi iktidarında babalarınız işsiz kalmayacak." Refah Partisi iktidarında köylü, emeğinin karşılığını alacak" "Refah Partisi gençlerimize aydınlık bir geleceğin kapılarını açacak" verilebilir.

Kapitalist düzenin eleştirisi yapılırken, kullanılan haksızlık, fırsat eşitsizliği, sömürülme, ezilme, bölücülük, geri kalmışlık, gibi kavramlar eleştirel bir bakış açısının ürünü olan kavramlardır. Yapılan eleştiride ise kapitalist sistem ezen/ezilen, sömüren/sömürülen ilişkisi dikkate alınarak eleştirilmektedir. Daha başka deyişle, kapitalist düzenin eleştirisi, sosyalist söylemde yer alan kavramlardan yararlanılarak yapılmaktadır. Bu kavramların kullanıldığı, reklamlardan örnekler arasında, en çarpıcı olanları olarak şunlar verilebilir:

"Doğulu olmak elbette suç değil, Suç Bizi Bölmeye Çalışan Emperyalist Güçlerde." "Kadınım ... yani insan. Ama, insan olduğum unutuluyor. Oysa kadının toplumdaki yeri çok önemli. Türkiye'de kadın eziliyor, değersiz bir eşya olarak kullanılıyor." "Ben bir hayat kadınıyım. Hayatımı anlatsam ciltler dolusu

roman olur. Bu işi isteyerek mi yapıyorum sanıyorsunuz? kim sever böyle bir işi. Ben dışlanmış bir hayat kadınıyım."

Dikkat edilirse reklamlarda kullanılan kavramlarının tümünün, kapitalist sistemin yıkılmasının gerekli olduğu, yerine "Refah Partisi: Yeni bir dünya" kurulması "görüşünün yansımasına işaret ettiklerini söylemek ise hatalı olmayacaktır.

Sermaye-emek çizgisi üzerine oturtulan sosyalist söylemin sınıfsal boyutu Refah Partisi'nin siyasal reklamlarında kullanılırken, toplum içindeki eğitim/meslek ilişkisi göz ardı edilmektedir. Eğitim kavramına ise çok sınırlı ölçüde ve dolaylı olarak gönderme yapıldığı görülmektedir. Örneğin, işçi kızı, "Babamı işten attılar "şikayetinde bulunarak, "Bu yıl liseye başlayacaktım. Fakat babam okul masraflarımı karşılayacak durumda olamadığı için, okula gidemiyorum" şeklinde derdini anlatmaktadır. Aynı şekilde, benzer söylem, memur karısının ve memurun kendi söyleminde yer almaktadır." "İki yakamız bir araya gelmiyor" diyen memur karısı, "Çocuklar büyüdü, üçü de okula gidiyor. Okul masraflarına yetişemiyoruz." şeklinde şikayet etmektedir. Memur, "enflasyon büyüyor, maaşım küçülüyor" şeklinde yakınarak, "Çoluk, çocuğun sağlık ve okul masrafları, belimizi büküyor" demektedir.

Eğitim/iş ilişkisi ancak, fırsat eşitsizliği ve haksızlığı vurgulama yönünden dile getirilmektedir. Aslında, çalışma yaşamını ve düzenini betimlemek bakımından kullanılan bu yaklaşım biçimi kendi içinde de çelişkilerle doludur. Bir yandan çalışma yaşamında eşitsizlik, haksızlık vurgulanırken, diğer yandan hak ve özgürlükler dile getirilmektedir. Kullanılan yaklaşım biçimine örnek olarak, başörtülü üniversiteli kız, işsiz lise mezunu genç imgeleriyle geliştirilen söylem ile Refah Partisi'nce geliştirilen karşı söylem gösterilebilir.

Lise mezunu genç: "Gencim, Gelecek İstiyorum..." şeklinde derdini anlatırken, "Yaşım 19, liseyi bitirdim. Üniversite imtihanlarında başarılı olamadım. Şimdilik geçici bir işte çalışarak, aileme yük olmamaya çalışıyorum. Hoş, üniversiteyi kazansaydım ne olacaktı? Üniversite mezunu işsiz gençlerin sayısı o kadar çok ki. Üniversite öğrenimi bile yeterli değil. "demektedir.

Refah Partisi'nin söyleminde ise yer alanlar bir hayli ilginçtir: "Gençliğimiz bir gelecek sorunu yaşıyor. Bugünkü sistem, gençlerimizin imkanlarından eşit bir şekilde yararlanmalarına engel oluyor. Eğitim yeterli değil. Yeteneklerini yeterince değerlendiremiyorlar..... Refah Partisi, eğitim ve öğretim kurumlarının imkanlarını genişleterek, gençlerimizin seviyeli ve kaliteli bir eğitim görmesini sağlayacak. Doğulu ve Güneydoğulu başarılı öğrencilere, üniversite ve yüksekokullarda kontenjan tanıyacak. İş imkanlarını arttırarak, gençlerin üretime daha fazla katkıda bulunmalarını sağlayacak. Refah Partisi iktidarında gençlerimizin düşünce ve inanç özgürlüğü olacak." denilerek, "Refah Partisi, Gençlerimize Aydınlık Bir Geleceğin Kapılarını Açacak." sloganına yer verilmektedir. Başörtülü üniversiteli kızın söylemi, lise mezunu işsiz gence göre daha farklı bir yaklaşımı simgelemektedir: "Okuldan atıldım. İnandığım

değerlerden dolayı örtünüyorum. Buna karışılmamalı. Ülkede demokrasi var, inanç özgürlüğü var deniliyor, ama bu arada inançlarından dolayı örtünen öğrenciler toplumdan dışlanıyor. Okuldan atılıyor. Ben başörtümden dolayı fakülte son sınıftan atıldım. Babam beni zaten güçlükle okutuyordu."

