

# ELECTION MANIFESTOS AS PROPAGANDA LANGUAGE OF POLITICAL MARKETING IN THE RIGHT-WING POLITICAL TRADITION: POLICY AREAS IN ELECTION MANIFESTOS FROM DEMOCRAT PARTY TO JUSTICE AND DEVELOPMENT PARTY

## ÖMER TORLAK - MUHAMMET ALİ TİLTAY

Prof. Dr. İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Bölümü Öğretim Üyesi

Mail: otorlak@ticaret.edu.tr

 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8927-5355>

Doç. Dr. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İşletme Bölümü Öğretim Üyesi,

Mail: matiltay@ogu.edu.tr

 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7877-8523>

### ABSTRACT

Election manifestos can be one of the important tools of political marketing in influencing voter behavior in terms of the promises and policy priorities they contain. The election manifestos of the parties in the right-wing political tradition in Turkey, which gained the right to represent the parliament in the 1950-2018 election periods, were examined in this study. There has been a try to find out which policy areas the political parties prioritize and whether there is a change in their discourse as of the election periods. It is possible to say that the parties in the tradition of right-wing politics concentrated more on freedom and democracy, political system, economy, welfare and quality of life, and social groups politics and their sub-categories during election periods. It has been revealed that the proportion of political parties' own discourses changes in the context of election periods and the policy areas in which they focus differ from each other.

**Keywords:** Political Marketing, Right-Wing Politics, Election Manifestos

### Makaleye Ait Bilgiler

Makale Türü:	Araştırma
Geliş Tarihi:	18.09.2020
Kabul Tarihi:	09.10.2020
Yayın Tarihi:	15.03.2021
Yayın Sezonu:	Ocak - Haziran

### Makaleye Atıf Bilgisi

TORLAK Ömer – TİLTAY Muhammet Ali (2021). "Sağ Siyaset Geleneğinde Siyasal Pazarlamanın Propaganda Dili Olarak Seçim Beyannameleri: "Demokrat Partiden Adalet ve Kalkınma Partisine" Seçim Beyannamelerindeki Politika Alanları", *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, Yıl: 17. Sayı: 60. (112-137)

muhafazakârdüşünce • yıl:17 - sayı:60 • ocak - haziran 2021

# SAĞ SİYASET GELENEĞİNDE SİYASAL PAZARLAMANIN PROPAGANDA DİLİ OLARAK SEÇİM BEYANNAMELERİ: “DEMOKRAT PARTİDEN ADALET VE KALKINMA PARTİSİNE” SEÇİM BEYANNAMELERİNDEKİ POLİTİKA ALANLARI

ÖMER TORLAK

MUHAMMET ALİ TİLTAY

## öz

Seçim beyannameleri içerdiği vaatler ve politika öncelikleri bakımından siyasal pazarlamanın seçmen davranışını etkilemede önemli araçlarından biri olabilmektedir. 1950-2018 seçim dönemlerinde mecliste temsil hakkı kazanan Türkiye'deki sağ siyasi gelenek içerisinde yer alan partilerin seçim beyannameleri bu çalışmada incelenmiştir. Siyasi partilerin hangi politika alanlarına öncelik verdikleri ve seçim dönemleri itibarıyla söylemlerinde değişim olup olmadığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Sağ siyaset geleneği içerisinde yer alan partilerin seçim dönemlerinde özgürlük ve demokrasi, siyasi sistem, ekonomi, refah ve yaşam kalitesi ile sosyal gruplar politika alanlarında ve bunların alt kategorilerinde söylemlerinin daha fazla yoğunlaştığını söylemek mümkündür. Siyasi partilerin seçim dönemleri bağlamında kendi söylemlerinin oranının değiştiği ve odaklandıkları politika alanlarının birbirinden farklılaştığı ortaya çıkarılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Politik Pazarlama, Sağ Siyaset, Seçim Beyannameleri

## Giriş

Pazarlama faaliyetleri politik alanda ve özellikle seçim dönemlerinde yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu faaliyetlerin amacı seçmen tercihlerini etkilemeye yöneliktir (Savigny, 2003; Torlak ve Tiltay, 2013). Örneğin bireyin oy verme davranışı üzerine yapılan çalışmalarda politik pazarlama iletişimi faaliyetlerinin bireyin oy verme davranışı ve seçimlere katılımına etkileri olduğu ortaya konulmuştur. Farklı araştırmalar oy verme davranışının siyasal reklam kampanyaları, ağızdan ağıza iletişim gibi değişkenler tarafından etkilendiğini öne sürmektedir (Kates, 1998; O’Cass, 2002; Falkowski ve Cwalina, 2012; Öztürk ve Çoban, 2019). Bunun yanında siyasi partilerin seçim beyannameleri genel olarak oy verme davranışını etkilemektedir (Ormrod ve Henneberg, 2009). Seçim dönemlerinde siyasi partilerin hedef kitlelerine yönelik vaatlerinin yer aldığı seçim beyannameleri çok partili yaşama geçiş döneminden bu yana tüm partiler tarafından seçim dönemlerinde kullanılmıştır.

Türkiye’de siyasi partiler çok partili siyasi yaşama geçişten itibaren seçimler öncesinde parti beyannamelerini açıklamışlar ve bu beyannamelerde vaatlerine yer vermişlerdir. Siyasi yelpazenin farklı kulvarlarında yer alan tüm partiler seçim beyannameleri vasıtasıyla politika önceliklerini açıklamışlardır. Çok partili yaşama geçişten itibaren Türkiye’de sağ siyaset geleneği içerisinde yer alan farklı partiler seçmen nezdinde karşılık bulmuş ve mecliste temsil edilmişlerdir. Sağ gelenek içerisindeki partilerin seçimde karşılık bulmasının altında yatan önemli nedenlerden biri olarak seçim beyannamelerini sayabiliriz.

Türkiye’de seçim beyannameleri ile ilgili yapılan çalışmalar iki bakış açısı etrafında şekillenmektedir. Bunlardan ilki araştırmacıların ilgi alanları doğrultusunda belirli politika alanlarına (örneğin ormancılık, çevre, teknoloji, inovasyon, AB ile ilişkiler, kütüphanecilik, eğitim politikaları vd.) yönelik seçim beyannamelerinin analizine dayanmaktadır (Tok 2012; Coşkun vd., 2015; Polat vd., 2015; Şeşen ve Ertürk, 2017; Alp ve Turan, 2018; Akçay, 2018). Bir diğer bakış açısı ise siyasi partilerin hangi alanlara daha fazla odaklandıkları şeklindedir (Bayram, 2015; Aytaç, 2017; Çatı ve Cengiz, 2019). Yapılan çalışmalar genel itibarıyla herhangi bir siyasi geleneği ayırt etmeden 2000 yılının sonrasını kapsamaktadır. Siyasal pazarlama bağlamında Türkiye’de çok partili yaşama geçişten itibaren seçim beyannamelerini bütüncül bir bakış açısıyla ele alan ve sağ çizgiyi takip eden siyasi partilerin hangi alanlara öncelik verdikleri ve zaman içerisinde bir değişimin olup

olmadığı sorusunu yanıtlayan bir çalışmaya saptanabildiği kadarıyla rastlanmamıştır. Bu araştırma literatüre bu açıdan katkı yapmayı amaçlamaktadır.

1950 seçimlerinden 2018 seçimlerine kadar sağ siyaset geleneği içerisinde yer alan partilerin seçim beyannameleri politik pazarlama bağlamında bu çalışmada incelenmiş ve yıllar içerisinde partilerin hangi politika alanlarına ağırlık verdikleri saptanmaya çalışılmıştır. Mevcut çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır.

1. 1950 - 2018 yılları arasında TBMM’de sağ geleneği temsil eden partilerin seçim beyannamelerinde hangi politika alanları öne çıkmaktadır?

2. Seçim dönemleri itibariyle sağ siyasette yer alan partilerin seçim beyannamelerinde politika alanları bakımından değişim var mıdır?

3. Sağ siyaset geleneğini temsil eden partiler arasında öncelik verilen politika alanları bakımından benzerlik ve farklılık gözlenmekte midir?

### **Kavramsal Çerçeve**

Pazarlama uygulamaları ve araçları günümüzde işletme faaliyetlerinin ötesine geçerek farklı alanlarda kullanılmaya başlanmıştır. Bu alanlardan biri de siyasi partilerin ve seçmenlerin temel aktör olarak yer aldığı politik alanlardır. Siyasal pazarlamanın en yaygın ve etkin bir şekilde planlandığı dönem, seçim dönemleridir. Siyasal pazarlamanın temelinde hedef kitledeki seçmenleri ikna etmek ve iktidarı kazanmak yatmaktadır. Seçmenlerden desteğini isteyen siyasi partiler, karşılığında seçmenin beklediği yasaları yapmak, beyannamelerinde vaatleri gerçekleştirmek gibi ahlaki sorumluluklar içerisinde girmektedir. Siyasal pazarlamanın çeşitli işlevleri de bulunmaktadır. Siyasi partiler oy toplamak için geniş kitlelerin ilgisini çekmeye çalışırken, seçmenlerin istek ve beklentilerini anlamaya çalışmak için siyasal pazarlama araştırmaları gerçekleştirirler. Bu süreçte seçmen kitleleri de adayları ve parti programlarını tanıma fırsatı bulurlar. Siyasal pazarlama sayesinde seçimlere katılımın artması olasıdır. Bu durum ise toplumların daha demokratik bir yapıya kavuşmalarına öncülük edebilmektedir (Duman ve Sun İpekşen, 2013). Siyasal pazarlamanın en temel etkinlik alanı seçim kampanyalarıdır.