Refah Partisi'nin bu konudaki söyleminde yer alanlar üniversiteli başörtülü kızın söylemini pekiştiren niteliktedir: "Evet. Başörtülerinden dolayı üniversitelerden uzaklaştırılarak öğrenim hakları ellerinden alınan 5000 kız öğrencimizin durumu, üzüntü verici. Her birinin 15 yıl okuduğunu düşünürsek, yaklaşık 75.000 yıllık bir kayıp söz konusu. Bunu yapanlar, demokrasiden ve laiklikten söz ediyorlar. Ama demokrasi ve laikliği yeterince bilmiyorlar." denilerek, "Refah Partisi İktidarında Okul, sadece Öğrencilerin Olacak" sloganı kullanılmaktadır. Düşünce, fikir ve inanç özgürlükleri ile, demokrasi ve laiklik arasındaki ilişkiden söz edilmekle birlikte, bu özgürlüklerin gençlerin üzerine yapılan eğitim yatırımıyla ilişkisi hep değerlendirilen olmaktadır. Bu nedenle, gençler üzerine yapılan eğitim yatırımı ile, işsizlik arasında bağıntı kurulmaktadır.

Belki en ilginç olanı, meslek kavramına Refah Partisi'nin hiçbir siyasal reklamında yer verilmemesidir. Eğitim/meslek ilişkisinden de hiç söz edilmemektedir. En çok üzerinde durulan kavram ise, işsizliktir. İşsizlik, toplum içinde temel sorun olarak gösterilerek, sorunun sistemden (sistemin adı konmamaktadır) kaynaklandığı belirtilmektedir. Özellikle, eğitimli olmanın iş bulma yönünden fazla yararı olmadığından söz edilmektedir.

Sermaye/emek çizgisi yanında kullanılan, diğer bir söylem biçimi kapitalizm / emperyalizm / bağımsızlık ilişkisidir. Bu yönden özellikle iki tür imgenin söylemi önem kazanmaktadır. Bunlardan bir tanesi "Doğulu" imgesi ile, diğeri ise, "Seçmen" imgesi ile gösterilmektedir. Doğulu imgesi ile yansıtılmak istenilen insan tipiyle, Refah Partisi, ideolojik olarak farklı bir söylem sergilemektedir denilebilir. Doğulu imgesi için, kullanılan söylem, Refah Partisi'nin emperyalizm / siyonizmle ilgili görüşlerini yansıtmaktadır. Seçmen diye nitelenebilecek imgelerin söyleminde yer alan görüşlerle Doğulu imgesinin görüşleri kısmen de olsa birliktelik göstermektedir. Seçmen imgesi ve söyleminde ise, emperyalizm / bağımsızlık ilişkisi ön planda yer almaktadır. Daha doğru bir deyişle, her iki tür imge ve söyleminde kapitalizmin uluslararası ilişkilerde sergilenen boyutu, yine sosyalist söylemden çeşitli kavramlarla değerlendirilmektedir.

Poşulu, sakallı ve bıyıklı erkek fotoğrafı ile yaratılmak istenilen Doğulu imgesi ile, fırsat eşitliğinden yararlanamayan, haksızlığa uğramış, ezilmiş insanlar simgelenmektedir. "Doğulu olmak suç mu?" sorusuyla başlayan ve "Bugün Türkiye'de Doğu sorunu değil, rejim sorunu vardır. Irkçı ve devletçi rejim değişmeden bu sorunlar nasıl çözülür?" diye sorgulayan Doğulu söylemine, Refah Partisi, "Doğulu olmak elbette suç değil, suç bizi bölmeye çalışan emperyalist güçlerde ... Ortadoğu sorunun temelinde siyonizm var." şeklinde bir söylemle yaklaşılmaktadır. Dikkat edileceği gibi, Doğulu imgesi ile Türkiye'deki rejim sorunu üzerinde durulduğu gibi, bu rejimin değişmesiyle ancak sorunların

çözülebileceği, yine Doğulu imgesiyle ve söylemiyle dile getirilmektedir. Ama Refah Partisi'nin kendi söylemine bakıldığında, suçun emperyalist güçlere atıldığı, emperyalizmin kötülendiği görülmektedir.

Aynı şekilde Doğulu imgesi, ve söyleminde kullanılan iki önemli yaklaşıma da işaret etmek gerekmektedir. Bunlardan bir tanesi, Doğulu imgesinin, "ana dilimizi konuşamıyoruz" şeklindeki sözleridir. Diğeri ise, "can güvenliğimizi Çekiç Güç'e teslim ettiler" şeklindeki görüşleridir. Bu sözler ve görüşler, bir yandan Türkiye'de farklı dillerin[28] konuşulmasına izin verilmediğine işaret ederken, diğer yandan Türkiye'nin ülkesinde özellikle doğu ve güneydoğuda can güvenliğini sağlamada Çekiç Güçten yararlandığı ima edilmektedir. Doğulu imgesi ve söyleminde mevcut bulunan bu sözler ve görüşler ise Refah Partisi'nin kendi söylemi olan "Doğulu olmak, elbette suç değil. Suç Bizi Bölmeye Çalışan Emperyalist Güçlerde" yaklaşımıyla pekişir niteliktedir.

Emperyalizm/bağımsızlık ilişkisinin değerlendirildiği iki reklamdaki imge ve söylemler bir hayli ilginçtir. Her iki imge de soyut olarak seçmen erkek yurttaşı çağrıştırmaktadır. Buna karşılık, kadın seçmen imgesi ne soyut ne de somut olarak hiç kullanılmamıştır. Kadın, erkek yurttaş gibi 1930'lu yıllardan beri seçmendir, oy kullanmıştır, oy kuylanmağa da devam etmektedir. Neden bu yola başvurulmamıştır sorusuna, ise yanıt bulabilmek gerçekten güçtür. Reklamlarda kullanılan birinci erkek seçmen imgesi, "Bu nasıl düzen anlamıyorum?" diye düzeni sorgularken, diğer seçmen imgesi, "Oyumu Amerika'ya Vermek İstemiyorum." şeklinde konuşmaktadır. Seçmenlerin söylemleri irdelendiğinde, ülkede mevcut düzeni sorguladıkları, emperyalizmi kınadıkları görülebilmektedir. Bu nedenle, her iki seçmen imgesinin kendi söylemleriyle, Refah Partisi'nin söylemini dikkatle değerlendirmek gerekmektedir.

"Bu nasıl düzen anlamıyorum?" diyerek düzeni sorgulayan seçmen, "Zenginler, daha da zenginleşiyor. Milyonlarca insan hızla fakirleşiyor. Ortadirek yok oldu .... Ülkemizi kim yönetiyor? Nedir Bu Washington telefonları?" diyerek, ülkedeki yönetimin, Amerika Birleşik Devletleri ile olan ilişkilerinden mutlu olmadığına işaret etmektedir. Buna karşılık, Refah Partisi'nin, seçmene sunduğu vaadlerin dikkatle üzerinde durulması gerekmektedir: "Ülkemiz büyük bir sosyal dengesizliğe ve hızla artan haksızlıklara sahne oluyor. Refah Partisi, bu haksızlıkların ve çelişkilerin üzerine, hakkı üstün tutan 'Adil düzen'i sağlayarak gidecek. Böylece Türkiye zenginin kayırıldığı, fakirin ezildiği, holdinglerin kurtarıldığı, insan hak ve özgürlüklerinin yok edildiği, adaletin sarsıldığı bir ülke olmayacak. Türkiye Washington'dan değil, Türkiye'den yönetilecek. Emperyalizm, ülkemizin kaynaklarını sömüremeyecek."

---

[28] Doğulu imge ve söyleminde, açıkça söylenmemekle birlikte, Türk/Kürt meselesi dile getirilmektedir. Hasan Hüseyin Ceylan'dan alınan bilgilere göre, doğulu reklamları, 1991 genel seçimlerinde Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da büyük yankı uyandırmıştır.

Refah Partisi'nin düzeni sorgulayan seçmene vaadleri irdelendiğinde, bir yandan adı konmamakla birlikte kapitalizmin kötülendiği, diğer yandan da kapitalizm/emperyalizm ilişkisinin değerlendirildiği görülebilmektedir. Ayrıca, ileri sürülen vaadler içinde, Türkiye'de şimdiki düzen yerine "Adil Düzen"in gelmesinin yerinde olacağından söz edildiği gibi, adil düzenin "hakkı üstün tutan "bir düzen olduğu ileri sürülmektedir. Bununla da kalmayarak, Refah Partisi, "Hakkı Üstün Tutan Adil Düzen kuracak" denilmektedir.

"Oyumu Amerika'ya Vermek İstemiyorum" şeklinde oyunun kime olacağını sorgulayan seçmen, şikayetlerini birbiri ardına sıralamaktadır: "Güvenerek oy verdiğim liderler bu ülkeyi Amerika'ya bağımlı hale getirdi. Türkiye sanki Amerika'nın bir eyaleti oldu. Bu ülke bizim ülkemiz. Herşey Amerika'nın istediği gibi yürümemeli. Toprağımız Amerikan askerlerinin çizmeleriyle çiğnenmemeli. ".... diyerek oyunun rengini de belirtmektedir. "Ülkemi Amerikan bağımsızlığından kurtaracak bir partiye oy vermek istiyorum." Dikkat edilirse, yine seçmen yurttaşın temelde tartıştığı, Amerika ve emperyalizm ilişkisidir. Seçmen, bu nedenle dolaylı olarak Refah Partisi'ne oy vereceğini belirtmektedir.

Refah Partisi'nin, kendi söyleminde yer alan görüşler, seçmenin sorgulamasına yanıt olarak hazırlanmış gibidir: "Ülkemizi yönetenler yıllardan beri Amerika ne derse yaptılar ... " Yanıtla kalmayan Refah Partisi ayrıca, sorunun ancak" Milli Görüş" anlayışıyla çözülebileceğini önermektedir:" "Milli Görüş iktidarda iken,[29] Kıbrıs sorunu çözülmüş, halkı müslüman olan ülkelerle ilişkilerimiz gelişmişti. Refah Partisi, Türkiye'yi siyasi ve ekonomik bağımsızlığa kavuşturacak "Milli Görüş" anlayışını savunuyor. "Bu nedenle, ileri sürdüğü vaad ise, "Refah Partisi, Tam Bağımsız Bir Türkiye Vaadediyor" şeklindedir. Dikkat edileceği gibi, Refah Partisi'nin, ileri sürdüğü vaadlerde yine, vurgulanan kapitalizm/emperyalizm ilişkisinin istenmemesi ile Refah Partisi'nin temel görüşü olan Milli Görüş olmaktadır.