Türkiye’de seçim kampanyalarını çok partili yaşama geçiş denemesinin yapıldığı 1945 yılına kadar götürmek mümkündür. Cumhuriyet tarihinin ilk siyasi partisi 9 Eylül 1923’te kurulan Cumhuriyet Halk Fırkasıdır. 8 Nisan 1923’te toplanan TBMM’deki Anadolu ve Rumeli Müdafaa-i Hukuk Grubu’nun çalışmaları sonucunda Halk Fırkasının ilk seçim beyannamesi ve 1931’e kadar tek parti programı olan “9 Umde” kabul edilmiştir. Cumhuriyet

Halk Partisi'nden (CHP) sonra kurulan ve Türkiye'nin çok partili rejimdeki ilk muhalefet partisi Milli Kalkınma Partisi (MKP) ile başlayan süreç 7 Ocak 1946'da Demokrat Parti'nin (DP) kurulmasıyla devam etmiştir (Ertürk ve Şeşen, 2017). 21 Temmuz 1946 tarihinde yapılan seçimlere katılan CHP, MKP ve DP'nin seçim kampanyaları Türkiye'de siyasal pazarlama anlamında yeni bir dönemin başlamasına da neden olmuştur. Seçim kampanyalarında çeşitli iletişim araçlarının kullanımı ise 14 Mayıs 1950 tarihinde yapılan genel seçimlere denk gelmektedir. Demokrat Parti'nin "Yeter söz milletindir" sloganıyla seçmenlere ulaşmaya çalıştığı bu dönemin ardından seçim kampanyaları partiler açısından bir rekabet aracı haline gelmiştir.

Türkiye'de, politik pazarlama araçlarının etkin bir biçimde kullanıldığı ilk seçim kampanyasının 1950 seçimleri olduğu ifade edilmektedir. Kitle iletişim araçları bu seçim döneminde yoğun olarak kullanılmıştır. Radyo, gazete ve afişlerin kullanıldığı seçimde daha öncekilerden oldukça farklı bir seçim kampanyası yürütülmüştür. Partilerin seçim beyannameleri de daha geniş kitlelere ulaştırılmıştır. 1950 seçimleri siyasal kampanyalar açısından bir dönüm noktası olmuş ve bu tarihten itibaren, Türkiye'deki seçim kampanyaları kitle iletişim araçlarının etkisiyle daha rekabetçi bir yapıya kavuşmuştur. 1970'li yıllarda siyasi partilerin reklam ajanslarıyla çalışmaya başlaması seçim kampanyalarının profesyonel bir bakış açısıyla kurgulanmasını sağlamıştır. 1980'li yıllarda, siyasi partilere gazetelerde ücretli ilan verme hakkı tanınmıştır. 1990'lı yıllarda ise, seçim kampanyaları renkli gösterilere sahne olmuş ve parti liderleri siyasal iletişim uzmanlarıyla çalışmaya başlamışlardır. 2000'li yıllarda yapılan seçimlerde siyasi partiler yeni kitle iletişim araçlarını seçim kampanyalarına dahil etmişler (Duman ve Sun İpekşen, 2013) ve dijital pazarlama araçlarının siyasal arenada kullanımı seçim beyannamelerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır.

Siyasi partiler seçim kampanyaları sırasında politika önceliklerini, önerilerini ve vaatlerini seçmenlere sunmakta ve bu vaatlerin vatandaşların refahını nasıl etkileyeceğini açıklamaktadırlar. Bu öneriler ve vaatler genellikle seçim beyannamelerinde ifade edilir. Bunun karşılığında, vatandaşlar bu öneriler ve vaatlerden hangilerinin çıkarlarına en iyi şekilde hizmet edeceğini değerlendirir ve uygulanmasını istediği önerileri sunan partiyi seçerek, vaatlerini yerine getirmek için yetkilendirmiş olur. Bu şekilde seçimler halkın taleplerine en uygun politikaların seçilmesi ve uygulanmasına hizmet etmektedir (Aytaç, 2017).

Seçim beyannameleri seçim öncesinde siyasî aktörlerin hedef kitlelerini etkileme, inandırma ve ikna etmede kullandıkları en önemli araçlardan birisidir. Seçim beyannameleri seçim sürecinde partilerin hedef kitlenin oy verme davranışını etkilemek amacıyla, ülke yönetimine ilişkin siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik plan ve programlarının farklı iletişim araçlarında kamuoyu ile paylaşıldığı yazılı metinlerdir. Bu metinler yazılı beyanlar şeklinde kamuoyuna sunulmakla beraber, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde zamanla farklı iletişim araçlarıyla da hedef kitlelere sunulmaktadır (Ertürk ve Şeşen, 2017). Seçim beyannameleri; siyasi partilerin seçmenleri ikna etmek amacıyla ortaya koyduğu söylemlerdir. Bu söylemler geleceğe dair vaatleri içermektedir (Çatı ve Cengiz, 2019). Seçmenler siyasi partileri sundukları vaatlere göre değerlendirmektedir. Bu vaatler seçmenler ile siyasi parti arasında bir köprü vazifesi de görmektedir (Tan, 2002).

## Yöntem

Bu çalışmada Manifesto Project'in (<https://manifesto-project.wzb.eu/>) veri tabanından faydalanılmıştır (Volkens vd., 2020). Bu veri tabanı, partilerin seçim beyannamelerinin içerdiği beyanların niteliğini ve sıklığını farklı ülkelerdeki kodlayıcıların vasıtasıyla ölçümleyerek bu beyannamelerin standartlaştırılmış ve karşılaştırmalı bir içerik analizini sunmaktadır. Bu veri setini kullanarak partilerin seçimler öncesinde halka sundukları politika önceliklerini ve tercihlerini genel bir çerçeve içinde incelemek mümkündür. Manifesto Project'te yer alan kodlama birimi, partilerin seçim beyannamelerinde ifade edilen tek bir mesajı içeren bir yarı cümledir (Aytaç 2017). Tablo 1'de Planlı Ekonomi kategorisi için örnek kodlama gösterilmektedir.

**Tablo 1:** Planlı Ekonomi İçin Kodlama Örneği

Seçim Yılı	Parti Adı	Alınan İfade
1954	CMP	rasyonel ve koordine bir surette çalışacağı deriş edip mümkün kılacak bir (plân-programın) mütehassıslarca, vücade getirilmesini zarurî görür.
1961	CKMP	topraklandırma ve iskân teşebbüs ve gayretlerinde memleket realite ve ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmayı zarurî görmekteyiz.
1965	CKMP	Türkiye'nin kaynaklarının süratle ve toptan işletilmesi için zarurî şart sayıyoruz.
1969	MHP	Türk milletinin tümünün beslenme şartlarını ve gıda rejimini incelemek ve düzeltmek devlet ödevi olacaktır.
2002	AK Parti	Kamu yatırım stoku gözden geçirilerek, kaynaklar öncelikli sektörlerdeki uygun projelere yönlendirilecek
2007	MHP	Tüm mali sektörü kapsayacak bir Mali Piyasalar Üst Kurumu oluşturulacak
2011	AK Parti	Zamanında aldığımız önlemler sayesinde finans sektöründen bir yük gelmesini önlemenin yanı sıra,
2015	MHP	ihracatı geliştirmek için, ilgili tarafların da katılımı ve onayıyla, planlı ve proaktif bir dış ticaret politikası uygulamaya konulacaktır.
2018	İyi Parti	Türkiye'de yerel ekonomileri Makroekonomik Ulusal Hedefleri gerçekleştirecek şekilde yeniden organize edeceğiz.

Kaynak: Burst vd., 2020

Bir beyannamedeki yarı cümleler belirlendikten sonra, bunların her biri 56 standart politika alanı kategorisinden birine kodlanmaktadır. Bu standart kategoriler, partiler, ülkeler, seçimler ve farklı zamanlar arasında karşılaştırılabilir olacak şekilde oluşturulmuştur. Herhangi bir konuda partiler farklı duruşlar benimseyebileceğinden, kategorilerin çoğunun olumlu ve olumsuz biçimleri bulunmaktadır. Örneğin bir parti ekonomide korumacı politikalar izleme taraftarı veya korumacı politikalar izlenmesine karşı olabileceğinden, ekonomi alanındaki korumacılık kategorisinin hem olumlu hem de olumsuz biçimleri bulunmaktadır (Aytaç, 2017). Tablo 2'de bu yedi ana politika alanı içinde dikkate alınan standart politika kategorileri sunulmuştur.

**Tablo 2:** Politika Alanları ve Alt Kategoriler

Politika Alanları	Alt Kategoriler
-------------------	-----------------

<b>Dış İlişkiler</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Özel Dış İlişkiler (Pozitif ve Negatif)</li> <li>• Anti Emperyalizm</li> <li>• Askeri (Pozitif ve Negatif)</li> <li>• Barış</li> <li>• Uluslararasılık (Pozitif ve Negatif)</li> <li>• Avrupa Entegrasyonu (Pozitif ve Negatif)</li> </ul>
<b>Özgürlük ve Demokrasi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Özgürlük ve İnsan</li> <li>• Hakları</li> <li>• Demokrasi</li> <li>• Anayasalcılık (Pozitif ve Negatif)</li> </ul>
<b>Siyasi Sistem</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Âdem-i Merkeziyetçilik</li> <li>• Merkeziyetçilik</li> <li>• Yönetimsel ve İdari Verimlilik</li> <li>• Siyasi Yolsuzluk</li> <li>• Siyasi Otorite</li> </ul>
<b>Ekonomi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Serbest Pazar Ekonomisi</li> <li>• Teşvikler (Pozitif)</li> <li>• Piyasa Düzenlemesi</li> <li>• Ekonomik Planlama</li> <li>• Korporatizm/Karma Ekonomi</li> <li>• Korumacılık (Pozitif ve Negatif)</li> <li>• Ekonomik Hedefler</li> <li>• Keynesyen Talep Yönetimi</li> <li>• Ekonomik Büyüme (Pozitif)</li> <li>• Teknoloji ve Altyapı (Pozitif)</li> <li>• Kontrollü Ekonomi</li> <li>• Millileştirme</li> <li>• Ekonomik Ortodoksluk</li> <li>• Marksist Analiz</li> <li>• Büyüme Karşıtı Ekonomi (Pozitif)</li> </ul>
<b>Refah ve Yaşam Kalitesi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Çevre Koruma</li> <li>• Kültür (Pozitif)</li> <li>• Eşitlik (Pozitif)</li> <li>• Refah Devletinin Genişlemesi</li> <li>• Refah Devletinin Sınırlandırılması</li> <li>• Devlet tarafından Sunulan Eğitimin Yaygınlaşması</li> <li>• Devlet Tarafından Sunulan Eğitimin Sınırlandırılması</li> </ul>
<b>Toplumun Yapısı</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ulusal Yaşam Tarzı (Pozitif ve Negatif)</li> <li>• Geleneksel Ahlak (Pozitif ve Negatif)</li> <li>• Yasa ve Düzen (Pozitif)</li> <li>• Sivil Düşünce (Pozitif)</li> <li>• Çok Kültürlülük (Pozitif ve Negatif)</li> </ul>
<b>Sosyal Gruplar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İşçi Grupları (Pozitif ve Negatif)</li> <li>• Tarım ve Çiftçiler (Pozitif)</li> <li>• Orta Sınıf ve Mesleki Gruplar</li> <li>• Azınlıklar</li> <li>• Ekonomi Dışı Demografik Gruplar</li> </ul>