Reklamlarda Kullanılan İmgeler ve Söylem Bakımından Aileiçi İlişkilerin Rolü ve Önemi

Aileiçi ilişkiler, haksızlığa uğramış, fırsat eşitsizliğinden yakınan bazı imgelerin, imge olarak kendisinde ve söyleminde yer almaktadır. Toplumsal yapıyı betimlemek, gündeme getirmek bakımından özellikle aileiçi ilişkilerin kullanıldığı görülebilmektedir. Kullanılan aileiçi ilişkileri, Türk toplumunun başat ataerkil aile yapısını pekiştirir nitelikte olduğu gibi, hep erkek kadına göre ön planda değerlendirilmektedir. Genelde, aileiçi ilişkilerde kullanılan imgelerde karı/koca, baba/kız, baba/çocuk ilişkilerine yer verilmektedir. Örneğin, memur/memur karısı, işçi/işçi kızı, esnaf/gecekondulu kadın gibi. Her

---

[29] 1980 öncesi, Milli Selamet Partisi'nin koalisyon ortağı olarak iki kez yer aldığı, Milliyetçi Cephe Hükümetleri kastedilmektedir. Birinci Milliyetçi Cephe Hükümeti CHP-MSP ortaklığı, ikincisi ise, AP-MHP-MSP ortaklığı şeklindeydi.

nedense, anne-kız ilişkisine hiç yer verilmemektedir. Bazı imgelerin söyleminden ise aileiçi ilişkiler dolaylı olarak çıkarılabilmektedir.

Karı/koca ilişkisi, baba/kız ilişkisinin değerlendirildiği reklamların söylemi ile Refah Partisi'nin söylemi dikkatle yorumlandığında şunlar göze çarpmaktadır:

1. Devamlı olarak vurgulanan, Türkiye'de toplum içinde başat ataerkil yapıda babanın rolü ve önemidir.

2. Kocanın aile reisi olması, evi geçindirmesi esastır.

3. Kadının anne olarak rolü ancak dolaylı olarak çıkarılabilmektedir.

4. Kadına çalışsa bile, aile içinde kadına erkeğe göre ikinci derecede önem verilmektedir.

Aileiçi ilişkiler bakımından, karı/koca ilişkileri memur, esnaf ve gecekondulu kadın imgeleriyle düzenlenmiş siyasal reklamlardan çıkarılabilmektedir. Bu reklamlarda, temelde vurgulanan kocanın baba olarak ailenin reisi olması, evi geçindirmesi olgusudur. Kadın çalışsa bile, evi geçindirenin erkek olduğu üzerinde durulmaktadır. Ayrıca, kadına evlenirken takılan altınların, giderek zorlaşan hayatı sürdürebilmek bakımından önemi, hayat sigortası olduğu vurgulanmaktadır.

"Kim ister gecekonduda oturmayı" şeklinde hayatından şikayet eden gecekondulu kadın, 'Kolumdaki bilezikleri bozdurduk. Kenardaki birkaç kuruşu da ekleyip, diktik gecekonduyu, nasıl olsa çok para kazanınca daha iyi ev yaparız diye. Ama olmadı. Kocam seyyar satıcılık yapıyor. Bizi iki göz odada yedi nufus yaşamaya mahkum ettiler." diyerek durum değerlendirmesi yapmaktadır. "Hanımın bileziklerini bozdurduk. Büyük umutlarla ekmek teknesini kurduk" şeklinde esnaf, yaşamak için nelere katlandıklarını dile getirmektedir. Memur ise, "Çoluk çocuğun sağlık ve okul masrafları belimizi büküyor. Hanım da çalışıyor, ben de. İkimizin kazancı şöyle rahat rahat geçinip gitmemize yetmiyor." şeklinde yaşam zorluklarından şikayet etmektedir. İlginç olan, kadın çalışsa bile, kocasıyla birlikte kazandıklarının rahat yaşamalarını sağlayamaması, çalışmayan kadının ise, eve katkısının kendisine takılan altınların paraya çevrilmesiyle mümkün olmasıdır.

Baba/kız veya baba/çocuk ilişkileri, toplum içinde mevcut ataerkil yapının başat göstergesi olarak siyasal reklamlarda kullanılmıştır. Baba imgesi, koruyucu, aileyi bir arada tutucu olarak reklamların söylemine girmiştir. Temelde arzulanan ise, babaların işsiz kalmaması, aileyi geçindirebilmesidir. Kadının çalışmasından, çalışmasıyla aileye katkıda bulunmasından, bu bağlamda hiç söz edilmemektedir.

"Dört çocuğum var, ne yiyor, ne içiyor, düşünen yok. Ev kiramı güçlükle ödüyorum. Geçinemiyorum. Çalışıyorum, ama aklım hep evde." şeklinde yakınan işçinin söylemi bir babanın evini geçindirmek için yaptıklarının bir

göstergesi olarak kullanılmıştır. "Babam beni güçlükle okutuyorudu" diye ağlaşan üniversiteden atılan başörtülü kız ile, "Bu yıl liseye gidecektim, babamı işten attılar" diye ağlayan işçi kızının söylemleri, "Aileme yük olmamak için bulduğum işte çalışıyorum" şeklindeki lise mezunu işsiz gencin sözleri, "Hayat gittikçe zorlaştı, çocuklar büyüdü, üçü de okula gidiyor. Okul masraflarına yetişemiyoruz. Babam zaman zaman geçimimize yardımcı oluyor." şeklindeki memur karısının sözleri, baba öğesinin reklamlarda kullanılan söyleminden tipik örnekler olarak verilebilir.

Refah Partisi'nin söyleminde ise, imgelerin kendi söylemiyle tutarlık gözlemlenmektedir. Bir yandan, babaların işsiz kalmayacağını vaad ederken, gecekonduda oturanların çoluk çocuk sokakta kalmayacaklarına dair söz vermektedir. Bu nedenle, "Adil düzen, dar gelirliden vergi almayan düzendir" sözüyle yurttaşları kucaklamak istemektedir.

Refah Partisi Reklamlarında Yer Alan Cinsel Kimlikler: Toplumsal Cinsiyet Açısından Yaklaşım

1991 Genel Seçimlerinde Refah Partisi'nce hazırlatılan siyasal reklamlarda, 7 kadın 11 erkek fotoğrafının kullanılması, kullanılan fotoğrafların çağrıştırdıkları imgelerin cinsel kimliklerinin tartışılmasını da beraberinde getirmektedir. Aileiçi ilişkiler bakımından kullanılan başat yaklaşımın, Türk toplumunun ataerkil yapısının vurgulanması olduğu dikkate alınırsa, kullanılan kadın ve erkek imgelerinin kimliklerinin toplumsal cinsiyet açısından değerlendirilmesinin de yapılmasını gerektirmektedir. Daha başka deyişle, Türk toplumundaki mevcut ataerkil yapı, kadından ve erkekten toplum içinde hangi cinsiyet rollerini oynamalarını beklemektedir? Oynanan cinsiyet rolleri ise nedir? Bu sorulara yanıt bulabilmek bakımından, Refah Partisi siyasal reklamlarında yer alan kadın ve erkek imgeleri taşıdıkları cinsel kimlik açısından değerlendirilmeğe alınmıştır.

Aileiçi ilişkiler değerlendirilirken görülen, aile reisi/baba, anne/eş, kız/erkek çocuk rolleri, toplumsal cinsiyet açısından geleneksel cinsiyet rollerinin, Türk toplumunun başat ataerkil yapısını pekiştirmek bakımından reklamlarda kullanıldığına bizi götürmektedir. Geleneksel kadın ve erkek rolleri yanında, özellikle reklamlarda kadın imgeleri bakımından modern sayılabilecek cinsel kimlikler de kullanılmıştır. Bunlar arasında, "güzel kadın", "ucuz işgücü olarak kadın", "cinselliği vurgulanan kadın", "insan olarak kadın" sayılabilir. Ayrıca yüzyıllardır hemen hemen her toplum tarafından kadına yakıştırılan "hayat kadını" kimliği, Refah Partisi tarafından hazırlatılan siyasal reklamlarda da yer almaktadır. Reklamlarda kullanılan baba, anne, eş, kız, erkek çocuk rolleri, daha çok geçim sıkıntısı, gelir dengesizliği, işsizlik, fırsat eşitsizliği gibi konuları daha iyi bir şekilde anlatabilmek için kullanılmışlardır. Zaten, aileiçi ilişkiler bakımından verilen örneklerden de görülebileceği gibi, imgelerin cinsel kimlikleri hiçbir zaman oynadıkları geleneksel cinsiyet rolleriyle uyuşum içinde

değildirler. Bu noktada ise, belki şu soruyu sormak anlamlı olmaktadır. Kullanılan imgelerle nasıl bir kadın ve erkek seçmen betimlenmek istenmektedir? Nasıl bir seçmene -kadın veya erkek- ulaşılmak hedeflenmektedir?

Reklamlarda kullanılan 12 erkek fotoğrafı ile yaratılmak istenilen imgelerin cinsel kimliği teker teker incelendiğinde, genelde görülen, erkeklerin söylemlerinde neden şikayet ederlerse etsinler, kendilerine tanınan bütün toplumsal hakların bilincinde oldukları, bundan yararlanmak için uğraş verdikleri görülebilmektedir. Refah Partisi'nin kendi söylemi de bu durumu pekiştirir niteliktedir. Bütün erkek fotografları dikkatlice değerlendirildiğinde görülen odur ki; erkek seçmen sıkıntı içinde olsa da, fırsat eşitsizliğinden yakınsa bile hep güçlü, kuvvetli, başarılı olmak isteyen erkekler olarak gösterilmektedir.[30] Bu durum, aslında Türk toplumunun başat ataerkil yapısı ve erkek egemen söylemi ile tutarlıdır.

Reklamlarda kullanılan 7 kadın fotoğrafı ile yaratılan imgelerin cinsel kimlikleri incelendiğinde ise, kadınların "çağdaş kadın" ve "çevreci kadın" imgeleri dışında güçlü olmadıkları, kendilerini koruyacak birilerini aradıkları görülmektedir. Gerek çağdaş kadın, gerekse çevreci kadın ise, kendilerine tanınmış olan hakların bilincinde oldukları gibi, bu hakları daha iyi kullanabilmek için mücadele eder konumdadırlar. Bunlar, kadın seçmen olarak, erkekler kadar güçlüdürler. Buna karşılık, Başörtülü üniversiteli kız ve hayat kadını, çağdaş kadın ve çevreci kadın yanında, haklarının bilincinde olmakla birlikte, hakkını korur durumda gösterilmemektedir.