Kaynak: Volkens vd. (2020)



Bu çalışmada analiz edilen beyannameler ilgili seçim döneminde meclise girmiş partilerin seçim beyannameleridir. Meclise giremeyen partilerin beyannameleri çalışma kapsamı dışında tutulmuştur. 1950 yılından 2018 yılına kadar yapılan genel seçimlerde meclise giren partilerin oy yüzdeleri, sandalye sayıları ve analize konu olan beyanname başlıkları Tablo 3'te yer almaktadır. Araştırmadaki analizler bu partilerin seçim beyannamelerini temel almaktadır.

**Tablo 3:** Analizde Yer Alan Beyannameler

Seçim Tarihi	Parti Adı	Oy Yüzdesi	Sandalye Sayısı	Beyanname Başlığı
1950	Demokrat Parti (DP)	52,68	408	Parti Programıyla İlgili Gazete Raporu
1954	DP	57,61	503	Çeşitli Kaynaklardan Derleme
1954	Cumhuriyetçi Millet Partisi (CMP)	5,28	5	Cumhuriyetçi Millet Partisi Programı
1957	DP	47,88	419	Çeşitli Kaynaklardan Derleme
1961	Adalet Partisi (AP)	34,78	158	Adalet Partisi Seçim Beyannamesi
1961	Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi (CKMP)	13,96	54	Program
1965	AP	52,87	240	Adalet Partisi Seçim Beyannamesi
1965	(Millet Partisi) MP	6,26	31	MP Seçim Beyannamesi
1965	CKMP	2,24	11	1965 Seçim Bildirisi
1969	AP	46,53	256	Adalet Partisi Seçim Beyannamesi
1969	MP	3,22	6	Çeşitli Kaynaklardan Derleme
1969	(Milliyetçi Hareket Partisi) MHP	3,02	1	Memleket ve Dünya Hadiseleri
1973	AP	29,82	149	Adalet Partisi Seçim Beyannamesi
1973	MHP	3,37	3	Çeşitli Kaynaklardan Derleme

1973	Milli Selamet Partisi (MSP)	11,80	48	Milli Selamet Partisi Seçim Beyannamesi
1977	AP	36,88	189	Kervan Yürüyecektir
1977	MHP	6,41	16	MHP Seçim Beyannamesi
1977	MSP	8,56	24	Milli Selamet Partisi Seçim Beyannamesi
1983	(Anavatan Partisi) ANAP	45,14	211	Anavatan Partisi Seçim Beyannamesi
1983	Milliyetçi Demokrasi Partisi (MDP)	23,26	71	Milliyetçi Demokrasi Partisi Seçim Beyannamesi
1987	ANAP	36,31	292	Anavatan Partisi 29 Kasım 1987 Seçim Beyannamesi
1987	(Doğruiyol Partisi) DYP	19,13	59	DYP 1987 Seçim Beyannamesi
1991	ANAP	24,01	115	Anavatan Partisi Seçim Beyannamesi
1991	DYP	27,034	178	1991 Erken Genel Seçim Bildirgesi (Kısa Metin)
1991	(Refah Partisi) RP	16,87	62	20 Ekim 1991 Genel Seçimi RP Seçim Beyannamesi
1995	ANAP	19,65	132	Anavatan Partisi 24 Aralık 1995 Seçim Taahhütnamesi
1995	DYP	19,18	135	Hedef 2000'ler Tek Çözüm Çiller
1995	RP	21,37	158	RP 24 Aralık 1995 Seçimleri Seçim Beyannamesi
1999	ANAP	13,27	86	İş, aş, huzur için...
1999	DYP	12,09	85	Yeter! Hak Milletın Olacak!
1999	MHP	18,05	129	MHP
1999	(Fazilet Partisi) FP	15,47	111	Günışığında Türkiye
2002	(Adalet ve Kalkınma Partisi) AK Parti	34,17	361	Herşey Türkiye İçin
2007	AK Parti	46,66	341	Güven ve İstikrar İçinde. Durmak Yok Yola Devam
2007	MHP	14,29	70	Milliyetçi Hareket Partisi 22 Temmuz 2007
2011	AK Parti	49,83	327	Türkiye Hazır. AK Parti Genel Başkanı

2011	MHP	13,07	53	2011 Seçim Beyannamesi 2023'e Doğru Yükselen Ülke Türkiye Sözleşmesi Ses Ver Türkiye
2015	AK Parti	39,70	258	Yeni Türkiye Yolunda Daima Adalet Daima Kalkınma. 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi
2015	MHP	15,82	80	Toplumsal Onarım ve Huzurlu Gelecek Bizimle Yürü Türkiye. 7 Haziran 2015 Seçim Beyannamesi
2015	AK Parti	48,79	317	Huzur ve İstikrarla Türkiye'nin Yol Haritası. 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Seçim Beyannamesi.
2015	MHP	11,73	40	Huzurlu ve Güvenli Gelecek. 1 Kasım 2015 Seçim Beyannamesi
2018	AK Parti	42,56	295	Güçlü Meclis, Güçlü Hükümet, Güçlü Türkiye: Yapar-sa Yine AK Parti Yapar
2018	(İyi Parti) İYİ	9,95	43	Milletimizle Sözleşme: Toplumda Birlik, Ekonomide Güven, Yönetimde Liyakat
2018	MHP	11,1	49	Milli Diriliş, Kutlu Yükseliş

Kaynak: Volkens vd. (2020)

### Bulgular

Tablo 3'te yer alan konulara siyasi partiler beyannamelerinde yer vermekle birlikte bu çalışmada beyannamelerde daha fazla yer bulan konulara odaklanılmıştır. Araştırmacılar tarafından Manifesto Project Veri tabanında bulunan tüm alt kategoriler incelenmiş ve analiz edilmiştir. Bu kategorilerden seçim beyannamelerinde en fazla yer bulanlar çalışmaya dahil edilmiştir. Tablo 4'te bu kategoriler yer almaktadır.

**Tablo 4:** Politika Alanları ve Kategoriler

Politika Alanları	Kategoriler	
Özgürlük ve Demokrasi	Kategori 1	Demokrasi
Siyasi Sistem	Kategori 2	Yönetimsel ve İdari Verimlilik
	Kategori 3	Siyasi Otorite

<b>Ekonomi</b>	Kategori 4	Planlı Ekonomi
	Kategori 5	Serbest Pazar Ekonomisi
	Kategori 6	Ekonomik Amaçlar
	Kategori 7	Ekonomik Büyüme: Olumlu
	Kategori 8	Teknoloji ve Altyapı: Olumlu
<b>Refah ve Yaşam Kalitesi</b>	Kategori 9	Refah ve Yaşam Kalitesi
	Kategori 10	Refah Devletin Genişlemesi
	Kategori 11	Devlet Tarafından Sunulan Eğitimin Yaygınlaşması
<b>Sosyal Gruplar</b>	Kategori 12	İşçi Grupları: Olumlu
	Kategori 13	Tarım ve Çiftçiler: Olumlu

Sağ siyaset geleneği içerisinde yer alan partilerin seçim dönemlerinde özgürlük ve demokrasi, siyasi sistem, ekonomi, refah ve yaşam kalitesi ile sosyal gruplar politika alanlarında ve bunların alt kategorilerinde söylemlerinin daha fazla yoğunlaştığını söylemek mümkündür.

Tablo 5'te siyasi partilerin 1950 seçimlerinden 2018 seçimlerine kadar seçim beyannamelerinde yer alan söylemlerin politika alanları bağlamında alt kategorilere dağılımı yer almaktadır.

**Tablo 5:** Siyasi Partilerin Seçim Beyannamelerindeki Söylemlerin Dağılımı

Seçim Tarihi	Parti	Kategoriler (%)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1950	DP	6,6	5,4	40,4	0	8,4	15,5	3	1,2	0	0	0	1,2	7,7
1954	DP	6,6	5,4	40,4	0	8,4	15,5	3	1,2	0	0	0	1,2	7,7
1954	CMP	35,13	0	0	5,40	4,05	0	0	8,10	4,05	2,70	1,35	4,05	2,70
1957	DP	6,6	5,4	40,4	0	8,4	15,5	3	1,2	0	0	0	1,2	7,7
1961	AP	1,4	11	1,3	3,3	2,5	7,7	2,2	6,7	8,5	6,3	5,4	3,8	23,4
1961	CKMP	13,82	0,81	0,54	8,67	8,13	0	5,42	11,92	5,42	5,42	6,50	2,43	
1965	AP	5,5	5,5	2,8	7,8	2,6	7,9	3,6	5,9	8,4	5,4	5,4	4,4	14,1
1965	MP	1,13	4,30	5,66	2,94	5,44	9,29	2,26	8,16	16,78	10,88	6,57	4,53	7,71
1965	CKMP	2,91	2,28	2,49	8,67	6,44	0	9,77	6,65	6,65	5,19	3,53	2,49	8,31
1969	AP	4,6	11,2	7,2	3,9	1,2	6,7	2,2	9,3	6,5	4,7	3,7	2,1	12,1
1969	MP	1,13	4,30	5,66	2,94	5,44	9,29	2,26	8,16	16,78	10,88	6,57	4,53	7,71
1969	MHP	4,3	0,37	3,74	5,61	8,24	0	4,49	11,79	6,55	5,43	1,31	2,62	
1973	AP	8,3	6,5	9,8	3	7,7	7,7	3,7	9,2	8,3	5,7	4	0,6	10,7
1973	MHP	1,1	9,6	8,1	4,6	2,2	5,1	0,8	2,2	5,9	2,8	4,9	3,2	3,1
1973	MSP	1,8	5,2	10,2	5	1,4	7,5	0,4	4,4	4,2	1,6	3,8	4,3	10,3
1977	AP	5,4	1,4	23,7	1,8	0,2	4	10,2	3,4	4,3	2,5	2	2,2	4,9

SAĞ SİYASET GELENEĞİNDE SİYASAL PAZARLAMAMIN PROPAGANDA DİLİ

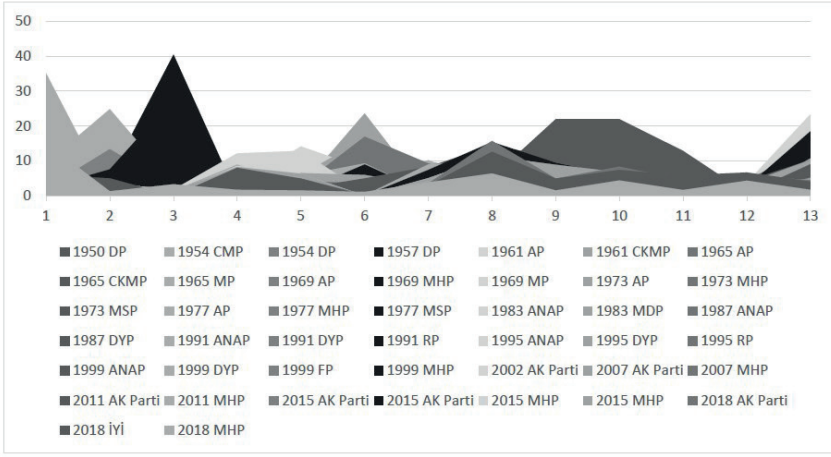
1977	MHP	1,1	9,6	8,1	4,6	2,2	5,1	0,8	2,2	5,9	2,8	4,9	3,2	3,1
1977	MSP	0,3	2,2	18,4	2,7	0,8	9,9	3,1	5,4	6,7	1,8	3,2	2,6	3,2
1983	ANAP	0	10,4	0	3,6	5	15,8	0,9	2,7	10,9	6,8	4,1	2,3	9,5
1983	MDP	0	9,7	0	6	2,4	23,6	0	7,9	7,2	4,2	3	3,6	10,3
1987	ANAP	1,8	10,9	5,7	1,4	5,5	12	2,4	10,5	8,3	5,9	4,5	1,1	6,4
1987	DYP	6,7	6,9	20,8	2,1	1,9	11,3	3,1	4,8	9,2	4,5	3,5	1,7	4,7
1991	ANAP	1,85	8,19	9,07	3,27	5,24	8,74	3,06	9,18	7,86	3,82	4,26	1,20	3,60
1991	DYP	9,6	2,98	11,68	0,11	10,61	5,84	2,14	3,69	8,28	4,11	1,84	1,72	4,11
1991	RP	0,29	1,05	12,92	0,92	2,48	3,66	1,76	2,69	5,97	1,81	2,06	3,45	4,08
1995	ANAP	4,58	14,52	14,52	2,54	14,14	7,77	1,14	6,62	5,86	3,69	1,40	0,25	0,12
1995	DYP	1,32	5,84	3,45	1,68	6,02	16,29	1,68	14,79	7,26	6,02	4,78	0,26	5,13
1995	RP	6,78	3,39	21,18	0,42	2,96	16,94	9,32	2,11	1,69	0,42	0,42	0,42	0,84
1999	ANAP	0	12,87	6,06	0,75	0,75	8,33	0	5,30	21,97	21,97	12,87	0,75	9,09
1999	DYP	9,31	24,84	3,52	0,41	5,79	9,31	0,62	9,73	5,59	4,76	4,96	1,44	2,89
1999	MHP	2,34	7,61	27,93	0,58	1,17	8,98	0,78	0,78	11,13	4,49	2,34	0,58	1,17
1999	FP	2,13	13,39	2,74	0,33	2,93	7,90	1,32	12,63	5,34	2,55	2,88	0,71	4,02
2002	AK Parti	3,02	3,53	1,80	12,17	12,89	1	3,31	3,17	6,12	4,53	4,68	2,52	4,97
2007	AK Parti	1,6	3,16	1,73	1,73	6,5	5,96	2,93	7,4	9,5	8,6	5,3	3,5	3,46
2007	MHP	0,96	3,86	0,84	5,73	4,40	3,44	5,73	8,69	6,03	5,13	5,19	1,02	5,25
2011	AK Parti	2,41	2,55	1,28	3,72	2,08	5,03	8,34	14,29	11,24	10,45	4,63	1,75	2,41
2011	MHP	2,59	2,83	1,50	8,92	2,66	0,17	8,98	10,08	7,65	6,73	4,85	1,94	5,02
2015	AK Parti	6,19	1,19	1,21	7,81	5,70	0	7,40	15,41	9,46	5,70	4,71	2,84	3,98
2015	MHP	8,07	0,91	0,75	8,6	6,27	0	4,93	11,63	8,6	6,31	3,47	3,47	4,37
2015	AK Parti	6,16	1,33	1,21	8,03	5,53	0	6,91	14,73	9,51	5,85	4,82	2,74	3,96
2015	MHP	8,22	0,95	1,13	8,26	6,31	0	5,06	11,30	8,88	6,79	3,30	3,41	4,14
2018	AK Parti	2,12	3,28	0,38	5,71	4,96	0,38	3,53	15,71	4,96	8,36	4,64	5,53	4,60
2018	İYİ	5,99	5,02	0,05	8,026	4,92	0,10	2,94	12,62	4,92	7,43	5,88	6,68	4,12
2018	MHP	15,13	1,28	3,30	1,74	1,56	1,10	3,85	6,42	1,56	4,40	1,65	4,31	1,74

Kaynak: Volkens vd. (2020)

Genel olarak değerlendirildiğinde sağ gelenekte yer alan siyasi partilerin öncelikleri arasında ekonomiye dair unsurlar yer almaktadır. Refah ve yaşam kalitesi seçim beyannamelerinde yer bulan bir diğer faktördür. Siyasi sistem, toplumsal gruplar ile özgürlük ve demokrasi kapsamında söylemlerinde göreceli öneme sahip olduğu görülmektedir. Alt kategoriler açısından değerlendirmek gerekirse demokrasi kategorisine seçim beyannamelerinde en fazla yer veren partiler sırasıyla 1954 seçimlerinde CMP, 2018 seçimlerinde MHP ve 1961 seçimlerinde CKMP olmuştur. Bu kategoriye seçim

beyannamelerinde neredeyse hiç yer vermeyen 1983 seçimlerinde ANAP, 1988 seçimlerinde MDP ve 1999 seçimlerinde ANAP olmuştur. Yönetimsel ve idari verimlilik kategorisine 1999 seçimlerinde sırasıyla DYP, 1995 seçimlerinde ANAP ve 1999 seçimlerinde FP seçim beyannamelerinde en fazla yer veren partiler olmuştur. Bu kategoriye 1954 seçimlerinde CMP beyannamesinde yer vermezken, 1969 seçimlerinde MHP ve 1961 seçimlerinde CKMP diğer partilere kıyasla daha az yer vermiştir. Siyasi otorite kategorisine 1950, 1954 ve 1957 seçimlerinde DP yüksek sayılabilecek bir oranda beyannamesinde yer vermiştir. 1999 seçimlerinde MHP ve 1977 seçimlerinde AP beyannamelerinde bu kategoriye önemli oranda yer vermişlerdir. 1995 seçimlerinde RP ve 1987 seçimlerinde DYP siyasi otorite kategorisine seçim beyannamelerinde geniş yer ayırmışlardır. 1954 seçimlerinde CMP, 1983 seçimlerinde ANAP ve MDP seçim beyannamelerinde bu kategoriye yer vermemişlerdir. Özellikle 2002 yılından sonra seçim beyannamelerinde daha fazla yer bulan planlı ekonomi kategorisine 2002 seçimlerinde AK Parti, 2011 seçimlerinde MHP ve 1961 ile 1965 seçimlerinde CKMP diğer partilere kıyasla seçim beyannamelerinde daha fazla yer vermişlerdir. 1950, 1954 ve 1957 seçimlerinde DP bu kategoriye beyannamelerinde yer vermezken 1991 seçimlerinde DYP ile 1999 seçimlerinde FP en az yer veren partiler olmuştur. Serbest pazar ekonomisi kategorisi merkez sağ olarak nitelendirilebilecek siyasi partilerin beyannamelerinde kendine fazlaca yer bulmuştur. 1995 seçimlerinde ANAP, 2002 seçimlerinde AK Parti ve 1991 seçimlerinde DYP bu kategoriye diğer partilerden daha fazla yer vermişlerdir. Yine merkez sağda yer alan AP 1977 seçimlerinde ve ANAP ise 1999 seçimlerinde bu kategoriye en az yer ayıran partilerdir. Bunların dışında 1977 seçimlerinde MSP'nin serbest pazar ekonomisine beyannamesinde diğer partilerden daha az yer ayırdığı görülmektedir. Ekonomik amaçlar kategorisine 1983 seçimlerinde MDP, 1995 seçimlerinde RP ve DYP, 1983 seçimlerinde ANAP, 1950, 1954 ve 1957 seçimlerinde DP'nin en fazla yer ayırdığı görülmektedir. 1954 seçimlerinde CMP, 1961 ve 1965 seçimlerinde CKMP, 1969 seçimlerinde MHP, 2015 seçimlerinde AK Parti ve MHP bu kategoriye yer vermemişlerdir. 2018 seçimlerinde İYİ Parti ekonomik amaçlar kategorisine en az yer ayıran parti olmuştur. 1977 seçimlerinde AP, 1965 seçimlerinde CKMP ve 1995 seçimlerinde RP Ekonomik Büyüme (Olumlu) kategorisine en fazla yer ayıran partilerdir. 1954 seçimlerinde CMP, 1983 seçimlerinde MDP ile 1999 seçimlerinde ANAP bu kategoriye beyannamelerinde yer vermemişlerdir. 1973 seçimlerinde MSP bu kategoriye en az yer ayıran siyasi partidir. Teknoloji ve Altyapı (Olumlu) Kategorisine 1950-2018