Asıl üzerinde önemle durulması gereken ise, Türk toplumunun ataerkil yapısını ve erkek egemen söylemi pekiştirmek uğruna, reklamlarda erkek seçmen üzerinde kadın seçmene göre daha çok yoğunlaşılmasıdır. Bu nedenle, reklamlarda yer alan erkek imgeleri, söylemleriyle devamlı olarak siyaset yapmakta, mevcut siyasal iktidara ve düzene yönelik eleştirilerde bulunmaktadırlar. Seçmen olarak betimlenebilen erkek imgelerinin söylemi tümden iç ve dış siyasetle ilişkilidir. Diğer erkek imgelerinin söyleminde, içinde yaşanılan düzenin-kapitalist düzenin eleştirisi yer almaktadır. Hepsi, doğrudan veya dolaylı olarak siyasetin erkek işi olduğunu vurgulamak istemektedirler. Bunu bilinçli olarak yapmak için çaba göstermektedirler.[31]

Kadın imgeler arasında haklarının bilincinde olanlar, erkek imgeler gibi açıktan siyaset yapmamaktadırlar. İçinde yaşadıkları düzeni eleştirmekle yetinmektedirler. Özellikle, çağdaş kadın ve çevreci kadın imgelerinin söyleminde modern sayılabilecek bir söylemin mevcut olduğu görülebilmektedir. Her iki imgenin çağrıştırdığı cinsel kimlik, Türk toplumunun ataerkil yapısı

---

30 Özellikle Rambo filminde Rambo karakteri ile simgelenen "maço erkek" imgesi, güçlü, kuvvetli erkeği temsil etmektedir.

31 Daha önceki çözümlemelerde, erkek imge ve söyleminden çeşitli örnekler ayrıntılı olarak kullanıldığından burada bunlara yer verilmemektedir.

içinde kadının geleneksel cinsiyet rollerinin yanında modern rollerinin de bulunduğunu dile getirmektedir. Çağdaş kadın ve çevreci kadın imgeleri kendi söylemlerinde modern sayılabilecek cinsel kimlik çizseler bile, gerek kendi gerekse Refah Partisi'nin söylemleri, kadın yönünden çizilen kimliği, kapitalizmin eleştirisini yapmak için kullanmaktan beri kalmamaktadır. Bu savı desteklemek yönünden çağdaş kadın, çevreci kadın imgelerinin kendi söylemleri ile Refah Partisi'nin söylemlerine tekrar değinmekte yarar bulunmaktadır.

Çağdaş kadın'ın söyleminde yer alan, "Türkiye'de kadın eziliyor. Değersiz bir eşya gibi kullanılıyor. Modern dünyada kadının cinselliği ön plana çıkarılıyor. Güzel kadınlar, bir ticari meta haline getiriliyor. Çalıştığı iş yerinde 'ucuz işgücü' olarak değerlendiriliyor... Hayır bunlar olmamalı, Kadın saygı görmeli. Hakları korunmalı. Çünkü kadın önce insandır." cümlelelerinde, "ucuz işgücü olarak kadın", "ticari meta olarak güzel kadın", "cinselliğinden yararlanılan kadın" ve "insan olarak kadın'dan söz edilmesi, modern dünyada kadının eş ve anne rolü dışında farklı kimlikleri olduğuna işaret eder niteliktedir. Kullanılan bu kimlikler, kadının çalışan kadın olarak toplumda yeri olduğuna, kadının güzel kadın, cinsel çekiciliği olan kadın olarak medyada çeşitli biçimlerde gösterilmesine, kadın erkek eşitliği bağlamında kadının insan olarak değerlendirilmesine gönderme yapmaktadır. Buna karşılık, Refah Partisi, modern dünyadaki kadının konumunu eleştirerek, "... Ama maalesef, çağdaşlık adı altında, kadınımız hiç haketmediği bir yere konuluyor. Oysa onun gerçek yeri, bugün bulunduğu yer değil. Kadın modern dünyanın kurbanı." şeklinde bir durum değerlendirmesi yaparak, "Refah Partisi, kadının insanlık onurunu çiğnetmeyecek" vaadinde bulunmaktadır.

Çevreci kadın, "Yaşanabilir bir çevre istiyorum" derken, "Çünkü dünya hepimizin. Kirlilik, gün geçtikçe artıyor. Nefes alamıyorum. Yaşanabilir bir çevre istiyorum" şeklinde içinde yaşadığı ortamdan şikayette bulunmaktadır. Refah Partisi'nin söyleminde yer alan görüşler kapitalizmin eleştirisini yapmakla birlikte, çok ilginçtir." Ancak ortada pek çoğumuzun görmediği daha önemli bir kirlilik var, insan kirliliği. Çevre kirliliğinin temelinde de insanın kirlenmiş olması yatıyor. İşte insanın yaşadığı çevreye karşı sorumsuzluğu da buradan kaynaklanıyor... Refah Partisi, 'temiz insan, temiz çevre' diyor. "Ayrıca Refah Partisi, "Yaşanabilir bir çevre vaadediyor" görüşünü ileri sürmektedir.

Toplum içinde dışlanmış kadın imgeleri olarak gösterilen "hayat kadını" ve "başörtülü üniversiteli kız" insan haklarının koruyucusu olacağını Refah Partisi vaadetmektedir. Gerek hayat kadını, gerekse başörtülü üniversiteli kız için Refah Partisi, bir bakıma koruyucu rolü üstlenirken, daha önce de belirtildiği gibi, içinde yaşanılan düzeni değiştirme yönünden bu imgeler ve söyleminden yararlanmaktadır. Daha doğru bir deyişle, Refah Partisi için, hayat kadını ve başörtülü kız, çağdaş kadın ve çevreci kadın kadar kapitalist düzenin eleştirisinde yer alan temel kadın imgeleridir. Buna karşılık, gecekondulu kadın, memur karısı, işçi kızı imgeleri, oynadıkları cinsiyet rolleri bakımından, geleneksel yaşam biçimi içinde yerlerini korumaktadırlar.

Geleneksel/modern yaşam ayrımı, kullanılan imgeler ve söylemleri, toplumsal cinsiyet açısından Refah Partisi'nin, kadın seçmeni hangi konumda gördüğüne ve tanımladığına bizi götürebilmektedir. Bu nedenle, hayat kadını, başörtülü kız bakımından kendi söylemleri ve Refah Partisi'nin söylemlerine dönmekte yarar bulunmaktadır. Bu söylemlerde yer alan kadın kimliği ile, toplum tarafından dışlanmış kadınların, seçmen olarak durumları daha iyi bir şekilde betinlenebilmektedir. Hayat kadını, "Yaşadığımız hayat hayat değil. Kurtulmak istiyorum, kurtulamıyorum. Öyle batmışım ki, gırtlağıma kadar. Umutlarımızla oynayıp bizi bu yollara düşürerek zengin olanlar 'vergi rekortmeni' olup topluma sevimli gösteriliyor. Asıl namussuz onlar... Ben dışlanmış bir hayat kadınıyım. Kendi hayatı olmayan bir hayat kadını" şeklindeki söyleminde, bu hayattan kurtulma isteği yanında, fuhuş sektörü patronu, aynı zamana vergi rekortmeni olan kadınlar[32] eleştirilmeden edilememektedir. Refah Partisi'nin, toplumun bu kanayan yarasını mutlaka tedavi edeceğini, kadının bir eğlence aracı haline getirildiği, fuhuşun içine itildiği bir düzene hayır diyor" şeklindeki söyleminde, ayrıca "size onurlu ve temiz bir hayat vaadediyor" vaadi yer almaktadır.

Başörtülü üniversiteli kızın söylemi, hayat kadını ile benzerlikler içindedir. "Okuldan atıldım. İnandığım değerlerden dolayı örtünüyorum. Buna karışılmamalı. Ülkede demokrasi var, inanç özgürlüğü var deniliyor, ama bu arada inançlarından dolayı örtünen öğrenciler toplumdan dışlanıyor, okuldan atılıyor." şeklinde toplumdan dışlandığını ifade eden başörtülü üniversiteli kız," "Kıyafeti ve inancından dolayı insanların okuma özgürlüğüne karışılması, insan haklarına aykırı. Benim gibi insanları üniversiteden uzaklaştıranlar, lütfen demokrasi ve insan haklarından söz etmesinler" diyerek yaşadıklarından şikayetçi olmaktadır. İlginç olan ise, örtünme ile özgürlükler arasında ilişki kurulması, demokrasi ve insan hakları kavramı içinde değerlendirilmesidir.

Refah Partisi'nin bu konudaki söylemi, kızın söylemi ile benzerlik göstermektedir: "Bunu yapanlar, demokrasiden ve laiklikten söz ediyorlar. Ama demokrasi ve laikliği yeterince bilmiyorlar. Demokrasi ve laiklik konusundaki çifte standartlarını Refah Partisi her fırsatta dile getirdi, onlar kulak asmadılar. Örnek aldıkları Batı ülkelerinde bile bu tür uygulamalara rastlanmıyor. Herkes inancında, düşüncesinde, kılık kıyafet seçiminde özgür olmalı. Buna müdahale etmeye hiç kimsenin hakkı yok" Ayrıca, Refah Partisi, "Refah Partisi iktidarında okul, sadece öğrencilerin olacak" şeklinde bir vaadde de bulunmaktadır. Başörtülü kızın kendi söylemi ile Refah Partisi'nin söyleminin ayrıldığı nokta ise, örtünme konusunun Refah Partisi'nce laiklikle ilişkilendirilmesidir. Refah Partisi'nce yapılan diğer önemli bir eleştirisi ise, batı ülkelerinden örnek alınan demokrasi ve laiklik konusunda çifte standart uygulaması yapıldığıdır. Bu eleştirinin temelinde ise, din ve devlet işleri ayrımı için kullanılan laiklik kavramı ile demokrasi kavramının tartışmaya açılması kadar, dolaylı olarak Hristiyan Batı

---

32 Kadın genelev patronu, Türkiye vergi rekortmeni Matild Munukyan'a gönderme yapılarak, aslında kadının kadını sömürmesi olgusu dile getirilmek isteniyor.

ile Müslüman dünyası arasında daima farklılıkların var olduğuna dikkat çekilmesi bulunmaktadır.

REFAH PARTİSİ VE SİYASAL REKLAMLARI: NASIL BİR SEÇMEN, NASIL BİR DÜNYA?