seçimlerinde TBMM'ye giren tüm partiler beyannamelerinde yer vermiştir. 2015 ve 2018 seçimlerinde AK Parti, 1995 seçimlerinde DYP en fazla yer veren partilerdir. 1999 seçimlerinde MHP, 1950, 1954, 1957 seçimlerinde DP ve 1995 seçimlerinde RP en az yer veren partilerdir. Refah ve Yaşam Kalitesi kategorisine siyasi partiler görece önemli sayılabilecek oranda yer ayırmışlardır. 1999 seçimlerinde ANAP, 1965 ve 1969 seçimlerinde MP ve 2011 seçimlerinde AK Parti en fazla yer veren partilerdir. 1950, 1954, 1957 seçimlerinde DP bu kategoriye yer vermemiştir. 2018 seçimlerinde MHP, 1995 seçimlerinde RP diğer partilere kıyasla beyannamelerinde bu kategoriye daha az yer vermişlerdir. Refah Devletinin Genişlemesi kategorisi de hemen hemen tüm partilerin seçim beyannamesinde yer almaktadır. 1999 seçimlerinde ANAP, 1965 ve 1969 seçimlerinde MP ve 2011 seçimlerinde AK Parti en fazla bu kategoriye yer veren partilerdir. 1950, 1954, 1957 seçimlerinde DP bu kategoriye yer vermemiştir. 1995 seçimlerinde RP ile 1973 ve 1977 seçimlerinde MSP diğer partilere kıyasla beyannamelerinde bu kategoriye daha az yer vermişlerdir. Devlet Tarafından Sunulan Eğitimin Yaygınlaşması kategorisi de neredeyse tüm partilerin seçim beyannamesinde yer almaktadır. 1999 seçimlerinde ANAP, 1965 ve 1969 seçimlerinde MP ve 1961 seçimlerinde CKMP bu kategoriye en fazla yer veren partilerdir. 1950, 1954, 1957 seçimlerinde DP bu kategoriye yer vermemiştir. 1995 seçimlerinde RP, 1969 seçimlerinde MHP ile 1954 seçimlerinde CMP diğer partilere kıyasla beyannamelerinde bu kategoriye daha az yer vermişlerdir. İşçi Grupları (Olumlu) kategorisine tüm partiler beyannamelerinde yer vermekle birlikte görece düşük sayılabilecek oranda yer almaktadır. 2018 seçimlerinde İYİ Parti ve AK Parti, 1965 ile 1969 seçimlerinde MP, 1965 seçimlerinde AP ve 2018 seçiminde MHP bu kategoriye en fazla yer veren partilerdir. 1995 seçimlerinde ANAP, DYP ile RP, 1999 seçimlerinde MHP ve 1973 seçimlerinde AP diğer partilere kıyasla beyannamelerinde bu kategoriye daha az yer vermişlerdir. Tarım ve Çiftçiler (Olumlu) kategorisi tüm partilerin beyannamelerinde kendine yer bulmuştur. 1961 seçimlerinde AP, 1969 seçimlerinde MHP, 1961 seçimlerinde CKMP ve 1973 seçimlerinde AP bu kategoriye en fazla yer veren partilerdir. 1995 seçimlerinde ANAP ile RP, 1999 ve 2018 seçimlerinde MHP bu kategoriye daha az yer vermişlerdir. Şekil 1'de siyasi partilerin seçim dönemlerinde hangi politika alanlarına odaklandıkları gösterilmektedir.



Şekil 1: Sağ Gelenekteki Siyasi Partilerin Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

Bu çalışmada sağ siyasi gelenek içerisinde yer alan partilerin seçim dönemleri itibariyle kendi içinde hangi politika alanlarına odaklandıkları ve bu alanlara verilen önceliğin değişip değişmediği de ele alınmıştır. Tablo 6 AP ve DYP'nin seçim dönemlerindeki politika alanlarını göstermektedir.

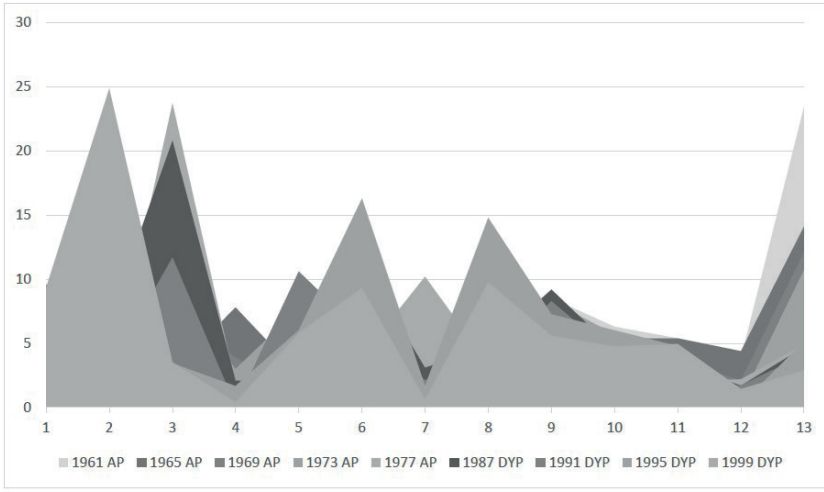
**Tablo 6:** AP ve DYP'nin Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

Seçim Tarihi	Parti	Kategoriler (%)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1961	AP	1,4	11	1,3	3,3	2,5	7,7	2,2	6,7	8,5	6,3	5,4	3,8	23,4
1965	AP	5,5	5,5	2,8	7,8	2,6	7,9	3,6	5,9	8,4	5,4	5,4	4,4	14,1
1969	AP	4,6	11,2	7,2	3,9	1,2	6,7	2,2	9,3	6,5	4,7	3,7	2,1	12,1
1973	AP	8,3	6,5	9,8	3	-7,7	7,7	3,7	9,2	8,3	5,7	4	0,6	10,7
1977	AP	5,4	1,4	23,7	1,8	0,2	4	10,2	3,4	4,3	2,5	2	2,2	4,9
1987	DYP	6,7	6,9	20,8	2,1	1,9	11,3	3,1	4,8	9,2	4,5	3,5	1,7	4,7
1991	DYP	9,6	2,98	11,68	0,11	10,61	5,84	2,14	3,69	8,28	4,11	1,84	1,72	4,11
1995	DYP	1,32	5,84	3,45	1,68	6,02	16,29	1,68	14,79	7,26	6,02	4,78	0,26	5,13
1999	DYP	9,31	24,84	3,52	0,41	5,79	9,31	0,62	9,73	5,59	4,76	4,96	1,44	2,89

AP ve siyasi mirasçısı olarak kabul edilen DYP'nin 1961 yılından 1999 yılına kadar TBMM'de yer aldıkları seçimlerde Tablo 5'te yer alan tüm kategorilere beyannamelerinde yer vermişlerdir. Seçim dönemine bağlı olarak seçim beyannamelerinde kategorilerin ağırlığı değişmektedir. Dikkat çekici



kategorilerden biri yönetsel ve idari verimlilik kategorisine AP'nin 1961 ve 1969 seçim beyannamelerinde yüksek oranda yer verilmekle birlikte sonraki yıllarda düşüş gözlenmektedir. 1999 seçimlerinde DYP seçim beyannamesinin dörtte birini bu kategoriye ayırmıştır. Siyasi otorite kategorisine daha önceki ve sonraki seçim dönemlerine göre 1977, 1987 ve 1991 seçimlerinde daha fazla yer verilmiştir. AP'nin Tarım ve Çiftçiler (Olumlu) kategorisine tüm seçim dönemlerinde DYP'ye göre daha fazla yer ayırmıştır. Ekonomiye yönelik kategoriler DYP döneminde seçim beyannamelerinde kendine daha fazla yer bulmuştur.



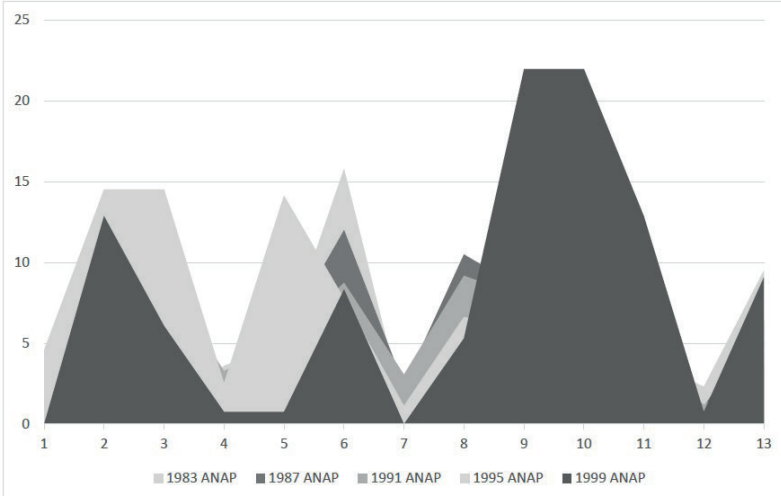
Şekil 2: AP ve DYP'nin Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

Tablo 7: ANAP'ın Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

Seçim Tarihi	Parti	Kategoriler (%)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1983	ANAP	0	10,4	0	3,6	5	15,8	0,9	2,7	10,9	6,8	4,1	2,3	9,5
1987	ANAP	1,8	10,9	5,7	1,4	5,5	12	2,4	10,5	8,3	5,9	4,5	1,1	6,4
1991	ANAP	1,85	8,19	9,07	3,27	5,24	8,74	3,06	9,18	7,86	3,82	4,26	1,2	3,6
1995	ANAP	4,58	14,52	14,52	2,54	14,14	7,77	1,14	6,62	5,86	3,69	1,4	0,25	0,12
1999	ANAP	0	12,87	6,06	0,75	0,75	8,33	0	5,3	21,97	21,97	12,87	0,75	9,09

ANAP tüm seçim dönemlerinde Yönetimsel ve İdari Verimlilik kategorisine önemli oranda seçim beyannamelerinde yer vermiştir. 1983 seçimlerinden 1995 seçimlerine kadar artan oranda Siyasi Otorite kategorisi seçim

beyannamelerinde yer almıştır. 1983 seçimlerinde bu kategoriye yer verilmezken sonraki dönemlerde yer verildiği görülmektedir. Ekonomik amaçlar kategorisi ANAP'ın 1983 ve 1987 seçim beyannamelerinde daha fazla yer bulurken sonraki seçim dönemlerinde bir miktar azalmıştır. Ekonomiyle ilgili kategoriler genelde önemli sayılabilecek düzeyde yer bulmakla birlikte Refah ve Yaşam Kalitesi kategorileri özellikle 1983 ve 1999 seçimlerinde daha fazla temsil edilmektedir.

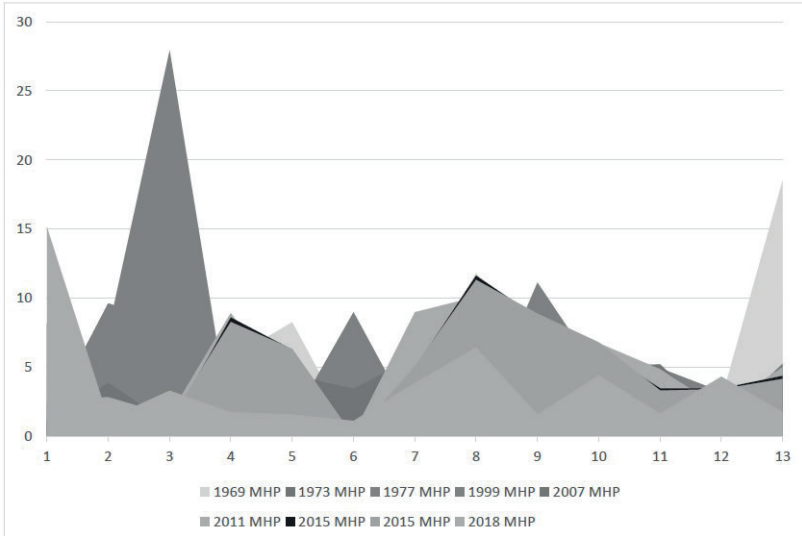


Şekil 3: ANAP'ın Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

Tablo 8: MHP'nin Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

Seçim Tarihi	Parti	Kategoriler (%)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1969	MHP	4,3	0,37	3,74	5,61	8,24	0	4,49	11,79	6,55	5,43	1,31	2,62	18,53
1973	MHP	1,1	9,6	8,1	4,6	2,2	5,1	0,8	2,2	5,9	2,8	4,9	3,2	3,1
1977	MHP	1,1	9,6	8,1	4,6	2,2	5,1	0,8	2,2	5,9	2,8	4,9	3,2	3,1
1999	MHP	2,34	7,61	27,93	0,58	1,17	8,98	0,78	0,78	11,13	4,49	2,34	0,58	1,17
2007	MHP	0,96	3,86	0,84	5,73	4,4	3,44	5,73	8,69	6,03	5,13	5,19	1,02	5,25
2011	MHP	2,59	2,83	1,5	8,92	2,66	0,17	8,98	10,08	7,65	6,73	4,85	1,94	5,02
2015	MHP	8,07	0,91	0,75	8,6	6,27	0	4,93	11,63	8,6	6,31	3,47	3,47	4,37
2015	MHP	8,22	0,95	1,13	8,26	6,31	0	5,06	11,3	8,88	6,79	3,3	3,41	4,14
2018	MHP	15,13	1,28	3,3	1,74	1,56	1,1	3,85	6,42	1,56	4,4	1,65	4,31	1,74

MHP'nin demokrasi kategorisindeki söylemleri 2015 seçimlerinden bu yana artış göstermektedir. Yönetimsel ve İdari Verimlilik kategorisinde 2007 seçimlerinden bugüne bir azalma görülmektedir. 1999 yılı seçimlerinde Siyasi Otorite söylemlerine diğer tüm kategorilerden ve seçim dönemlerinden daha fazla yer ayrılmıştır. Seçim beyannamesinin dörtte biri bu kategoriyle ilgili söylemlerden oluşmaktadır. MHP'nin ekonomiyle ilgili kategorilerinde dönemler itibarıyla iniş ve çıkışlar görülmektedir. Teknoloji ve Altyapı kategorisi 1969 seçimleri ve 2007 sonrası seçimlerde önemli oranda yer bulmuştur. Refah ve Yaşam Kalitesi kategorileri seçim dönemleri açısından birbirine yakın oranda beyannamelerde yerini almıştır.

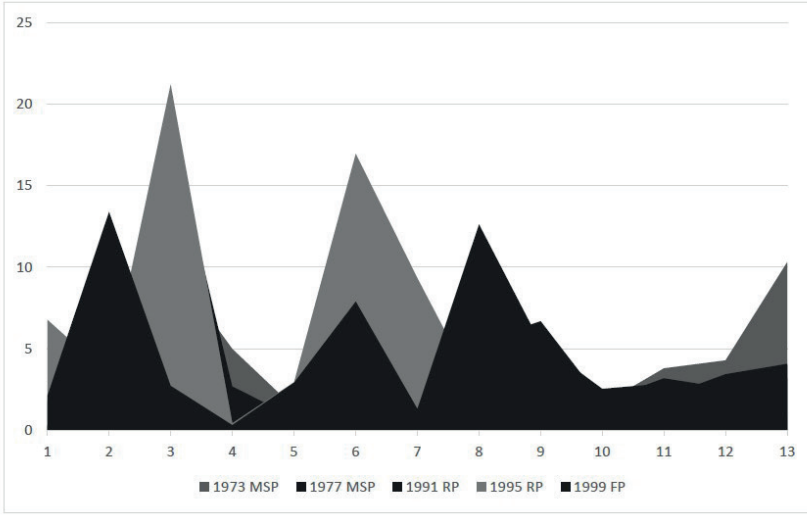


Şekil 4: MHP'nin Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

Tablo 9: MSP, RP ve FP'nin Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

Seçim Tarihi	Parti	Kategoriler (%)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1973	MSP	1,8	5,2	10,2	5	1,4	7,5	0,4	4,4	4,2	1,6	3,8	4,3	10,3
1977	MSP	0,3	2,2	18,4	2,7	0,8	9,9	3,1	5,4	6,7	1,8	3,2	2,6	3,2
1991	RP	0,29	1,05	12,92	0,92	2,48	3,66	1,76	2,69	5,97	1,81	2,06	3,45	4,08
1995	RP	6,78	3,39	21,18	0,42	2,96	16,94	9,32	2,11	1,69	0,42	0,42	0,42	0,84
1999	FP	2,13	13,39	2,74	0,33	2,93	7,9	1,32	12,63	5,34	2,55	2,88	0,71	4,02

MSP'nin siyasi mirasını devralan RP ve sonrasında kurulan FP'nin söylemleri Siyasi Otorite ve Ekonomik Amaçlar kategorilerinde yoğunlaşmaktadır. Tüm kategorilere seçim beyannamelerinde yer veren partilerin söylemlerinin oranı seçim dönemlerinde değişmektedir. 1973 seçimlerinde Planlı Ekonomi kategorisine daha fazla yer ayrılmışken sonraki yıllarda giderek düştüğü görülmektedir. Benzer biçimde Tarım ve Çiftçiler (Olumlu) kategorisine 1973 seçimlerinde diğer seçimlerine kıyasla daha fazla yer ayrılmıştır.