Refah Partisi'nin 1991 genel seçimlerinde kullandığı siyasal reklamlar üzerinde yapılan içerik çözümlemeleri sonucunda çıkan sonuçlara göre, 1991 Genel Seçimleri ile birlikte Refah Partisi, eskisinden daha değişik bir kimlikle, toplumun karşısına çıkmağa, kendisini yeni kimliği ile tanıtmağa yönelmiştir, yargısını kullanmak yanlış değildir. Gerçekten de, Refah Partisi halen de yaptığı çalışmalarda yeni kimliğini kullanmak, yerleştirmek için çaba göstermektedir. Bununla birlikte, "cami derneği" kimliğini değiştirmeye, kitle partisine dönüşmeye çalışarak, "Refah Partisi: Yeni Bir Dünya" şeklinde vaadde bulunsa bile, hâlâ bütün vaadlerini büyükatası Milli Nizam Partisinden beri süregelen, "Adil Düzen" üzerine bina etmektedir. "Adil Düzen" ise, adil siyasi düzen, adil devlet düzeni, adil manevi ve ahlaki düzen ve adil ilmi düzeni" içermektedir. Aynı zamanda, "Adil Düzen", "Milli Görüşü" de yansıtmaktadır.

Adil Düzen içinde yaşanılan toplum düzeninin bir eleştirisi olmakla kalmayıp, aslında kapitalist düzenin eleştirisidir. Yalnız, kapitalist düzenin eleştirisi, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliğinin dağılmasıyla 1990'lı yılların başında yıkılan sosyalist düzene ait kavramlarla yapılmaktadır. Refah Partisi'nin 1991 genel seçimleri bakımından kullandığı siyasal reklamlarının biçimsel ideolojik olarak söylemlerinin içerik çözümlemeleri ve söylemlerle birlikte kullanılan imgeler, bu yargıyı kanıtlar niteliktedir. Aileiçi ilişkiler ve cinsel kimlik bakımından yapılan içerik çözümlemeleri ise, Refah Partisi'nce nasıl bir seçmene yönelinmek istendiğine bizi götürebilmektedir. Refah Partisi reklamlarında, haksızlığa uğramış, umutsuz, dar gelirli kimselere ulaşmak istediği gibi, idealleri olan bazı kimseleri kendine çekmek istemektedir. Amacı ise, mümkün olduğu ölçüde, cami derneği görüntüsünden kurtularak, toplumun çeşitli kesimlerini kucaklayan bir kitle partisi şekline dönüşebilmek olarak nitelenebilir. Yalnız, Refah Partisi'nce bu amaç pek açık ve seçik olarak ifade edilmemektedir. Belki de ifade edilmek istenmemektedir.

Yapılan araştırma için kurulan varsayımlar, yapılan çözümlemelerde kanıtlandığı gibi, içerdikleri görüşlerin, Refah Partisi'nin gönlünde yatan düzeni pekiştirir nitelikte olduğu görülmüştür. Refah Partisi, toplum içinde mevcut ataerkil toplum düzenin devamını istediği gibi, toplum içinde yer alan bireylerin erkek egemen toplumsal söylemi kullanmalarını istemektedir. Bununla birlikte, özellikle siyasal reklamlarda kadınlar yönünden kullanılan modern imgeler-çağdaş kadın ve çevreci kadın ve bunlara eşlik eden modern söylem, toplum içinde geleneksel/modern ikilemini yansıtır niteliktedir. Geleneksel/modern imgeler ve söylem bu nedenle, ülke içindeki kentleşme, ekonomik gelişme sonucundaki tabakalar içindeki değişimleri ve akışkanlığı hedeflemek için

seçilmiştir denilebilir. Refah Partisi'nin hedefi ise, bunların oylarını almak için çaba göstermektir.

Hiç kuşkusuz, içerik çözümlemelerinden çıkan sonuçlar bakımından, Refah Partisi'nce toplum içinde yaşanan toplumsal hareketlilik göz ardı edilmemekle birlikte, özellikle üzerinde durulan hep gelir düzeyindeki dengesizlikler olmaktadır. Asıl vurgulanması gereken ise, toplumsal hareketliliğin sermaye-emek çizgisi izlenerek vurgulanmak istenmesidir. Gerek merkez-kenar gerekse toplumsal hareketlilik modelleri yönünden, reklamlarda eğitim-meslek ilişkisinin üzerinde durulmaması, buna karşılık gelir düzeyinin yetersiz olmasından ötürü, toplumsal yaşamdan duyulan tatminsizlik ve umutsuzluk öğelerinin vurgulanması ideal düzen arayışları Refah Partisi'nin erişmek istediği seçmenin kimliğini belirlemeye bizi yöneltebilmektedir. İlginç olan ise, cami derneği görüntüsünü terk etmek isteyen Refah Partisi'nin, reklamlarında din ve dindarlık öğelerini bir tek reklam dışında - "Doğu'lu reklamı- hiçbir zaman vurgulamamasıdır.

Refah Partisi reklamlarıyla, bir yandan ülkede kentleşme ve ekonomik gelişme sonucunda aşağıya doğru dikey akışkanlık içinde olan gençler, orta ve alt-orta sosyo-ekonomik kümelerdeki kadın ve erkeklerden-yaş değişkeni söz konusu olmaksızın- diğer yandan laik-eğitim kurumlarında fazla eğitim süresi-atipik örnekler olarak "başörtülü üniversiteli kız" ile "lise mezunu işsiz genç-geçirmeyenlerden oy almak istemektedir. Ayrıca, Refah Partisi "Doğulu" imge ve söylemiyle, merkez-kenar çatışması bakımından 1980'li yıllardan itibaren özellikle Anavatan Partisi Başkanı Turgut Özal tarafından gündeme getirilen Türk-Kürt sorununa da sıcak bakmaktadır. Özellikle "Doğulu" erkek imgesi ve söylemiyle, toplum içinde mevcut etnik kümeleri de kapsamaya, oylarına talip olmaya yönelmektedir.