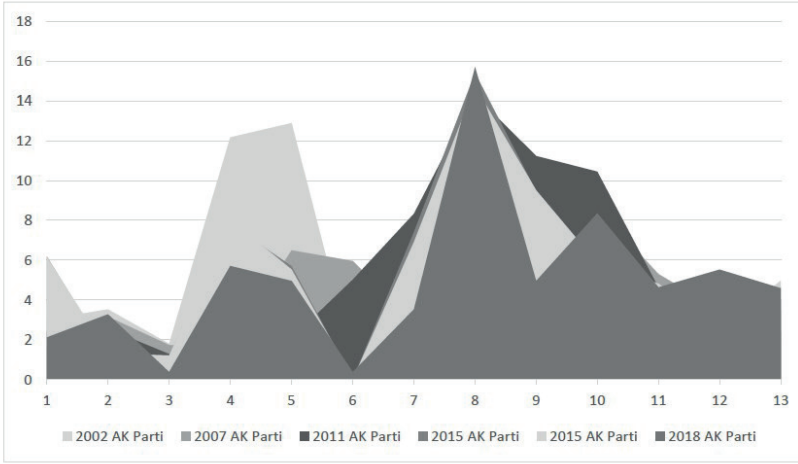


Şekil 5: MSP, RP ve FP'nin Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

**Tablo 10:** AK Parti'nin Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

Seçim Tarihi	Parti	Kategoriler (%)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2002	AK Parti	3,02	3,53	1,8	12,17	12,89	1	3,31	3,17	6,12	4,53	4,68	2,52	4,97
2007	AK Parti	1,6	3,16	1,73	1,73	6,5	5,96	2,93	7,4	9,5	8,6	5,3	3,5	3,46
2011	AK Parti	2,41	2,55	1,28	3,72	2,08	5,03	8,34	14,29	11,24	10,45	4,63	1,75	2,41
2015	AK Parti	6,19	1,19	1,21	7,81	5,7	0	7,4	15,41	9,46	5,7	4,71	2,84	3,98
2015	AK Parti	6,16	1,33	1,21	8,03	5,53	0	6,91	14,73	9,51	5,85	4,82	2,74	3,96
2018	AK Parti	2,12	3,28	0,38	5,71	4,96	0,38	3,53	15,71	4,96	8,36	4,64	5,53	4,6

AK Parti Demokrasi kategorisine yönelik söylemlerini 2015 yılında iki defa yapılan seçimlerde diğer seçim dönemlerine göre daha fazla vurgulamıştır. Planlı Ekonomi ve Serbest Pazar Ekonomisi kategorileri 2002 seçimlerinde parti beyannamesinde daha fazla yer bulurken sonraki dönemlerde azalmıştır. 2007 ve 2011 seçimlerinde Ekonomik Amaçlar kategorisine beyannamelerde yer verilirken 2015 seçimlerinde yer verilmemiştir. Teknoloji ve Altyapı (Olumlu) seçim dönemleri itibarıyla AK Parti'nin beyannamelerinde artan oranda yer bulmuştur. 2007, 2011 ve 2015 seçimleri Refah ve Yaşam Kalitesine yönelik söylemlerin arttığı dönemler olmuştur. AK Parti'nin Sosyal Gruplar alanındaki söylemleri birbirine yakın oranda beyannamelerde yer bulmuştur.



Şekil 6: AK Parti'nin Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

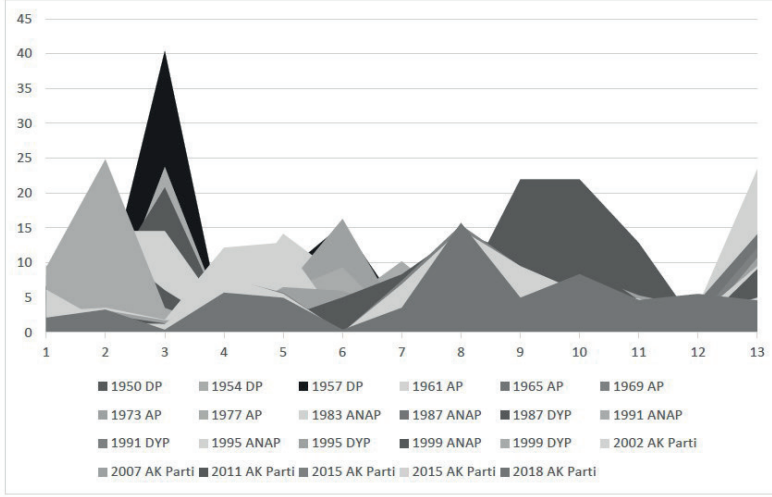
**Tablo 11:** Merkez Sağda Yer Alan Siyasi Partilerin Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

Seçim Tarihi	Parti	Kategoriler (%)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1950	DP	6,6	5,4	40,4	0	8,4	15,5	3	1,2	0	0	0	1,2	7,7
1954	DP	6,6	5,4	40,4	0	8,4	15,5	3	1,2	0	0	0	1,2	7,7
1957	DP	6,6	5,4	40,4	0	8,4	15,5	3	1,2	0	0	0	1,2	7,7
1983	ANAP	0	10,4	0	3,6	5	15,8	0,9	2,7	10,9	6,8	4,1	2,3	9,5
1987	ANAP	1,8	10,9	5,7	1,4	5,5	12	2,4	10,5	8,3	5,9	4,5	1,1	6,4

1987	DYP	6,7	6,9	20,8	2,1	1,9	11,3	3,1	4,8	9,2	4,5	3,5	1,7	4,7
1991	ANAP	1,85	8,19	9,07	3,27	5,24	8,74	3,06	9,18	7,86	3,82	4,26	1,2	3,6
1991	DYP	9,6	2,98	11,68	0,11	10,61	5,84	2,14	3,69	8,28	4,11	1,84	1,72	4,11
1995	ANAP	4,58	14,52	14,52	2,54	14,14	7,77	1,14	6,62	5,86	3,69	1,4	0,25	0,12
1995	DYP	1,32	5,84	3,45	1,68	6,02	16,29	1,68	14,79	7,26	6,02	4,78	0,26	5,13
1999	ANAP	0	12,87	6,06	0,75	0,75	8,33	0	5,3	21,97	21,97	12,87	0,75	9,09
1999	DYP	9,31	24,84	3,52	0,41	5,79	9,31	0,62	9,73	5,59	4,76	4,96	1,44	2,89
2002	AK Parti	3,02	3,53	1,8	12,17	12,89	1	3,31	3,17	6,12	4,53	4,68	2,52	4,97
2007	AK Parti	1,6	3,16	1,73	1,73	6,5	5,96	2,93	7,4	9,5	8,6	5,3	3,5	3,46
2011	AK Parti	2,41	2,55	1,28	3,72	2,08	5,03	8,34	14,29	11,24	10,45	4,63	1,75	2,41
2015	AK Parti	6,19	1,19	1,21	7,81	5,7	0	7,4	15,41	9,46	5,7	4,71	2,84	3,98
2015	AK Parti	6,16	1,33	1,21	8,03	5,53	0	6,91	14,73	9,51	5,85	4,82	2,74	3,96
2018	AK Parti	2,12	3,28	0,38	5,71	4,96	0,38	3,53	15,71	4,96	8,36	4,64	5,53	4,6

Merkez sağda yer alan siyasi partiler açısından değerlendirildiğinde Siyasi Otorite kategorisi 1950 seçimleriyle başlayıp 2002 yılındaki seçimlere kadar sağ partilerin seçim beyannamelerinde önemli oranda yer bulmuştur. 1983 seçimlerinde ANAP bu kategoriye beyannamesinde yer vermemiş fakat sonraki seçim dönemlerinde artan oranda yer vermiştir. DP ve DYP bu kategoriye en fazla yer ayıran partiler olmuştur. AK Parti oldukça düşük oranlarda bu kategoriye yer vermiştir. Planlı ekonomi açısından değerlendirildiğinde AK Parti'nin merkez sağda yer alan diğer partilere göre bu kategoriye seçim dönemlerinde beyannamelerinde daha fazla yer vermiştir. Ekonomik amaçlar kategorisi 2002 seçimlerine kadar merkez sağ partilerde vurgulanan bir söylem olmuştur. 2002 ve sonraki seçimlerde AK Parti bu söyleme düşük düzeyde yer vermiştir. Ekonomik Büyüme kategorisine 2011 ve 2015 seçimleri haricinde partiler yakın oranlarda beyannamelerinde yer vermişler, 2011 ve 2015 seçimlerinde AK Parti bu kategoriye daha fazla yer vermiştir. Teknoloji ve Altyapı (Olumlu) merkez sağda 1987 seçim döneminden itibaren yüksek oranda partilerce dile getirilmiştir. 2011 seçimleriyle birlikte AK Parti bu kategoriye daha fazla vurgu yapmıştır. 1999 seçimlerinde ANAP Refah ve Yaşam Kalitesi, Refah Devletinin Genişlemesi ve Devlet Tarafından Sunulan Eğitimin Yaygınlaşması kategorilerine beyannamesinin yarısından fazlasında yer vermiştir. İşçi Grupları Kategorisi (Olumlu) partilerin beyannamelerinde düşük düzeyde ve benzer oranlarda yansımıştır. Tarım ve Çiftçiler (Olumlu) 1987 seçimlerine kadar daha yüksek oranlarda yer bulurken

sonraki seçim dönemlerinde düşmeye başlamıştır. Bu kategoriyi 1983 ve 1999 seçimlerinde ANAP diğer partilere kıyasla daha fazla vurgulamıştır. Dikkat çekici bir bulgu ise ANAP 1995 seçimlerinde bu kategoriye en az yer ayıran parti olmuştur.



Şekil 7: Merkez Sağda Yer Alan Siyasi Partilerin Seçim Dönemlerindeki Politika Alanları

## Sonuç

Siyasal pazarlamanın etkili araçlarından bir olan seçim beyannameleri geçmişten günümüze siyasi partiler tarafından kullanılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlık kazanması ve çeşitlenmesiyle seçim beyannameleri daha fazla sayıda seçmene ulaşmaya başlamıştır. Seçim beyannameleri siyasi partilerin çeşitli vaatlerini seçmenlerle paylaştıkları ve onları ikna etmeye çalıştıkları metinlerdir. Mevcut çalışmada 1950'den 2018 yılına kadar sağ siyasi gelenek içerisinde yer alan partilerin vaatleri ve söylemleri seçim beyannameleri üzerinden incelenmiştir. Seçim dönemleri bağlamında farklı politika alanlarında siyasi partilerin yoğunlaştığı görülmüştür. Bunun yanında çeşitli alt alanlarda siyasi partilerin birbirlerine benzeştiği ve ayrıldığı ortaya çıkmıştır. Seçim dönemleri bazında da söylemlerin vurgusu değişmektedir. Bir seçim döneminde yoğunlaşılan alan bir sonrakinde daha az vurgulanabilmektedir. Bu durum Ertürk ve Şeşen'in (2017) çalışmasında da kendini göstermektedir. Yazarlar siyasal halkla ilişkilerde kamuyu bilgilendirme aracı olarak siyasî partilerin seçim beyannameleri, mevcut durum ve gelecek dönemlerde gerçekleştirecekleri icraatları seçim öncesinde kamuoyuyla

paylaştıkları mecralar olarak incelenmiştir. 2002-2015 yılları arasında gerçekleştirilen genel seçimler sonrasında TBMM’de temsil edilen partilerin seçim beyannamelerinin; parti politikaları, hedef kitlenin beklentileri ve Türkiye’deki mevcut duruma bağlı olarak değişkenlik gösterdiği ve şekillendiği sonucuna varılmıştır.

Sağ gelenek içerisinde yer alan siyasi partilerin genel olarak beş politika alanında yoğunlaştıkları görülmektedir. Bunlar arasında ekonomi ile refah ve yaşam kalitesi başı çekmektedir. Aytaç’ın (2017) çalışması da benzer bulgulara sahiptir. Çalışmada ekonomi ile refah ve yaşam kalitesi alanlarına ilişkin politika önerilerinin Türkiye’deki dört büyük siyasi partinin 2002-2015 dönemindeki seçim beyannamelerinde en sık yer bulan konular olduğuna işaret edilmektedir.

Bunun yanında sosyal gruplar, siyasi sistem ile özgürlük ve demokrasi alanları da görece seçim beyannamelerinde üzerinde diğer alanlara göre daha fazla durulmaktadır. Çinko bu durumu (2006) seçmen davranışlarının ekonomik faktörlerin yanı sıra sosyal, kültürel, ideolojik ve psikolojik faktörlerden de etkilenmesi olarak ifade etmektedir. Siyasi partiler hedef kitlenin beklentilerine uygun olarak politika alanlarını belirlemişlerdir. Benzer durum Çatı ve Cengiz’in (2019) çalışmasıyla da desteklenmektedir. Çalışmada 2002-2018 arasındaki genel ve cumhurbaşkanlığı seçimlerinde siyasal partilerin seçim beyannamelerinde hangi konuların ön plana çıkarıldığı belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda; partilerin demokrasi, ekonomi, sosyal yaşam ve kültür-teknoloji şeklinde dört ana tema üzerinde yoğunlaştıkları belirlenmiştir. Bu dört ana temayı hangi partinin ne ağırlıkla ele aldığı incelendiğinde, farklı seçim dönemlerinde partilerin bu temaları farklı ölçüde ön plana çıkarttıkları görülmüştür. 2002 ve 2007 seçimlerinde AK Parti ve MHP daha çok demokrasi vurgusu yaparken, 2011, 2015 ve 2018 seçimlerinde CHP’nin demokrasi vurgusunda daha çok ön plana çıktığı görülmektedir. Sosyal yaşam temasına 2002 seçimlerinde MHP, 2007 seçimlerinde CHP, 2011 seçimlerinde AK Parti, 2015 seçimlerinde CHP ve 2018 seçimlerinde AK Parti daha çok vurgu yaptığı görülmektedir. Kültürel ve teknolojik değerlere 2002 ve 2011 seçimlerinde MHP daha çok vurgu yaparken, 2007, 2015 ve 2018 seçimlerinde AK Parti’nin daha çok vurgu yaptığı görülmektedir. Seçim beyannameleri ekonomik değerler açısından incelendiğinde, 2002 seçimlerinde MHP daha çok vurgu yaparken diğer seçimlerde AK Parti’nin daha fazla vurguladığı görülmektedir.



Araştırma bulgularından hareketle muhafazakâr partilerin seçilme kaygılarının daha fazla olduğu dönemlerde siyasal güçle ilgili vurguları ağır basarken, hükümet etme pratikleri arttıkça, ekonomi, kalkınma ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak teknoloji temalarına ağırlık verdikleri görülmektedir. Yine bulgulardan hareketle, hemen her dönemde seçmenlerin problem olarak gördüğü çalışma, işçi hakları, tarım politikaları gibi konuların ihmal edilmediği, özellikle liberal ekonomiye geçişle birlikte serbest pazar, ihracat ve özgürlükler gibi temaların ağırlık kazandığı anlaşılmaktadır.

### Kaynakça

- Akçay, E. Y. (2018). "Haziran Seçimleri Sürecinde Siyasi Partilerin Seçim Beyannamelerinde Avrupa Birliği İle İlişkiler". *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. 8(15): 2175-2192.
- Alp, H. ve Turan, E. (2018). "Siyasal Partilerin 24 Haziran 2018 Genel Seçim Beyannamelerinde, Dijital Teknoloji ve İnovasyon Politikalarının Karşılaştırmalı Analizi". *Journal of Social And Humanities Sciences Research*. 5(23): 1068-1077.
- Aytaç, S. E. (2017). "Türkiye'de Siyasi Partilerin Seçim Beyannamelerindeki Politika Öncelikleri, 2002-2015". *Journal of Faculty of Political Science*. 26(2):7-26.
- Bayram, S. (2015). "Where The AKP Stands: A Manifesto-Based Approach to Party Competition in Turkey". *New Middle Eastern Studies*. 5: 1-19.
- Burst, T., Krause, W., Lehmann, P., Lewandowski, J., Matthieß, T., Merz, N., Regel, S. ve Zehnter, L. (2020). "Manifesto Corpus. Version: 2020-2". Berlin: WZB Berlin Social Science Center.
- Coşkun, A. K., Türker, M. F. ve Öztürk, A. (2015). "Türkiye'de Tek Başına İktidar Olan Partilerin Seçim Beyannameleri ve Hükümet Programlarında Ormancılık". *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*. 16(1): 72-88.
- Çatı, K. ve Cengiz, S. (2019). "Politik Pazarlama Çerçevesinde Siyasi Partilerin Seçim Beyannamelerinin İncelenmesi". *Electronic Journal of Social Sciences*. 18(72): 1701-1712.
- Çinko, L. (2006). "Seçmen Davranışları ile Ekonomik Performans Arasındaki İlişkilerin Teorik Temelleri ve Türkiye Üzerine Genel Bir Değerlendirme". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 61(1): 103-116.
- Duman, D. ve Sun İpekşen, S. (2013). "Türkiye'de Genel Seçim Kampanyaları (1950-2002)". *Electronic Turkish Studies*. 8(7): 117-135.
- Ertürk, K. ve Şeşen, E. (2017). "Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Seçim Beyannameleri: 2000'li Yıllar Üzerine Bir İnceleme". *Erciyes İletişim Dergisi "Akademia"*. 5(1): 60-80.
- Falkowski, A. ve Cwalina, W. (2012). "Political Marketing: Structural Models of Advertising Influence and Voter Behavior". *Journal of Political Marketing*. 11: 8-26.

- Kates, S. (1998). "A Qualitative Exploration Into Voters' Ethical Perceptions of Political Advertising: Discourse, Disinformation, And Moral Boundaries". *Journal of Business Ethics*. 17(16):1871-1885.
- O' Cass, A. (2002). "Political Advertising Believability and Information Source Value During Elections". *Journal of Advertising*. 31(1): 63-74.
- Ormrod, R. P. ve Henneberg, S. C. (2009). "Different Facets of Market Orientation: A Comparative Analysis of Party Manifestos". *Journal of Political Marketing*. 8(3), 190-208.
- Ozturk, R. Ve Coban, S. (2019). "Political Marketing, Word of Mouth Communication and Voter Behaviours Interaction". *Business and Economics Research Journal*. 10(1): 245-258.
- Polat, C., Akkaya, M. A., ve Binici, K. (2015). "07 Haziran 2015 Türkiye Genel Seçimleri Parti Bildirgelerinde Bilgi ve Belge Yönetimi ve Kütüphanecilik". *Türk Kütüphaneciliği*. 29(2): 296-308.
- Savigny, H. (2003), "Political Marketing". *Journal of Political Marketing*. 3(1): 21-38.
- Şeşen, E. ve Ertürk, K. Ö. (2017). "Türkiye'de 1990 Sonrası Çevre Politikalarının Seçim Beyanmelerine Yansımaları". *Selçuk İletişim*. 10(1): 188-215.
- Tan, A. (2002). *İlke ve Uygulamalarıyla Politik Pazarlama*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Tok, T. N. (2012). "Türkiye'deki Siyasal Partilerin Eğitim Söylemleri ve Siyasaları". *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*. 18(2): 273-312.
- Torlak, Ö. ve Tiltay, M. A. (2013). "The Effects of Voters' Material Values, Religious Commitment and Ethical Perceptions on Leader Discourse and Advertising Perceived Believability in Political Marketing". 7th International Political Marketing Conference, September 18-20, 2013. 7-8. Stockholm, Sweden.
- Volkens, A., Burst, T., Krause, W., Lehmann, P., Matthieß, T., Merz, N., Regel, S., Weßels, B., Zehnter, L. (2020). The Manifesto Data Collection. Manifesto Project (MRG / CMP / MARPOR). Version 2020a. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB). <https://doi.org/10.25522/manifesto.mpsds.2020a>.
- Volkens, A., Burst, T., Krause, W., Lehmann, P., Matthieß, T., Merz, N., Regel, S., Weßels, B., Zehnter, L. (2020). The Manifesto Project Dataset - Codebook. Manifesto Project (MRG / CMP / MARPOR). Version 2020a. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB).